UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

PROSIDING



Seminar INSIGHTS 2002
Universiti Teknologi MARA

BRC (Biro Penyelidikan & Perundingan), Universiti Teknologi MARA, 40450 Shah Alam

Biro Penyelidikan dan Perundingan
Universiti Teknologi MARA
40450 Shah Alam, Selangor
Malaysia

© 2001. Biro Penyelidikan dan Perundingan. Hak cipta Terpelihara.

Sila majukan sebarang pertanyaan kepada:

Penolong Naib Canselor(Penyelidikan)
Biro Penyelidikan dan Perundingan
Universiti Teknologi MARA
40450 Shah Alam
Selangor, Malaysia

Tel : 603 5544 2094 / 2093 / 2092
Fax : 603 5544 2096
e-mel : azniz132@salam.uitm.edu.my



Jawatankuasa Penyunting

Penaung	:	Y. Berbahagia Datuk Prof. Dr. Ibrahim Abu Shah Naib Canselor Universiti Teknologi MARA
Penasihat	:	Yang Berbahagia Dato' Prof. Dr. Abdul Halim Mohd.Nawawi Timbalan Naib Canselor (Pembangunan dan Penyelidikan Universiti Teknologi MARA
Ketua Penyunting	:	Prof. Dr. Azni Zain Ahmed Penolong Naib Canselor(Penyelidikan) Universiti Teknologi MARA
Penyunting	:	Prof. Madya Dr. Zainon Mohd. Noor Koordinator Penyelidikan (Sains dan Teknologi) Prof. Madya Dr. Rosmimah Mohd.Noor Kooordinator Penyelidikan (Sains Kemasyarakatan dan Kemanusiaan)
Lembaga Penyunting:		Prof. Madya Ir. Dr. Hj. Abdul Rahman Omar Dr. Rashidah Abd. Rahman Cik Dapeah Ahmad

KAJIAN PERSEPSI PENDUDUK NEGERI TERENGGANU TERHADAP INDUSTRI PELANCONGAN DI NEGERI TERENGGANU

Zainuddin Bin Zakaria
Azemi Che Hamid
UiTM Cawangan Terengganu

ABSTRAK

Banyak kajian telah dilakukan mengenai industri pelancongan di Malaysia khasnya mengenai strategi dan kaedah untuk menarik kedatangan pelancong ke sesuatu destinasi pelancongan. Kajian untuk menambah daya tarikan produk-produk pelancongan juga telah dijalankan oleh pengkaji-pengkaji yang lain. Walau pun begitu tidak banyak kajian yang dilakukan mengenai persepsi penduduk tempatan terhadap industri pelancongan yang dibangunkan di kawasan mereka khasnya di pantai timur Semenanjung Malaysia. Kajian ini cuba untuk mengenal pasti persepsi penduduk Negeri Terengganu terhadap produk-produk pelancongan yang wujud di negeri mereka. Lapan produk pelancongan yang telah dikenal pasti wujud di Negeri Terengganu ialah produk berasaskan ekologi, pertanian, pendidikan, sejarah, pusat membeli belah, kebudayaan dan kraftangan, sukan dan rekreasi dan tempat bersantai. Kajian ini diperolehi melalui temuduga pembanci-pembanci dengan empat ratus orang responden di lima buah daerah di Negeri Terengganu. Responden boleh dikategorikan kepada suri rumah, peniaga , kakitangan kerajaan dan swasta, penuntut dan mereka yang tidak bekerja. Secara umumnya, keputusan yang diperolehi menunjukkan terdapatnya pertalian yang positif antara unsur-unsur positif yang dibawa oleh produk-produk pelancongan dengan persepsi penduduk tempatan di mana wujudnya produk pelancongan itu. Kajian juga mendapati wujudnya sikap positif di kalangan penduduk Negeri Terengganu terhadap industri pelancongan. Sikap mereka ditakrifkan sebagai kesediaan mereka untuk menerima kedatangan pelancong dan kesediaan mereka untuk melibatkan diri di dalam aktiviti-aktiviti yang menyumbang kepada pembangunan industri pelancongan.

PENDAHULUAN

Negeri Terengganu Darul Iman yang menghadap Laut China Selatan di pantai timur Semenanjung Malaysia merupakan salah satu destinasi pelancongan yang mempersonakan. Lautnya yang saujana mata memandang dihiasi dengan pantai-pantai indah yang putih berkilau dan air laut yang membiru menjadi tumpuan para pelancong dari dalam dan luar negara. Pulau-pulau batu karangnya dikatakan antara yang tercantik di dunia. Negeri ini juga kaya dengan pusat kraftangan dan keseniannya. Hasil kraftangan seperti kain Batik, tenunan Songket, hasil tembaga, anyaman daun mengkuang, tenunan sutera dan sebagainya sentiasa menjadi daya tarikan kepada para pelancong.

Negeri Terengganu juga menyimpan tradisi tamadun Islam dan bahan-bahan sejarah yang boleh di ketengahkan sebagai satu produk pelancongan. Selain dari itu masakan dan kuih-muih tradisionalnya boleh dijual dan dijadikan sajian di hotel-hotel dan pusat-pusat peranginan. Kesemua produk-produk pelancongan ini adalah daya tarikan utama yang dapat menarik para pelancong ke Negeri ini.

Galakan industri pelancongan telah diberi penekanan oleh kerajaan Negeri Terengganu agar ia dapat dijadikan sebagai salah satu sumber ekonomi negeri selain dari sumber petroluem dan gas. Dalam usaha membangunkan industri ini, kerajaan Negeri Terengganu telah menetapkan bahawa produk utama pelancongan di negeri ini hendaklah berasaskan kepada ekologi, sejarah dan unsur-unsur tradisional . Ini bermakna usaha pengekalan persekitaran serta unsur-unsur tradisional negeri ini perlu diberi keutamaan. Dari sudut jumlah kedatangan pelancong ke negeri ini, ia menunjukkan peningkatan selepas kegawatan ekonomi yang berlaku antara tahun 1996 hingga tahun 1998. Ini seharusnya memberi motivasi kepada kerajaan negeri untuk meningkatkan daya usaha mereka untuk memajukan industri ini.

PENYATAAN MASALAH

Industri pelancongan adalah antara industri yang dapat menyumbang kepada pendapatan sesebuah negara. Mengikut kenyataan Kementerian Kebudayaan dan Pelancongan, pelancongan adalah penyumbang pendapatan negara yang ketiga terbesar selepas sektor pembuatan dan petroluem mentah (Rancangan Malaysia Ke tujuh, 1995).

Untuk Negeri Terengganu, khasnya, sektor ini menjadi sektor yang penting selepas industri petroluem. Mengikut kenyataan yang dinyatakan oleh Pengerusi Jawatankuasa Belia, Sukan, Kebudayaan dan Pelancongan, Wan Hassan Mohd Ramli, sektor pelancongan telah menyumbangkan kira-kira RM465 juta setahun kepada ekonomi negeri Terengganu.

Sememangnya negeri ini telah dikenali ramai samada dari dalam atau luar negara. Bagaimanapun kadar pertambahan kedatangan pelancong adalah sangat kecil dari tahun kesetahun, malah menjadi negatif pada beberapa tahun sebelum ini. Ini boleh dijelaskan oleh Jadual 1 di bawah.

Jadual 1: Peratusan Pertumbahan Pelancongan Negeri Terengganu

Tahun	Pelancong Tempatan			Pelancong Asing			Jumlah		
	Jumlah	Pertambahan	%	Jumlah	Pertambahan	%	Jumlah	Pertambahan	%
1990	196957	-	-	79371	-	-	276328	-	
1991	228153	31196	15.8	121948	42577	53.6	350101	73773	26.7
1992	201073	(27080)	(11.9)	90898	(31050)	(25.5)	291971	(58130)	(16.6)
1993	277724	76651	38.1	97572	6674	7.3	375296	83325	28.5
1994	410327	132603	47.8	107598	10026	10.3	517925	142629	38.0
1995	730020	319693	77.9	127124	19526	18.6	857144	339219	65.5
1996	1065327	355307	45.9	166951	39833	31.3	1232278	375134	43.8
1997	1626392	561065	52.7	227646	60695	36.4	1854038	621760	50.5
1998	981263	(645129)	(39.7)	112714	114932	(50.5)	1093977	760061	(41.0)
1999	1002324	21061	2.2	146713	33999	30.2	1149037	55060	5.0
2000	1170552	168228	16.8	159993	13280	9.1	1330545	181508	15.8
2001	1288607	118055	10.1	171041	11040	6.9	1459648	129103	9.7

Sumber: Ubahsuai dari Data Asas Negeri Terengganu 2000.

Faktor-faktor yang menyumbang kepada berlakunya pengurangan ini mungkin datang dari pelbagai sumber. Mengikut Ismail Shari (1993), terdapat empat faktor yang mempengaruhi perkembangan dan skop industri pelancongan. Faktor-faktor tersebut adalah daya tarikan (Attraction), mudah sampai (Assessibility), kemudahan (Amenities) dan sikap (Attitude).

Secara tidak langsung sikap penduduk tempatan terhadap pelancong dan pembangunan pelancongan akan membentuk persepsi mereka terhadap industri ini. Persepsi mereka bergantung secara umumnya kepada impak atau pun kesan industri ini kepada ekonomi, sosial budaya dan kualiti hidup mereka. Mengikut kajian yang dijalankan oleh Evelyn Hong (1985) untuk Persatuan Pengguna Pulau Pinang (CAP) dalam tahun 80an, wujudnya kesan yang negatif keatas ekonomi, sosial, alam sekitar dan budaya penduduk tempatan. Di sekitar tahun 80 an, persepsi penduduk tempatan terhadap mereka yang bekerja di hotel adalah suatu persepsi yang negatif. Secara umumnya, pada waktu ini, persepsi negatif ini sudah tidak lagi wujud. Sungguh pun begitu, tiada kajian yang terperinci yang dilakukan ke atas pesepsi penduduk tempatan terhadap industri ini, terutamanya di Pantai Timur Semenanjung Malaysia dan khususnya di Negeri Terengganu. Bertitik tolak dari pandangan umum ini, pengkaji merasakan perlunya di lakukan suatu kajian terperinci tentang persepsi penduduk tempatan terhadap industri pelancongan. Persepsi penduduk tempatan akan mempengaruhi sikap mereka dan seterusnya penerimaan mereka terhadap pembangunan projek-projek pelancongan khasnya di kawasan yang terlibat secara langsung dengan projek-projek ini.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian merangkumi objektif-objektif berikut:

a. Mengenal pasti produk-produk pelancongan di Negeri Terengganu
b. Mendapat pandangan penduduk Negeri Terengganu terhadap perkembangan industri pelancongan

c. Mengenal pasti implikasi sosial ke atas penduduk Negeri Terengganu hasil dari perkembangan industri pelancongan
d. Mengenal pasti pertalian di antara faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penduduk Negeri Terengganu terhadap perkembangan industri pelancongan.

METODOLOGI

Kawasan kajian sepatutnya meliputi seluruh daerah di Negeri Terengganu. Bagaimanapun penyelidik memikirkan hanya daerah-daerah tertentu yang maju dengan kegiatan pelancongan dipilih sebagai kawasan kajian iaitu daerah Kuala Terengganu, Marang, Hulu Terengganu, Setiu dan Besut. Dua daerah iaitu Dungun dan Kemaman tidak dipilih disebabkan kegiatan pelancongan berkurangan dan tiada produk yang baik yang boleh dijadikan sebagai daya tarikan. Oleh itu struktur populasi hanya dipilih dari lima daerah di Negeri Terengganu untuk dijadikan rangka populasi.

PENSAMPELAN

Kajian dijalankan dengan mengambil 400 sampel iaitu sebanyak 6.50 peratus dari jumlah populasi. Peratusan ini adalah munasabah kerana mengikut Uma Sakaran (2000), beliau mencadangkan jikalau populasi berjumlah 1,000,000 orang maka saiz sampel ialah seramai 384 orang iaitu 3.84 peratus sahaja. Oleh itu penyelidik memutuskan seramai 400 orang penduduk kawasan kajian yang berumur 21 tahun ke atas telah dipilih sebagai saiz sampel dan akan dijadikan responden.

PROSES PENGUMPULAN DATA

Kaedah pengumpulan data yang akan digunapakai dalam kajian ini ialah pensampelan rawak mudah, bermakna semua orang dalam daerah populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih bagi dijadikan sampel. Selepas sampel dipilih dan dijadikan responden, beliau akan ditemuduga secara bersemuka dengan menggunakan borang soalselidik yang akan diedarkan oleh penemuduga.

PROSES PENGANALISISAN DATA

Data yang telah diperolehi akan dibuat semakan, koding dan akan dimasukkan ke dalam komputer melalui program "Statistical Package of Social Sciences" atau SPSS. Data akan diuji bagi menguji hipotesis dengan menggunakan pengujian seperti ujian-t dan ujian "Chi-Square".

HIPOTESIS

Untuk kajian ini, pengkaji cuba untuk melihat hubungkait antara jenis-jenis produk yang ditawarkan oleh industri ini dengan unsur-unsur positif yang mungkin dibawa oleh produk-produk ini. Terdapat lapan hipotesis yang akan di tawarkan di dalam kajian ini.

H0 : Terdapatnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan Ekologi dengan peningkatan peluang pekerjaan di sesuatu daerah.

H1 : Terdapatnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan Ekologi dengan peningkatan peluang pekerjaan di sesuatu daerah.

H0 : Wujudnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan pertanian dengan pertambahan peluang rekreasi dan perkhidmatan sosial.

H2 : Wujudnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan petanian dengan pertambahan peluang rekreasi dan perkhidmatan sosial.

H0 : Terdapatnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan pendidikan dengan unsur yang membantu menambahkan pengetahuan.

H3 : Terdapatnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan pendidikan dengan unsur yang membantu menambahkan pengetahuan.

H0 : Wujudnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan sejarah dengan unsur yang membantu mempopularkan tempat dan negeri.

H4 : Wujudnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan sejarah dengan unsur yang membantu mempopularkan tempat dan negeri.

H0 : Terdapatnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan sukan dan rekreasi dengan unsur yang menambah peluang rekreasi dan perkhidmatan sosial.

H5 : Terdapatnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan sukan dan rekreasi dengan unsur yang membantu menambahkan peluang rekreasi dan perkhidmatan sosial.

H0 : Wujudnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan kawasan membeli belah dengan unsur yang membawa pendapatan.

H6 : Wujudnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan kawasan membeli belah dengan unsur yang membawa pendapatan.

H0 : Terdapatnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan kebudayaan dan kraftangan dan unsur yang menambahkan pengkayaan budaya tempatan.

H7 : Terdapatnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan kebudayaan dan kraftangan dengan unsur yang membantu menambahkan pengkayaan budaya tempatan.

H0 : Wujudnya pertalian yang negatif antara produk pelancongan berdasarkan tempat bersantai dengan unsur yang menambah peluang rekreasi dan perkhidmatan sosial.

H8 : Wujudnya pertalian yang positif antara produk pelancongan berdasarkan tempat bersantai dengan unsur yang menambah peluang rekreasi dan perkhidmatan sosial.

RUMUSAN DAN PENEMUAN

Rumusan boleh diperolehi melalui ujian Chi Square yang dijalankan berdasarkan hipotesis yang dirangka. Ujian hipothesis telah dilakukan menggunakan ujian Chi-Square. Berdasarkan kepada Jadual 2, yang menunjukkan nilai-nilai "Asymp. Significant (2 sided)", keputusan-keputusan yang diperolehi menunjukkan bahawa wujudnya pertalian positif antara produk-produk pelancongan dan jumlah majoriti unsur-unsur positif yang dibawa oleh produk-produk tersebut. Ini ditunjukkan oleh nilai 0.00 untuk "Asymp. Significant (2 sided)." Ini bermakna " nilai koeffisen X^2 adalah lebih besar dari nilai jadual "Distribution of X^2 pada darjah kepercayaan α, 0.05.

Dari nilai-nilai ini juga dapat dibuktikan bahawa semua Hipotesis, H0 hendaklah ditolak dan Hipotesis H1,H2,H3,H4,H5,H6,H7 dan H8 hendaklah diterima.

Jadual 2: Ujian Statistik (Pearson Chi-Square) Bagi Kesan Positif Dari Pembangunan Industri Pelancongan (Asymp. Significant (2 sided))

Unsur-Unsur Positif / Produk Pelancongan	Peluang Pekerjaan	Pertambahan Pertambahan	Pertambahan Peluang Rekreasi &	Galakkan Pengkayaan	Membawa Pendapatan	Membantu membangunkan prasarana dan	Popularkan tempat dan	Meningkatkan Taraf Hidup	Jimat Masa & Kos	Lain- lain
Ekologi	.000	.384	.000	.463	.000	.183	.000	.881	.110	.168
Pertanian	.001	.241	.003	.874	.009	.509	.043	.731	.140	.874
Pendidikan	.940	.000	.984	.889	.901	.774	.293	.852	N.A	.000
Sejarah	.505	.009	.601	.001	.566	.597	.000	.997	.997	.997
Sukan & Rekreasi	.753	.843	.000	.206	.283	.764	.020	.001	N.A	.625
Pusat Beli Belah	.001	.860	.747	.154	.000	.001	.004	.000	.799	.918
Kebudayaan & Kraftangan	.015	.593	.050	.001	.010	.493	.018	.679	.973	N.A
Bersantai	.000	.044	.000	.000	.006	.136	.000	.751	N.A	.960

UJIAN STATISTIK (PEARSON CHI-SQUARE) BAGI PEKERJAAN DALAM INDUSTRI PELANCONGAN DARI SUDUT ANGKUBAH TERKAWAL PENDIDIKAN

Penyelidik telah mengambil angkubah terkawal iaitu tahap pendidikan responden untuk diuji dengan persepsi penduduk mengenai penglibatan mereka dalam pekerjaan yang dianjurkan oleh sektor pelancongan di negeri ini. Dari Jadual 3 (a) didapati kesemua sektor iaitu sektor golf, pusat beli belah dan pusat rekreasi menghasilkan jawapan yang sangat bererti iaitu nilai X^2, 0.000, 0.012 dan 0.000 kecuali disektor perhotelan pada nilai X^2, 0.374.

Melalui Jadual 3 (b) didapati persepsi responden terhadap penglibatan ahli keluarga bekerja di sektor tersebut adalah sangat positif dengan penghasilan nilai-nilai X^2 yang bererti bagi semua sektor iaitu perhotelan (X^2=0.001), golf (X^2=0.000), pusat beli belah (X^2=0.012) dan pusat rekreasi (X^2=0.021).

Jadual 3 (a): Ujian Statistik (Pearson Chi-Square) Bagi Persepsi Responden Terhadap Pekerjaan Dalam Industri Pelancongan Dari Angkubah Terkawal Pendidikan.

Kategori Kerja	Nilai X^2 Dari Pengiraan	Darjah Keberkesanan	Asymp. Significant (2 sided)	Nilai X^2 Dari Jadual Pada 0.05
Bekerja di Hotel	16.117	15	0.374	24.996
Bekerja Di Pusat Golf	64.614	25	0.000	37.652
Bekerja Di Pusat Pusat Beli-Belah	33.447	15	0.004	24.996
Bekerja Di Pusat Rekreasi	52.494	20	0.000	31.410

Jadual 3 (b): Ujian Statistik (Pearson Chi-Square) Bagi Persepsi Responden Terhadap Pekerjaan Yang Akan Dilakukan Oleh Ahli Keluarga Dalam Industri Pelancongan Dari Angkubah Terkawal Pendidikan

Kategori Kerja	Nilai X^2 Dari Pengiraan	Darjah Keberkesanan	Asymp. Significant (2 sided)	Nilai X^2 Dari Jadual Pada 0.05
Bekerja di Hotel	45.720	20	0.001	31.410
Bekerja di Pusat Gofl	60.742	25	0.000	37.652
Bekerja di Pusat Beli-Belah	29.897	15	0.012	24.996
Bekerja di Pusat Rekreasi	34.882	20	0.021	31.410

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Kajian ini mendapati produk pelancongan yang paling popular di negeri ini ialah bersantai 98.0 peratus dengan pantai, 78.0 peratus sebagai tempat kunjungan utama. Pelancongan berasaskan ekologi menduduki tempat kedua popular dengan 74.3 peratus. Ketiga popular ialah pelancongan

berasaskan pusat beli belah, 66.8 peratus. Pelancongan berasaskan sukan dan rekreasi menduduki tempat keempat popular di Negeri Terengganu dengan 48.0 peratus dan kategori paling diminati ialah sukan tradisi atau rakyat, 54.1 peratus. Produk pelancongan yang paling tidak popular ialah produk pelancongan berasaskan pertanian yang hanya pada kadar 17.0 peratus kewujudannya. Dari sudut persepsi penduduk Negeri Terengganu terhadap perkembangan industri pelancongan di masa hadapan, hasil yang diperolehi majoriti 61.5 peratus responden bersetuju mengatakan industri ini akan berkembang pesat di masa depan. Majoriti iaitu lebih dari 80.0 peratus bersetuju jika produk-produk pelancongan yang dihuraikan di atas dimajukan dan diperbanyakkan di masa depan.

Sebaliknya kesan negatif utama jika produk-produk pelancongan ini dimajukan ialah unsur keruntuhan akhlak 38.9 peratus. Penganalisisan data dibuat ke peringkat seterusnya iaitu membuat ujian statistik berparameter untuk menguji pertalian persepsi penduduk terhadap industri ini pada masa depan. Hasilnya didapati bahawa kesemua hipotesis yang dirangka diterima kerana terdapat hubungan yang positif antara produk-produk pelancongan dan unsur-unsur positif yang dibawa oleh produk tersebut.

Kesimpulan juga memuatkan fakta mengenai kesediaan penglibatan penduduk Negeri Terengganu di dalam industri pelancongan di masa hadapan. Majoriti responden mengatakan sudi bekerja di sektor ini jika diberi peluang. Begitu juga dengan kesudian responden untuk membenarkan ahli keluarganya melibatkan dalam aktiviti pelancongan sangat memberangsangkan. Kajian mendapati penglibatan penduduk di dalam sektor pelancongan pada masa ini adalah sekitar 28.3 peratus sahaja. Penglibatan mereka hanya tertumpu kepada perusahaan restoran/gerai makan iaitu pada kadar 61.1 peratus. Pendapatan bulanan dari usaha aktiviti pelancongan adalah sederhana dengan majoriti 70.0 peratus memperolehi sama atau kurang dari RM1000.00.

CADANGAN

Hasil kajian secara umumnya menggambarkan bahawa industri pelancongan mempunyai masa depan yang cerah di Negeri Terengganu. Prduk-produk pelancongan yang di tawarkan oleh Negeri Terengganu haruslah di tingkatkan promosinya melalui pelbagai kempen pelancongan, bukan saja di Negeri Terengganu tetapi juga di seluruh negara. Faktor Mudah Sampai juga boleh di pertingkatkan dengan membina lebuhraya yang dapat menghubungkan negeri-negeri lain ke Terengganu. Di samping itu kekerapan penerbangan dari Kuala Terengganu ke bandar-bandar di negeri-negeri lain juga harus di perkenalkan atau pun di pertingkatkan kekerapannya. Dari segi kemudahan Memang tidak di nafikan kemudahan-kemudahan yang disediakan di pusat-pusat peranginan telah di bangunkan atau di naikkan taraf, tetapi kemudahan awam diluar dari pusat-pusat peranginan ini mestilah di perbanyakkan dan di baik pulih. Kemudahan-kemudahan awam seperti talifon, tandas awam, taman di pertingkatkan.

SIKAP TERHADAP INDUSTRI PELANCONGAN

Penerimaan penduduk tempatan terhadap pelancong yang mengunjungi tempat mereka dan kesediaan penduduk tempatan untuk terlibat secara langsung dalam industri pelancongan adalah baik. Oleh itu penduduk tempatan juga harus di dedahkan kepada usaha-usaha yang akan dapat membantu mereka melibatkan diri mereka secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan pelancongan. Selain dari itu apa yang perlu dititik beratkan ialah sikap negatif mereka yang tidak bertanggungjawab haruslah dikikis dan dibendung. Sikap ini adalah termasuk sikap terhadap kebersihan dan pemuliharaan kemudahan-kemudahan awam.

PEMULIHARAAN DAN PENGEKALAN ALAM SEKITAR

Mereka yang bertanggungjawab seperti Jabatan Alam Sekitar dan Jabatan Perhutanan boleh mengurangkan kesan ini dengan menjalankan kempen dan program pemuliharaan alam sekitar yang di khaskan kepada pelancong yang mengunjungi Negeri Terengganu dan juga kepada penduduk tempatan. Di samping itu, kuota boleh dikenakan kepada pelancong yang ingin melawat taman-taman laut dan pulau batu karang dalam satu-satu musim pelancongan.

RUJUKAN

Ahmad Mahdzan Ayob, (1983). *Kaedah Penyelidikan Sosioekonomi-Suatu Pengenalan.*Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.

Berita Harian. Produk Pelancongan Berasaskan Warisan Sejarah Jadi Tumpuan. 30 Mac 2001.

Burkart A.J. dan S.Medlik.(1981). *Tourism – Past, Present and Future.* Edisi Kedua. London: Heinemann.

_____, Dewan Bahasa dan Pustaka, (1989).*Kamus Dewan (Edisi Baru)*, Kuala Lumpur.

Evelyne Hong, (1985). See The Third World While it Lasts, The Social and Environmental Impact of Tourism with Special Reference to Malaysia, *Consumer's Association Of Penang,* Pulau Pinang, Malaysia. 1985.

Ismail Shari,(1993). Industri Pelancongan Di Pantai Timur-Satu Tinjauan Ekonomi, *Akademeia,* Jurnal Akademik ITM Cawangan Terengganu, Bil. 1 Jilid 3.

Kadir H. Din, (1993). Tourism and Cultural Development in Malaysia: Issues for a New Agenda. *Tourism and Cultural Development in Malaysia.* Penerbit UKM, Bangi, pg.105-118.

Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia, (2000). *Panduan Pelancongan Malaysia.* Terbitan Tourism Malaysia, Kuala Lumpur.

Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia, (2000). *Malaysia Destinasi Alam Kembara.* Terbitan Tourism Malaysia, Kuala Lumpur.

Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia, (2001). *Calendar of Events 2001.* Terbitan Tourism Malaysia, Kuala Lumpur.

Kerajaan Negeri Terengganu Darul Iman, (20 November 1999). *Laporan Taklimat Pembangunan Pelancongan Negeri Terengganu Darul Iman Kepada Rombongan Persatuan Guru Pelatih,* Maktab Perguruan Persekutuan, Pulau Pinang.

Kerajaan Negeri Terengganu, (1999).*Pembangunan Terengganu, Dahulu dan Sekarang,* Pejabat Setiausaha Kerajaan Terengganu, Kuala Terengganu, 1999.

Kementerian Kewangan Malaysia, (1992). *Laporan Ekonomi 1991/1992.*Percetakan Nasional Malaysia Berhad. Kuala Lumpur.

Kementerian Kewangan Malaysia, (1998). *Laporan Ekonomi 1998/99.*, Percetakan Nasional Malaysia Berhad. Kuala Lumpur.

Mohd Nasir Awang, (2001). Industri Pelancongan Terengganu Meningkat, *Warta Darul Iman.* 1 Jamadil awal 1422. 22 Julai 2001

Shinji Yamashita, Kadir H. Din dan J.S. Eades, (1993). Tourism and Cultural Development in Asia and Oceania, *Tourism and Cultural Development in Malaysia* Penerbit UKM, Bangi.

_____,*Tourism Publication Sdn. Bhd.* (1988). Visitor' Guide to Malaysia 1998. Kuala Lumpur.

_____,*Tourist Development Corporation,*(1991). Annual Tourism Statistical Report, Kuala Lumpur,

Unit Perancang Ekonomi Negeri Terengganu, (1999). *Data Asas Negeri Terengganu.*Percetakan Yayasan Islam Terengganu, Gong Badak, Kuala Terengganu.

Unit Perancang Ekonomi, Jabatan Perdana Menteri, (1996). *Rancangan Malaysia Ke Tujuh,* 1996-2000. Kuala Lumpur.

RUJUKAN INTERNET

http://www.malaysiamydestination.com.

http://www.mcsl.mampu.gov.my/bm/pelancongan.htm.

http://www.terengganu.gov.my