



## Pengaruh aspek pengalaman ekopelancongan terhadap jangkauan kepuasan pelancong di Malaysia: Kajian kes Melaka

Hamidi Ismail<sup>1</sup>, Md Sirat Abu<sup>1</sup>

<sup>1</sup>School of Government, College of Law, Government and International Studies, Universiti Utara Malaysia, 06010 Sintok, Kedah

Correspondence: Hamidi Ismail (email: hamidi@uum.edu.my)

### Abstrak

Sehingga kini, tiada kajian secara komprehensif pernah dijalankan berkaitan dengan pengaruh pengalaman ekopelancongan terhadap jangkauan kepuasan pelancong di Negeri Melaka. Kajian ini bermatlamat untuk mengenal pasti pengaruh pengalaman (dari aspek produk, perkhidmatan dan perasaan) tentang ekopelancongan terhadap jangkauan kepuasan pelancong di Melaka. Sebanyak 560 sampel terdiri daripada pelancong domestik dan asing diambil berdasarkan kaedah peratusan di 12 pusat ekopelancongan sekitar negeri Melaka bagi tujuan kaji selidik dan analisis data pula menggunakan teknik korelasi pearson. Kajian mendapati bahawa pengalaman dari aspek produk ekopelancongan mempengaruhi jangkauan kepuasan pelancong ( $r=0.691$ ,  $p\leq 0.01$ ), aspek perkhidmatan mempengaruhi jangkauan kepuasan pelancong ( $r=0.720$ ,  $p\leq 0.01$ ), perasaan mempengaruhi jangkauan kepuasan pelancong ( $r=0.723$ ,  $p\leq 0.01$ ) serta pengalaman secara keseluruhannya mempengaruhi jangkauan kepuasan pelancong ( $r=0.862$ ,  $p\leq 0.01$ ). Bentuk hubungan adalah positif iaitu semakin baik aspek-aspek dalam pengalaman, maka semakin baik jangkauan kepuasan pelancong, malah kesemua ujian menerima  $H_1$ . Secara keseluruhannya, pengalaman ekopelancongan mempengaruhi jangkauan kepuasan pelancongan dengan kekuatan kira-kira 86 peratus. Walau bagaimanapun, secara keseluruhannya kajian mendapati masih perlu penambahbaikan terhadap Pelan Ekopelancongan Kebangsaan dalam konteks penilaian dan kaedah peningkatan pengalaman ekopelancongan.

**Katakunci:** ekopelancongan, kepuasan pelancong, Pelan Ekopelancongan Kebangsaan, pelancongan, pelancongan Melaka, pengalaman ekopelancongan

## Effects of eco-tourism experiences on tourist satisfaction range in Malaysia: A case study of Melaka

### Abstract

Ecotourism is gaining in importance in Malaysia but to date no comprehensive study has been carried out in connection with the effects of ecotourism experience on the range of tourists' satisfaction in Malacca. This study examined the experience effects of products, services and emotions in ecotourism on the range of tourists satisfaction in Melaka. Primary data were gathered from a total of 560 samples of domestic and foreign tourists from 12 ecotourism centres. The results of the statistical analysis revealed the respective effects of ecotourism experiences on the range of tourist satisfaction: ecotourism products effect ( $r = 0.691$ ,  $p\leq 0.01$ ), services effect ( $r = 0.720$ ,  $p\leq 0.01$ ), emotions effect ( $r = 0.723$ ,  $p\leq 0.01$ ) and total effect ( $r = 0.862$ ,  $p\leq 0.01$ ). The relationship is positive, that is the better aspects of the experiences, the better the range of tourist satisfaction. In conclusion, the ecotourism experiences did affect about 86 percent of the tourist satisfaction range although there was still a need for improvements with respect to the National Ecotourism Plan.

**Keywords:** ecotourism, ecotourism experiences, Melaka tourism, National Ecotourism Plan, tourism, tourist satisfaction

## Pengenalan

Konsep ekopelancongan telah wujud sejak tahun 1980an (Mowforth & Munt, 1998) dan pada tahun 1990an sehingga kini Blamey (2001), Gray dan Campbell (2007), Ross dan Wall (1999) serta Weaver (2001) berpendapat tiada satu definisi yang benar-benar boleh diterima pakai oleh semua pihak tentang ekopelancongan kerana terdapat perdebatan sama ada konsep tersebut seharusnya bersandarkan kepada penawaran atau permintaan, pendapatan penganjur atau bersifat deskriptif mahupun normatif. Umpamanya, Smith dan Duffy (2003) serta Stark (2002) berpendapat fokus penting dalam konsep ekopelancongan adalah nilai estetik, ekonomi dan etika. Lascurain (1988) berpendapat konsep ekopelancongan sebagai penjelajahan ke sesuatu kawasan yang mempunyai tujuan spesifik seperti penghayatan terhadap persekitaran fauna dan flora. Namun demikian, bagi Ziffer (1995), ekopelancongan perlu merujuk kepada suatu kaedah aktif dalam proses lawatan yang tidak memusnahkan alam sekitar ke arah lebih mapan dan menghasilkan keuntungan kepada ekonomi di sesebuah tempat. Konsep pengalaman ekopelancongan pada pendapat Iso-Ahola (1983), Jennings (2006), Jennings dan Weiler (2006), Mannel dan Iso-Ahola (1987), Ryan (2002) serta Uriely (2005) pula adalah suatu yang bersifat kabur atau tidak boleh dilihat secara jelas kerana merangkumi perspektif psikologi kognitif. Walau bagaimanapun, Kachel dan Jennings (2010) serta Ross dan Iso-Ahola (1991) berpendapat pengalaman adalah penting dan boleh diaplikasi dalam kajian ekopelancongan khususnya dari perspektif psikologi pelancong. Jennings (2010) serta Page dan Dowling (2002) berpendapat pengalaman seseorang pelancong adalah sesuatu yang kompleks kerana merangkumi proses perasaan yang melahirkan sikap terhadap lawatan ekopelancongan. Menurut Jennings (2006) serta Otto dan Ritchie (1996) pula pengalaman adalah proses mental yang subjektif dalam kalangan individu terhadap mutu perkhidmatan yang disediakan sepanjang program. Otto dan Ritchie (1996) seterusnya menggariskan bahawa pengalaman seharusnya mementingkan hasil daripada produk dan perkhidmatan kerana boleh mendatangkan kepuasan berbentuk hedonistik, bersifat interaktif dengan persekitaran, novelti atau sesuatu yang baharu, persekitaran selesa, selamat dan bermaklumat. Malah, Johns (1999) berpendapat pengalaman melibatkan unsur bagi memenuhi kehendak, perasaan atau keseronokan (hedonistik) tentang penyampaian atau persembahan daripada pembekal perkhidmatan. Menurut Batra dan Athola (1990), Farris et al. (2010), Gitman dan McDaniel (2005) serta John (2003), pengalaman perlu memfokuskan kepada produk dan perkhidmatan. Justeru, konsep pengalaman dapat dirumuskan iaitu merangkumi proses psikologi melibatkan kepuasan berbentuk hedonistik, bersifat interaktif dengan persekitaran, novelti atau sesuatu yang baharu, persekitaran selesa, selamat dan bermaklumat terhadap produk serta perkhidmatan. Malah, produk, perkhidmatan dan perasaan merupakan unsur yang saling melengkapi bagi membentuk suatu pengalaman ekopelancongan yang memuaskan dari perspektif pelancong.

Betapa pentingnya industri ekopelancongan buat Negeri Melaka, maka kerajaan telah merangka dasar bersesuaian agar kelestarian pembangunan sektor ini berlaku sepanjang masa berdasarkan prinsip atau pendekatan pembangunan mapan iaitu bersifat *consumptive* (memelihara alam tetapi pada masa yang sama menggunakan unsur alam untuk pembangunan ekonomi). Menurut Unit Perancang Ekonomi Negeri Melaka (UPEN Melaka, 2001), dalam tempoh rancangan bermula dari tahun 2000 hingga 2020 Dasar Umum (seperti DU 3, DU 6 dan DU 8) meletakkan infrastruktur asas perlu diberikan keutamaan kepada sektor ekopelancongan seperti aspek pengangkutan, pembangunan pusat-pusat ekopelancongan dan menggalakkan masyarakat setempat terlibat dalam ekonomi berkaitan ekopelancongan. Malah, dalam Dasar Subjek seperti DS 3-16 dan DS 6-7 pula menyatakan bahawa aktiviti ekopelancongan menjadi nilai tambah kepada ekonomi masyarakat setempat agar boleh menjana pendapatan dalam peningkatan taraf hidup.

Kedatangan pelancong ke Melaka bermula dari tahun 2000 hingga 2013 meningkat dengan dramatik sekitar 560 peratus dan purata pelancong menetap di Melaka bagi tempoh 14 tahun selama kira-kira 1.9

hari. Peningkatan jumlah pelancong secara mendadak ini dipacu oleh dasar pelancongan negara dan negeri yang menggalakkan di samping terdapat banyak tarikan disediakan oleh kerajaan. Dengan mengambil asas pengiraan kedatangan pelancong bagi tujuan ekopelancongan sebanyak 10 peratus pada tahun 2013, terdapat seramai 1,431,271 orang iaitu 394,612 orang (luar negara) dan 1,036,659 orang (dalam negara), kedatangan pelancong yang ramai ke Melaka telah menghasilkan pendapatan kepada negeri dalam jumlah besar iaitu sebanyak RM 1,099,700.00. Ini jelas apabila sebanyak 16.8 peratus jumlah pendapatan pelancongan negeri tertumpu di Melaka berbanding dengan jumlah pendapatan pelancongan negara pada tahun 2013.

Walau bagaimanapun, masalah atau isu yang timbul adalah sehingga kini tiada kajian secara komprehensif pernah dijalankan berkaitan dengan pengaruh pengalaman ekopelancongan terhadap jangkauan kepuasan pelancong di Negeri Melaka. Kajian ini menghujahkan bahawa pengalaman ekopelancongan yang baik mampu memberikan jangkauan kepuasan baik kepada pelancong. Justeru, kajian ini bermatlamat untuk mengenal pasti pengaruh pengalaman (dari aspek produk, perkhidmatan dan perasaan) tentang ekopelancongan terhadap jangkauan kepuasan pelancong di Melaka.

## **Kerangka konseptual kajian**

### *Hubungan produk dengan jangkauan kepuasan pelancong*

Kajian yang dijalankan oleh Deng et al. (2002), Murphy et al. (2000) dan Wight (1993) mendapati produk ekopelancongan yang menarik adalah penting kerana boleh mendatangkan minat dan memberikan pencapaian berbentuk kepuasan bagi pelancong. Gartner dan Ruzzier (2011) berpendapat produk yang bersumberkan alam semulajadi adalah terbaik kerana memiliki keunikan tersendiri bagi sebuah masyarakat yang gagal menikmati keindahan dalam persekitaran kawasan di mana mereka tinggal. Sementara Richards dan Wilson (2004) berpendapat selain alam semulajadi, aspek kebudayaan juga merupakan produk ekopelancongan yang boleh memberikan pencapaian berbentuk kepuasan kepada pelancong. Ini kerana, Tyler dan Dangerfield (1999) berpendapat kebudayaan adalah sebahagian daripada ekosistem yang berperanan besar dalam membentuk gaya hidup manusia bersama dengan alam sekitar. Penelitian hubungan antara produk ekopelancongan terhadap jangkauan kepuasan pelancong mendapati aspek sumber alam semulajadi dan budaya mampu memenuhi jangkauan pelancong untuk mendapat kepuasan berupa nilai hedonistik dan seumpamanya. Menurut Fiorello dan Bo (2012) serta Jennifer Kim Lian Chan dan Baum (2007), sekiranya penawaran sesuatu produk seperti yang diharapkan atau diimpikan oleh pelancong ada, maka kepuasan maksimum akan diperolehi dan program ekopelancongan dianggap berjaya. Bagi tujuan tersebut, pihak kerajaan dan komuniti setempat perlu mewujudkan persekitaran tersebut dengan bijaksana. Oleh itu, definisi operasional bagi produk adalah melibatkan keterdapatan unsur alam semulajadi bersama dengan budaya yang mempengaruhi pencapaian berbentuk kepuasan pelancong.

### *Hubungan perkhidmatan dengan jangkauan kepuasan pelancong*

Dari aspek pengaruh perkhidmatan terhadap pencapaian pula pernah dikaji oleh Mohamad Safee Sapari et al. (2013) dan mereka berpendapat bahawa prasarana, penyelenggaraan, juru pandu dan tempoh masa mempengaruhi pencapaian dalam kepuasan pelancong ekopelancongan. Bagi Otto dan Ritchie (1996) serta Prayag (2007), aspek penyelenggaraan, promosi, tempoh masa dan juru pandu juga dianggap mampu mempengaruhi pencapaian dalam kepuasan pelancong. Aspek-aspek dalam perkhidmatan yang dibincangkan itu penting kerana menurut Alen Gonzalez dan Fraiz Brea (2005) boleh meningkatkan kesetiaan dan minat atau kepuasan pelancong. Menurut Khan (2003), hubungan perkhidmatan dengan jangkauan kepuasan pelancong perlu melibatkan sesuatu yang boleh dilihat dengan jelas, bermaklumat dan boleh dipercayai kerana membabitkan kepentingan terhadap alam semulajadi serta pelancong. Hal ini penting kerana kepuasan pelancong terhasil daripada pengalaman ekopelancongan. Oleh kerana itu,

Khan dan Su (2003) menegaskan sekali lagi bahawa perkhidmatan yang baik serta penuh dengan maklumat adalah jangkauan kepuasan pelancong. Bagi Weilin Lu dan Stepchenkova (2012) pula, perkhidmatan yang akan memenuhi jangkauan pelancong perlu melibatkan aspek tempat tinggal, alam semulajadi, makanan dan nilai wang yang dibelanjakan. Oleh itu, berdasarkan beberapa pendapat di atas jelas menunjukkan bahawa definisi operasional bagi konsep perkhidmatan memerlukan kepada beberapa item ukuran iaitu ketersediaan prasarana, aktiviti, penyelenggaraan, promosi dan juru pandu yang baik serta tempoh masa yang bersesuaian.

### *Hubungan perasaan dengan jangkauan kepuasan pelancong*

Konsep perasaan telah dibincangkan sebelum ini dalam konteks pengalaman dan perkara penting yang dimaksudkan dengan perasaan adalah ia melibatkan subjek psikologi dalaman. Disiplin psikologi sebagaimana pendapat Jennings dan Weiler (2006) menjelaskan bahawa pengalaman merupakan sesuatu yang bersifat kognitif dan melahirkan komponen efektif seperti perasaan. Konsep perasaan terhadap kepuasan (pencapaian dan jangkauan kepuasan) merupakan proses mental yang subjektif dalam kalangan individu sepanjang program. Menurut Mannel dan Iso-Ahola (1987) serta Johns (1999), perasaan seharusnya wujud dalam konteks produk dan perkhidmatan kerana mendorong wujudnya rasa puas berbentuk hedonistik, sesuatu yang baharu, selesa, selamat dan bermaklumat, malah bagi Nurain Sahazali, Er Ah Choy (2013) memelihara alam sekitar. Oleh itu, dapat difahami bahawa definisi operasional tentang perasaan seseorang terhadap kepuasan perlu melibatkan beberapa perkara asas seperti perasaan berkaitan dengan keseronokan, bermaklumat, memiliki nilai pendidikan, ikhlas, selesa, selamat dan memenuhi kehendak pelancong dalam setiap program ekopelancongan.

## **Kawasan dan metodologi kajian**

Menurut Tourism Promotion Division Melaka (2014), terdapat sebanyak 12 tempat ekopelancongan di Melaka yang diwartakan oleh pihak berkuasa negeri. Lokasi-lokasi tersebut dimasukkan dalam peta ekopelancongan Negeri Melaka pada tahun 2014. Tempat ekopelancongan yang disenaraikan seperti A'Famosa Animal World Safari, Bemban Hot Springs, Cerana Putih Hot Springs dan sebagainya (Jadual 1). Statistik dari Januari hingga Disember 2014 menunjukkan jumlah kedatangan pelancong seramai 2,194,141 orang, tetapi tiada maklumat terperinci dicatatkan mengikut kategori pelancong sama ada dalam atau luar negara.

**Jadual 1. Lokasi dan jumlah kedatangan pelancong ekopelancongan Melaka (Januari hingga Disember 2014)**

| Bil.        | Lokasi ekopelancongan di Malaysia | Jumlah pelancong |
|-------------|-----------------------------------|------------------|
| 1.          | Melaka River Cruise               | 1,036,512        |
| 2.          | A'Famosa Animal World Safari      | 428,198          |
| 3.          | Zoo Melaka                        | 195,764          |
| 4.          | Melaka Crocodile Recreation       | 170,994          |
| 5.          | Cerana Putih / Gadek Hot Springs  | 128,754          |
| 6.          | Bemban / Jasin Hot Springs        | 127,368          |
| 7.          | Taman Rama-Rama dan Reptilia      | 61,984           |
| 8.          | Melaka Tropical Fruit Farm        | 16,559           |
| 9.          | Hutan Rekreasi Tanjung Tuan       | 15,021           |
| 10.         | Melaka Botanical Garden           | 9,996            |
| 11.         | Hutan Rekreasi Sungai Udang       | 2,701            |
| 12.         | Batu Lebah Recreational Forest    | 290              |
| Keseluruhan |                                   | 2,194,141        |

Sumber: Tourism Promotion Division Melaka (2014)

Menurut Tourism Malaysia (2014), kedatangan pelancong ke Melaka sehingga tahun berakhir 2013 terdiri daripada domestik dan luar negara dengan masing-masing berjumlah 10,366,594 orang dan 3,946,123 orang. Dengan mengambil asas pengiraan kedatangan pelancong bagi tujuan ekopelancongan sebanyak 10 peratus (KKKP, 1996), jumlah pelancong domestik adalah seramai 1,036,659 orang dan pelancong luar negara seramai 394,612 orang menjadikan keseluruhannya seramai 1,431,271 orang. Asas pengiraan sampel pula adalah berdasarkan statistik terkini kedatangan pelancong ekopelancongan mengikut lokasi dari Januari hingga Disember 2014 iaitu seramai 2,194,141 orang. Walau bagaimanapun, limitasi data tentang kedatangan pelancong pada tahun 2014 wujud disebabkan tiada rekod jelas pembahagian pelancong mengikut kategori sama ada domestik atau luar negara berbanding tahun-tahun sebelumnya (Jadual 2).

Penetapan saiz sampel dilakukan berdasarkan kepada pendapat Babbie (1986), Krejcie dan Morgan (1970) serta Sekaran (2003). Menurut mereka, sekiranya jumlah populasi seramai 2,194,141 orang, maka saiz sampel yang ideal adalah seramai 384 orang dengan mengambil kira kecukupan sampel bagi analisis secara statistik inferensi. Namun demikian, Abd Rahim Md Nor (2009), Kathy dan Gareth (2000), Mohd. Majid Konting (1990), Ritchie dan Lewis (2003) serta Sekaran (2003) berpendapat bagi memastikan kualiti data dan analisis secara statistik inferensi adalah sesuai, jumlah responden minimum wajib tidak kurang daripada 30 sampel. Bagi penulis-penulis seperti Ritchie dan Lewis (2003) serta Sekaran (2003), jumlah sampel tertinggi dalam suatu populasi yang besar sebaiknya tidak melebihi 500 orang.

**Jadual 2. Lokasi ekopelancongan, jumlah pelancong tahun 2014 dan taburan pecahan sampel**

| Bil.        | Lokasi ekopelancongan di Malaysia | Jumlah pelancong | Peratusan | Saiz sampel (A) | Saiz sampel pelarasan (B) | Sampel domestik (70%) | Sampel luar (30%) |
|-------------|-----------------------------------|------------------|-----------|-----------------|---------------------------|-----------------------|-------------------|
| 1.          | Melaka River Cruise               | 1,036,512        | 47.24     | 181             | 181                       | 127                   | 54                |
| 2.          | A'Famosa Animal World Safari      | 428,198          | 19.52     | 75              | 75                        | 53                    | 22                |
| 3.          | Zoo Melaka                        | 195,764          | 8.90      | 34              | 34                        | 24                    | 10                |
| 4.          | Melaka Crocodile Recreation       | 170,994          | 7.80      | 30              | 30                        | 21                    | 9                 |
| 5.          | Cerana Putih / Gadek Hot Springs  | 128,754          | 5.90      | 23*             | 30                        | 21                    | 9                 |
| 6.          | Bemban / Jasin Hot Springs        | 127,368          | 5.80      | 22*             | 30                        | 21                    | 9                 |
| 7.          | Taman Rama-Rama dan Reptilia      | 61,984           | 2.82      | 11*             | 30                        | 21                    | 9                 |
| 8.          | Melaka Tropical Fruit Farm        | 16,559           | 0.75      | 3*              | 30                        | 21                    | 9                 |
| 9.          | Hutan Rekreasi Tanjung Tuan       | 15,021           | 0.68      | 3*              | 30                        | 21                    | 9                 |
| 10.         | Melaka Botanical Garden           | 9,996            | 0.46      | 2*              | 30                        | 21                    | 9                 |
| 11.         | Hutan Rekreasi Sungai Udang       | 2,701            | 0.12      | 0*              | 30                        | 21                    | 9                 |
| 12.         | Batu Lebah Recreational Forest    | 290              | 0.01      | 0*              | 30                        | 21                    | 9                 |
| Keseluruhan |                                   | 2,194,141        | 100       | 384             | 560                       | 393                   | 167               |

Proses agihan sampel pertamanya dilakukan melalui kaedah peratusan (*proportionate sampling*) dengan menggunakan jumlah pelancong pada tahun 2014 dan sasaran sampel seramai 384 orang (Jadual 2). Hasilnya, saiz sampel (A) terhasil berdasarkan teknik peratusan, tetapi terdapat saiz sampel yang kurang daripada 30. Seterusnya, pelarasan saiz sampel dijalankan agar mencapai jumlah sebanyak 30 sebagaimana dalam kolum (B) dengan peningkatan sebanyak 176 sampel menjadikannya seramai 560 responden. Memandangkan daripada statistik tahun 2014 tiada perincian mengikut kategori domestik atau luar negara sebagaimana tahun-tahun sebelumnya, maka anggaran kasar peratusan pembahagian

mengikuti kategori perlu dilakukan. Hasil pengiraan terhadap rekod kedatangan pelancong secara bandingan antara domestik dengan luar negara bagi tempoh tahun 2011, 2012 dan 2013 mendapati nisbah peratusan adalah sebanyak 70:30. Oleh itu, jumlah sampel mengikuti kategori bagi setiap lokasi ekopelancongan adalah sebagaimana Jadual 2 iaitu pelancong domestik seramai 393 dan luar negara seramai 167 responden.

Walaupun, pengambilan sampel seharusnya memastikan bertaburan rawak dan data adalah normal, namun demikian dalam kes kajian pelancong di lokasi pelancongan agak sukar atau hampir mustahil. Oleh itu, teknik mengambil sampel pelancong secara *convenience sampling* adalah wajar dilakukan oleh pengkaji memandangkan sifat, taburan pelancong yang tidak jelas di sesebuah tempat atau responden yang diambil tidak berada dalam keadaan sistematik sehingga menyukarkan pengkaji menentukan sasaran responden (Hultsch et al., 2002; Weir & Jones, 2008). Teknik ini bukan sesuatu perkara baharu dalam kajian pelancongan kerana kerap dilakukan oleh pengkaji terdahulu. Umpamanya, kajian oleh Bashar Aref Mohammad Al-Haj Mohammad (2014) serta Quintal dan Polczynski (2010) berkaitan dengan ulangan lawatan dalam produk pelancongan. Begitu juga dengan kajian oleh Esu dan Arrey (2009) tentang kepuasan pelancong terhadap perayaan budaya. Prosedur yang biasa digunakan dalam pengambilan sampel secara mudah ini adalah dengan bertemu pelancong sama ada domestik atau luar negara. Seterusnya, penyelidik memohon maklum balas atau jawapan terhadap setiap item kaji selidik. Proses ini dilakukan sehingga mencukupi jumlah sasaran sampel sebanyak 560.

Analisis Korelasi Pearson digunakan bagi menjawab objektif kajian berkaitan hubungan antara pengalaman ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong di Melaka. Tujuan statistik ini adalah bagi melihat hubungan atau pengaruh pemboleh ubah bebas (X) terhadap pemboleh ubah bersandar (Y). Pemboleh ubah bebas  $X_1$  mewakili aspek produk ekopelancongan,  $X_2$  perkhidmatan ekopelancongan serta  $X_3$  perasaan tentang ekopelancongan. Pemboleh ubah bersandar Y pula melibatkan jangkauan kepuasan pelancong. Berikut adalah hipotesis alternatif yang ditentukan iaitu:

- $H_1$  Terdapat hubungan antara aspek produk ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong di Melaka.
- $H_2$  Terdapat hubungan antara aspek perkhidmatan ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong di Melaka.
- $H_3$  Terdapat hubungan antara aspek perasaan tentang ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong di Melaka.
- $H_4$  Terdapat hubungan antara pengalaman ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong di Melaka.

## Hasil dan perbincangan

### *Hubungan produk dengan jangkauan kepuasan*

Analisis perhubungan mendapati produk ekopelancongan yang ditawarkan di sekitar Negeri Melaka berbentuk seperti air panas, safari, hutan, sungai dan sebagainya memenuhi jangkauan kepuasan pelancong. Hasil analisis mendapati aspek produk ekopelancongan mempengaruhi jangkauan kepuasan serta ia signifikan pada aras  $p \leq 0.00$  dan kajian menerima  $H_1$ . Kajian juga mendapati hubungan berbentuk positif kerana statistik memperlihatkan nilai  $r=0.691$ ,  $p \leq 0.01$  dan nilai signifikan adalah 0.000. Hubungan berbentuk positif ini menjelaskan bahawa semakin baik produk ekopelancongan, maka semakin meningkatkan jangkauan kepuasan pelancong yang berkunjung di lokasi-lokasi ekopelancongan negeri.

### *Hubungan perkhidmatan dengan jangkauan kepuasan*

Analisis perhubungan antara angkuh perkhidmatan ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong pula mendapati signifikan pada aras  $p \leq 0.01$  dan perlu menerima hipotesis alternatif. Dalam ujian statistik perhubungan antara perkhidmatan ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong menunjukkan nilai  $r=0.720$ ,  $p \leq 0.01$  dan nilai signifikan adalah 0.000. Ini menunjukkan bahawa  $H_2$  perlu

diterima disebabkan terdapat hubungan yang signifikan antara kedua-dua angkubah kajian. Hasil kajian tersebut juga didapati hubungan berlaku dalam bentuk positif iaitu semakin baik perkhidmatan ekopelancongan yang ditawarkan di pusat-pusat ekopelancongan negeri, semakin memberikan kesan positif kepada jangkauan kepuasan pelancong. Justeru, perkhidmatan ekopelancongan pada masa kini adalah berjaya mencapai jangkauan kepuasan pelancong.

#### *Hubungan perasaan dengan jangkauan kepuasan*

Kajian terhadap perhubungan antara perasaan berkaitan ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong juga mendapati signifikan pada aras  $p \leq 0.01$  dan pengkaji perlu menerima  $H_3$ . Ujian statistik Korelasi Pearson antara perasaan berkaitan ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong mendapati nilai  $r=0.723$ ,  $p \leq 0.01$  dan nilai signifikan adalah 0.000. Di mana,  $H_3$  perlu diterima dan ia juga menunjukkan terdapat hubungan positif antara perasaan dengan jangkauan kepuasan pelancong yang melawat pusat-pusat ekopelancongan di Melaka. Dengan kata lain, hubungan berbentuk positif ini menerangkan semakin baik perasaan dalam kalangan pelancong, maka semakin memberi kesan positif terhadap jangkauan kepuasan.

#### *Perhubungan keseluruhan antara pengalaman ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong bagi Negeri Melaka*

Keseluruhan bagi analisis perhubungan antara pemboleh ubah pengalaman ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong di Melaka mendapati berkadaran positif iaitu  $r=0.862$ ,  $p \leq 0.01$  dan nilai signifikan adalah 0.000. Maksudnya, pengalaman ekopelancongan di Melaka memberi kesan langsung (positif) terhadap jangkauan kepuasan pelancong. Perhubungan tersebut adalah bersifat positif yang membawa maksud peningkatan dalam pengalaman berkaitan produk, perkhidmatan dan perasaan tentang ekopelancongan negeri menjadikan jangkauan kepuasan pelancong semakin baik.

Implikasi kajian kepada teori yang dibincangkan dalam kerangka konseptual sebelum ini mendapati bahawa pengalaman ekopelancongan memberikan kesan terhadap jangkauan kepuasan seseorang pelancong di Negeri Melaka. Kekuatan hubungan secara keseluruhannya juga dilihat tinggi iaitu sekitar 86 peratus atau  $r=0.862$ . Pola hubungan antara pengalaman ekopelancongan dengan jangkauan kepuasan pelancong mendapati ia selaras dengan pandangan pengkaji terdahulu yang menyatakan bahawa ekopelancongan merupakan suatu bentuk pelancongan berkaitan dengan pengalaman pembelajaran dan penghargaan terhadap alam sekitar serta kebudayaan setempat (Butler, 1980; Weaver, 2001). Bahkan, Fiorello dan Bo (2012) serta Jennifer Kim Lian Chan dan Baum (2007) berpandangan sekiranya penawaran sesuatu produk seperti yang diharapkan atau diimpikan oleh pelancong wujud, maka kepuasan maksimum akan diperolehi dan program ekopelancongan dianggap berjaya. Hasil kajian ini juga adalah selaras dengan pengkaji terdahulu seperti Khan (2003) yang menyatakan bahawa jangkauan kepuasan berkaitan ekopelancongan terhasil daripada pengalaman ekopelancongan yang baik. Oleh kerana itu, Khan dan Su (2003) menegaskan sekali lagi bahawa perkhidmatan yang baik serta penuh dengan maklumat adalah jangkauan kepuasan pelancong sebenar yang perlu dikekalkan oleh pengusaha ekopelancongan, seterusnya ia akan menghasilkan pencapaian kepuasan. Pengkaji-pengkaji lain seperti Mannel dan Iso-Ahola (1987), Johns (1999) serta Rosniza Aznie et al. (2012) juga menyatakan bahawa dalam konteks produk dan perkhidmatan yang baik, berpendapat ia boleh mendorong wujudnya rasa puas berbentuk hedonistik, sesuatu yang baharu, selesa, selamat dan bermaklumat. Bagi Er Ah Choy et al. (2012), perkara penting juga adalah permintaan perlu wujud daripada pasaran asing dan ia memerlukan promosi yang hebat.

## Kesimpulan

Secara keseluruhannya, kajian merumuskan bahawa pengalaman ekopelancongan di sekitar Negeri Melaka memberikan pencapaian baik kepada jangkauan kepuasan pelancong. Walau bagaimanapun, masih terdapat ruang yang perlu ditambah baik kerana tahap hubungan dilihat bukannya mencapai kepuasan sepenuhnya iaitu hanya sekitar 86 peratus. Mungkin memerlukan penelitian kembali terhadap garis panduan atau Pelan Ekopelancongan Negara dalam konteks penilaian atau pencapaian jangkauan kepuasan pelancong melibatkan pengalaman ekopelancongan. Hal ini lebih jelas sekiranya dilihat dalam konteks pengaruh aspek-aspek pengalaman (iaitu produk, perkhidmatan dan perasaan) terhadap jangkauan kepuasan pelancong secara berasingan. Secara berasingan masih menunjukkan terdapat aspek tertentu yang sedikit rendah berbanding dengan keseluruhan pengalaman terhadap jangkauan kepuasan pelancong. Umpamanya, pengaruh produk terhadap jangkauan kepuasan sekitar 69 peratus atau  $r=0.691$ , walaupun ia signifikan pada aras 0.01. Ini menjelaskan bahawa aspek produk ekopelancongan memerlukan penambahbaikan secara berterusan. Namun demikian, secara umumnya aspek-aspek dalam pengalaman atau pengalaman ekopelancongan mempengaruhi kejayaan pencapaian jangkauan kepuasan pelancong di sekitar Negeri Melaka.

## Rujukan

- Abd Rahim Md. Nor (2009) *Statistical methods in research*. Prentice Hall, Kuala Lumpur.
- Alen Gonzalez ME, Fraiz Brea JA (2005) An investigation of the relationship among service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in Spanish Health Spas. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing* 13(2), 67-90.
- Babbie E (1986) *The practice of social research*. Ed. 4. Wadsworth Publishing Co., Belmont, CA.
- Bashar Aref Mohammad Al-Haj Mohammad (2014) Satisfaction, loyalty and intention to revisit. *International Journal of Management Sciences* 2(6), 260-273.
- Batra R, Athola OT (1990) Measuring the hedonic and utilitarian sources of customer attitudes. *Marketing Letters* 2(2), 157-170.
- Blamey RK (2001) Ecotourism: The search for an operational definition. *Journal of Sustainable Tourism* 5, 109-130.
- Butler RW (1980) The concept of a tourist area cycle of evaluation: Implication for management of resources. *Canadian Geographer* 24, 5-12.
- Deng J, King B, Bauer T (2002) Evaluating natural attractions for tourism. *Annals of Tourism Research* 29(2), 422-438.
- Er Ah Choy, Asmahani Atan, Harsuzilawati Muhammed, Zaini Sakawi, Adam JH (2012) Analisis kelebihan kompetitif ekopelancongan di Mukim Ulu Dong, Raub, Pahang, Malaysia. *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space* 8(8), 158-169.
- Esu BB, Arrey VM-E (2009) Tourists' satisfaction with cultural tourism festival: A case study of Calabar Carnival Festival, Nigeria. *International Journal of Business and Management* 4(3), 116-125.
- Farris PW, Bendle NT, Pfeifer PE, Reibstein DJ (2010) *Marketing metrics: The definitive guide to measuring marketing performance*. Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.
- Fiorello A, Bo D (2012) Community-based ecotourism to meet the new tourist's expectations: An exploratory study. *Journal of Hospitality Marketing & Management* 21(7), 758-778.
- Gartner WC, Ruzzier MK (2011) Tourism destination brand equity dimensions: Renewal versus repeat market. *Journal of Travel Research* 50(5), 471-481.
- Gitman LJ, McDaniel CD (2005) *The future of business: The essentials*. South-Western Press, Ohio.
- Gray NJ, Campbell LM (2007) A decommmodified experience? Exploring aesthetic, economic and ethical values for volunteer ecotourism in Coasta Rica. *Journal of Sustainable Tourism* 15(5), 463-482.



- Hultsch DF, Stuart WSM, Hunter MA, Maitland SB, Dixon RA (2002) Sampling and generalizability in developmental research: comparison of random and convenience samples of older adults. *International Journal of Behavioral Development* 26(4), 345–359.
- Iso-Ashola SE (1983) Towards a social psychology of recreational travel. *Leisures Studies* 2, 45-56.
- Jennifer Kim Lian Chan, Baum T (2007) Motivation factors of ecotourists in ecolodge accommodation: the push and pull factors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 12(4), 349-364.
- Jennings G (2006) Perspectives on quality tourism experiences: an introduction. Dlm. Jennings GR, Nickerson NP (pnyt.) *Quality Tourism Experiences*, hlm. 56-72. Elsevier, Burlington, MA.
- Jennings G (2010) *Tourism research*. Ed. 2. John Wiley & Sons, Milton, Australia.
- Jennings G, Weiler B (2006) Mediating meaning: Perspectives on brokering quality tourism experiences. Dlm. Jennings GR, Nickerson NP (pnyt.) *Quality Tourism Experiences*, hlm. 73-89. Elsevier, Burlington, MA.
- John J (2003) *Fundamentals of customer-focused management: Competing through service*. Praeger, Westport, Conn.
- Johns, N (1999) What is this thing called service? *European Journal of Marketing* 33(2), 958-973.
- Kachel U, Jennings G (2010) Exploring tourists' environmental learning, values and travel experiences in relation to climate change: A postmodern constructivist research agenda. *Tourism and Hospitality Research* 10(2), 130-140.
- Kathy P, Gareth R (2000) Coastwatch UK: A public participation survey. *Journal of Coastal Conservation* 6, 61-66.
- Khan M (2003) ECOSERV: ecotourists' quality expectations. *Annals of Tourism Research* 30(1), 109-124.
- Khan MM, Su KD (2003) Service quality expectations of travellers visiting Cheju Island in Korea. *Journal of Ecotourism* 2(2), 114-125.
- KKKP (1996) *Pelan Ekopelancongan Kebangsaan: Garis Panduan 1-25*. Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia, Kuala Lumpur.
- Krejcie RV, Morgan DW (1970) Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement* 40, 53-76.
- Lascurain HC (1988) The future of ecotourism. *Mexico Journal* 1(17), 13-14.
- Mannell R, Iso-Ashola SE (1987) Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research* 14, 314-331.
- Mohamad Safee Sapari, Ahmad Shuib, Sridar Ramachandran, Syamsul Herman Mohammad Afandi (2013) Visitors' satisfaction towards service and facilities in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi. *Journal of Applied Economics and Business* 1(4), 25-42.
- Mohd Majid Konting (1990) *Kaedah penyelidikan pendidikan*. Ed. 5. Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Mowforth M, Munt I (1998) *Tourism and sustainability: new tourism in the third world*. Routledge, London.
- Murphy P, Pritchard MP, Smith B (2000) The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management* 21(1), 43–52.
- Nurain Sahazali, Er Ah Choy (2013) Ekopelancongan di Taman Paya Bakau, Seri Manjung, Perak: persepsi penduduk terhadap impak pembangunan. *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space* 9(3), 69-79.
- Otto JE, Ritchie JRB (1996) The service experience in tourism. *Tourism Management* 17(3), 165-174.
- Page JS, Dowling RK (2002) *Ecotourism: themes in tourism*. Pearson Education, Essex.
- Prayag G (2007) Assessing international tourists' perceptions of service quality at Air Mauritius. International. *Journal of Quality & Reliability Management* 24(5), 492-514.
- Quintal VA, Polczynski A (2010) Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 22(4), 554-578.

- Richards G, Wilson J (2004) The Impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Study* 41(10), 1931-1951.
- Ritchie J, Lewis J (2003) *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Rosniza Aznie CR, Mohd Azlan Abdullah, Rozalini R, Rosmiza MZ, Abdul Rahim MN, Mohd Fuad MJ, Novel L (2012) Potensi tarikan ekopelancongan rekreasi di Taman Rekreasi Air Panas (TRAP) Sungai Klah, Perak. *Geografia: Malaysian Journal of Society and Space* 8(7), 125-134.
- Ross EL, Iso-Ahola SE (1991) Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research* 18(2), 226-237.
- Ross S, Wall G (1999) Ecotourism: Towards congruence between theory and practice. *Tourism Management* 20, 123-132.
- Ryan C (2002) *The tourist experience*. Ed. 2. Continuum, London.
- Sekaran U (2003) *Research methods for business: A skill building approach*. Ed. 4. John Wiley & Sons, New York.
- Smith M, Duffy R (2003) *The ethics of tourism development*. Routledge, London.
- Stark JC (2002) Ethics and ecotourism: connections and conflicts. *Phylosophy and Geography* 5(1), 101-113.
- Tourism Malaysia (2014) Data kedatangan pelancong ke Malaysia. Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, Melaka.
- Tourism Promotion Division Melaka (2014) *Melaka Fun Map*. Pejabat Ketua Menteri Melaka, Air Keroh.
- Tyler D, Dangerfield JM (1999) Ecosystem tourism: a resource-based philosophy for ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism* 7(2), 146-158.
- UPEN Melaka (2001) *Dasar-dasar pembangunan ekonomi Rancangan Struktur Negeri Melaka 2000-2020*. UPEN Melaka, Melaka.
- Uriely N (2005) The tourist experience: Conceptual development. *Annals of Tourism Research* 32(1), 199-216.
- Weaver D (2001) *Ecotourism*. John Wiley & Sons, Milton.
- Weilin Lu W, Stepchenkova S (2012) Ecotourism experiences reported online: classification of satisfaction attributes. *Tourism Management* 33(3), 702-712.
- Weir JE, Jones J (2008) Is a convenience sample useful for estimating immunization coverage in a small population? *PNG Med J* 51(3-4), 155-159.
- Wight P (1993) Ecotourism: ethics or eco-sell? *Journal of Travel Research* 31(3), 3-9.
- Ziffer KA (1995) *Ecotourism: The uneasy alliance*. Conservation International, Washington DC.