

Ciri-Ciri dan Tahap Kepuasan Pelancong Domestik Terhadap Sektor Informal di Bandar Raya Kota Kinabalu, Sabah

Jabil Mapjabil^{1*}, Siti Nurul Asyikin Che Mat¹, Mazdi Marzuki² dan Rosmiza M. Z.³

¹Institut Kajian Orang Asal Borneo, Universiti Malaysia Sabah.

²Jabatan Geografi dan Alam Sekitar, Fakulti Sains Kemanusiaan, Universiti Pendidikan Sultan Idris.

³Program Geografi, Pusat Kajian Pembangunan, Sosial dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.

ABSTRAK

Artikel ini meneliti tentang ciri-ciri dan tahap kepuasan pelancong domestik terhadap sektor informal di Bandar raya Kota Kinabalu, Sabah. Tujuan kajian adalah untuk mengenal pasti jenis, kategori dan ciri-ciri sektor informal dan menentukan tahap kepuasan pelancong domestik terhadap sektor informal. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kaedah penyelidikan yang digunakan ialah temu bual menggunakan borang soal selidik, temu bual tak langsung dan pemerhatian. Seramai 90 orang responden dalam kalangan pelancong domestik terlibat dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan terdapat dua jenis sektor informal yang menjadi pilihan responden di Kota Kinabalu, iaitu pasar malam dan arked / bazar / medan membeli-belah dengan min tinggi yang sama, iaitu 3.06. Seterusnya, jenis barang yang kerap dibeli oleh responden adalah barangan kraftangan dan cenderamata dengan nilai min 3.04, diikuti oleh hasil laut seperti ikan terubuk masin, udang kering dan ikan bilis (3.01). Sebanyak 80 orang responden atau 88.9% bersetuju bahawa kebanyakan premis sektor informal menjual produk yang sama atau hampir sama. Dari segi lokasi sektor informal pula, terdapat dua ciri yang mencatatkan min tertinggi, iaitu tahap ketersampaian yang tinggi, iaitu mudah untuk dikunjungi (3.58) dan kemudahan infrastruktur yang baik (3.32). Untuk tahap kepuasan, kesemua item mencatatkan min tinggi, antaranya kepelbagaian produk yang ditawarkan (3.79), keunikan produk yang dijual (3.61) dan harga produk yang murah (3.36). Walau bagaimanapun dari segi perkhidmatan pula, terdapat dua item yang mencatatkan min yang tertinggi, iaitu aspek layanan mesra (3.71) dan budi bahasa juru jual (3.61). Ringkasnya, dapatan kajian ini adalah penting kepada pembuat dasar dan pelbagai pihak yang ingin mendalami bidang kajian tentang sektor informal, komuniti bandar dan pelancongan.

Kata Kunci: Tahap Kepuasan, Pelancong Domestik, Sektor Informal, Bandaraya Kota Kinabalu.

The Characteristics and the Satisfaction Level of Domestic Tourists towards the Informal Sector at Kota Kinabalu City, Sabah

ABSTRACT

This article examines the characteristics and the level of satisfaction of domestic tourists towards the informal sector at Kota Kinabalu City, Sabah. The study aims is to identify the types, category and characteristics of the informal sector to determine the satisfaction level of the domestic tourist. This study employs a quantitative approach. The method applied was interviews using survey questionnaires, informal interviews, and observation. A total of 90 domestic tourists participated in this study. Finding reveals that there are two types of informal sector preferred by the domestic tourist that is the night market and arcade/

*Koresponden: jabil@ums.edu.my

bazaar/shopping complex recorded at the same high score (3.06). Subsequently, the most sold item was the handicrafts and souvenirs with a mean score of 3.04, followed by dried seafood product such as salted terubuk fish, dried shrimp, and anchovies (3.01). More than 80 respondents or 88.9% agreed that most of the informal sector premises offer almost the same product. As for the location of the informal sector scores, the highest mean was the easy access to the destination (3.58) and good facilities and infrastructure (3.32). For the level of satisfaction, the entire items recorded high mean, among others are the variety of products offered (3.79), uniqueness of the purchased product (3.61), and cheap and affordable product (3.36). On the services aspect, two items that scored high mean that is good hospitality (3.71) and the politeness of the salesperson (3.61). Briefly, the findings are important to the policymakers and the interested parties to further explore studies in the field of the informal sector, urban community, and tourism.

Keywords: Level of Satisfaction, Domestic Tourists, Informal Sector, Kota Kinabalu City.

1. PENGENALAN

Pada umumnya, konsep sektor informal digunakan sejak tiga dekad yang lalu. Sektor informal berasal daripada *International Labour Office* (ILO). Ia diguna buat pertama kalinya dalam Laporan tentang Ghana dan Kenya di bawah *World Employment Programme* pada awal tahun 1970-an. Laporan tersebut adalah salah satu resolusi yang menegaskan bahawasanya masalah sosial utama di negara-negara seperti Ghana dan Kenya bukan disebabkan oleh pengangguran tetapi kewujudan populasi miskin yang bekerja. Golongan ini berjuang untuk menghasilkan barangan dan perkhidmatan tanpa diiktiraf aktiviti mereka, didaftarkan atau dilindungi oleh pihak berkuasa tempatan. Rentetan itu, sektor informal digunakan untuk menerangkan pelbagai ciri yang menjurus secara khusus dalam 'urban non-modern sector' di negara yang sedang membangun ekonominya (Bangasser, 2000). Aktiviti sektor informal kebanyakan diabaikan dan jarang dibantu oleh pihak kerajaan.

Sektor informal banyak dikaji dalam bidang pekerjaan sama ada di bandar mahupun desa. Selain itu, pengkajiannya lebih banyak berkonsepkan hubungan industri, pekerjaan serta keterlibatan gender dalam sektor tersebut. Dalam konteks pelancongan domestik, kajian mengenai sektor informal dan kaitannya dengan industri pelancongan didapati jarang diperhalusi dan dibincangkan. Penyelidikan secara empirikal tentang hubungan sektor informal dan pelancongan domestik adalah terhad menyebabkan kajian ini mengalami masalah untuk membuat sorotan kajian lepas berkaitan dengan hubungan kait kedua-dua sektor ini. Walaupun sektor informal jarang dikaitkan dengan industri pelancongan domestik, namun begitu sektor ini didapati banyak memberi sumbangan terhadap perkembangan pelancongan domestik di Kota Kinabalu, Sabah.

Kepesatan industri pelancongan secara tidak langsung telah memberi kesan sampingan kepada industri yang berkaitan dengannya. Antara industri tersebut adalah industri sektor informal. Kewujudan sektor informal pada mulanya adalah disebabkan oleh kemiskinan dan desakan hidup yang tinggi dalam komuniti penduduk sesebuah negara terutamanya negara dunia ketiga. Namun begitu, komuniti yang terlibat dalam sektor informal menjadi kreatif dan inovatif sehingga mampu menarik pelancong berkunjung ke lokasi tersebut. Sektor informal menawarkan pelbagai barangan dan perkhidmatan yang menjadi permintaan kepada produk pelancongan. Antara produk barangan yang menjadi tumpuan pelancong adalah barangan kraftangan komuniti sesuatu tempat, makanan tradisi kaum dan produk keluaran hasil Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS), manakala penawaran perkhidmatan pula adalah seperti penawaran kemudahan bot tambang, bot ekspres dan feri ke pulau-pulau, kemudahan teksi dan kereta sewa, homestay, rumah rehat dan sebagainya.

2. MODEL "THE TOURISM FUNCTIONING SYSTEM"

Model "The Tourism Functioning System" diperkenalkan oleh Gunn dan Var pada 2002. Model ini menjelaskan peranan beberapa komponen pelancongan dalam bentuk penawaran dan permintaan. Penekanan dalam model ini adalah kesemua elemen dalam komponen penawaran dan permintaan perlu berfungsi secara kolektif bagi membolehkan sesuatu aktiviti pelancongan itu berjaya. Beberapa elemen diterangkan dalam komponen permintaan yang boleh mempengaruhi niat dan keinginan untuk melakukan perjalanan. Elemen ini termasuklah aspek motivasi, kemampuan kewangan, fizikal dan masa.

2.1 Komponen Permintaan

Motivasi

Motivasi pelancong tercetus apabila individu mempunyai niat, kemahuan, keinginan dan tujuan tertentu. Situasi ini terhasil apabila individu merasakan pelancongan sebagai satu bentuk manfaat misalnya bagi tujuan merehatkan diri atau sebagai ganjaran setelah bekerja untuk satu tempoh yang tertentu. Idea untuk melancong boleh tercetus apabila individu terdedah dengan maklumat mengenai sesebuah destinasi pelancongan. Iklan dan promosi boleh menjadi inspirasi untuk melancong.

Kemampuan Kewangan

Faktor kewangan mampu memainkan peranan penting bagi menentukan sesuatu perjalanan. Kemampuan kewangan berkait rapat dengan pendapatan isi rumah dan lebih perbelanjaan individu mahupun keluarga. Aspek kewangan mampu mempengaruhi pemilihan tempat dan jarak perjalanan. Individu yang memiliki peruntukan yang lebih akan memilih destinasi yang lebih jauh dengan tempoh masa pelancongan yang lebih panjang. Bagi individu yang mempunyai kemampuan kewangan yang terhad pula, pemilihan destinasi pelancongan dipilih mengikut kemampuan dengan tempoh masa pelancongan yang singkat.

Masa

Masa dikaitkan dengan kemampuan untuk melakukan perjalanan. Masa berkait rapat dengan faktor kerjaya seseorang. Individu yang terikat dengan urusan pekerjaan sukar meluangkan masa untuk melancong. Namun begitu bagi individu yang ingin melancong, perjalanan pelancongan akan dirancang awal sesuai dengan jadual kerja. Menurut Pearce (1998), seseorang yang mempunyai pelbagai motif dalam mendapatkan pengalaman bercuti dan dorongan untuk melancong akan berubah mengikut keadaan dan masa. Pelancong akan cenderung menukar tahap keperluan perjalanan semasa mengikut kitaran hidup mereka. Hal ini berkait rapat dengan kecekapan dalam pengurusan masa individu dalam merancang perjalanan atau percutian ke sesuatu destinasi.

Kemampuan Fizikal

Kemampuan fizikal umumnya mempunyai kaitan dengan faktor demografi dan keadaan fizikal pelancong. Bagi golongan muda, mereka bebas untuk merancang aktiviti dan lokasi pelancongan sesuai dengan kehendak mereka. Bagi golongan tua, pemilihan destinasi akan dilakukan berdasarkan kepada faktor usia dan tahap kesihatan, manakala bagi golongan kurang upaya, faktor kemudahan khusus bagi memudahkan urusan perjalanan amat dititikberatkan. Golongan kurang upaya terhad untuk melakukan aktiviti pelancongan kerana mereka perlu bergantung kepada ketersediaan kemudahan yang sesuai bagi mereka.

2.2 Komponen Penawaran

Komponen penawaran dalam model ini merujuk kepada elemen yang ada di sesebuah destinasi pelancongan. Antaranya ialah elemen tarikan, pengangkutan, promosi, informasi dan perkhidmatan. Kesemua elemen ini memainkan peranan yang penting bagi memenuhi kehendak pelancong. Sesebuah destinasi pelancongan perlu mempunyai elemen yang merangkumi perkhidmatan penginapan, makanan dan minuman, pengangkutan, agensi pelancongan, rekreasi dan hiburan, komunikasi, tarikan pelancongan dan perkhidmatan lain yang berkaitan.

3. PELANCONGAN DAN SEKTOR INFORMAL: SOROTAN KAJIAN LEPAS

Secara umumnya, penyelidikan secara empirikal tentang hubungan sektor informal dan pelancongan domestik adalah terhad. Kajian banyak tertumpu kepada gelagat pelancong dalam beberapa sektor perkhidmatan termasuk aktiviti membeli-belah. Kajian tentang hubungan sektor informal dengan pelancongan dapat diteliti melalui kajian yang dijalankan oleh Shushma (2012). Beliau mengkaji tentang hubungan antara industri pelancongan dan seni kraftangan dalam sektor informal. Perkembangan industri pelancongan dilihat mampu mengurangkan kemasukan barangan import melalui penghasilan seni kraftangan. Keadaan ini seterusnya menguntungkan ekonomi negara tersebut. Kepuasan pelancong merangkumi lokasi yang mudah dikunjungi, layanan mesra, premis yang cantik dan bersih serta tahap keselamatan yang baik. Sementara itu, kemudahan cara bayaran, kualiti produk serta harga yang berpatutan antara perkara yang dititikberatkan oleh pelancong semasa membeli-belah barangan kraftangan. Kajian ini turut menyarankan agar sektor swasta turut campur tangan dalam membangunkan industri pelancongan dan kraftangan melalui pemilikan modal dan pemegang saham dalam kalangan kakitangan syarikat. Selain itu, kerjasama dengan kerajaan dalam menyediakan persekitaran yang sesuai dengan produk pelancongan diharapkan dapat mengembangkan lagi kedua-dua industri berkenaan.

Sementara itu, pelancongan warisan dan budaya adalah antara tarikan yang dijangka mampu memajukan industri hiliran termasuklah hasil kraftangan. Hasil kajian yang dijalankan oleh Khursiah *et al.* (2011) mendapati tempat bersejarah di Kuala Kangsar, Perak adalah berpotensi untuk menyumbang kepada usaha memajukan industri kraftangan di kawasan tersebut. Selain daripada seni bina rumah Melayu tradisional, pembuatan labu sayong dan sulaman emas adalah seni kraftangan yang boleh diketengahkan. Namun begitu, pakej pelancongan yang ditawarkan adalah faktor utama yang boleh menarik pelancong untuk mengunjungi destinasi pelancongan warisan dan budaya di negara ini. Secara keseluruhannya, perkembangan industri pelancongan mampu memberi kesan positif, contohnya melalui pembangunan ekonomi masyarakat setempat melalui penghasilan produk kraftangan. Walau bagaimanapun, kesan negatif turut dialami melalui kerosakan ekosistem alam semula jadi.

Secara umumnya, aktiviti membeli-belah bukanlah merupakan tujuan utama seseorang pelancong datang berkunjung ke sebuah destinasi yang dilawati. Kajian yang dijalankan oleh Laurie *et al.* (2011), iaitu berkenaan dengan *Tourist Shopping Village* (TSV) mendapati walaupun aktiviti membeli-belah bukan objektif utama dalam pelancongan, tetapi kemudahan serta kepuasan pelancong perlu diutamakan. Kajian ini turut merumuskan wanita lebih banyak terlibat dengan aktiviti membeli-belah berbanding lelaki. Faktor umur dan kedai bebas cukai adalah elemen yang mempengaruhi sektor pelancongan. Walaupun produk yang dikeluarkan di peringkat desa adalah berbeza nilainya dengan produk luar negara, tetapi rata-rata responden didapati menilai beberapa perkara sebelum membeli barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan. Antaranya termasuklah sikap jurujual, kecekapan jurujual, kekemasan dan kebersihan kedai. Dari sudut kemudahan pula, pelancong lebih berminat sekiranya kemudahan yang lengkap dan selesa disediakan semasa membeli-belah, contohnya kemudahan tempat letak kereta dan laluan pejalan kaki.

Berbeza dengan hasil kajian yang dijalankan oleh Tanit (2011) di Bangkok, Thailand. Secara keseluruhannya, faktor umur, status perkahwinan serta tempat asal didapati mempengaruhi perbelanjaan dan tingkah laku responden dalam membeli-belah. Tempat asal responden adalah salah satu aspek yang memberi kesan terhadap aktiviti membeli-belah di Bangkok. Pelancong yang datang dari luar kawasan Bangkok ternyata lebih menunjukkan minat terhadap aktiviti membeli-belah kraftangan tempatan berbanding pelancong yang datang dari sekitar Bangkok itu sendiri. Sementara status perkahwinan pula didapati tidak mempengaruhi aktiviti membeli-belah kraftangan, namun ia mempengaruhi lawatan ke muzium, istana serta aktiviti kebudayaan. Hasil kajian ini turut menyimpulkan faktor jantina dan status perkahwinan didapati mempengaruhi aktiviti membeli-belah di bandar berkenaan.

Sementara itu, kajian yang dijalankan oleh Ahmad Nazrin *et al.* (2014) terhadap destinasi mesra pelancong dalam kalangan pelancong domestik di Kuala Lumpur mendapati sesebuah destinasi yang mesra pelancong melibatkan tiga elemen, iaitu dimensi, produk dan ruang. Elemen dimensi merangkumi aktiviti dalam kebudayaan yang dilihat begitu unik sekiranya dipraktikkan. Demikian juga elemen produk yang menekankan kepentingan aspek perkhidmatan yang berkualiti, kebebasan memilih dan penawaran barangan yang mampu menarik pelancong domestik untuk melakukan kunjungan ulangan. Sementara dimensi ruang pula lebih kepada aspek lokasi, infrastruktur, keselamatan dan kemudahan pelancong ke destinasi yang ingin dituju. Hasil kajian ini turut menegaskan sekiranya ketiga-tiga dimensi ini dipraktikkan di setiap lokasi pelancongan, maka tidak mustahil persepsi pelancong terhadap produk dan perkhidmatan yang ditawarkan akan lebih positif.

Kepuasan pelancong adalah elemen penting dalam aktiviti pelancongan. Kajian yang dijalankan oleh Suleyman *et al.* (2011) terhadap tahap kepuasan pelancong di Alanya mendapati membeli-belah adalah salah satu aktiviti yang memberi kepuasan kepada pelancong. Kepuasan yang diperolehi meliputi pelbagai aspek, antaranya harga produk, kualiti produk, kemudahan ke lokasi, jurujual yang mesra pelanggan dan fasih bertutur serta kebersihan premis itu sendiri. Hasil kajian turut mendapati rata-rata pelancong yang datang membeli-belah di Alanya terdiri daripada pelbagai latar belakang negara. Oleh yang demikian, persefahaman antara pelancong dengan jurujual adalah faktor penting dalam memastikan pelancong berpuas hati dengan aktiviti membeli-belah di Alanya. Walau bagaimanapun, kajian ini mendapati pelancong tidak berpuas hati dengan tingkah laku dan layanan yang diterima daripada sesetengah jurujual. Hal ini memberi kesan kepada keyakinan pelancong terhadap penjual dan aktiviti membeli-belah itu sendiri. Oleh itu, hasil kajian ini menyarankan agar jurujual perlu mengikuti program dan kursus meningkatkan kemahiran untuk memahami gelagat pelancong asing.

Sehubungan dengan itu, hasil kraftangan adalah cenderamata yang semakin mendapat tempat dalam kalangan pelancong domestik mahupun antarabangsa dalam aktiviti membeli-belah ketika melancong. Kajian oleh Awangku Hassan Bahar (2014) mendapati wujud perbezaan persepsi antara pelancong antarabangsa dan pelancong domestik terhadap produk kraftangan di Sabah. Secara umumnya, pelancong antarabangsa lebih tertarik terhadap bentuk, motif serta cara pembuatan kraftangan. Sikap pembeli untuk memiliki keunikan dan nilai estetika sesuatu barang membuatkan tingkah laku pelancong untuk terus membeli. Justeru, faktor sikap, tingkah laku dan keunikan produk yang ditawarkan itu sendiri didapati mempengaruhi persepsi pelancong ketika membeli-belah.

4. KAWASAN KAJIAN

Kawasan kajian ini tertumpu di sekitar pusat Bandaraya Kota Kinabalu yang melibatkan beberapa kawasan seperti Sinsuran, Segama, Kampung Air, Api-Api Centre, Bandaran Berjaya, Lorong Dewan dan Jalan Gaya. Sinsuran terletak berhadapan pinggir pantai yang terdiri daripada bangunan kompleks Sinsuran. Kawasan ini merupakan salah satu kawasan yang sibuk dan

menjadi tumpuan pelancong dan komuniti tempatan untuk membeli-belah kerana menawarkan pelbagai barangan pada harga yang berpatutan. Di sini juga terdapat banyak kemudahan hotel bajet yang memudahkan pelancong untuk menginap di lokasi yang berdekatan dengan pusat membeli-belah. Kawasan ini merupakan lokasi bagi ibu pejabat Taman Sabah yang menawarkan perkhidmatan kepada pihak yang ingin mendapatkan informasi pelancongan di samping sebuah pusat informasi pelancongan swasta, iaitu Step-in Lodge Sdn. Bhd. (Oliver *et al.*, 2009).

5. METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif. Kaedah ini merujuk kepada penggunaan statistik nombor, ukuran dan pengiraan. Othman (2013) menjelaskan kaedah kuantitatif adalah merujuk kepada penggunaan dalam pengukuran secara objektif untuk menghasilkan data numerikal yang lazimnya dianalisis menggunakan statistik. Bagi memperolehi data, tumpuan kajian adalah di pintu laluan keluar yang utama dari Negeri Sabah, iaitu di balai perlepasan Lapangan Terbang Antarabangsa Kota Kinabalu. Selain itu, borang soal selidik turut diedarkan kepada pelancong domestik di kawasan membeli-belah di Bandaraya Kota Kinabalu. Bagi memastikan data yang dikumpulkan adalah sahih dan tepat, responden terlebih dahulu akan ditanya tentang kesediaan untuk ditemu bual, tempoh berada di destinasi kunjungan dan negeri asal responden. Pemilihan ini dilakukan bagi memastikan responden adalah pelancong dan bukannya pelawat harian. Dalam kajian ini, seramai 90 orang responden dalam kalangan pelancong domestik telah ditemu bual menggunakan borang soal selidik.

6. DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

6.1 Jenis dan Kategori Sektor Informal

Jenis dan Kategori Sektor Informal

Jadual 1 menunjukkan jenis dan kategori sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu. Terdapat tiga skala min yang terlibat, iaitu skala rendah (1.00 hingga 2.00), sederhana (2.01 hingga 3.00) dan tinggi (3.01 hingga 4.00). Berdasarkan kepada jenis dan kategori sektor informal, nilai min tertinggi ialah 3.06, iaitu bagi aktiviti berjual di pasar malam dan aktiviti berjual di arked, bazar dan medan membeli-belah. Untuk min sederhana termasuklah aktiviti berjual di kedai runcit di bandar (2.99), aktiviti berjual di pasar tani (2.98), aktiviti berjual di tepi jalan (2.91), aktiviti berjual di kompleks kraftangan (2.84), perkhidmatan kereta sewa dan teksi (2.83), perkhidmatan bot tambang dan ekspres ke pulau-pulau (2.61), manakala nilai min terendah adalah untuk sektor perkhidmatan penginapan (2.41).

Jadual 1 Jenis dan kategori sektor informal

Jenis dan Kategori	Min	Skala
1) Aktiviti berjual di tepi jalan (cenderamata, rokok, sayur dll.)	2.91	S
2) Aktiviti berjual di kompleks kraftangan	2.84	S
3) Aktiviti berjual di pasar malam	3.06	T
4) Aktiviti berjual di arked / bazar / medan membeli-belah	3.06	T
5) Aktiviti berjual di pasar tani	2.98	S
6) Aktiviti berjual di kedai runcit di bandar	2.99	S
7) Perkhidmatan bot tambang / ekspres ke pulau-pulau	2.61	S
8) Perkhidmatan kereta sewa dan teksi	2.83	S
9) Perkhidmatan penginapan seperti rumah tamu (<i>homestay</i>)	2.41	S

Skala: R = Rendah, S = Sederhana, T = Tinggi

Jenis Barangan yang Dibeli oleh Responden

Hasil kajian menunjukkan terdapat beberapa jenis barangan yang dibeli oleh responden (Jadual 2). Barangan yang paling kerap dibeli adalah barangan kraftangan dan cenderamata dengan nilai min 3.04. Hasil laut seperti ikan terubuk masin, udang kering dan ikan bilis menunjukkan min kedua tertinggi dengan nilai 3.01, manakala bagi makanan laut, nilai min adalah 2.92 yang terletak dalam kategori sederhana. Seterusnya barangan perhiasan diri turut menjadi pilihan responden dengan nilai min 2.74. Nilai min bagi kain dan pakaian adalah 2.47 dan produk kesihatan pula mencatatkan nilai min terendah, iaitu 2.44.

Jadual 2 Jenis barangan yang dibeli oleh responden

Jenis Barangan yang Dibeli	Min	Skala
1) Barangan kraftangan / cenderamata (<i>key chain</i> , dll.)	3.04	T
2) Makanan laut (udang karang, ketam, sotong, dll.)	2.92	S
3) Hasil laut (ikan terubuk masin, udang kering, ikan bilis dll.)	3.01	T
4) Barangan perhiasan diri (mutiara, kristal, dll.)	2.74	S
5) Produk kesihatan (kolagen, rumpai laut, kuda laut dll.)	2.44	S
6) Barangan perhiasan / perkakasan rumah	2.47	S
7) Kain dan pakaian	2.70	S

Skala: R = Rendah, S = Sederhana, T = Tinggi

6.2 Ciri-ciri Sektor Informal

Bentuk Sektor Informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Jadual 3 menunjukkan bentuk sektor informal yang terdapat di Bandaraya Kota Kinabalu. Sebanyak 80 orang responden atau sebanyak 88.9% bersetuju bahawa kebanyakan kedai atau premis sektor informal menjual produk yang sama atau hampir sama. Meskipun sebanyak 84.4% responden berpendapat ruang kedai dan premis sektor informal adalah kecil dan sempit, namun 83.3% responden bersetuju bahawa kedai dan premis masih beroperasi secara tersusun. Majoriti responden, iaitu 87.7% bersetuju bahawa sektor informal di Kota Kinabalu menjual pelbagai jenis produk. Seterusnya, seramai 65 orang responden atau 72.2% bersetuju dengan pernyataan bahawa harga barangan yang dijual oleh sektor informal adalah lebih murah dan berpatutan.

Jadual 3 Bentuk sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Bentuk	Ya	Tidak
1) Susunan kedai / premis yang tersusun	75 (83.3%)	15 (16.7%)
2) Ruang kedai / premis yang kecil dan sempit	76 (84.4%)	14 (15.6%)
3) Harga barangan yang lebih murah dan berpatutan	65 (72.2%)	25 (27.8%)
4) Pelbagai jenis produk dijual	79 (87.7%)	11 (12.2%)
5) Kebanyakan premis menjual produk yang hampir sama	80 (88.9%)	10 (11.1%)

Lokasi Sektor Informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Hasil kajian menunjukkan terdapat beberapa ciri keadaan lokasi sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu (Jadual 4). Secara umumnya, tujuh daripada ciri ini berada pada skala yang tinggi, iaitu tahap ketersampaian yang tinggi, iaitu mudah untuk dikunjungi (3.58), kemudahan infrastruktur yang baik (3.32), imej premis/tempat yang dikenali (3.27), susun atur gerai yang tersusun dan sistematik (3.16), premis yang luas dan selesa (3.06), selamat untuk dikunjungi (3.03) serta tempat yang tidak sibuk (3.00). Namun begitu, aspek kebersihan persekitaran premis perniagaan mencatatkan nilai min yang sederhana sahaja (2.82).

Jadual 4 Lokasi sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Lokasi	Min	Skala
1) Ketersampaian yang tinggi (senang untuk dikunjungi)	3.58	T
2) Kemudahan infrastruktur yang baik	3.32	T
3) Premis yang luas dan selesa	3.06	T
4) Tempat yang tidak sibuk / sesak	3.00	T
5) Imej premis / tempat yang dikenali	3.27	T
6) Susun atur gerai tersusun dan sistematik	3.16	T
7) Kebersihan persekitaran premis perniagaan	2.82	S
8) Selamat untuk dikunjungi	3.03	T

Skala: R = Rendah, S = Sederhana, T = Tinggi

Produk Sektor Informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Jadual 5 menunjukkan produk sektor informal yang terdapat di Bandaraya Kota Kinabalu. Dari aspek kepuasan terhadap produk yang dijual di sektor informal didapati mencatatkan min skala tinggi untuk semua item yang ditetapkan, iaitu wujudnya kepelbagaian produk yang ditawarkan dengan min 3.79, keunikan produk yang dijual - 3.61, mutu barangan dan perkhidmatan yang tinggi - 3.46, harga produk yang murah - 3.36 dan jenama barangan yang baik dengan mencatatkan nilai min 3.17.

Jadual 5 Produk sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Produk	Min	Skala
Harga yang murah	3.36	T
Keunikan produk yang dijual	3.61	T
Mutu barangan / perkhidmatan yang tinggi	3.46	T
Jenama barangan yang baik	3.17	T
Kepelbagaian produk yang ditawarkan	3.79	T

Skala: R = Rendah, S = Sederhana, T = Tinggi

6.3 Tahap Kepuasan Pelancong Domestik

Tahap Kepuasan Pelancong Domestik terhadap Perkhidmatan Sektor Informal di Kota Kinabalu

Hasil kajian menunjukkan tahap kepuasan pelancong domestik terhadap perkhidmatan sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu adalah dalam julat sederhana ke tinggi (Jadual 6). Aspek layanan mesra mencatatkan min tertinggi iaitu 3.71 diikuti dengan budi bahasa juru jual iaitu dengan min 3.61. Seterusnya, kemudahan tawar-menawar (3.49) serta promosi dan diskaun (3.31) didapati masih berada pada skala tinggi. Namun begitu, tahap kepuasan pelancong adalah pada tahap sederhana untuk item perkhidmatan penghantaran dengan nilai 2.98 dan kemudahan kad kredit yang bernilai 2.61.

Jadual 6 Tahap Kepuasan Pelancong Domestik terhadap Perkhidmatan Sektor Informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Perkhidmatan	Min	Skala
Kemudahan tawar-menawar	3.49	T
Promosi dan diskaun	3.31	T
Kemudahan penggunaan kad kredit	2.61	S
Layanan mesra	3.71	T
Perkhidmatan penghantaran	2.98	S
Budi bahasa jurujual	3.61	T

Skala: R = Rendah, S = Sederhana, T = Tinggi

Tahap Kepuasan Pelancong Domestik terhadap Barangan Sektor Informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Jadual 7 menunjukkan tahap kepuasan pelancong domestik terhadap barangan dan produk sektor informal di Bandaraya Kota Kinabalu. Hasil kajian mendapati kesemua item yang disenaraikan mencatatkan skala tinggi, iaitu kepelbagaian produk - 3.77, keunikan produk yang ditawarkan - 3.61, harga yang murah serta kualiti dan jaminan mutu yang masing-masing mencatatkan skala yang sama, iaitu min 3.31. Walau bagaimanapun, aspek jenama barangan merekodkan min 3.28 sahaja.

Jadual 7 Tahap Kepuasan Pelancong Domestik Terhadap Barangan Sektor Informal di Bandaraya Kota Kinabalu

Barangan & Produk	Min	Skala
Harga yang murah	3.31	T
Keunikan produk yang ditawarkan	3.61	T
Kualiti dan jaminan mutu	3.31	T
Jenama barangan	3.28	T
Kepelbagaian produk	3.77	T

Skala: R = Rendah, S = Sederhana, T = Tinggi

7. KESIMPULAN

Pembangunan dan tarikan pelancongan di Kota Kinabalu dan sekitarnya memberikan kesan positif kepada komuniti tempatan yang terlibat sebagai pengusaha dalam sektor informal. Sektor keusahawanan ini mampu menawarkan peluang pekerjaan kepada komuniti miskin bandar seterusnya meningkatkan peluang guna tenaga dalam bidang perniagaan skala kecil-kecilan. Dalam usaha untuk meningkatkan minat pelancong domestik bagi membeli-belah di sektor informal, kelebihan nilai barangan dan keunikan produk sektor informal perlu dipertingkatkan dan dipelbagaikan. Dapatan kajian ini adalah penting kepada pembuat dasar dan pelbagai pihak yang ingin mendalami bidang kajian tentang sektor informal, komuniti bandar dan pelancongan. Ringkasnya, kajian kes di Kota Kinabalu ini didapati agak unik kerana selain warganegara Malaysia, kebanyakan yang terlibat dalam sektor informal adalah penduduk tetap, pendatang tanpa izin yang sudah bermastautin serta bajau laut yang dianggap sebagai komuniti tanpa negara. Untuk itu, suatu kajian lanjutan perlu dilakukan untuk meneliti peranan dan sumbangan sektor informal terhadap penduduk yang terdiri daripada pelbagai latar belakang kerakyatan ini.

RUJUKAN

- Ahmad Atory Hussain. (1996). *Pengurusan Sumber dalam Organisasi Awam dan Swasta*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors.
- Ahmad Nazrin Aris Anuar, Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh, Mohd Yusof Hussain, Amriah Buang & Sri Winarni Samsir. (2014). Pembentukan destinasi mesra pelancong berasaskan perspektif pelancongan domestik. *Malaysia Journal of Society and Space*, Vol 10 (8), 1-12.
- Awangku Hassan Bahar. (2014). Tourists' Perception about an Appealing Handicraft. *Journal Tourism, Leisure and Global Change*. Vol 1. Page TOC-10.
- Bangasser. P. E. (2000). *The Ilo And the Informal Sector: An Institutional History*. Employment Paper 2000/9.
- Crompton J. (1979). Motivations for pleasure travel. *Annual of Tourism Research*, (6), 408-424.
- Gun, C. & T. Var. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. (4th Ed.) London: Routledge.
- Khursiah Abd Aziz & Fakhrol Zaman Abdullah. (2011). Cultural heritage tourism development In Kota Lama Kanan, Kuala Kangsar, Perak. *Universiti Tun Abdul Razak E-Journal Vol. 7, No. 2*.

- Laurie Murphy, Gianna Moscardo, Pierre Benckendorff & Philip Pearce. (2011). Evaluating tourist satisfaction with the retail experience: In a typical tourist shopping village. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18, 302-310.
- Norzalita A. Aziz, Ahmad Azmi M. Ariffin, & Tan Wie Vien. (2009). Kajian awalan ke atas potensi pelancongan kembaraan dalam pasaran remaja di Malaysia. *Jurnal Pengurusan*, 29, 57-74.
- Oliver Valentine Eboy, Mustapa Abd. Talip, Jurry Foo & Abdul Munir Ladoni. (2009). *Permodelan Nilai Sewa Harta Tanah Komersial Menggunakan Pengintegrasian GIS dan MRA di Kota Kinabalu*. Malaysia: Universiti Malaysia Sabah.
- Othman Talib. (2013). *Asas Penulisan Tesis Penyelidikan dan Statistik*. Malaysia: Serdang, Universiti Putra Malaysia.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer-Verlag.
- Shushma H. (2012). Tourism and handicraft - Exploring the linkages. *Journal of Multidisciplinary Research*, Vol.1 (6).
- Suleyman Barutcu, Hulusi Dooan & Engin Unguren. (2011). Tourists's perception and satisfaction of shopping in Alanya Region: A comparative analysis of different nationalities. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1049 – 1059.
- Tanit Pruktara. (2011). Domestic tourist behaviours of the tourism place in Bangkok and Greater Area. *International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering*, 7 (8).