

8.0 KAJIAN PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP PROGRAM SAMBUTAN 50 TAHUN MARDI

Aimi Athirah Ahmad*, Hairuddin Mohd Amir*, Ahmad Zairy Zainol Abidin*, Zawiyah Pono*, Mohd Tarmizi Haimid*, Nor Azlina Saari*, Nurul Huda Sulaiman*, Asruldin Ahmad Sobri*, Alam Abdul Rahman* dan Muhammad Hakimi Harun*

*Pusat Penyelidikan Sosio Ekonomi, Agribisnes dan Risikan Pasaran

8.1 PENDAHULUAN

MARDI merupakan agensi di bawah Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA) yang ditubuhkan dengan mandat menjana dan memindahkan teknologi dalam sektor pertanian. Peranan MARDI turut diperkasai dari semasa ke semasa bagi memacu sektor pertanian supaya berkembang dan seterusnya menyumbang kepada pembangunan sosioekonomi negara.

Setelah 50 tahun penubuhannya, MARDI telah banyak menyumbang kepada pembangunan ekonomi negara melalui pendekatan inovasi dan teknologi. Banyak teknologi telah dibangunkan meliputi penghasilan varieti baru tanaman dan pemindahan teknologi meliputi penggunaan teknologi mekanisasi dan automasi yang boleh meningkatkan kecekapan pengurusan ladang dan pengilangan, teknologi yang boleh mengekang dan mengawal serangan penyakit dan perosak tanaman, teknologi yang berupaya meningkatkan produktiviti pengeluaran dan teknologi yang boleh meningkatkan daya saing produk pertanian di pasaran dalam dan luar negara. Oleh yang demikian, Majlis Sambutan 50 tahun MARDI yang julung kali diadakan bertujuan memperkenalkan kejayaan dan teknologi signifikan bagi tempoh 50 tahun ini. Majlis ini disempurnakan oleh YB Dato' Haji Salahuddin Ayub, Menteri Pertanian dan Industri Asas Tani (MOA). Beberapa kenamaan lain yang turut hadir adalah, Ketua Setiausaha Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, Ketua Pengarah Institut Penyelidikan dan Kemajuan Pertanian Malaysia (MARDI) dan ketua-ketua agensi serta jabatan.

8.2 LATAR BELAKANG

Tujuan kajian ini adalah bagi mendapatkan maklum balas awam mengenai peranan MARDI dan keberkesanan penganjuran program Sambutan 50 Tahun MARDI yang dilaksanakan oleh Institut Penyelidikan dan Kemajuan Pertanian Malaysia (MARDI).

Objektif khusus:

1. Mengenal pasti medium hebahan yang paling sesuai dalam mempromosikan program Sambutan 50 Tahun MARDI.
2. Mengenal pasti tujuan pengunjung hadir ke program Sambutan 50 Tahun MARDI.

3. Mengetahui maklumat dan reruai yang ingin dikunjungi pengunjung.
4. Menganalisis persepsi pengunjung terhadap program Sambutan 50 Tahun dan peranan MARDI.
5. Menentukan faktor yang mempengaruhi tujuan responden hadir ke program Sambutan 50 Tahun MARDI.

8.3 METODOLOGI

Kajian ini melibatkan data primer yang diperoleh melalui survei lapangan yang dijalankan ke atas 220 orang responden yang terdiri daripada pengunjung yang hadir ke program Jubli Emas MARDI berdasarkan kaedah persampelan rawak. Responden perlu menjawab satu set soal selidik yang disediakan.

Data analisis kuantitatif dilakukan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 23 untuk menilai hubungan antara pemboleh ubah yang dikaji. Dalam kajian ini terdapat 3 jenis analisis yang dijalankan bagi menjawab lima objektif iaitu analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis tabulasi silang (*crosstabulation*) serta Ujian Chi Square (χ^2).

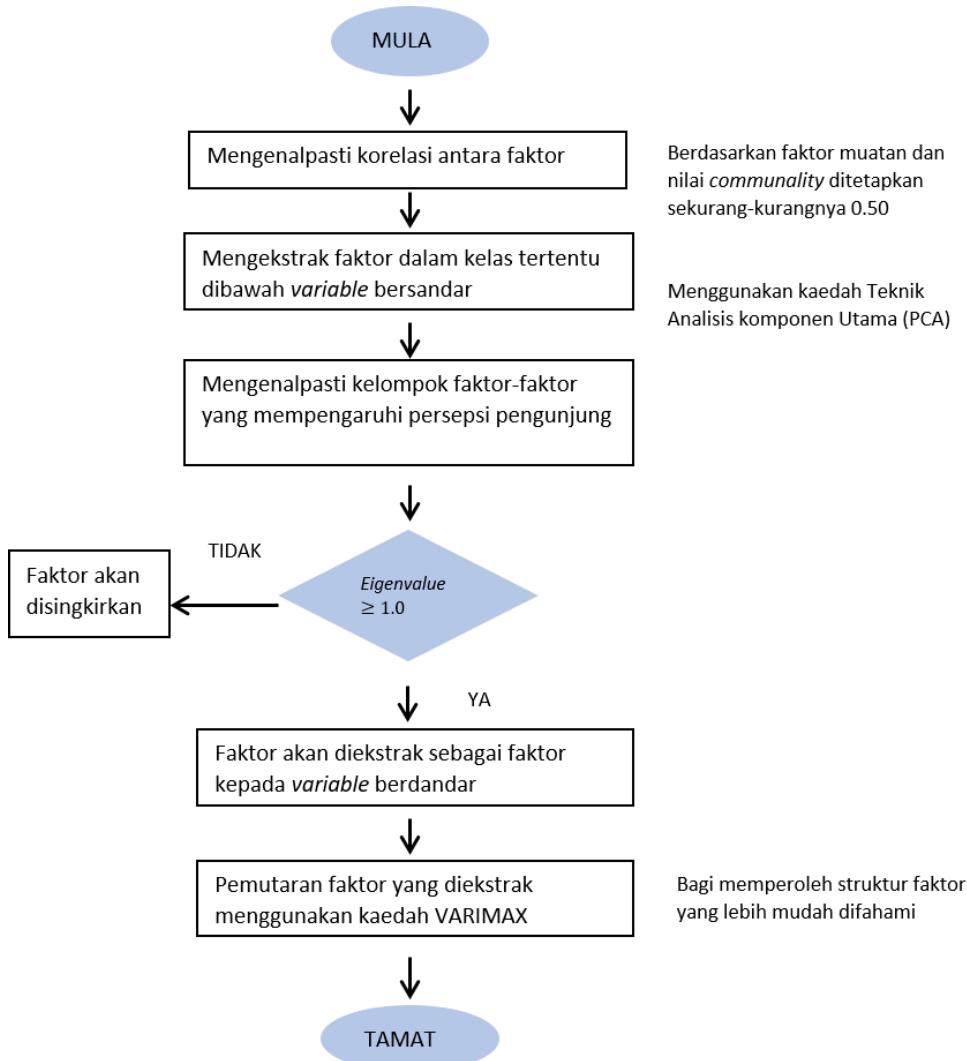
i) Analisis deskriptif

Kaedah statistik keperihalan atau deskriptif dijalankan bagi analisis awal dan untuk memahami data persepsi pengunjung serta menentukan demografi profil responden.

ii) Analisis faktor

Analisis faktor dijalankan bagi mengenal pasti, mengurangkan serta menyusun sebilangan besar item soal selidik ke dalam kelas tertentu di bawah suatu *variable* bersandar (Chua Yan Piau, 2014). Ujian *reliability* perlu dijalankan terlebih dahulu bagi mengenal pasti item-item dalam soalan kaji selidik *reliable* atau tidak. Nilai Cronbach's Alpha melebihi 0.7 menunjukkan item-item adalah sangat *reliable* dan sesuai dianalisis menggunakan kaedah faktor analisis.

Kemudian ujian Bartlett's dan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) digunakan bagi mengenal pasti sama ada korelasi antara item mencukupi untuk melakukan analisis faktor dan untuk mengesan multi-collineariti antara item. Nilai (p -value < 0.05) dalam ujian Bartlett's menunjukkan item-item adalah mencukupi manakala nilai ($KMO > 0.5$) menunjukkan kesesuaian analisis faktor dan tidak mempunyai masalah multi-collineariti yang serius. Proses analisis faktor ini boleh diterangkan melalui carta alir di bawah,



Rajah 8.1. Carta alir kaedah faktor analisis bagi menentukan faktor yang mempengaruhi persepsi pengunjung terhadap program sambutan 50 tahun MARDI

iii) Analisis tabulasi silang (*crosstabulation*) dan Ujian Chi Square (χ^2)

Tabulasi silang (*crosstabulation*) adalah satu jadual yang terdiri daripada beberapa kumpulan frekuensi bagi beberapa pemboleubah. Manakala ujian *Chi Square* (χ^2) digunakan apabila hendak mengetahui hubungan antara dua pembolehubah nominal, contoh seperti, adakah terdapat hubungan antara kepatuhan dengan latar belakang pendidikan. Ia boleh dijelaskan lagi dalam persamaan hipotesis di bawah.

Hipotesis null: Tiada hubungan antara faktor kehadiran pengunjung dan latar belakang pendidikan

Hipotesis alternatif: Terdapat hubungan antara faktor kehadiran pengunjung dan latar belakang pendidikan

Nilai Pearson Chi Square yang signifikan (nilai $p < 0.05$) hipotesis null ditolak dan ini bermaksud terdapat hubungan antara 2 pembolehubah tersebut. Sekiranya terdapat hubungan, selanjutnya nilai Cramer's V digunakan untuk melihat kekuatan hubungan antara dua pembolehubah tersebut dan boleh ditafsirkan sebagai hubungan positif/negatif yang (sangat lemah, lemah, sederhana, kuat, sangat kuat).

8.4 DAPATAN KAJIAN

Merujuk kepada *Jadual 8.1*, kebanyakan responden yang terlibat adalah daripada golongan wanita iaitu sebanyak 54.1% berbanding dengan lelaki iaitu dengan peratusan 45.9%. Secara purata umur responden adalah dalam usia 40-an dengan umur minimum dan maksimum adalah 15 tahun dan 78 tahun.

Majoriti responden yang terlibat dalam kajian ini adalah daripada golongan yang bekerja iaitu 25% bekerja dalam perkhidmatan awam, 25.9% staf swasta dan 24.5 % usahawan atau bekerja sendiri. Selain itu, pengunjung yang hadir adalah daripada pelbagai sektor dan sektor usahawan adalah yang paling tinggi (18.2%) diikuti dengan sektor pertanian (17.1%). Hal ini adalah disebabkan fungsi dan peranan MARDI itu sendiri menjurus kepada pertanian dan juga keusahawanan produk-produk IAT.

Jadual 8.1. Sosiodemografi responden

Kategori		Peratus	n	Missing value
Jantina	0 = Lelaki	45.9%	220	0%
	1= Perempuan	54.1%		
Umur	Minimum	15 tahun	220	0.91%
	Maksimum	75 tahun		
	Purata	44.5 tahun		
Status pekerjaan	1 = Bekerja kerajaan	25%	220	0.45%
	2 = Bekerja swasta	25.9%		
	3 = Pelajar	7.3%		
	4 = Bekerja sendiri/Usahawan	24.5%		
	5 = Lain-lain	16.8%		
Sektor pekerjaan	1 = Pertanian	17.1%	220	1.82%
	2 = Pembuatan	8.2%		
	3 = Perniagaan	18.2%		
	4 = Penyelidikan	8.2%		
	5 = Pendidikan	9.1%		
	6 = Lain-lain	36.8%		
Tahap pendidikan	1 = Institusi pengajian tinggi	71.4%	220	0.45%
	2 = Sekolah	25.9%		
	3 = Tidak bersekolah	0.9%		
	4 = Lain-lain	1.4%		
Penyertaan	1 = Pekerja agensi	8.2%	220	0.91%
	2 = Peniaga	9.5%		
	3 = Pengunjung	81.4%		

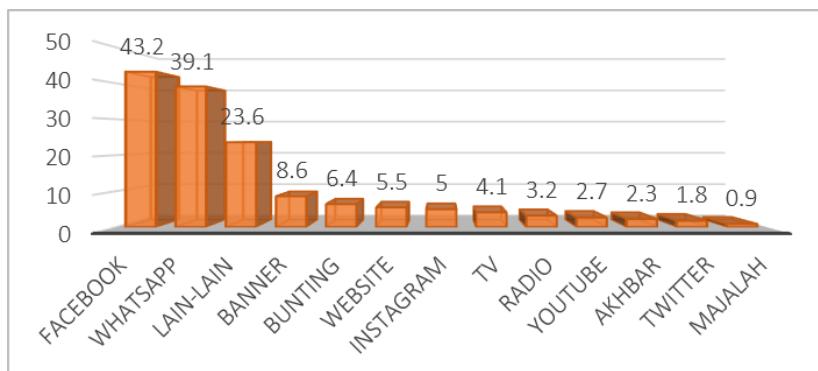
Sumber: Data kajian (2019)

8.4.1 Medium hebahan yang berkesan bagi program Jubli Emas MARDI

Salah satu objektif kajian ini adalah untuk mendapatkan maklum balas pengunjung terhadap promosi yang dilakukan oleh MARDI dalam menyampaikan maklumat berkaitan program sambutan jubli emas ini. Ia amat penting bagi meningkatkan pengurusan promosi dan pengiklanan terutamanya di MARDI agar sentiasa relevan dengan perkembangan terkini dalam bidang pengiklanan, promosi dan pemasaran serta dapat menyampaikan maklumat yang terkini dan berkesan.

Dapatan kajian menunjukkan media sosial seperti aplikasi Facebook dan Whatsapp adalah medium hebahan yang tertinggi dengan masing-masing mencatat seramai 43.2% dan 39.1% pengunjung yang mendapat maklumat. Ini dapat dibuktikan dengan kajian oleh Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahawa media sosial merupakan sebagai alat perantara yang dilakukan oleh masyarakat untuk menerima serta menyebarkan maklumat promosi sama ada dalam bentuk teks, gambar, audio dan video kepada orang lain. Selain itu, dengan kecanggihan yang sedia ada, pengunjung lebih gemar menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium utama untuk mereka berhubung dan memperoleh maklumat dan maklum balas daripada pihak urus setia lebih cepat, pantas dan mesra pengguna (Daud et al. 2018).

Medium hebahan yang ketiga tertinggi (23.6%) adalah lain-lain di mana ia meliputi hebahan melalui staf MARDI itu sendiri yang terdiri daripada keluarga dan kawan kepada pengunjung. Walaupun dalam era kepesatan media sosial, *banner* dan *bunting* juga masih relevan dalam mempromosikan sesuatu program atau acara kerana sebagai contoh seramai 8.6% dan 6.4% pengunjung mengetahui akan program ini melalui *banner* dan *bunting*.



Rajah 8.2. Peratusan pengunjung mengikut medium hebahan bagi program Jubli Emas MARDI

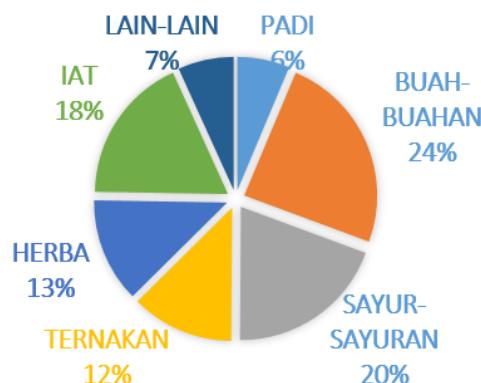
Sumber: Data kajian (2019)

8.4.2 Maklumat teknologi dan reruai yang ingin dikunjungi pengunjung

Objektif utama penganjuran program Jubli Emas MARDI ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung akan kejayaan dan produk-produk penyelidikan mengikut kluster pencapaian yang signifikan. Dalam borang soal selidik pengunjung perlu menjawab berkenaan reruai yang ingin dilawati.

Majoriti pengunjung berminat untuk mendapatkan maklumat berkaitan buah-buahan (24%) diikuti dengan sayur-sayuran sebanyak 20%. Reruai IAT (18%) merupakan reruai yang juga banyak menarik ramai pengunjung hadir ke program ini. Selain daripada itu, pengunjung yang ingin mengunjungi reruai herba dan ternakan adalah seramai 13% dan 12%. Manakala seramai 6% daripada pengunjung ingin mengunjungi reruai padi.

Reruai buah-buahan menjadi tumpuan kerana pengunjung ingin mendapatkan anak pokok serta ingin membeli buah-buahan. Bagi aktiviti dan pameran seperti ini, MARDI perlu lebih kreatif dalam menghias reruai-reruai dan tambahan hiasan yang mengikut trend semasa seperti reruai foto bagi menarik lebih ramai pengunjung.



Rajah 8.3. Peratusan pengunjung mengikut reruai yang ingin dikunjungi di program Sambutan 50 Tahun MARDI

Sumber: Data kajian (2019)

8.4.3 Persepsi pengunjung terhadap program sambutan 50 Tahun dan peranan MARDI

Persepsi pengunjung dapat dikenal pasti dengan menggunakan kaedah analisis faktor. Kesesuaian analisis faktor terhadap data dan item kajian dapat diukur menggunakan beberapa ujian seperti ujian KMO dan Bartlett's. Berdasarkan Jadual 8.2, Nilai KMO melebihi 0.5 dan ujian Bartlett's yang signifikan ($p\text{-value} < 0.05$) menunjukkan kesesuaian data yang boleh dianalisis menggunakan kaedah analisis faktor. Di samping itu juga, nilai Cronbach's Alpha melebihi 0.7 memberikan gambaran bahawa data yang digunakan adalah melebihi 70% konsisten dalam setiap pernyataan dalam borang soal selidik bagi analisis faktor (Nurulhuda et al. 2009).

Jadual 8.2. Keputusan ujian reliabiliti bagi analisis faktor

Cronbach's Alpha	KMO	Bartlett's Test
0.94	0.927	2922.423 **

** Nilai signifikan pada nilai $\alpha < 0.05$

Keputusan analisis faktor menunjukkan 3 faktor persepsi pengunjung yang dapat dikenal pasti dan dapat diterangkan oleh 64.27% keseluruhan *varians* dalam kajian (*Jadual 8.3*). Antara 3 faktor tersebut, faktor yang utama dengan jumlah *varians* sebanyak 33.22% daripada keseluruhan *varians* adalah “Peranan dan Sumbangan MARDI”. Selain itu, faktor Program Jubli Emas dan Visibiliti MARDI menjelaskan jumlah *varians* masing-masing sebanyak 18.32% dan 12.73% daripada keseluruhan *varians*.

Berdasarkan analisis faktor ini dapat dihuraikan bahawa faktor peranan dan sumbangan MARDI itu sendiri amat penting dalam menarik minat untuk menyertai program-program seperti jubli emas ini. Peranan dan sumbangan MARDI ini juga mampu mencerminkan kejayaan kerajaan khususnya Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani dalam menyediakan bukan sahaja penyelidikan malah perkhidmatan pertanian yang menyeluruh kepada masyarakat. (Zulfamy 2018). Selain itu, faktor kejayaan dan peranan sesebuah jabatan bagi setiap program yang dianjurkan menunjukan hubungan positif kepuasan pengunjung (Kouthouris dan Alexandris 2005).

Faktor kedua adalah keberkesanannya program itu sendiri. Keberkesanannya program dinilai dari segi output daripada sesuatu program yang mencapai matlamat yang telah ditetapkan dan memberikan perubahan dari segi reaksi, pembelajaran kepada pengunjung yang hadir ke program yang dianjurkan ('Aifaa 2013). Visibiliti program dan penganjur juga adalah antara faktor utama dalam persepsi pengunjung terhadap program-program seperti ini. Pelbagai kaedah terkini seperti penggunaan media sosial dapat meningkatkan visibiliti dalam penganjuran program seperti ini.

Jadual 8.3. Persepsi pengunjung terhadap program sambutan 50 Tahun dan peranan MARDI

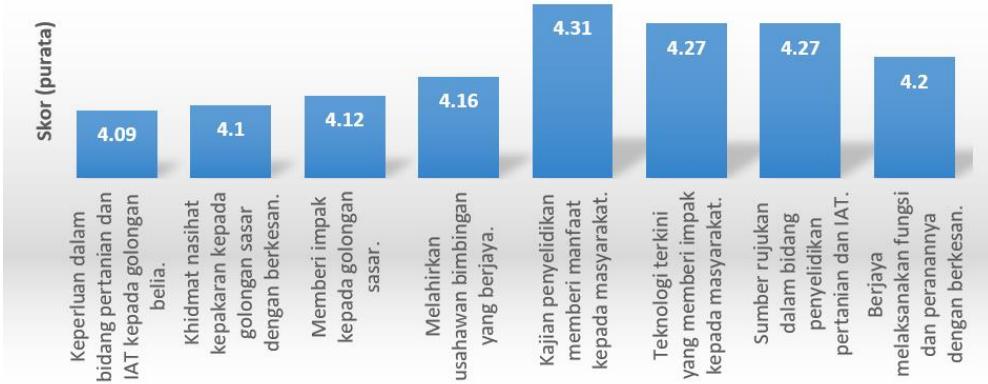
	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation	
PERANAN DAN SUMBANGAN MARDI	Keperluan dalam bidang pertanian dan IAT kepada golongan belia.	218	1	5	4.09	0.837
	Khidmat nasihat kepakaran kepada golongan sasar dengan berkesan.	220	1	5	4.1	0.746
	Memberi impak kepada golongan sasar.	220	1	5	4.12	0.767
	Melahirkan usahawan bimbingan yang berjaya.	219	1	5	4.16	0.817
	Kajian penyelidikan memberi manfaat kepada masyarakat.	220	1	5	4.31	0.725
	Teknologi terkini yang memberi impak kepada masyarakat.	220	1	5	4.27	0.745
	Sumber rujukan dalam bidang penyelidikan pertanian dan IAT.	220	1	5	4.27	0.72
	Berjaya melaksanakan fungsi dan perannya dengan berkesan.	220	1	5	4.2	0.719
	Tempoh penganjuran memadai.	220	1	5	4.06	0.958
	Maklumat tentang MARDI yang disampaikan berkesan.	218	2	5	3.96	0.855
KETERKESANAN PROGRAM	Maklumat tentang MARDI yang disampaikan adalah bersesuaian.	219	2	5	4.15	0.727
	Kerajaan mementingkan pencapaian agensi.	220	1	5	4.22	0.747
	Kesedaran masyarakat tentang aktiviti pertanian.	220	2	5	4.24	0.771
	Berjaya menaikkan imej MARDI.	219	2	5	4.29	0.752
	Akan mengunjungi dan menyertai aktiviti yang dianjurkan oleh MARDI pada masa akan datang.	220	1	5	4.45	0.678
VISIBILITI	Berpotensi mengembangkan pengetahuan/perniagaan saya.	220	1	5	4.3	0.77
	Mengetahui maklumat/isu MARDI melalui papan iklan, TV, radio, majalah dan sebagainya.	220	1	5	3.94	0.937
	Mengetahui maklumat/isu MARDI melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan sebagainya.	220	1	5	4.02	0.919
	Mengetahui dan memahami akan fungsi MARDI dengan jelas.	219	1	5	4.07	0.796

Skala likert: 1 - Sangat tidak setuju, 2 - Tidak setuju, 3 - Tidak pasti, 4 - Setuju, 5 - Sangat setuju

Sumber: Data kajian (2019)

i) Peranan dan sumbangan MARDI

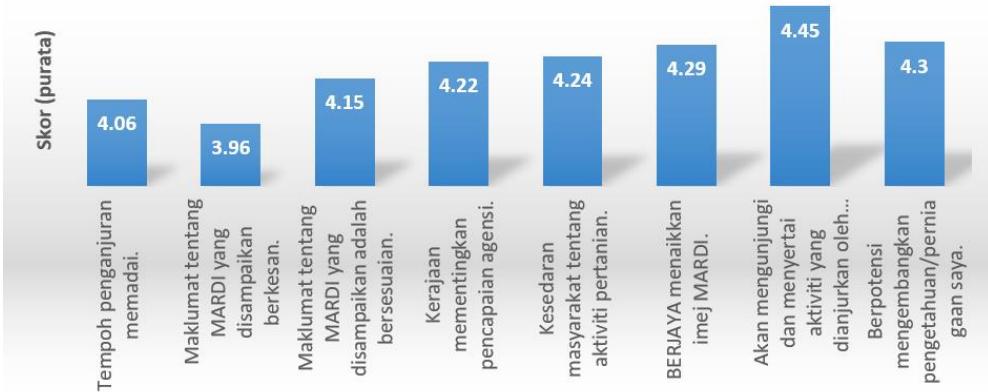
Rajah 8.4 menunjukkan purata skor setiap item dalam faktor peranan dan sumbangan MARDI. Berdasarkan skala likert ke semua item menunjukkan nilai 4 – 5 menunjukkan pengunjung setuju dengan setiap item. Item yang memberikan purata skor tertinggi adalah kajian penyelidikan memberi manfaat kepada masyarakat (4.31). Diikuti dengan item teknologi terkini yang dapat memberi impak kepada masyarakat (4.27) dan sumber rujukan dalam bidang penyelidikan pertanian dan IAT (4.27). Skor yang paling rendah adalah keperluan dalam bidang pertanian dan IAT kepada golongan belia (4.09).



Rajah 8.4. Purata skor bagi setiap item yang menunjukkan peranan dan sumbangan MARDI
Sumber: Data kajian (2019)

ii) Keberkesan program jubli emas

Persepsi pengunjung terhadap keberkesanannya program jubli emas dapat dibahagikan kepada 8 item. Purata skor tertinggi adalah pengunjung akan mengunjungi dan menyertai aktiviti yang dianjurkan oleh MARDI pada masa akan datang (4.45) manakala purata terendah adalah maklumat tentang MARDI disampaikan adalah bersesuaian (3.96). Lain-lain item dapat dirujuk pada *Rajah 8.5*.



Rajah 8.5. Purata skor bagi setiap item yang menunjukkan keberkesanannya program jubli emas

Sumber: Data kajian (2019)

iii) Visibiliti MARDI

Rajah 8.6 memaparkan purata skor setiap item yang mewakili visibiliti MARDI. Dalam faktor visibiliti MARDI purata skor terendah adalah mengetahui maklumat/isu MARDI melalui papan iklan, televisyen, radio majalah dan sebagainya (3.94). Rata-rata responden setuju bahawa mereka mengetahui dan memahami akan fungsi MARDI dengan jelas (4.07) dan mengetahu maklumat/isu MARDI melalui media sosial (4.02).

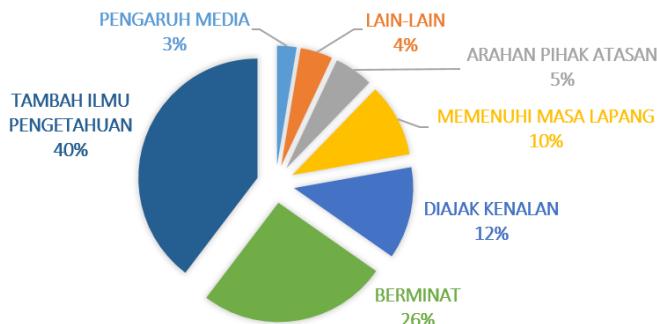


Rajah 8.6. Purata skor bagi setiap item yang menunjukkan visibiliti MARDI

Sumber: Data kajian (2019)

8.4.4 Faktor yang mempengaruhi pengunjung hadir ke program Jubli Emas MARDI

Rajah 8.7 menunjukkan peratusan tujuan pengunjung hadir ke Sambutan 50 tahun MARDI di mana seramai 40% pengunjung hadir ke program ini untuk menambah ilmu pengetahuan. Selain menambah ilmu pengetahuan, seramai 26% hadir kerana minat mereka terhadap program seperti ini. Pengaruh rakan juga menyumbang kepada 12% pengunjung hadir ke program ini. Seramai 10% pengunjung pula hadir ke sini untuk mengisi masa lapang. Selain itu, tujuan-tujuan lain adalah arahan pihat atasan (10%), pengaruh media (3%) serta lain-lain tujuan (4%).



Rajah 8.7. Peratusan tujuan pengunjung hadir ke Sambutan 50 tahun MARDI

Sumber: Data kajian (2019)

Berdasarkan Rajah 8.7 juga, ujian Chi Square, χ^2 dan tabulasi silang (crosstabulation) dijalankan bagi mengetahui hubungan antara 2 pemboleh ubah nominal sebagai contoh adakah terdapat hubungan antara pengunjung yang hadir untuk menambah ilmu pengetahuan dengan latar belakang pekerjaan beliau. Ia dapat juga diterangkan dalam hubungan hipotesis seperti dibawah

H_0 = Tiada hubungan antara pengunjung yang hadir untuk menambah ilmu dengan latar belakang pekerjaan

H_1 = terdapat hubungan antara pengunjung yang hadir untuk menambah ilmu dengan latar belakang pekerjaan

Seterusnya jika terdapat hubungan, nilai Cramer's V digunakan untuk melihat kekuatan hubungan antara dua pembolehubah tersebut dan bolehlah kita tafsirkannya sebagai hubungan positif/negatif yang (sangat lemah, lemah, sederhana, kuat, sangat kuat).

Jadual 8.4. Tabulasi silang (*crosstabulation*) bagi tujuan kehadiran pengunjung ke Jubli Emas MARDI

Tujuan pengunjung hadir ke program sambutan Jubli Emas MARDI							
a) Tujuan menambah ilmu pengetahuan							
1. Umur							
	Awal remaja (12 – 18)	Akhir remaja (19 – 22)	Awal dewasa (22 – 34)	Pertengahan dewasa (35-60)	Akhir dewasa/ berpencen (61 - 75)		χ^2
Ya	1	5	37	72	20		66.636 ^a
Tidak	0	3	32	40	7		0.554
2. Sektor pekerjaan							
	Pertanian	Pembuatan	Perniagaan	Penyelidikan	Pendidikan	Lain-lain	χ^2
Ya	32	12	25	6	15	42	16.813 ^a
Tidak	7	6	15	11	5	39	0.28
3. Penyertaan							
	Pekerja agensi	Peniaga	Pengunjung	Lain-lain			χ^2
Ya	13	17	104	0			7.870**
Tidak	5	4	72	2			0.19
4. Ingin mendapatkan maklumat (buah-buahan)							
	Ya	Tidak					χ^2
Ya	79	57					9.137**
Tidak	29	50					0.206
5. Ingin mendapatkan maklumat (sayur-sayuran)							
	Ya	Tidak					χ^2
Ya	69	67					13.309**
Tidak	20	59					0.249
b) Minat							
1. Ingin mendapatkan maklumat (buah-buahan)							
	Ya	Tidak					χ^2
Ya	48	40					10.329**
Tidak	41	85					0.22
2. Ingin mendapatkan maklumat (ternakan)							
	Ya	Tidak					χ^2
Ya	31	57					5.646**
Tidak	26	100					0.162
3. Ingin mendapatkan maklumat (herba)							
	Ya	Tidak					χ^2
Ya	37	51					16.891**
Tidak	21	105					0.281
4. Ingin mendapatkan maklumat (IAT)							
	Ya	Tidak					χ^2
Ya	42	46					5.599**
Tidak	40	86					0.162
c) Mengisi masa lapang							
1. umur							
	Awal remaja (12 – 18)	Akhir remaja (19 – 22)	Awal dewasa (22 – 34)	Pertengahan dewasa (35-60)	Akhir dewasa/ berpencen (61-75)		χ^2
Ya	1	4	20	6	3		78.256**
Tidak	0	4	49	105	24		0.602
2. Latar belakang pekerjaan							
	Kerajaan	Swasta	Pelajar	Bekerja sendiri	Lain-lain		χ^2
Ya	6	7	9	4	8		24.977**
Tidak	47	50	7	50	29		0.339

Sumber: Data kajian (2019)

** nilai signifikan pada $\alpha = 0.05$

Merujuk kepada Jadual 8.4, keputusan ujian Chi Square, tujuan yang dikaji adalah:

- i) Tambah ilmu pengetahuan

Antara faktor yang mempunya hubungan yang signifikan adalah faktor umur, sektor pekerjaan, penyertaan, ingin mendapat maklumat tentang buah-buahan dan sayur-sayuran.

1. Umur: Majoriti pengunjung adalah tergolong daripada golongan pertengahan dewasa iaitu daripada peringkat umur 35 – 60 tahun. Nilai Cramer's V = 0.554 menunjukkan hubungan yang kuat bagi hubungan antara umur dengan tujuan hadir kerana ingin menambahkan ilmu pengetahuan.
2. Sektor pekerjaan: menunjukkan kecenderungan pengunjung yang hadir untuk menambahkan ilmu adalah dari sektor pertanian berbanding sektor lain. Nilai Cramer's V = 0.28 menunjukkan kekuatan hubungan yang rendah.
3. Penyertaan: Pengunjung memonopoli penyertaan ke sambutan ini berbanding pekerja agensi dan peniaga. Nilai Cramer's V = 0.19 menunjukkan kekuatan hubungan yang rendah.
4. Maklumat dalam bidang Buah dan sayur – menunjukkan pengunjung yang ingin mengunjungi reruai sayur dan buah cenderung untuk mendapatkan ilmu pengetahuan. Nilai Cramer's V adalah diantara 0.206-0.249 menunjukkan kekuatan hubungan yang rendah.

ii) Berminat

Daripada jumlah pengunjung yang hadir kerana berminat adalah tergolong daripada pengunjung yang ingin mendapatkan maklumat di reruai buah-buahan, ternakan, herba dan IAT. Kesemua faktor ini merekodkan nilai Cramer's V diantara 0.162 – 0.281 menunjukkan kekuatan hubungan yang rendah.

iii) Mengisi masa lapang

Bagi tujuan mengisi masa lapang faktor yang signifikan adalah umur dan latar belakang pekerjaan.

1. Umur: Majoriti pengunjung adalah tergolong daripada golongan awal dewasa iaitu daripada peringkat umur 22 – 34 tahun. Nilai Cramer's V = 0.602 menunjukkan hubungan yang kuat bagi hubungan antara umur dengan tujuan hadir kerana ingin mengisi masa lapang.
2. Latar belakang pekerjaan: Dapatan bagi latar belakang pekerjaan ini adalah selari dengan faktor umur dimana majoriti yang hadir adalah pelajar yang dalam peringkat umur 22 – 34 tahun. Nilai Cramer's V = 0.339 menunjukkan hubungan yang sederhana antara latar belakang pekerjaan dengan tujuan mengisi masa lapang.

Kajian ini menunjukkan bahawa umur adalah faktor yang signifikan dalam menentukan tujuan kedatangan pengunjung ke program jubli emas ini. Golongan pertengahan dewasa lebih berminat untuk mengikuti program bagi mendapatkan ilmu pengetahuan. Manakala golongan berumur antara 22 – 34 lebih cenderung hadir untuk mengisi masa lapang.

Dari segi sektor pekerjaan, bidang pekerjaan seseorang juga dapat menentukan tujuan kehadiran mereka ke program-program seperti ini. Bagi tujuan mendapatkan ilmu ia sudah tentu dapat menarik minat pekerja sektor pertanian. Manakala sektor yang lain lebih gemar menghadiri kerana faktor-faktor lain.

Reruai-reruai yang didirikan dalam program ini adalah merangkumi pencapaian signifikan MARDI dalam tempoh 50 tahun ini. Reruai-reruai ini juga adalah tarikan utama pengunjung untuk hadir. Antara teknologi yang dipamerkan adalah daripada padi, buah-buahan, sayur-sayuran, ternakan, herba, industri asas tani (IAT) dan lain-lain. Antara reruai yang mempengaruhi pengunjung hadir untuk mendapatkan ilmu adalah buah-buahan dan sayur-sayuran. Manakala pengunjung yang hadir kerana minat lebih cenderung untuk pergi ke pameran IAT, herba dan buah-buahan serta ternakan.

8.5 RUMUSAN

Golongan umur 20-an dan 30-an adalah peringkat umur yang lebih ramai hadir ke program ini. Kaedah hebatan yang paling efisien dalam mempromosikan program adalah media sosial terutamanya Facebook (43.2%) dan Whatsapp (39.1%). Reruai yang paling banyak diminati dan ingin dilawati adalah buah-buahan (24%) dan sayur-sayuran (20%).

Majoriti pengunjung yang hadir ke program ini bertujuan untuk menambahkan ilmu pengetahuan (40%), berminat dengan program (26%) dan mengisi masa lapang (10%). Seterusnya, analisis tabulasi silang diteruskan bagi menentukan faktor yang mempengaruhi golongan yang hadir ke sambutan ini untuk menambahkan ilmu pengetahuan, minat dan mengisi masa lapang. Dapatan kajian dapat dirumuskan dalam jadual di bawah.

Jadual 8.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung ke majlis Sambutan 50 tahun MARDI

Menambahkan ilmu pengetahuan (40%)	Berminat dengan program (26%)	Mengisi masa lapang (10%)
Umur (35 – 60)	Maklumat berkenaan ternakan	Umur (22 – 34)
Sektor pekerjaan (Pertanian)	Maklumat berkenaan buah-buahan	Latar belakang pekerjaan (Pelajar)
Maklumat berkenaan buah-buahan	Maklumat berkenaan herba	
Maklumat berkenaan sayur-sayuran	Maklumat berkenaan IAT	

8.6 SARANAN

Dapatan kajian ini boleh dijadikan asas untuk kajian kepuasan pelanggan bagi program-program besar anjuran MARDI dan juga MAHA. Selain itu, dapatan kajian ini juga menyumbang kepada pengetahuan tentang persepsi orang awam mengenai MARDI selain dapat memperbaiki elemen-elemen penting dalam program dan peranan MARDI itu sendiri. Beberapa perkara perlu dititikberatkan di masa akan datang seperti memperluaskan promosi dan hebatan, memperbanyakkan reruai jualan anak pokok dan pameran dan tempoh program

perlu dipanjangkan. Hal ini boleh dijadikan aspek penting dalam pemasaran dan publisiti program-program anjuran MARDI di masa akan datang

8.7 RUJUKAN

- Chua Yan Piaw (2014). *Kaedah dan statistik penyelidikan buku 5: Ujian regresi, analisis faktor dan analisis SEM*. Mc-Graw Hill Education (Malaysia) Sdn. Bhd.
- Daud, S., Ahmad, S. N. dan Zohor, R. M. (2018). Kajian Tinjauan Keberkesanan Promosi Kursus Pendek di Kolej Komuniti Segamat 2. *Politeknik & Kolej Komuniti Journal of Life Long Learning*, 2(1): 50 – 64
- Jasni, Aifaa. (2013). *Impak program pencegahan dadah Shields kepada pembangunan pelajar di daerah Muar dan Ledang*. Masters thesis, Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Education
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016) Marketing Management 15th Global ed. New Jersey: Pearson
- Kouthouris, C. dan Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10(2): 101 – 111
- Mat Udi, Zulfamy (2018) *Faktor kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi Dan Kepenggunaan Wilayah Persekutuan Putrajaya dan Kuala Lumpur, Malaysia*. Masters thesis, Universiti Putra Malaysia.
- Nurulhuda Ramli, Chai Siew Fun & Fazli Idris (2009). Kajian kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan perpustakaan universiti awam di Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 28: 2