

Mengungkap Imej Pulau Pinang sebagai Destinasi Tarikan Pelancong

Revealing the Images of Penang as Tourist Attractions Destination

ROSNIZA AZNIE CHE ROSE, ABDUL RAHIM MD. NOR, ROSMIZA MOHD ZAINOL,
LYNDON N., MOHD FUAD M.J., MOHD YUSOF HUSSAIN, MIMI HANIDA ABDUL MUTALIB,
ZAIMAH RAMLI, MOHD AZLAN ABDULLAH & NORAZIAH ALI

ABSTRAK

Artikel ini membincangkan tentang imej Pulau Pinang sebagai destinasi pilihan pelancong berdasarkan persepsi awalan dan pengalaman kunjungan sebenar pelancong daripada tiga kumpulan pelancong utama iaitu kumpulan alosentrik, midsentrik dan psikosentrik. Hasil kajian mendapati Pulau Pinang merupakan destinasi percutian idaman bagi pelancong yang datang, pengalaman yang mencadangkan kunjungan semula dan destinasi percutian memenuhi keperluan bagi setiap kumpulan umur pengunjungnya. Penawaran lokasi dan kepelbagaian produk pelancongan; diikuti kemudahsampaian dan prasarana menjadi faktor tarikan tambahan kepada trend kedatangan pelancong ke destinasi pilihan mereka.

Kata kunci: Pelancong; imej; destinasi; percutian; kunjungan semula

ABSTRACT

This study discusses the image of Penang as a destination of choice by tourists based on the initial perception and actual tourists experience from three main tourist groups; alosentric, midsentric and psichosentric. The study found that Penang is a dream holiday destination for tourists who have ever come. Their experience suggests revisit as a holiday destination. Penang has meet the needs of each visitor's age groups. The offers for location and diversity of tourism products followed by accessibility and good state of infrastructure are the additional pulling factors in tourist arrivals trend to the destination of their choice.

Keywords: Tourist; images; destination; vacation; revisit

PENGENALAN

Secara umumnya, sektor pelancongan merupakan penyumbang utama kepada pendapatan sesebuah negara dan antara sektor terbesar di dunia (Ritchie 2003; Goeldner 2006; Badaruddin 2008). Berdasarkan Laporan Pertubuhan Pelancongan Sedunia (2011), ketibaan pelancong antarabangsa meningkat sebanyak hampir 5% pada bulan pertama dan kedua pada tahun 2011, mengukuhkan pemulihan yang didaftarkan pada tahun 2010. Semua kawasan (sub) dunia mengalami pertumbuhan positif pada Januari dan Februari kecuali di Timur Tengah dan Afrika Utara. Manakala pertumbuhan di Amerika Selatan dan Asia Selatan masing-masing pada tangga (+15%), (+13%)

dan (+12%). Sektor ini menyumbang sebanyak 10% daripada jumlah pekerjaan dunia dan sebanyak 11% daripada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dunia. Hasil pengeluaran yang diperoleh sektor pelancongan dijangka meningkat kepada 1.8 bilion menjelang tahun 2020. Bilangan pelawat dan pelancong yang membuat perjalanan bagi tujuan mengisi masa lapang meliputi antara 65% dan 75% daripada jumlah pelancong keseluruhan. Namun, secara pastinya ia dipecahkan kepada sejumlah bilangan yang berbeza di seluruh dunia. Keadaan ini merupakan perspektif sebenar dalam pergerakan antarabangsa. Pertubuhan Pelancongan Sedunia (WTO) pada tahun 1996 telah mengenal pasti bahawa pelancong domestik adalah sepuluh kali ganda daripada kumpulan yang membelanjakan wang bagi

tujuan pelancongan. Manakala, bagi negara-negara besar seperti Amerika Syarikat, pelancong domestik adalah merupakan kumpulan yang terbesar kerana wujudnya faktor dalaman yang kuat dan kemudahan dari satu destinasi ke satu destinasi yang lain dengan baik. Contohnya di Eropah, catatan WTO menunjukkan 60% daripada semua kedatangan pelancong merupakan pelancong domestik pada tahun 1995. Namun begitu, pelancong antarabangsa adalah kumpulan pelancong sasaran yang amat penting bagi meningkatkan ekonomi sesebuah negara. Situasi yang sama dilihat dengan pilihan dan cita rasa individu untuk memilih suasana yang berbeza daripada persekitaran hariannya. Keadaan ini dapat dilihat dengan kesanggupan para pelancong untuk membuat perjalanan dari Kanada ke Caribbean ataupun dari United Kingdom ke negara-negara yang bersempadan dengan Mediterranean. Namun begitu, corak perjalanan pelancong dari negara Perancis adalah berbeza kerana mereka lebih gemar menghabiskan masa mereka dan mengadakan aktiviti pelancongan di negara sendiri memandangkan terdapat kepelbagaian suasana, cuaca dan corak kehidupan di negara asal mereka sendiri dengan sebahagian alasannya juga disebabkan oleh taraf sosio ekonomi mereka yang membolehkan mereka mempunyai rumah kedua bagi tujuan percutian.

Di Malaysia, sektor pelancongan merupakan sektor kedua terpenting kepada negara ini selepas sektor pembuatan dan petroleum (Badaruddin 2008). Kemasukan rakyat asing untuk tujuan perdagangan dan keagamaan telah memperkenalkan negara ini ke dunia luar. Walau bagaimanapun, perkembangan industri ini secara teratur hanya bermula apabila kerajaan menubuhkan Perbadanan Kemajuan Pelancong Malaysia (TDC) pada 10 Ogos 1972. Pada tahun yang sama, satu Persidangan Persatuan Pelancongan Kawasan Pasifik (PATA) yang diadakan di Kuala Lumpur telah secara langsung merangsang pertumbuhan ini. Melalui penglibatan kerajaan, maklumat penting telah dikumpul dan dengannya perkembangan industri pelancongan dapat dikesan serta pertumbuhannya dapat dirancang dengan cara yang lebih sistematik. Merujuk kepada hasrat kerajaan ingin menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara perindustrian yang maju sepenuhnya pada tahun 2020; pelancongan telah dikenal pasti sebagai salah satu sektor utama yang menjadi sumber baru dalam menjanakan pembangunan sosio-ekonomi negara. Menyedari hakikat ini, maka pelancongan adalah salah satu sektor ekonomi yang berpotensi untuk dibangunkan dan dipertingkatkan dalam mencapai Wawasan 2020 iaitu menjadi sebuah negara maju. Pembangunan projek pelancongan mega khususnya Projek Pelancongan Raksasa Malaysia yang melibatkan negeri Pahang, Johor, Melaka, Selangor, Perak dan Terengganu dengan kos sebanyak RM1,332.6 juta iaitu dengan keluasan tanah sebanyak 4,697 hektar keseluruhannya, adalah bukti kesungguhan pihak berkuasa untuk memajukan sektor tersebut di negara ini.

Sektor pelancongan hari ini juga telah dikategorikan sebagai ekonomi berpotensi cerah dan menyumbang kepada peningkatan pendapatan negara, penyediaan peluang-peluang pekerjaan dan meningkatkan imej negara di mata dunia. Penubuhan industri khusus bagi sektor pelancongan merupakan pengiktirafan serta ketersediaan kerajaan Malaysia untuk memajukan terus industri pelancongan ini. Sebanyak RM100 juta telah diperuntukkan untuk permulaan promosi kepada Kementerian Kebudayaan dan Pelancongan ketika ditubuhkan pada tahun 1987, khususnya ke pasaran Amerika Syarikat dan Jepun (New Straits Time, 6 Januari 1988). Bahkan kecemerlangan pembangunan industri ini dari tahun ke tahun telah dapat dilihat dengan peningkatan pendapatan yang menjana hasil sehingga RM53 bilion pada tahun 2009. Bukan itu sahaja, malahan pengiktirafan dunia melalui Pertubuhan Pelancongan Sedunia telah menempatkan Malaysia di tangga kesembilan dalam jumlah kedatangan pelancong dunia pada tahun yang sama (2009). Sebagai insentif tambahan dan pengiktirafan terhadap industri pelancongan di Malaysia ini, Perdana Menteri Malaysia menerusi pembentangan bajet 2011 telah memperuntukkan sebanyak RM235 juta diiringi dengan pelbagai perancangan penyusunan semula Jabatan Penerbangan Awam menjadi Lembaga Penerbangan Awam dan pemansuhan duti import ke atas kira-kira 300 barangan kegemaran pelancong dan rakyat tempatan pada kadar 5 - 30% (Perangkaan Malaysia 2011)

Di sebalik sumbangannya kepada negara, kepesatan perkembangan industri pelancongan harus dikawal dan dirancang. Ini kerana aktiviti tersebut turut memberi impak negatif kepada alam sekitar dan penduduk setempat. Juga, melalui perancangan dan kawalan tahap kepuasan dan penerimaan pelancong di sesebuah destinasi dapat dimaksimumkan. Pihak berkuasa boleh sentiasa merangka perancangan pelancongan yang lestari dan berdaya maju. Bahkan sebagai sebuah negara yang agak baru berkecimpung dalam sektor pelancongan, Malaysia seharusnya dapat mengambil iktibar daripada pengalaman negara-negara yang terdahulu melibatkan diri dalam industri ini. Bentuk pembangunan yang baik ialah pembangunan pelancongan yang dapat memberikan kebaikan kepada manusia dan alam semula jadi sebagai tanda syukur kepada Penciptanya. Sekali gus dapat mencapai matlamat utama dasar pelancongan negara untuk meningkatkan nilai pelancongan dengan cara memaksimumkan faedah sosioekonomi yang dihasilkan di samping meminimumkan kesan-kesan negatif yang tidak terkawal kepada ekosistem dan penduduk tempatan.

Sehubungan dengan persoalan di atas, kajian ini menilai Pulau Pinang sebagai sebuah destinasi pelancongan berdasarkan imej dan penerimaan sebenar pengunjungnya. Proses pemilihan sesebuah destinasi pelancongan dibuat berdasarkan peranan imej yang digambarkan oleh pelancong sebelum mereka

berkunjung ke destinasi tersebut iaitu melibatkan responden yang terdiri daripada para pelancong sama ada daripada golongan alosentrik, midsentrik dan psikosentrik yang berkunjung ke destinasi pilihan mereka. Seterusnya, menganalisis sama ada destinasi pilihan mereka itu benar-benar memenuhi kriteria yang tergambar dalam imej gambaran mereka. Sebaliknya, jika imej tersebut adalah imej negatif dan tidak seindah yang mereka harapkan, maka apakah cadangan dan pandangan mereka bagi meningkatkan mutu dan potensi destinasi tersebut untuk dikunjungi lagi. Ini kerana pemilihan sesebuah destinasi pelancongan seringkali dipengaruhi oleh imej yang terbentuk dalam bayangan minda seseorang individu. Imej tersebut mempengaruhi destinasi pilihan mereka berasaskan kepada kepercayaan, idea, tanggapan (Kotler et al. 1993) dan seterusnya proses pemilihan destinasi bagi tujuan pelancongan yang bakal dijalankan. Semakin banyak imej negatif yang wujud dalam bayangan mereka, maka semakin berkurangnya potensi destinasi tersebut untuk dikunjungi atau dilawati oleh para pelancong. Sebaliknya, semakin banyak imej positif yang terdapat dalam minda, bukan hanya akan mempengaruhi pelancong untuk berkunjung ke destinasi tersebut, malah akan mempengaruhi kuasa beli dan permintaan produk pelancongan di destinasi itu. Imej-imej gambaran boleh terbentuk melalui dua imej utama iaitu imej organik berdasarkan fakta yang diperoleh hasil daripada pembacaan dan edaran media cetak; atau keduanya imej sogokan iaitu imej yang terbentuk melalui paparan media massa, kemudahan internet dan pelbagai iklan dan brosur tersedia.

HURAIAN KONSEP

PELANCONG ALOSENTRIK

Golongan alosentrik cenderung untuk melakukan pelbagai aktiviti khususnya aktiviti yang lasak, mencabar dan baru. Sifat mereka yang lasak ini menyebabkan mereka akan mencari kawasan-kawasan yang novelti, terpendil dan belum diterokai untuk dilawati. Golongan ini hanya memerlukan keperluan asas ditempat yang dilawatinya itu (Plog 1972).

PELANCONG MIDSENTRIK

Golongan midsentrik merupakan golongan majority pelancong yang menggemari destinasi yang sudah dibangunkan pada kadar sederhana dan selesa (Plog 1972).

PELANCONG PSIKOSENTRIK

Golongan yang tidak selalu membuat lawatan, menetap pada tempoh yang singkat, kurang berbelanja dan lazimnya menggemari destinasi pelancongan yang popular dan hampir menyerupai tempat asalnya (Plog 1972).

LATAR BELAKANG KAWASAN DAN PERKEMBANGAN PELANCONGAN DI PULAU PINANG

Industri pelancongan hari ini memainkan peranan penting dalam penjana pendapatan dan pemangkin pertumbuhan ekonomi di kebanyakan negara. Pulau Pinang yang bergelar Mutiara Orient telah menarik sejumlah besar pelawat dari luar dan dalam negara sejak zaman penjajah lagi seperti seperti Rudyard Kipling dan Somerset Maugham (Tan 2007). Trend kedatangan pelancong di Pulau Pinang mencatatkan seramai 1,460,000 pengunjung di antara Januari hingga Jun 2006 yang membawa kepada proses pemangkinan semula dan *revivacation* pelancong selepas bahang Tsunami yang melanda semakin reda. Bilangan pengunjung ini telah membawa kepada peningkatan sebanyak 3.34% dalam jumlah ketibaan dari tempoh yang sama pada tahun 2005 iaitu seramai 1,410,000 pengunjung (Penang Economic Monthly 2006). Manakala dari segi nisbah pelawat domestik dan pelancong asing, kira-kira 41.3% merupakan pengunjung antarabangsa berbanding 58.7% pelancong domestik pada tahun 2006 di Pulau Pinang. Statistik juga menunjukkan trend penginapan yang lebih tinggi di kawasan bandar berbanding pantai peranganin.

JADUAL 1. Anggaran Kadar Kedatangan Pelancong (Kuartail (Q) 1, 2 3 dan 4) di Pulau Pinang, 2010

	Q1	Q2	Q3	Q4
Jumlah Kedatangan Pelancong	0.840 juta	0.882 juta	0.952 juta	N/A
Perkongsian Domestik	46.7%	55.0%	37.4%	45.3%
Perkongsian Antarabangsa	53.3%	45.0%	62.6%	54.7%

Sumber: Seri 2011

Jadual 1 menunjukkan bahawa kadar kedatangan pelancong mengalami peningkatan dalam setiap kuartail dengan kedatangan pelancong antarabangsa lebih besar daripada kedatangan pelancong domestik dalam setiap kuartail tersebut.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini dijalankan pada bulan Disember 2010 berdasarkan sampel yang dipilih daripada dua lokasi tumpuan pelancong di Pulau Pinang iaitu Batu Feringghi - Teluk Bahang; dan Lebuh Acheh-Lebuh Armenian. Pemilihan kawasan ini adalah berdasarkan kepada perbezaan ciri-ciri pelancongnya. Batu Feringghi - Teluk Bahang merupakan kawasan tumpuan pelancong domestik dan antarabangsa (aloesentrik dan midsentrik) berikutan penawaran perkhidmatan pelancongan daripada bertaraf bajet kepada perkhidmatan mewah (5-6 bintang) yang banyak terdapat di kawasan tersebut. Manakala, kawasan Lebuh Acheh-Lebuh Armenian pula merupakan kawasan tumpuan pelancong domestik dan antarabangsa (midsentrik dan psikosentrik) berikutan pelbagai tarikan warisan, kepelbagaian makan dan pusat membeli belah terkemuka dengan promosi barangan masyarakat India, Cina dan Melayu. Seramai 120 orang pelancong telah terpilih sebagai responden (60 di setiap lokasi). Kajian ini dijalankan menggunakan kaedah soal-selidik terhadap pelancong dengan menerapkan teknik persampelan rawak mudah bertujuan. Data dianalisis menggunakan teknik statistik mudah.

HASIL KAJIAN

PENERIMAAN PELANCONG

Hasil analisis data menunjukkan bahawa secara umumnya pelancong tempatan dan antarabangsa berminat terhadap destinasi pelancongan ini bagi tujuan percutian termasuk bagi tujuan pelancongan

budaya, berasaskan pantai dan penawaran pelbagai produk makanan dan barangan serta pelancongan eko. Hasil analisis melibatkan pemarkahan penyataan positif dan negatif yang saling berkaitan antara dua bahagian utama kerangka soalan. Langkah seterusnya ialah menggunakan Cronbach Alpha bagi mengukur keseluruhan skor min dan korelasi setiap item. Hasil ujian menunjukkan pengaruh positif, iaitu 0.70 dan negatif, iaitu 0.77 diterima secara konsisten. Skor min keseluruhan bagi pengaruh positif (4.0) dan negatif (2.0) menunjukkan bahawa nilai-nilai di atas titik neutral (3) Skala Likert adalah sikap yang positif dan di bawah adalah negatif (seperti ditunjukkan dalam Jadual 1).

Secara keseluruhan ujian Cronbach Alpha mendapati pendapat keseluruhan pelancong di kawasan kajian adalah positif dan yang demikian data tersebut boleh dianggap sebagai 'boleh dipercayai' untuk pantai di kawasan kajian sebagai destinasi pelancongan budaya (kraf, dan produk tempatan) dan destinasi penerokaan keindahan alam semula jadi (pesisiran pantai dan Pulau Jerjak serta tapak warisan bandar George Town). Berdasarkan cara ini, Pulau Pinang boleh dikategorikan sebagai kawasan pembangunan pelancongan tersohor dan terkenal dalam kumpulan pelancongan midsentrik. Kumpulan ini hanya memerlukan pembangunan infrastruktur dan kemudahan yang sederhana dan selesa. Pulau Pinang akan menjadi semakin popular destinasi kerana menjadi destinasi yang matang dari segi kemudahan, perkhidmatan, tarikan dan hiburan. Pada peringkat ini, destinasi akan berjaya mencapai potensi yang maksimum dan menarik lebih ramai pelancong. Ini akan meningkatkan populariti yang memberangsangkan kepada kumpulan pelancong psikosentrik.

Kajian mendapati bahawa lebih 55% pelancong yang melawat ke pusat peranginan pantai Teluk Bahang dan Batu Feringghi berpuas hati dengan penginapan dan perkhidmatan yang mereka perolehi (chalet dan motel) dan memilih untuk makan makanan tempatan dari gerai atau restoran yang berdekatan dengan mengambil kira harga dan pilihan makanan tempatan. Majoriti pelancong antarabangsa sangat gembira dengan kunjungan mereka bersesuaian dengan imej dan gambaran sebelum datang ke destinasi ini. Ini adalah kerana terdapat pantai yang bersih, pelbagai kemudahan rehat, kawalan keselamatan (*baywatch*), dan kemudahan tandas awam yang bersih, dan pakej pelancongan yang ditawarkan. Penduduk tempatan juga telah menerima kunjungan pelancong dengan tangan yang terbuka. Kedatangan pelancong ke pantai peranginan pelancong telah berjaya meningkatkan taraf hidup mereka dan bukan hanya bergantung kepada pekerjaan tradisional iaitu sebagai nelayan sahaja. Malahan terdapat pelbagai inisiatif penduduk tempatan untuk turut libat sama dalam pembangunan pelancongan

JADUAL 2. Skor Min terhadap Penerimaan Pelancong

	A. Penerimaan Positif Pelancong	Skor Min	S.D
Q1	Ketersediaan ruang percutian yang selesa	3.64	0.43
Q2	Kemudahan penginapan sebagaimana dipromosikan	2.79	1.31
Q3	Ketersediaan pengangkutan awam ke destinasi pelancongan dengan mudah	3.98	1.01
Q4	Hospitaliti penduduk tempatan yang memuaskan	3.65	0.98
Q5	Ketersediaan produk pelancongan yang banyak	3.69	1.28
	B. Penerimaan Negatif Pelancong		
Q6	Penawaran kemudahan awam berkurangan penjagaannya(tandas awam, bangku/perabot jalan)	1.42	0.61
Q7	Kemudahan penginapan masih boleh dinaiktarafkan mengikut suasana semula jadi	1.32	0.56
Q8	Kesesakan tempat menunggu pengangkutan awam	2.60	1.29
Q9	Perkongsian kemudahan awam dan prasarana penduduk tempatan dan pelancong boleh dinaik taraf lagi	2.46	1.24
Q10	Pembungkusan produk pelancongan perlu dinaik taraf untuk kemudahan dan kadar tahan lama dibawa pulang	1.67	0.82

di destinasi ini iaitu sebagai penjual kraf tangan, produk makanan dan juga penyediaan pelbagai kemudahan penginapan (*homestay*).

Manakala aspek negatif pula menunjukkan 43% daripada jumlah pelancong memberikan tindak balas negatif terhadap kesesakan mendapatkan pengangkutan awam di stesen bas terpilih, perkongsian kemudahan awam dan prasarana penduduk tempatan pelancong, kemudahan awam yang dikongsi bersama penduduk tempatan seperti tandas dan kawasan rehat dan juga pembungkusan produk pelancongan untuk dibawa pulang oleh pelancong.

CIRI-CIRI KEDATANGAN PELANCONG

Ciri kedatangan pelancong yang dibincangkan adalah berkaitan dengan ciri demografi pelancong dari segi umur, taraf perkahwinan, tahap pendidikan dan negeri asal; ciri lawatan dan pandangan mereka tentang perubahan yang berlaku di kawasan pelancongan di Pulau Pinang.

Kajian mendapati Pulau Pinang merupakan destinasi semua lapisan pelancong (melancong individu atau keluarga). Majoriti adalah pelancong domestik berkeluarga. Sejumlah 85% dalam kalangan pelancong berusia sekitar 21 hingga 55 tahun. Kajian ini juga mendedahkan bahawa kebanyakan pelancong (57%) yang datang ke destinasi pilihan ini merupakan isi rumah yang bekerja sama ada peniaga, kumpulan profesional dan lain-lain. Manakala terdapat sebanyak 29% daripada kumpulan umur 21-25 tahun merupakan pelajar daripada pelbagai institusi awam dan swasta tempatan yang masing-masing datang secara berkumpulan bagi

tujuan percutian.

Ciri-ciri lawatan melibatkan aspek tujuan kunjungan ke Pulau Pinang, destinasi semasa bertolak, mod penginapan, mod pengangkutan dan sumber maklumat pelancongan pantai di daerah Besut yang mereka dapati. Maklumat ini dapat menjawab persoalan “mengapa, bila, apa, dan kenapa” lawatan tersebut dijalankan. Hasil kajian mendapati, trend kedatangan pelancong ke pantai peranginan pada tahun 2011 ini jauh meningkat berbanding sebelum 2005 (Hasil temu bual mendalam). Majoriti kedatangan pelancong adalah untuk berehat dan beriadah. Trauma Tsunami sudah semakin berkurang dan kebanyakan pelancong menganggap tragedi tersebut sebagai kes terpercil yang berlaku secara kebetulan sahaja di lokasi kajian.

Majoriti responden didapati datang melalui pintu-pintu masuk yang terdapat dalam negara iaitu melalui kemudahan awam (Lapangan Terbang Antarabangsa Pulau Pinang, perkhidmatan bas ekspres hentian terus ke Butterworth/ Pulau Pinang dan perkhidmatan keretapi di Butterworth). Secara keseluruhannya, pelancong domestik tertinggi adalah disebabkan urusan hadir bengkel atau kursus anjuran daripada jabatan yang memilih sama ada percutian harian atau percutian bermalam selama satu malam sahaja (cuti hujung minggu). Bagi kumpulan pelancong antarabangsa, pelancong dari negara barat merupakan kumpulan tertinggi menggunakan perkhidmatan internet (*online*) untuk pakej penginapan di destinasi kajian ini. Pada pendapat mereka, tempahan melalui online merupakan jalan paling mudah dan selamat untuk mereka datang tanpa perlu risau tentang sebarang perbelanjaan

tambahan (79% daripada responden). Pandangan pelancong terhadap kawasan peranginan pantai di lokasi kajian secara keseluruhan, aktiviti pelancong di pantai bagi tujuan berenang, berehat, snorkel, *scuba diving*, berkhemah, berjemur dan juga aktiviti lain berasaskan air. Manakala, aktiviti bandar juga memberangsangkan kerana penawaran pelbagai produk berasaskan makanan, hadiah dan tinggalan warisan untuk diterokai. Dari segi pengalaman melancong, sebanyak 39% responden melancong ke pantai peranginan di lokasi kajian untuk kali pertama. Ini menunjukkan wujudnya kejayaan dan daya tarikan tersendiri destinasi ini sebagai pelancongan pulau atau eko-pelancongan sehingga di kebanyakan lokasi pantai dijenamakan sebagai "*Hawaii Malaysia*". Responden yang pernah melancong ke pantai peranginan di lokasi kajian berpendapat bahawa kebersihan di kawasan perkelahan iaitu di kedua-dua pantai Teluk Bahang dan Batu Feringghi adalah semakin baik walaupun ruang adalah amat terhad disebabkan kesesakan kedatangan pengunjung dan pelancong.

RUMUSAN

Berdasarkan pengertian imej sebagai sebuah gambaran minda tentang sesebuah destinasi (Kotler et al. 1993) memberi pelbagai bayangan dan reaksi dalam kalangan pelancong yang datang. Pelancong yang datang melihat setiap imej tersebut bersandarkan kepada mitos media, pemasaran, publisiti, laman sesawang dan juga cerita daripada pelancong lain yang pernah mengalami pengalaman lawatan ke Pulau Pinang. Gambaran yang diperlihatkan adalah berbeza-beza, justeru mempengaruhi kepada tahap kepuasan pengunjungnya. Namun begitu, Pulau Pinang dilihat sebagai destinasi pelancongan yang telah memberikan kesan positif terhadap imej yang pernah dibayangkan oleh bakal pengunjung atau pelancong yang akan datang. Bandaraya yang tersergam dengan pelbagai pembangunan moden dan hub komersil bertaraf dunia, pemilikan pantai yang menjadi pilihan, kemudahan komunikasi dan kemudahsampaian, sehinggalah kepada syurga makanan pelbagai bangsa, budaya dan negara. Kesemua elemen dan produk penawaran tersebut bukan sekadar telah berjaya memberi kesan positif kepada imej asal yang dibayangkan, bahkan memberi nilai tambah terhadap potensi kedatangan semula untuk mengadakan lawatan ulangan.

Sektor pelancongan dan kepesatan perkembangannya masa kini mewujudkan pelbagai kesan positif mahupun negatif kepada ekonomi dan sosial sesebuah komuniti. Dalam konteks pusat pelancongan pantai dan bandar di Pulau Pinang, pelbagai pihak berkepentingan telah memainkan peranan masing-masing bagi memastikan kelestariannya. Sumbangan positif industri pelancongan ini bukan hanya membuka peluang pekerjaan dalam pelbagai bidang kepada

penduduk tempatan tetapi juga membantu menjana pendapatan tempatan, negeri dan negara. Penduduk tempatan tidak lagi menjadi nelayan sepenuh masa sebaliknya turut terlibat menjadi pengusaha sehingga dapat memasarkan kemahiran dan produk mereka ke seluruh negeri dan negara. Proses perancangan pelancongan sewajarnya melibatkan penduduk tempatan sama ada secara langsung atau tidak langsung khususnya pembuatan keputusan yang melibatkan pembangunan kawasan setempat. Bagi pelancong pula, pantai peranginan di lokasi kajian ini berpotensi tinggi dan mampu memberikan kepuasan maksimum seperti imej yang tergambar oleh mereka sebelum sampai ke destinasi ini. Ini kerana, terdapat banyak keperluan kemudahan awam dan ciri-ciri keselamatan pelancong telah dan sedang dinaik taraf, terutama bagi pelancong yang berada di kawasan hotel bertaraf lima bintang merasa sangat puas hati dan sudah pasti ingin datang semula ke destinasi tersebut pada masa akan datang. Sekiranya kepuasan yang diterima oleh pelancong di tersebut adalah melibatkan sejumlah kos tambahan bagi mendapatkan layanan bertaraf lima bintang, maka pihak berkepentingan di kawasan-kawasan lain di sekitar Pulau Pinang dan kawasan bandar harus mengambil iktibar dan menjadikannya satu pelan tindakan dalam strategi perancangan pembangunan di pelancongan berterusan pada masa akan datang. Malahan pelbagai agenda pembangunan pelancongan di lokasi kajian yang sedang giat berlaku pada hari ini dirasakan akan menjadi pemangkin utama kepada peningkatan bilangan pelancong pada masa hadapan.

PENGHARGAAN

Penghargaan kepada Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan & Persekitaran, Fakulti Sains Sosial & Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia; Prof Abdul Rahim Md. Nor selaku Ketua Projek (Kumpulan Penyelidikan Jati diri Kebangsaan, Negara Bangsa, Kepelbagaian Budaya dan Globalisasi); dan Prof. Dr. Badaruddin Mohamed (USM).

RUJUKAN

- Badaruddin, M. 2008. *Pelancongan Lestari*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Goeldner, C.R. & Ritchie, J. R. 2006. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Edisi kesepuluh. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Kotler, P. et al. 1993. *Marketing Places*. New York. The Free Press
- Pertubuhan Pelancongan Sedunia (WTO). 1981. Technical Handbook on the Collection and Presentation of Domestic and International Tourist Statistics; Introduction. Dlm. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, disunting oleh Inskeep, E. Van Nostrand Reinhold:

- New York
- Pertubuhan Pelancongan Sedunia (WTO). 2011. Facts & Figure: Information Analysis and Know-How. <http://www.unwto.org/facts/menu.html>. Diakses pada: 20 February 2011.
- Pertubuhan Pelancongan Sedunia (WTO). 2011. Interime Update, 2011. http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom11_iu_april_excerpt.pdf. Diakses pada: 18 November 2012.
- Perangkaan Malaysia. 2011. Ucapan Bajet Tahun 2011. <http://www.treasury.gov.my>. Diakses pada: 24 Februari 2011.
- Plog, S. C. 1972. Why Destination Areas Rise and Fall In Popularity. Paper presented at Southern California, Chapter of The Travel Research Associaton.
- Ritchie, J. R. & Geoffrey, I. 2003. *The Competitive Destination*. Cambridge MA: CABI Publishing.
- Rosniza Aznie, C. R. 2002. Keupayaan daya tampung fizikal di Pulau Perhentian. Kertas Tesis Sarjana. Pusat Pengajian Perumahan, Bangunan dan Perancangan. Universiti Sains Malaysia.
- Rosniza Aznie, C. R. 2011. Tingkat dan kepuasan pelancong di Pulau Perhentian. *GEOGRAFIA: Malaysian Journal of Society and Space 7 (Special Issue: Social and Spatial Challenges of Malaysian Development)*: 155-168.
- Seri, 2011. Penang Statistics Quarter 1 2012. http://penanginstitute.org/v3/files/quarterly_penang_statistics/2012/Penang_statistics_Q1_2012.pdf. Diakses pada: 18 November 2012.
- Tan Y. H. 2007. The Performance of the tourism industry in Penang. 8(10). IPP 145554/4/2007. Penang Economic Monthly. http://penanginstitute.org/v3/files/econ_brief/2006/EconBrief2006-10.pdf. Diakses pada: 26 November 2012.
- Rosniza Aznie Che Rose,
Abdul Rahim Md. Nor,
Rosmiza Mohd Zainol, Ph.D
Lyndon N, Ph.D
Mohd Fuad M.J, Ph.D
Mohd Yusof Hussain, Ph.D
Mimi Hanida Abdul Mutalib, Ph.D
Zaimah Ramli, Ph.D
Mohd Azlan Abdullah,
Noraziah Ali
- Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran,
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia
43600 Bangi, Selangor Darul Ehsan, Malaysia
- e-mel: aznie@ukm.my
rahim@ukm.my
rosmiza@ukm.my
novel@ukm.my
fuad@ukm.my
hmyusof@ukm.my
mimi@ukm.my
zaimah@ukm.my
alimerang@ukm.my
aziah@ukm.my