

**KAJIAN TERHADAP MALAYSIA TOURISM CENTER(MTC)
SEBAGAI PUSAT PENERANGAN PELANCONGAN DENGAN
MELIHAT MAKLUMBALAS DI KALANGAN AGENSI PELANCONGAN**

HAZLIN BINTI JAMARI

Laporan projek sarjana ini dikemukakan sebagai memenuhi
sebahagian daripada syarat penganugerahan Ijazah Sarjana Sains
(Perancangan Pelancongan)

Fakulti Alam Bina
Universiti Teknologi Malaysia

MEI 2007

ABSTRAK

Pusat penerangan pelancongan memainkan peranan yang penting dalam pemasaran pelancongan. Ini kerana pemasaran pelancongan terdiri daripada dua komponen. Pertama, ialah iklan dan promosi antara lain tujuannya ialah untuk menarik pelancong datang, dan kedua, ialah dengan menjaga mereka semasa mereka tiba di destinasi, dan menggalakkan mereka untuk tinggal lebih lama, dengan melihat tempat-tempat menarik yang lain di negara kita, dan pulang semula. Buat masa ini, sepertimana yang digariskan, Pusat Pelancongan Malaysia(MTC) memainkan kedua-dua peranan tersebut. Oleh yang demikian, tujuan kajian ini ialah untuk menentukan (a) ciri-ciri yang terbaik perlu ada bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan dalam konteks Malaysia, (b) peranan/sumbangan MTC terhadap agensi pelancongan, (c) isu/masalah yang dihadapi oleh MTC dan agensi pelancongan untuk menjalin hubungan yang baik, dan (d) memberi cadangan untuk memperbaiki perkhidmatan MTC. Berdasarkan objektif yang spesifik ini, kajian ini memberi tumpuan kepada pandangan-pandangan yang diterima daripada sumber-sumber utama menerusi sesi temubual di kalangan agensi pelancongan dan MTC. Penemuan utama kajian ini termasuklah: “lokasi yang strategik dan sesuai”, “maklumat”, “perkhidmatan/fasiliti”, dan “tarikan”, yang telah dikenalpasti sebagai ciri-ciri terbaik perlu ada bagi sesebuah pusat penerangan pelancongan, (b) peranan/sumbangan MTC terhadap agensi pelancongan yang telah dikenalpasti oleh sumber utama agensi pelancongan dan MTC ialah, pertama, sebagai pusat penyalur maklumat, kedua, promosi, dan (c) “kurangnya kerjasama yang baik”, “peranan dan objektif MTC tidak jelas”, “kurangnya penyebaran maklumat yang meluas”, dan “kurang promosi”, telah dikenalpasti sebagai isu/masalah yang dihadapi oleh MTC dan agensi pelancongan untuk menjalin hubungan yang baik. Penemuan kajian ini mungkin dapat memberi sumbangan kepada industri pelancongan secara umumnya. Hasil kajian ini juga akan dapat mengenalpasti peranan MTC sebagai pusat penerangan pelancongan dengan lebih berkesan dan seterusnya memperbaiki perkhidmatan MTC. Di samping itu, pelancong dan tour operator akan menerima manfaat daripada perkhidmatan yang telah diperbaiki ditawarkan oleh MTC.

ABSTRACT

Tourist Information Center play an important role in tourism marketing. Tourism marketing has two components. The first is advertising and promoting to bring visitors here, and the second is to take care of them while they are here, to encourage them to stay longer, to see other parts of the Country, and to return. Currently, as constituted, Malaysia Tourism Center(MTC) is handling both functions. The purposes of this study were to determine (a) good characteristics for tourist information center in the context of Malaysia, (b) the roles of MTC to travel agency, (c)issues/problems faced by MTC and travel agency in built up good relationships, and (d) to make recommendations for improving MTC services. Based on these specific objectives, the study aimed to have the opinions from key informants through an interview survey obtained from the travel agencies and MTC. Major findings include: (a) “proper and strategic location”, “informations”, “services/facilities”, and “attractions” were recognized as the good characteristics for tourist information center, (b) the roles of MTC to travel agencies identified by key informants of travel agencies and MTC were categorized by two roles: the first is as an information center, and the second is promotion, and (c) “lack of good cooperation”, “ the unclear roles and objectives of MTC”, “lack of information”, and “lack of promotion” were recognized as the issues/problems faced by key informants of MTC and travel agencies. The findings of the studies may contribute to the tourism industry in general. The outcomes of the study identified competencies that would serve as the basis toward developing an effective role of MTC as tourism information center that can improve MTC. In addition, tourists and tour operators would benefit from the improved services offered by the MTC.