



**PERSIDANGAN KEBANGSAAN  
MASYARAKAT, RUANG DAN ALAM SEKITAR**

# MATRA 2017

KE ARAH MEREALISASIKAN MATLAMAT PEMBANGUNAN LESTARI

23 & 24 FEBRUARI 2017

PUSAT PENGAJIAN ILMU KEMANUSIAAN UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

## PROSIDING PERSIDANGAN



Penyunting:

**Nooriah Yusof  
Asyirah Abd. Rahim  
Anisah Lee Abdullah**

## **PANDANGAN PELAWAT TERHADAP ANJUNG TAMU, UNIVERSITI UTARA MALAYSIA (UUM WELCOME CENTER)**

Johan Afendi Ibrahim<sup>1</sup> & Aulya Khairatun Hisan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Pusat Pengajian Pengurusan Pelancongan, Hospitaliti dan Alam Sekitar, Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa, Universiti Utara Malaysia, 06010, Sintok, Kedah

<sup>1</sup>afendi@uum.edu.my, <sup>2</sup>aulyakhairatun@gmail.com

### **Abstrak**

Pusat penerangan pelancongan merupakan satu elemen yang penting dalam industri pelancongan. Ia menjadi lokasi tumpuan kepada pelancong apabila tiba di sesebuah destinasi. Pembinaan pusat penerangan pelancongan bertujuan untuk memberikan maklumat dan menyediakan perkhidmatan sokongan kepada pelancong. Oleh itu, keberkesanan sesebuah pusat penerangan pelancongan amat bergantung kepada kualiti interpretasi yang ditonjolkan, kemampuan kakitangan dalam menyampaikan maklumat dan membantu memenuhi kehendak pelancong, senibina bangunan yang mewujudkan imej kepada destinasi, lokasi perletakan, kemudahan dan perkhidmatan yang disediakan. Matlamat pembinaan Anjung Tamu, Universiti Utara Malaysia bertujuan menyediakan maklumat-maklumat berkaitan universiti di samping mewujudkan 'sense of welcoming' kepada pelawat, mempromosikan UUM secara khususnya dan Negeri Kedah secara amnya sebagai destinasi pelancongan yang harus dikunjungi. Kertas kerja seminar ini akan membincangkan peranan Anjung Tamu, kemudahan dan perkhidmatan yang disediakan, pandangan pelawat terhadap keberkesanannya sebagai sebuah pusat penerangan pelancongan. Semoga artikel ini dapat membantu pihak pengurusan universiti meningkatkan lagi kualiti perkhidmatan dan mempromosikan UUM sebagai universiti pilihan dikalangan bakal mahasiswa disamping destinasi pelancongan melalui slogan 'Discover UUM'.

*Kata kunci* : Universiti Utara Malaysia, pelancongan pendidikan, pusat penerangan pelancong.

### **PENGENALAN**

Universiti Utara Malaysia ditubuhkan pada 16 Februari 1984. Pada permulaan, universiti ini ditempatkan di sebuah bangunan di Jitra, Kedah bagi menunggu siapnya pembinaan Kampus Darulaman. Apabila Kampus Darulaman telah siap dibina, bermulanya pengambilan pelajar perintis pada 7 Julai 1984. Kemasukan pelajar yang semakin meningkat dan permintaan yang amat memberangsangkan terhadap pengajian di peringkat tinggi mendorong kepada pembinaan kampus tetap di Sintok, Kedah pada 8 Januari 1989. Kampus Sintok mula beroperasi pada 15 September 1990

---

bernilai RM 580 juta di kawasan seluas 1,061 hektar siap. Pembangunan bangunan-bangunan akademik dan penginapan pelajar siap sepenuhnya 1 Januari 1991 (Universiti Utara Malaysia, 2013).

Sepanjang penubuhannya, Universiti Utara Malaysia telah melakarkan nama di peringkat tempatan dan antarabangsa. UUM telah melahirkan hampir 60,000 orang alumni yang berkerja dalam pelbagai bidang dan ada di kalangan mereka menjawat jawatan yang amat berpengaruh di peringkat negara dan antarabangsa. Selain itu UUM juga menerima pelbagai pengiktirafan daripada agensi tempatan dan antarabangsa hasil daripada kerja keras warganya dan pelajar dalam menaikkan nama universiti. Bagi memastikan UUM terus bersaing di peringkat global, pihak pengurusan universiti telah menyediakan pelan strategik untuk memacu UUM sebagai salah sebuah universiti yang menjadi pilihan masyarakat global untuk menyambung pengajian disamping berperanan sebagai tempat rujukan global dalam pelbagai bidang. Kini, Universiti Utara Malaysia mempromosikan Kampus Sintok sebagai destinasi pelancongan melalui program 'Discover UUM 2016'. Pelbagai program telah dijalankan meliputi persidangan, bengkel, perayaan, pertandingan, majlis pemsyukuran, karnival, konsert dan sebagainya (UUM Press, 2016). Selain itu juga UUM menyediakan pelbagai pakej pelancongan berdasarkan segmen pelancong seperti sukan, menerokai Hutan Sintok, lawatan sekitar kampus dan rekreasi. Matlamat utama adalah menjadikan UUM sebagai destinasi pelancongan pendidikan yang terkemuka di Wilayah Utara.

Bagi memastikan sebaran maklumat yang berkesan, pihak pengurusan universiti telah membangunkan Anjung Tamu sebagai pusat yang menyediakan pelbagai maklumat kepada orang awam. Objektif utama pembangunan Anjung Tamu adalah sebagai gerbang informasi kepada pelawat yang ingin mendapatkan maklumat berkaitan universiti. Selain itu, Anjung Tamu juga berperanan dalam mengenengahkan imej UUM sebagai 'Universiti Pengurusan Terkemuka' berdasarkan pencapaian yang diperolehi serta sebagai pusat dalam mempromosikan pelancongan Negeri Kedah. Peranan Anjung Tamu bukan sekadar pusat menyediakan maklumat kepada pelawat tetapi juga sebagai pusat aduan pelanggan yang dikenali sebagai 'UUM Service Desk'. Ia menyediakan perkhidmatan kepada seluruh warga kampus untuk menyuarakan sebarang aduan, pertanyaan dan maklumbalas supaya dapat dimajukan kepada pusat tanggungjawab yang berkaitan. Selain itu Anjung Tamu juga berperanan sebagai pusat sehenti (one stop centre) kepada pelawat untuk memasuki kampus secara rasmi. Mereka perlu mendaftarkan nama disini bagi mendapatkan pas pelawat dan kad pintu berpaling sebelum pergi ke pusat tanggungjawab yang berkaitan (UUM Welcome Center, 2015).

Setelah 2 tahun beroperasi, bilangan pelawat yang mengunjungi Universiti Utara Malaysia melalui Anjung Tamu amat menggalakkan. Oleh itu, satu kajian telah dilakukan dengan objektif untuk mendapatkan pandangan pelawat terhadap perkhidmatan yang disediakan oleh Anjung Tamu.

## PUSAT PENERANGAN PELANCONGAN

Secara umumnya, pusat penerangan pelancongan merupakan kemudahan yang menawarkan perkhidmatan untuk membantu pelancong berkaitan pengangkutan, penginapan, 'local sightseeing tours', tempat-tempat menarik dan sebagainya (Hazlin Jamari, 2007). Ia merupakan tempat tumpuan utama pelancong apabila tiba di sesebuah destinasi. Pelancong amat berminat untuk mengetahui sedikit sebanyak maklumat berkaitan ciri-ciri sesebuah tempat meliputi latarbelakang dalam aspek sejarahnya, geografi, kebudayaan dan kemudahan yang ditawarkan. Pusat penerangan pelancongan amat penting kepada pelancong di mana hampir 90 responden yang dikaji menyatakan mereka seringkali pergi ke sini apabila tiba di sesebuah destinasi pelancongan (Deery, Jago, Cummings, 2002). Davidson (1996) dalam Deery, Jago, Cummings, (2002) juga pula menyatakan seramai 10.7 juta pelancong British menggunakan perkhidmatan yang disediakan pusat penerangan pelancongan di Britain pada tahun 1989.

## PUSAT PENERANGAN PELANCONGAN YANG BERKESAN

Menurut Hazlin Jamari (2007), pusat penerangan pelancongan yang berkesan perlu mempunyai ciri-ciri seperti berikut:

- i. Mempunyai tarikan yang mendorong pelancong mengulangi lawatan ke destinasi.
- ii. Bahan maklumat kepada pelancong / pelawat seperti :
  - Peta pelancong
  - Brosur
  - Maklumat tentang pelancongan dan masa termasuklah kalendar acara
  - Penunjuk arah / laluan
  - Masa operasi di tempat tarikan atau aktiviti
  - Maklumat mengenai individu / alamat / nombor telefon yang boleh dihubungi
  - Lain-lain maklumat yang diperlukan pelancong
- iii. Lokasi pusat penerangan pelancongan. Kedudukan yang sesuai dan strategik berupaya menarik bilangan kedatangan pelancong dalam jumlah yang besar
- iv. Perkhidmatan dan kemudahan meliputi waktu operasi seperti dibuka sepanjang tahun, dalam erti kata lain 7 hari seminggu atau 24 jam sehari. Kemudahan pula bermaksud mempunyai bilangan yang mencukupi dan lengkap seperti bilik tayangan, mempunyai ruang yang luas, komputer dan sebagainya
- v. *Key point Contact* yang meliputi :
  - Promosi (mempromosi tempat-tempat tarikan, perniagaan tempatan)
  - Penajaan bagi acara / majlis / dan lain-lain

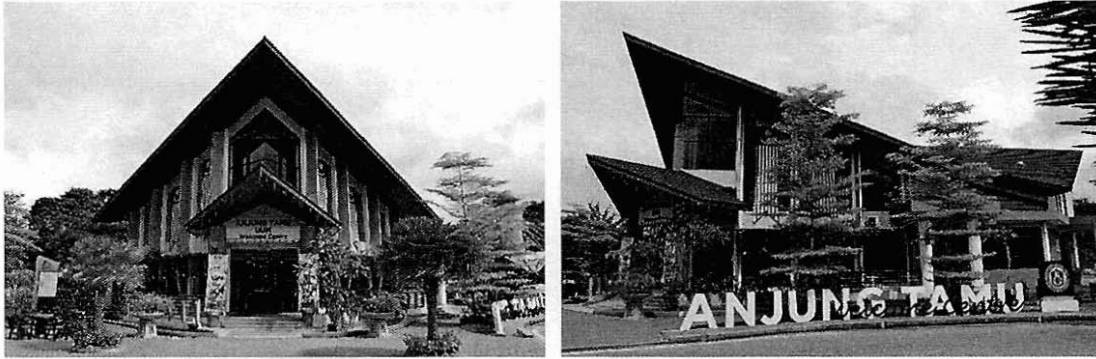
- Menyediakan maklumat
- **Menyelaras siri-siri / bengkel** berkaitan industri
- Bertindak sebagai saluran agihan (*Channel distributor*)

#### **ANJUNG TAMU, UNIVERSITI UTARA MALAYSIA**

Penubuhan Anjung Tamu, Universiti Utara Malaysia adalah cetusan idea Yang Berbahagia Profesor Dato' Seri Dr. Mustafa Ishak, Naib Canselor Universiti Utara Malaysia hasil lawatannya ke salah sebuah universiti di Amerika Syarikat pada tahun 2011. Sekembalinya daripada lawatan tersebut, beliau mencadangkan supaya Universiti Utara Malaysia perlu membangunkan sebuah pusat penerangan untuk memberikan maklumat disamping mewujudkan suasana 'sense of welcoming' kepada pelawat. Pembinaan bangunan Anjung Tamu bermula pada tahun 2012 dan tanggal 15 Jun 2014, bangunan ini telah dibuka secara rasmi (UUM Welcome Center, 2014).

Ciri-ciri menarik yang terdapat dalam rekabentuk bangunan Anjung Tamu adalah berasaskan gubahan sirih junjung yang menjadi simbol penting dalam pelbagai upacara dan adat masyarakat Melayu. Sirih yang tersusun rapi di dalam tepak sirih sering digunakan sebagai pembuka bicara mengalu-alukan kedatangan tetamu di ruang anjung serambi rumah. Susun atur dan fungsi ruang diadaptasikan daripada ruang rumah tradisional Melayu yang mengandungi elemen-elemen seperti serambi, rumah ibu, rumah tengah, ruang jemuran, rumah dapur dan loteng yang terletak di bahagian atas rumah. Ciri-ciri senibina Islam juga diterapkan pada rekabentuk bangunan ini seperti pemasangan konkrit bercorak geometri di dinding surau. Sistem pengudaraan dan pencahayaan semulajadi diterapkan dengan menggunakan kaca sebagai material untuk membiaskan cahaya matahari. Anjung Tamu ini direka dengan menitikkan kesepaduan persekitaran semulajadi yang diterjemahkan melalui landskap di keliling bangunan (Universiti Utara Malaysia, 2014).

Anjung Tamu ini mempunyai 6 ruang utama meliputi anjung pintu masuk, lobi utama, ruang pameran, ruang terbuka (antara surau dan tandas), ruang dapur dan pejabat urusan. Setiap ruang ini disusun berdasarkan ruang-ruang yang terdapat di sesebuah rumah tradisional Melayu. Setiap pelawat yang masuk disambut mesra oleh kakitangan pusat penerangan dan mereka akan dibawa untuk melihat pameran-pameran yang terdapat di bangunan ini. Replika pokok sintok merupakan tarikan utama yang wajib dikunjungi kerana amat sinonim dengan kedudukan UUM di lembah Sintok, Kedah. Pelawat akan diberi penerangan berkaitan pokok ini dan dibawa melawat ke ruang-ruang lain yang tertumpu kepada sejarah penubuhan universiti, tarikan-tarikan pelancongan yang terdapat di UUM, aktiviti-aktiviti pelajar, pencapaian dan pengiktirafan UUM serta Laman Padi yang secara tidak langsung menggambarkan imej pelancongan Negeri Kedah.



Senibina Bangunan Anjung Tamu, Universiti Utara Malaysia berdasarkan gubahan sirih junjung dan menerapkan ciri-ciri rumah Melayu tradisional

Bilangan pelawat yang mengunjungi Anjung Tamu amat menggalakkan. Pada tahun 2014 seramai 41,276 pelawat dicatatkan meningkat kepada 799,874 pelawat pada tahun 2015. Bilangan ini terus mencatatkan peningkatan kepada 1,000,010 pelawat pada tahun 2016. Pelawat ini terdiri daripada tetamu yang datang ke universiti atas urusan rasmi (tempatan dan antarabangsa). Mereka ini terdiri daripada rombongan pelajar sekolah, universiti awam, kakitangan jabatan kerajaan, tokoh-tokoh terkemuka dan artis disamping orang awam yang datang untuk mendapatkan maklumat berkaitan universiti dan merakamkan kenangan di sini (UUM Welcome Center, 2016).

#### **PENEMUAN PENYELIDIKAN**

Berdasarkan 100 orang responden yang dikaji, ciri-ciri pelawat terdiri daripada warganegara Malaysia (83.0%), berumur dalam lingkungan 21 – 45 tahun (77.0%), memiliki pendidikan di peringkat diploma, sarjana muda dan sarjana (64.0%), telah berkahwin (69.0%), berkerja sendiri dan swasta (59.0%) dan berpendapatan antara RM 1001 – RM 5000 sebulan (73.0%).

Majoriti responden pernah melawat UUM sebelum ini iaitu lebih daripada sekali (83.0%). Mereka datang ke UUM atas tujuan lawatan rasmi, urusan dengan pusat tanggungjawab, menghadiri konvokesyen dan pendaftaran pelajar baharu, menghantar dan mengambil anak selain mendapatkan maklumat berkaitan program yang ditawarkan oleh UUM. Mereka datang ke UUM bersama pasangan, ahli keluarga dan kawan (81.0%). Sebahagian besar mereka tidak bermalam di UUM (84.0%) kerana terus balik setelah urusan selesai.

Majoriti responden (92.0%) menyatakan UUM amat unik berbanding dengan universiti lain kerana keindahan landskap (kehijauan hutan, ketenangan) disamping menawarkan pelbagai aktiviti kepada pelawat yang datang (sukan, rekreasi dan acara yang menarik). Keindahan Anjung Tamu UUM digambarkan dengan maklumbalas yang dinyatakan oleh pelawat seperti:

- 'Menyediakan perkhidmatan 'Rest & Relax' (R&R) yang memuaskan di mana pelawat berpeluang untuk berehat sebentar sebelum meneruskan perjalanan'.
- 'Perkhidmatan hospitaliti yang memuaskan, layanan kakitangan yang peramah dan berusaha memenuhi permintaan pelawat'.
- 'Persekitaran yang cantik, hijau dan menyegarkan terasa seperti ingin berkerja disini'.
- 'Jika di Anjung Tamu sudah indah, pasti UUM lebih indah dan cantik'.

Secara keseluruhan, pelawat yang mengunjungi Anjung Tamu berpuas hati dengan bahan maklumat, kemudahan, perkhidmatan yang disediakan. Walaupun begitu mereka juga menyatakan ketidakpuasan hati daripada aspek tempat letak kenderaan yang amat terhad. Kesesakan lalulintas berlaku terutamanya pada hari konvokesyen dan pendaftaran pelajar baharu kerana ramai dikalangan pelajar dan ahli keluarga berhenti disini untuk mengambil gambar. 'Automated Teller Machine' (ATM) yang disediakan memudahkan orang ramai untuk berurusan tetapi sedikit sebanyak menyumbang kepada kesesakan lalulintas. Selain itu, responden juga menyatakan ketidakpuasan hati terhadap masa operasi Anjung Tamu yang hanya dibuka pada hari berkerja sahaja (Ahad – Khamis). Mereka berpandangan Anjung Tamu sepatutnya dibuka 7 hari seminggu bagi memudahkan pelawat mendapatkan pelbagai maklumat berkaitan universiti. Laman Padi yang terdapat di Anjung Tamu amatlah kecil dan penerangan berkaitan laman padi sukar dibaca. Sebaiknya Laman Padi ini dibangunkan secara sistematik dan dipadankan dengan pakej-pakej pelancongan pertanian (agrotourism) untuk memudahkan pelawat mengunjungi destinasi berkaitan seperti Homestay dan Muzium Padi. Mereka juga menyatakan Anjung Tamu juga perlu mempromosikan destinasi pelancongan yang terdapat di Negeri Kedah dan tidak terhad kepada maklumat-maklumat berkaitan UUM (rujuk Jadual 3.1).

**Jadual 3.1 : Tahap Kepuasan Pelawat Terhadap Kemudahan dan Perkhidmatan Yang Disediakan di Anjung Tamu, UUM**

Perkara	Amat Tidak Puashati	Tidak Puashati	Puashati	Amat Puashati
Peta Pelancong	0	3	70	27
Brosur	0	8	74	18
Maklumat berkaitan pelancongan / kalendar acara	0	3	80	17
Penunjuk arah	0	7	77	16
Masa operasi	0	23	57	20
Maklumat berkaitan individu / alamat / nombor telefon yang boleh dihubungi	2	11	65	24
Lain-lain maklumat yang diperlukan pelancong	0	15	52	33
Tandas	0	3	74	23
Surau	0	0	64	22
Kedai Cenderahati	0	11	70	19
Tempat Letak Kenderaan	4	51	28	17
Laman Padi	0	22	54	24

*Nota : Responden hanya memberi 1 jawapan bagi setiap soalan (n=100). Maklumbalas mengenai surau tidak diperolehi 100% kerana 14 daripada responden bukan beragama Islam.*

Majoriti responden (100.0%) bersetuju kedudukan Anjung Tamu yang terletak di pintu masuk UUM amat sesuai. Ia mewujudkan 'sense of welcoming' kepada pelawat disamping menjadi tempat di mana orang awam mengabadikan kenangan dengan sesi fotografi. Ramai dikalangan pengantin memilih Anjung Tamu sebagai lokasi fotografi kenangan.

Responden juga menyatakan kepuasan hati (85.0%) terhadap ruang bangunan Anjung Tamu yang sesuai dengan lokasi, mempunyai ruang yang luas, kemudahan Wi-Fi dan ruang beristerirehat. Walaupun begitu mereka berpandangan pihak pengurusan Anjung Tamu perlu menyediakan sebuah komputer bagi memudahkan pelawat menggunakannya untuk pelbagai tujuan berkaitan universiti.

## KESIMPULAN

Salah satu kejayaan sesebuah destinasi adalah bergantung kepada peranan yang dimainkan oleh pusat penerangan pelancongan. Kemudahan dan perkhidmatan yang disediakan amat membantu pelancong



sepanjang perjalanan mereka ke sesebuah destinasi. Maklumat-maklumat yang disampaikan, perkhidmatan yang disediakan, layanan kakitangan, kemudahan awam yang terdapat di pusat penerangan pelancong mampu mempengaruhi perasaan pelancong sekaligus meninggalkan nostalgia kepada mereka. Penubuhan Anjung Tamu dilihat sebagai perancangan yang berjaya oleh pihak pengurusan universiti dalam menyebarkan maklumat berkaitan universiti kepada orang awam disamping mewujudkan imej 'Universiti Pengurusan Terkemuka'. Walau bagaimanapun, beberapa penambahbaikan perlu dilakukan bagi memastikan pusat penerangan pelancongan ini terus efisien dalam menyampaikan maklumat dan menjadi tempat rujukan pelbagai pihak berkaitan dengan perancangan, pencapaian dan pembangunan universiti secara keseluruhannya.

## **Rujukan**

- Aulya Khairatun Hisan. (2016). *Satisfaction of UUM Visitors Towards UUM Welcome Center*. Dissertation. Universiti Utara Malaysia.
- Deery, Jago & Cummings (2002). *Tourist Preferences in the Use of Information Technology: The case of Visitor Information Centers*, Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, Australian Commonwealth Governments.
- Hazlin Jamari. (2007). *Kajian Terhadap Malaysia Tourism Center (MTC) Sebagai Pusat Penerangan Pelancongan Dengan Melihat Maklumbalas Di Kalangan Agensi Pelancongan*. Tesis. Universiti Teknologi Malaysia.
- Universiti Utara Malaysia (2013). *About UUM*, Retrieved 29 November 2016, from <http://www.uum.edu.my>
- UUM Press (2016). *Discover UUM: The University in The Green Forest*. Sintok: UUM Press.
- UUM Welcome Center (2016). *Bilangan Pelawat ke Anjung Tamu 2014 – 2016*. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- UUM Welcome Center (2015). *Pas Pelawat Anjung Tamu*. Dicapai pada 20 Disember 2016 daripada <http://www.uum.edu.my>
- UUM Welcome Center (2014). *Anjung Tamu*. Sintok: Universiti Utara Malaysia.
- UUM Welcome Center (2014). *Anjung Tamu: Peta Kampus*. Sintok: Universiti Utara Malaysia.