



KAJIAN PENAWARAN PRODUK BAHARU DESTINASI PELANCONGAN DI PULAU BESAR, MELAKA

(A Study on the Supply of a New Tourism Destination Product at Pulau Besar, Melaka)

Ezwani Azmi^{1,2*}, Rosniza Aznie Che Rose², Azahan Awang², Nawar A. Karim³

¹ Fakulti Pengurusan Hotel & Pelancongan, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Melaka, 78000 Alor Gajah, Malaysia

² Pusat Kajian Pembangunan, Sosial & Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43650 Bangi, Malaysia

³ Pejabat Perikanan Negeri Melaka, 75350 Batu Berendam, Malaysia

*Corresponding Author Email: ezwani.azmi@uitm.edu.my

Received: 5 September 2024 • Accepted: 10 April 2025 • Published: 30 April 2025

Abstract

The supply of new products has become a crucial approach to attract tourists to tourism destinations. Recognizing the importance of new destination product supply in the current era, this topic is increasingly discussed and developed among researchers and stakeholders to maintain competitiveness. In line with these developments, the objective of this research paper is to adopt a Framework for New Tourism Destination Products, as outlined in the article 'Innovative and Competitive: A Systematic Literature Review on New Tourism Destinations and Products for Tourism Supply'. The framework discussed previously was analyzed in a systematic literature review, primarily from secondary sources, and has not yet been empirically tested. Therefore, this paper aims to develop and extend research by empirically testing it on Pulau Besar. The method used is qualitative, employing an interview approach involving a total of 17 individuals from the supply perspective, including government agencies, entrepreneurs, asset owners and tenants. Subsequently, the data of the study were analyzed thematically. Findings indicate that all components of the framework for new destination product supply such as 1) Responsibility and involvement, 2) Geography and resources, 3) Innovation, 4) Diversity, 5) Trends and travel patterns, 6) Sustainability and 7) Marketing, are key components in the development of a tourism destination. The implications of this study not only contribute to scientific research but also provide references for policymakers and researchers in destination development.

Keywords: *Destination; New Product Supply; New Tourism Destination; Redevelopment of Destination; Tourism Framework*

Abstrak

Penawaran produk baharu telah menjadi satu pendekatan penting sebagai daya tarik para pelancong untuk ke destinasi pelancongan. Menyedari akan kepentingan penawaran produk baharu destinasi pada masa kini, topik ini semakin rancak dibincangkan serta dibangunkan dalam kalangan para penyelidik dan pihak berkepentingan untuk kekal berdaya saing. Sehubungan dengan perkembangan itu maka, objektif kertas kajian ini berhasrat untuk mengadopsi sebuah Kerangka Penawaran Produk Baharu Destinasi Pelancongan yang telah dikupas dalam artikel 'Innovative and Competitive : A Systematic Literature Review on New Tourism Destinations and Products for Tourism Supply'. Kerangka yang dibincangkan sebelum ini merupakan analisis dalam tinjauan sistematik literatur, secara sumber sekunder yang mana ianya tidak pernah lagi dibuktikan dalam kajian empirikal. Oleh itu, kertas kajian ini bertujuan untuk mengembangkan dan melanjutkan penyelidikan dengan pembuktian dalam kajian empirikal di Pulau Besar. Kaedah yang digunakan adalah secara kualitatif dengan pendekatan temubual dengan penglibatan sebanyak tujuh belas orang dari perspektif penawaran daripada agensi kerajaan, para pengusaha, pemilik aset dan penyewa. Seterusnya, hasil kajian dianalisa secara tematik. Penemuan menunjukkan bahawa kesemua komponen dalam kerangka penawaran produk baharu destinasi iaitu 1) Tanggungjawab dan penglibatan, 2) Geografi dan sumber, 3) Inovasi, 4) Kepelbagaian, 5) Trend dan corak perjalanan, 6) Kelestarian dan 7) Pemasaran merupakan komponen utama dalam pembangunan sebuah destinasi pelancongan. Implikasi terhadap kajian ini bukan sahaja dapat mengembangkan kajian saintifik tetapi juga menyumbang kepada rujukan para pelaksana dasar dan para penyelidik untuk pembangunan destinasi.

Kata kunci: Destinasi; Destinasi Pelancongan Baharu; Kerangka Pelancongan; Pembangunan Semula Destinasi; Penawaran Produk Baharu

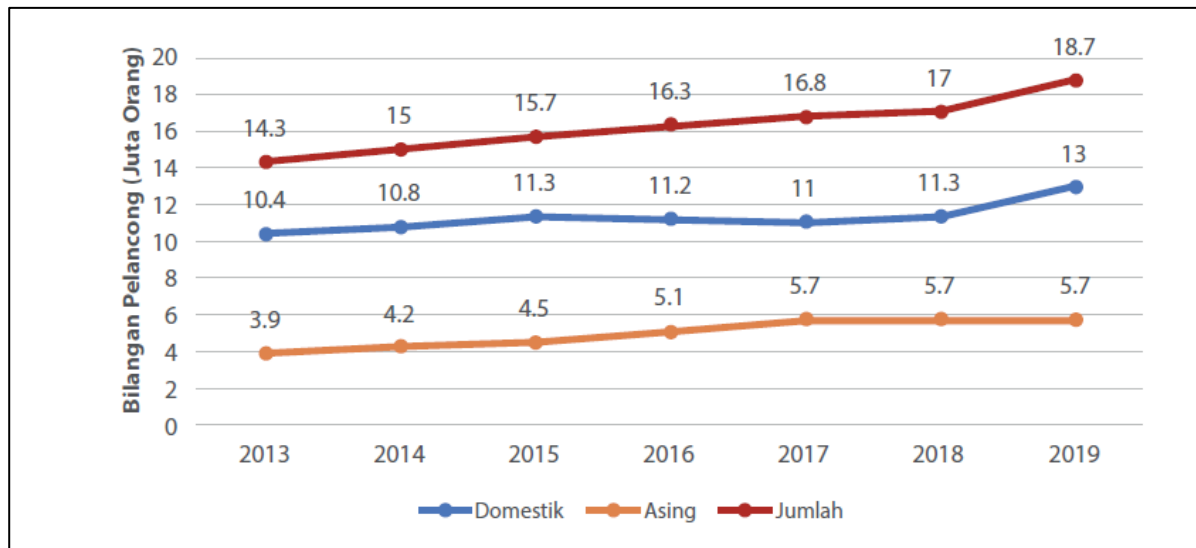
Cite as: Ezwani, A., Rosniza Aznie, C.R., & Azahan, A. (2025). A Study on the Supply of a New Tourism Destination Product at Pulau Besar, Melaka. *Asian People Journal*, 8(1), 28-52.

PENGENALAN

Melaka merupakan negeri bersejarah yang telah diiktiraf sebagai Tapak Warisan Dunia UNESCO pada tahun 2008 (Omar & Syahrul Mat Radzuan, 2021). Negeri Melaka begitu kaya dengan sumber sejarah, budaya dan kesenian telah memberi kesan positif kepada limpahan ekonomi melalui industri pelancongan. Negeri Melaka juga merupakan salah sebuah destinasi pelancongan terkenal yang amat bergantung kepada pasaran domestik. Data kedatangan pelancong menunjukkan bahawa pelancong domestik merupakan penyumbang terbesar yang mengunjungi negeri ini berbanding pelancong antarabangsa (merujuk kepada Rajah 1).

Bermula dari tahun 2013 lagi dengan jumlah 14.3 juta orang telah meningkat sehingga 18.7 juta orang pada tahun 2019. Paparan angka ini menunjukkan 70% pelancong adalah pelancong domestik yang kebanyakannya dari negeri Selangor, Kuala Lumpur, Johor, Negeri Sembilan dan Perak. Manakala 30% berbaki adalah dikalangan pelancong antarabangsa yang kebanyakannya dari negara Asia seperti Indonesia, Singapura, China, Vietnam dan Hongkong, tidak termasuk 2020-2021 yang mencatat penurunan di seluruh dunia akibat pandemik (Unit Perancang

Ekonomi Negeri Melaka, 2021). Angka yang dipapar menunjukkan bahawa pelancong domestik amat signifikan dan mempengaruhi perkembangan industri pelancongan. Pelancong domestik biasanya akan menggunakan segala ruang, aktiviti dan penawaran pemyedia perkhidmatan sepanjang melakukan perjalanan mereka (Ahmad Saidi et al., 2020).



Rajah 1: Statistik Kedatangan Pelancong ke Negeri Melaka 2013-2019

Sumber: (Unit Perancang Ekonomi Negeri Melaka, 2021)

Sehubungan dengan tumpuan pelancong di Negeri Melaka, kerajaan semakin merancakkan pertumbuhan produk pelancongan di negeri ini. Kerajaan Negeri Melaka juga menunjukkan satu corak jelas dengan menekankan pembangunan produk destinasi baharu untuk memastikan kemampanan industri pelancongan di negeri ini berterusan. Melalui Pelan Strategik Melakaku Maju Jaya 2035, Dasar Pembangunan Negeri dan laporan belanjawan turut mempamerkan kebergantungan Negeri Melaka terhadap penawaran produk baharu dalam proses melestarikan negeri tersebut. Dasar Pembangunan Negeri Melaka menerusi rancangan dan visi menjelang tahun 2035 misalnya meletakkan sasaran *Melaka Key Result Area* (MKRA) bagi strategi yang keempat, *flagship* enam iaitu “Membangunkan Pelbagai Produk Baharu dan Menaik Taraf Produk” (Unit Perancang Ekonomi Negeri Melaka, 2021).

Produk pelancongan baharu seseungguhnya berpotensi menarik ramai pelancong yang baru ke sesuatu destinasi. Tambahan pula dengan era globalisasi, pelbagai pendekatan baharu sedang dilaksanakan untuk mewujudkan daya saing. Kajian mengenai penawaran produk baharu destinasi pelancongan perlu diberi perhatian. Sehingga kini, penyelidikan yang menyeluruh tentang penawaran produk baharu agak kurang dijalankan. Terbaharu, terdapat kajian rangka kerja elemen penawaran produk baharu destinasi yang telah dibentuk dari kajian sistematik literatur oleh (Azmi et al., 2023) tetapi tidak dibuktikan lagi secara empirikal. Oleh itu, kajian ini bertujuan menganalisis elemen penawaran produk baharu destinasi dengan mengadopsi cadangan kerangka kerja ke atas kajian kes di Pulau Besar dan pulau sekitar dalam kluster yang sama. Signifikan ke atas kajian ini adalah dengan pembuktian rangka kerja dijalankan secara saintifik dan kajian dari sumber primer. Seterusnya, kajian ini

akan menyumbang kepada kekuatan perancangan pembangunan produk baharu destinasi bagi kemampanan industri pelancongan.

SOROTAN LITERATUR

Konsep Destinasi

Konsep destinasi pelancongan mula diperkenalkan dalam lingkungan tahun 1970-an oleh N. Leiper, sebagai salah seorang yang terawal mengupas konsep destinasi dalam pelancongan. Secara sejarah, tafsiran geografi mengenai destinasi pelancongan yang diberikan N. Leiper adalah, "lokasi yang menarik pelancong untuk tinggal sementara, dan mempunyai ciri-ciri khusus secara semula jadi yang menyumbang kepada tarikan" (Aleksanyan, 2020). Manakala beberapa penyelidik lain pula menafsirkan destinasi sebagai titik tumpuan bagi aktiviti pelancongan (Fyall & Garrod, 2020), suatu tempat atau kawasan geografi di mana individu mahupun kumpulan datang melawat dan bercuti dengan adanya pembangunan, perkhidmatan, elemen penawaran tertentu dalam bentuk produk dan perkhidmatan (sama ada asas semulajadi atau pun buatan manusia) bertujuan untuk memenuhi keperluan pengunjung dalam dan luar negara (Baggio & Caporarello, 2014).

Produk Baharu Pelancongan

Produk baharu dalam pelancongan dikatakan sebagai 'sesuatu yang belum pernah dialami dan diketahui dalam kalangan pelancong sama ada dari segi aktiviti yang ditawarkan mahupun pengalaman destinasi', berpotensi menarik ramai pelancong baru ke sesuatu destinasi (Azmi et al., 2023). Menurut Song & Feng (2021), produk baharu dalam industri hospitaliti adalah produk baharu (membolehkan masuk ke pasaran yang sudah sedia ada untuk pertama kali); tambahan kepada produk sedia ada atau penambahbaikan kepada produk sedia ada (produk baharu yang memberikan prestasi yang lebih baik atau nilai yang lebih tinggi serta menggantikan produk yang sedia ada). Vumbunu (2020) membincangkan kajian tentang pembangunan produk turut menyenaraikan beberapa jenis produk baharu mengikut tahap kebaruan seperti di Jadual 1.

Jadual 1: Jenis dan tahap produk baharu

Jenis produk baharu	Tahap Baharu
Produk sangat baharu	Baharu sepenuhnya
Senarai produk baharu	Tinjauan pasaran baharu
Tambahan kepada senarai produk sedia ada	Tambahan
Penambahbaikan dan semakan kepada sedia ada	'Nilai' tambah
Mengubah sasaran	Pengenalan pasaran baharu
Pengurangan kos	Prestasi yang sama

Sumber: Cooper dan Hall (2013) yang diambil dari Vumbunu (2020)

Produk baharu membawa kepentingan kepada sektor pelancongan dari segi mengubah imej serta persepsi yang baharu terhadap sesebuah destinasi (Kim & Kim, 2020), menggalakkan penawaran produk pelancongan yang kreatif (Farkic et al., 2021), kepelbagaian produk (Jónás-Berki et al., 2014; Saarinen et al., 2014), membaik pulih dan menaikkan taraf produk (Jesus, 2016), serta menambah produk sedia ada (Eckert & Pechlaner, 2019). Sama ada untuk menyelesaikan sesuatu keadaan dan masalah dengan memberi lebih pilihan kepada seseorang. Dari sudut pelancongan, potensi produk baharu mendatangkan banyak manfaat dengan peluang pendapatan masyarakat dan

pembangunan untuk menjadi daya saing dalam pemilihan destinasi pelancong (Nguyen et al., 2021; Gardiner, 2021).

Kerangka Produk Baharu Destinasi Pelancongan

Kerangka komponen produk baharu destinasi Azmi et al. (2023) dibentuk daripada kajian tinjauan literatur secara sistematik. Hasil saringan artikel penyelidikan mengikut prosedur, sebanyak 23 artikel telah dianalisis secara tematik. Komponen yang terlibat dengan penawaran destinasi dan produk baharu pelancongan adalah; (a) Tanggungjawab dan penglibatan, (b) Geografi dan sumber, (c) Inovasi, (d) Kepelbagaian, (e) Trend dan corak perjalanan, (f) Kemampanan, dan (g) Pemasaran. Sehubungan dengan kajian yang dijalankan, komponen produk baharu ini diadopsi kepada kajian kes artikel ini sebagai pembuktian kajian yang telah dijalankan secara empirikal. Tambahan lagi, penawaran produk baharu merupakan antara asas utama kepada pembangunan destinasi pelancongan. Novais (2018) mengakui bahawa penawaran pelancongan adalah satu prestasi mentransformasikan potensi destinasi kepada sesuatu yang mendatangkan keberhasilan serta penawaran produk kepada pelancong. Oleh itu, hasil kajian ini menunjukkan kepercayaan bahawa penawaran produk baharu merupakan salah satu strategi untuk memperkenalkan atau memulihkan sesebuah destinasi pelancongan. Terdapat kajian yang menghasilkan kerangka produk baharu seperti Santos, Ferreira, Costa & Santos (2020), tetapi menunjukkan transformasi pengalaman pelancongan secara proses yang berperingkat. Kajian seperti Gardiner & Scott (2018) membentangkan kerangka dengan memfokuskan kepada inovasi dalam memberi pengalaman kepada pelancong. Manakala kerangka kajian Azmi et al. (2023) yang dipilih ini menekankan keterlibatan dalam tindakan penawaran produk baharu destinasi pelancongan seperti dalam Jadual 2.

Jadual 2: Penawaran Produk Baharu Destinasi Pelancongan hasil tinjauan kajian sistematik

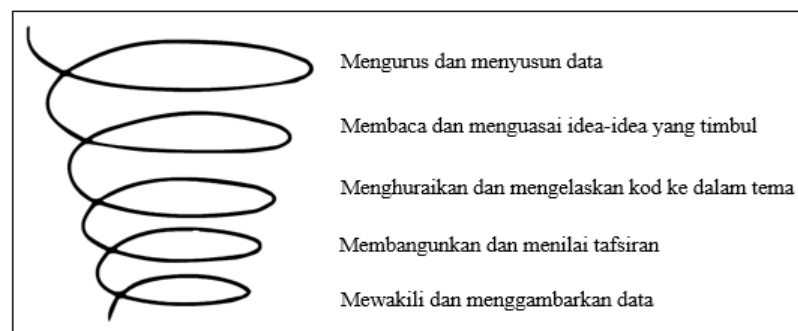
Tujuh elemen utama
Geografi dan Sumber
Tanggungjawab dan Penglibatan
Trend dan Corak Perjalanan
Inovasi
Kepelbagaian
Pemasaran dan Sasaran Pasaran
Kelestarian
Sumber: Adopsi dari kajian (Azmi et al., 2023)

METODOLOGI

Kajian ini berasaskan pendekatan kajian kes dengan menggunakan kaedah kualitatif untuk mengkaji destinasi dari perspektif penawaran. Pendekatan ini paling sesuai digunakan untuk menerangkan interaksi sosial dan kesan terhasil dalam sempadan sistem atau komuniti (Yin, 2018). Disamping itu, reka bentuk kajian kes dapat memfokuskan penyelidikan dalam lingkungan ruang dan masa pada spesifik kes (Neuman, 2014; Schoch, 2020). Maklumat di Pulau Besar dikutip dan dikumpulkan menerusi temubual secara teknik persampelan bertujuan yang biasanya digunakan dalam penyelidikan melibatkan penerokaan dan penyelidikan lapangan. Hasil maklumbalas yang diberikan membolehkan pengkaji memberi tumpuan mendalam pada sesuatu fenomena (Schoch, 2020). Temubual secara mendalam telah melibatkan seramai 17 orang yang meliputi wakil daripada organisasi atau agensi

kerajaan majoriti dalam kalangan pegawai tinggi, para pengusaha, pemilik aset dan penyewa. Pertimbangan pakar diperlukan dalam memberi data mengikut kes dan bertujuan (Neuman, 2014). Data temubual ini kemudiannya ditranskrip semula ke dalam bentuk dokumen dan dianalisis mengikut sub tema.

Selain mengutip data menerusi temubual mendalam, teknik pengumpulan data secara pemerhatian melalui kajian lapangan turut dilakukan penyelidik. Teknik kajian lapangan dan pemerhatian yang dijalankan memerlukan kreativiti dengan memiliki sifat-sifat seperti 1) Kefahaman 2) Keterbukaan dan keghairahan 3) Pemahaman sendiri dengan keupayaan memahami reaksi sendiri. Alatan pemerhatian pula melibatkan video kamera dan perakam suara serta buku nota untuk memudahkan catitan penyelidik. Selanjutnya, setelah skrip telah ditranskripsi, analisis data dijalankan dengan berpanduan tiga strategi iaitu penyediaan dan penyusunan data untuk analisis, mengurangkan data ke dalam tema melalui proses pengekodan. Secara umum, kajian ini menggunakan lingkaran analisis data oleh Creswell & Poth (2018), sebagai panduan sewaktu proses analisis ini dibuat. Lingkaran analisis data melibatkan proses seperti dalam Rajah 2.



Rajah 2: Langkah analisis data secara umum
Sumber: Adopsi kajian (Creswell & Poth, 2018)

Latar Belakang Lokasi Kajian

Pulau Besar merupakan pulau yang menjadi tumpuan sejak berkurun lagi di sekitar abad ke-15, tempat persinggahan di Selat Melaka dalam kalangan para nelayan dan pedagang untuk mendapatkan bekalan air bersih, makanan dan kayu api sebelum menunggu giliran untuk berlabuh di Pelabuhan Melaka. Menurut penyelidik dan sumber Perbadanan Muzium Melaka, kewujudan Pulau Besar turut dirujuk dari catatan Ma Huan tahun 1433 yang diterjemahkan dalam karya Ying-Yai Sheng Lan sebagai Pulau Air atau Wu Shu oleh para pedagang China (Mills, 1970; Meerangani et al., 2020). Kemasyhuran Pulau Besar sebagai pusat bekalan air bersih dalam kalangan pedagang dan pengembara, maka secara tidak langsung menjadi pusat tumpuan untuk para pendakwah Islam memperkenalkan serta mengembangkan ajaran Islam. Majoriti daripada pendakwah berperanan menyebarkan Islam menerusi pembinaan madrasah dan pusat pengajian bagi membantu masyarakat tempatan mendalami Islam dengan lebih baik (Meerangani, 2020; Meerangani, Sazali & Hamid, 2020).

Kini, tarikan utama Pulau Besar adalah warisan hasil peninggalan makam yang dikatakan makam para wali serta ahli ulama tersohor iaitu Syeikh Ismail Abdul Qadir atau dikenali sebagai Sultan Al-Arifin, telah menjadi motif utama kepada para penziarah ke Pulau Besar. Selain itu, Pulau Besar juga menjadi tarikan pelbagai kubur dan makam yang tidak diiktiraf dan tiada bukti asal usulnya. Terdapat pelbagai motif lain pengunjung yang mengunjungi Pulau Besar seperti mempelajari ilmu persilatan, pengamal ilmu perubatan tradisional dan

pengunjung yang mempunyai hajat dan niat tertentu (Ismail et al., 2022). Secara umumnya, majoriti pelancong di Pulau Besar merupakan pengunjung yang dikategorikan sebagai penziarah atau pengamal aktiviti kerohanian tetapi turut melakukan aktiviti riadah ringkas bersama ahli keluarga seperti bermandi manda dan berkelah.

Pada tahun 2019, pihak kerajaan Negeri Melaka telah mengambil pendekatan yang lebih progresif untuk melakukan perubahan ke atas pulau-pulau di Melaka. Tindakan yang dilakukan seperti mengenalpasti potensi yang boleh dibangunkan dan berhasrat untuk menaiktaraf infrastruktur kepulauan negeri ini. Antara pulau yang sedang difokuskan adalah Pulau Besar, Melaka dan pulau sekitar kluster Pulau Besar seperti Pulau Nangka, Pulau Undan dan Pulau Dodol. Pihak berkuasa turut memantau dan mengkaji masalah yang berlaku di Pulau Besar dalam proses mengangkat pulau ini sebagai salah satu destinasi pelancongan bagi menyokong ekonomi bagi sektor pelancongan di Negeri Melaka. Berikutan aktiviti-aktiviti yang semakin kuat terarah kepada amalan khurafat serta amalan kepercayaan individu dan kumpulan tertentu, pihak kerajaan Negeri Melaka telah bertindak melakukan 'pemulihan' seperti menggali kubur-kubur yang tiada catatan dan salasilah, menghalang penceroboh atau penduduk haram, membina kerjasama pelbagai agensi dan membangunkan semula Pulau Besar.

HASIL DAN PERBINCANGAN

Demografi Informan

Informan utama bagi kajian ini secara total sebanyak 17 orang wakil daripada agensi kerajaan, para pengusaha, pemilik aset dan penyewa bagi fokus kajian yang meliputi perspektif penawaran. Temubual yang dijalankan adalah secara separa berstruktur, bersesuaian kerana kaedah ini lebih fleksibel. Walaupun terdapat beberapa soalan standard yang sudah disediakan, temubual separa berstruktur memberi ruang untuk menambah soalan atau menyesuaikan soalan mengikut situasi yang berlaku. Ia lebih bersifat peribadi dan unik kerana menggunakan soalan terbuka yang membolehkan pelbagai jenis jawapan yang lebih mendalam (Naz et al., 2022). Selain itu, pengkaji biasanya mempunyai rangka kerja atau tema-tema yang perlu diterokai. Meskipun terdapat kebebasan untuk menyesuaikan soalan mengikut perbualan, pengkaji mempunyai panduan mengenai topik-topik yang ingin dibincangkan (Ruslin et al., 2022), bersesuaian dengan kerangka kerja yang diadopsi dalam kajian ini.

Informan terdiri daripada 16 orang lelaki dan 1 orang informan dalam kalangan wanita. Umur informan bermula dari 20an sehingga ke 60an. Manakala kategori kaum majoriti terdiri daripada Melayu dan seorang daripada India Muslim. Informan mempunyai pelbagai kelayakan akademik antaranya, seorang memiliki Ijazah Sarjana, tujuh orang mempunyai Ijazah Sarjana Muda, tiga orang memiliki diploma dan enam orang minimum SPM. Dari segi pengalaman kerja, tiga orang informan mempunyai pengalaman kerja di bawah daripada sepuluh tahun dan empat belas orang informan yang lainnya mempunyai pengalaman kerja lebih sepuluh dan dua puluh tahun pengalaman di dalam bidang yang mereka ceburi. Pengalaman kerja ini menunjukkan bahawa para informan telah lama berkhidmat dan bekerja dalam industri semasa. Sampel yang dipilih untuk di temu bual adalah mereka yang terlibat secara langsung dengan aktiviti dan pembangunan pelancongan di lokasi kajian. Para informan ini merupakan barisan penting yang berperanan dan berfungsi dalam merencanakan perkembangan destinasi kajian. Maka mereka mempunyai pengetahuan luas dengan kawasan kajian (Rachmawati & Fountain, 2020).

Tema Mengikut Komponen Penawaran Produk Baharu Destinasi

Hasil kajian menunjukkan tujuh komponen penting yang mempamerkan pelbagai indikator dalam proses penawaran produk baharu destinasi pelancongan. Hasil kajian ini turut menemukan pembaharuan faktor perubahan yang berlaku disebabkan proses pemulihan destinasi pelancongan di Pulau Besar, Melaka seperti yang diringkaskan

dalam Jadual 3. Selain Pulau Besar, penawaran produk baharu turut dikembangkan di pulau-pulau sekitarnya bagi menaikkan sebuah produk pelancongan dengan tema baharu iaitu pelancongan pulau yang sebelum ini tidak disenaraikan dalam sektor utama pelancongan negeri ini.

Jadual 3. Komponen perubahan penawaran produk baharu destinasi pelancongan

Komponen	Penanda	Perubahan - Penawaran produk baharu destinasi
Geografi dan Sumber	• Aset semulajadi pulau • Tarikan di darat dan di laut • Kedudukan, lokasi destinasi • Aksesibiliti, kemudahan • Sumber sejarah, budaya warisan • Pelbagai cadangan dan perancangan baharu	• Penerokaan baru khazanah laut dan darat • 16 buah pulau diiktiraf selepas kajian (enam buah pulau berdekatan, kluster Pulau Besar Pulau Undan, Pulau Lalang, Pulau Dodol, Pulau Hanyut, Pulau Serimbun dan Pulau Nangka) • Produk baharu
Tanggungjawab dan Penglibatan	• Pembentukan organisasi khas • Kerjasama dan kolaborasi • Sektor awam • Kerjasama pihak berkepentingan • Peranan setiap bahagian	• Penubuhan jabatan baharu • Pembentukan komite baharu • Pelbagai program baharu dianjurkan • Penguatkuasaan semakin diperhebatkan
Trend dan Corak Perjalanan	• Perubahan corak perjalanan • Mengikut trend? • Kedatangan pengunjung	• Menambah pilihan perjalanan • Mengubah trend perjalanan • Corak pelawat mula berubah • Tumpuan kedatangan berubah
Inovasi	• Penciptaan baharu dan peningkatan produk baharu • Pasaran baharu • Inovasi pengalaman	• Pengenalan produk baharu • Menerokai potensi lain
Kepelbagaian	• Kepelbagaian tarikan • Tambahan produk sedia ada • Kepelbagaian aktiviti	• Pembentukan tema baharu pelancongan
Pemasaran dan Sasaran Pasaran	• Media • Penjenamaan • Pemasaran melalui penganjuran program • Publisiti masyarakat • Meluaskan pasaran sasaran	• Pengenalan produk melalui media sosial • Usaha mengubah imej dan stigma masyarakat • Cadangan penjenamaan semula • Produk baharu sebagai alat promosi destinasi • Menambah atau mengubah pasaran sasaran
Kelestarian	• Alam sekitar • Ekonomi • Sosiobudaya	• Aktiviti konservasi dan pemuliharaan • Menambah habitat • Peningkatan penglibatan servis masyarakat • Pertambahan mata pencarian • Ekonomi terkesan • Perubahan identiti destinasi • Pengawalan gejala negatif

Sumber: Penyelidik

Geografi dan Sumber

Melaka merupakan negeri yang begitu terkenal dengan warisan sejarah tetapi kurang dikenali dengan produk tarikan berasaskan alam. Pembuktian tercatat dengan subsektor industri pelancongan Negeri Melaka sebelum ini tidak menyenaraikan kepulauan di Melaka sebagai sebuah produk pelancongan Pulau seperti dalam 13 Sub Sektor Pelancongan Negeri Melaka yang terkenal, iaitu pelancongan sejarah, budaya, sukan, rekreasi, membeli belah, konvensyen, kesihatan, makan-makan, pendidikan, agro, Melaka Rumah Keduaku, pelancongan belia dan pelancongan eko (Unit Perancang Ekonomi Negeri Melaka, 2021). Walaubagaimanapun, hasil analisis kajian ini mendapati, aset semulajadi kepulauan di Melaka berupaya menjadi tarikan pelancongan. Aset semulajadi yang diperolehi menunjukkan tarikan pulau-pulau di Negeri Melaka bukan sahaja di daratan tetapi juga harta di lautan.

Aset daratan di Pulau Besar dengan latar belakang dan sejarah Pulau Besar menunjukkan bahawa pulau ini telah terbentuk sebagai destinasi penziarahan yang terkemuka, menzahirkan sebuah tarikan berunsurkan kebudayaan dan keagamaan. Terdapat peninggalan kesan-kesan seperti perkuburan ulamak yang membawa kepada sebuah kepercayaan sebagai pulau keramat secara turun temurun sehingga ke hari ini. Secara tidak langsung membentuk aktiviti pemakaman serta kerohanian. Justeru itu, para pengunjung dan pelancong yang mengunjungi adalah dalam kalangan para penziarah dan penggiat aktiviti spiritual. Kisah, keturunan dan latar belakang Sultan Al-Arifin menjadi penguat utama kunjungan para penziarah di Pulau Besar ini turut dirujuk dalam Buku Tambo Pulau di Mulaqah yang ditulis oleh Ismail et al. (2022) terbitan Perbadanan Muzium Melaka. Para informan seperti IN1, IN11, IN12, IN13, IN14 dan IN15 turut mengakui, Makam Sultan Al-Arifin sememangnya dianggap sebagai keramat dalam kalangan masyarakat dan kawaliannya seperti yang didakwa oleh para informan,

“...Pulau Besar telah wujud sekian lama, jika kita lihat Era 70an dan Era 80an, orang sering berkunjung ke pulau besar semata2 untuk mengunjung makam Sultan Sheikh Ariffin Ismail...”

(Informan IN1)

Hasil kajian lapangan turut mendapati, Pulau Besar menjalani proses pembangunan secara penjenamaan semula dengan tindakan kerajaan membaik pulih infrastruktur dan menambah fasiliti seperti laluan pejalan kaki, tandas awam, pusat informasi, tempat beriadah di pesisiran pantai untuk tujuan pelancongan. Selain itu, kedudukan Pulau Besar memperlihatkan pemandangan indah pulau-pulau kecil yang lain seperti Pulau Lalang, Pulau Serimbun dan pelbagai jenis pulau dihidangi semasa dalam perjalanan menaiki bot. Sekiranya dilihat dari kaca mata pengunjung yang berada di dalam Pulau Besar memperlihatkan dari jauh pemandangan Gunung Ledang dan Muar, Johor yang bersempadan dengan Negeri Melaka. Manakala, tiga buah pulau iaitu Pulau Dodol, Pulau Nangka dan Pulau Undan di dalam gugusan Pulau Besar telah diiktiraf sebagai Taman Laut Negeri Melaka disebabkan penemuan khazanah laut seperti spesis batu karang yang cantik. Potensinya, akan menjadi produk tambahan sebagai menyokong aktiviti pelancongan di Pulau Besar. Kawasan perlindungan marin di Malaysia telah bermula sejak tahun 1983. Berdasarkan Pelan Strategik Jabatan Taman Laut Malaysia (JTLM) 2016 - 2020, sewaktu ini perairan di 42 buah pulau di Malaysia telah digazetkan sebagai taman laut. Pelaksanaan kawasan perlindungan marin bertujuan untuk memelihara dan melindungi biodiversiti marin negara serta memastikan kelestarian sumber marin untuk generasi akan datang (Abidin et al., 2024). Pewartaan Taman Laut ini juga disertakan dengan peraturan dan undang-undang bagi melindungi keadaan semula jadi kepulauan dan persekitaran laut.

Berbanding dengan aktiviti kepulauan Negeri Melaka seperti di Pulau Besar sebelum ini, pengunjung yang hadir menumpukan kepada satu aktiviti utama iaitu penziarahan makam. Manakala aktiviti perkhemahan dan mandi laut sebagai aktiviti sampingan. Tetapi kini, tarikan pulau-pulau lain di sekitar Pulau Besar akan menawarkan lebih produk pelancongan di pulau ini. Maka, produk pelancongan di Pulau Besar lebih relevan untuk dipakejkan dengan penambahan penawaran pelbagai aktiviti seperti *Island Hopping*, selam skuba, snorkel di pulau sekitar. Perkara ini turut disahkan oleh beberapa informan dalam kalangan pemandu bot dan pegawai yang terlibat seperti informan IN5, IN7 dan IN9.

“... fokus kita di Taman Laut memang nak wujudkan aktiviti snorkel dan selam skuba supaya orang boleh nampak ‘jenama’ Taman Laut. Macam pergi Pulau Payar.. Kita pergi Taman Laut dia kita dah nampak ‘coral’, ikan. ‘Jenama’ tu yang kita nak. Biar orang yang datang tu mencapai objektif dia. Nampak kehidupan marin. Sebulan 2 kali dalam 10 hari yang boleh pergi tengok tiga pulau ni...”

(Informan IN5)

Seterusnya, dapatan kajian turut menemukan elemen tarikan di Pulau Nangka. Pulau Nangka mempunyai imej yang berbeza disebabkan pernah dikenali sebagai “pulau harta karun” di akhbar-akhbar tempatan. Hal ini disebabkan Pulau Nangka pernah menjadi pusat pencarian harta karun dengan aktiviti cari gali secara komersial dan besar-besaran. Dahulunya, penyelidikan kewujudan harta karun pernah dijalankan menggunakan mesin pengesan di pulau ini. Situasi ini dikatakan misteri kerana mesin tersebut menunjukkan keputusan yang positif tetapi apabila digali dikatakan tiada bukti nyata yang dapat ditemui seperti yang didakwa oleh informan IN1 dan IN3.

“...Pulau Nangka tiada apa-apa lagi, tidak didiami. Kalau perasan dulu Pulau Nangka ini dikaitkan dengan harta karun, malahan sampai ke pengetahuan Tuan Yang Terutama dan Ketua Menteri. Terdapat kajian terperinci dibuat, imbas menggunakan macam-macam teknologi, macam-macam kaedah dan dipercayai ada. Tetapi apabila cari gali semua tak ada, tak jumpa. Pendapat peribadi, saya percaya benda itu ada tapi di alam dia la. Saya nak kata tak percaya pun, teknologi semua ‘check’ ada. Bila gali tak jumpa, bila gali tak jumpa...”

(Informan IN3)

Hasil kajian lapangan melalui pemerhatian ikut serta yang dijalankan di Pulau Nangka menunjukkan bahawa pulau ini berpotensi besar untuk dibangunkan sebagai sebuah produk pelancongan yang menarik. Perjalanan untuk merentas hutan di Pulau Nangka ini tidak begitu sukar dan memakan masa hanya beberapa minit sahaja (anggaran 10 minit) untuk sampai ke kawasan kesan cari gali harta karun. Selain itu, hasil pemerhatian ikut serta yang dijalankan turut mendapati, kedudukan Pulau Nangka merupakan pulau yang amat strategik kerana berkedudukan di tengah-tengah antara Pulau Dodol dan Pulau Undan. Kedudukan Pulau Nangka setelah mendaki dapat dihidangi dengan pemandangan Pulau Undan seperti di dalam Gambar 1.



Gambar 1: Pemandangan Pulau Undan daripada kedudukan Pulau Nangka bersama konsultan
Sumber: Gambar diambil pengkaji sewaktu kerja lapangan

Manakala, dari segi lokasi dan kedudukan Pulau besar di dalam Negeri Melaka ini meunjukkan kekuatan dari segi aksesibiliti, seperti kemudahsampaian dan kebolehcapaian. Pulau Besar mempunyai jarak yang tidak terlalu jauh dari darat ke pulau. Jika pengunjung menaiki bot dari Jeti Umbai dan Jeti Anjung Batu, ia hanya memakan masa lebih kurang 7-10 minit sahaja untuk sampai ke Pulau Besar. Manakala, jarak jeti-jeti ini dengan Bandar Melaka pula hanya lebih kurang 20-30 km. Kedudukan Pulau Besar yang tidak jauh daripada pusat bandar sebenarnya menjadi satu kelebihan sebagai destinasi tambahan sekiranya sampai di Melaka.

Pulau Besar berpotensi menjadi pusat pulau utama bagi kepulauan di Negeri Melaka dengan kelengkapan dan kemudahan yang boleh diperhebatkan lagi. Disamping perluasan tarikan dikembangkan dengan potensi pulau-pulau sekitar seperti Pulau Dodol, Pulau Nangka dan Pulau Undan, mempunyai potensi besar sebagai tarikan sama ada di darat mahupun di laut. Malah, boleh diperluaskan dengan pelbagai tarikan sama ada berbentuk keagamaan dan kebudayaan, rekreasi, marin yang boleh ditawarkan oleh operator kreatif untuk memeriahkan penawaran destinasi di sini. Pembentukan pelbagai tarikan berupaya membentuk pakej pelancongan alternatif sebagai salah satu kaedah untuk memasarkan pelancongan (Mutana & Zinyemba, 2013).

Tanggungjawab dan penglibatan

Hasil kajian yang dijalankan di Pulau Besar menunjukkan tanggungjawab dan peranan yang diambil oleh pegawai pembangun serta agensi kerajaan yang terlibat untuk membangunkan semula destinasi ini serta penglibatan kerjasama daripada pelbagai pihak lain. Pembangunan di Pulau Besar mula dijalankan secara progresif semenjak pihak kerajaan memberikan perhatian kepada destinasi ini. Pemulihan Pulau Besar dimulakan dengan pembentukan organisasi khas. Fokus terhadap pemulihan semula dan penerokaan potensi pelancongan baharu berasaskan pulau-pulau di Negeri Melaka ini dimulakan dengan penubuhan Majlis Pembangunan Pulau-Pulau Melaka (MPPM) sebagai inisiatif utama dalam proses ini.

Semenjak Majlis Pembangunan Pulau-Pulau Negeri Melaka ditubuhkan, terdapat perubahan ketara yang positif dalam pengurusan di Pulau Besar terutamanya dalam pembangunan dan pemantauan yang berterusan. Perkara ini telah disahkan oleh informan IN1, IN2, IN3, IN8, IN15 dan IN17 yang rata-rata daripada pelbagai latar belakang portfolio kerja. Sebagai contohnya informan IN14 telah menyaksikan perubahan yang besar berlaku melibatkan pengurusan Pulau Besar semenjak tertubuhnya Majlis Pembangunan Pulau-Pulau (MPPM). Tambahan lagi, struktur Pulau Besar yang mempunyai hak milikan tanah dan bangunan yang berbeza-beza disatukan dalam hubungan kerjasama di bawah MPPM.

“...semenjak penubuhan Majlis Pembangunan Pulau-Pulau ni lebih teratur dan lebih terancang berbanding sebelum ini dimana, tak ada satu garis penyatuan antara entiti swasta dan entiti kerajaan. Titik pertemuan tidak ada. Sebelum ini lebih kepada ‘saya buat apa yang saya nak’, ‘awak buat apa yang awak nak’. Jadi sekarang ni selepas MPPM bawa kita semua, keadaan nampak lebih baik, masa hadapan yang lebih cerah berbanding tahun-tahun sebelum ini. Meskipun jauh lagi perjalanan tetapi sekurang-kurangnya langkah telah mula diambil...”

(Informan IN14)

Antara maklumbalas yang diberikan informan tentang MPPM adalah tindakan perubahan yang diusahakan seperti kemudahan awam yang telah dibangunkan, naik taraf kawasan, kerjasama antara organisasi dan pelbagai agensi yang telah disatukan, mengubah persepsi tentang Pulau Besar serta mendapat sokongan daripada kerajaan untuk setiap tindakan di Pulau Besar. Hasil dapatan yang diperolehi, para informan menampakkan hala tuju yang lebih jelas dalam membangunkan Pulau Besar semenjak tertubuhnya MPPM. Hal ini menunjukkan, pihak kerajaan memainkan peranan yang paling penting dalam segala pelaksanaan berkaitan dengan pembangunan, dasar dan tindakan dalam membangunkan destinasi. Kajian ini selari dengan dengan beberapa kajian lain seperti D’Hauteserre & Funck (2016), Eckert & Pechlaner (2019), Jesus (2016) dan Bire (2021) yang mendedahkan bahawa inisiatif pembangunan baharu biasanya digerakkan oleh pihak kerajaan.

Disamping itu, kerjasama antara agensi dan pihak kerajaan semakin erat semenjak pembentukan komite yang dipanggil sebagai “*steering committee*” bagi menyelaraskan sebarang isu berkaitan Pulau Besar. Komite ini baru sahaja setahun dibentuk agar memudahkan perbincangan dan mendapat kata sepakat dalam membuat keputusan seperti yang dimaklumkan oleh informan IN2 dan IN15. Pembentukan *steering committee* merupakan salah satu usaha baru yang dilaksanakan bagi menjaga Pulau Besar. Jawatankuasa tersebut dipengerusikan oleh Exco Agama dan ahli-ahli jawatankuasa pula diwakili oleh pelbagai pihak yang terlibat sebagai contohnya pemilik aset, para pegawai tertinggi yang mempunyai peranan melibatkan pulau ini. Tidak kira sama ada dari pihak swasta mahu pun agensi kerajaan. Kewujudan jawatankuasa ini menunjukkan bahawa semua pihak yang terlibat mempunyai landasan untuk menyuarakan pandangan, menyalurkan maklumat dengan lebih efisien dan memastikan setiap keputusan yang dibuat berkaitan dengan pulau ini adalah lebih adil dan lancar. Pihak swasta dan agensi-agensi yang lain mempunyai limitasi dari segi kuasa dalam membuat keputusan dan tindakan. Oleh sebab itu, (Mozumder, Uddin, Schneider, Islam, & Shamsuzzaman, 2018) telah mencadangkan pihak kerajaan dan pemegang taruh pengkomersialan perlu bekerjasama dalam perancangan dan membuat keputusan melibatkan destinasi.

Trend dan corak perjalanan

Secara jelasnya, Pulau Besar menjurus kepada tarikan utama dengan aktiviti penziarahan makam dan kerohanian seperti memohon hajat, memasang niat, bersembahyang, berdoa dan berzikir. Para pengunjung ini majoritinya telah mengetahui tentang destinasi keramat ini daripada nenek moyang sejak turun temurun lagi. Malah, hasil kajian mendapati, pengunjung di Pulau Besar ini didatangi oleh mereka yang mempunyai pelbagai status pekerjaan. Keputusan yang diperolehi menunjukkan pelbagai status individu yang datang ke pulau ini tetapi mempunyai pegangan kepercayaan yang kuat di Pulau Besar ini. Antaranya termasuklah golongan ahli politik, orang-orang yang berpangkat, agamawan, pengamal perubatan tradisional, pesilat dan juga ekstrimis terhadap kepercayaan mereka seperti yang didedahkan oleh informan IN2, IN8, IN10 dan IN11.

“...orang sibuk dengan pilihan raya la, kita boleh nampak orang tertentu secara senyap pergi makam, berdoa dekat makam. Dekat mata kepala saya sendiri, dan saya pun ada pada masa itu. Duduk dekat situ, majlis tu betul, tahlil tu ada...”

(Informan IN2)

Selain itu, hasil kajian turut mendapati, para pengunjung dalam Negara didatangi daripada pelbagai kaum dan pelbagai negeri di Malaysia terutamanya di sebelah semenanjung seperti Selangor, Kuala Lumpur, Pulau Pinang, Kedah. Manakala dari segi kaum, termasuklah Melayu, India, Cina dan India Muslim seperti yang didakwa oleh IN1, IN3, IN6, IN7 dan IN13. Pengunjung Pulau Besar daripada luar negara turut disaksikan oleh informan IN1, IN3, IN4, IN9 dan IN13 daripada Negara jiran seperti Singapura, Thailand, Indonesia serta ditemui sewaktu kajian lapangan dijalankan. Terdapat juga yang datang daripada Negara India dan pengunjung Korea. Pembuktian ini menunjukkan bahawa pelbagai kaum, agama dan Negara mengetahui tentang Pulau Besar ini disamping mempunyai kepercayaan dan berkongsi keyakinan yang hampir sama.

Hasil kajian lapangan menunjukkan, corak perjalanan para pengunjung yang datang ke Pulau Besar merupakan pengunjung tetap dan setia kerana mereka berulang datang dengan agak kerap. Terdapat dalam kalangan pengunjung yang datang sebulan sekali, dua atau tiga bulan sekali dan ada yang juga sekali atau dua kali setahun sama ada secara sendiri atau bersama keluarga. Para pengunjung sebagai penziarah di Pulau Besar ini penyumbang terbesar dalam membawa pengunjung baharu dalam kalangan ahli keluarga dan kenalan rapat mereka sehinggalah kepada keturunannya.

Pelancong ulangan di Pulau Besar sememangnya mempunyai nilai sentimental terhadap pulau ini yang menjadi penyebab mereka berulang kali melawat. Lawatan semula pelancong berlaku dari perspektif hubungan “sentimental” keterikatan tempat, iaitu hubungan antara manusia dan tempat (Yao, Zhang, Wang, Law, & Zhang, 2020). Cheng & Lu (2013) turut mengakui dalam kajian beliau bahawa niat tingkah laku pelancong mempengaruhi lawatan semula ke destinasi. Manakala Baniya, Ghimire, & Phuyal (2017) mengulas, nilai yang diperoleh pelancong daripada lawatan yang mempengaruhi niat melawat semula mereka.

Meskipun begitu, hasil kajian menunjukkan perubahan corak pengunjung ke Pulau Besar telah pun bermula seperti yang didakwa informan IN16. Berbanding sebelum dan selepas fasa pemulihan serta pembangunan semula Pulau Besar yang sedang dijalankan. Berikutan sebelum ini mendedahkan pengunjung India Muslim dan India adalah pengunjung majoriti di Pulau Besar tetapi setelah aktiviti pemulihan pulau dijalankan, kaum Melayu semakin ramai mengunjungi Pulau Besar.

“...sekarang lepas PKP (Perintah Kawalan Pergerakan selepas COVID-19), bila dia orang wartakan pulau pelancongan tu, aaa.. berubah lah dia punya orang yang datang pulau, bertukar corak. Sekarang ni, kita dapat lah tengok orang-orang Melayu dah hari-hari biasa datang...”

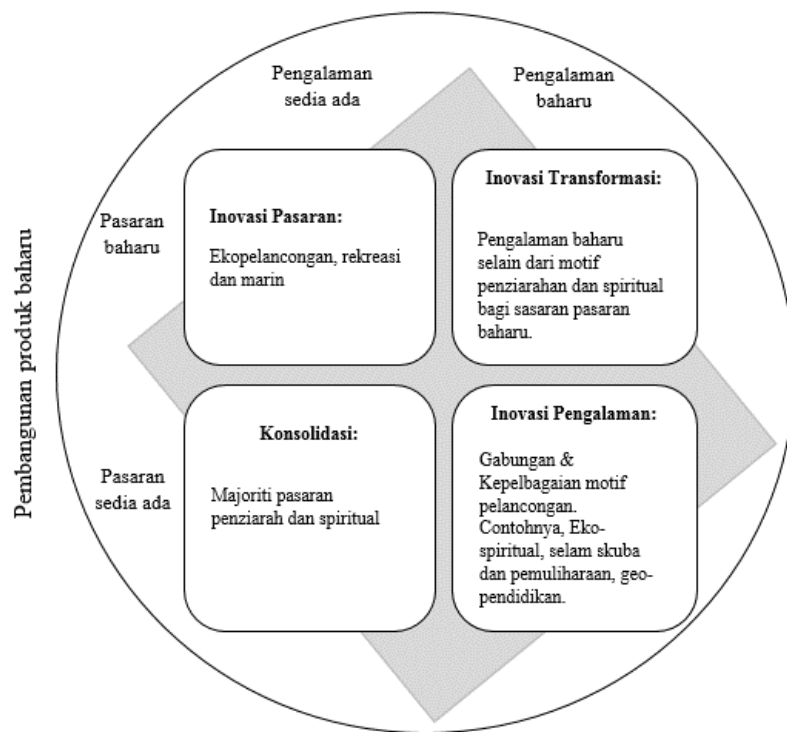
(Informan IN16)

Hal ini menunjukkan bahawa tindakan kerajaan melakukan pemulihan pulau dan pembangunan semula memperlihatkan corak pasaran pengunjung yang semakin berubah. Perubahan ini berlaku berkemungkinan atas faktor kemudahan yang semakin bertambah dan selesa serta, keberanian masyarakat untuk ke pulau setelah melalui fasa penggalan dan penghapusan upacara keramaian. Malah, pembentukan aktiviti produk baharu seperti Taman Laut yang telah mula dipasarkan turut menyumbang kepada satu corak baharu tarikan di kepulauan Melaka.

Pihak pelaksana sememangnya bermatlamat untuk mengembangkan pasaran baharu dengan corak perjalanan pelancong di Negeri Melaka yang sebelum ini majoriti tertumpu dan berpusat di bahagian bandar. Tetapi dengan adanya tarikan pulau, dianggarkan akan adanya transformasi dari segi corak perjalanan pelancong ke Negeri Melaka. Malah, sekiranya pembangunan kemudahan asas semakin ditambahbaik, kemungkinan besar akan memberi impak kepada pertambahan tempoh perjalanan pelancong ke negeri ini. Tambahan lagi dengan trend terkini sepertimana (Yousaf, Amin, & Jose Antonio, 2018), menghuraikan perubahan corak perjalanan generasi terkini disebabkan teknologi dan masyarakat. Corak perjalanan yang berubah akan menggalakkan pertumbuhan ekonomi masyarakat tempatan sepanjang pergerakan pelancong ke pinggir bandar disebabkan tarikan pulau sebagai produk baharu yang ditawarkan.

Inovasi

Kajian ini telah mengangkat konsep inovasi dalam penawaran produk baharu pada destinasi. Inovasi ditakrifkan sebagai pelancaran awal produk baharu, variasi baru pada produk sedia ada atau struktur, prosedur organisasi baru sebagai komponen hasil penemuan, pembangunan dan proses pengkomersilan (D'Hauteserre & Funck, 2016). Inovasi di Pulau Besar memperlihatkan perubahan dari segi pembangunan, pemulihan dan penjenamaan semula sehingga membentuk penawaran produk baharu destinasi pelancongan di Negeri Melaka. Satu konsep melalui perspektif pengalaman baharu telah dibincangkan oleh Gardiner & Scott (2018), sehingga terbentuknya sebuah matriks inovasi destinasi. Gardiner & Scott menilai inovasi dari segi 'pembangunan pengalaman' berbanding dengan 'pembangunan produk'. Tetapi, dalam kajian kes artikel ini menunjukkan proses pembangunan produk baharu yang akan mewujudkan potensi pengalaman baharu, pasaran baharu dan peluang baharu melibatkan kawasan kajian. Oleh itu, penyelidikan ini memperlihatkan pembangunan produk baharu yang membentuk kepada inovasi pengalaman.



Rajah 3. Rajah diadaptasi dari Matriks Inovasi Destinasi Gardiner & Scott (2018) ke atas destinasi Pulau Besar dan pulau sekitar

Hasil pengumpulan data dan analisis ini telah diambil untuk diisikan dalam matriks Gardiner & Scott (2018) yang mana memaparkan empat kuadran dengan melihat potensi dari segi pasaran dan penawaran pengalaman secara sedia ada dan baharu di Pulau Besar. Dari segi inovasi, Pulau Besar dalam perancangan untuk mencipta tarikan baharu yang akan menghasilkan pengalaman baharu dan pasaran baharu seperti yang dicadangkan dalam matriks inovasi destinasi di Rajah 3. Bulatan pada rajah, mewakili pembangunan produk baharu yang akan mewujudkan inovasi pengalaman baharu. Sebagai contohnya, Pulau Besar dahulunya bergantung kepada produk penziarahan makam sebagai “drawcards” destinasi atau tarikan pasaran tujahan (*niche*). Tetapi yang terkini, pemegang taruh sedang membentuk produk-produk baharu yang boleh ditawarkan dalam proses pemulihan dan penjenamaan semula destinasi bagi mewujudkan pengalaman dan pasaran baharu destinasi. Oleh itu, kajian ini menekankan bahawa inovasi pengalaman baharu boleh terbentuk dengan adanya pembangunan dan penawaran produk baharu.

Kepelbagaian

Setelah membuat analisis, kajian ini turut mengadaptasi beberapa strategi menaikkan semula destinasi. Konsep “Penumpuan produk pelancongan dan Kepelbagaian destinasi” Benur & Bramwell (2015), dibincangkan dalam penawaran produk destinasi di Pulau Besar. Hasil penemuan mendapati, penawaran destinasi Pulau Besar terdahulunya terarah kepada konsep penumpuan produk pelancongan yang mana produk utama adalah pelancongan ziarah. Aktiviti penziarahan makam begitu kuat dan mempunyai pasaran yang spesifik dalam kalangan penziarah. Sepertimana yang diujahkan oleh Benur & Bramwell (2015), destinasi pelancongan yang memfokuskan kepada hanya satu atau penawaran beberapa produk utama yang terhad di destinasi, berpotensi menyediakan imej dan identiti destinasi yang kukuh. Walaubagaimanapun, mengurangkan keupayaan destinasi untuk bersaing dengan tawaran yang lebih pelbagai.

Tambahan lagi, hasil temubual secara mendalam mendapati, para penziarah di Pulau Besar ini dahulunya mudah untuk mendapat makan secara percuma hasil sedekah orang ramai yang menunaikan hajat dan tidak kisah untuk tidur di tempat yang tidak selesa seperti perkarangan surau atau makam seperti yang didedahkan informan IN7. Perkara ini menunjukkan bahawa, para pelancong dengan bermotifkan penziarahan tidak memberikan impak yang besar terhadap ekonomi masyarakat tempatan kerana tidak berbelanja untuk kemudahan penginapan dan perkhidmatan pelancongan. Hasil penemuan telah membuktikan para penziarah ini sememangnya tidak memerlukan ‘percutian yang selesa’ asalkan niat dan hajat mereka dapat dipenuhi. Berikutan itu, konsep penumpuan produk utama menunjukkan kurangnya impak dalam pertumbuhan ekonomi tempatan, industri pelancongan yang tidak berkembang, pilihan aktiviti yang terhad dan kekurangan kelebihan persaingan.

Berbeza pula dengan konsep kepelbagaian produk pelancongan, pembangunan yang dicadangkan dalam pelan pembangunan Pulau Besar menunjukkan bahawa perubahan yang dilakukan adalah secara besar-besaran yang mana menawarkan kepelbagaian penawaran yang akan menyalurkan lebih peluang pekerjaan dan perniagaan. Tambahan lagi, kepelbagaian penawaran di destinasi melibatkan penciptaan pakej dan promosi hasil gabungan produk sedia ada dan produk baharu justeru menghasilkan sebuah pakej pelancongan baharu (Azmi et al., 2023). Maka, dari segi dasar ekonomi tempatan menjanjikan peluang yang lebih cerah dan mewujudkan kelebihan persaingan. Strategi kepelbagaian produk merupakan satu pelaburan yang dapat mengembangkan industri pelancongan dengan nilai tambah tarikan yang baharu untuk masa hadapan.

Sebenarnya, terdapat banyak lagi cabang produk pelancongan baharu dapat diteroka dan dibangunkan dengan asas bersumberkan kepulauan. Pelbagai konsep pelancongan yang boleh ditawarkan sebagai produk untuk menarik para pelancong selain dari aktiviti penziarahan dan spiritual sahaja. Antara aktiviti yang boleh dikembangkan hasil kajian penyelidikan di Pulau Besar dan pulau sekitarnya adalah produk yang bertemakan pelancongan marin, pelancongan pantai dan rekreasi, pelancongan eko, pelancongan pendidikan dan penyelidikan, pelancongan geologi, pelancongan memancing dan pelancongan agama melalui perkembangan warisan sedia ada di Pulau Besar.

Sehubungan dengan itu, hasil kajian menunjukkan terdapat perancangan pembangunan destinasi ini untuk mengangkat Pulau Besar sebagai salah satu destinasi pelancongan keagamaan yang lebih kukuh terutamanya bagi pihak berkuasa hal agama Islam. Hasil kajian turut mendapati, pihak Majlis Agama Islam Melaka (MAIM) mempunyai perancangan untuk membina masjid bersesuaian dengan tarikan pelancong untuk menjadikan pulau ini sebagai pulau pelancongan agama seperti yang didedahkan oleh informan IN2, IN4 dan IN13. Pelancongan agama atau ziarah ini didefinisikan oleh *United Nation World Tourism Organisation* (UNWTO) dengan merujuk kepada semua perjalanan di luar persekitaran biasa untuk tujuan keagamaan (Griffin & Raj, 2017). Selain daripada unsur keagamaan, Pulau Besar secara tidak langsung boleh mempamerkan budaya dan warisan dalam kalangan pengunjung. Sebagai contohnya, adab melawat makam yang boleh ditonjolkan setiap kali melawat makam, berpakaian sopan atau memakai skaf yang telah disediakan dan mendoakan untuk orang yang telah meninggal dunia. Jika dilihat dari sudut kepercayaan, aktiviti penziarahan menunjukkan tradisi warisan turun temurun oleh pengunjung makam. Mereka yang datang kebanyakannya pernah melawat dengan dibawa oleh ahli keluarga secara tradisi turun temurun. Selain itu, melalui aktiviti penziarahan ini menonjolkan sifat hormat menghormati berlainan agama dan bangsa yang datang ke pulau ini.

Sementara itu, destinasi berasaskan pulau biasanya dapat menarik pelancong dengan tarikan aktiviti eko pelancongan. Hasil kajian lapangan menunjukkan, secara semulajadinya destinasi ini berpotensi menawarkan aktiviti berasaskan hutan dengan kemampuan untuk mendaki bagi menjanjikan pemandangan yang indah daripada atas pulau. Lebih menarik lagi, perjalanan mendaki Pulau Besar boleh dihidangi dengan kisah-kisah yang boleh dikategorikan berunsurkan cerita masyarakat tempatan atau konsep mitos. Penceritaan ini merupakan pengisian penting yang boleh diinterpretasikan oleh pemandu pelancong sewaktu membawa pelancong di Pulau Besar. Terdapat “*spot-spot*” tertentu yang boleh dikunjungi sebagai contohnya Gua Batu Belah dan Gua Yunus. Selain itu, jika bernasib baik pengunjung akan terlihat penyu karah sewaktu meredah hutan dan merentasi pemandangan laut. Manakala, bagi aktiviti meredah hutan di Pulau Nangka, para pelancong boleh menjejaki kawasan yang digali kesan daripada misi pencarian harta karun.

Pelancongan marin di Pulau Besar pula telah mula dikenali meskipun berada diperingkat awal pelaksanaan. Pembangunan aktiviti pelancongan marin mula terlihat dengan pengenalan produk baharu pelancongan seperti Taman Laut di kawasan pulau-pulau kecil dalam kluster Pulau Besar. Meliputi Pulau Undan, Pulau Nangka dan Pulau Dodol. Aktiviti pelancongan marin termasuk seperti selam skuba, snorkeling, memancing dan sebagainya (Mapjabil et al., 2015). Pelancongan marin ini merupakan tarikan yang baharu dengan menawarkan aktiviti snorkel dan selam scuba bagi melihat dan menghayati habitat di dalam laut. Tarikan berasaskan laut ini pastinya membuka peluang yang lebih luas kepada pengusaha tempatan untuk menjana ekonomi yang lebih.

Seterusnya adalah pelancongan geologi. Pulau-pulau lain di sekitar Pulau Besar merupakan aset semulajadi yang memaparkan nilai geologi yang berharga. Informan IN3 dan IN13 mendedahkan, pihak berkuasa tempatan telah memulakan penyelidikan dan permohonan bagi mendapatkan pengiktirafan pulau-pulau di Negeri Melaka ini sebagai tarikan berasaskan taman geologi (*geopark*). Selain itu, hasil temubual yang dijalankan menunjukkan bahawa Pulau Besar ini turut dicadangkan sebagai lokasi pelancongan pendidikan seperti projek terkini yang memfokuskan kepada penyelidikan “ribut dan kilat” yang akan berpusat di Pulau Besar. Projek penyelidikan ini dijalankan antara institut pengajian tinggi bersama syarikat luar negara dengan kerjasama pihak Majlis Pembangunan Pulau-Pulau. Pulau Besar dan pulau-pulau disekitarnya mempunyai potensi besar untuk menjalankan pemindahan pengetahuan dan pelbagai penyelidikan. Ia boleh menjadi tempat rujukan, kajian penerokaan pelbagai bidang seperti geologi, alam sekitar, marin, kebudayaan, sejarah, pelancongan dan lain-lain. Menjadikan pulau di Melaka ini sebagai pusat penyebaran ilmu dan galakkan pendidikan.

Hasil kajian menunjukkan bahawa terdapat banyak konsep pelancongan yang boleh dikembangkan sekiranya pihak berkuasa tempatan ingin memfokuskan ke arah pembangunan sesebuah destinasi. Negeri Melaka bukan sahaja mempunyai daya tarikan warisan di Bandar Hilir sahaja, malah mempunyai pelbagai geografi dan sumber lain yang boleh diterokai. Kepelbagaian merupakan salah satu elemen penting dalam pembangunan produk baharu. Melalui kepelbagaian penawaran produk baharu secara langsung akan membuka lebih banyak peluang pekerjaan. Sebagai contohnya, di beberapa lokasi kajian di negara yang lain seperti Ohe (2022), yang telah mengkaji tentang identiti pekerjaan melalui kepelbagaian ladang. Sebelum ini pekerjaan hanya menumpukan aktiviti perladangan tetapi aktiviti dipelbagaikan dengan menawarkan konsep ladang tenusu pendidikan (EDF). Selain daripada operasi perniagaan dijalankan dapat meningkatkan kemahiran pekerjaan dan membangunkan pekerjaan luar bandar melalui pelancongan. Manakala di Bangladesh, nelayan tempatan terlibat sama dengan industri pelancongan dalam program eko pelancongan berasaskan perikanan (FbE). Selain itu, kepelbagaian produk dapat menawarkan pilihan yang lebih kepada para pelancong sewaktu membuat pilihan perjalanan (Azmi, et al., 2023).

Pemasaran

Pemasaran dalam kajian ini berada di peringkat yang awal disebabkan destinasi dalam proses pemulihan dan pembangunan semula untuk mencipta kesedaran tentang kewujudan produk baharu pelancongan pulau di negeri ini. Antara langkah yang telah dijalankan adalah pengenalan produk baharu melalui media sosial, usaha untuk mengubah stigma masyarakat dengan mengajak masyarakat sertai program, cadangan untuk penjenamaan imej baharu dan menarik pasaran baharu.

Penjenamaan imej baru merupakan salah satu sasaran pihak pembangun di Pulau Besar dan pulau-pulau sekitar di Negeri Melaka. Hasil dapatan yang diperolehi menunjukkan penjenamaan baru masih di dalam perancangan memandangkan fokus tertumpu kepada pembangunan semula pulau dengan kemudahan asas dan membangunkan produk yang boleh ditawarkan kepada pelancong. Antara imej yang ingin ditukarkan adalah dengan membuang stigma masyarakat tentang pulau khurafat seperti yang dimaklumkan oleh informan IN1, IN2 dan IN5.

“...pulau-pulau kat Melaka ni kalau ikutkan kita kena jenamakan balik sebagai rekreasi pelancongan, ekopelancongan. Pulau besar tu dah sedia ada, kita naik tarafkan lagi. Mana yang khurafat, kita hentikan dulu. Jangan bagi orang naik ke pulau untuk yang tu. Kita fokus kepada ekopelancongan sahaja...”

(Informan IN5)

Hasil kajian mendapati, Pulau Besar masih terkepung dengan stigma negatif dalam kalangan masyarakat tempatan. Walaubagaimanapun, semenjak pelaksanaan penggalian dan pengurusan kubur-kubur dijalankan, aktiviti kepercayaan khurafat semakin banyak berkurangan. Pihak pembangun dilihat masih menjalankan pemulihan pembangunan dan mencipta peluang untuk menawarkan produk baharu dengan harapan lama-kelamaan imej Pulau Besar ini akan berubah. Pendekatan lain yang dijalankan oleh pihak yang terlibat dalam membangunkan Pulau Besar adalah dengan memeriahkan destinasi dengan pelbagai jenis penganjuran program. Hasil dapatan menunjukkan bahawa tujuan utama penganjuran pelbagai program ini adalah untuk mendedahkan kecantikan pulau, memberi pengalaman baru kepada pengunjung, membentuk pasaran baharu yang datang ke pulau dan membuang stigma negatif terhadap pulau ini.

“...kita ada buat acara-acara yang berjadual, yang kita sebut tadi la. Kalender acara. Hujung tahun terakhir kita buat macam *Pulau Besar Sport Challenge* dan memancing. Kalau awal tahun depan kita ada program. Dua belas program. Bulan Januari kita akan buat *Pulau Besar New Year Challenge*...”

(Informan IN2)

Antara program yang pernah dijalankan kebanyakannya berbentuk khidmat masyarakat, aktiviti eko pelancongan dan rekreasi seperti *Pulau Besar Challenge*, *Pulau Besar New Year Challenge*, Majlis Kebajikan dan Sukan Anggota-Anggota Kerajaan Malaysia (MAKSAK Malaysia), *Treasure Hunt*, Ekpidi Kayuhan Merdeka ke-66 dan lain-lain lagi turut dikongsikan oleh informan IN2. Melalui program-program yang dijalankan, ditambahkan lagi dengan kolaborasi pelbagai organisasi secara tidak langsung dianggap dapat memberi publisiti dan ‘buah mulut’ para peserta secara positif dalam mempromosikan pulau-pulau di negeri ini.

Terdapat kaedah penyebaran awal mengenai perubahan kepada imej destinasi dan produk baharu di akhbar-akhbar tempatan. Makluman awal melalui akhbar berita dan sosial media yang telah dijalankan merupakan salah satu kaedah untuk menarik perhatian masyarakat di luar serta untuk mengalihkan perhatian pihak kerajaan tentang keseriusan perubahan dan pembangunan produk baharu seperti yang diakui oleh informan IN5.

“...kita nak biar orang tahu dulu. Berita tu cuma kita nak salah satu kaedah untuk memperkenalkan. Salah satu promosi la. Sebab kaedah yang lain boleh tapi hanya tu saja yang kita merasakan bersesuaian pada masa sekarang. Supaya nanti bila kerajaan negeri nampak ni dah masuk berita. Mana-mana pergi mungkin wartawan akan tanya. Kalau kita tak masukkan dalam media, dia macam biarlah benda tak ada apa. Jadi bila media tanya tiba-tiba.. Alamak, bermakna kesungguhan tu...”

(Informan IN5)

Hasil kajian mendapati, kaedah ini telah digunapakai oleh pihak pembangun seperti yang diakui oleh informan IN5 dan IN8 sebagai salah satu cara membina kesedaran dan memberi pengetahuan awal kepada umum. Penyediaan dan pengeluaran bahan media turut dilakukan bukan sahaja bertujuan untuk menyebarkan maklumat kepada umum sahaja tetapi juga dikatakan untuk menyakinkan pihak atasan tentang produk baharu yang sedang diusahakan.

Kelestarian

Pelancongan sering dikaitkan dengan pembangunan di mana pembangunan pelancongan biasanya memberi kesan berganda kepada alam sekitar, budaya, ekonomi dan sosial (Eckert & Pechlaner, 2019). Namun, atas kesedaran tentang kelestarian masa hadapan sesebuah kawasan, kebanyakan pembangunan pelancongan baharu perlu mengadaptasikan konsep pembangunan pelancongan lestari. UNWTO pada tahun 2017 bersempena Tahun Antarabangsa Pelancongan Lestari telah menetapkan tema iaitu “Pelancongan yang direka dengan baik dan diurus dengan baik” (Mohan, 2022). Sehubungan dengan penawaran produk baharu destinasi di kepulauan Negeri Melaka, hasil kajian mendapati terdapat beberapa tindakan positif dalam menyahut kelestarian dari perspektif ekonomi, alam sekitar dan sosio-budaya.

Hasil kajian penawaran produk baharu destinasi menunjukkan bahawa, ekonomi masyarakat menjadi faktor utama yang dipertimbangkan untuk tindakan perubahan. Antaranya dengan menggalakkan peluang menjana lebih pendapatan dan mengembangkan perniagaan dalam pelbagai cabang. Hal ini diakui oleh beberapa orang informan seperti informan IN2, IN8 dan IN16. Pulau Besar berpotensi menawarkan pelbagai peluang baharu perniagaan dalam kalangan masyarakat sekiranya bijak untuk mengambil peluang dan berkemampuan. Terdapat pengusaha bot dikhabarkan turut mengusahakan perniagaan kedai makan di kawasan jeti bersama ahli keluarga bagi mengembangkan perniagaan. Manakala seorang lagi operator iaitu informan IN8 masih mencari pelabur untuk mengembangkan usahanya dan idea daripada peluang baharu di pulau ini.

“...berbalik kepada *local content* ni adalah masyarakat setempat, supaya dia boleh, Contoh la, kita tak ada jeti Taman Laut yang canggih, yang menyeluruh, esok kita buat, dia boleh jual cenderamata dekat situ. Orang bot boleh bawa buat aktiviti memancing, boleh buat *island hopping*.. Yang ini yang kita nak...”

(Informan IN2)

“...saya dah nampak benda ini berpotensi. Sebab kita orang selalu buat ekspedisi ke pulau. Memang saya sampai ambil lesen bot, saya punya lesen bot hanya daripada muara Melaka tu ke sini. Saya ambil saya punya domestik lesen tu...”

(Informan IN8)

Hasil dari kajian mendedahkan, pengusaha telah mula mencari peluang untuk mengembangkan perniagaan mereka. Para informan mengakui masih mencari potensi dan ruang bagi meningkatkan pendapatan mereka. Impak ekonomi berlaku apabila masyarakat setempat mempunyai peluang pekerjaan dan dapat mengutip hasil daripada sektor pelancongan (Ghani & Abdul, 2021). Oleh itu, dengan penawaran produk baharu destinasi akan menggalakkan masyarakat untuk menyertai industri pelancongan disamping mencari peluang untuk kekal dalam perniagaan.

Manakala usaha menguruskan kelestarian alam sekitar dilihat komited dalam menjayakan program konservasi hidupan marin, menambah habitat di lautan dan melindungi flora dan fauna meskipun destinasi berada dalam fasa pembangunan. Konservasi hidupan marin dijalankan dengan menambah habitat ikan dan penanaman semula terumbu karang seperti yang diakui oleh informan IN2 dan informan IN5.

“...program menambahkan habitat asal.. Kita tanam *coral* balik semula. Kita ambil *coral* di habitat asal atau *coral* yang kita kenalpasti boleh hidup di perairan tu la. Selain itu, kita lepaskan ikan, *coral* untuk tambah habitat. Nemo memang dah ada. Cuma kita nak tambahkan je lagi. Walaupun hayat dia singkat tapi cepat membiak. ...”

(Informan IN5)

Terumbu karang terdiri daripada struktur batu kapur besar yang menyediakan makanan dan tempat tinggal untuk hidupan laut. Habitat ini sangat penting dalam ekosistem marin kerana berperanan sebagai tempat perlindungan dan tempat pembiakan bagi spesies hidupan laut. Tambahan lagi, Malaysia tersenarai dalam Asia Tenggara yang mempunyai jumlah karang tertinggi di dunia selain dari negara Indonesia, Filipina dan Papua New Guinea. Maka amat penting menjaga habitat alam ini agar kelestarian evolusi marin 250 juta tahun dahulu berterusan sehingga ke hari ini (Ismail et al., 2021).

Selanjutnya, aktiviti menjaga keindahan pulau dan hidupan marin bukan hanya melibatkan penambahan habitat tetapi juga memelihara dan melindungi daripada kerosakan atau sebarang bentuk pencemaran alam disebabkan aktiviti harian manusia. Antara inisiatif yang dijalankan oleh pihak berkuasa dengan kerjasama pelbagai agensi adalah dengan mengutip pukat hantu yang boleh merosakkan hidupan laut dan terumbu karang, program khidmat masyarakat seperti gotong-royong, pemuliharaan paya bakau serta flora dan fauna seperti yang diakui oleh informan IN2, IN5, IN8 dan IN14.

“...kami ni lebih orang kata, kita cuba untuk kekalkan alam semulajadi sebanyak yang boleh. Kami takkan tebang pokok sembarangan. Hanya pokok-pokok liar yang mengganggu tu ya.. Itu pun kami pastikan pokok yang senang tumbuh la. Kalau jenis spesis-spesis Acacia yang cepat tumbuh dan membiak tu, kami potong la sebab ganggu kami punya pekerjaan. Yang lain semua kami kekalkan. Sebab bos sendiri pun tak bagi. Tak boleh potong sembarangan. Paya bakau di kawasan ni kami tak ganggu. Kami biarkan seperti mana asalnya...”

(Informan IN14)

Proses menawarkan produk baharu turut melibatkan aktiviti kelestarian alam disamping boleh dijadikan aktiviti dalam lawatan ke pulau untuk sama-sama memberi kesedaran agar dapat menjaga alam sekitar.

Hasil kajian melalui perspektif sosio-budaya di destinasi kajian pula mendapati, terdapat beberapa usaha untuk mengawal aktiviti di Pulau Besar. Antaranya melindungi kesucian makam umat Islam dari aktiviti bersifat khurafat serta mengamalkan perniagaan patuh syariah dalam kalangan pengusaha di destinasi ini. Situasi ini berikutan menjaga sensitiviti masyarakat tempatan terhadap gejala amalan kepercayaan yang akan menjejaskan kesucian agama dan budaya masyarakat tempatan. Tindakan memulihara dan melindungi makam umat Islam dilakukan dengan mengawal aktiviti seperti sembahyang, pemujaan, doa-doa dengan niat memohon hajat dan sebagainya. Oleh kerana perbuatan masyarakat yang semakin tersasar daripada ajaran agama Islam yang sebenar, Majlis Agama Islam berperanan dalam memastikan makam ini dipelihara dan dilindungi semula agar ia terjaga daripada sebarang unsur yang bercanggah daripada syariat agama.

“...kita kawal tempat di situ untuk mengelakkan aktiviti pemujaan atau melampau, jadi kita kawal. Kalau baca Yassin, doa. Tak ada masalah. Kalau bawa air bunga, duit ke, apa ke.. kita halang. Orang Islam dan bukan Islam kita larang. Kita ada petugas di sana. Kita tak ada sekatan, tapi perlu patuhi undang-undang dan kawalan tetap ada...”

(Informan IN4)

Hasil kajian lapangan penyelidik menyaksikan kesan colok dan bunga-bunga sembahyang di bekas tapak perkuburan. Hal ini turut didedahkan oleh informan IN3 dan IN5 tentang kewujudan unsur-unsur pemujaan dan ‘sembahyang’ di perkuburan. Hasil kajian yang didapati dari informan IN3, IN4, IN11, IN12, IN17 dan IN14, tindakan kawalan telah dimulakan bagi mengekang aktiviti berunsur khurafat, perkuburan dialihkan dan tapak

dihapuskan setelah asal usul perkuburan diselidiki. Walaubagaimanapun, masih terdapat individu-individu yang mencari ruang dan kesempatan untuk melakukan aktiviti larangan di pulau ini. Apabila makam atau kubur umat Islam dikunjungi oleh orang yang bukan Islam, maka aktiviti yang bertentangan dengan agama semakin berleluasa seperti sembahyang (bukan orang Islam), doa, permintaan dan amalan-amalan tertentu yang bertentangan. Aktiviti penziarahan makam disalah guna dan disalah tafsir yang mana terdapat pihak-pihak tertentu yang melakukan larangan dari perspektif agama Islam. Perkara sebegini turut berlaku di beberapa makam di Indonesia seperti di Kabupaten Pidie Aceh yang melakukan upacara rah ulei di perkuburan Ulama. Arifin & Khambali (2016) bersetuju yang mana pemujaan terhadap ahli kubur merupakan perkara yang melanggar dengan akidah Islam. Sama seperti di Singapura yang mana penyembahan kubur keramat dianggap haram oleh banyak orang dalam masyarakat Islam, termasuk pemimpin agama, kerana ia boleh dilihat sebagai penyembahan berhala dan berdosa (syirik), menyembah sesuatu selain daripada Allah swt (Husni, 2019).

Selain itu, dari perspektif sosial dan budaya masyarakat, hasil kajian mendapati bahawa, pemilik aset turut menghormati sensitiviti masyarakat dengan meletakkan syarat penyewaan bangunan penginapan untuk mengamalkan perniagaan patuh syariah seperti yang didedahkan oleh informan IN7 dan IN17. Pengusaha penginapan dan peniaga kedai di pulau ini perlu akur dengan larangan untuk menjual arak kepada para pelanggannya serta melaksanakan konsep seperti pematuhan syariah sekiranya membuat keputusan untuk berniaga di Pulau Besar. Syarat pematuhan yang dikenakan menunjukkan bahawa para pemilik aset dan pengusaha perniagaan di Pulau Besar turut sama prihatin dalam menjaga sensitiviti masyarakat dan status Pulau Besar ini. Pulau Besar mempunyai banyak makam ahli ulama yang dihormati, pulau yang dianggap suci dan kisah sejarah Pulau Besar dikaitkan sebagai pulau yang pernah menjadi tumpuan dakwah dan menyebarkan ilmu agama. Sehubungan dengan itu menjadi satu kekuatan kepada masyarakat setempat untuk mempertahankan Pulau Besar sebagai pulau yang mempunyai unsur keagamaan dan terhindar daripada aktiviti yang boleh merosakkan pemandangan dan aktiviti berlebihan di pulau ini.

Secara tuntasnya, hasil kajian penyelidikan menunjukkan bahawa, tindakan kelestarian destinasi adalah seiring dengan penawaran produk baharu destinasi untuk kebaikan masyarakat tempatan dan ekosistem keseluruhannya. Hal ini disebabkan pembuktian dari segi komitmen untuk menyediakan peluang ekonomi baharu, usaha menjaga alam sekitar dalam kalangan pihak yang bertanggungjawab dan perubahan ke atas tindakan kawalan ke atas kesucian agama dan sensitiviti budaya masyarakat tempatan.

KESIMPULAN

Intihanya, kajian yang dijalankan telah menunjukkan penemuan secara empirikal yang diadaptasi dari rangka kerja (Azmi et al., 2023) dengan memfokuskan kepada tindakan penawaran produk baharu destinasi pelancongan. Kajian yang dibincangkan terdiri dari komponen tanggungjawab dan penglibatan, geografi dan sumber, inovasi, kepelbagaian, trend dan corak perjalanan, kelestarian dan pemasaran. Walaubagaimanapun, hasil kajian yang diperolehi menunjukkan, penawaran produk baharu destinasi berlaku dalam proses tranformasi, fasa pembangunan semula destinasi yang menghasilkan perubahan terhadap destinasi pelancongan bagi setiap indikator yang telah dibincangkan.

Signifikan terhadap kajian ini menunjukkan bahawa, tindakan menawarkan produk baharu destinasi memberi impak yang besar terhadap perubahan destinasi disamping memberi nafas baharu terhadap industri pelancongan sesebuah wilayah. Kajian ini turut membuktikan penawaran produk baharu sebagai salah satu strategi

untuk memperkenalkan atau memulihkan sesebuah destinasi pelancongan bagi mempergiatkan lagi industri pelancongan domestik mahupun antarabangsa. Selain itu, implikasi bagi kajian ini dilihat dari sudut penawaran produk baharu destinasi, menunjukkan peningkatan keberkesanan pengurusan destinasi dengan memperkenalkan elemen pembaharuan bagi membuka lebih peluang kepada ekonomi tempatan. Manakala, dari aspek kelestarian, pengurusan sumber alam semula jadi amat berkesan untuk mengurangkan kesan negatif terhadap alam sekitar.

Berdasarkan penemuan ini, kajian seterusnya perlu memberi tumpuan kepada cabaran yang dihadapi dalam pembangunan semula destinasi, seperti masalah infrastruktur, pengurusan sumber daya dan kesan negatif terhadap alam sekitar. Memahami impak pembangunan semula dengan lebih mendalam akan membolehkan perancangan yang lebih sistematik dan lestari, seterusnya mengurangkan kesan negatif terhadap destinasi pelancongan. Kajian masa depan juga boleh menumpukan perhatian kepada penglibatan masyarakat setempat dalam proses pembangunan semula, memastikan bahawa mereka mendapat manfaat daripada peningkatan industri pelancongan tanpa mengorbankan budaya dan warisan tempatan. Dalam aspek pemasaran, kajian lanjutan boleh mengkaji penggunaan teknologi digital dan media sosial sebagai saluran pemasaran yang lebih efektif untuk produk baharu destinasi pelancongan, serta melihat bagaimana teknologi ini dapat mempertingkatkan pengalaman pelancong. Akhirnya, untuk meningkatkan keberkesanan strategi ini, penyelidikan lanjut juga boleh memfokuskan kepada analisis trend pasaran dan perubahan pola perjalanan pelancong untuk memastikan bahawa produk pelancongan yang ditawarkan sesuai dengan kehendak dan keperluan pasaran semasa.

PENGHARGAAN

Penghargaan dan terima kasih kepada Majlis Pembangunan Pulau Melaka, Perbadanan Muzium Melaka (PERZIM), Pejabat Perikanan Negeri Melaka, Majlis Agama Islam Melaka, Perbadanan Melaka, individu atau organisasi kerajaan mahupun swasta yang terlibat memberi kerjasama untuk melaksanakan kajian ini. Terima kasih turut disertakan kepada Universiti Kebangsaan Malaysia dan Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka atas sokongan bagi kajian dan penulisan makalah.

DEKLARASI

Pengisian artikel ini pernah dibentangkan di Seminar Antarabangsa ke-12, Ekologi, Habitat Manusia dan Perubahan Lingkungan di Dunia Melayu pada 25 dan 26 Julai 2024. Butiran seminar, bertempat di Batam Beverly Hotel, Pulau Batam Indonesia anjuran Universitas Riau dengan kerjasama ATMA UKM. Terdapat perubahan kecil ke atas artikel ini sebagai penambahbaikan dan tidak pernah lagi diterbitkan di jurnal atau makalah yang lain.

RUJUKAN

- Abdul Manaf, A., Samsuddin, M., & Omar, M. (2011). Kesan pewartaan Taman Laut Ke atas penduduk Pulau Tinggi, Mersing, Johor. *Journal of Tropical Marine Ecosystem*, 1, 35–43.
- Abidin, R., Osman, N. H., Zahari, F. M., Noordin, A., Hanan, S. A., & Ismail, M. N. (2024). Taman Laut dan Kelestarian Sumber Perikanan: Tinjauan Terhadap Penduduk di Pulau Tioman. *Journal of Sustainability Science and Management*, 19(6), 98–110.

- Ahmad Saidi, Z., Ahmad, H., & Jusoh, H. (2020). Pelancongan Bandar Diraja: Satu Pola Kunjungan Pelancong Domestik di Kuala Kangsar. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(1), 15–31.
- Aleksanyan, G. P. (2020). the Concept of Tourism Destination in the Context of Geographical Space. *Proceedings of the YSU C: Geological and Geographical Sciences*, 54(3 (253), 203–210.
- Arifin, M., & Khambali, K. B. M. (2016). Islam Dan Akulturasi Budaya Lokal Di Aceh (Studi Terhadap Ritual Rah Uleidi Kuburan Dalam Masyarakat Pidie Aceh). *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 15(2), 251–284.
- Azmi, E., Aznie, R. C. R., Awang, A., & Abas, A. (2023). Innovative and Competitive : A Systematic Literature Review on New Tourism Destinations and Products for Tourism Supply. *Sustainability*, 15(1187), 1–19.
- Baggio, R., & Caporarello, L. (2014). Decision Support Systems in a Tourism Destination: Literature Survey and Model Building. *2nd Conference of the Italian Chapter of AIS (Association for Information Systems)*, 1–14.
- Baniya, R., Ghimire, S., & Phuyal, S. (2017). Push and Pull Factors and their effects on International Tourists' Revisit Intention to Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*, 8, 20–39.
- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224.
- Bire, R. B. (2021). Mapping destination competitiveness in Indonesia's Nusa Tenggara Timur (NTT) province: A Malmquist–data envelopment analysis approach. *Regional Science Policy and Practice*, (January), 1–15.
- Cheng, T. M., & Lu, C. C. (2013). Destination Image, Novelty, Hedonics, Perceived Value, and Revisiting Behavioral Intention for Island Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 766–783.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative Inquiry Research Design: Choosing Among Five Approaches. In *SAGE Publications, Inc.* (4th Edition). SAGE Publications, Inc.
- D'Hautesserre, A. M., & Funck, C. (2016). Innovation in island ecotourism in different contexts: Yakushima (Japan) and Tahiti and its Islands. *Island Studies Journal*, 11(1), 227–244.
- Eckert, C., & Pechlaner, H. (2019). Alternative product development as strategy towards sustainability in tourism: The case of Lanzarote. *Sustainability (Switzerland)*, 11(13).
- Farkic, J., Isailovic, G., & Taylor, S. (2021). Forest bathing as a mindful tourism practice. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(2).
- Fyall, A., & Garrod, B. (2020). Destination management: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 165–169. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0311>
- Gardiner, S. (2021). Chinese Learn to Surf: Learning Ambidexterity and Tourism Experience Innovation. *Journal of China Tourism Research*, 17(1), 142–162.
- Gardiner, S., & Scott, N. (2018). Destination Innovation Matrix: A framework for new tourism experience and market development. *Journal of Destination Marketing and Management*, 10(June), 122–131.
- Ghani, T. A. E. F., & Abdul, N. (2021). Impak Pemuliharaan Produk Pelancongan Warisan ke atas Perubahan Sosio Ekonomi dan Budaya Masyarakat Setempat di Terengganu. *E-Proceeding International Webinar Community*

Development in Southeast Asia 2021 (IWCDSA2021), 26–39.

- Griffin, K. A., & Raj, R. (2017). Editorial: The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: Reflecting on definitions, motives and data. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(3), ii–ix.
- Husni, M. F. bin. (2019). *The Grave that Became a Shrine: The Lives of Keramat Graves in Singapore*. Nanyang Technological University.
- Ismail, S., Abd. Latif, L., & Mohd Baharom, F. (2022). Tambo Pulau di Mulaqah. Perbadanan Muzium Melaka (PERZIM).
- Ismail, S., Ismail, M. S., Ismail, M. S. I., & Aziz, A. (2021). Biodiversiti dan Pemuliharaan Terumbu Karang di Tiga Buah Pulau, Melaka. *MALIM: Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara*, 22, 180–197.
- Jesus, E. (2016). Madeira: developing a new tourism paradigm. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 8(6), 711–715.
- Jónás-Berki, M., Csapó, J., Pálfi, A., & Aubert, A. (2014). A Market and Spatial Perspective of Health Tourism Destinations. *International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res.*, 17, 602–612.
- Kim, B., & Kim, J. (2020). The rise of a new tourism destination: How did Vladivostok become the closest Europe for Korean tourists? *Journal of Eurasian Studies*, 11(2), 117–132.
- Mapjabil, J., Ab Rahman, B., Pirdaus Yusoh, M., Marzuki, M., Zulhalmi Ibrahim, M., Mohd Noor, H., ... Sains Kemanusiaan, F. (2015). Tourism attractions and development of Pangkor Island: A study of foreign tourists' perceptions. *Malaysian Journal of Society and Space*, 11(12), 100–111.
- Marchiori, E., Inversini, A., Cantoni, L., & Dedekind, C. (2010). Towards a tourism destination reputation model, a first step Towards a Tourism Destination Reputation Model. A first step. *Proceedings of the 6th International Conference Thought Leaders in Brand Management*, 921–930.
- Meerangani, K. A. (2020). Sumbangan Madrasah Pulau Besar Terhadap Perkembangan Islam di Melaka. *Jurnal Tuah*, 1(1), 83–95. Retrieved from <http://journal.kuim.edu.my/index.php/JTuah/article/view/680>
- Meerangani, K. A., Sazali, S. A., & Hamid, M. F. A. (2020). Pelancongan Islam di Pulau Besar, Melaka: Potensi dan Cabaran. *Jurnal Hospitaliti Dan Jaringan*, 1(2020), 1–6.
- Mills, J. V. G. (1970). Ma Huan Ying-Yai Sheng-Lan *The Overall Survey Of The Ocean's Shores' [1433]. Retrieved from <https://archive.org/details/ying-yai-sheng-lan-1433/page/108/mode/2up>
- Mohan, P. S. (2022). Sustainable tourism and the Sustainable Development Goals in sub-national island jurisdictions: The case of Tobago. *Island Studies Journal*, 17(2), 168–191.
- Mozumder, M. M. H., Uddin, M. M., Schneider, P., Islam, M. M., & Shamsuzzaman, M. M. (2018). Fisheries-based ecotourism in Bangladesh: Potentials and challenges. *Resources*, 7(4), 1–18.
- Mutana, S., & Zinyemba, A. Z. (2013). Rebranding the Zimbabwe Tourism Product: a Case for Innovative Packaging. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 2(4), 95–105. Retrieved from www.garph.co.uk

- Naz, N., Gulab, F., & Aslam, N. (2022). Development of Qualitative Semi-Structured Interview Guide for Case Study Research. *Competitive Social Sciences Research Journal (CSSRJ)*, 3(2), 42–52. Retrieved from www.cssrjournal.com
- Nguyen, V. K., Natoli, R., & Divisekera, S. (2021). Innovation and productivity in tourism small and medium enterprises: A longitudinal study. *Tourism Management Perspectives*, 38(April).
- Novais, M. A. (2018). *Tourism Destination Competitiveness: A Supply and Demand Perspective*. 162.
- Ohe, Y. (2022). Investigating farmer's identity and efficiency of tourism-oriented farm diversification. *Tourism Economics*, 28(2), 535–558.
- Omar, N., & Syahrul Mat Radzuan, I. (2021). Kesan-Kesan Pewartaan Melaka Bandar Raya Bersejarah Sebagai Tapak Warisan Dunia oleh UNESCO. *Research in Management of Technology and Business*, 2(1), 1443–1458.
- Rachmawati, E., & Fountain, J. (2020). Role of External Stakeholders in Tourism Development and Community Empowerment. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 4(1), 25.
- Rashid, B. (2013). Elemen destinasi dan kesan terhadap pengalaman percutian. *GEOGRAFIA Online TM Malaysian Journal of Society and Space*, 9(4), 118–127.
- Ruslin, Mashuri, S., Rasak, M. S. A., Alhabsyi, F., & Syam, H. (2022). Semi-structured Interview: A Methodological Reflection on the Development of a Qualitative Research Instrument in Educational Studies Ruslin. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, 12(1), 22–29.
- Saarinen, J., Moswete, N., & Monare, M. J. (2014). Cultural tourism: New opportunities for diversifying the tourism industry in Botswana. *Bulletin of Geography*, 26(26), 7–18.
- Santos, M. C., Ferreira, A., Costa, C., & Santos, J. A. C. (2020). A model for the development of innovative tourism products: From service to transformation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11), 1–20.
- Song, Q., & Feng, W. (2021). Interests-Based Local Experience Tourism: A New Tourism Product Design in China. *Open Journal of Social Sciences*, 09(04), 413–426.
- Unit Perancang Ekonomi Negeri Melaka. (2021). Pelan Strategik Melakaku Maju Jaya 2035. In *Unit Perancang Ekonomi Negeri Melaka, Jabatan Ketua Menteri Melaka*. Retrieved from <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1>
- Vumbunu, T. (2020). A diversification framework for eco-tourism products of Botswana (North- West University). Retrieved from <http://repository.nwu.ac.za/handle/10394/34912>
- Yao, D., Zhang, K., Wang, L., Law, R., & Zhang, M. (2020). From religious belief to intangible cultural heritage tourism: A case study of Mazu belief. *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–15.
- Yousaf, A., Amin, I., & Jose Antonio, C. (2018). Tourists' motivations to travel: A theoretical perspective on the existing literature. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 197–211.