

KAJIAN KES: PERNIAGAAN HOMESTAY OLEH KOPERASI

DR. JAMILAH DIN

NORHAZILINA ABDUL HALIM

AZMALIZA ARIFIN

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pelancongan Berasas Komuniti (PBK) telah banyak dipromosi sebagai satu kaedah pembangunan masyarakat di kebanyakan negara di mana keperluan ekonomi dan sosial sesebuah masyarakat tempatan dapat dipenuhi melalui penawaran produk-produk hiliran tempatan. Di Malaysia, industri pelancongan jenis ini digerakkan dalam kategori pelancongan luar bandar (desa), ladang, agro dan *eco* dengan menjadikan produk “*homestay*” atau “rumah inap desa” sebagai produk utama. Produk ini yang dikenali dengan program *homestay* atau pelancongan *homestay* telah menjadi perhatian Kementerian Pelancongan Malaysia (KPM) sebagai satu produk pelancongan yang memberi sumbangan pendapatan negara.

Walaupun produk *homestay* telah sinonim dengan komuniti, namun produk ini masih belum dapat menembusi perniagaan gerakan koperasi yang juga asas penubuhannya adalah komuniti. Justeru, kajian ini adalah untuk melihat sejauhmana produk *homestay* ini dijadikan perniagaan koperasi. Secara objektif, kajian ini adalah untuk i) mengenalpasti ciri-ciri penglibatan anggota koperasi dalam pelancongan *homestay*, ii) mengenalpasti jenis penglibatan anggota koperasi dalam pelancongan *homestay*; dan iii) mengenalpasti faktor-faktor kejayaan pelancongan *homestay* yang dijalankan. Kajian ini juga boleh menjadi perintis kepada kajian-kajian pelancongan *homestay* oleh koperasi pada masa akan datang memandangkan masih kurang kajian ilmiah bidang ini dalam gerakan koperasi.

Secara umum kajian ini adalah berbentuk kualitatif, namun kajian juga mengambil kira aspek-aspek kuantitatif dalam mana-mana analisis yang berkaitan. Kajian ini juga mengadaptasi kaedah kajian kes (*case study*) untuk memberi fokus terperinci kepada kesemua responden kajian (5 koperasi). Lima koperasi yang dikaji adalah **1) Koperasi Homestay Malaysia Bhd** fokus kepada (Homestay Desa Murni, Pahang); **2) Koperasi Homestay Telok Ketapang Terengganu Berhad** (Homestay Kampung Telok Ketapang), Terengganu; **3) Koperasi Kampung Melayu Tebakang Serian Berhad**, (Homestay Kampung Melayu Tebakang Serian) Sarawak; **4) Koperasi Kampung Mongkos Serian Berhad** (Homestay Mongkos Serian), Sarawak; **5) Koperasi Pelancongan Mukim Batu Puteh Kinabatangan Berhad** (Homestay Miso Walai), Sabah.

Kajian ini menggunakan kaedah pemerhatian, borang soal selidik, dan temubual tidak berstruktur untuk memperoleh data bagi 5 koperasi, 22 pengusaha atau anggota koperasi yang mengendalikan *homestay* dan 90 orang pelancong didapati menginap di *homestay*. Sejumlah 5 koperasi daripada 28 koperasi yang terlibat dalam aktiviti pelancongan berdaftar di bawah fungsi perkhidmatan dan fungsi pengguna telah dijadikan responden kajian. Pemilihan koperasi tersebut adalah berdasarkan perniagaan pelancongan *homestay* yang dijalankan mereka.

Hasil kajian mendapati majoriti pengusaha adalah lelaki sebanyak 68 peratus dan perempuan merangkumi 32 peratus. Kaum Melayu memonopoli aktiviti pelancongan *homestay* dalam kawasan yang dikaji dan sebahagian kecil adalah kaum Bidayuh di Sabah. Tahap pendidikan pengusaha *homestay* adalah Penilaian Menengah Rendah (PMR) (5%), Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) (73%), Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM) (5%), Diploma (14%) dan ijazah (5%).

Secara keseluruhannya, majoriti pengusaha menawarkan pakej tinggal bersama pengusaha. Kajian menunjukkan kekerapan pelancong untuk berkunjung semula ke *homestay* adalah sebanyak 65 peratus berbanding tidak akan kembali semula 35 peratus. Dapatan kajian juga menunjukkan 42 peratus

pelancong yang menginap di *homestay* adalah yang berumur antara 25 hingga 34 tahun. Kebanyakan pelancong ini mengetahui mengenai *homestay* melalui agen pelancongan (40%), Internet (24%), keluarga/ kawan (19%), risalah (11%) dan lain-lain sumber sebanyak (6%). Sebanyak 46 peratus adalah pelancong dalam negara dan selebihnya 54 peratus adalah pelancong dari luar negara yang kebanyakannya datang dari Holland, Netherland, Australia dan United Kingdom. Tempoh penginapan pelancong ini kebanyakannya 3 hari (78 %) sepertimana pakej *homestay* yang disediakan oleh pengusaha.

Kajian menyimpulkan segala dapatan adalah seperti berikut:

- i. Kebanyakan aktiviti perniagaan *homestay* dijalankan terlebih dahulu daripada penubuhan koperasi. Keadaan ini menjadikan pengurusan *homestay* dalam sesebuah kampung menjadi 2 kumpulan pengurusan iaitu Jawatankuasa Kemajuan Dan Keselamatan Kampung (JKKK) dan koperasi. Bagi pengusaha, mereka akan terus membandingkan kemampuan kedua-dua pihak tersebut.
- ii. Pengusaha percaya pengurusan *homestay* dibawah koperasi tidak setanding dengan kegemilangan pengurusan JKKK dalam aspek pembangunan prasarana daripada Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah (KKLW). Urusan pentadbiran dikatakan lebih mudah dibawah JKKK berbanding dengan koperasi.
- iii. Kemajuan kampung-kampung tetap dianggap sebagai kejayaan JKKK melalui usaha mendapatkan peruntukkan berterusan daripada Kementerian Pelancongan Malaysia atas *platform homestay* sebagai pelancongan luar bandar.
- iv. Pengusaha masih tetap bergantung kepada Kementerian Pelancongan dalam pembangunan *homestay* di kampung mereka. Pada masa yang sama, mereka juga mendapat pembangunan infrastruktur daripada KKLW.

- v. Rekod kerjasama JKJK dengan beberapa agensi yang menggembling tenaga secara bersepadu untuk memastikan kemajuan perniagaan *homestay* kelihatan lebih dominan daripada peranan yang dicerminkan oleh koperasi.
- vi. Bagi koperasi yang ditubuhkan dahulu sebelum menjalankan aktiviti *homestay*, organisasi ini telah menjadi pesaing kepada anggota mereka yang mempunyai *homestay* sendiri.
- vii. Terdapat ALK koperasi yang masih tidak dapat membezakan kepentingan peribadinya sebagai pengusaha *homestay* dengan peranannya sebagai ALK di koperasi.
- viii. Produk koperasi masih tidak dapat mencapai tahap kepuasan seperti yang diharapkan oleh pelancong.
- ix. Terdapat persaingan antara syarikat-syarikat pengusaha *homestay* individu dengan pengusaha dan koperasi dalam satu kampung terutama dalam produk-produk hiliran pelancongan.
- x. Pengusaha dikesan kurang mempunyai ciri-ciri keusahawanan.
- xi. Agihan penempatan pelancong tidak sama antara pengusaha *homestay* telah menjadi punca rungutan dalam kalangan mereka.
- xii. Terdapat pengusaha cuba keluar daripada konsep *homestay* yang asal dengan mengadakan resort, bilik sewa dan rumah tumpangan.

Kajian juga mengesan bahawa punca utama penglibatan pengusaha *homestay* untuk menjalankan aktiviti perniagaan *homestay* ini disebabkan semangat untuk mengekalkan tradisi hidup bermasyarakat. Namun mereka didapati menghadapi banyak cabaran untuk kekal dalam perniagaan pelancongan *homestay* ini.

Di antara cabaran yang dikesan untuk terus kekal dalam perniagaan ini ialah tidak semua masyarakat atau komuniti setempat memberi sokongan kepada

koperasi dan pengusaha (anggota). Masyarakat bimbang tentang pengaruh budaya negatif yang dibawa oleh pelancong akan mempengaruhi dan menjadi ikutan penduduk setempat terutamanya kepada golongan belia.

Walaupun peranan koperasi dan pengusaha dalam hal ini perlu bagi menampilkan nilai-nilai murni serta budaya tempatan yang penuh adat dan kesopanan, namun masih belum dapat menghilangkan kebimbangan komuniti. Selain itu, pengusaha juga mengalami dilema dalam menghadapi pelbagai kerenah dan ragam terutama pelancong dari luar negara. Keadaan ini boleh membuatkan koperasi dan pengusaha hilang daya tahan dalam industri pelancongan.

Kajian juga turut mengesan kewujudan pengusaha *homestay* yang memiliki lesen perniagaan tetapi tidak berdaftar dengan Kementerian Pelancongan. Pengusaha seperti ini yang menggunakan jenama *homestay*, telah memberi saingan kepada pengusaha *homestay* yang sedia ada.

Kesimpulannya, kajian mendapati koperasi yang berdaftar dibawah nama *homestay* telah juga menjadi saingan anggota yang menjalankan pelancongan *homestay*. Hotel bajet, resort dengan bilik-bilik untuk disewa yang dimiliki koperasi selain daripada pemilikan oleh individu telah menyekat anggota mendapat pelancong untuk menginap dirumah mereka. Dapatan ini menunjukkan koperasi perlu mencari alternatif perniagaan supaya tidak hilang konsep berkoperasi dimana penglibatan anggota dalam perniagaan merupakan satu daripada prinsip utama. Kehadiran koperasi sebagai pesaing utama akan mengakibatkan anggota hilang kepercayaan dan darjah pergantungan kepada koperasi. Perniagaan Koperasi seharusnya melengkapi perniagaan *homestay* oleh anggota sebagai pengusaha supaya tidak menjadi pesaing.

Koperasi yang ditubuhkan untuk menjalankan aktiviti *homestay* sebagai sumber pendapatan anggota perlu mendaftarkan anggota sebagai pengusaha *homestay* dengan Kementerian Pelancongan Malaysia untuk mendapatkan lesen bagi menjalankan aktiviti *homestay*. Koperasi akan bertindak sebagai badan pengurusan yang bertanggungjawab memasar, menjaga kualiti, promosi dan kemudahan kewangan.

Anggota yang tidak mendaftar sebagai pengusaha *homestay* boleh digalakkan untuk berkecimpung dalam produk hiliran. Mereka boleh terlibat sebagai pengusaha *housekeeping* untuk perkhidmatan menjaga kebersihan, atau pengusaha peruncitan barang cenderahati atau pengangkutan atau bidang hiburan bagi memastikan perkhidmatan yang berterusan dan berkualiti. Anggota ini perlu diikat kontrak dengan koperasi untuk menjalankan kerja tersebut.

Sebaliknya bagi pengusaha *homestay* yang ingin menubuhkan koperasi untuk menguruskan pengurusan peniagaan secara berkelompok, mereka perlu menyediakan garis panduan yang dipersetujui bersama yang dinamakan aturan perniagaan *homestay*. Koperasi perlu menyimpan rekod agihan pelancong dan pendapatan dalam kalangan pengusaha *homestay*.

Kriteria kejayaan pelancongan *homestay* berada dalam komponen produk, penyertaan dan pengusaha. Penggemblingan semua komponen ini akan membantu pencapaian inspirasi dan objektif program *homestay*. Koperasi mesti bekerjasama dengan JKKK untuk berurusan dengan KPM bagi mendapatkan faedah pembangunan seperti geran memperbaiki bilik air, menaik taraf rumah, latihan berkaitan pengurusan *homestay* dan sebagainya.

Homestay adalah produk pelancongan luar bandar, jenama KPM. Oleh yang demikian, sebarang perniagaan berkaitan jenama ini adalah di bawah pengawasan KPM. Justeru, semua yang terlibat dengan produk pelancongan ini perlu sedar kepentingan kementerian tersebut dalam segala urusan bagi menjaga nama baik negara.