



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

**TANGGAPAN PELAWAT TERHADAP TAMAN
PERTANIAN MALAYSIA BUKIT CAHAYA SERI ALAM
SEBAGAI DESTINASI PELANCONGAN TANI**

CHE HASMAH BT. HASSAN

FRSB 1997 1

**TANGGAPAN PELAWAT TERHADAP TAMAN
PERTANIAN MALAYSIA BUKIT CAHAYA SERI ALAM
SEBAGAI DESTINASI PELANCONGAN TANI**

CHE HASMAH BT. HASSAN

**MASTER SAINS
UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA**

1997



**TANGGAPAN PELAWAT TERHADAP TAMAN
PERTANIAN MALAYSIA BUKIT CAJAYA SERI ALAM
SEBAGAI DESTINASI PELANCONGAN TANI**

Oleh

CHE HASMAH BT. HASSAN

**Tesis Dikemukakan Sebagai Memenuhi Syarat Untuk Mendapatkan
Ijazah Master Sains di Fakulti Rekabentuk dan Senibina,
Universiti Putra Malaysia**

OGOS 1997



PENGHARGAAN

Terlebih dahulu syukur ke hadrat Allah yang telah memberikan kejayaan ini.

Buat Jabatan Pertanian dan Jabatan Perkhidmatan Awam Malaysia, terima kasih di atas peluang yang diberikan.

Penghargaan istimewa untuk Ahli-ahli Jawatankuasa Penyeliaan saya, Dr. Mustafa Kamal Mohd. Shariff (Pengerusi), Dr. Ahmad Shuib dan Dr. Noorizan Mohamad atas nasihat, dorongan, bimbingan dan kritikan yang berguna bagi menyempurnakan tesis ini.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada nama-nama berikut atas kerjasama yang diberikan, iaitu: Dr. Bahaman Abu Samah, Dr. Saodah Wok, Dr. Aminah Ahmad, Dr. Turiman Suandi, Encik Zamri Yaakob, Encik Md. Yadi Said dan Mat Radzi Abdullah (dari PPPI); Encik Wan Ibrahim Wan Abas, Encik Haimi Kassim, Cik Samsida Mat Salleh dan Encik Zulkifli Darus (dari TPM); Puan Maznah Idris dan Encik Zainuddin Abdul Aziz (dari Kementerian Pertanian); dan Puan Arbaiyah Mohd. Isa (dari Pusat Pengajian Siswazah).

Kepada suami, Sabri Embi serta anak-anak Nurlaila, Nurdiyana, Hafizuddin, Fauzan, Muhammad Farz dan Nurhidayah, terima kasih atas pengorbanan, pengertian, dan dorongan yang telah diberikan sehingga tamatnya pengajian ini.



KANDUNGAN

	Halaman
PENGHARGAAN	ii
SENARAI JADUAL	vii
SENARAI RAJAH	ix
SENARAI KATA SINGKATAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xiii

BAB

I	PENDAHULUAN	1
	Pengenalan	1
	Definisi	2
	Potensi Pelancongan	3
	Kepentingan Industri Pelancongan - Tinjauan Umum	6
	Pelancongan Di Malaysia	8
	Pelancongan Mampan	11
	Pertanian Dalam Pelancongan	13
	Peranan Taman Dalam Pelancongan	16
	Pernyataan Masalah	18
	Objektif Kajian	21
	Kepentingan Kajian	22
	Anggapan dan Batasan	23
	Definisi Operasional	25
II	SOROTAN BAHAN BERTULIS	26
	Konsep Pelancongan dan Rekreasi	26
	Teori-teori Motivasi	28
	Teori Kepuasan Kehendak	29
	Teori Keperluan Maslow	30
	Konsep Tanggapan	35
	Faktor-faktor Mempengaruhi Permintaan dan Tanggapan Pelawat	36
	Kajian-kajian Lepas	45



III	METODOLOGI KAJIAN	49
	Rekabentuk Kajian	49
	Kawasan Kajian	49
	Sejarah Penubuhan	50
	Objektif Penubuhan TPM	51
	Program Pembangunan TPM	52
	Corak Pengurusan	53
	Masa Operasi dan Bayaran	55
	Kos Perbelanjaan dan Kutipan Hasil	55
	Populasi Kajian dan Prosedur Pemilihan Sampel	56
	Peralatan Kajian	57
	Pra-ujian Borang Soalselidik	58
	Pengumpulan Data	59
	Rangka Konseptual Kajian	60
	Pembentukan Skala Pengukuran bagi Angkubah	
	Bersandar dan Angkubah Bebas	61
	Angkubah Bersandar	61
	Indeks Tanggapan	64
	Angkubah Bebas	64
	Analisa Data	65
	Penutup	66
IV	KEPUTUSAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN	67
	Latar Belakang Pelawat dan Corak Penggunaan TPM	68
	Bangsa, Jantina, Umur, dan Status Perkahwinan	68
	Tahap Pendidikan, Pekerjaan dan Pendapatan	72
	Ciri-ciri Perjalanan dan Lawatan	75
	Kategori Pelawat dan Bilangan Pelawat	75
	Sumber Maklumat, Negeri Asal, Jarak dan Masa Perjalanan	77
	Kumpulan Pelawat, Jenis Pengangkutan dan Tempoh Berada di TPM	80
	Sebab Pilih TPM	83
	Tujuan Lawatan	83
	Tanggapan Pelawat Terhadap TPM	84
	Tanggapan Terhadap Keperluan Kemudahan dan Perkhidmatan	84
	Tanggapan Terhadap Kemudahan dan Perkhidmatan Sedia Ada	87
	Tanggapan Terhadap Harga yang Dibayar	89

Tanggapan Terhadap Kesesakan	90
Tanggapan Terhadap Tarikan TPM	91
Perasaan Pelawat Terhadap TPM	97
Perbezaan Min Tanggapan Pelawat Terhadap TPM	
Mengikut Angkubah Terpilih	103
Aspek-aspek Tanggapan Mengikut Jantina	104
Aspek-aspek Tanggapan Mengikut Status Perkahwinan	106
Aspek-aspek Tanggapan Mengikut Kategori Pelawat	107
Aspek Tanggapan Terhadap Keperluan Kemudahan dan Perkhidmatan Mengikut Empat Angkubah Terpilih	109
Aspek Tanggapan Terhadap Kemudahan dan Perkhidmatan Sedia Ada Mengikut Empat Angkubah Terpilih	112
Aspek Tanggapan Terhadap Harga yang Dibayar Mengikut Empat Angkubah Terpilih	115
Aspek Tanggapan Terhadap Kesesakan Mengikut Empat Angkubah Terpilih	119
Aspek Tanggapan Terhadap Kepuasan Mengikut Empat Angkubah Terpilih	121
Aspek Tanggapan Terhadap Aktiviti Terlibat Mengikut Empat Angkubah Terpilih	123
Perkaitan Lima Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Pelawat Terhadap TPM	125
Perkaitan Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Keperluan Kemudahan/perkhidmatan....	125
Perkaitan Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Kemudahan/perkhidmatan Sedia Ada....	126
Perkaitan Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Harga yang Dibayar	127
Perkaitan Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Kesesakan	128
Perkaitan Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Kepuasan	128
Perkaitan Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Aktiviti Terlibat	129

Analisa Regresi	130
Anggaran Regresi bagi Tanggapan Terhadap Keperluan Kemudahan/Perkhidmatan	131
Anggaran Regresi bagi Tanggapan Terhadap Harga yang Dibayar	133
Anggaran Regresi bagi Tanggapan Terhadap Kepuasan	134
V RINGKASAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN	136
Ringkasan	136
Kesimpulan	144
Cadangan	148
 BIBLIOGRAFI	 154
 LAMPIRAN	
A Jumlah Pelawat ke TPM	161
B Kedudukan TPM di Lembah Klang	163
C Pelan Lokasi TPM	165
D Kadar Bayaran di TPM	167
E Borang Soalselidik	169
F Negeri Asal Pelawat	180
G Pilihan Tempat-tempat Rekreasi Lain	182
H Kelebihan TPM dan Kelebihan Tempat lain	184
I Cadangan Untuk Menambah Tarikan TPM	186
J Matrik Korelasi Keseluruhan	188
K Contoh Penggunaan Nilai Tanggapan Bagi Angkubah K ₂ , B ₂ dan K ₁	190
 BUTIR DIRI	 191

SENARAI JADUAL

Jadual

1	Ketibaan Pelancong dan Pendapatan Pelancongan Malaysia (1980 - 1995)	7
2	Teori Keperluan Maslow dan Motivasi-motivasi Berkaitan Pelancongan	34
3	Pembahagian Kawasan TPM	54
4	Pecahan Kos dan Kutipan Hasil TPM Mengikut Tahun	56
5	Sebab-sebab Pilih TPM	83
6	Tujuan Lawatan	84
7	Tanggapan Terhadap Keperluan Kemudahan dan Perkhidmatan di TPM	85
8	Tanggapan Terhadap Kemudahan dan Perkhidmatan Sedia Ada	88
9	Tanggapan Terhadap Harga yang Dibayar	89
10	Tanggapan Terhadap Kesesakan	90
11	Perkara-perkara yang Menarik	91
12	Tempat-tempat Rekreasi Lain yang dilawati	92
13	Lebih Menarik TPM Berbanding Tempat Rekreasi Lain	93
14	Perkara-perkara yang Tidak Menarik	94
15	Aktiviti yang dilakukan di TPM	97
16	Gambaran Perasaan Terhadap Aktiviti Terlibat	98
17	Tanggapan Terhadap Kepuasan Lawatan	99
18	Reaksi Responden Untuk Mengekalkan TPM sebagai Pusat Pelancongan Tani	102
19	Keinginan untuk Melawat Kembali	103
20	Ujian-t bagi Aspek-aspek Lawatan Mengikut Jantina	104
21	Ujian-t bagi Aspek-aspek Lawatan Mengikut Status Perkahwinan	106
22	Ujian-t bagi Aspek-aspek Lawatan Mengikut Kategori Pelawat	108
23	Min Tanggapan Pelawat Terhadap Keperluan Kemudahan/Perkhidmatan Mengikut Empat Angkubah Terpilih	110



24	Min Tanggapan Pelawat Terhadap Kemudahan/Perkhidmatan Sedia Ada Mengikut Empat Angkubah Terpilih	112
25	Min Tanggapan Pelawat Terhadap Harga yang Dibayar Mengikut Empat Angkubah Terpilih	115
26	Min Tanggapan Pelawat Terhadap Kesesakan Mengikut Empat Angkubah Terpilih	120
27	Min Tanggapan Pelawat Terhadap Kepuasan Mengikut Empat Angkubah Terpilih	121
28	Min Tanggapan Pelawat Terhadap Aktiviti Terlibat Mengikut Empat Angkubah Terpilih	124
29	Perkaitan Antara 5 Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Keperluan Kemudahan/perkhidmatan	126
30	Perkaitan Antara 5 Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Kemudahan/perkhidmatan Sedia Ada	127
31	Perkaitan Antara 5 Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Harga yang Dibayar	127
32	Perkaitan Antara 5 Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Kesesakan	128
33	Perkaitan Antara 5 Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Kepuasan	129
34	Perkaitan Antara 5 Angkubah Terpilih dengan Tanggapan Terhadap Aktiviti Terlibat	129
35	Anggaran Regresi bagi Tanggapan Terhadap Aspek-aspek Keperluan kemudahan/ Perkhidmatan, Harga dan Kepuasan	131

SENARAI RAJAH

Rajah

1	Hierarki Keperluan Maslow	31
2	Rangka Konseptual Kajian	60
3	Taburan Responden Mengikut Latar Belakang	69
4	Taburan Responden Mengikut Ciri-ciri Sosio- demografi	73
5	Ciri-ciri Lawatan dan Perjalanan - I	76
6	Ciri-ciri Lawatan dan Perjalanan - II	78
7	Ciri-ciri Lawatan dan Perjalanan - III	81

SENARAI KATA SINGKATAN

PPPL	=	Pusat Pendidikan Pengembangan Lanjutan
TPM	=	Taman Pertanian Malaysia
LPPM	=	Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia
PATA	=	Pacific Area Travel Association
TDC	=	Tourist Development Corporation
TMM	=	Tahun Mclawat Malaysia
RMT	=	Rancangan Malaysia ke 7
KDNK	=	Keluaran Dalam Negara Kasar
UPTP	=	Unit Pengurusan Taman Pertanian
KADA	=	Kemubu Agricultural Development Authority
MADA	=	Muda Agricultural Development Authority
LPN	=	Lembaga Padi dan Beras Negara
LKIM	=	Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia
PKNS	=	Perbadanan Kemajuan Negeri Selangor
JHEOA	=	Jabatan Hal Ehwal Orang Asli



Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Master Sains.

**TANGGAPAN PELAWAT TERHADAP
TAMAN PERTANIAN MALAYSIA BUKIT CAHAYA SERI ALAM
SEBAGAI DESTINASI PELANCONGAN TANI**

Oleh

CHE HASMAH BT. HASSAN

Ogos 1997

Pengerusi : Dr. Mustafa Kamal Bin Mohd. Sharif

Fakulti : Rekabentuk dan Senibina

Kajian ini menilai tanggapan pelawat terhadap Taman Pertanian Malaysia Bukit Cahaya Seri Alam (TPM) sebagai destinasi pelancongan tani. Data kajian diperolehi melalui survei menggunakan borang soal selidik ke atas pelawat-pelawat di TPM. Indeks tanggapan pelawat dikira bagi setiap aspek meliputi keperluan kemudahan/perkhidmatan, kemudahan/ perkhidmatan sedia ada, harga yang dibayar, kesesakan, kepuasan dan perasaan terhadap aktiviti terlibat. Manakala angkubah bebas atau faktor penentu termasuklah faktor sosio-demografi, jarak kediaman, kumpulan pelawat dan kategori pelawat.

Keputusan kajian menunjukkan tanggapan responden terhadap TPM umumnya sederhana. Namun tanggapan yang negatif diberikan terhadap aspek-aspek kemudahan/perkhidmatan sedia ada, harga yang dibayar dan

aktiviti terlibat. Keputusan juga menunjukkan pelawat baru dan ulangan mempunyai tanggapan yang berbeza terhadap kepuasan lawatan. Selain daripada itu kategori pelawat, tahap pendidikan, pekerjaan, dan bangsa memberikan perbezaan min yang signifikan bagi beberapa aspek-aspek tanggapan yang dikaji. Angkubah umur, tahap pendidikan, dan lama berada di TPM didapati ada hubungan yang positif tetapi lemah dengan aspek-aspek keperluan kemudahan/ perkhidmatan, kepuasan dan aktiviti terlibat. Analisa Regresi pula menunjukkan hanya angkubah pekerjaan dan bangsa mempunyai pengaruh yang signifikan ke atas tanggapan terhadap keperluan kemudahan/perkhidmatan, harga dan kepuasan.

Berdasarkan kajian, responden beranggapan imej TPM kini semakin merosot. Walau bagaimanapun pelawat-pelawat berharap TPM dikekalkan sebagai destinasi pelancongan tani. Ini berdasarkan sumber-sumber bernilai yang ada, pelaburan yang telah dibuat dan lokasi yang strategik. Hasil daripada kajian, beberapa cadangan diberikan untuk memperbaiki keadaan.

Abstract of thesis submitted to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science.

**VISITORS' PERCEPTION OF
TAMAN PERTANIAN MALAYSIA BUKIT CAHAYA SERI ALAM
AS AN AGROTOURISM DESTINATION**

By

CHE HASMAH BT. HASSAN

Ogos 1997

Chairman : Dr. Mustafa Kamal Bin Mohd Sharif

Faculty : Design and Architecture

The study assesses visitors' perception of Taman Pertanian Malaysia Bukit Cahaya Seri Alam (TPM) as an agrotourism destination. Data for the study was obtained from survey through questionnaires distributed among visitors to TPM. Visitor's perception index was calculated for every aspect covering the need for facilities/services, existing facilities/services, fees chargeable, congestion, visitors' satisfaction and feeling of activities involved. Meanwhile independent variable or determining factor includes factors such as socio-demography, distance of residence, visitors' group and categories.

Results obtained revealed a generally fair perception of TPM. Negative perception was obtained for aspects such as existing facilities/services, fees chargeable and activities involved by the respondents in TPM.



Result also showed an opposing perception regarding visitors' satisfaction of TPM between the regular visitors and the new ones. Visitors' category, education level, type of job and race showed significant difference in mean for aspects under study. Variables such as age, education level and duration of visit to TPM were found to have positive relationship though weak with aspects such as need for facilities/services, visitors' satisfaction and activities involved. Regression analysis showed job and race variables to have significant influence on the perception towards the need for facilities/services, fees chargeable and visitors' satisfaction.

Based on the study, it was discovered that the image of TPM is declining among respondents. However many of them prefer TPM to be retained for its natural resources, strategic location and investment made so far. Lastly, the author suggested some ways to improve the TPM.



BAB I

PENDAHULUAN

Pengenalan

Kejayaan sesuatu destinasi pelancongan banyak bergantung kepada sambutan pelawat atau pelancong yang mengunjunginya. Pelawat/pelancong menjadi salah satu penentu kepada kebolehhidupan sesuatu produk atau destinasi pelancongan. Sesuatu produk yang mampu memenuhi kehendak dan kepuasan pelawat akan terus menjadi tumpuan dan pembangunannya akan berterusan untuk jangka masa yang panjang.

Ramai penyelidik sependapat bahawa terdapat berbagai-bagai faktor yang mempengaruhi pelawat sewaktu membuat pemilihan terhadap sesuatu destinasi. Faktor-faktor ini dikatakan berasas kepada konsep dorongan (push) dan tarikan (pull).

Faktor dorongan adalah daripada pelawat sendiri yang ingin memenuhi kehendak dan keperluannya. Melalui lawatan atau melancong mereka dapat membuat perubahan pada diri sama ada menambah pengalaman, pengetahuan, menghilangkan kebosanan, berinteraksi dengan orang lain ataupun berkreasi.

Faktor tarikan pula lebih dipengaruhi oleh produk atau destinasi pelancongan sama ada disebabkan keunikannya, peluang-peluang yang boleh diperolehi daripadanya ataupun mudah untuk sampai ke situ.

Untuk pergi melawat atau melancong, seseorang itu perlu mempunyai motivasi, wang dan masa. Tanpa salah satunya tidak mungkin keinginan untuk melawat/melancong menjadi kenyataan (Mill dan Morrison, 1992).

Definisi

Pelancongan ditakrifkan sebagai perjalanan untuk berseronok/bergembira termasuk juga perjalanan atas urusan perniagaan, pekerjaan atau lawatan ke atas rakan atau saudara (Burkart dan Medlik, 1974; Mathieson dan Wall, 1982; McIntosh dan Goeldner, 1990; Witt *et al.*, 1991; World Book Dictionary, 1992; Rafferty, 1993).

McIntosh dan Goeldner (1990), Witt *et al.* (1991), Rafferty (1993) dan Middleton (1994) mengkategorikan pelawat kepada dua iaitu pelancong dan pelawat harian. Menurut mereka lagi, pelancong adalah seseorang yang tinggal sekurang-kurangnya satu malam atau 24 jam di tempat yang dilawatnya, manakala pelawat harian adalah pelawat yang tidak bermalam atau lawatannya kurang dari 24 jam.

Menurut World Book Dictionary (1992), pelancong ialah seseorang yang mengembara untuk berseronok sementara Rafferty (1993) menyatakan

pelancong ialah seseorang yang mempunyai masa senggang dan kemampuan kewangan untuk melancong ke tempat-tempat yang jauh dari tempat tinggalnya yang biasa untuk mencari pengalaman.

Pelawat pula dapat dikategorikan sebagai pelawat antarabangsa dan pelawat domestik. Pelawat antarabangsa ialah mereka yang membuat perjalanan menyeberangi sempadan negaranya (Witt *et al.*, 1991) sementara pelawat domestik ialah mereka yang membuat perjalanan dalam negara asalnya sahaja (Burkart dan Medlik, 1981; Middleton, 1988). McIntosh dan Goeldner (1990) mendapati perjalanan pelancong domestik adalah sekurang-kurangnya 50 batu (schala) dari rumahnya atas pelbagai tujuan kecuali bekerja, tidak kira bermalam atau sebaliknya.

Untuk kajian ini, pelawat adalah dirujuk kepada mereka yang membuat lawatan ke destinasi yang dipilihnya tidak kira kerakyatan, jarak perjalanan, bermalam atau sebaliknya dan lawatannya atas pelbagai tujuan kecuali untuk bekerja.

Potensi Pelancongan

Pembangunan yang semakin pesat telah mendorong penciptaan teknologi yang canggih yang memudahkan segala urusan termasuk pekerjaan, pengangkutan dan perhubungan. Waktu bekerja telah dapat disingkatkan dan masa senggang semakin bertambah. Sistem pengangkutan

dan perhubungan yang efisien menyebabkan masa perjalanan menjadi pendek. Keadaan ini telah membuka semakin banyak peluang untuk orang ramai melancong.

Salah satu hasil daripada pembangunan moden ialah peningkatan kualiti dan taraf hidup. Ini bererti pendapatan individu dan penabungan meningkat. Faktor ini boleh merangsang peningkatan bilangan pelancongan. Secara relatif, pelawat hari ini mempunyai kuasa membeli yang lebih tinggi berbanding masa lalu. Mereka mampu memilih destinasi yang diingini mengikut keselesaan dan cita rasa masing-masing.

Mengikut pemerhatian beberapa penyelidik seperti Mathieson dan Wall (1982), keinginan untuk melancong adalah lebih jelas bagi masyarakat bandar yang ingin “melarikan diri untuk seketika“ daripada kesesakan, kesibukan dan pelbagai pencemaran untuk mencari ketenangan dan keseronokan serta melepaskan ketegangan.

Disebabkan cita rasa yang berbeza, produk pelancongan juga perlu dipelbagaikan bagi memenuhi kehendak mereka. Maka timbullah pelbagai istilah pelancongan seperti Pelancongan Rekreasi, Pelancongan Sukan, Pelancongan Sejarah, Pelancongan Eco dan Pelancongan Tani.

Pemilihan sesuatu produk pelancongan oleh juga dikaitkan dengan imej produk tersebut. Produk yang mampu mengekalkan imej yang baik akan terus mendapat perhatian. Oleh itu, selain daripada publisiti yang

dibuat, pengalaman pelawat juga menjadi penentu kepada sambutan seterusnya. Pengalaman yang menarik akan mendorong pelawat membuat lawatan ulangan, malah akan disebarkan kepada orang lain. Menurut Redzuan (1994), destinasi yang mampu menyediakan pilihan terbaik akan menarik ramai pelawat dan mendorong mereka tinggal lebih lama serta berbelanja lebih banyak

Sungguhpun pelancongan melambangkan kemewahan, tetapi kini ia menjadi satu impian hidup masyarakat di seluruh dunia. Dengan pelbagai kemudahan dan peluang yang semakin bertambah, termasuk pakej pelancongan yang agak murah dan pelbagai, motivasi untuk melancong di kalangan setiap lapisan masyarakat semakin meningkat (Mathieson dan Wall, 1982).

Sebagai sebuah negara yang pesat membangun dan mempunyai banyak kelebihan dalam menyediakan pelbagai produk pelancongan seperti sejarah, keindahan landskap semulajadi dan juga buatan di samping keunikan kebudayaan, Malaysia turut merebut peluang dengan memberikan penekanan yang serius dalam mempromosikan industri pelancongan negara. Keputusan ini diambil atas kesedaran bahawa industri ini mampu menyumbangkan kepada pengukuhan ekonomi negara melalui perolehan tukaran asing dan juga mengurangkan pengaliran keluar Ringgit Malaysia. Usaha kerajaan yang bersungguh-sungguh telah menjadikan Malaysia

terkenal di seluruh dunia dan kini merupakan salah satu destinasi pelancongan yang popular di Asia (Amin Shakib, 1994).

Kepentingan Industri Pelancongan - Tinjauan Umum

Menurut Witt *et al.* (1991), peranan pelancongan semakin penting dalam ekonomi dunia dan diramal akan menjadi sektor utama pada abad yang akan datang.

Pengukuhan ekonomi berlaku melalui pendapatan yang meningkat hasil perbelanjaan pelancong-pelancong dalam dan luar negeri. Perbelanjaan ini meliputi semua kos yang terlibat termasuk pengangkutan, penginapan, makanan, hiburan dan membeli-belah.

Selain daripada pendapatan, industri pelancongan juga dikatakan mampu mengujudkan peluang-peluang perniagaan dan menjana pekerjaan di bidang yang berkaitan termasuk bidang perkhidmatan pelanggan seperti agen-agen pelancongan dan pemandu pelancong. Lea (1988) mendapati pertumbuhan yang paling pesat dalam industri ini telah berlaku di kebanyakan negara Dunia Ketiga pada tahun 1980'an.

Morshidi *et al.* (1993) yang memetik kenyataan Archer dan Fletcher (1990) yang disokong oleh Witt *et al.* (1991) menyatakan bahawa di kebanyakan negara membangun, pelancongan memainkan peranan penting sebagai stimulus kepada pertumbuhan ekonomi di kawasan-kawasan di

mana industri tradisional telah malap akibat proses pengstrukturkan semula ekonomi setempat. Witt *et al.* (1991) juga menambah bahawa banyak negara di dunia kini bergantung kepada pelancongan antarabangsa sebagai sumber yang bernilai untuk memperolehi tukaran asing.

Berdasarkan pengalaman Malaysia ketika mengalami kemelesetan ekonomi pada tahun 1980'an, industri pelancongan didapati lebih stabil berbanding industri lain yang berasaskan komoditi utama. Kerana itulah kerajaan bertekad untuk terus bergiat membangunkan industri ini.

Sumbangannya kepada pendapatan negara terbukti melalui perolehan tukaran asing yang kian bertambah iaitu daripada RM 713 juta pada tahun 1980 meningkat kepada RM 9,175 juta pada tahun 1995 (rujuk Jadual 1).

Jadual 1: Ketibaan Pelancong dan Pendapatan Pelancongan Malaysia 1980-1994

Tahun	Ketibaan Pelancong	Kadar Pertumbuhan (%)	Jumlah Perbelanjaan/ Pendapatan (Juta RM)	Pertumbuhan (%)	Perbelanjaan Per kapita
1980	2,250,126	-	713	-	317
1981	2,533,104	12.6	1,001	40.4	395
1982	2,774,698	9.5	1,132	13.1	408
1983	2,926,550	5.5	1,329	17.5	454
1984	2,947,314	0.7	1,426	7.3	484
1985	3,109,106	5.5	1,543	8.2	496
1986	3,217,462	3.5	1,669	8.2	519
1987	3,358,983	4.4	1,795	7.5	534
1988	3,623,636	7.9	2,012	12.1	555
1989	4,846,320	33.7	2,803	39.3	578
1990	7,445,908	53.6	4,500	60.5	604
1991	5,847,213	-21.5	4,283	-4.8	733
1992	6,016,209	2.9	4,595	7.3	764
1993	6,503,860	8.1	5,066	10.2	779
1994	7,197,229	10.7	8,298	63.8	1153
1995	7,468,749	3.8	9,175	10.6	1228

Sumber : LPPM: Laporan Tahunan Statistik Pelancongan 1990 dan 1995

Selain daripada itu, kepentingan industri pelancongan juga boleh dilihat dari sudut faedah yang diperolehi oleh negara penghantar kerana aktiviti pelancongan boleh mempertingkatkan dan memperkayakan pengalaman rakyatnya yang melancong (Morshidi *et al.*,1993).

Pelancongan di Malaysia

Kegiatan pelancongan di negara ini telah lama berjalan iaitu ketika kerajaan mengwujudkan Jabatan Pelancongan pada tahun 1959.

Walau bagaimanapun sumbangannya ketika itu agak kecil sehinggalah selepas Persidangan Persatuan Pelancongan Asia Pasifik (PATA) pada tahun 1972, Perbadanan Kemajuan Pelancongan Malaysia (TDC) ditubuhkan bagi memajukan industri ini dengan lebih berkesan. Kini TDC dikenali sebagai Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia (LPPM) yang sentiasa bergiat mempromosikan Malaysia di seluruh dunia.

Usaha gigih LPPM itu telah meletakkan Malaysia sebagai destinasi pelancongan utama di Asia mengatasi Thailand dan Singapura pada tahun 1993 (Amin Shakib, 1994). Ketibaan pelancong telah meningkat dengan ketara iaitu daripada 2.25 juta orang pada tahun 1980 menjadi 7.45 juta orang pada tahun 1990. Walau bagaimanapun tahun 1991 bilangan ketibaan berkurang kepada hanya 5.85 juta disebabkan berlakunya Perang Teluk (rujuk Jadual 1). Peningkatan bilangan ketibaan kembali pulih selepas itu di

mana pada tahun 1995 sejumlah 7.47 juta pelancong telah direkodkan. Peningkatan bilangan ini walaupun lebih rendah berbanding tahun 1990 tetapi telah berjaya menambah pendapatan negara hampir sekali ganda.

Kempen Tahun Melawat Malaysia (TMM) 1990 dan 1994 didapati telah berjaya menarik ramai pelancong dalam dan luar negeri. Kini sumbangan industri pelancongan kepada pendapatan negara merupakan yang ketiga terbesar selepas industri perkilangan dan petroleum mentah (Amin Shakib, 1994). Berdasarkan prestasi ini kerajaan optimis bahawa peningkatan pendapatan dalam sektor ini akan terus berlaku. Dalam Rancangan Malaysia Ke 7 (RM7) usaha akan lebih dipergiatkan dan kerajaan menetapkan matlamat untuk mengutip sejumlah RM 15.7 bilion pada tahun 2000.

Memandangkan industri ini semakin penting, dasar pelancongan telah digubal dengan menggariskan beberapa teras dan menyediakan pelbagai insentif kepada pelabur-pelabur.

Dalam usaha mencapai Wawasan 2020, kerajaan juga telah menetapkan sasaran 12.5 juta pelancong menjelang tahun 2000 (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia, 1991).

Sungguhpun potensi industri ini amat cerah tetapi kerajaan masih menghadapi masalah pengaliran keluar wang kerana masih ramai rakyatnya yang gemar melancong ke luar negara. Morshidi *et al.* (1993)