



Varia 

Oleh **PROF. MADYA DR. SITI SURIAWATI ISA**

# Perlu lebih kreatif tarik pelancong tempatan

**I**NDUSTRI pelancongan kini boleh dikatakan semakin pulih setelah melalui fasa suram kerana pandemik Covid-19.

Malah kini dapat disaksikan, ramai antara kita mengambil peluang itu untuk melancong ke destinasi menarik sama ada di dalam atau luar negara.

Pemilihan lokasi pelancongan adalah berkait rapat dengan permintaan dan penawaran yang ada di pasaran.

Adalah lumrah bagi pelanggan untuk memilih mana-mana lokasi pelancongan disukai bersesuaian dengan kehendak mereka dan juga penawaran produk.

Mutakhir ini, kita dapat saksikan ramai memilih Hatyai, Thailand sebagai destinasi pelancongan setelah pintu sempadan dibuka.

Terdapat beberapa sebab mengapa pelancong Malaysia memilih Hatyai berbanding destinasi dalam negara.

Antaranya, faktor pelancongan gastronomi iaitu berasaskan makanan yang sangat popular di sana.

Bahkan makanan halal sangat mudah didapati di destinasi tersebut dengan pelbagai pilihan pada harga berpatutan.

Sektor pelancongan gastronomi di Hatyai seringkali mendapat liputan meluas di media sosial mempengaruhi dari dalam dan luar Malaysia sejak lima tahun kebelakangan ini.

Malah, ramai selebriti terkenal di Malaysia juga menyebarkan luas kegiatan pelancongan gastronomi mereka ketika berkunjung ke Hatyai.

Hal ini sedikit sebanyak mempengaruhi pengikut akaun sosial media mereka, lebih-lebih lagi mempengaruhi yang mempunyai puluhan ribu dan jutaan pengikut.

Pada masa sama, Hatyai menawarkan pelbagai produk pelancongan yang memenuhi kehendak pelancong dari pelbagai latar belakang.

Antara produk pelancongan lain yang terkenal di Hatyai adalah ekopelancongan unik dengan pemandangan cantik, barangan kraftangan tempatan menarik dengan harga berpatutan, kawasan beli belah yang banyak, selain memenuhi kehendak semua golongan pelancong



**PEMAIN industri pelancongan negara ini perlu lebih kreatif dalam menarik rakyat terus berminat untuk melancong dalam negara.** - GAMBAR HIASAN

dan aktiviti hiburan yang banyak untuk semua golongan pelancong.

Selain itu, Hatyai menjadi pilihan pelancong Malaysia disebabkan ia mudah untuk diakses menggunakan pelbagai jenis kenderaan, sama ada darat mahupun udara.

Disebabkan keadaan ekonomi dunia yang masih belum pulih, pelancong Malaysia yang ingin melancong ke luar negara memilih negara jiran berdekatan.

Kos perbelanjaan juga berpatutan jika dibandingkan dengan destinasi pelancongan antarabangsa lain.

Namun begitu, ada kesan jika ramai memilih melancong ke luar negara.

Antaranya, aliran wang keluar dari negara kita ke negara luar dalam jumlah besar. Ini seterusnya memberi kesan langsung kepada ekonomi negara.

Sekiranya tidak dikawal, ia mungkin membawa masalah ekonomi lebih meruncing dan memberi kesan kepada nilai mata wang Malaysia.

Bagaimanapun, saya berpandangan, majoriti rakyat Malaysia masih lagi memilih melancong dalam negara.

Ini dapat dilihat daripada senario kesesakan lalu lintas di lebuh raya dan jalan raya menuju ke destinasi

pelancongan dalam negara, terutama ketika hujung minggu, cuti umum dan cuti persekolahan. Majoriti rakyat masih mengutamakan untuk melancong di dalam negara.

Oleh itu, pemain industri pelancongan tempatan harus memainkan peranan dalam menarik kehadiran pelancong ke lokasi mereka.

Pada masa ini, pemain industri pelancongan tempatan didapati cenderung menawarkan produk sama dengan tempat lain tanpa sebarang penambahbaikan.

Sebagai contoh, apabila satu destinasi menawarkan pengalaman makan di dalam sungai cetek sambil merendam kaki di dalam air, banyak pemain industri lain menawarkan produk sama.

Begitu juga apabila terdapat premis menghias bangunan mereka dengan deretan payung terbuka berwarna warni dalam jumlah banyak, tempat lain juga akan mengambil konsep sama.

Dapat disimpulkan, kreativiti sangat kurang diaplikasikan pemain industri pelancongan di Malaysia.

Mereka masih lagi gemar terikut-ikut dengan produk pelancongan di tempat lain tanpa sebarang olahan untuk

kelihatan lebih unik.

Pada masa sama, produk pelancongan di Malaysia tidak berkembang dan tiada pembaharuan.

Disebabkan industri ini sangat berkait rapat dengan pengalaman dan perasaan seseorang, adalah penting produk pelancongan sentiasa ada pembaharuan setiap tiga ke lima tahun.

Lebih kerap lebih bagus, supaya pelancong sentiasa ternanti-nanti pembaharuan yang dilakukan.

Ini merupakan salah satu kejayaan yang dilakukan oleh destinasi pelancongan popular seperti di Hatyai.

Sentiasa ada pembaharuan terhadap produk pelancongan mereka dari semasa ke semasa.

Dalam pada itu, masyarakat di luar sana semestinya lebih mengutamakan pelancongan domestik kerana masih terdapat banyak produk pelancongan dalam negara yang belum diterokai.

Masyarakat perlu lebih berani untuk melawat kawasan itu dan melakukan sedikit penyelidikan untuk mengetahui mengenai tempat-tempat terbabit.

Sebagai contoh, masih ramai rakyat tempatan masih belum melawat Taman Negara Pahang, tetapi telah melawat pelbagai destinasi di luar negara.

Sedangkan lokasi tersebut antara taman negara paling tua di dunia.

Begitu juga dengan tempat-tempat lain yang mempunyai pelbagai keunikan.

Masyarakat perlu mempunyai jati diri lebih tinggi untuk mengutamakan destinasi pelancongan tempatan.

Pada masa sama, pemain industri pelancongan tempatan juga perlu lebih kreatif dan mesra pelanggan untuk menarik pelancong tempatan ke kawasan mereka.

Disebabkan industri pelancongan ini menawarkan produk berasaskan perkhidmatan, mereka perlu menawarkannya dalam keadaan berkualiti, di samping keunikan produk mereka kepada pasaran.

**PROF. MADYA DR. SITI SURIAWATI ISA** ialah pensyarah di Jabatan Rekreasi dan Ekopelancongan, Fakulti Perhutanan dan Alam Sekitar, Universiti Putra Malaysia



**PRODUK pelancongan di Malaysia perlu berkembang dengan sentiasa dibuat pembaharuan.** - GAMBAR HIASAN