



## Memperkasa daya saing destinasi warisan luar bandar menerusi pembangunan perniagaan mikro dan kecil: Kajian kes di Lembah Lenggong

Mastura Jaafar<sup>1</sup>, Munira Mhd Rashid<sup>1</sup>, Norziani Dahalan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Pusat Pengajian Perumahan, Bangunan dan Perancangan, Universiti Sains Malaysia, 11800, Pulau Pinang, Malaysia, <sup>2</sup>Pusat Pengajian Pendidikan Jarak Jauh, Universiti Sains Malaysia, 11800, Pulau Pinang, Malaysia

Correspondence: Mastura Jaafar (email: masturaj@usm.my)

### Abstrak

Kajian ini telah mengenal pasti ciri-ciri dan mengukur prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di sebuah destinasi warisan luar bandar iaitu di Lembah Lenggong, Perak. Ciri-ciri perniagaan telah dikenalpasti berdasarkan jenis perniagaan, status pendaftaran perniagaan, cara memulakan perniagaan, saiz dan tempoh perniagaan serta cara pemasaran. Prestasi perniagaan telah diukur berdasarkan prestasi jualan dan keuntungan serta kepuasan pemilik terhadap prestasi perniagaan dalam tempoh masa tiga tahun (2011-2013). Hasil kajian ke atas 106 perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan ini amat bermanfaat bagi membantu bakal usahawan, pemilik perniagaan serta pihak kerajaan dalam usaha memahami dan membangunkan perniagaan mikro dan kecil di sebuah destinasi pelancongan warisan luar bandar yang bertaraf dunia. Implikasi utama kajian ini memfokuskan kepada kepentingan kepada perancangan yang strategik untuk mengupayakan komuniti tempatan bagi menyokong kelangsungan dan daya saing Lembah Lenggong di masa hadapan.

**Katakunci:** destinasi pelancongan, kepuasan perniagaan, Lembah Lenggong, perniagaan mikro dan kecil, prestasi perniagaan, warisan luar bandar

## Enhancing the competitiveness of rural heritage tourism destination through SMEs development: The case of the Lenggong Valley

### Abstract

The present study explores the factors influencing the performance of tourism-related SMEs (micro, small and medium enterprises) at heritage sites, in particular, the Lenggong Valley. In essence, the characteristics of current SMEs were measured in accordance to the owner-manager's satisfaction level with regard to their general business performance, sales and profits within a period of three years (2011-2013). Results from the 106 SMEs investigated highlighted the good performance of tourism-related SMEs in Lenggong. As such it is timely that the relevant government agencies implemented pro-active strategies to enhance the development of the SMEs in the rural heritage site.

**Keywords:** business performance, business satisfaction, destination competitiveness, rural heritage site, Small and Medium Enterprises (SMEs), Lenggong Valley

## Pengenalan

Industri pelancongan adalah antara sektor ekonomi yang terbesar dan paling pesat berkembang di dunia sejak enam dekad lalu (World Tourism Organization UNWTO, 2014). Di Malaysia, pembangunan industri pelancongan turut mengalami perkembangan dari tahun ke setahun. Pada tahun 2013, Malaysia telah mencatatkan kedudukan di tempat ketiga dalam senarai negara yang paling tinggi menerima ketibaan pelancong antarabangsa di rantau Asia Pasifik iaitu sebanyak 25.7 juta orang (World Tourism Organization UNWTO, 2014).

Pembangunan industri pelancongan luar bandar amat bergantung kepada pembangunan perniagaan mikro dan kecil dalam pelbagai sektor untuk merangsang ekonomi tempatan, sekali gus memberi manfaat kepada masyarakat tempatan dari segi perkembangan ekonomi, budaya sosial, perkhidmatan, dan taraf hidup (Nunkoo & Gursoy, 2012). Pembangunan pelancongan di kawasan luar bandar telah dikaitkan dengan kewujudan perniagaan-perniagaan kecil hasil daripada tindakbalas kepada permintaan pelancong (Irvine & Anderson, 2004).

Perniagaan mikro dan kecil meliputi 97.3% iaitu 645,136 daripada jumlah penubuhan perniagaan di Malaysia dalam sektor pertanian, perlombongan dan kuari, pembuatan, pembinaan dan perkhidmatan, dengan 3.7 juta tenaga kerja iaitu 52.7% daripada jumlah keseluruhan guna tenaga (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2011). Model Ekonomi Baru Malaysia juga telah menggariskan matlamat dasar membina keusahawanan dengan menyediakan sokongan kewangan dan teknikal kepada PKS (Perusahaan mikro, kecil dan sederhana) sebagai antara inisiatif untuk mewujudkan ekonomi domestik yang berdaya saing (Majlis Penasihat Ekonomi Negara, 2010).

Pelancongan warisan merupakan perjalanan yang dilakukan melalui pengalaman yang diperolehi di sesuatu destinasi dan melibatkan aktiviti-aktiviti seperti yang digambarkan dalam kisah sejarah (Hoffman, Kwas & Silverman, 2002). Kajian-kajian lepas yang berkaitan dengan pelancongan warisan telah dilakukan dan merangkumi pelbagai aspek seperti analisis muzium, landskap, artifak, dan aktiviti-aktiviti berkenaan kehidupan masa lalu (Halewood & Hannam, 2001). Pelancongan warisan adalah merupakan elemen pendidikan warisan, yang merupakan satu kaedah untuk berkongsi hasil penemuan dengan orang ramai mengenai sesuatu sejarah di sesebuah destinasi. Selain membolehkan pelawat untuk mengalami dan menikmati pengalaman kehidupan masa lalu melalui lawatan ke sesebuah lokasi, pelancongan warisan juga adalah cara terbaik untuk memberikan penghargaan terhadap penemuan arkeologi.

Pengiktirafan Lembah Lenggong sebagai sebuah Tapak Warisan Dunia (TWD) UNESCO pada 30 Jun 2012 telah membuka lembaran sejarah bagi Lembah Lenggong untuk menjadi sebuah destinasi pelancongan warisan luar bandar yang berdaya saing. Menurut Jabatan Warisan Negara, dana telah diperuntukkan di bawah rancangan pembangunan ekonomi Malaysia yang mencadangkan pelan pembangunan zon bersejarah Ulu Perak dengan inisiatif untuk melindungi, memulihara, mengembalikan dan meninterpretasi Lembah Lenggong sebagai warisan pra-sejarah Malaysia (Jabatan Warisan Negara, 2014). Tarikan pelancongan warisan di Lembah Lenggong menyediakan pengunjung dengan pengalaman menyaksikan khazanah arkeologi, selain berpeluang menikmati keindahan alam semulajadi yang terdapat di Lembah Lenggong seperti gua-gua, air terjun serta pemandangan hutan hujan tropika.

Status TWD merupakan platform dan pemangkin kepada perkembangan perniagaan mikro dan kecil di Lembah Lenggong. Pengiktirafan sebagai destinasi pelancongan luar bandar berpotensi mendorong ketibaan pelancong dan meningkatkan penjana pendapatan kepada masyarakat tempatan. Menurut Dimitrovski, Todorovic & Valjarević (2012), pembangunan pelancongan luar bandar bergantung kepada penglibatan perniagaan mikro dan kecil. Perkembangan Lembah Lenggong sebagai sebuah destinasi pelancongan memerlukan perniagaan mikro dan kecil untuk turut berkembang seiring dengannya. Senario saling kebergantungan menunjukkan industri pelancongan berupaya untuk membantu merencanakan aktiviti perniagaan setempat dan dalam pada masa yang sama industri ini amat memerlukan input daripada aktiviti perniagaan mikro dan kecil untuk menyediakan dan memenuhi keperluan dan kehendak pelancong. Oleh itu, dalam usaha menyokong Lembah Lenggong sebagai destinasi pelancongan warisan luar bandar yang berdaya saing, kajian ini memberikan tumpuan kepada perniagaan mikro dan kecil yang berkaitan dalam industri pelancongan di Lembah Lenggong.

Kebanyakan kajian lepas tentang prestasi perniagaan mikro dan kecil dijalankan secara umum, namun terdapat beberapa kajian yang telah dilakukan merujuk kepada industri pelancongan seperti Othman dan Rosli (2011), Haber dan Reichel (2005), Morrison dan Teixeira (2004), Hall, Kirkpatrick dan Mitchell (2005), Getz dan Carlsen (2000). Sebagai contoh, semakin banyak kajian berkenaan perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan memberi tumpuan kepada pelancongan luar bandar (Jaafar, Lonik, Nordin, & Abdullah, 2014; Hall, Kirkpatrick & Mitchell, 2005; Getz & Carlsen, 2000; Page & Getz, 1997). Walaubagaimanapun, kajian yang tertumpu di Lembah Lenggong adalah terhad. Kajian-kajian lepas di Lembah Lenggong lebih tertumpu kepada bidang arkeologi (Gatti et al, 2012; Saidin, 2006; Majid, 2003; Majid, 1997) dan kajian geofizik (Saad, Ismail, Nordiana & Saidin, 2014; Saad et al, 2011; Nawawi et al, 2004; Samsudin et al, 2006). Kajian ini amat signifikan kerana lebih banyak kajian perlu dilaksanakan dalam usaha untuk mempromosi Lembah Lenggong sebagai destinasi pelancongan TWD yang masih baharu.

Kajian ini cuba mengaitkan keistimewaan Lembah Lenggong untuk membangun sebagai destinasi pelancongan warisan luar bandar yang berdaya saing dengan peluang perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan untuk turut sama berkembang. Kajian ini dijalankan menumpukan kepada tiga objektif, iaitu:

1. Mengetahui ciri-ciri perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan.
2. Mengukur prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan.
3. Memberi cadangan untuk meningkatkan daya saing destinasi pelancongan warisan luar bandar melalui pembangunan perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan.

## Kajian literatur

### *Perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan*

Setiap negara mempunyai definisi bagi perusahaan mikro, kecil dan sederhana yang tersendiri, berdasarkan jumlah bilangan pekerja, aset, jualan, modal, pelaburan, dan definisi adalah berbeza mengikut industri (Kushnir, 2010). Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan (MPPK) yang merupakan pihak berkuasa penggubal dasar tertinggi dalam pembangunan PKS di Malaysia telah mentakrifkan PKS berdasarkan saiz perusahaan dan jumlah jualan tahunan dan berbeza mengikut sektor (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2011).

Pada dasarnya, kebanyakan perniagaan berkaitan pelancongan merupakan perniagaan bersaiz kecil (Bastakis, Buhalis & Butler, 2004). Perniagaan ini biasanya dikendalikan oleh pemilik-pengurus digelar "usahawan gaya hidup" atau *'lifestyle entrepreneur'* oleh ahli akademik (Ateljevic & Doorne, 2000). Terdapat juga pandangan yang mengatakan perniagaan jenis ini diuruskan oleh pasangan yang sudah berkahwin yang dikenali sebagai *'copreneurs'* (Main, 2002; Morrison, 2002; Wanhill, 2000). Menurut Foo, Bajuri dan Wong (2013), kebanyakan perniagaan mikro dan kecil di Malaysia dikendalikan oleh keluarga. Perniagaan ini mempunyai potensi untuk membangun, berkembang dan membantu kesejahteraan ekonomi bagi kebanyakan keluarga (Foo, Bajuri & Wong, 2013). Perniagaan ini juga mempunyai persamaan daripada segi ciri-ciri seperti kecenderungan untuk mengelakkan risiko (Gilmore et al., 2004), tidak mempunyai kepentingan ekonomi (Williams, Shaw & Greenwood, 1989), diuruskan oleh beberapa orang pekerja sahaja (Hollick & Braun, 2005; Reijonan, 2008), kapasiti kewangan yang terhad (Gilmore, 2011) dan bergantung kepada hubungan yang kukuh dengan pelanggan (Frazier & Niehm, 2004; Gaddefors, 2005).

Menurut Haber dan Reichel (2005), perniagaan kecil berkaitan pelancongan terdiri daripada tiga kategori yang utama iaitu penginapan, tapak lawatan (seperti muzium, zoo dan tapak warisan) dan tapak rekreasi (seperti tapak perkhemahan, kawasan selaman skuba dan pendakian gunung). Othman dan Rosli (2011) telah mengenal pasti empat jenis perniagaan kecil berkaitan pelancongan iaitu perkhidmatan makanan dan penginapan, peruncitan dan cenderamata, ejen pelancongan, pengangkutan dan sukan serta perkhidmatan lain. Namun begitu, kebanyakan kajian terdahulu berkenaan perniagaan mikro dan kecil

berkaitan pelancongan memberi tumpuan perkhidmatan penginapan dan hospitaliti (Andersson, Carlsen & Getz, 2002; Morrison & Teixeira, 2004; Mshenga & Owuor, 2009).

### *Perniagaan dan prestasi*

Kajian yang berfokuskan kepada perniagaan dan prestasi telah mendapat perhatian penyelidik-penyelidik seperti Asikhia (2010), Cooper, Gimeno-Nocsag dan Woo (1994), Habel & Reicher (2005) dan Philips (2010). Majoriti kajian prestasi perniagaan telah menilai pembolehubah yang menentukan prestasi, yang mana secara logiknya prestasi yang positif menyumbang kepada kejayaan perniagaan, dan seterusnya akan mempengaruhi kelangsungan perniagaan (Lussier & Pfeifer, 2001) atau untuk kekal berdaya saing (Rogoff, Lee & Suh, 2004).

Prestasi perniagaan boleh diukur sama ada berdasarkan prestasi kewangan atau bukan kewangan, walau bagaimanapun kebanyakan kajian terdahulu lebih gemar menggunakan gabungan kedua-duanya (Alasadi & Abdelrahim, 2007; Corchran & Wood, 1984; Rue & Ibrahim, 1998). Pengukuran prestasi kewangan adalah berdasarkan hasil jualan dan keuntungan perniagaan (Alasadi & Abdelrahim, 2007; Morrison & Teixeira, 2004; Lerner & Haber, 2000; Lussier & Pfeifer, 2001), manakala pengukuran bukan kewangan yang biasa digunakan dalam kalangan perniagaan kecil adalah berdasarkan tahap kepuasan pemilik-pengurus dengan prestasi perniagaan (Alasadi & Abdelrahim, 2007; Luk, 1996; Simpson, Tuck & Bellamy, 2004; Haber & Riechel, 2005).

### *Kawasan kajian*

Pengisytiharan Lembah Lenggong sebagai sebuah TWD yang diiktirafkan oleh UNESCO merupakan suatu penghargaan terhadap kepentingan penemuan warisan arkeologi, berdasarkan penemuan bukti kehidupan manusia terawal zaman Paleolitik serta penemuan kesan meteorit yang melanda kawasan Bukit Bunuh kira-kira 1.83 juta tahun yang lalu (Jabatan Warisan Negara, 2011). Keunikan elemen lain yang menyumbang kepada pengisytiharan ini termasuk penemuan alat batu zaman Paleolitik, penemuan australomelanesoid "Perak Man" di Gua Gunung Runtuh (dianggap sebagai rangka manusia tertua yang ditemui di rantau Asia-Pasifik dan berusia lebih kurang 11,000 tahun) serta beberapa gua yang menunjukkan bukti pengebumian prasejarah.

Selain daripada penemuan arkeologi, Lembah Lenggong juga kaya dengan alam semulajadi, kedudukannya di antara Banjaran Titiwangsa dan Banjaran Bintang menjadikannya habitat yang sesuai untuk pelbagai spesies flora dan fauna. Antara tarikan warisan di Lembah Lenggong ialah terdapat hampir dua puluh gua untuk diterokai (gua-gua yang popular seperti Gua Puteri, Gua Kajang, Gua Harimau, Gua Kelawar, Gua Teluk dan Gua Asar), beberapa air terjun (seperti Lata Kekabu dan Lata Randu), manakala tarikan bukan warisan melibatkan aktiviti-aktiviti masyarakat setempat seperti kegiatan ekonomi. Masyarakat tempatan menghasilkan produk pertanian seperti produk ikan pekasam Lembah Lenggong yang terkenal di Malaysia, rempah masak hitam, serunding, dodol, kerepek dan makanan tradisional lain. Lembah Lenggong juga mempunyai ladang rusa terbesar di Malaysia di bawah pentadbiran dan pengawasan kerajaan persekutuan. Kegiatan ekonomi amat disokong oleh kerajaan tempatan berdasarkan Rancangan Tempatan Daerah Hulu Perak (RTDHP 2002-2015) yang menyenaraikan usaha untuk membangunkan konsep 'satu kampung satu produk'.

## **Metodologi**

Kajian kuantitatif ini menggunakan gabungan kaedah penyelidikan deskriptif dan analisis dalam mengukur prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan, di samping mencari perniagaan yang berpotensi menarik pelancong ke Lembah Lenggong. Penyelidik telah mendapatkan data senarai perniagaan mikro dan kecil di Lembah Lenggong yang berdaftar dengan agensi-agensi kerajaan seperti Majlis Daerah Lenggong, Pihak Berkuasa Kemajuan Pekebun Kecil Perusahaan Getah (RISDA), Pusat

Transformasi Luar Bandar Lenggong (Mini RTC) dan Pusat Pengembangan Teknologi Produk Perikanan Lenggong. Kajian ini melibatkan semua jenis perniagaan yang secara langsung atau tidak langsung yang dapat menyumbang kepada industri pelancongan kerana perniagaan mikro dan kecil sedia ada di Lembah Lenggong kurang memberi tumpuan kepada pasaran dalam industri pelancongan memandangkan gelaran sebagai sebuah TWD masih baharu. Berdasarkan hasil gabungan senarai tersebut, sebanyak 150 buah perniagaan mikro dan kecil berkaitan industri pelancongan di Lembah Lenggong telah dikenalpasti. Daripada jumlah ini, sebanyak 106 borang soal selidik yang lengkap berjawab telah diperoleh hasil tinjauan kaji selidik yang dijalankan bermula 24 Jun 2013 hingga 30 Jun 2013. Perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan yang terlibat adalah perniagaan pengeluaran produk makanan, perkhidmatan makanan dan minuman, peruncitan, pertanian, penginapan, dan pengangkutan.

## Dapatan kajian

Kajian mendapati perniagaan berkaitan makanan adalah perniagaan yang utama di Lembah Lenggong, yang mana ianya mewakili 62% daripada jumlah perniagaan mikro dan kecil. Perniagaan berkaitan makanan terbahagi kepada dua iaitu [1] pengeluaran produk makanan seperti produk ikan pekasam, kek dan biskut, produk makanan tempatan seperti bahu, serunding ikan dan daging, keropok, dodol, serta rempah-ratus, [2] perkhidmatan makanan dan minuman. Perniagaan berkaitan pelancongan yang lain meliputi peruncitan (19%), pertanian (8.6%), penginapan (7.8%), pengangkutan (1.7%) dan sektor perkhidmatan lain-lain (0.9%). Majoriti perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan adalah perniagaan pemilikan tunggal (75.5%), diikuti oleh perniagaan sendirian berhad dengan ahli keluarga (8.5%), perniagaan perkongsian dengan ahli keluarga dan perkongsian dengan bukan ahli keluarga (masing-masing 7.5%), serta perniagaan sendirian berhad dengan bukan ahli keluarga (0.9%). Kebanyakan perniagaan bergantung kepada modal sendiri dan sesetengah daripadanya telah mendapatkan pinjaman daripada Amanah Ikhtiar Malaysia, Kementerian Pembangunan Luar Bandar dan Wilayah (MARA), Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani (TEKUN).

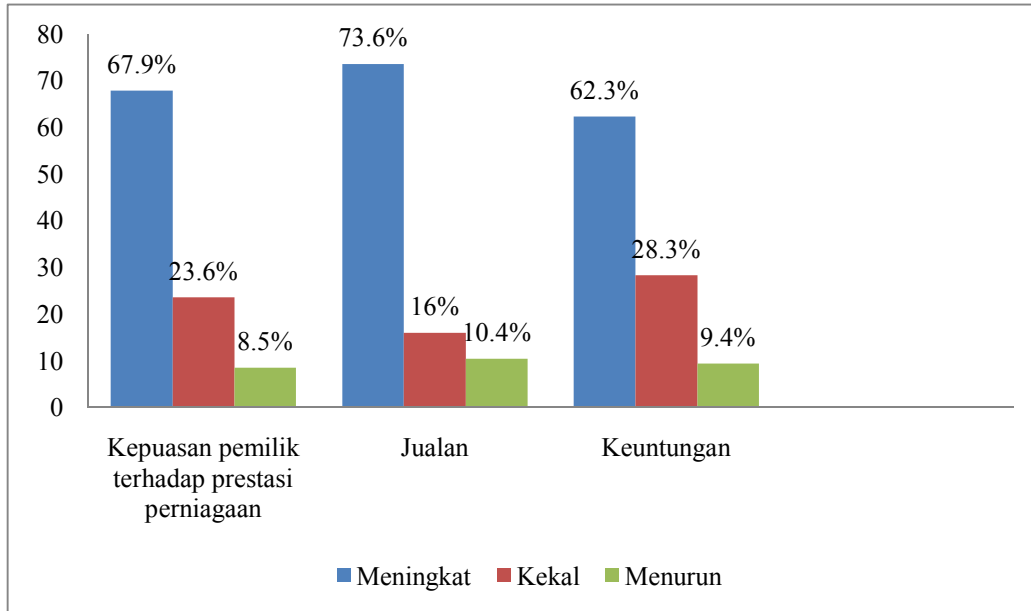
Majoriti perniagaan ini telah ditubuhkan atas inisiatif sendiri (81.1%), manakala selebihnya telah mewarisi daripada keluarga (17.9%) atau melalui pembelian perniagaan (0.9%). Di samping itu, hampir 93% daripada perniagaan ini telah ditubuhkan sebelum pengiktirafan TWD lagi iaitu sebelum Jun 2012. Kajian juga mendapati hampir 90% perniagaan ini adalah bersaiz mikro (mempunyai pekerja kurang daripada lima orang) manakala selebihnya bersaiz kecil (mempunyai pekerja lima hingga 30 orang). Definisi perniagaan mikro dan kecil yang digunakan ini adalah berdasarkan definisi baharu yang dikuatkuasa oleh Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan (MPPK) bermula 1 Januari 2014. Kebanyakan perniagaan telah beroperasi selama enam hingga 10 tahun (34.0%), diikuti oleh tempoh satu hingga lima tahun (30.2%), lebih daripada 21 tahun (16.0%), 11 hingga 15 tahun (15.1%) dan 16 hingga 20 tahun (4.7%). Dari segi teknik pemasaran, kebanyakan perniagaan ini hanya bergantung kepada teknik mulut-ke-mulut (56.8%), diikuti oleh promosi melalui papan tanda (14.2%), risalah (7.7%), surat khabar (5.9%), agensi-agensi pelancongan (5.3%), buku panduan pelancongan (4.7%), hebahan radio (3%) dan televisyen (2.4%). Jadual 1 merumuskan ciri-ciri perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong.

Analisis terhadap prestasi perniagaan mikro dan kecil dalam tempoh tiga tahun (2011-2013) berdasarkan tiga pengukuran menunjukkan [1] kepuasan pemilik terhadap prestasi perniagaan mereka mengalami peningkatan (67.9%), kekal (23.6%), penurunan (8.5%); [2] prestasi jualan mengalami peningkatan (73.6%), kekal (16%), dan penurunan (10.4%); [3] prestasi keuntungan, mengalami peningkatan (62.3%), kekal (28.3%) dan penurunan (9.4%). Menurut responden, purata bagi peratusan peningkatan prestasi perniagaan mereka dalam tempoh tiga tahun adalah 41% hingga 60%. Rajah 1 menunjukkan prestasi perniagaan mikro dan kecil di Lembah Lenggong.

**Jadual 1. Ciri-ciri perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong (N = 106)**

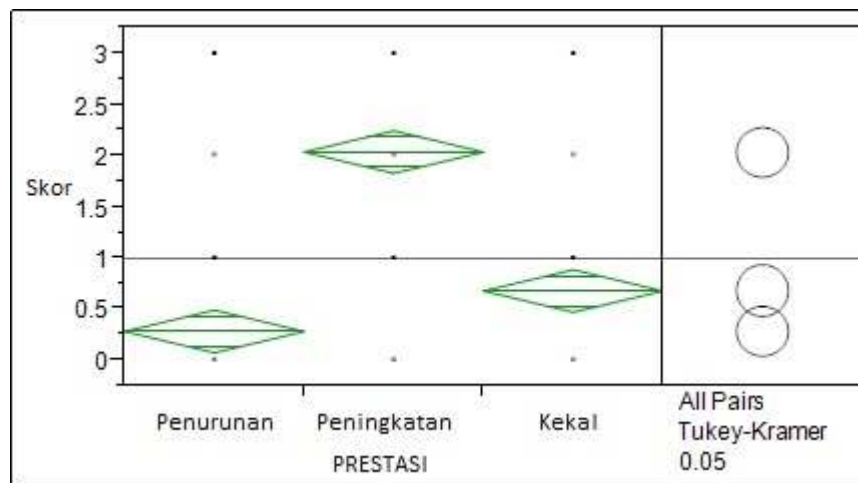
Perkara	Huraian	Frekuensi	Peratusan (%)
Status pendaftaran perniagaan	Milikan tunggal	80	75.5
	Syarikat perkongsian dengan ahli keluarga	8	7.5
	Syarikat perkongsian dengan bukan ahli keluarga	8	7.5
	Syarikat sendirian berhad dengan ahli keluarga	9	8.5
	Syarikat sendirian berhad dengan bukan ahli keluarga	1	0.9
Perniagaan sebelum/ selepas pengiktirafan TWD	Sebelum Jun 2012	98	92.5
	Selepas Jun 2012	8	7.5
Cara memulakan perniagaan	Inisiatif sendiri	86	81.1
	Diwarisi daripada keluarga	19	17.9
	Pembelian perniagaan	1	0.9
Saiz perniagaan	Mikro (<5orang pekerja)	95	89.6
	Kecil (5-30 orang pekerja)	11	10.4
Tempoh perniagaan	1 – 5 tahun	32	30.2
	6 – 10 ahun	36	34.0
	11 – 15 tahun	16	15.1
	16 – 20 tahun	5	4.7
	21 tahun ke atas	17	16.0
Jenis perniagaan*	Penghasilan produk makanan	36	31.0
	Perkhidmatan makanan dan minuman	36	31.0
	Peruncitan	22	19.0
	Pertanian	10	8.6
	Perkhidmatan penginapan	9	7.8
	Perkhidmatan pengangkutan	2	1.7
	Lain- lain	1	0.9
Cara pemasaran**	Mulut-ke-mulut	96	56.8
	Papan tanda	24	14.2
	Risalah	13	7.7
	Surat khabar	10	5.9
	Agensi pelancongan	9	5.3
	Buku panduan pelancongan	8	4.7
	Radio	5	3.0
	Televisyen	4	2.4

\*N=116, \*\*N=125



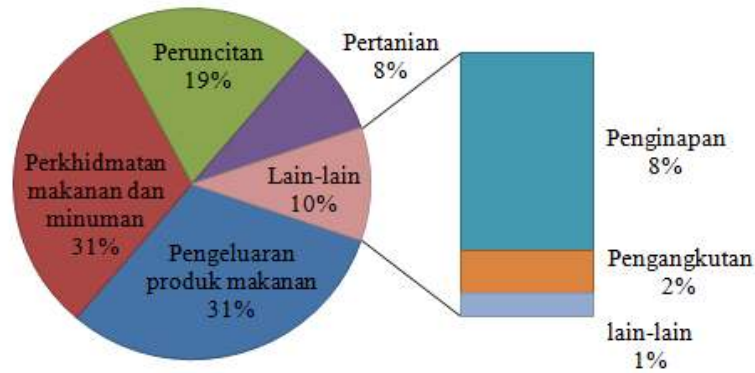
**Rajah 1.** Prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong

Analisis statistik menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan antara 'peningkatan prestasi', 'kekal' dan 'penurunan prestasi' (kebarangkalian <0.001, nisbah Fdf,n= 75,925) (seperti dalam Rajah 2). 'Peningkatan prestasi' (min = 2.038) adalah lebih tinggi berbanding dengan 'kekal' (min = 0.679) dan 'penurunan prestasi' (min = 0.283). Manakala 'penurunan prestasi' secara jelasnya menunjukkan nilai yang lebih rendah daripada 'peningkatan prestasi' dan 'kekal'.



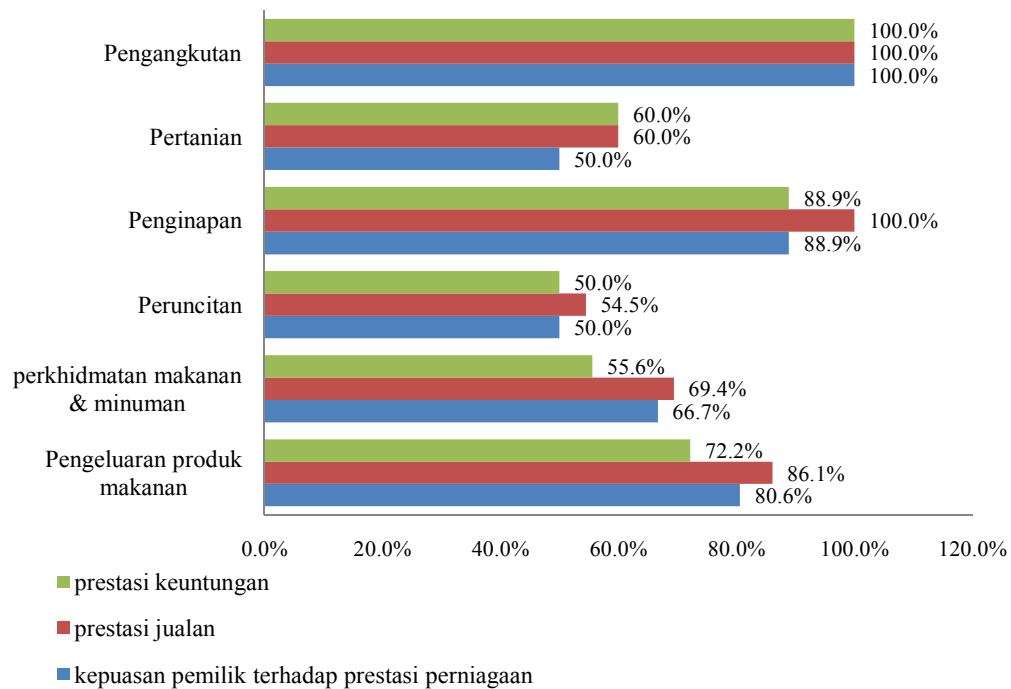
**Rajah 2.** Prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong berdasarkan analisis "One-Way ANOVA"

Berdasarkan Rajah 3, dapat dirumuskan bahawa perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong didominasi oleh perniagaan perkhidmatan makanan dan minuman, pengeluaran produk makanan dan peruncitan.



**Rajah 3.** Perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong mengikut peratusan jenis perniagaan

Rajah 4 menunjukkan prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong berdasarkan jenis perniagaan. Secara umumnya, prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan telah meningkat dalam tempoh tiga tahun. Perkhidmatan pengangkutan dan penginapan menunjukkan prestasi perniagaan yang paling baik berbanding jenis perniagaan lain.



**Rajah 4.** Prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong mengikut jenis perniagaan



## Perbincangan dapatan kajian

Kajian ini telah meneroka bidang kajian yang jarang dilakukan, iaitu mengenai pengenalan perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di sebuah destinasi pelancongan warisan luar bandar. Kajian ini telah mengenalpasti ciri-ciri dan mengukur prestasi perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong. Pengisytiharan Lembah Lenggong sebagai TWD pada tahun 2012 mampu menarik lebih ramai pelancong ke Lembah Lenggong dan seterusnya memberi impak ke atas pembangunan perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan. Apa yang menariknya, gelaran TWD yang masih baharu dan identiti penduduk luar bandar menjadi antara halangan utama bagi pembangunan perniagaan mikro dan kecil. Berdasarkan hasil kajian ini, penyelidik membuat kesimpulan bahawa perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong sedang berada dalam proses pembangunan selepas dua tahun menerima gelaran TWD.

Penyelidik telah memberi tumpuan kepada latar belakang perniagaan dalam menganalisis ciri-ciri perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong. Dapatan kajian menunjukkan majoriti perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan telah didaftarkan sebagai perniagaan pemilikan tunggal, bersaiz mikro iaitu mempunyai kurang daripada lima orang pekerja serta telah beroperasi sebelum pengiktirafan TWD dalam tempoh kurang daripada 10 tahun. Kebanyakan perniagaan telah dimulakan dengan inisiatif sendiri menggunakan simpanan peribadi yang terhad. Hal ini menjadi satu cabaran dari segi kewangan kepada pemilik perniagaan dalam mengembangkan perniagaan dan memastikan kemandirian perniagaan mereka. Walau bagaimanapun, terdapat juga sesetengah pemilik perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan yang memilih untuk membuat pinjaman daripada agensi-agensi kerajaan dalam mendapatkan modal perniagaan dan bagi meneruskan perniagaan mereka. Pemasaran dan inovasi merupakan satu lagi cabaran bagi pemilik perniagaan. Kebanyakan perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan hanya bergantung kepada teknik pemasaran mulut-ke-mulut dalam mempromosikan perniagaan mereka. Pemilik perniagaan juga memaklumkan inovasi produk hanya dilakukan secara dalaman berdasarkan inisiatif sendiri tanpa rujukan atau bantuan pihak luar. Kurangnya bimbingan dan bantuan dalam teknik pemasaran dan inovasi menjadi antara halangan bagi perniagaan untuk berkembang maju.

Analisis mengikut sektor menunjukkan dominasi perniagaan berkaitan makanan. Aktiviti perniagaan lain seperti perkhidmatan penginapan dan pengangkutan yang selalu dikaitkan dengan industri pelancongan masih kurang popular bagi penduduk tempatan. Penyelidik melihat peluang yang besar bagi penduduk tempatan untuk menerokai perniagaan-perniagaan berkaitan pelancongan seperti perkhidmatan penginapan, aktiviti-aktiviti pelancongan, pengangkutan serta perniagaan kraftangan dan cenderamata. Jika dibandingkan dengan destinasi pelancongan warisan lain di dunia khususnya destinasi pelancongan arkeologi, peluang pelancongan ini merangsang perniagaan mikro dan kecil untuk melibatkan diri dalam perniagaan kraftangan dan cenderamata bagi dalam memenuhi kehendak pelancong.

Merujuk kepada objektif kedua, perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong menunjukkan prestasi yang baik. Kebanyakan perniagaan mengalami peningkatan prestasi sejak tiga tahun lalu iaitu bermula 2011 hingga 2013. Prestasi perniagaan telah diukur melalui pengukuran prestasi kewangan iaitu prestasi jualan dan keuntungan, serta pengukuran prestasi bukan kewangan iaitu berdasarkan kepuasan pemilik terhadap prestasi perniagaan mereka. Analisis statistik membuktikan perbezaan yang signifikan antara 'peningkatan prestasi', 'kekal' dan 'penurunan prestasi'.

Menurut Asikhia (2010), pengukuran prestasi perniagaan telah diukur berdasarkan keupayaan untuk mencapai matlamat strategik dan ekonomi dalam pasaran. Dalam kes ini, penerokaan dalam perniagaan perkhidmatan penginapan dan pengangkutan adalah langkah yang baik kerana prestasi bagi perniagaan-perniagaan ini menunjukkan prestasi paling baik dalam tempoh tiga tahun ini (rujuk rajah 4). Oleh itu, kesedaran mengenai peluang perniagaan dalam pasaran semasa adalah amat penting supaya pemilik perniagaan tidak hanya mensasarkan matlamat perniagaan untuk menyara hidup semata-mata.

Sektor perniagaan yang paling popular di Lembah Lenggong ialah perkhidmatan makanan dan minuman, dan pengeluaran produk makanan seperti ikan pekasam, produk makanan tempatan serta rempah-ratus. Prestasi yang baik dalam sektor peruncitan dan sektor pertanian mencerminkan

kepentingannya dalam menyokong kemajuan sektor perniagaan berkaitan makanan di Lembah Lenggong. Di samping itu, kemajuan perniagaan berkaitan makanan turut mencerminkan kekayaan sumber-sumber tempatan. Hal ini menunjukkan aktiviti ekonomi utama di Lembah Lenggong masih terikat dengan kegiatan ekonomi peringkat pertama iaitu aktiviti pertanian dan perikanan yang menjadi sokongan terpenting kepada rantaian bekalan terutamanya bagi perniagaan pengeluaran produk makanan. Peralihan dari penguasaan sektor ekonomi pertama kepada sektor ekonomi kedua (perkhidmatan) bukan sahaja mampu membangunkan ekonomi di Lembah Lenggong, malahan ia turut dapat menyokong pembangunan Malaysia ke arah menjadi sebuah negara berpendapatan tinggi.

Secara umumnya, penglibatan peniaga yang hanya tertumpu di dalam sektor pertanian menjelaskan kekurangan pengetahuan mengenai peluang keusahawanan. Hal ini boleh diselesaikan dengan memperkukuhkan rangkaian perniagaan serta sokongan oleh pihak kerajaan. Pemilik perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan memerlukan pelaburan yang baik dalam membangunkan perniagaan mereka dan ini hanya boleh dicapai dengan sokongan baik oleh kerajaan dan institusi kewangan.

## Kesimpulan

Apa yang boleh dirumuskan, Lembah Lenggong merupakan destinasi warisan luar bandar yang masih baharu dan memerlukan lebih banyak usaha untuk membangun sebagai destinasi pelancongan yang berdaya saing. Kebanyakan pemilik perniagaan mikro dan kecil menjalankan perniagaan sebagai sumber pendapatan untuk menyara hidup sahaja, manakala hanya segelintir yang berminat untuk mengembangkan perniagaan mereka. Seperti yang dinyatakan sebelum ini, perniagaan mikro dan kecil merupakan penyumbang utama kepada ekonomi kawasan luar bandar. Oleh itu perancangan yang berstrategik perlu dirangka dalam memberi pendedahan kepada masyarakat tempatan terhadap peluang perniagaan berkaitan pelancongan yang berpotensi untuk diceburi.

Kajian juga menunjukkan bahawa kebanyakan perniagaan adalah secara persendirian yang dikendalikan oleh pemilik perniagaan dengan menggunakan modal dan bantuan yang terhad. Justru, skim latihan dan bimbingan bersama, bantuan dari segi kewangan dan pemasaran perlu dipertimbangkan bagi membantu meningkatkan pengupayaan perniagaan mikro dan kecil berkaitan pelancongan di Lembah Lenggong.

## Penghargaan

Penghargaan kepada Universiti Sains Malaysia (USM) di atas geran penyelidikan bertajuk (Kesedaran Warisan dan Interpretasi) [nombor geran:1001/PTS/8660012] yang membolehkan kajian ini dijalankan.

## Rujukan

- Alasadi R, Abdelrahim A (2007) Critical analysis and modelling of small business performance (Case Study: Syria). *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability* 3 (2).
- Andersson T, Carlsen J, Getz D (2002) Family business goals in the tourism and hospitality sector: Case studies and cross-case analysis from Australia, Canada, and Sweden. *Family Business Review* 15 (2), 89-106.
- Asikhia O (2010) Customer orientation and firm performance among Nigerian small and medium scale businesses. *International Journal of Marketing Studies* 2 (1).
- Ateljevic I, Doorne S (2000) 'Staying within the Fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of sustainable tourism* 8 (5), 378-392.

- Bastakis C, Buhalis D, Butler R (2004) The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators power in Eastern Mediterranean. *Tourism management* **25** (2), 151-170.
- Corchran PL, Wood RA (1984) Corporate social responsibility and financial performance. *Academy of Management Journal* **27**, 42-56.
- Cooper AC, Gimeno-Gascon FJ, Woo CY (1994) Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing* **9**, 371-395.
- Department of Statistics Malaysia. Economic census 2011, profile of small and medium enterprise [Report on the Internet] 2011. [Cited 20 Desember 2012]. Available from: [http://www.statistics.gov.my/portal/download\\_Others/files/PKS/BE2011-Profil\\_Perusahaan\\_Kecil\\_Sederhana.pdf](http://www.statistics.gov.my/portal/download_Others/files/PKS/BE2011-Profil_Perusahaan_Kecil_Sederhana.pdf)
- Department of National Heritage, Ministry of Tourism and Culture Malaysia. Lenggong Valley Perak-UNESCO world heritage site [Article on the Internet] n.d. [Cited 15 Oktober 2014]. Available from: <http://www.heritage.gov.my/index.php/en/archaeology/malaysian-archaeological-research/lenggong-heritage-valley-perak/introduction>.
- Dimitrovski DD, Todorović AT, Valjarević AD (2012) Rural tourism and regional development: case study of development of rural tourism in the region of Gruža, Serbia. *Procedia Environmental Sciences* **14**, 288-297.
- Frazier BJ, Niehm LS (2004) Exploring business information networks of small retailers in rural communities. *Journal of Developmental Entrepreneurship* **9** (1), 23-42.
- Foo WC, Bajuri NH, Wong KY (2013) Overview on SMEs Family-run Local Coffee Shop in Malaysia: Challenges and Determinants of Survival. *Jurnal Teknologi* **64** (2).
- Gaddefors J (2005) Creating context entrepreneurial opportunities in a consumer market setting. *Journal of Enterprising Culture* **13** (3), 199-224.
- Getz D, Carlson J (2000) Characteristics and goals of family and owner operated business in rural tourism and hospitality sectors. *Tourism Management* **2** (1), 47-560.
- Gilmore A (2011) Entrepreneurial and SME marketing. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* **13** (2), 137-145.
- Gilmore A, Carson D, O'Donnell A (2004) Small business owner-managers and their attitude to risk. *Marketing Intelligence & Planning* **22** (3), 349-360.
- Haber S, Reichel A (2005) Identifying Performance Measures of Small Ventures—The case of the tourism industry. *Journal of Small Business Management* **43** (3), 257–286.
- Halewood C, Hannam K (2001) Viking Heritage Tourism: Authenticity and Co-modification. *Annals of Tourism Research* **28**, 565–580.
- Hall DR, Kirkpatrick I, Mitchell M (2005) *Rural tourism and sustainable business*. Channel View Publications, UK.
- Hoffman TL, Kwas ML, Silverman H. Heritage tourism and public archaeology. SAA Archaeological Record [Article on the Internet] March 2002 [Cited 12 January 2013]. Available from: [http://www.saa.org/publicftp/public/Education\\_Documents/Mar0230-32.pdf](http://www.saa.org/publicftp/public/Education_Documents/Mar0230-32.pdf).
- Hollick M, Braun P (2005) Lifestyle entrepreneurship: The unusual nature of the tourism entrepreneur. *Proceedings of the Second Annual AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Swinburne Press, Melbourne, 10-11.
- Irvine W, Anderson AR (2004) Small tourist firms in rural areas: Agility, vulnerability and survival in the face of crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* **10** (4), 229-246.
- Kushnir K. How do economies define micro, small and medium enterprises (MSMEs)? Companion Note for the MSME Country Indicators [Note on the Internet] 2010 [Cited 20 July 2012]. Available from: <http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/624b8f804a17abc5b4acfddd29332b51/MSME-CI-Note.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=624b8f804a17abc5b4acfddd29332b51>.
- Luk STK (1999) The use of secondary information published by the PRC government. *Journal of Market Research Society* **41** (3), 355-365.

- Lussier RN, Pfeifer S (2001) A cross national prediction model for business success. *Journal of Small Business Management* **39** (3), 228-239.
- Main H (2002) The expansion of technology in small and medium hospitality enterprises with a focus on net technology. *Information Technology and Tourism* **4**, 167-74.
- Morrison A (2002) Small hospitality business: Enduring or endangered? *Journal of Hospitality and Tourism Management* **9** (1), 1-11.
- Morrison A, Teixeira R (2004) Small business performance: A tourism sector focus. *Journal of Small Business and Enterprise Development* **11** (2), 166-173.
- Mshenga PM, Owuor G (2009) Opportunities for Micro and Small Scale businesses in the tourism sector: The Case of the Kenya Coast. *KCA Journal of Business Management* **2** (2), 52- 56.
- Nunkoo R, Gursoy D (2012) Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research* **39** (1), 243-268.
- Othman P, Rosli M (2011) The Impact of Tourism on Small Business Performance: Empirical Evidence from Malaysian Islands. *International Journal of Business and Social Science* **2** (1).
- Philip M (2010) Factors affecting business success of Small & Medium enterprises. *Asia Pacific Journal of Research in Business Management* **1** (2).
- Reijonan H (2008) Understanding the small business owner: What they really aim at and how this relates to firm performance: A case study in North Karelia, Eastern Finland. *Management Research News* **31** (8), 616-629.
- Rogoff EG, Lee MS, Suh DC (2004) Who done it? Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success. *Journal of Small Business Management* **42** (4), 364 -376.
- Rue LW, Ibrahim NA (1998) The relationship between planning sophistication and performance in small businesses. *Journal of Small Business Management* **36** (4), 24-32.
- Simpson M, Tuck N, Bellamy S (2004) Small business success factors: the role of education and training. Education + Training. Emerald Group Publishing Limited **46** (8/9), 481- 491.
- Wanhill S (2000) Small and Medium Tourism Enterprises. *Annals of Tourism Research* **27**, 148-163.
- Williams AM, Shaw G, Greenwood J (1989) From tourist to tourism entrepreneur, from consumption to production: Evidence from Cornwall, England. *Environment and Planning A* **21** (12), 1639-1653.
- World Tourism Organization UNWTO. UNWTO tourism highlights 2014 edition [Report on the Internet] 2014. [Cited 15 October 2014]. Available from: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights14\\_en.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf).