

# ANALISIS PERKAITAN ANTARA SOSIOEKONOMI DENGAN KEPUASAN PELANCONGAN DALAM KALANGAN TAMU INAP DESA DI PULAU LANGKAWI

Askiah Jamaludin<sup>1</sup>  
Zumilah Zainalaludin<sup>1</sup>  
Hanina Halimatusaadiah Hamsan<sup>1</sup>  
Fiffy Hanisdah Saikim<sup>1</sup>

## Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis perkaitan antara faktor sosioekonomi dengan kepuasan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa di Pulau Langkawi. Seramai 364 tamu inap desa telah dipilih dengan menggunakan kaedah persampelan rawak mudah. Hasil kajian mendapati hanya faktor umur menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan, manakala faktor pendapatan isi rumah dan juga tahap pendidikan tidak menunjukkan perkaitan yang signifikan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan. Selain itu, pelancong memilih menginap di tamu inap desa yang berdekatan dengan pantai dan sawah padi yang menyediakan pemandangan yang cantik. Kebanyakan pelancong wanita memilih tamu inap desa yang berhampiran dengan pantai. Implikasi kajian ini menunjukkan pelancong muda yang bercuti ke Langkawi lebih gemar menginap di tamu inap desa bersama rakan mereka. Hasil kajian ini menyumbang kepada dapatan data untuk pemilik tamu inap desa, pihak LADA dan pusat pelancongan Langkawi khususnya, dan Kementerian Pelancongan dan Seni Budaya amnya.

**Katakunci:** Inap desa; Kepuasan perkhidmatan; Pelancongan; Pelancong domestik, Sosioekonomi

## Abstract

*This study analyses the relationships between socioeconomic factors with tourism satisfaction among homestay guests in Langkawi Island. A total of 364 homestay guests were selected using a simple random sampling method. The study results found that the age of homestay guests is the only factor that showed a significant relationship with homestay service and tourism satisfaction while household income and education level did not have a significant relationship with homestay service and tourism satisfaction. In addition, tourists choose to stay in a homestay near the beach and paddy fields that provide beautiful views. Most female tourists choose homestays*

---

<sup>1</sup> Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna, Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia

*near to the beach. The implications of this study show that young tourists who have a vacation to Langkawi prefer to stay in homestays with their friends. This will lead residents to start the homestay business as a family income. This study contributes to the data findings for homestay guest owners, the homestay operators, the LADA and the Langkawi tourism centre in particular, and the Ministry of Tourism and Arts and Culture in general.*

**Keywords:** *Domestic tourists; Homestay; Service satisfaction; Socioeconomics; Tourism*

## **Pengenalan**

Sektor pelancongan merupakan salah satu sektor penting yang menjadi pemacu utama pertumbuhan ekonomi negara. Laporan daripada Kementerian Kewangan Malaysia (2020) menunjukkan bahawa sektor pelancongan telah menyumbangkan sebanyak 15.2 peratus daripada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2018, selain mencatatkan kedudukan pada tangga yang ke-26 dalam *Travel Tourism Competitive Index* pada tahun yang sama. Data daripada Pelancongan Malaysia (2020) menunjukkan ada peningkatan dalam jumlah ketibaan pelancong ke Malaysia dengan peningkatan sebanyak 1.0 peratus, di mana sebanyak 26.10 juta pelancong pada tahun 2019 berbanding 25.83 juta pelancong pada tahun 2018. Jumlah perbelanjaan pelancongan juga menunjukkan peningkatan sebanyak 2.4 peratus dengan jumlah RM86.1 bilion pada tahun 2019 berbanding RM84.1 bilion pada tahun 2018.

Hal yang sama turut terjadi bagi sektor pelancongan domestik. Pelancongan Malaysia (2019) telah melaporkan peningkatan pelancong domestik sebanyak 10.9 peratus pada tahun 2018 dengan jumlah 78.2 juta pelancong berbanding 70.5 juta pelancong domestik pada tahun 2017. Hal yang sama turut direkodkan bagi jumlah perbelanjaan pelancongan domestik, yang mencatatkan peningkatan sebanyak 11.7 peratus pada tahun 2018 dengan jumlah sebanyak RM60.4 bilion berbanding RM54.1 bilion pada tahun 2017. Peningkatan perbelanjaan pelancongan telah memberikan impak yang positif kepada ekonomi negara kerana ia menjadi faktor penyumbang kepada pertambahan pendapatan negara seterusnya membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara (Hussin & Kunjuran, 2014). Kepentingan sektor pelancongan ditekankan lagi apabila Kementerian Kewangan Malaysia telah mengisytiharkan peruntukan sebanyak RM1.1 bilion, peningkatan sebanyak RM100 juta berbanding tahun sebelumnya, bagi tujuan mengurus dan pembangunan Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia dalam Laporan Belanjawan 2020.

Dengan adanya pelaporan ini, ia menunjukkan industri pelancongan Malaysia memberi impak yang tinggi kepada pembangunan ekonomi negara. Industri

pelancongan dalam negara mendapat permintaan dari pelancong domestik dan juga dari pelancong luar negara. Apatah lagi lokasi pelancongan seperti Pulau Langkawi. Penduduk di Pulau Langkawi menyediakan inap desa yang didirikan atas tanah milik mereka, di sekitar tempat tinggal mereka dan juga masih ada yang menyediakan bilik dalam rumah mereka sendiri dan tinggal bersama pelancong. Pengusaha inap desa ini menyediakan perkhidmatan tempat tinggal sementara bagi pelancong yang ingin bermalam dan menikmati pengalaman percutian di Pulau Langkawi. Pengusaha inap desa ini membantu industri pelancongan Pulau Langkawi dengan menarik pelancong domestik dan menyediakan tempat bermalam dengan harga yang berpatutan bagi mereka yang datang bersama keluarga dan kumpulan kecil.

## **Objektif**

Responden kajian ini adalah tamu inap desa di Langkawi. Umumnya kajian ini bertujuan mengukur hubungan antara kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan. Secara terperinci objektif kajian adalah:-

- i) Memprofil latarbelakang responden kajian
- ii) Mengenalpasti tahap kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan responden
- iii) Mengukur hubungan antara tahap kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan dengan latarbelakang sosioekonomi responden

Kajian ini menyumbang kepada data baru berkenaan permintaan tamu inap desa ke atas elemen perkhidmatan inap desa dan pelancongan yang disediakan. Data ini amat penting kepada pengusaha inap desa untuk sentiasa memberi penekanan kepada permintaan dan kehendak pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah keutamaan bagi pengusaha kerana ia penentu kelangsungan sesebuah perniagaan. Walaupun ada pengusaha yang mengatakan penginap tidak pernah berpuas hati dengan apa yang telah disediakan, namun apapun adalah menjadi tanggungjawab pengusaha menyediakan yang terbaik untuk pelanggan mereka. Oleh itu, kajian ini amat penting dilaksanakan untuk menganalisis tahap kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa di Pulau Langkawi. Tambahan pula, inap desa menjadi satu cabang perniagaan yang berpotensi tinggi bagi penduduk tempatan meningkatkan pendapatan keluarga supaya tidak tertinggal daripada arus pembangunan ekonomi yang pesat di Langkawi.

## **Kajian Literatur**

### **Kepuasan pelancongan**

Aktiviti pelancongan didefinisikan sebagai pergerakan yang dilakukan oleh seseorang individu ke sesuatu destinasi di luar tempat kediaman mereka bagi suatu tempoh jangka masa yang singkat dengan tujuan melakukan kegiatan yang tidak berkaitan

dengan pekerjaan yang mendatangkan pendapatan (Mathieson & Wall, 1982; Rashid, 2013). Aktiviti pelancongan didorong oleh motivasi tolakan dan tarikan (Salleh *et al.*, 2013) dan ianya berbeza mengikut keperluan dan kehendak seseorang individu tersebut. Bagi pelancong asing, tiga motivasi utama pelancongan mereka adalah untuk percutian (52.8%), melawat saudara-mara dan rakan (18.9%), serta perniagaan (8.5%) (Pelancongan Malaysia, 2016). Sementara bagi pelancong domestik pula, tiga motivasi utama pelancongan mereka adalah untuk menziarahi saudara-mara dan rakan (40.6%), membeli-belah (34.7%), dan juga untuk bercuti, mengisi masa lapang, dan juga berehat (10.4%) (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2019).

Kepuasan pelancongan didefinisikan sebagai perasaan berpuas hati individu apabila perkhidmatan yang diterima adalah seperti yang dijangkakan atau melebihi jangkakan yang diletakkan (Amoah *et al.*, 2016; Hussin & Kunjuraman, 2014). Perasaan berpuas hati selalunya dikaitkan dengan emosi yang dirasai oleh individu terhadap pengalaman pelancongan mereka (Mohamed Idris *et al.*, 2020). Aktiviti pelancongan adalah penting kepada individu kerana pengalaman pelancongan yang positif memberikan individu perasaan positif yang seterusnya mampu meningkatkan kesejahteraan hidup subjektif mereka (Lim & Lee, 2015) dan membolehkan mereka menjalani kehidupan yang berkualiti. Selain itu, pelancong yang berpuas hati juga berpotensi untuk kembali ke destinasi pelancongan yang sama pada masa hadapan.

Kepuasan pelancongan bukan sahaja menghasilkan impak yang positif terhadap individu, malahan juga pihak-pihak lain yang berkaitan. Menurut Salleh *et al.* (2013) kepuasan pelancongan mendorong individu untuk bertingkah laku positif iaitu menunjukkan kesetiaan mereka terhadap perkhidmatan yang dilanggan dengan kembali lagi pada masa hadapan selain bersedia untuk berkongsi pengalaman mereka di destinasi pelancongan dengan saudara-mara dan rakan-rakan yang lain. Kepuasan pelancongan adalah berbeza mengikut sesuatu destinasi pelancongan yang dilawati (Hussin & Kunjuraman, 2014). Hal ini kerana, destinasi pelancongan kebiasaannya ditentukan oleh motivasi pelancongan seseorang individu (Romão *et al.*, 2015). Sekiranya destinasi yang dipilih mampu memenuhi keperluan pelancongan mereka, maka individu akan cenderung untuk mengalami perasaan berpuas hati yang tinggi terhadap destinasi pelancongan yang mereka kunjungi.

## **Faktor mempengaruhi kepuasan pelancongan**

Pelbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelancongan telah dibincangkan dalam kajian lepas. Faktor yang paling kerap menjadi perbincangan adalah faktor kepuasan kualiti perkhidmatan. Menurut Marković dan Raspor Janković (2013), kualiti perkhidmatan merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelancongan individu. Kajian oleh Wang (2017) dan Al-Laymoun *et al.* (2020) mendapati bahawa terdapat perkaitan yang kuat dan positif antara kualiti

perkhidmatan dengan kepuasan pelancongan. Semakin bagus kualiti perkhidmatan yang diterima, semakin tinggi kepuasan pelancongan yang dirasakan oleh individu. Kajian faktor kualiti perkhidmatan, selalunya menggunakan model SERVQUAL yang dipelopori oleh Parasuraman *et al.* (1988), telah mencadangkan lima dimensi yang menentukan tahap kualiti perkhidmatan iaitu dimensi penampilan, dimensi kebolehpercayaan, dimensi tindak balas, dimensi jaminan, dan juga dimensi empati.

Selain itu, Biswakarma (2015) dalam kajian mengenai dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelancongan tamu inap desa telah mencadangkan lima dimensi lain iaitu layanan baik oleh tuan rumah, kemudahan yang ada serta jaminan keselamatan, makanan tempatan dan keadaan tempat penginapan, gaya hidup tempatan, dan juga persembahan kebudayaan. Dapatan kajian ini selari dengan dapatan kajian Wang dan Hung (2015) yang mendapati bahawa nilai yang berbaloi dengan wang yang dibayar, suasana rumah yang selesa dan nyaman serta bersih, dan juga lokasi yang strategik mempengaruhi kepuasan pelancongan yang ditunjukkan oleh pengunjung yang datang. Padlee *et al.* (2019) turut menambah bahawa kualiti makanan juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelancong.

Menurut Morvay (2014), aspek yang paling penting dalam mempengaruhi kepuasan pelancongan adalah pengalaman positif yang dialami oleh pelancong sepanjang penginapan mereka di inap desa. Kenyataan ini disokong oleh dapatan kajian daripada Rashid (2013) yang mendapati bahawa emosi positif memainkan peranan yang signifikan dalam menentukan kepuasan pelancongan. Begitu juga sebaliknya sekiranya pelancong mengalami emosi negatif, maka mereka cenderung untuk memberi penilaian negatif terhadap pengalaman pelancongan yang dialami.

Pelbagai faktor perlu diambil kira dalam menilai dan mengukur kepuasan yang dialami oleh pelancong terhadap destinasi pelancongan dan perkhidmatan yang mereka langgani. Namun begitu, perkara paling penting yang perlu diambil perhatian selain daripada faktor-faktor tersebut adalah emosi positif yang dirasakan oleh pelancong terhadap pengalaman percutian mereka. Emosi positif yang dialami oleh pelancong memainkan peranan yang signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelancongan mereka (Mohamed Idris *et al.*, 2020; Rashid, 2013) seterusnya mendorong tingkah laku positif, dalam situasi ini, sikap kesetiaan terhadap perkhidmatan yang mereka langgani untuk masa akan datang (Morvay, 2014; Padlee *et al.*, 2019).

## **Inap desa**

Secara dasarnya, penginapan bukanlah faktor utama destinasi yang menarik pelancong, namun tanpa kemudahan penginapan di destinasi pelancongan, pelancong dari luar kawasan mungkin akan berhadapan kesukaran untuk melancong ke destinasi tersebut, seterusnya memaksa mereka membatalkan niat melancong

(Ramukumba & Ferreira, 2016). Justeru, wajar dikatakan bahawa elemen penginapan merupakan salah satu elemen penting yang menarik pelancong untuk berkunjung ke destinasi pelancongan.

Laporan daripada Pelancongan Malaysia (2016) melaporkan bahawa pelancong asing membelanjakan kos penginapan sebagai peratusan kedua tertinggi (24.9%) daripada keseluruhan perbelanjaan pelancongan mereka, dengan aktiviti membeli-belah mendominasi peratusan perbelanjaan pelancongan mereka (31.7%) seterusnya diikuti oleh kos makanan dan minuman (13.1%). Sebaliknya bagi pelancong domestik, kos penginapan merupakan peratusan yang kelima tertinggi (13.0%), dengan aktiviti membeli-belah turut mendominasi peratusan perbelanjaan pelancongan mereka (26.8%) diikuti oleh kos bahan api kenderaan (15.4%) (Pelancongan Malaysia, 2019). Berbeza dengan pelancong asing, pelancong domestik mempunyai pilihan penginapan tidak berbayar yang disediakan oleh saudara-mara atau rakan yang tinggal berdekatan dengan destinasi pelancongan. Data daripada Pelancongan Malaysia (2019) merekodkan bahawa penginapan tidak berbayar menjadi pilihan tertinggi (68.2%), diikuti oleh hotel (20.4%), apartment (4.4%), inap desa atau rumah percutian (3.0%), chalet (2.3%), dan rumah rehat (1.7%).

Program inap desa merupakan program pelancongan berasaskan pengalaman yang telah dilancarkan oleh Kementerian Pelancongan dan Seni Budaya (MOTAC) pada tahun 1995 bertujuan untuk meningkatkan penglibatan masyarakat luar bandar dalam sektor pelancongan seterusnya membantu meningkatkan taraf ekonomi mereka (Pelancongan Malaysia, 2016). Program inap desa memberikan pengunjung peluang untuk tinggal bersama tuan rumah pengusaha inap desa dan merasai pengalaman langsung gaya hidup tuan rumah dan juga masyarakat tempatan (Hussin & Kunjuran, 2014). Sehingga Disember 2019, sebanyak 219 kluster inap desa telah didaftarkan dibawah MOTAC dengan 11 daripadanya adalah kluster inap desa yang terdapat di Pulau Langkawi (Pelancongan Malaysia, 2019). Namun begitu, jumlah tersebut belum termasuk kluster inap desa yang diusahakan secara persendirian dan tidak berdaftar di bawah program MOTAC. Berbeza dengan konsep asal program *inap desa* yang telah dilancarkan oleh kementerian, perusahaan inap desa yang diusahakan secara persendirian ini membawa maksud dan konsep kemudahan penginapan yang lebih umum. Perkhidmatan inap desa pada hari ini didefinisikan sebagai penginapan berskala kecil (Wang & Hung, 2015) berkonsepkan rumah kediaman, sama ada yang dibina untuk tujuan perkhidmatan inap desa atau pun yang diubah suai bagi memenuhi konsep inap desa (Amoah *et al.*, 2016), yang bertujuan menjadi penempatan sementara bagi pengunjung yang datang untuk tujuan percutian (Ferreira *et al.*, 2020). Inap desa kebiasaannya terdapat di destinasi pelancongan luar bandar di mana kemudahan penginapan pelancongan yang lain adalah terhad (Lim & Lee, 2020).

Selain itu, perkhidmatan inap desa menawarkan lebih privasi kepada pengunjung kerana rumah yang disediakan sebagai penginapan mereka adalah berasingan daripada rumah kediaman pengusaha inap desa, selain daripada harga yang ditawarkan adalah lebih murah (Tinakhat *et al.*, 2015). Peredaran zaman di mana individu dan keluarga lebih gemarkan kehidupan yang lebih privasi menuntut pengusaha menyediakan inap desa yang berasingan dari rumah milik pengusaha. Tambahan lagi kapasiti inap desa yang pelbagai dengan tawaran harga yang berpatutan mengikut keperluan pengunjung menjadikan inap desa atau inap desa ini sebagai satu perkhidmatan penginapan berbayar yang tidak kurang popular dalam kalangan pengunjung domestik mahupun luar negara ke destinasi pelancongan seperti Pulau Langkawi.

### **Perkaitan antara faktor sosioekonomi dengan kepuasan pelancongan**

Walaupun faktor sosioekonomi jarang diberi perhatian dalam kajian berkaitan kepuasan pelancongan, namun faktor ini sebenarnya tidak kurang penting untuk dikaji signifikan perkaitannya dengan kepuasan pelancongan. Hal ini kerana faktor sosioekonomi seperti umur, jantina, tahap pendidikan, serta pendapatan isi rumah turut memainkan peranan dalam mempengaruhi seseorang individu menentukan keputusan kepuasan pelancongan mereka (Huang & Wei, 2018). Contohnya seperti dapatan kajian oleh Amoah *et al.* (2016) yang mendapati bahawa golongan muda lebih cenderung untuk memilih penginapan inap desa berbanding pilihan penginapan yang lain. Perkara ini disebabkan oleh harga sewa inap desa lebih rendah berbanding dengan hotel yang bersesuaian dengan situasi kewangan mereka berbanding golongan yang lebih berusia yang mempunyai pendapatan yang lebih tinggi dan stabil (Ogucha *et al.*, 2015).

Kajian lepas yang membuat analisis perkaitan antara faktor sosioekonomi dengan kepuasan pelancongan telah menemui hasil kajian yang pelbagai. Menurut Alanzeh *et al.* (2018), faktor jantina, umur, pekerjaan, dan juga tahap pendidikan tidak memberi perbezaan yang signifikan terhadap kepuasan pelancongan. Namun begitu, hasil kajian tersebut adalah bertentangan dengan Chen (2016) yang mendapati bahawa terhadap perkaitan antara faktor jantina, umur, taraf pendidikan dan juga pendapatan isi rumah dengan kepuasan pelancongan. Hal ini disokong oleh Baguisi *et al.* (2015) yang mengatakan bahawa pelancong yang mempunyai lulusan ijazah menunjukkan kepuasan yang lebih tinggi dalam pengalaman mereka terhadap aktiviti membeli-belah dan juga harga tempat penginapan mereka berbanding pelancong yang tidak mempunyai ijazah. Perkara ini adalah wajar kerana kebiasaannya golongan yang mempunyai lulusan pendidikan tinggi mempunyai potensi untuk mendapatkan pekerjaan yang menawarkan pendapatan yang lebih tinggi berbanding golongan yang berkelulusan sehingga tahap sekolah sahaja (Huang & Wei, 2018), seterusnya membolehkan mereka untuk berbelanja dengan lebih bebas dan untuk produk pelancongan yang lebih berkualiti. Sementara itu, Karakas Morvay

(2014) mendapati bahawa jumlah pendapatan isi rumah turut memainkan peranan terhadap kepuasan pelancongan yang mana golongan yang datang daripada pendapatan isi rumah yang sederhana kebiasaannya menunjukkan kepuasan pelancongan yang paling tinggi. Hal yang sebaliknya berlaku bagi golongan daripada pendapatan isi rumah terendah dan tertinggi. Golongan-golongan ini cenderung untuk mengalami perasaan kurang berpuas hati terhadap pengalaman pelancongan mereka.

Walaupun bagaimanapun, kajian daripada Prasad dan Bhatia (2014) mengatakan golongan berpendapatan rendah dan tinggi telah menunjukkan perasaan berpuas hati mereka masing-masing terhadap tarikan kebudayaan yang terdapat di destinasi pelancongan dan juga kemudahan yang ada di kawasan pelancongan. Walaupun belum terdapat hasil kajian yang kukuh dalam membuktikan perkaitan antara faktor sosioekonomi dengan kepuasan pelancongan, namun pengetahuan tentang pengaruh latar belakang sosioekonomi individu terhadap kepuasan pelancong yang mereka rasai memberi kelebihan kepada pengusaha-pengusaha yang terlibat dalam industri pelancongan dalam merangka strategi pemasaran mereka (Baguisi *et al.*, 2015).

## Metodologi

Populasi sasaran kajian ini adalah tamu inap desa di Pulau Langkawi. Populasi sasaran adalah jumlah kumpulan orang dari mana sampel dapat diambil. Sampel adalah sekumpulan individu yang mengambil bahagian dalam penyelidikan. Orang yang mengambil bahagian dikenali sebagai "peserta atau responden". Secara amnya, persampelan mempunyai dua teknik iaitu persampelan kebarangkalian dan persampelan bukan kebarangkalian (Yiamjanya & Wongleedee, 2014). Kajian ini adalah persampelan kebarangkalian yang menggunakan persampelan rawak mudah di mana setiap tamu inap desa di Pulau Langkawi mempunyai peluang yang sama dan dipilih dalam sampel. Terdapat beberapa pemilik inap desa yang membantu dalam kajian ini. Untuk tujuan penyelidikan ini, 400 soal selidik diberikan serentak kepada setiap pengusaha inap desa di Pulau Langkawi. Secara keseluruhan, 364 borang soal selidik dikumpulkan, yang menunjukkan kadar respon 91 peratus untuk 400 borang soal selidik yang diedarkan. Borang soal selidik ini mempunyai tiga bahagian iaitu bahagian A Latar belakang Sosioekonomi, bahagian B Latar belakang Pelancongan dan bahagian C Kepuasan Perkhidmatan Inap Desa dan Pelancongan. Bahagian A dan B adalah soalan yang dianalisis secara deskriptif. Sementara Bahagian C adalah soalan berbentuk nisbah yang menggunakan skala pengukuran antara 1 hingga 5. Jawapan 1 adalah yang sangat tidak memuaskan dan 5 adalah jawapan yang sangat memuaskan. Analisis menggunakan deskriptif dan juga analisis korelasi Pearson.



Maklumat berkaitan dengan pengukuran kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan dalam kalangan kajian ini mengandungi 18 item yang mewakili lima dimensi (perkhidmatan, hospitaliti, penginapan, keselamatan, dan kepuasan) yang mempengaruhi kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan. Pengukuran diambil daripada Padlee *et al.*, 2015. Setiap item diwakili oleh 5 skala Likert, bermula dari skala 1 = sangat tidak berpuas hati, hingga skala 5 = sangat berpuas hati. Data yang diperolehi telah dianalisis dalam bentuk nilai min. Semakin tinggi nilai min, semakin tinggi kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan.

## Hasil Kajian

### Latarbelakang sosioekonomi responden

Kajian ini telah melibatkan seramai 364 orang responden yang terpilih dan 70.9 peratus daripadanya adalah responden lelaki, dan 29.1% responden perempuan. Lebih daripada separuh (66.2%) responden yang terlibat dalam kajian ini adalah berstatus bujang. Bagi tahap pendidikan pula, separuh responden lelaki (52.3%) mempunyai tahap pendidikan peringkat ijazah sarjana muda, sementara responden wanita hanya 38.4 peratus. Kebanyakan responden lelaki (71.7%) adalah pelancong yang terdiri dalam kategori umur antara 20 hingga 29 tahun, sementara wanita pula separuh daripada mereka berusia antara 30 hingga 39 tahun. Walaupun responden ini mempunyai pendidikan tinggi peringkat universiti namun sebahagian besar mereka tergolong dalam golongan B40.

**Jadual 1: Latarbelakang Responden**

Latar belakang Sosioekonomi	Lelaki		Perempuan	
	n=258	%	n=106	%
<b>Umur</b>				
20-29	185	71.7	27	25.5
30-39	49	19.0	55	51.9
40-49	14	5.4	17	16.0
50-59	10	3.9	7	6.6
<b>Status Perkahwinan</b>				
Bujang	53	20.5	70	66.0
Berkahwin	205	79.5	36	34.0
<b>Tahap Pendidikan</b>				
Tahap Sekolah Rendah	10	3.9	0	0
Tahap Sekolah Menengah	113	43.8	65	61.3
Tahap Tertiari	135	52.3	41	38.4
<b>Pendapatan Keluarga (RM):</b>				
< 3000	168	65.1	67	63.2
3001-6000	78	30.2	34	32.1
6001-9000	12	4.7	5	4.7

## Kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan

Dimensi kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan yang pertama adalah dimensi perkhidmatan, seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 2. Terdapat lima (5) item yang disenaraikan di bawah dimensi ini. Item *“gaya hidup tempatan”* merekodkan nilai min yang tertinggi iaitu min = 3.55 (s.p =.81), diikuti oleh item *“membeli cenderamata tempatan”* yang merekodkan nilai min = 3.52 (s.p. =.60). Seterusnya item *“program kebudayaan (tarian dan lagu tradisional)”* merekodkan nilai min = 3.30 (s.p. .68), item *“pelancongan dan lawatan tempatan”* merekodkan nilai min = 3.25 (s.p. =.54), dan akhir sekali item *“budaya asli yang dipertunjukkan”* merekodkan nilai min = 3.18 (s.p. =.48).

Pengusaha inap desa dalam kajian ini adalah penduduk tempatan dan mereka tinggal di kawasan yang sama dengan kedudukan inap desa mereka. Para tamu mudah untuk berinteraksi dengan pengusaha untuk bertanyakan tentang aktiviti kehidupan penduduk dan tempat untuk dilawati di sekitar kawasan inap desa yang mereka tinggal. Selain daripada inap desa di tepi pantai, penginap gemar melihat suasana sawah padi dan aktiviti petani di bendang. Pada bulan April, aktiviti di sawah padi adalah permainan wau dan pertandingan wau dilakukan antara kampung. Lokasi seperti di kawasan Kampung Padang Lalang, dan Kampung Ayer Hangat mengadakan aktiviti permainan wau yang dikunjungi oleh ramai pengunjung. Selain itu, tamu inap desa akan ke gerai makanan dan pasar malam yang dibuka antara jam 4 petang hingga ke 10 malam yang berdekatan dengan inap desa yang mereka tinggal untuk membeli makanan dan kraftangan tempatan. Biasanya, tempat ini disyorkan oleh pengusaha inap desa.

**Jadual 2: Dimensi Perkhidmatan**

Bil.	Pernyataan	Min	s.p.
	Saya berpuas hati dengan ...		
S1.	budaya asli yang dipertunjukkan.	3.18	.48
S2.	program kebudayaan (tarian dan lagu tradisional).	3.30	.68
S3.	pelancongan dan lawatan tempatan.	3.24	.54
S4.	gaya hidup tempatan.	3.55	.81
S5.	membeli cenderamata tempatan.	3.52	.60

Dimensi yang kedua ialah dimensi hospitaliti, seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3. Terdapat empat (4) item yang disenaraikan di bawah dimensi ini. Item *“perhatian penuh dari komuniti”* merekodkan nilai min yang tertinggi iaitu min = 3.88 (s.p. =.49), diikuti oleh item *“perkhidmatan cemerlang yang disediakan”* dengan nilai min = 3.79 (s.p. =.62). Seterusnya item *“proaktif untuk menyelesaikan sebarang masalah semasa penginapan saya”* merekodkan nilai min = 3.63 (s.p. =.62), dan akhir sekali item *“sikap ramah komuniti di sini”* merekodkan nilai min = 3.61 (s.p. =.59).

Tamu inap desa sukakan situasi penduduk sekitar yang peramah dan bertegur dengan mereka. Mereka merasakan diri mereka wujud dalam komuniti ini. Ia satu perasaan yang dihargai oleh orang sekeliling kita. Ia juga menepati teori Maslow dimana sebagai manusia kita perlukan rasa wujud dan dihargai. Dalam kajian ini, responden menyatakan perkhidmatan yang diberi oleh pengusaha inap desa adalah terbaik. Berdasarkan pemerhatian, pengusaha ini mempunyai jaringan bisnes yang luas. Mereka mengenali usahawan - usahawan berskala kecil dalam kalangan mereka seperti pengusaha bot yang menjalankan perniagaan lawatan antara pulau - pulau, Ekotourism-Kilim, bot dan lokasi pemancing, pengusaha kedai makan dan memproses makanan, pengusaha minyak gamat dan trail laluan bukit.

**Jadual 3: Dimensi Hospitaliti**

Bil.	Pernyataan	Min	s.p.
	Saya berpuas hati dengan ...		
HP6.	perkhidmatan cemerlang yang disediakan.	3.79	.62
HP7.	sikap ramah komuniti di sini.	3.61	.59
HP8.	perhatian penuh dari komuniti.	3.88	.49
HP9.	proaktif untuk menyelesaikan sebarang masalah semasa penginapan saya.	3.63	.62

Dimensi yang ketiga ialah dimensi penginapan. Analisis data bagi dimensi ini ditunjukkan dalam Jadual 4. Bagi dimensi ini, terdapat empat (4) item yang berkaitan yang telah disenaraikan. Item yang mendapat nilai min tertinggi ialah item *“penyediaan akses dan komunikasi”* yang merekodkan nilai min = 3.73 (s.p. =.59). Data ini diikuti oleh item *“penginapan yang disediakan bersih”* yang mencatatkan nilai min = 3.57 (s.p. =.66), seterusnya diikuti oleh item *“masakan tempatan (makanan dan minuman)”* yang mencatatkan nilai min = 3.56 (s.p. =.81). Item yang terakhir ialah item *“penginapan yang disediakan adalah selesa dengan kemudahan tandas bersih semasa penginapan saya”* dengan nilai min = 3.51 (s.p. =.60).

Era komunikasi secara digital amat penting bagi tamu inap desa harini. Inap desa yang mempunyai *WIFI* sering menjadi pilihan golongan ini apatah mereka majoritinya adalah Gen Y. Kebersihan penginapan juga penting walaupun hanya tinggal sehari semalam. Kebersihan ini merangkumi cadar, selimut dan tuala yang disediakan adalah bersih. Bilik air dan keadaan bilik yang tidak berhabuk dan bersih merupakan keutamaan penginap. Ada antara pengusaha yang menyediakan sarapan pagi dan juga ada penginap yang meminta pengusaha menyediakan makanan dan makan bersama. Sebilangannya, penginap memasak makanan mudah di inap desa dan membeli makanan di sekitar inap desa mereka.

**Jadual 4: Dimensi Penginapan**

Bil.	Pernyataan	Min	s.p.
	Saya berpuas hati dengan ...		
A10.	penginapan yang disediakan adalah selesa dengan kemudahan tandas bersih semasa penginapan saya.	3.51	.60
A11.	penyediaan akses dan komunikasi.	3.73	.59
A12.	penginapan yang disediakan bersih.	3.57	.66
A13.	masakan tempatan (makanan dan minuman)	3.56	.81

Dimensi yang keempat ialah dimensi keselamatan. Dapatan kajian bagi dimensi ini ditunjukkan dalam Jadual 5. Terdapat empat (4) item yang disenaraikan bagi dimensi ini. Bagi dimensi ini, item yang mendapat nilai min yang tertinggi ialah item *“penyediaan kit pertolongan cemas di inap desa”* dengan nilai min = 3.82 (s.p. =.71), diikuti oleh item *“penyediaan keselamatan kebakaran di inap desa”* yang merekodkan nilai min = 3.59 (s.p. =.62). Item *“penyediaan peti deposit untuk menjaga barang berharga saya di inap desa”* merekodkan nilai min = 3.58 (s.p. =.69), sama seperti item *“merasa selamat di inap desa”* yang turut merekodkan nilai min yang sama iaitu min = 3.58 (s.p. =.67).

Dimensi keselamatan adalah salah satu elemen penting dalam perkhidmatan penyediaan penginapan. Ianya perlu diberi tumpuan utama oleh pengusaha dan juga penginap kerana malang tidak berbau. Keselamatan dari segi kecurian dan kecederaan perlu diambil kira. Kit pertolongan cemas, tong keselamatan kebakaran dan peti deposit wajib diadakan dalam sesebuah inap desa.

**Jadual 5: Dimensi Keselamatan**

Bil.	Pernyataan	Min	s.p.
	Saya berpuas hati dengan ...		
S14.	penyediaan peti deposit untuk menjaga barang berharga saya di inap desa.	3.58	.69
S15.	penyediaan kit pertolongan cemas di inap desa.	3.82	.71
S16.	merasa selamat di inap desa.	3.58	.67
S17.	penyediaan keselamatan kebakaran di inap desa.	3.59	.62

Dimensi yang kelima dan yang terakhir ialah dimensi kepuasan. Data yang diperolehi bagi dimensi ini ditunjukkan dalam Jadual 6. Bagi dimensi kepuasan, hanya satu item sahaja yang disenaraikan, iaitu item *“berpuas hati dengan inap desa”*. Item ini telah mencatatkan nilai min = 3.76 (s.p. =.64).

**Jadual 6: Dimensi Kepuasan**

Bil.	Pernyataan	Min	s.p.
S18.	Saya berpuas hati dengan ... berpuas hati dengan inap desa ini.	3.76	.64

Berdasarkan analisis yang telah dijalankan, dapat disimpulkan bahawa responden berpuas hati dengan pengalaman penginapan mereka di inap desa Pulau Langkawi. Data menunjukkan bahawa responden paling berpuas hati dengan dimensi hospitaliti, diikuti oleh dimensi keselamatan, dimensi penginapan, dan juga dimensi perkhidmatan. Item yang mendapat kepuasan yang tertinggi adalah perhatian penuh yang diterima daripada masyarakat tempatan semasa penginapan mereka di inap desa. Dapatan ini selari dengan hasil kajian oleh Biswakarma (2015) yang mendapati bahawa perhatian dan layanan baik yang diterima oleh pengunjung inap desa memberikan perasaan berpuas hati terhadap pengalaman penginapan mereka.

**Perkaitan antara faktor sosioekonomi dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan**

**Faktor umur dan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan**

Bagi mengenalpasti hubungan di antara faktor sosioekonomi dan juga kepuasan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa, Pulau Langkawi,  $H_01$  (tiada perkaitan yang signifikan antara umur dengan kepuasan pelancongan), diukur dengan menggunakan analisis Korelasi Pearson. Terdapat perkaitan yang signifikan ( $p < 0.05$ ) antara faktor umur dengan kepuasan pelancongan ( $r = .142^*$ ,  $p = .014$ ), sepertimana yang ditunjukkan dalam Jadual 7. Maka  $H_01$  ditolak, membuktikan terdapat hubungan yang positif antara faktor umur dengan kepuasan pelancongan. Maksudnya, semakin bertambah umur, semakin tinggi kepuasan pelancongan. Namun begitu, dapatan kajian ini adalah bertentangan dengan Chen (2016) yang menyatakan bahawa tamu inap desa yang lebih muda menunjukkan kepuasan yang lebih tinggi terhadap pengalaman penginapan mereka. Walaubagaimanapun, kedua-kedua kajian menunjukkan bahawa terdapat hubungkait antara faktor umur dengan kepuasan pelancongan.

**Jadual 7: Perkaitan Antara Umur dengan Kepuasan Pelancongan**

Angkubah	Kepuasan pelancongan	
	<i>r</i>	<i>p</i>
Umur	.142*	.014

Nota: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

## Faktor pendapatan isi rumah dan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan

Untuk analisis perkaitan antara faktor umur dan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan,  $H_02$  (tiada perkaitan yang signifikan antara pendapatan isi rumah dengan kepuasan pelancongan) diuji. Hasil analisis menunjukkan bahawa tidak terdapat perkaitan yang signifikan antara faktor pendapatan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan ( $r = -.095, p = .101$ ), seperti mana yang ditunjukkan dalam Jadual 8. Maka  $H_02$  gagal untuk ditolak. Ini membuktikan bahawa tidak terdapat hubungan antara faktor pendapatan isi rumah dengan kepuasan inap desa dan pelancongan. Hal ini bermaksud, pendapatan isi rumah tidak mempunyai perkaitan yang signifikan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan. Analisis berkenaan sosioekonomi dalam kajian lepas adalah sangat terhad.

**Jadual 8: Perkaitan Antara Pendapatan Isi Rumah Dengan Kepuasan Pelancongan**

Angkubah	Kepuasan pelancongan	
	<i>r</i>	<i>p</i>
Pendapatan	-.095	.101

Nota: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$

## Faktor tahap pendidikan dan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan

Satu hipotesis nul iaitu  $H_03$  (tiada perkaitan yang signifikan antara tahap pendidikan dengan kepuasan pelancongan), diuji. Hasil analisis menunjukkan bahawa tidak terdapat perkaitan yang signifikan antara faktor tahap pendidikan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan ( $r = -.032, p = .580$ ), sepertimana yang ditunjukkan dalam Jadual 9. Maka  $H_03$  gagal untuk ditolak. Hasil analisis telah membuktikan bahawa tidak terdapat hubungan signifikan antara faktor tahap pendidikan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan. Hal ini bermaksud, tahap pendidikan tidak mempunyai perkaitan yang signifikan dengan kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan. Dapatan kajian ini adalah bertentangan dengan hasil kajian lepas. Kajian oleh Baguisi *et al.* (2015) mendapati bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara tahap pendidikan seseorang dengan kepuasan pelancongan yang dialami, yang mana pelancong yang mempunyai kelulusan ijazah menunjukkan kepuasan pelancongan yang lebih tinggi berbanding pelancong yang mempunyai tahap pendidikan sehingga peringkat sekolah sahaja.

**Jadual 9: Perkaitan Antara Tahap Pendidikan Dengan Kepuasan Pelancongan**

Angkubah	Kepuasan pelancongan	
	<i>r</i>	<i>p</i>
Tahap pendidikan	-.032	.580

Nota: \**p*<0.05, \*\**p*<0.01, \*\*\**p*<0.001

### Kesimpulan

Kajian ini membincangkan tentang latarbelakang dan maklumat tamu inap desa, serta kepuasan khidmat inap desa dan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa, di Pulau Langkawi. Seterusnya, kajian ini membincangkan analisis data yang mengkaji perkaitan antara faktor sosioekonomi dan juga kepuasan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa, Pulau Langkawi. Dapatan kajian menunjukkan bahawa secara keseluruhannya tamu inap desa berpuas hati dengan pengalaman penginapan mereka di inap desa, Pulau Langkawi terutamanya terhadap layanan baik dan perhatian yang diberikan oleh masyarakat setempat. Walau bagaimanapun, masih terdapat elemen-elemen yang perlu ditambahbaik oleh pengusaha inap desa seperti elemen di bawah dimensi perkhidmatan yang merekodkan nilai min terendah bagi kepuasan perkhidmatan inap desa dan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, kajian ini mendapati bahawa hanya faktor umur sahaja yang mempunyai perkaitan yang signifikan dengan kepuasan pelancongan, manakala faktor pendapatan dan juga faktor tahap pendidikan tidak menunjukkan perkaitan yang signifikan dengan kepuasan pelancongan. Implikasi kajian ini adalah orang muda amat digalakkan untuk melancong dan sewajarnya diberi diskaun percutian atau penginapan dengan harga menarik kepada mereka. Golongan lelaki yang agak muda berbanding dengan golongan wanita yang melancong ini seharusnya digalakkan untuk menginap di tamu desa di Langkawi. Namun begitu, kajian lanjut perlu dilakukan pada masa hadapan untuk membuktikan lagi perkaitan antara faktor-faktor sosioekonomi dengan kepuasan pelancongan dalam kalangan tamu inap desa bukan sahaja di Pulau Langkawi, tetapi juga di pulau – pulau yang cantik di Negara kita. Penggunaan saiz sampel yang besar dalam kajian dan profiling pelancong domestik dalam negara wajar dilaksanakan segera sebelum tahun 2030.

### Rujukan

Alananzeh, O. A., Jawabreh, O., Al Mahmoud, A., & Hamada, R. (2018). The impact of customer relationship management on tourist satisfaction: The case of Radisson Blue Resort in Aqaba city. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 9(2(26)), 227-240.

- Amoah, F., Radder, L., & van Eyk, M. (2016). Experience quality dimentions and customer perceptions: A case study of guesthouses in Ghana. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(4), 1-21.
- Baguisi, K., Aung, H. M., Yu, T. M., Linn, K. Y., & Oo, S. Y. (2015). A study of tourist level of satisfaction and its effects on Thailand's tourism. *Alpheit Journal*, 4(2), 69-83.
- Biswakarma, G. (2015). On the dimensionality of measuring tourist satisfaction towards inap desa. *International Journal of Hospitality and Tourism Services*, 8(2), 51-63.
- Chen L. F. (2016). Exploring Luo-Dong inap desa and tourist satisfaction. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 8(3), 271-281.
- Ferreira, J. P., Ramos, P. N., & Lahr, M. L. (2020). The rise of the sharing economy: Guesthouse boom and the crowding effects of tourism in Lisbon. *Tourism Economics*, 26(3), 389-403.
- Hussin, R., & Kunjuran, V. (2014). Pelancongan mapan berasaskan komuniti (CBT) melalui program inap desa di Sabah, Malaysia. *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 10(3), 160-174.
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2019). *Survei Pelancongan Domestik 2018*. Dimuat turun pada 12 Februari 2020 dari [https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=320&bul\\_id=cUJybTRyNWZYd05qY2xlSmJFQXhYdz09&menu\\_id=b0pIV1E3RW40VWRTUkZocEhyZ1pLUT09](https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=320&bul_id=cUJybTRyNWZYd05qY2xlSmJFQXhYdz09&menu_id=b0pIV1E3RW40VWRTUkZocEhyZ1pLUT09)
- Morvay, K. (2014). Importance and impact of guest satisfaction. *APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 8(4), 31-37.
- Lim, Y. M., & Lee, T. H. (2020) Operating issues and challenges: The case of Pachitan Inap desa from 2017 to 2019. *Journal of Marketing Advances and Practices*, 2(1), 13-25.
- Marković, S., & Raspor Janković, S. (2013). Exploring the relationship between service quality and customer satisfaction in Croatian hotel industry. *Tourism and Hospitality Management*, 19(2), 149-164.



- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- Mohamed Idris, A. K., Hashim, N., Nik Mohd Nor, N. M. S., & Faat, F. (2020). An overview of service quality towards guest's satisfaction in hospitality industry. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 4, 196-202.
- Ogucha, E. B., Riungu, G. K., Kiama, F. K., & Mukolwe, E. (2015). The influence of inap desa facilities on tourist satisfaction in the Lake Victoria Kenya Tourism Circuit. *Journal of Ecotourism*, 14(2-3), 278-287.
- Padlee, S. F., Thaw, C. Y., & Zulkifli, S. N. A. (2019). The relationship between service quality, customer satisfaction and behavioural intentions. *Tourism and Hospitality Management*, 25(1), 121-139.
- Prasad, S., & Bhatia, V. (2014). The impact of cultural attractions and amenities in building image of a tourist destination: A study of tourists visiting Jaipur. *Applied Hospitality and Tourism Research*, 52, 3-9.
- Ramukumba, T., & Ferreira, I. W. (2016). The role of government in support of tourism business: A perspective from guest houses in the Eden district region. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(1), 1-11.
- Rashid, B. (2013). Elemen destinasi dan kesan terhadap pengalaman percutian. *Malaysian Journal of Society and Space*, 9(4), 118-127.
- Romão, J., Neuts, B., Nijkamp, P., & Van Leeuwen, E. (2015). Culture, product differentiation and market segmentation: A structural analysis of the motivation and satisfaction of tourists in Amsterdam. *Tourism Economics*, 21(3), 455-474.
- Salleh, N. H. M., Idris, S.H., Shukor, M. S., & Othman, R. (2013). Rangsangan motivasi ketibaan pelancong asing mengikut kawasan ke Malaysia. *Sains Humanika*, 64(1), 41-50.
- Tinakhat, P., Viriyachaikul, V., & Vorasingha, Y. (2015). The international guests' satisfaction about service quality of guesthouse in Sukhothai. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 57-69.
- Pelancongan Malaysia. (2016). *Laporan Tahunan 2016 Tourism Malaysia*. Dimuat turun pada 11 Februari 2020.

- Pelancongan Malaysia. (2019). *Prestasi Pelancongan Domestik 2018*. Dimuat turun pada 12 Februari 2020.
- Pelancongan Malaysia (2020). *Malaysia Tourism Statistics in Brief*. Dimuat turun pada 13 Februari 2020.
- Wang, S., & Hung, K. (2015). Customer perceptions of critical success factors for guest houses. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 92-101.
- Yiamjanya, S., & Wongleedee, K. (2014). International tourists' travel motivation by push-pull factors and the decision making for selecting Thailand as destination choice. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8(5), 1348-1353.