

## APLIKASI ATAS TALIAN MENJADI NORMA BAHARU MEMBANTU PENGGIAT INDUSTRI PELANCONGAN DOMESTIK DI MALAYSIA

Syeliza Basri<sup>i</sup>, Hizral Tazzif Hisham<sup>ii</sup>, Roslee Ahmad<sup>iii</sup>

<sup>i</sup>*Syeliza Basri*. Head, Corporate Reputation, RECODA. [syelizab@recoda.gov.my](mailto:syelizab@recoda.gov.my)  
<sup>ii</sup> Senior Lecturer, Hizral Tazzif Hisham, Universiti Sains Islam Malaysia. [hizral@usim.edu.my](mailto:hizral@usim.edu.my)  
<sup>iii</sup> Associate Professor, Roslee Ahmad, Universiti Sains Islam Malaysia. [roslee@usim.edu.my](mailto:roslee@usim.edu.my)

### ABSTRAK

Kajian ini bertujuan mengkaji keberkesanan transformasi digital dan norma baharu kepada penggiat industri pelancongan dan kebudayaan ketika mendepani cabaran penularan pandemik Covid-19. Kajian ini menggunakan kerangka teori yang digunakan Technology Acceptance Model (TAM) meliputi 206 responden penggiat industri pelancongan domestik di seluruh Malaysia. Responden dari pelbagai latar belakang dan negeri diminta melengkapkan borang soal selidik dan analisis deskriptif serta analisis kebolehpercayaan untuk meneliti sama ada transformasi digital membantu mereka dalam promosi perniagaan pelancongan selepas Covid19. Justeru, survey keratan rentas digunakan untuk mengutip data. Persoalan kajian yang jelas dan khusus dirangka untuk meneliti sekiranya perubahan trend dalam perniagaan dilaksanakan oleh penggiat industri pelancongan, dapat membantu mereka meneruskan kelangsungan ekonomi atau apakah mereka berputus asa dan mengambil keputusan tidak bernas dalam keadaan yang tidak menentu ketika itu. Penyelidik juga berharap dapat mengenalpasti strategi komunikasi efektif yang mereka gunakan dan sekiranya pendekatan itu dapat membantu memulihkan segera ekonomi negara dan pendapatan mereka. Hasil dapatan data mendapati bahawa penggunaan platform digital terbukti membantu para penggiat industri pelancongan untuk bangkit semula, setelah terjejas teruk akibat pandemik Covid-19 dan mereka boleh bergantung kepada platform ini sekiranya berlaku krisis di masa depan. Hasil daripada kajian ini boleh digunakan sebagai rujukan kepada penggiat industri pelancongan dan pihak Kerajaan juga, dalam mencapai matlamat untuk memulihkan perniagaan masing-masing serta ekonomi negara menerusi sektor pelancongan dan kebudayaan. Secara kesimpulannya, hasil kajian ini boleh menjadi panduan untuk memperbaiki dasar, pendekatan mahupun strategi perniagaan baru dalam norma baharu. Ia juga boleh menjadi rujukan untuk mempersiapkan industri sekiranya berlaku krisis lain di masa hadapan.

**Kata kunci:** Transformasi Digital, Norma Baharu, Covid-19, Promosi Pelancongan

### PENGENALAN

Kerajaan menerusi Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan (MOTAC) mengambil langkah berani memperkenalkan Projek Rintis Gelembung Pelancongan Langkawi pada 16 September 2021, yang dijadikan sebagai penanda aras untuk melihat keberkesanannya, sebelum diperluaskan ke pulau-pulau peranginan yang lain. Strategi itu dilihat berkesan apabila projek rintis itu berjaya mencatat rekod melebihi sasaran jumlah kemasukan pelancong domestik iaitu sebanyak 190,855

pelancong, hanya dalam tempoh lebih sebulan sejak 16 September hingga 31 Oktober 2021. Program Imunisasi Covid-19 Kebangsaan (PICK) di bawah Pelan Pemulihan Negara (PPN) yang mencapai rekod 90% populasi dewasa di negara ini mendapat vaksinasi lengkap pada Oktober 2021, juga menyumbang kepada pembukaan semula aktiviti pelancongan negara sehingga Kerajaan membenarkan pergerakan rentas negeri pada 11 Oktober 2021. Ini memberi nafas lega kepada seluruh rakyat negara ini lebihlebi lagi mereka yang terlibat dalam rantai ekonomi negara termasuklah sektor pelancongan. 16 Komitmen Kerajaan dalam melipatgandakan usaha untuk memastikan industri pelancongan dan kebudayaan terus bertahan dan pulih dengan segera, seterusnya menyumbang kepada ekonomi negara terbukti apabila Dasar Pelancongan Negara 2020-2030 dilancarkan bagi memacu kelangsungan industri pelancongan negara serta mensasarkan Malaysia sebagai destinasi pelancongan terpilih utama di peringkat global. Pelan Pemulihan Pelancongan dirangka pula sebagai strategi jangka pendek di bawah strategi jangka panjang Dasar Pelancongan Negara 2020-2030, yang menyenaraikan usaha “merencanakan semula pelancongan domestik dengan menawarkan pakej pelancongan yang kreatif dan menarik menerusi platform digital dan mempromosikan keunikan destinasi pelancongan desa atau ‘hidden gems’ memandangkan pelancong kini gemarkan destinasi yang selamat, kurang sesak dan nyaman” sebagai salah satu daripada strateginya. Bagaimanapun, ramai yang berpendapat bahawa banyak tarikan pelancongan yang ada di negara kita tidak diketahui dan disedari kerana tidak diketengahkan. Oleh sebab itulah, kajian projek ini akan membawa kita kepada penilaian sejauh mana strategi, pendekatan, transformasi mahupun teras yang dikemaskini dalam lanskap pelancongan norma baharu benarbenar efektif, dalam merencanakan semula industri yang menjadi antara penyumbang terbesar kepada pertumbuhan ekonomi negara ini. Sebagaimana kita sedia maklum, industri pelancongan dan kebudayaan negara menyumbang 15.9% kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan merupakan industri yang paling teruk terjejas berikutan ketiadaan kemasukan pelancong antarabangsa ke dalam negara. Oleh yang demikian, Kerajaan beralih ke fasa yang lebih konkrit iaitu dengan merencanakan semula aktiviti pelancongan antarabangsa menerusi Projek Rintis Gelembung Antarabangsa Langkawi. Pendekatan itu membolehkan pelancong asing dibenarkan masuk ke dalam negara dan inisiatif berkenaan dilancarkan pada 15 November 2021. Projek rintis bagi pasaran antarabangsa itu dijalankan selama tiga bulan untuk membolehkan Kementerian Kesihatan Malaysia dan Majlis Keselamatan Negara menilai keberkesannya, sebelum dilaksanakan di pulau-pulau peranginan serta kawasan pelancongan lain. Langkah-langkah itu telah membolehkan penggiat industri pelancongan, menjana pendapatan dalam masa yang singkat. Secara keseluruhannya sehingga 31 Disember 2021, Projek Rintis Gelembung Pelancongan Domestik dan Antarabangsa Langkawi mencapai lebih 110% daripada sasaran yang ditetapkan Kerajaan bagi ketibaan pelancong dan pendapatan pelancongan, iaitu lebih 720,000 orang pelancong domestik dan antarabangsa dengan pendapatan pelancongan mencecah RM750 juta semenjak pelaksanaannya masing-masing bermula 16 September dan 15 November 2021

## **METODOLOGI**

Kajian tinjauan ini menggunakan kaedah kuantitatif kerana ia sesuai digunakan untuk mendapatkan maklumat yang banyak di kalangan penggiat industri pelancongan domestik dalam masa yang singkat. Kajian ini turut menggunakan soal selidik sebagai instrumen kajian bagi menjawab persoalan kajian yang berkaitan dengan aspek demografi penggiat industri pelancongan di Malaysia seperti jantina, umur, bangsa, dan jenis kegiatan pelancongan. Chua (2011) menyatakan bahawa cara kajian tinjauan merupakan salah satu kaedah penyelidikan bukan eksperimental yang paling popular, yang digunakan dalam pelbagai bidang, terutamanya dalam bidang sains sosial. Ia biasanya

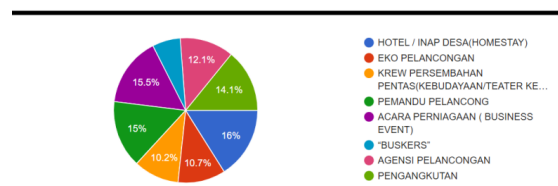
digunakan untuk mendapatkan pandangan orang ramai mengenai sesuatu isu semasa. Kajian jenis ini adalah popular kerana mempunyai ciri-ciri penggunaan yang menyeluruh, cara pengendalian yang digemari, cara memungut data yang cepat, penggunaan saiz sampel yang besar, maklumat yang terus dan keupayaan keputusan kajian digeneralisasikan.

Sebanyak 206 orang penggiat industri pelancongan dari seluruh Malaysia meliputi pelbagai jenis kegiatan pelancongan seperti Hotel & Inap Desa, Perkhidmatan – Pengangkutan & Makanan, Eko – Pelancongan, Acara Perniagaan (Business Events), 45 Krew Persembahan Pentas, Buskers, Pemandu Pelancong dan Agensi Pelancongan telah dipilih sebagai sampel kajian ini. Soal selidik menggunakan Google Form menggunakan Bahasa Melayu dengan 20 soalan yang mengandungi 5 bahagian iaitu Bahagian A, B, C, D dan E. Bahagian A mengandungi soalan-soalan dengan maklumat demografi, bahagian B merupakan soalan pilihan Ya atau Tidak. Manakala dari bahagian C, D dan E menggunakan soalan skala Linear 5 skala iaitu skala **1 Sangat Tidak Setuju** ke skala **5 Sangat Setuju**.

### PENGUMPULAN DATA

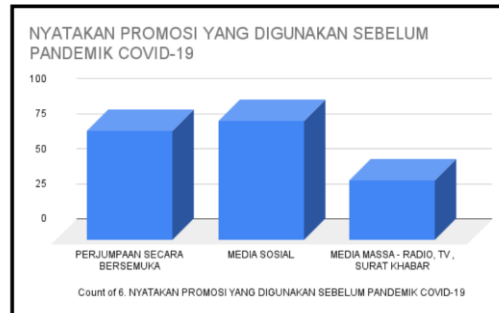
Di dalam jadual ini dapat juga dilihat jenis kegiatan pelancongan yang mewakili jumlah tertinggi iaitu Hotel/ Inap Desa (Homestay) sebanyak 16.0% diikuti rapat acara perniagaan 15.5% dan pemandu pelancong 15.0%. Trend peningkatan kepada pertumbuhan inap desa dalam industri pelancongan negara ini disebabkan peningkatan permintaan tinggi oleh pelancong yang melancong ke negara sama ada dari dalam mahupun dalam negara. Malahan, trend ini semakin berkembang kerana ramai yang mahu merasai pengalaman duduk di kampung dan jauh daripada suasana bandar yang hiruk pikuk (Zunaidah Zainon, 2010). Hal ini turut diakui Pengarah Pejabat Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC), Datuk Idros Yahya yang menyatakan bahawa perkampungan Orang Asli di Kuala Who, Kampung Pahang menjadi destinasi pilihan pengunjung domestik yang ingin 56 melihat keindahan alam semulajadi. (Berita Harian, 2020) Wartawan Sinar Harian, Normawati Adnan (2021) yang membuat laporan tentang kerancangan industri inap desa selepas kelonggaran terhadap aktiviti pelancongan pula menemubual Norhaiza Ab Ghani dari Wakaf Tapai, Terengganu yang memilih homestay untuk bermalam dan menikmati percutian hujung minggu bersama keluarga di Cameron Highlands. (Sinar harian, 2021). Manakala acara perniagaan atau business event juga antara aktiviti pelancongan yang popular di negara ini. Pembukaan semula sempadan selepas pandemik Covid-19 telah menarik berjuta-juta pelancong ke negara ini dan menggalakkan semula sektor ekonomi negara. Datuk Seri Nancy Shukri (2022) menyifatkan acara perniagaan membantu negara melepasi sasaran baharu kedatangan pelancong ke Malaysia dengan sasaran lebih 9.2 juta ketibaan pelancong.

Carta 1.3: Pecahan jenis kegiatan pelancongan responden kajian



Sebelum wabak Covid-19 melanda negara, promosi lebih tertumpu kepada perjumpaan bersemuka, media sosial dan media tradisional. Rujuk rajah dibawah.

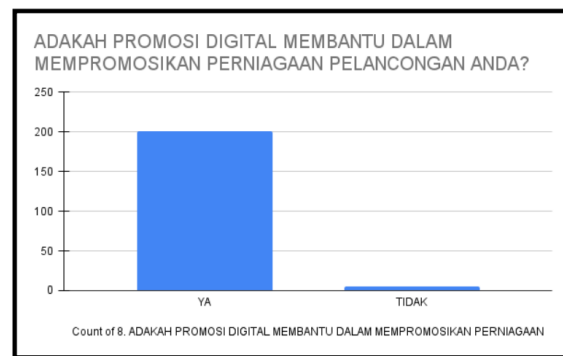
Carta 1.5 : Graf promosi yang digunakan responden sebelum pandemik Covid-19



### Analisis Promosi Digital

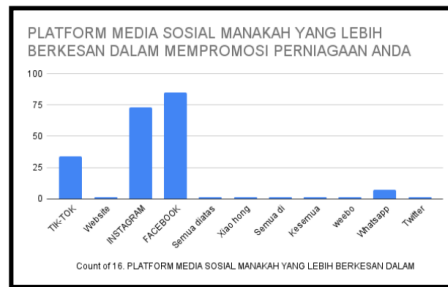
Berdasarkan dapatan dari promosi digital, kita dapat melihat seramai 97.6% responden kajian bersetuju bahawa kaedah ini membantu dalam mempromosikan perniagaan pelancongan dengan menjawab “Ya” kepada soalan tersebut. Manakala, 97.1% bersetuju promosi norma baharu dapat membantu meningkatkan pendapatan mereka yang terjejas selepas pandemik Covid-19. Dapatan ini, tidak jauh beza dengan Kajian Perjalanan Domestik (Bahagian Kedua) yang dijalankan oleh Bahagian Perancangan Strategik Tourism Malaysia pada tahun 2021, yang mendapati bahawa 74.4% daripada keseluruhan 12,281 responden memilih untuk menyusun sendiri percutian mereka dengan 87% peratus daripadanya melakukan tempahan secara dalam 62 talian manakala hanya 10.5% responden memilih untuk membeli pakej percutian daripada agensi/operator pelancongan.

Carta 1.6: Jawapan responden soalan 8 dalam borang soal selidik



Soalan kajian mengenalpasti platform media sosial manakah yang lebih digemari dan berkesan dalam membantu responden mempromosikan perniagaan selepas pandemik Covid-19. Justeru, majoriti iaitu 41.3% memilih laman Facebook, diikuti Instagram 35.4%, Tiktok 16.5% dan lain-lain platform 6.8%. Ini bertepatan dengan kajian Lee (2011) berkenaan kesan rangkaian sosial terhadap penerimaan teknologi dalam 70 pelancongan menunjukkan Facebook merupakan laman sosial yang paling banyak diterima dalam promosi dan pemasaran destinasi pelancongan.

Carta 1.7: Graf platform media sosial pilihan responden



## PERBINCANGAN

Berdasarkan kajian yang dijalankan, sektor pelancongan merupakan salah satu sektor yang paling terkesan akibat penularan pandemik Covid-19. Penggiat industri pelancongan di seluruh Malaysia terjejas pendapatan mereka akibat penurunan jumlah kemasukan pelancong luar ke negara ini. Pelancong domestik pula, mengambil langkah berjaga-jaga untuk meneruskan aktiviti pelancongan kerana kebimbangan terhadap penularan pandemik Covid-19 dan kewujudan varian baru. Penggiat industri yang pada awalnya tidak begitu yakin dengan transformasi digital dalam meneruskan kegiatan pelancongan untuk terus menjana pendapatan, akhirnya bersetuju untuk mengubah cara lama dan dilihat semakin kreatif demi memastikan ekonomi syarikat mereka kekal mampan dalam keadaan serba mencabar pada masa itu. Perubahan itu walaupun 79 bergerak perlahan, namun, ketika industri pelancongan mulai dibuka secara keseluruhan sehinggalah Malaysia dalam fasa pandemik, kita dapat menyaksikan trend penggunaan platform digital adalah 50-50, di mana agensi pelancongan memulakan transformasi dengan menggabungkan platform tradisional dan digital dalam mempromosikan perkhidmatan mereka. Dalam satu kajian oleh penuntut institusi Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur (KPBKL) pada tahun 2022, penggunaan teknologi di Malaysia terserlah setelah kemunculan pandemik pada awal tahun 2020 dan ia perlu dilakukan oleh penggiat industri pelancongan ini kerana persaingan di era digital ini sangat tinggi semasa krisis Covid-19. Dengan mengadaptasikan kehidupan norma baharu, penggiat industri dan Kerajaan perlu sama-sama kreatif dan inovatif mengubah pendekatan yang lebih futuristik, mengikut perkembangan semasa dan ia tidak dapat dicapai jika pendekatan yang digunakan masih tradisional.

## KESIMPULAN

Kajian ini dapat menjadi motivasi kepada penggiat industri untuk mengubah cara perniagaan dan promosi produk atau perkhidmatan kepada cara yang lebih terkini. Pengkaji merujuk kenyataan Ketua Pengarah Perbadanan Produktiviti Malaysia (MPC) bahawa masih banyak peniaga dan syarikat yang tidak yakin dengan promosi menggunakan teknologi digital kerana kurangnya pendedahan mengenai cara menambahbaik perniagaan mereka. (mstar.com 2020) Sebab itulah, kajian seumpama ini boleh menjadi bukti bahawa transformasi digital dalam norma baharu menjadi jalan terbaik untuk memulihkan semula perniagaan mereka yang terjejas ketika dilanda wabak berkenaan. Perkara yang sama juga diakui oleh Presiden Majlis Pelancongan Malaysia, Uzaidi Udanis (2022) bahawa penggunaan platform digital mampu menyerlahkan keunikan produk dalam negara bagi menarik perhatian pelancong antarabangsa. (Berita RTM, 2022) Meskipun pada ketika pergerakan adalah terbatas, sekurang-kurangnya promosi digital yang digunakan ketika itu, membolehkan pelancong dari negara luar, merancang percutian mereka sebaik sempadan dunia mulai dibuka.

## RUJUKAN

- Penggunaan platform digital mampu serlahkan produk pelancongan negara. 21 Oktober 2022. Berita RTM <https://berita.rtm.gov.my/index.php/semasa/49327-penggunaan-platform-digitalmampu-serlahkan-produk-pelancongan-negara>
- Jabatan Perangkaan Malaysia, Jabatan Perdana Menteri. (2021) Laporan Tenaga Buruh, Malaysia Februari 2021 [https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/1\\_Articles\\_By\\_Themes/Labour\\_Force/Monthly/2021/Feb%202021/LAPORAN%20TENAGA%20BURUH%20FEBRUARI%202021%20v4p.d](https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/1_Articles_By_Themes/Labour_Force/Monthly/2021/Feb%202021/LAPORAN%20TENAGA%20BURUH%20FEBRUARI%202021%20v4p.d)
- Nancy Shukri. 15 Julai 2020. Jumlah Kerugian Pendapatan Yang Ditanggung Industri Pelancongan Akibat Daripada Impak Pandemik Covid-19. Jawapan-Jawapan bagi Pertanyaan-Pertanyaan Jawab Lisan Yang Tidak Dijawab di dalam Dewan (Soalan No 8 – No 55). No. Soalan : 3. Ms 3- 5 <https://www.parlimen.gov.my/files/jindex/pdf/JDR15072020.pdf>.
- Nancy Shukri. 15 Julai 2020. Langkah-Langkah Diambil MOTAC sebagai Persediaan kepada Pembukaan Sektor Pengangkutan Udara dan Industri Pelancongan Mengikut SOP dalam fasa pemulihan COVID-19 di Malaysia agar ianya tidak dilihat merencatkan pemulihan industri pelancongan. Jawapan-Jawapan bagi PertanyaanPertanyaan Jawab Lisan Yang Tidak Dijawab di dalam Dewan (Soalan No 8 – No 55). No Soalan : 51 Ms 103-105 <https://www.parlimen.gov.my/files/jindex/pdf/JDR15072020.pdf>