



Kepuasan pelancong dengan Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari: Satu kajian persepsi

Zaimah, R.¹, Er, A.C.¹, Sarmila, M.S.¹, Habibah, A.¹, Hamzah, J.¹, Nurain Sahazali¹, Nadiah Hanani Abdul Jalil¹

¹Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi, Selangor

Correspondence: Zaimah Ramli (email: zaimahr@ukm.edu.my)

Abstrak

Pelancongan lestari bertujuan mengurangkan kesan ekologi dan sosiobudaya kepada masyarakat setempat. Kini, pelancongan lestari semakin popular dan menjadi amalan kebanyakan negara di dunia. Persepsi pelancong terhadap pelancongan lestari juga boleh memberi impak terhadap sesuatu destinasi pelancongan. Justeru, objektif utama artikel ini adalah untuk mengenal pasti persepsi serta tahap kepuasan pelancong terhadap negeri Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari. Kaedah survei menggunakan borang kaji selidik diaplikasikan dalam kajian ini. Seramai 735 orang pelancong terlibat dengan kajian ini dan mereka dipilih berdasarkan kaedah persampelan mudah bertujuan. Tahap kepuasan pelancong diukur menggunakan skala Likert, iaitu 1 sangat tidak berpuas hati dan 5 sangat berpuas hati. Hasil kajian mendapati majoriti (70 peratus) pelancong mempunyai tahap kepuasan yang tinggi terhadap Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari.

Katakunci: imej destinasi, kepuasan pelancong, Melaka, pelancongan lestari, persepsi, Tapak Warisan Dunia UNESCO

Tourists' satisfaction with Melaka as a sustainable tourism destination: A perception study

Abstract

Aiming at reducing ecological and socio-cultural impact on the local community, sustainable tourism is gaining popularity and becoming a standard practice. This study evaluates tourists' satisfaction with Melaka as a sustainable tourism destination through a perception survey of 735 respondents selected using the convenience sampling method. Tourist satisfaction levels were measured using a Likert scale where 1 represented 'least satisfied' and 5 'highly satisfied'. The study found that the majority (70 per cent) of tourists had a high level of satisfaction with Malacca as a sustainable tourism destination.

Keywords: destination image, Melaka, perception, sustainable tourism, tourists' satisfaction, UNESCO World Heritage Sites

Pengenalan

Industri pelancongan adalah aktiviti ekonomi moden yang paling pesat berkembang dan terbesar di dunia. Banyak negara di dunia bergantung kepada pelancongan sebagai sumber utama pendapatan melalui tukaran asing, termasuk Malaysia (Conaghan & Hanrahan, 2009; Jain, 2013; Er, 2012; Habibah et al., 2012). Pendapatan industri pelancongan Malaysia mencatatkan peningkatan 7.2 peratus dengan nilai RM103.3 bilion pada tahun 2013 lalu dalam menjana ekonomi Malaysia (Mohd Hazli & Khairulnuar, 2014). Bagi memastikan kelangsungan sumbangan industri pelancongan

kepada ekonomi negara, prinsip pembangunan pelancongan lestari telah diketengahkan. Kini, hampir semua negara di dunia mengutamakan dan mengguna pakai prinsip pelancongan lestari.

Pelancongan lestari bertujuan mengurangkan kesan ekologi dan sosiobudaya di samping menyediakan faedah ekonomi kepada masyarakat setempat. Ianya dapat dicapai melalui pendekatan bersepadu perancangan pelancongan, pengurusan dan pensijilan (Conaghan & Hanrahan, 2009). Selain itu, pelancongan lestari turut merangkumi pengurusan sumber manusia, budaya, kewangan dan pembangunan fizikal. Kini, konsep pelancongan lestari semakin popular dan menjadi amalan kebanyakan pemaju pusat-pusat pelancongan di Malaysia termasuk negeri Melaka (Er, 2013).

Kefahaman tentang pelancongan lestari juga sudah kian meluas. Salah satu kaedah untuk mengukur tahap kepuasan pelancong terhadap amalan pelancongan lestari di sesebuah kawasan adalah melalui kajian persepsi. Menurut Morisson (2002), persepsi seseorang pelancong secara umumnya melibatkan lima deria rasa, iaitu penglihatan, pendengaran, rasa, sentuh, dan bau bagi menilai hospitaliti dan perkhidmatan terhadap produk pelancongan yang ditawarkan. Persepsi pelancong memberi impak terhadap sesuatu destinasi pelancongan (Turker & Ozturk, 2013; Jain, 2013; Szell & Hallet, 2013; Muhammad Sabir, 2012; Muhd Rusli et al., 2011). Justeru, mengkaji persepsi tentang tahap kepuasan pelancong terhadap destinasi yang mereka kunjungi sangat signifikan dilakukan, khasnya terhadap negeri Melaka sebagai salah satu destinasi Tapak Warisan Dunia UNESCO di Malaysia. Sekaitan itu, objektif artikel ini adalah untuk mengenal pasti persepsi dan tahap kepuasan pelancong terhadap negeri Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari.

Kajian persepsi tentang tahap kepuasan pelancong

Prinsip pelancongan lestari telah dititikberatkan dalam pembangunan industri tersebut di kebanyakan negara di dunia. Bagi mengenal pasti keberkesanan prinsip pelancongan lestari dalam memajukan ekonomi sesebuah kawasan, pelbagai kaedah penilaian telah digunakan. Salah satu kaedah yang popular adalah melalui kajian persepsi. Persepsi pelancong terhadap sesuatu destinasi pelancongan telah banyak dikaji sama ada di dalam ataupun di luar negara. Di Ireland misalnya, Conaghan dan Hanrahan (2009) telah mengkaji tahap kefahaman pihak berkepentingan (stakeholders) berkenaan industri pelancongan lestari. Kajian tersebut bertujuan menilai kesedaran dan persepsi mereka terhadap pensijilan program eko-pelancongan, salah satu elemen penting pelancongan lestari, dan untuk mengetahui siapa yang harus melaksanakannya. Dapatan kajian menunjukkan pemahaman tentang pelancongan lestari adalah tinggi dalam kalangan pihak berkepentingan seperti organisasi pelancongan. Mereka juga bersetuju bahawa semua aktiviti industri pelancongan dijangka akan berterusan dan permintaan terhadap perkhidmatan tersebut bertambah, terutamanya bagi perkhidmatan yang disediakan oleh organisasi pelancongan yang berjaya mendapat sijil program ekopelancongan, justeru mengamalkan prinsip pelancongan lestari.

Sementara itu, Zhiyong Fan et al. (2012) mengkaji faktor yang mempengaruhi persepsi dan kesetiaan pelancong terhadap persekitaran yang harmoni dalam warisan budaya di negara China. Hasil kajian tersebut menunjukkan persepsi terhadap ekosistem semula jadi yang harmoni adalah dipengaruhi oleh tiga faktor, iaitu kefahaman tentang persekitaran, sistem hubungan sosial dan ekosistem budaya. Hasil kajian turut menunjukkan bahawa kesetiaan pelancong ditentukan oleh persepsi mereka terhadap persekitaran berkenaan yang harmoni. Manakala Jain (2013) telah mengkaji persepsi pelancong terhadap dimensi imej dan ciri khusus negeri Jammu dan Kashmir. Hasil kajian tersebut menunjukkan pelancong cenderung untuk tertarik kepada tiga dimensi imej utama Jammu dan Kashmir, iaitu imej keindahan tempat, imej kebudayaan dan imej wikayah tersebut sebagai 'syurga' kepada pelancong. Imej kebudayaan Jammu dan Kashmir meliputi tradisi, gaya hidup dan juga hospitaliti.

Kajian oleh Türker dan Öztürk (2013) pula bertujuan mengenal pasti persepsi masyarakat tempatan yang tinggal di sempadan Mountains National Park Kure (KMNP), Turki terhadap pembangunan pelancongan di tiga bandar, iaitu Pınarbaşı, Azdavay dan Şenpazar. Hasil kajian mereka menunjukkan persepsi penduduk tempatan KMNP agak neutral atau agak positif terhadap industri pelancongan di kawasan tersebut. Persepsi penduduk tempatan turut dipengaruhi oleh faktor lokasi, iaitu penduduk yang tinggal di Pınarbaşı mempunyai persepsi positif yang lebih tinggi berbanding persepsi penduduk di Azdavay dan Şenpazar. Sementara Szell dan Hallett (2013) telah mengkaji

sikap dan persepsi penduduk lokal dan pelancong terhadap kawasan perlindungan di Taman Kebangsaan Retezat, Romania. Hasil kajian mereka menunjukkan pelancong mempunyai kesedaran yang lebih tinggi tentang kepentingan kawasan perlindungan, menzahirkan penghargaan yang lebih tinggi terhadap kewujudan taman dan sanggup membayar pada kadar bayaran yang lebih tinggi untuk menyokong usaha pemuliharaan berbanding dengan penduduk tempatan. Manakala Muhammad Sabbir Rahman (2012) mengkaji persepsi pelancong dalam membuat pilihan destinasi pelancongan persekitaran di Bangladesh. Hasil kajian menunjukkan kebanyakan pelancong mempunyai persepsi bahawa pemilihan destinasi sangat bergantung kepada imej destinasi, penggunaan internet dan juga kepuasan pengguna.

Kajian di Malaysia cenderung menunjukkan hasil dapatan yang serupa. Misalnya kajian Muhd Rusdi et al. (2011) mendapati pelancong mempunyai persepsi keutamaan yang berbeza terhadap aspek pengurusan dan penyelenggaraan sumber ekopelancongan berdasarkan profil mereka. Dapatan ini dapat membantu pihak pengurusan untuk menambah baik aspek pengurusan sumber ekopelancongan dan membangunkan pelan pengurusan bersepadu pembangunan ekopelancongan pada masa hadapan. Sementara Rosniza Aznie et al. (2012) telah menggunakan kaedah persepsi bagi mengukur tingkat kepuasan pelancong terhadap kemudahan perkhidmatan yang disediakan oleh agensi pelancongan Bumiputera di Langkawi Geopark. Hasil kajian tersebut mendapati harga yang ditawarkan oleh agensi pelancong tidak menyenangkan pelancong yang menggunakan perkhidmatan ini terutama semasa musim perayaan atau cuti umum.

Kajian persepsi oleh Salleh et al. (2012) juga cuba menilai tahap kepuasan pelancong terhadap kualiti perkhidmatan di Pulau Tioman. Dapatan kajian menunjukkan pelancong tempatan dan antarabangsa berpuas hati dengan kualiti perkhidmatan yang diberikan di pulau berkenaan. Berdasarkan analisis purata, kebanyakan pelancong tempatan dan antarabangsa bersetuju bahawa ciri-ciri persekitaran dan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan di Taman Laut Pulau Tioman adalah penting dan memuaskan. Manakala Nor'Aini dan Faiz (2012) mendapati pelancong berpuas hati dengan produk dan perkhidmatan yang ditawarkan di Tasik Kenyir. Konstruksi lestari dan jaminan mencatatkan skor penyampaian perkhidmatan tertinggi. Tarikan keindahan semula jadi perlu dikekalkan untuk meningkatkan kekerapan lawatan pelancong ke kawasan ini. Usaha-usaha menambah baik pada masa depan perlu menekankan kitar semula dan penggunaan semula serta memberi tumpuan kepada faktor-faktor di luar perkhidmatan resort.

Seterusnya, kajian Er (2013) menunjukkan bahawa secara persepsi kebanyakan pelancong memilih Melaka sebagai destinasi percutian keluarga kerana terdapat banyak khazanah warisan nasional dan pelbagai tapak sejarah di Melaka. Bangunan warisan seperti A-Famosa, Stadhuys dan rumah kedai tradisional dalam bandar masih terpelihara dengan mengekalkan nilai estetikanya. Begitu juga budaya masyarakat Kampung Morten seperti tarian dan muzik tradisionalnya serta kesenian *puppet show* dan batik yang turut menarik pelancong. Pelancong berpendapat bahawa penduduk tempatan terutamanya peniaga, pengusaha *homestay* atau pemandu pelancong, berbudi bahasa dan peramah dan sangat dihargai pelancong. Namun kebanyakan pelancong juga berpendapat, selain bangunan dan warisan budaya lain yang terjaga dengan baik, kemudahan infrastruktur dan tahap kebersihan bandar masih memerlukan pembaikan untuk mencapai tahap pelancongan lestari yang lebih baik.

Metod kajian

Kaedah survei telah digunakan bagi mengkaji persepsi pelancong terhadap negeri Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari. Kajian dilakukan di sekitar Bandar Hilir dan Ayer Keroh, Melaka. Seramai 735 orang responden terlibat dengan kajian ini dan mereka dipilih berdasarkan kaedah persampelan mudah bertujuan. Borang kaji selidik digunakan sebagai instrumen kajian. Tahap kepuasan responden diukur menggunakan skala Likert, iaitu 1=sangat tidak berpuas hati, 2=tidak berpuas hati, 3=sederhana, 4=berpuas hati dan 5= sangat berpuas hati. Tahap kepuasan responden dikelaskan kepada tiga, iaitu rendah (1.00-2.33), sederhana (2.34-3.66) dan tinggi (3.67-5.00). Ujian kebolehpercayaan dilakukan ke atas pengukuran tersebut dan nilai *Cronbach-alpha* ialah 0.919. Analisis statistik perihalan seperti kekerapan, peratus, purata dan sisihan piawai digunakan bagi menjelaskan latar belakang responden dan menentukan tahap kepuasan responden terhadap Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari.

Hasil kajian dan perbincangan

Latar belakang responden

Jadual 1 menunjukkan latar belakang responden. Jumlah responden lelaki adalah lebih ramai (51.2%) berbanding responden perempuan (48.8%). Sebahagian besar responden berada dalam lingkungan umur 21-30 tahun (40.5%). Hampir separuh daripada responden berstatus sama ada masih bujang atau telah berkahwin dengan masing-masing mencatatkan 48.2 peratus. Responden Melayu mencatatkan peratus tertinggi, iaitu 58.6 peratus. Lebih daripada separuh responden mempunyai tahap pendidikan di peringkat diploma/ijazah (61.9%). Tingkat pendapatan responden adalah pelbagai dan paling ramai mempunyai pendapatan bulanan kurang RM1,000 (37.7%). Berdasarkan taraf pendidikan, kajian merumuskan bahawa responden adalah kumpulan pelancong yang berpengetahuan, memahami dan jelas dengan destinasi pelancongan yang ditujui.

Jadual 1. Latar belakang responden

Profil	Kekerapan	Peratus
Jantina:		
Lelaki	376	51.2
Perempuan	359	48.8
Umur responden:		
< 20 tahun	98	13.3
21-30 tahun	298	40.5
31-40 tahun	196	26.7
41-50 tahun	93	12.7
51-60 tahun	31	4.2
> 60 tahun	19	2.6
Taraf perkahwinan:		
Bujang	354	48.2
Berkahwin	354	48.2
Ibu/Bapa tunggal	27	3.6
Etnik responden:		
Melayu	431	58.6
India	53	7.2
Cina	108	14.7
Lain-lain	143	19.5
Agama responden:		
Islam	477	64.9
Hindu	53	7.2
Buddha	78	10.6
Kristian	106	14.4
Lain-lain	21	2.9
Tahap pendidikan:		
Diploma/Ijazah	455	61.9
Sekolah menengah	152	20.7
Sekolah rendah	104	14.1
Tidak bersekolah	24	3.3
Pendapatan responden:		
< RM1000	277	37.7
RM1000-RM1999	132	18.0
RM2000-RM2999	140	19.0
RM3000-RM3999	91	12.4
RM4000-RM4999	37	5.0
≥RM5000	58	7.9

Persepsi responden terhadap imej dan ciri-ciri khusus pelancongan

Menurut Er (2013), motif pelancong berkunjung ke negeri Melaka adalah berbeza-beza. Sebahagian datang ke Melaka kerana mahu melawat pelbagai kesan tinggalan dan tapak warisan sejarah. Ini bermakna, dua imej utama yang jelas bagi pelancongan di Melaka adalah imej warisan sejarah dan imej pusat membeli-belah. Jadual 2 menunjukkan persepsi responden terhadap imej dan ciri-ciri pelancongan di negeri Melaka. Sebanyak 47.8 peratus responden berpuas hati terhadap khazanah warisan sebagai produk pelancongan di Melaka. Hasil kajian Jain (2013) turut mendapati salah satu persepsi imej pelancongan adalah tarikan terhadap kebudayaan dan tradisi. Sementara itu, separuh daripada responden (50.1%) juga berpuas hati dengan kebersihan kawasan pelancongan di Melaka. Responden turut berpuas hati dengan kualiti persekitaran dan pemandangan alam semula jadi dengan masing-masing mencatatkan 49.4 peratus dan 46.3 peratus. Dapatan ini selari dengan Zhiyong Fan et al. (2012) yang menyatakan bahawa kepuasan pelancong dengan kawasan pelancongan antaranya dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualiti persekitaran kawasan berkenaan.

Jadual 2. Persepsi responden terhadap imej dan ciri-ciri pelancongan di negeri Melaka

Imej dan Ciri-ciri Pelancongan	Jumlah Responden	Kekerapan (%) Mengikut Tahap Kepuasan				
		STB	TB	SS	BH	SBH
1. Khazanah warisan sebagai produk pelancongan.	715	-	7 (1.0)	150 (20.4)	351 (47.8)	207 (28.2)
2. Kebersihan kawasan pelancongan.	715	4 (0.5)	20 (2.7)	170 (23.1)	368 (50.1)	153 (20.8)
3. Kualiti persekitaran pelancongan.	715	3 (0.4)	25 (3.4)	164 (22.3)	363 (49.4)	160 (21.8)
4. Pemandangan alam persekitaran.	717	1 (0.1)	27 (3.7)	177 (24.1)	340 (46.3)	172 (23.4)
5. Keselamatan pelancong/pelawat.	715	2 (0.3)	37 (5.0)	209 (28.4)	330 (44.9)	137 (18.6)
6. Kemudahsampaian dan kualiti jaringan jalan raya.	718	4 (0.5)	46 (6.3)	213 (29.0)	328 (44.6)	125 (17.0)
7. Jaringan maklumat yang lengkap.	718	1 (0.1)	50 (6.8)	207 (28.2)	342 (46.5)	116 (15.8)
8. Kemudahan hotel dan penginapan.	715	2 (0.3)	18 (2.4)	166 (22.6)	379 (51.6)	150 (20.4)
9. Perkhidmatan makanan restoran.	716	4 (0.5)	24 (3.3)	185 (25.2)	355 (48.3)	148 (20.1)
10. Keramahan penduduk setempat.	716	5 (0.7)	30 (4.1)	198 (26.9)	345 (46.9)	138 (18.8)
11. Perkhidmatan pemandu pelancong.	716	3 (0.4)	26 (3.5)	198 (26.9)	344 (46.8)	145 (19.7)
12. Perkhidmatan maklumat pelancongan.	714	2 (0.3)	28 (3.8)	198 (26.9)	343 (46.7)	143 (19.5)
13. Kemudahan tempat letak kereta.	716	17 (2.3)	75 (10.2)	215 (29.3)	280 (38.1)	129 (17.6)
14. Acara atau program yang dikendalikan.	716	10 (1.4)	51 (6.9)	220 (29.9)	315 (42.9)	120 (97.4)
15. Promosi pelancongan.	715	8 (1.1)	37 (5.0)	210 (28.6)	323 (43.9)	139 (18.9)
16. Perkhidmatan kewangan (seperti pertukaran mata wang asing).	716	9 (1.2)	35 (4.8)	225 (30.6)	319 (43.4)	128 (17.4)

Petunjuk:

STB=sangat tidak berpuas hati; TB=tidak berpuas hati; SS=sederhana; BH=berpuas hati;
 SBH=sangat berpuas hati

Hampir separuh daripada responden berpuas hati terhadap keselamatan, kualiti jaringan jalan raya dan jaringan maklumat dengan masing-masing mencatatkan 44.9 peratus, 44.6 peratus dan 46.5 peratus. Sementara itu, lebih separuh (51.6%) responden juga berpuas hati terhadap kemudahan hotel

dan penginapan di Melaka. Jain (2013) juga mendapati bahawa antara faktor tarikan pelancongan adalah kemudahan hospitaliti. Persepsi responden terhadap perkhidmatan makanan restoran dan keramahan penduduk setempat pula masing-masing mencatatkan 48.3 peratus dan 46.9 peratus berpuas hati.

Jika dilihat persepsi responden terhadap perkhidmatan pemandu pelancong, perkhidmatan maklumat pelancongan dan kemudahan tempat letak kereta pula masing-masing mencatatkan 46.8 peratus, 46.7 peratus dan 38.1 peratus. Meskipun, persepsi responden terhadap kemudahan tempat masih mencatatkan peratus tertinggi pada skala berpuashati, tetapi ianya adalah agak rendah berbanding dapatan yang lain. Hal ini dijangkakan berpunca daripada kawasan tempat letak kereta yang agak terhad pada musim cuti umum dan juga kadar bayaran yang dikenakan.

Selain itu, responden juga berpuas hati dengan acara/program yang dikendalikan, promosi dan perkhidmatan kewangan yang disediakan dengan masing-masing mencatatkan 42.9 peratus, 43.9 peratus dan 43.4 peratus. Menurut Conaghan dan Hanrahan (2009), pensijilan program pelancongan boleh digunakan sebagai kayu ukur pengurusan pelancongan di Ireland. Hal ini mungkin boleh dijadikan panduan kepada pengurusan pelancongan lestari di Malaysia, khasnya negeri Melaka.

Tahap kepuasan responden

Jadual 3 menunjukkan tahap kepuasan responden. Secara keseluruhannya, responden mempunyai persepsi kepuasan yang tinggi terhadap semua pernyataan tentang imej dan ciri-ciri pelancongan, kecuali pernyataan ke-13. Tahap kepuasan tertinggi responden adalah pada pernyataan pertama, iaitu Melaka mempunyai khazanah warisan yang boleh dijadikan produk pelancongan. Sementara tahap kepuasan terendah (yakni sederhana) dicatatkan pada pernyataan ke-13, iaitu berkaitan dengan kemudahan letak kereta. Hal ini berkemungkinan disebabkan ruang letak kereta yang agak terhad terutama pada waktu percutian memandangkan negeri Melaka menjadi salah satu lokasi pilihan utama bagi pelancong dari dalam dan luar negara.

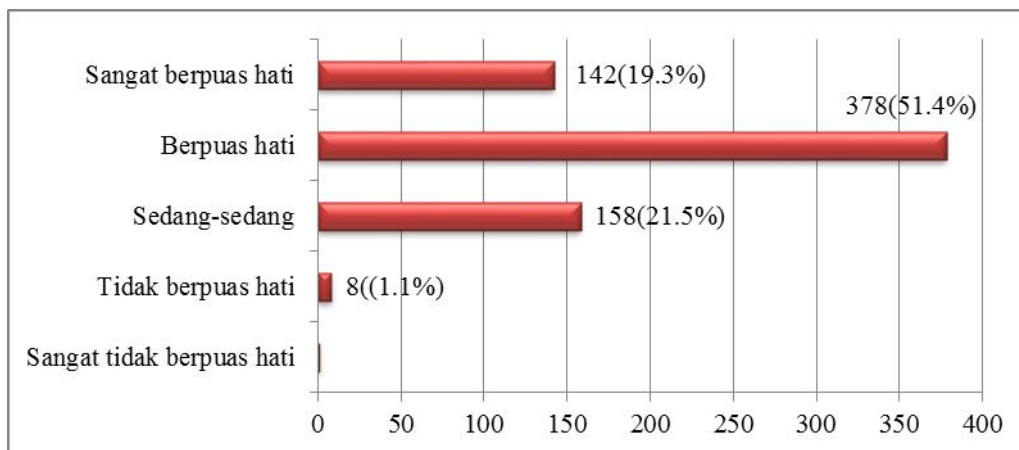
Jadual 3. Tahap kepuasan responden

Bil.	Pernyataan Tentang Imej dan Ciri-ciri Pelancongan	Tahap Kepuasan	Purata (Rank)	Sisihan Piawai
1.	Khazanah warisan sebagai produk pelancongan	Tinggi	4.06	.732
8.	Kemudahan hotel dan penginapan	Tinggi	3.92	.750
3.	Kualiti persekitaran pelancongan	Tinggi	3.91	.790
4.	Pemandangan alam persekitaran	Tinggi	3.91	.802
2.	Kebersihan kawasan pelancongan	Tinggi	3.90	.778
9.	Perkhidmatan makanan restoran	Tinggi	3.86	.795
11.	Perkhidmatan pemandu pelancong	Tinggi	3.84	.798
12.	Perkhidmatan maklumat pelancongan	Tinggi	3.84	.796
10.	Keramahan penduduk setempat	Tinggi	3.81	.816
5.	Keselamatan pelancong/pelawat	Tinggi	3.79	.820
15.	Promosi pelancongan	Tinggi	3.76	.860
6.	Kemudahsampaian dan kualiti jaringan jalan raya	Tinggi	3.73	.842
7.	Jaringan maklumat yang lengkap	Tinggi	3.73	.819
16.	Perkhidmatan kewangan (seperti pertukaran mata wang asing)	Tinggi	3.73	.854
14.	Acara atau program yang dikendalikan	Tinggi	3.68	.884
13.	Kemudahan tempat letak kereta	Sederhana	3.60	.977

- Nota:
1. Pernyataan disusun mengikut purata kepuasan yang disusun mengikut rank dari yang tertinggi kepada terendah.
 2. Purata skor kepuasan responden keseluruhan ialah 3.82 (Tinggi).
 3. Bil. merujuk kepada bilangan, iaitu kedudukan pada susunan asal pernyataan.

Satu soalan umum untuk menguji persepsi responden tentang tahap kepuasan secara keseluruhan negeri Melaka sebagai destinasi pelancongan Tapak Warisan Dunia UNESCO juga turut ditanyakan (Rajah 1). Hasilnya menunjukkan jawapan yang hampir selari dengan dapatan yang ditunjukkan dalam Jadual 3. Separuh daripada responden (51.4%) berpuas hati terhadap Melaka sebagai destinasi pelancongan Tapak Warisan Dunia UNESCO. Namun begitu, terdapat 21.5 peratus responden yang

mempunyai persepsi pada tahap sederhana. Sebaliknya terdapat 19.3 peratus responden yang sangat berpuas hati terhadap status Melaka sebagai destinasi pelancongan Tapak Warisan Dunia UNESCO. Purata tahap kepuasan responden adalah 3.95 (Tinggi). Namun begitu, terdapat juga pelancong yang tidak berpuas hati dan sederhana berpuas hati, misalnya terhadap tempat letak kenderaan. Hal ini perlu diberi perhatian dan tindakan segera oleh pihak berkuasa tempatan terutama pada musim cuti sekolah dan cuti umum.



Rajah 1. *Kepuasan responden terhadap Melaka sebagai destinasi pelancongan Tapak Warisan Dunia UNESCO*

Tahap kepuasan hati pelancong yang agak tinggi terhadap negeri Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari memberi beberapa implikasi terhadap sektor pelancongan di negeri tersebut. Antaranya termasuklah penerapan prinsip pelancongan lestari di negeri Melaka semakin difahami dan diterima dengan baik oleh para pelancong yang berkunjung ke negeri tersebut. Ini bermakna pelancong akan terus memberikan kerjasama, termasuk bersedia membayar caj yang dikenakan pada harga yang berpatutan dengan perkhidmatan dan kemudahan pelancongan yang disediakan bagi tujuan memperbaiki dan mencapai matlamat pelancongan lestari. Tahap kepuasan yang tinggi juga turut menunjukkan prospek dan kesediaan pelancong untuk berkunjung semula ke Melaka pada masa akan datang. Hal ini penting, bukan sahaja dari segi ekonomi tetapi juga dalam konteks kelestarian aktiviti pelancongan di negeri Melaka. Sekaitan itu, pihak kerajaan negeri dan pusat, melalui agensi berkaitan, wajar mewujudkan dasar dan strategi yang lebih relevan lagi mantap demi meningkatkan kelestarian aktiviti pelancongan di negeri tersebut.

Kesimpulan

Objektif utama artikel ini adalah mengenal pasti persepsi pelancong terhadap Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari. Hasil kajian mendapati bahawa persepsi pelancong terhadap negeri Melaka sebagai destinasi pelancongan lestari adalah pada tahap kepuasan yang tinggi. Ini menunjukkan bahawa pelancong, sama ada yang datang dari dalam atau luar negara, mempunyai pengetahuan dan sedikit-sebanyak kefahaman tentang pelancongan lestari. Mereka mempunyai keinginan untuk merealisasikan prinsip pelancongan lestari kerana melaluinya, bukan sahaja keindahan alam sekitar semula jadi dapat diteruskan kewujudannya, kehidupan penduduk setempat juga dapat terjamin. Namun begitu, perhatian perlu juga diberi kepada kemudahan letak kereta kerana ia adalah satu-satunya pernyataan yang mendapat keputusan kepuasan sederhana. Walau bagaimanapun, sebahagian besar pelancong adalah sangat berpuas hati terhadap Melaka sebagai destinasi pelancongan Tapak Warisan Dunia UNESCO.

Penghargaan

Kertas ini adalah sebahagian daripada penyelidikan FRGS/1/2013/SS08/UKM/02/1 bertajuk Peranan Pemodenan Politik, Kedinamikan Pasaran dan Komuniti Lokal dalam Pelancongan Lestari Tapak Warisan UNESCO di Malaysia". Penghargaan kepada Kementerian Pelajaran Malaysia di atas pembiayaan penyelidikan ini.

Rujukan

- Andrea B, Szell AB, Hallett LF (2013) Attitudes and perceptions of local residents and tourists toward the protected area of Retezat National Park, Romania. *International Journal of Humanities and Social Science* 3(4), 18-34.
- Conaghan A, Hanrahan J (2009) Demand for and perception of sustainable tourism certification in Ireland [Cited 22/2/2014]. Available from: <http://www.shannoncollege.com/wp-content/uploads/2009/12/THRIC-2010-Full-Paper-A.-Conaghan-and-J.-Hanrahan.pdf>.
- Er Ah Choy (2013) Pembangunan pelancongan lestari di Melaka: Perspektif pelancong. *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space* 9(3), 12-23.
- Habibah A, Musrifah I, Hamzah J, Toriman ME, Buang A, Jusoff K, Mohd Fuad MJ, Er AC (2012) Assessing natural capitals for sustainable ecotourism in Tasik Chini Biosphere Reserve. *Applied in Natural and Applied Sciences* 6((1), 1-9.
- Jain D (2013) Visitors' perception of destination image – a case study of J&K tourism. *Prestige International Journal of Management & IT – Sanchayan* 2(1), 91-113 [Cited 22/2/2014]. Available from: <http://www.pjitm.com/Doc/issu%20jan-%20june%202013/Sanchayan%20 Vol %202%281%29%20paper%208.pdf>.
- Mohd Hazli Hassan, Khairulanuar Yahya (2014) Pendapat industri pelancongan catat peningkatan. [Cited 6/5/2014]. Available from: http://www.utusan.com.my/utusan/Dalam_Negeri/20140105/dn_27/Pendapatan-industri-pelancongan-catat-peningkatan#ixzz30wDhYMsa.
- Mohd Rusli Yacob, Alias Radam, Zaiton Samdin (2011) Tourists perception and opinion towards ecotourism development and management in Redang Island Marine Parks, Malaysia. *International Business Research* 1, 62-73.
- Morrison AM (2002) *Health hospitality and travel marketing*. 3rd edition. DELMAR, United State.
- Muhammad Sabbir Rahman (2012) Exploring tourists' perception: The case of Bangladesh. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* 7(1), 81-98.
- Nor'Aini Yusof, Faiz Abdul Rahman (2011) Tourists' perceptions of service quality in a lake-based tourism area. *International Conference on Business and Economics Research IPEDR, Vol.16*, pp.84 – 89. IACSIT Press, Singapore.
- Rosniza Aznie CR, Ahmad Mustaqim M, Abdul Rahim MN, Rosmiza MZ, Novel Lyndon, Mohd Azlan A (2012) Persepsi pelancong terhadap agensi pelancongan di Langkawi Geopark. *Geografia: Malaysia Journal of Society and Space* 8(7), 147-154.
- Salleh NHM, Othman R, Sarmidi T, Jaafar AH, Norghani BMN (2012) Tourist satisfaction of the environmental service quality for Tioman Island Marine Park. *Indian Journal of Geo-Marine Sciences* 41(2), 173-179.
- Szell AB, Hallett LF (2013) Attitudes and perceptions of local residents and tourists toward the protected area of Retezat National Park, Romania. *International Journal of Humanities and Social Science* 3(4), 18-34.
- Türker N, Öztürk S (2013) Perceptions of residents towards the impacts of tourism in the Küre Mountains National Park, Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 45-56.
- Zhiyong Fan, Sheng Zhong, Wei Zhang (2012) Harmonious tourism environment and tourists perception: an empirical study of mountain-type world cultural heritage sites in China. *Journal of Service Science and Management* 5, 95-100.