

PENGLIBATAN KOPERASI DALAM INDUSTRI PELANCONGAN DI SABAH

*Najmah Nawawi¹, Shamsiah Syamsudin², Christina Andin³

¹Maktab Koperasi Malaysia, Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan

²Maktab Koperasi Malaysia, Kota Kinabalu, Sabah

³Fakulti Psikologi dan Pendidikan, Universiti Malaysia Sabah

ABSTRAK

Sabah merupakan sebuah negeri yang kaya dengan pelbagai keindahan semulajadi dan keunikan sosio-budaya yang mampu menarik ramai pelancong berkunjung sama ada daripada dalam atau luar negara. Ini terbukti dengan jumlah ketibaan pelancong yang semakin meningkat ke Sabah. Secara tidak langsung, industri ini mewujudkan pelbagai peluang perniagaan pelancongan hiliran yang boleh diceburi oleh koperasi seperti penginapan, pengangkutan, restoren, taman, dan kedai cenderamata. Namun begitu, hanya 12 koperasi (0.98 peratus) sahaja yang bergiat aktif dalam perniagaan yang melibatkan aktiviti hiliran pelancongan tersebut. Ini jelas memberikan gambaran bahawa aktiviti hiliran pelancongan tidak popular dalam kalangan koperasi walaupun industri ini mempunyai potensi perniagaan yang sangat memberangsangkan melalui peningkatan berterusan jumlah pelancong yang berkunjung ke Sabah. Sehubungan itu, kajian ini dijalankan untuk memaparkan kejayaan koperasi yang menjalankan aktiviti hiliran pelancongan. Kajian ini merupakan sebahagian daripada usaha untuk menarik minat dan kesedaran kepada koperasi tentang peluang perniagaan yang luas dalam industri pelancongan di Sabah. Kajian ini dijalankan dengan pendekatan kajian kes di tiga buah koperasi yang aktif dalam aktiviti hiliran pelancongan di Sabah. Data diperoleh melalui temu bual secara berkumpulan, temu bual secara individu dan analisis dokumentasi. Individu yang terlibat terdiri daripada Anggota Lembaga Koperasi, staf dan anggota koperasi. Hasil kajian menunjukkan koperasi-koperasi tersebut mencatatkan peningkatan pendapatan yang berterusan dan setiap koperasi ini tidak hanya memberi fokus kepada satu aktiviti sahaja. Hasil kajian ini memberikan gambaran bahawa industri pelancongan mempunyai potensi besar untuk dimajukan oleh koperasi di Sabah.

Kata Kunci: Koperasi, Pelancongan, Prestasi, Potensi

*Emel penulis: najmah@mkm.edu.my

PENGENALAN

Pelancongan merupakan industri yang sangat berpotensi untuk perniagaan koperasi terutama sekali di kawasan yang kaya dengan pelbagai tarikan alam semulajadi seperti Sabah. Sabah merupakan salah satu destinasi pelancongan yang terkenal dengan pelbagai tarikan bukan sahaja di darat malah di laut. Kawasan pergunungan Kinabalu dan tarikan keindahan pulau-pulau di sekitar Sabah merupakan destinasi pelancongan yang terkenal. Malah Sabah juga diduduki oleh lebih daripada 72 etnik yang kaya dengan keunikan adat dan budaya setempat (Mat Zin, 2016). Kepelbagaian daya tarikan tersebut menyumbang kepada peningkatan jumlah pelancong yang berkunjung ke Sabah. Menurut Menteri Pelancongan, Kebudayaan dan Alam Sekitar Negeri Sabah, Datuk Seri Masidi Manjun, sehingga Mei 2016, Sabah menerima ketibaan 1,337,126 juta orang pelancong berbanding ketibaan seramai 1,295,484 juta orang pelancong untuk tempoh masa yang sama tahun 2015 (Utusan Online, 8 Ogos 2016).

Pertambahan ketibaan pelancong ini secara tidak langsung mewujudkan peningkatan permintaan terhadap perkhidmatan pelancongan. Perkembangan ini membuka peluang kepada koperasi di Sabah untuk terlibat sama dalam penyediaan perkhidmatan pelancongan. Ini sejajar dengan saranan dalam Dasar Koperasi Negara (DKN) agar koperasi menceburi bidang bernilai tinggi seperti pelancongan. Walau bagaimanapun, statistik menunjukkan hanya 0.98 peratus iaitu 12 daripada 1,223 buah koperasi berdaftar di Sabah aktif menjalankan perniagaan aktiviti hiliran pelancongan (Suruhanjaya Koperasi Malaysia, 2014). Maklumat ini memberikan gambaran bahawa perniagaan yang melibatkan aktiviti hiliran pelancongan tidak popular dalam kalangan koperasi. Situasi ini merupakan satu kerugian bukan sahaja kepada industri pelancongan, malah masyarakat setempat.

Berdasarkan kepada laman sesawang CECOP (*European Confederation of Industrial and Service Cooperatives*), model perniagaan koperasi yang berasaskan kepada nilai bertanggungjawab ke atas diri sendiri (*self-responsibility*), demokrasi, kesamaan (*equality*) dan perpaduan (*solidarity*) membolehkan aktiviti pelancongan diuruskan dengan lebih baik. Aktiviti pelancongan yang diurus dengan baik akan menjamin mutu perkhidmatan pelancongan agar lebih ramai pelancong berkunjung ke Sabah. Ini secara tidak langsung akan meningkatkan sosioekonomi masyarakat setempat secara khususnya. Sehingga Mei 2016, Sabah telah menjana pendapatan negeri sebanyak RM2.852 bilion iaitu jumlah pendapatan meningkat 5.3 peratus berbanding RM2.709 bilion dalam tempoh sama tahun 2015 (Utusan Online, 8 Ogos 2016). Peningkatan sosioekonomi masyarakat setempat dapat memastikan prinsip ketujuh koperasi iaitu “Prihatin Terhadap Komuniti” dapat direalisasikan. Ini menitikberatkan tanggungjawab sosial pihak koperasi dan anggotanya dengan menunjukkan keprihatinan kepada komuniti di kawasan operasi mereka.

Memandangkan penglibatan koperasi dalam pelancongan memberikan impak positif kepada masyarakat setempat secara khususnya, maka kajian ini dijalankan sebagai salah satu usaha

untuk menarik lebih banyak koperasi yang ingin menjalankan perniagaan berasaskan aktiviti hiliran pelancongan. Secara khususnya kajian ini bertujuan untuk (i) mengenal pasti jenis aktiviti hiliran pelancongan yang dijalankan, dan (b) mengenal pasti prestasi koperasi pelancongan. Kajian ini memaparkan kejayaan tiga buah koperasi yang bergiat aktif dalam aktiviti hiliran pelancongan di Sabah. Kejayaan ini boleh dijadikan sebagai inspirasi kepada koperasi yang masih belum menceburi industri pelancongan. Peningkatan prestasi yang memberangsangkan di koperasi dalam kajian ini boleh menimbulkan kesedaran bahawa pelancongan merupakan satu industri yang mempunyai prospek perniagaan yang cerah untuk koperasi di Sabah.

SOROTAN KAJIAN

Merangsang penglibatan koperasi dalam sektor ekonomi bernilai tinggi merupakan Teras Strategik 1 dalam Dasar Koperasi Negara (DKN) 2011-2020. Sehubungan itu, Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) mengenal pasti industri pelancongan sebagai salah satu daripada lima ekonomi bernilai tinggi yang dapat meningkatkan pendapatan koperasi. Pelancongan merupakan “suatu sistem terbuka yang mempunyai hubungan dengan persekitaran yang luas, elemen manusia iaitu pelancong, elemen kawasan iaitu kawasan asal, kawasan persinggahan dan kawasan destinasi terpilih, elemen ekonomi iaitu industri pelancongan dan elemen dinamik iaitu terdiri daripada individu yang mengembara bagi tujuan berehat jauh dari tempat asal mereka...” (Geoffrey dan Alister (2006:9). Manakala, dalam perspektif perniagaan, Yoeti (1988) mengaitkan pelancongan kepada aktiviti yang menyediakan pelbagai jenis barangan dan perkhidmatan yang dapat memenuhi keperluan pelancong di samping melibatkan perhubungan dengan para pelancong dalam setiap urusan seharian. Definisi tersebut membantu menjelaskan bahawa terdapat pelbagai jenis perniagaan yang boleh diusahakan dalam industri pelancongan.

Kepelbagaian aktiviti pelancongan meliputi aktiviti bersiar-siar, menikmati keindahan alam semulajadi, menyusuri air, melawat tapak bersejarah, menikmati makanan dan budaya, dan membeli-belah. Manakala aktiviti semasa menginap seperti berehat di pusat peranginan, bersantai, menyertai perayaan atau acara, menyertai persidangan, bercuti di Taman Tema, memancing dan berburu (Gerhard, 2008). Seterusnya, Badaruddin dan Nikmatul Adha (2007) mengkategorikan pelancongan mengikut tujuan iaitu pelancongan etnik dan budaya, pelancongan warisan atau sejarah, pelancongan persekitaran, pelancongan kesihatan, pelancongan pendidikan, pelancongan rekreasi dan pelancongan perniagaan. Manakala, SKM mengaitkan kepelbagaian jenis perniagaan dalam pelancongan sebagai rantaian perniagaan yang boleh diceburi oleh koperasi di Malaysia termasuklah perkhidmatan pelancongan, tempahan tiket penerbangan, penyewaan *chalet* atau pusat peranginan dan rumah rehat, projek bot pelancongan, sewa kelong atau jeti, pinjaman modal, cenderamata dan perhotelan.

Koperasi, Komuniti dan Industri Pelancongan

Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah (KKLW) merangka satu strategi bagi menggalakkan komuniti atau masyarakat luar bandar terlibat sama dalam penubuhan koperasi. Berdasarkan Pelan Strategik 2012 – 2016, Program Desa Lestari KKLW memberikan penekanan terhadap pembangunan dan pemerdayaan ekonomi komuniti menerusi inisiatif koperasi (KKLW, 2014). Program Desa Lestari yang dilaksanakan oleh KKLW bertujuan untuk mentransformasikan desa kepada sebuah desa yang maju serta menarik dengan menyediakan lebih banyak peluang pekerjaan baharu termasuk dalam bidang keusahawanan yang seterusnya mampu meningkatkan pendapatan penduduk luar bandar. Melalui program ini, penduduk kampung akan melaksanakan aktiviti ekonomi dan perniagaan mengikut kekuatan dan keunikan kampung masing-masing seperti dalam bidang pertanian, perikanan, eko pelancongan ataupun industri desa (KKLW, 2014).

Konsep pelancongan berasaskan komuniti (*Community Based Tourism*) menekankan penglibatan komuniti secara langsung dalam pelbagai projek pembangunan pelancongan yang boleh memperkasakan ekonomi, sosial dan politik mereka. Pelancongan berasaskan komuniti (CBT) menggalakkan komuniti setempat bekerjasama atau penglibatan daripada dua belah pihak iaitu pelancong dan tuan rumah dalam sesebuah projek pelancongan yang disusun oleh komuniti itu sendiri (Asker et. al., 2010). CBT menuntut tanggungjawab komuniti setempat untuk membuat keputusan bersama (Jamaluddin et. al., 2012). Intipati sebenar CBT ialah penglibatan komuniti setempat secara langsung dalam semua projek pembangunan pelancongan di sesebuah kawasan. Secara keseluruhan, para penyelidik menyimpulkan bahawa CBT memberi manfaat kepada komuniti setempat. Faedah tersebut termasuklah komuniti dapat membangunkan ekonomi keluarga melalui penajaan pendapatan sampingan yang sekaligus boleh membantu meningkatkan taraf hidup mereka (Kayat, 2013; Rafee, et. al., 2012; Pakshir dan Nair, 2011; Peaty, 2009). Ini sangat bertepatan dengan keperluan untuk membantu masyarakat setempat di Sabah, terutama di kawasan luar bandar untuk keluar daripada kepompong kemiskinan.

Sumbangan Ekonomi Industri Pelancongan

Industri pelancongan dilihat sebagai sektor ekonomi bernilai tinggi yang membuka peluang luas untuk diceburi oleh koperasi. Peluang ini disumbangkan oleh peningkatan jumlah pelancong yang datang ke Malaysia. Antara tahun 2006 hingga 2009, pendapatan industri pelancongan meningkat sebanyak 67.1 peratus kepada RM53.4 bilion dan ketibaan pelancong meningkat sebanyak 43.6 peratus kepada 23.6 juta orang. Manakala, menurut Datuk Seri Nazri Aziz, Menteri Pelancongan dan Kebudayaan, untuk tempoh Januari hingga Julai 2014 sahaja, Malaysia mencatat ketibaan pelancong seramai 13.87 juta dan ini menunjukkan peningkatan sebanyak 10.5 peratus berbanding tempoh yang sama tahun 2013 (Berita Harian, 15 Oktober 2014). Di sebalik tragedi yang menimpa negara iaitu kehilangan pesawat MH370, kejadian

pesawat MH17 yang ditembak jatuh ketika melalui ruang udara Ukraine dan peristiwa penculikan di Pantai Timur Sabah, didapati industri pelancongan negara masih mampu menarik 27.44 juta pelancong dengan pendapatan berjumlah RM72 bilion (Berita Harian, 17 Oktober 2015). Pada 2014, jumlah kedatangan pelancong India mencatat peningkatan sebanyak 21 peratus dan pelancong Korea Selatan sebanyak 43 peratus. Selain itu terdapat juga pertumbuhan pesat kedatangan pelancong dari United Kingdom, Amerika Syarikat, Australia dan Jerman (Eileen, 2015). Pelancong dari negara ASEAN seperti Singapura, Indonesia serta Thailand terus menjadi pemacu terhadap perkembangan industri pelancongan dan menguasai dua pertiga daripada jumlah keseluruhan ketibaan pelancong di Malaysia (Hamzah, dalam Eileen, 2015).

Pelancongan merupakan sumber pendapatan pertukaran asing kedua terbesar selepas produk pembuatan dan komponen keenam terbesar dalam ekonomi Malaysia pada 2013, meningkat satu anak tangga berbanding 2012 dengan sumbangan sebanyak RM51.5 bilion kepada Pendapatan Negara Kasar (PNK) pada 2013. Pada 2014, sumbangan industri pelancongan mencecah RM161 bilion atau 14.9 peratus Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan kekal menjadi penyumbang keenam terbesar kepada ekonomi negara (Berita Harian, 17 Oktober 2015). Sejak pengenalan Program Transformasi Negara, industri pelancongan menjadi pemangkin ekonomi negara dengan menarik pelaburan sebanyak RM19.4 bilion dan mewujudkan sejumlah 1.77 juta peluang pekerjaan. Ketika pembentangan Bajet 2015, Malaysia menyasarkan 29.4 juta orang pelancong asing dengan jangkaan pendapatan RM89 bilion, sempena “*Malaysia Year Festivals 2015*”. Dalam tempoh RMKe-10, sasaran adalah untuk memperbaiki kedudukan Malaysia supaya menjadi antara 10 negara teratas daripada segi pendapatan pelancongan global dan meningkatkan sumbangan sektor sebanyak 2.1 kali ganda.

Semasa sambutan Hari Pelancongan Sedunia 2015, Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Najib Tun Razak melancarkan kempen “1 Bilion Pelancong, 1 Bilion Peluang” sebagai hala tuju Malaysia ke arah 2020. Kerajaan Malaysia turut mengemukakan beberapa langkah proaktif bagi merealisasikan hasrat kerajaan dalam memaksimumkan potensi yang dimiliki oleh keindahan pulau-pulau di Borneo (Sabah dan Sarawak), hutan tropika dan gedung membeli belah. Antaranya ialah dengan memperuntukkan RM80 juta bagi tujuan promosi di pasaran terpilih termasuk ASEAN, China dan India (Berita Harian, 17 Oktober 2015).

Hasil kajian Norlida Hanim et. al. (2015) mendapati bahawa pada 2015 terdapat peningkatan memberangsangkan dalam subsektor pelancongan seperti hotel, restoran, pengangkutan, hiburan dan rekreasi serta perdagangan runcit. Malaysia berharap agar industri pelancongan terus berkembang di masa hadapan dan menjadi sempadan baharu dalam menghadapi cabaran ekonomi semasa terutama selepas pengenalan *Trans-Pacific Partnership* yang akan mengubah landskap ekonomi negara.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan reka bentuk kualitatif yang berasaskan kepada pendekatan kajian kes. Kajian ini dikategorikan sebagai *multisite studies* (Merriam, 2001) iaitu mempunyai tempat kajian lebih daripada satu. Sebanyak tiga koperasi yang berjaya dalam perniagaan hiliran pelancongan dipilih sebagai sampel kajian menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Kajian ini menggunakan tiga kaedah utama dalam pengumpulan data iaitu temu bual secara berkumpulan (*focus group interview*), temu bual secara individu dan analisis dokumentasi (buku laporan tahunan koperasi). Individu yang terlibat terdiri daripada Anggota Lembaga Koperasi (ALK), staf dan anggota koperasi. Data dianalisis berasaskan tema yang telah dikenal pasti (*pre-identified theme*) serta menggunakan pendekatan analisis berdasarkan kes (*case by case analysis*).

ANALISIS DAN DAPATAN KAJIAN

Analisis dan dapatan kajian dilaporkan mengikut kes iaitu Kes 1 (Koperasi A), Kes 2 (Koperasi B) dan Kes 3 (Koperasi C). Fokus utama diberikan kepada mengenal pasti jenis aktiviti hiliran pelancongan yang dikendalikan serta perkembangan perkhidmatan yang ditawarkan dan prestasi koperasi daripada aspek peningkatan pendapatan atau pulangan kepada koperasi.

Kes 1: Koperasi A

Koperasi A ditubuhkan pada 1986 dan terletak di kawasan Kundasang. Koperasi bermula dengan 127 orang anggota dan modal saham berjumlah RM18,050.00. Kini, koperasi ini ditadbir oleh 15 orang ALK dan empat orang Juruaudit Dalaman (JAD). Bermula dengan hanya tiga orang staf, kini mempunyai seramai 86 orang staf yang mengendalikan operasi pelancongan koperasi di lapan buah lokasi Taman-Taman Sabah. Sehingga kini, Koperasi A menyediakan pelbagai aktiviti hiliran pelancongan seperti di Jadual 1. Aktiviti pertama yang dijalankan oleh Koperasi A ialah penjualan cenderamata yang dimulakan pada Januari 1987 dan beroperasi di Taman Negara Kinabalu. Penjualan cenderamata tersebut dijalankan melalui kaedah konsainan. Selepas sembilan bulan, perniagaan cenderamata mendapat keuntungan yang menggalakkan, koperasi membuka kafe pada Oktober 1987.

Jadual 1: Perkembangan Perniagaan Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi A

AKTIVITI HILIRAN PELANCONGAN	TAHUN							
	1987	1990	1997	1999	2000	2004	2007	2013
1. Menjual cenderamata	L1	L2, L3		L5	L1a	L6	L7	L8
2. Perkhidmatan pengangkutan dan penyewaan kereta		L1						

AKTIVITI HILIRAN PELANCONGAN	TAHUN							
	1987	1990	1997	1999	2000	2004	2007	2013
3. Kedai runcit					L1a L1b		L7	
4. Perkhidmatan penginapan				L5				L1
5. Perkhidmatan kafe	L1	L2, L3			L1a L1b	L6	L7	L8
6. Perkhidmatan restoren		L2, L3			L1b	L6		L8
7. Perkhidmatan restoren dan katering			L4					
8. Snack corner dan BBQ		L2, L3				L6		L8
9. Kantin				L5				
10. Penyewaan alat menyelam		L2, L3				L6		L8
11. Penyewaan bangunan				L5				
12. Penyewaan alatan perkhemahan				L5				

Petunjuk Lokasi: L1-Taman Negara Kinabalu; L1a-Timpohon; L1b-Panataran; L2-Taman Tunku Abdul Rahman Pulau Manukan; L3- Taman Tunku Abdul Rahman Pulau Sapi; L4: Pekan Ranau; L5-Taman Bukit Tawau; L6-Taman Tunku Abdul Rahman Pulau Mamutik; L7- Taman Air Panas Poring; L8- Padang Point @ Pulau Gaya

Jadual 1 menunjukkan sehingga 2013, Koperasi A berjaya menawarkan 12 jenis aktiviti hiliran pelancongan. Penjualan cenderamata berkembang dengan pesat dengan pembukaan cawangan di semua lapan lokasi Taman-Taman Sabah. Aktiviti berkaitan dengan perkhidmatan makanan juga berkembang pesat melalui pembukaan kafe, restoren, katering, *snack corner* serta BBQ dan kantin. Penyewaan peralatan menyelam pula giat dijalankan di pulau-pulau peranginan. Perkhidmatan penginapan juga disediakan di dua buah lokasi. Walau bagaimanapun, perkhidmatan pengangkutan dan penyewaan alatan perkhemahan hanya ditawarkan di satu lokasi sahaja. Selain daripada aktiviti berkaitan pelancongan, koperasi A juga terlibat dengan aktiviti perniagaan lain seperti pemborong runcit, peralatan telefon bimbit & alat tulis di Kota Kinabalu dan pinjaman kepada anggota serta agen insurans komprehensif (*progressive insurance*).

Prestasi Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi A

Pada 2013, Koperasi A mencatatkan perolehan sebanyak RM6.71 juta daripada perniagaan pelancongan. Bagi ALK Koperasi A, pencapaian ini merupakan motivasi kepada mereka untuk bekerja lebih kuat bagi memastikan perolehan koperasi terus meningkat. Menurut Bendahari,

...prestasi perniagaan bagi aktiviti pelancongan koperasi memanglah menguntungkan, tetapi sebagai ahli perniagaan kita sentiasa ingin lebih dan lebih. Bagi tahun 2015, kita mensasarkan perolehan mencapai RM8.5 juta.

Ini bermakna mereka masih belum berpuas hati dengan prestasi koperasi dan bertekad untuk mencapai keuntungan jualan yang lebih tinggi. Pada 2013, Restoran di Lokasi 1 menyumbang hasil tertinggi (RM1.571 juta) diikuti oleh Kedai Souvenir, Snack Corner & Bot di Lokasi 3 (RM1.154 juta) dan Scuba Diving Centre & Souvenir di Lokasi 2 (RM1.147 juta).

Pendapatan pada 2014 seperti yang dinyatakan oleh Bendahari,

...aktiviti perniagaan yang menghasilkan jualan tertinggi ialah Restoran Panataran dengan jumlah perolehan RM1.554, diikuti dengan Kedai Souvenir, Snack Corner & Bot Pulau dengan perolehan berjumlah RM1.114 juta.

Bendahari menyatakan,

...bagi tahun 2013, dividen kepada anggota untuk tiga tahun berturut-turut ialah 20 peratus, anggota dan kakitangan juga akan menerima Elaun Perayaan sebanyak RM200 pada setiap hujung tahun.

Menurutnya lagi,

...bagi tahun 2013, Koperasi A mengagihkan keuntungan bersihnya kepada Kumpulan Wang Kebajikan Am RM50,000.00, Kumpulan Wang Sambil Belajar RM25,000.00, Kumpulan Wang Pelajaran RM25,000.00, Kumpulan Wang Persaraan RM50,000.00, Kumpulan Wang Kesukanan & Rekreasi RM25,000.00, Kumpulan Wang Perayaan RM70,000.00, Kumpulan Wang Penebusan Syer RM35,000.00, Kumpulan Wang Ganjaran Pekerja RM50,000.00 dan Kumpulan Wang Khairat RM50,000.00.

Kenyataan Bendahari koperasi ini memberikan gambaran bahawa koperasi ini mencatatkan prestasi perniagaan yang memberangsangkan sehingga mampu mencipta pelbagai pulangan kepada anggotanya. Selain itu, koperasi juga turut menaikkan elaun bulanan ALK kepada RM700.00 sebulan. Koperasi A turut tersenarai di tangga ke-98 dalam 100 Koperasi Terbaik Malaysia 2014 dan pernah menerima Anugerah Koperasi Berdaya Maju Negeri Sabah dalam kategori pelancongan.

Perancangan Pengembangan Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi A

Sebagai sebuah koperasi yang mempunyai ramai anggota, tidak dapat dinafikan bahawa pasukan pengurusan perlu sentiasa memastikan perniagaan yang diceburi koperasi berupaya memberi pulangan yang baik kepada anggotanya. Koperasi A memastikan peluang yang tersedia dimanfaatkan sepenuhnya walaupun kini Koperasi A terpaksa berhadapan persaingan dalam perniagaan daripada syarikat atau pengendali pelancongan di Sabah. Tambahan lagi

dasar penswastaaan yang dilaksanakan oleh kerajaan merupakan halangan yang memerlukan koperasi untuk bersaing dengan lebih kompetitif.

Koperasi A yang memiliki beberapa perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelancong tidak dapat menyediakan pakej secara penuh kepada pelancong. Koperasi A tidak dapat menerima ketibaan pelancong (inbound) kerana kekangan terhadap koperasi yang dikenakan di bawah akta pelancongan bagi menjadi pengendali pelancong dan agensi pengembaraan, bagi menjadi pengendali pelancong, Koperasi A perlu mendaftarkan aktiviti ini melalui subsidiari (anak syarikat koperasi). Oleh itu, Koperasi A mempertimbangkan penubuhan subsidiari bagi membolehkan mereka menjadi pengendali pelancong dan agensi pengembaraan.

Kes 2: Koperasi B

Koperasi B ditubuhkan pada tahun 2008. Lokasi koperasi B yang terletak di kawasan Kundasang menyediakan perkhidmatan homestay kepada pelancong yang datang melawat ke kawasan pergunungan Kinabalu. Koperasi B ditadbir oleh 15 orang ALK. Sehingga April 2015 Koperasi B mempunyai 300 orang anggota tetapi hanya 150 menjadi pengusaha homestay. Anggota koperasi meliputi dari lapan buah kampung di sekitar Kundasang. Menurut penyelaras Koperasi B, pada tahun 2015, jumlah penduduk di kawasan tersebut meningkat sehingga 768 orang dengan majoriti penduduk berbangsa Dusun. Kebanyakan penduduk adalah petani dan peniaga kecil. Selain itu, terdapat juga dalam kalangan mereka yang bekerja di sektor awam dan swasta. Kejiranan yang amat rapat dalam kalangan penduduk menjadi faktor pendorong kepada mereka untuk menjalankan perniagaan homestay.

Semenjak Koperasi B ditubuhkan, didapati pelancong yang datang pada kali pertama akan memilih Koperasi B untuk kali ke dua dan seterusnya apabila berkunjung ke Kundasang kerana koperasi ini mengamalkan moto “*Datang sebagai pelancong, balik sebagai keluarga*”. Menurut ALK,

...pelancong yang datang ke homestay kami memang berpuas hati selepas datang ke homestay. Pernah ada pelancong dari Jipun (Jepun) tu, masa sebelum mo (mahu) balik negara dorang (mereka) sampai nangis-nangis (sedih) nda (tidak) mo (mahu) berpisah dengan keluarga angkat. Sebab layanan kami kepada pelancong memang mesra macam keluarga lagipun kami tekankan guna moto datang sebagai pelancong, balik sebagai keluarga.

Pakej Penginapan Koperasi B

Koperasi B menawarkan pelbagai pakej penginapan iaitu (i) Pakej mendaki gunung (4 hari 5 malam), (ii) Pakej pelajar tempatan (5 hari 4 malam, 4 hari 3 malam atau 3 hari 2 malam) dan (iii) Pakej *Tourist Tour* pelajar berkumpulan (5 hari 4 malam). Pakej yang ditawarkan termasuk

makan pagi, makan tengah hari, minum petang dan makan malam bersama pengusaha atau lebih dikenali sebagai keluarga angkat.

Antara aktiviti pakej yang disediakan ialah *jungle trekking*, membuat produk kraftangan, demonstrasi masakan makanan tradisi, mendaki Gunung Kinabalu, mempelajari bahasa penduduk tempatan, permainan sukan rakyat atau tradisional, melawat kebun sayur-sayuran, persembahan kebudayaan, dan melawat tempat menarik di kawasan berdekatan. Menurut ALK,

...kami menyediakan pakej pelancongan, penyelaras yang handle, kami handle kenderaan juga, ada pakej sendiri mengikut zon 1, zon 2, zon 3 dan zon 4. Bayaran yang dikenakan mengikut zon. Kerana setiap zon lain-lain bentuk muka bumi dan kadar dia berbeza dari setiap zon yang lain. Contohnya kalo (kalau) pakej RM180, RM30 kami akan bagi dengan penyelaras untuk koperasi, RM150 kepada individu. Kami ada kasi (beri) sewa dewan juga. Kami (koperasi) yang jaga dan pendapatan sewa dewan itu, koperasi yang dapat.

Selain pakej homestay, Koperasi B juga menawarkan perkhidmatan pengangkutan, *lodge* (rumah persinggahan), sewaan dewan mini Koperasi B, perkhidmatan pemandu pelancong, kafetaria, penghasilan produk herba Paku Dita, perkhidmatan studio foto dan penghasilan produk peralatan tradisional. Berdasarkan temu bual dengan ALK, didapati aktiviti perniagaan yang paling menguntungkan Koperasi B adalah pakej homestay.

Prestasi Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi B

Koperasi B mencatatkan peningkatan pendapatan tahunan sejak penubuhannya pada 2008. Pada 2014, peningkatan pendapatan didapati sebanyak 25.8 kali ganda berbanding 2011. Menurut ALK,

...walaupun Koperasi B ini masih baby (bayi) lagi, masih merangkak lagi, ia telah mendapatkan pencapaian yang membanggakan.

Dengan penubuhan Koperasi B yang baru berusia lapan tahun, ALK berpuas hati dengan pendapatan yang dicapai mereka setiap tahun. Namun demikian, Koperasi B masih belum membuat sebarang bayaran dividen kepada anggotanya sejak ditubuhkan. Ini berikutan ALK ingin memastikan sumber aliran tunai Koperasi B sentiasa dalam keadaan positif untuk mengelakkan masalah kekurangan tunai pada masa akan datang. Salah seorang anggota ALK menjelaskan,

...Keuntungan koperasi masih tidak tinggi, jadi kami buat keputusan untuk tidak memberikan dividen kepada anggota supaya ada duit lebihan untuk majukan perniagaan koperasi.

Walaupun anggota masih belum diberikan pulangan dividen, namun keuntungan koperasi yang berganda sehingga 25.8 kali ganda selama lapan tahun penubuhannya memberikan gambaran bahawa koperasi ini telah berkembang dengan begitu pesat.

Perancangan Pengembangan Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi B

Koperasi B mempunyai perancangan pada masa akan datang dan kepentingannya dalam memberikan perkhidmatan terbaik kepada pelancong. Koperasi merancang untuk menubuhkan kedai runcit di dalam bangunan kafetaria yang dimiliki oleh anggota Koperasi B. Tujuannya untuk memudahkan pelancong mendapat keperluan harian apabila menginap di homestay. Kedai runcit ini dalam proses pembinaan dan dijangka mula beroperasi pada Jun 2015. Selain itu, koperasi juga ingin membina bangunan *lodge* hak milik penuh Koperasi B. Ini kerana Perkhidmatan *lodge* yang ditawarkan Koperasi B pada masa kini merupakan hak milik individu dengan kadar sewaan RM2,500 sebulan setakat 2015. Oleh itu, pada masa akan datang Koperasi B ingin membina bangunan *lodge* hak milik penuh Koperasi B untuk menjana pendapatan sepenuhnya. Menurut staf Koperasi B,

...kalau ada bantuan daripada SKM untuk Koperasi B membina bangunan koperasi sangat bagus. Buat masa ini kami dalam proses membuat kertas kerja untuk memohon bantuan daripada SKM.

Bagi menambahkan perkhidmatan kepada pelancong yang sering menggunakan homestay mereka, Koperasi B ingin menawarkan perkhidmatan van pelancongan berlesen. Koperasi B bercadang untuk memohon lesen yang sah daripada Kementerian Kebudayaan dan Pelancongan Malaysia (MOTAC) dan Suruhanjaya Pengangkutan Awam Darat (SPAD) untuk menjalankan aktiviti perkhidmatan van pelancongan. Hasrat ini disuarakan bagi menyakinkan keselamatan pelancong apabila menginap ke homestay mereka. Menurut staf, “kalau pelancong minta pengangkutan kami terpaksa sewa dari luar atau melalui individu.” Untuk masa hadapan, Koperasi B juga merancang untuk mendapatkan bantuan kos penambahbaikan landskap persekitaran homestay bagi menarik lebih ramai pelancong. Menurut staf koperasi,

...Kami berharap ada peruntukan daripada kerajaan untuk membina bangunan sendiri untuk koperasi dan tambah baik landskap persekitaran inap desa Koperasi B. Memang kami dalam plan sudah untuk buat kertas kerja.

Persekitaran homestay yang menarik membolehkan pelancong merasa selesa dan tenang. Lanskap ini termasuk sistem perparitan dan keperluan persekitaran yang memenuhi syarat pihak berkuasa kesihatan.

Berdasarkan jumlah anggota yang mengusaha homestay, masih terdapat ramai anggota yang berpotensi untuk menjadi pengusaha homestay. Oleh itu, Koperasi B akan berusaha untuk

menambahkan bilangan pengusaha homestay yang mendapat sijil bertauliah daripada MOTAC. Menurut ALK,

...Tidak semua pengusaha homestay yang ada lesen. Sijil daripada pelancongan belum ada sebab memerlukan proses yang lama. Cuma dorang (mereka) ada dapat sijil daripada INFRA (Institut Kemajuan Desa), majoriti 300 anggota itu ada sijil INFRA, tapi sijil daripada MOTAC belum ada.

Pelesenan dari MOTAC amat diperlukan bagi membuktikan Koperasi B menyediakan perkhidmatan pelancongan mengikut garis panduan yang ditetapkan. Lesen ini membolehkan pengusaha homestay di bantu oleh MOTAC bagi tujuan promosi dan sebagainya. Selain itu, pemilikan lesen ini membolehkan pelancong yakin dengan pengusaha homestay tersebut. Sekiranya terdapat sebarang aduan, pelancong boleh melaporkan terus kepada pihak berkuasa.

Kes 3: Koperasi C

Koperasi C terletak di kawasan Pekan Weston dalam Daerah Beaufort. Terdapat beberapa buah kampung di sekitar Pekan Weston seperti Kg. Lubok, Kg. Lingkungan, Kg. Nabahan dan beberapa kampung lain. Menurut Pengerusi Koperasi C ini, majoriti penduduknya terdiri daripada suku kaum Melayu Brunei selain suku kaum Bisaya, Kedayan, Cina dan lain-lain. Kebanyakan penduduknya menganut agama Islam selain agama Kristian dan Buddha. Kebanyakan penduduk bekerja sebagai nelayan. Selain itu, ada juga bekerja di sektor awam, swasta dan berniaga. Jarak Pekan Weston dari Daerah Beaufort sejauh 28 km, manakala jarak dari Daerah Sipitang pula sejauh 25 km. Kedudukannya agak strategik kerana terletak di pertengahan antara Daerah Beaufort dan Daerah Sipitang.

Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi C

Pengerusi Koperasi C menjelaskan bahawa perniagaan pelancongan ini mula beroperasi pada 2008, tetapi bukan diuruskan oleh Koperasi C. Perniagaan ini bermula dengan menyediakan perkhidmatan penyewaan bot kepada pelancong yang melakukan aktiviti memancing. Perkhidmatan penyewaan bot ini kemudiannya mendapat permintaan semakin tinggi. Setiap minggu terdapat ramai pelancong datang terutama dari Keningau dan Tenom yang memerlukan perkhidmatan bot. Bayaran sewa bot yang dikenakan melebihi RM100 iaitu termasuk kos minyak. Selain itu, jika perkhidmatan tidak dapat memenuhi permintaan pelancong, bot terpaksa disewa daripada jiran. Beliau kemudiannya mula menabung bagi tujuan pembelian bot baharu.

Menurut pengerusi Koperasi C, aktiviti penyewaan bot telah mencipta permintaan terhadap beberapa aktiviti hiliran pelancongan seperti kemudahan penginapan dan juga makanan. Pengerusi berkata,

...kemudian ada lagi pelancong dari jauh, bulih (boleh) ka (ke) kita menumpang tidur? Saya bagi RM10. Ada keluar idea lain lagi, ada pelancong bertanya, bulih (boleh) ka puan tolong masak untuk kami. Lama-lama makin banyak pelancong datang. Sampai satu malam 30 orang, sanggup tidur berselerak di ruang tamu. Pada masa itu baru dua bilik. Sebenarnya pondok yang dibina ini untuk simpan perahu jak (sahaja) bukan restoran. Mula-mula teda (tiada) lantai. Jadi ada timbul idea suruh buat restoran.

Idea penubuhan Koperasi C diasaskan oleh Puan Hanim (bukan nama sebenar) melalui penyewaan bot persendirian. Beliau mendapat galakan daripada suaminya merangkap setiausaha kepada koperasi keluarga tersebut. Beliau mendapati perniagaan sewaan bot kepada pelancong mendapat sambutan menggalakkan. Maka beliau menubuhkan koperasi keluarga untuk membantu kebajikan anggota keluarga.

Koperasi C di daftarkan pada 2011. Seramai 25 orang ahli keluarga menyertai koperasi ini. Selain menawarkan perkhidmatan menyewakan bot kepada pelancong, Koperasi C juga menjalankan aktiviti penyediaan penginapan homestay, restoran dan lain-lain aktiviti hiliran pelancongan. Menurut Pengerusi,

...Kami menyediakan pakej pelancongan, penginapan, restoran, river cruise, kebudayaan, kraftangan dan kuih tradisi. Brosur masih dalam proses ditambahbaik dengan bantuan oleh pihak ANGKASA (Angkatan Koperasi Kebangsaan Malaysia).

Menurut Pengerusi, aktiviti yang paling menguntungkan koperasi ialah perniagaan restoran kerana bilangan pelancong boleh mencecah sehingga 120 orang sehari. Ini kerana makanan merupakan keperluan harian yang pasti mendapat permintaan setiap orang.

Prestasi Aktiviti Hiliran Pelancongan Koperasi C

Aktiviti perniagaan pelancongan yang dijalankan mendatangkan hasil yang baik kepada Koperasi C. Pengembangan aktiviti daripada hanya penyewaan bot kepada pelbagai aktiviti hiliran lain seperti penginapan dan restoran, menyumbang kepada peningkatan pendapatan koperasi. Malah, hasil daripada perniagaan restoran telah memberi pulangan yang tinggi kepada koperasi. Setelah beroperasi hampir empat tahun, akhirnya koperasi berjaya memenuhi kehendak anggota dan tujuan penubuhannya. Pengerusi memaklumkan,

...Walaupun koperasi ini masih baru ditubuhkan, tetapi ia mendapat pencapaian yang membanggakan.

Walaupun Koperasi C tidak mendedahkan secara terperinci jumlah keuntungan mereka, namun berdasarkan maklum balas pengerusi iaitu “pencapaian yang membanggakan” dapat memberikan gambaran Koperasi C mencatatkan peningkatan dalam pendapatan.

Perancangan Pengembangan Aktiviti Hiliran Pelancongan

Pengerusi koperasi sentiasa berfikiran positif dan merancang untuk menjalankan aktiviti baharu bagi meningkatkan perolehan koperasi dari semasa ke semasa. Koperasi C mengenal pasti beberapa aktiviti baharu koperasi pada masa akan datang iaitu Projek Kelong dan perkhidmatan homestay berlesen. Bagi merealisasikan Projek Kelong, koperasi merancang membina bangunan kelong di atas air. Bangunan kelong tersebut akan mempunyai restoran. Di kelong ini, perkhidmatan memancing disediakan untuk kemudahan pelancong. Selain itu, koperasi merancang untuk menternak ikan dan udang dalam sangkar di kawasan kelong itu. Ini membolehkan pelancong melakukan beberapa aktiviti lain apabila berada di kelong tersebut. Menurut Pengerusi,

...kami bercadang untuk membuat kelong, mungkin pertama di Sabah, aku sudah suarakan dengan Datuk Masidi Manjun untuk menambah pendapatan koperasi dan untuk keselesaan pelancong.

Kebiasaanya aktiviti memancing akan berlarutan sehingga malam. Sehubungan itu, para pelancong memerlukan perkhidmatan penginapan. Justeru, Koperasi merancang untuk menawarkan perkhidmatan homestay berlesen dengan mendapatkan lesen yang sah daripada MOTAC serta INFRA untuk menjalankan aktiviti perkhidmatan homestay berlesen bagi menyakinkan keselamatan pelancong. Menurut Pengerusi,

...kalau pelancong datang ramai minta penginapan, koperasi terpaksa meminta bantuan penduduk kampung untuk menawarkan bilik untuk disewakan kepada pelancong.

Pengerusi menambah lagi,

...Homestay belum mendapat lesen lagi, hari tu masa Datuk Masidi Manjun merasmikan, semua pengusaha restoran ni di rasmikan di bawah persatuan pelancongan Weston, dia datang pada satu haribulan empat 2014 tu dia datang sini. Ada sebelas restoran semua di Weston tolak Ko-Nelayan.

Koperasi C merupakan koperasi keluarga. Pengerusi mendapati perkhidmatan pelancongan tidak dapat disediakan dengan cukup oleh koperasi jika menerima pelancong yang ramai pada satu-satu masa dan memerlukan bantuan dari penduduk sekitar operasi koperasi ini. Sehubungan itu, Koperasi C bercadang untuk mengubah nama dan Undang-undang Kecil (UUK) koperasi kepada nama yang lebih umum serta meminda UUK koperasi di bahagian keanggotaan koperasi. Ini kerana nama koperasi dan undang-undang kecil (UUK) koperasi yang ada sekarang tidak membenarkan penduduk setempat menyertai Koperasi C sekiranya mereka bukan ahli keluarga mereka. Dengan pindaan UUK ini, keanggotaan koperasi dapat dibuka kepada penduduk setempat.

Potensi Pengembangan Aktiviti Hiliran Pelancongan: Pandangan Koperasi A, B dan C

Sektor pelancongan merupakan salah satu sektor utama dalam menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi Malaysia amnya dan di Sabah khususnya. Berdasarkan kepentingan sektor ini, Koperasi A mengakui bahawa potensi perniagaan pelancongan di Sabah amat tinggi kerana dapat menawarkan pelbagai jenis bidang pelancongan seperti agro-pelancongan, geo-pelancongan, pelancongan sejarah dan warisan. Koperasi A mendapati masih terdapat kekurangan bilangan penginapan seperti hotel/chalet/motel/inap desa. Koperasi A mengenal pasti potensi ini terutamanya pada musim perayaan dalam kalendar negeri dan cuti sekolah di Malaysia. Kajian mendapati permintaan perkhidmatan penginapan yang ditawarkan oleh pengusaha penginapan tidak mencukupi di sesetengah pusat pelancongan, contohnya di Kundasang.

Selain itu Koperasi A juga menyatakan terdapat juga beberapa tempat menarik di Sabah yang belum diterokai sepenuhnya seperti penyediaan infrastruktur dan kawalan keselamatan yang baik seperti di Taman Negara Serinsim Kota Marudu. Kemudahan penginapan telah dibangunkan oleh Taman-Taman Sabah di kawasan rekreasi tersebut. Walau bagaimanapun belum terdapat agen pelancongan yang dilantik untuk mengurus tempat tersebut bagi menjaga keselamatan dan kebersihan tempat tersebut. Setiausaha Koperasi A menyatakan bahawa,

...untuk akan datang kami melobi atau memohon untuk mengusahakan chalet di Taman Sabah lain. Di Kota Marudu di situ ada chalet atau hostel tapi belum lagi ada jawapan.

Setiausaha turut menambah,

...tarikan di Taman Serinsim ialah satu dia panggil sungai Kenarom dan satu sungai Serinsim. Dia punya lokasi macam seolah-olah Tip of Borneo punya style tapi ini lain sikit, tidak juga besar air dia, dia flow begitu (Keadaan sungai berbatu-batu, air sungai yang tidak terlalu dalam dan mengalir seperti biasa). Tapi sebelum ada pembangunan di hujung kampung, jernih air dia ikan banyak. Sekarang kami buka di sana tu, belum ada kita belum terfikir yang dia akan maju sekarang ini. (Ketika memajukan kawasan berkenaan mereka tidak terfikir kawasan tersebut akan menjadi tumpuan pelancong). Sekarang ini banyak pembangunan Taman Sabah sudah buat chalet berbelas-belas, banyak sudah kemudahan pelancongan, banyak (ramai) orang datang mandi, mandi-manda, ambil gambar, buat seminar you know, buat latihan, kursus di luar tu, dekat tepi sungai. Ni sungai tu 'aummmmm' (bunyi air sungai mengalir) bunyi dia. Sungai dia besar juga, sekarang tidak belum jamin keselamatanlah sebenarnya. Deras air dia. Tapi kalau macam hujan kuat itu penuh air dia. Takut aku (Takut saya). Kabutlah (keruh). Tapi dia memang itu tarikan dia. Getaway ini, orang escape di mana? sebelah ni Kota Marudu ni, di mana mau pigi, di KK jauh mari mandi-mandi di Kota Marudu. Jalan raya pun ok sudah, highway! Semulajadi yang banyak di Sabah.

Koperasi B pula melihat potensi yang sangat besar untuk perkhidmatan pemandu pelancong berlesen. ALK Koperasi B menyatakan bahawa,

.. setakat ni, cuma ada seorang sahaja pemandu pelancong berlesen di koperasi kami. Kalau boleh kami mau semua pengusaha ada lesen pemandu pelancong supaya senang bawa pelancong jalan-jalan.

Sementara itu Koperasi C mengenal pasti beberapa aktiviti hiliran pelancongan sebagai berpotensi untuk dibangunkan. Satu daripadanya ialah mewujudkan pelancongan lautan berskala besar. Buat masa ini, belum terdapat lagi penerokaan besar-besaran aktiviti pelancongan yang melibatkan aktiviti di lautan. Mengusahakan kelong sambil menyediakan kemudahan pelancong untuk memancing merupakan idea yang berpotensi bagi diusahakan koperasi. Pada masa sekarang, kebanyakan aktiviti bertumpu kepada penerokaan daratan seperti explorasi hutan dan explorasi keindahan muka bumi. Namun masih kurang aktiviti melibatkan penerokaan lautan seperti menyelam di dasar lautan.

PERBINCANGAN

Kajian ini memaparkan kejayaan tiga buah koperasi yang menjalankan perniagaan berasaskan aktiviti hiliran pelancongan. Berdasarkan kepada aktiviti yang dijalankan oleh setiap koperasi, didapati mereka mempunyai pengkhususan atau tunjang utama pada permulaan perniagaan. Misalnya Koperasi A, tunjang utama ialah perniagaan cenderamata. Koperasi B yang terletak dalam kawasan yang sama dengan koperasi A pula memberi tumpuan kepada perkhidmatan penginapan. Manakala, Koperasi C pula pada mulanya menyediakan perkhidmatan sewaan bot. Bermula dengan satu fokus sahaja membolehkan koperasi memberikan perhatian sepenuhnya untuk mengukuhkan kedudukan. Pendekatan permulaan yang memberikan tumpuan kepada satu aktiviti tertentu ini merupakan satu maklumat berguna kepada koperasi yang ingin memulakan perniagaan dalam pelancongan. Setelah dikenali dengan perkhidmatan utama, koperasi mula melebarkan sayap dengan membentuk jaringan perniagaan yang mempunyai konsep menyokong antara satu dengan lain. Menurut Frazier dan Niehm (2004), hubungan jaringan dalam perniagaan membantu peniaga untuk meningkatkan operasi dan strategi perniagaan.

Jaringan dalam perniagaan merupakan nadi kepada pembangunan perniagaan melalui perkongsian maklumat untuk maju bersama (Copp dan Ivy, 2001). Dalam kajian ini, Koperasi B, misalnya telah membuka jaringan perniagaan yang melibatkan *jungle trekking*, membuat produk kraftangan, demonstrasi masakan makanan tradisi, mendaki Gunung Kinabalu, mempelajari bahasa penduduk tempatan, permainan sukan rakyat atau tradisional, melawat kebun sayur-sayuran dan persembahan kebudayaan. Begitu juga dengan Koperasi C, untuk menyokong aktiviti penyewaan bot, mereka membuka jaringan perkhidmatan penginapan dan restoran. Melalui jaringan perniagaan yang diurus oleh koperasi dan aktiviti yang dijalankan

oleh anggota koperasi, secara tidak langsung mengikat pelancong supaya menggunakan perkhidmatan lain yang ditawarkan oleh koperasi. Sementara itu, koperasi A membuka jaringan perniagaan dalam bentuk pembukaan cawangan di beberapa lokasi pelancongan yang berbeza telah membuka ruang kepada mereka untuk mempromosikan perkhidmatan yang mereka tawarkan di lokasi lain.

Berdasarkan kepada lima peringkat pertumbuhan dalam perniagaan oleh Scott dan Bruce (1987), Koperasi pelancongan dalam kajian ini telah melalui tahap permulaan iaitu *inception*. Pada tahap *inception*, syarikat akan berusaha membangunkan produk dan meletakkannya dalam pasaran. Dalam konteks kajian ini, koperasi telah berusaha membangunkan perkhidmatan yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Kini koperasi melalui tahap *survival* dan tahap *growth*. Pada tahap *survival* iaitu terdapat keperluan mengembangkan kewangan untuk mendapatkan modal dan meningkatkan inventori dan penerimaan. Ini jelas kelihatan dalam Koperasi B dan Koperasi C, mereka memerlukan bantuan modal untuk mengembangkan perniagaan. Koperasi-koperasi tersebut juga mula memasuki tahap *expansion*. Pada tahap *expansion*, syarikat menumpu kepada pertumbuhan kewangan, kawalan penyelenggaraan, inovasi produk baru dan kajian terhadap pasaran. Misalnya, Koperasi C telah memikirkan bidang baru yang masih lagi tidak dibangunkan dalam industri pelancongan Sabah. Semua koperasi masih lagi belum mencapai tahap *maturity*, isu utama yang perlu difokuskan oleh pihak pengurusan adalah peningkatan kawalan dan produktiviti. Koperasi-koperasi tersebut masih menghadapi beberapa permasalahan kawalan seperti perlesenan dan isu-isu perundangan. Walaubagaimanapun, mereka dalam proses untuk mencari penyelesaian.

RUMUSAN DAN CADANGAN

Kajian kes yang melibatkan tiga koperasi yang menjalankan aktiviti pelancongan ini berjaya mendapatkan maklumat mengenai jenis-jenis aktiviti hiliran pelancongan yang dikendalikan oleh koperasi, prestasi koperasi, perancangan masa hadapan koperasi dan potensi perniagaan yang berkaitan industri pelancongan.

Hasil kajian menunjukkan semua koperasi tersebut mengusahakan pelbagai aktiviti hiliran pelancongan sebagai sumber pendapatan. Koperasi A mempunyai kedai cenderamata, menyediakan perkhidmatan pengangkutan, restoran, penyewaan peralatan menyelam, peralatan berkhemah, kemudahan penginapan (*chalet* dan hotel). Manakala Koperasi B pula memberi fokus kepada perkhidmatan penginapan berserta dengan pakej-pakej istimewa seperti *jungle trekking*, pakej mendaki gunung, pakej khas untuk pelajar, membuat produk kraftangan dan demonstrasi masakan tradisi. Koperasi B juga menawarkan perkhidmatan pengangkutan, rumah persinggahan (*lodge*), sewaan dewan mini, pemandu pelancong, kafeteria, studio foto, dan penghasilan produk peralatan traditional. Sementara itu Koperasi C memberi tumpuan kepada penyewaan bot kepada pelancong. Terdapat juga pakej pelancongan yang meliputi penginapan,

restoran, *river cruise*, kebudayaan, kraftangan dan membuat kuih tradisi. Hasil kajian ini jelas menunjukkan bahawa industri pelancongan menyediakan peluang perniagaan yang luas melalui pelbagai aktiviti hiliran yang berkembang untuk memenuhi permintaan pelancong.

Secara keseluruhannya, tiga koperasi yang menjalankan aktiviti pelancongan mencatat prestasi yang membanggakan hasil daripada pengembangan aktiviti pelancongan yang diceburi. Koperasi A misalnya yang bermula dengan kedai cenderamata, kini melebarkan sayap dalam aktiviti hiliran pelancongan seperti pengangkutan, penginapan, restoran dan pakej pelancongan. Begitu juga dengan Koperasi C yang hanya bermula dengan aktiviti menyewakan bot kepada pelancong, akhirnya mewujudkan permintaan pelancong terhadap keperluan restoran dan penginapan. Koperasi B juga berkembang dengan penawaran pakej-pakej penginapan kepada pelancong selain daripada menyediakan kemudahan penginapan semata-mata. Pengembangan aktiviti pelancongan ini menyumbang kepada penambahan perolehan dan melonjak prestasi koperasi-koperasi ini.

Cadangan berikut dikemukakan bagi membolehkan agensi dan pihak yang boleh membantu melonjakkan penyertaan koperasi dalam industri pelancongan sama ada yang berkait rapat dengan gerakan koperasi dan juga agensi yang terlibat dalam perkembangan pelancongan di Malaysia. Pertama, Maktab Koperasi Malaysia (MKM) yang menjadi sebuah pusat rujukan dan peneraju pembangunan modal insan koperasi yang unggul di Malaysia dalam bidang perkoperasian, MKM hendaklah merancang dan menyediakan kursus yang berkaitan dengan keperluan dalam menjalankan aktiviti hiliran pelancongan bagi menerapkan ilmu yang signifikan bagi membantu koperasi menjalankan perkhidmatan pelancongan. Kedua, Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) yang menjadi pendaftar koperasi pula seharusnya memainkan peranan yang lebih proaktif dengan memastikan koperasi yang menjalankan aktiviti hiliran pelancongan berupaya memperoleh perolehan yang tinggi dan signifikan kepada perolehan industri pelancongan dalam negara. Ketiga, Angkatan Kebangsaan Koperasi Malaysia (ANGKASA) perlu memainkan peranan mereka dengan lebih aktif untuk menjadikan bidang keberhasilan Pelancongan, Penjagaan Diri dan Kesihatan berupaya meningkatkan perolehan tahunan koperasi. Keempat, Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (MOTAC), Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia Negeri Sabah (motour Sabah) dan Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Alam Sekitar Negeri Sabah (KePKAS) diharapkan dapat membantu koperasi dalam melicinkan dan memudahkan pengurusan atau permohonan koperasi jika berkaitan dengan peruntukan yang dikawal oleh mereka seperti pemberian lesen homestay, lesen pemandu pelancong dan pengendali bas pelancong. Diharapkan juga semua Kementerian ini sentiasa membantu dalam promosi dan seterusnya menjemput koperasi menyertai kempen yang mereka adakan yang berkaitan dengan industri pelancongan.

RUJUKAN

- Asker S, Boronyak L., Carrard N., & Paddon M. (2010). *Effective community based tourism: a best practice manual*. Gold Coast, Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Badaruddin Mohamed., & Nikmatul Adha Nordin. (2007). *Perancangan pelancongan*. Malaysia: Dawana Sdn. Bhd.
- Berita Harian. (Oktober 15, 2014). Sektor pelancongan negara tidak terjejas biarpun ditimpa masalah. *BH Online*. Dicapai daripada <http://www.bharian.com.my/node/11737>.
- Berita Harian. (Oktober 17, 2015). Sektor pelancongan beri sumbangan ketara kepada ekonomi negara-negara-Najib. *BH Online*. Dicapai daripada <http://www.bharian.com.my/node/89720>.
- Copp, C., & Ivy, R. (2001). Networking trends of small tourism businesses in post socialist Slovakia. *Journal of Small Business Management*, 39(4), 345-353.
- Eileen Ng. (2015). *Tourism in Malaysia is thriving*. Dicapai daripada <http://www.businessinsider.com/tourism-in-malaysia-is-thriving-2015-3?IR=T&r=US&IR=T>.
- European Confederation of Industrial and Service Cooperatives. Cooperatives active in tourism, boosting local wealth and social cohesion through sustainable jobs and activities. Retrieved from <http://www.cecop.coop/Cooperatives-active-in-tourism>.
- Frazier, B.J., & Niehm L.S. (2004). Exploring business information networks of small retailers in rural communities. *Journal of Development Entrepreneurship*, 9(1), 23-42.
- Geoffrey W., & Alister M. (2006). *Tourism: change, impacts and opportunities*. London: Pearson Education Limited.
- Gerhard Hoffstaedter. (2008). *Representing culture in Malaysian cultural thema parks: tensions and contradictions*. Australia: The University of Western Australia.
- Jamaluddin., Othman N., & Awang AR. (2012). Community based homestay programme: a personal experience. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (42), 451-459.
- Kayat K. (2013). *Community-based homestay programmes in Langkawi: are they successful?* In Proceedings of the 3rd regional conference on tourism research. Malaysia: Langkawi.

Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah. (2014). Program Desa lestari. Dicapai daripada <http://www.rurallink.gov.my/desa-lestari-2/>.

Ketibaan pelancong ke Sabah sehingga Mei 2016 jana RM2.852b – Masidi. (2016, Ogos 8). *Utusan Online*. Dicapai daripada <https://www.utusan.com.my/berita/wilayah/ketibaanpelancong-kesabahsehingggamei2016janarm2852bmasidi1.368003>.

Mat Zin Mat Kib (2016). Kumpulan etnik Dusun dan Kadazan di Sabah daripada pelbagai perspektif banci penduduk: Satu tinjauan awal dalam Mat Zin M.K., Christina A., & Ismail A. (Eds). *Pruralisme: Etnisiti Sabah dan Sarawak* (pp. 1-16). Kota Kinabalu: Universiti Malaysia Sabah.

Merriam, S. B. (2001). *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass Pub.

Norlida Hanim Mohd Salleh., Poo Bee Tin., Nor Ain Mokhtar., & Redzuan Othman. (2015). Analisis keperluan tenaga manusia dalam industri pelancongan di Malaysia. *Malaysian Journal of Mathematical Sciences*, 9(1): 161-174.

Pakshir L., & Nair V. (2011). Sustainability of homestay as a form of community-based tourism (CBT): A case study of the rural community in Bavanat-Iran. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 5-18.

Peaty D. (2009). Community-based tourism in the Indian Himalaya: Homestays and lodges. *Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities*, 2, 25-44.

Rafee YM., Jussem SW., Arshad AHA., Hakimihalim., Siri H., & Hassan MZA. (2012). Community based tourism-the attractions of ‘Embhan’ community in Kampung Semban, Sarawak. *BIMP-EAGA Journal of Sustainable Tourism Development*, 1(1), 11-20.

Yoeti O. A. (1988). *Pemasaran pelancongan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.