

INOVASI PRODUK DALAM “PROGRAM HOMESTAY”: PENEROKAAN DI WILAYAH PANTAI TIMUR PERSEKUTUAN TANAH MELAYU, MALAYSIA

Suhaida Herni Suffarruddin*
Mastura Jaafar
Suraiyati Rahman

*Pusat Pengajian Perumahan, Bangunan dan Perancangan, Universiti Sains Malaysia
11800 USM, Penang, Malaysia*

Abstract

Innovation is an important aspect for all sectors including the tourism sector. The challenging external environment forced businesses to innovate for continuously competitive. Accordingly, improvement and creating new product should be implemented in line with the tourist desire. The rural Homestay Program is one of the unique activities and has the potential to grow in tourism. This study intends to explore the implementation of product innovations in this program on the East Coast Federation of Malaya, Malaysia. Two Homestay programs were selected based on the high performance of tourist arrivals in 2016 and have a uniqueness of the packages offered. A qualitative approach using a face-to-face interview has been done with the Homestay’s coordinators. The findings show that the Homestay programs have implemented the product innovation in terms of accommodation, activity packages and enterprises. This result can be used by the industry to upgrade the program Homestay in Malaysia as an effort to increase competitive advantage through innovation.

* Penulis untuk dihubungi: suhaidasuff@gmail.com
eISSN 2636-9257 ©Pusat Dialog Peradaban
DOI: <https://doi.org/10.22452/PERADABAN.vol13no1.1>

Keywords: *Innovation, Product Innovation, Homestay Program, Rural Tourism*

Abstrak

Inovasi merupakan aspek yang penting dalam semua sektor termasuklah sektor pelancongan. Persekitaran luaran yang semakin mencabar memaksa perniagaan untuk berinovasi supaya dapat terus bersaing. Seajar dengan itu, penambahbaikan dan pembaharuan produk selari dengan kehendak pelancong perlu dilaksanakan. “Program Homestay” atau Program Inapdesa luar bandar merupakan salah satu kegiatan pelancongan yang mempunyai keunikan tersendiri dan berpotensi untuk berkembang. Kajian ini menerokai inovasi produk yang dilaksanakan dalam program ini di Pantai Timur Persekutuan Tanah Melayu, Malaysia. Dua buah program inapdesa telah dipilih berdasarkan prestasi kedatangan pelancong tertinggi pada tahun 2016 dan keunikan pakej yang ditawarkan. Pendekatan kualitatif iaitu temu bual bersemuka dilakukan dengan penyelaras program inapdesa. Dapatan menunjukkan inapdesa ini telah menjalankan inovasi produk daripada segi penginapan, pakej kegiatan dan perusahaan. Hasil kajian ini dapat digunakan oleh industri untuk menaik taraf program inapdesa di Malaysia sebagai usaha meningkatkan kelebihan daya saing melalui inovasi.

Kata Kunci: Inovasi, Inovasi Produk, Program Inapdesa, Pelancongan Luar Bandar

Pengenalan

Pada masa kini, inovasi berperanan sebagai komponen penting dan semakin mendapat perhatian untuk menerokai peluang baharu melalui pembaharuan dan penambahbaikan (Peters dan Pikkemaat, 2005; Hjalager, 1994) sekaligus mampu meningkatkan pasaran sedia ada dan memperkenalkan pasaran baharu (Gunday drk., 2011). Sesebuah organisasi perlu mempunyai pengetahuan dan berupaya melaksanakan inovasi agar dapat menawarkan

perkhidmatan yang bernilai kepada pelanggan (Crumpton, 2012) dan lebih berdaya saing (Beregheh drk., 2012).

Pelancongan luar bandar dilihat berpotensi untuk menyediakan destinasi yang mempunyai keunikan tersendiri ekoran daripada keaslian produk yang dimiliki meliputi keindahan alam semula jadi, kemeriahan adat resam dan budaya tempatan (Mapjabil dan Ismail, 2015). Kelebihan ini juga seiring dengan agenda utama dalam Rancangan Malaysia Ke-9 iaitu untuk memberi peluang kepada komuniti luar bandar meningkatkan tahap pendapatan dan mengurangkan jurang kemiskinan (EPU, 2015). Lantaran itu, “Program Homestay” diperkenalkan untuk mencipta pelbagai kegiatan ekonomi baharu (Kasim drk., 2016) yang berpotensi untuk berkembang dan membangunkan sosioekonomi. “Program Homestay” menawarkan pengalaman menarik kepada pelancong merangkumi penginapan, penyediaan makanan dan minuman, pakej kegiatan dan perusahaan produk komuniti. Keunikan produk yang ditawarkan adalah bergantung kepada inisiatif komuniti yang terlibat untuk berinovasi bagi memenuhi permintaan dan kepuasan pelancong (Hussin dan Kunjuraman, 2014), seterusnya mampu meningkatkan prestasi inapdesa (Pusiran dan Xiao, 2013).

Walaupun begitu, masih terdapat sebahagian Program Inapdesa (terjemahan kepada “Program Homestay” dan akan digunakan di sini selepas ini) yang tidak melakukan penambahbaikan terhadap mutu produk yang ditawarkan sehingga menjejaskan minat pelancong (Hussin dan Kunjuraman, 2014). Ini termasuk komuniti yang kurang berpengalaman dalam menguruskan perniagaan, tidak memiliki kemahiran, tiada pengetahuan (Kayat dan Nor, 2006) dan pendedahan berkaitan inovasi pelancongan (Sakdiyakorn dan Sivarak, 2016). Keadaan ini menjejaskan jumlah kedatangan pelancong dan menyebabkan pengusaha menarik diri susulan daripada pendapatan yang kurang memuaskan (Kasim drk., 2016).

Menurut Razzaq drk., (2011), inovasi terhadap produk pelancongan dalam program inapdesa perlu dikaji dengan lebih terperinci berikutan kekurangan kajian yang memfokuskan kepada aspek ini. Walaupun terdapat banyak kajian berkaitan program

inapdesa, namun kajian tersebut lebih membincangkan tentang penglibatan komuniti (Ismail drk., 2016; Pusiran dan Xiao, 2013) dan faktor motivasi terhadap pengusaha (Ahmad drk., 2014; Salleh drk., 2014). Sejajar dengan itu, kajian ini bertujuan untuk menerokai inovasi produk yang telah dilakukan dalam usaha meningkatkan prestasi program inapdesa.

Konsep Inovasi

Konsep inovasi telah diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934 yang memfokuskan kepada pembangunan ekonomi dan keusahawanan. Beliau mentakrifkan inovasi sebagai penciptaan produk baharu atau penambahbaikan terhadap produk sedia ada dengan menggunakan kaedah baharu untuk mewujudkan pasaran baharu dan membangunkan organisasi. Definisi ini turut dipersetujui oleh beberapa sarjana dengan merujuk inovasi sebagai penghasilan sesuatu yang baharu untuk meningkatkan keupayaan produk (Tidd drk., 2005; Kuratko dan Hodgetts, 2004; Drucker, 1985) agar dapat menerokai peluang baharu dan lebih berdaya saing (Bakar dan Ahmad, 2010). Ini menunjukkan bahawa inovasi dapat memberi peluang kepada organisasi untuk mengembangkan produk yang ditawarkan.

Dalam pada itu, beberapa penyelidik telah memperluaskan konsep inovasi dengan merujuk kepada kepelbagaian jenis inovasi (Saunila, drk., 2014). Sebagai contoh, Boachie-Mensah dan Aquah, (2015), Hassan drk., (2013) dan Gunday, drk., (2011) memfokuskan kepada empat jenis inovasi iaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi. Namun, ada juga penyelidik yang hanya menggunakan salah satu jenis inovasi sahaja dalam kajian mereka sama ada inovasi produk (Zhang dan Duan, 2010; Espallardo dan Ballester, 2009) inovasi proses (Abrunhosa dan Moura, 2008) atau inovasi organisasi (Camison dan Villar-Lopez, 2014; Dadfar drk., 2013). Kajian ini telah memilih untuk memfokuskan kepada penerokaan inovasi produk bagi program inapdesa di Pantai Timur Persekutuan Tanah Melayu (PTM) Malaysia.

Inovasi Produk

Inovasi produk merujuk kepada percambahan idea-idea baharu (Myers dan Marquis, 1969) dengan melakukan pembaharuan dan penambahbaikan terhadap spesifikasi tertentu (OECD, 2005) untuk memenuhi kepuasan pelanggan (Chang drk., 2012). Tambahan lagi, produk yang dihasilkan mestilah mempunyai keaslian serta keunikan tersendiri untuk dikormesialkan (Hjalager, 2010). Penciptaan produk yang mampu menarik perhatian pengguna (Boachie-Mensah dan Acquah, 2015), berupaya menyumbang kepada pertumbuhan pasaran (Hassan drk., 2013). Oleh itu, inovasi produk menjadi salah satu usaha yang perlu dilakukan secara berterusan agar tahap kecekapan organisasi dapat dipertingkatkan (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015).

Dalam sektor pelancongan, inovasi produk melibatkan penghasilan barangan atau kegiatan baharu untuk ditawarkan kepada pelancong (Aldebert drk., 2011). Inisiatif ini merupakan usaha bagi mencapai matlamat dan menyokong pembangunan pelancongan komuniti. Berdasarkan kepada kajian terdahulu, pelbagai bentuk inovasi produk telah dilaksanakan seperti membuat transformasi terhadap rumah di sepanjang terusan untuk dijadikan inapdesa (Sakdiyakorn dan Sivarak, 2016) dan memperkenalkan pelbagai kegiatan untuk menarik minat pelancong di samping memaparkan gaya hidup dan budaya komuniti setempat (Keling dan Entebang, 2017).

Perkembangan “Program Homestay”

Di Malaysia, Program Inapdesa yang lebih popular dalam bahasa Inggeris dikenali sebagai “Program Homestay” (Hussin dan Kunjuran, 2014; Ahmad drk., 2011) dan merupakan salah satu produk pelancongan yang telah diperkenalkan oleh Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan (Kmelanda) bagi membolehkan pelancong merasai pengalaman kehidupan dan budaya yang berbeza (Ahmad drk., 2014). “Program Homestay” merujuk

kepada pengalaman pelancong tinggal bersama keluarga angkat, berinteraksi, menimba pengalaman kehidupan seharian dan mempelajari budaya komuniti luar bandar (Kmelanda, 2017). Pengalaman yang disediakan adalah berbeza mengikut lokasi dan kepelbagaian etnik kehidupan (Bhuiyan drk., 2012) yang meliputi kegiatan budaya dan ekonomi masing-masing (Keling dan Entebang, 2017). Secara umumnya, produk yang disediakan adalah merangkumi penginapan, pengalaman kegiatan harian dan budaya, dan perusahaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) (Suffarruddin drk., 2017; Aziz dan Othman, 2015; Jamaludin drk., 2012). Tambahan lagi, “Program Homestay” sememangnya mempunyai daya tarikan tersendiri seperti alam semula jadi, sejarah, seni dan kraftangan, kegiatan budaya, makanan tradisi, dan kegiatan pertanian (Razzaq drk., 2011).

Penginapan adalah merujuk kepada tempat tinggal yang disediakan oleh pengusaha dengan memberi peluang kepada pelancong tinggal bersama tuan rumah dan mempelajari cara hidup keluarga tersebut (Hussin dan Kunjuraman, 2014). Pengalaman kegiatan pula meliputi budaya, gaya hidup, kegiatan ekonomi, riadah (rekreasi) dan pemuliharaan alam sekitar (Kmelanda, 2017). Ini termasuk daya tarikan sedia ada seperti makanan tradisi, keunikan budaya komuniti, kesenian dan kebudayaan, senibina rumah dan persekitaran semula jadi kampung (Mapjabil dan Ismail, 2015). Perusahaan IKS adalah merujuk kepada produk yang diusahakan oleh komuniti untuk dipasarkan kepada pelancong dan boleh juga dijadikan sebagai cenderamata (Ibrahim dan Ahmad, 2009).

Pada awal pengenalan program ini, penyertaan adalah melibatkan beberapa buah kampung yang terpilih dan dilaksanakan secara kecil-kecilan sahaja. Namun kini, “Program Homestay” (selepas ini dirujuk Program Inapdesa) dilihat semakin berkembang dengan penglibatan komuniti yang semakin bertambah. Berdasarkan data Kmelanda (2017), didapati bilangan Program Inapdesa yang berdaftar pada tahun 2016 telah meningkat kepada 193 berbanding 150 pada tahun 2011. Ini membuktikan telah berlakunya pertambahan terhadap bilangan penyertaan komuniti dalam Program Inapdesa ini. Selain itu, data yang sama

turut menunjukkan statistik kedatangan pelancong juga telah meningkat sebanyak 109 peratus pada tahun 2016 berbanding tahun 2011. Peningkatan ini membuktikan bahawa Program Inapdesa telah mendapat tempat sebagai destinasi pelancongan yang digemari oleh pelancong dalam dan luar negara. Namun, inapdesa nampaknya banyak yang tidak melibatkan kebersamaan keluarga angkat, tetapi lebih merupakan penginapan murah di kampung sahaja. Ini perlu dikaji lagi.

Tatakaedah (Metodologi)

Kajian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif, iaitu menerusi kaedah temu bual separa berstruktur secara bersemuka untuk mendapatkan maklumat dengan lebih mendalam (Silverman, 2007). Kaedah ini memerlukan penyelidik berada dalam situasi responden agar dapat melihat sendiri keadaan sebenar isu kajian, merangkumi persekitaran yang dimiliki serta bukti yang mencukupi, terutamanya melibatkan kajian kes (Yin, 2011). Ini sejajar dengan cadangan penyelidik lepas, bagi menjawab persoalan bagaimana dan mengapa inovasi boleh berlaku (Sakdiyakorn dan Sivarak, 2016) terutamanya dalam program homestay (Hashim drk., 2015). Oleh itu, temu bual dengan setiap penyelaras telah dijalankan dan diikuti lawatan ke rumah inapdesa bagi mengenal pasti inovasi produk yang dilaksanakan sebagai usaha membangunkan Program Inapdesa tersebut.

Pemilihan sampel kajian adalah penting untuk memastikan responden dapat memberi data yang paling relevan dan sesuai dengan kajian yang dilakukan (Yin, 2011). Sampel bagi kajian ini dipilih menggunakan senarai Program Inapdesa yang terdapat di Pantai Timur PTM Malaysia dan telah berdaftar dengan Kmelanda. Dua kajian kes yang dipilih adalah “Homestay Taman Sedia” dan “Homestay Kampung Desa Murni”. Kedua-dua Program Inapdesa ini dipilih kerana telah menunjukkan prestasi terbaik dalam menerima kedatangan pelancong sepanjang beroperasi melebihi 10 tahun. Berdasarkan statistik Kmelanda (2017), peratusan kedatangan telah meningkat sebanyak 134 peratus bagi Homestay Taman Sedia dan 456 peratus bagi “Homestay Kampung Desa

Murni” pada tahun 2016 berbanding tahun 2011. Seajar dengan pencapaian ini, kedua-dua inapdesa tersebut dikenal pasti berpotensi untuk memberikan maklumat berkaitan inovasi produk.

Pengumpulan dan analisis data telah dijalankan pada bulan Oktober sehingga November 2017. Pengumpulan data melibatkan temu bual bersama penyelaras dan pengusaha inapdesa. Setiap temubual mengambil masa selama tiga hingga empat jam, direkodkan untuk proses penyalinan semula ke dalam bentuk transkrip dan dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan. Menurut Krippendorff (2018), kaedah ini berupaya untuk mengukur sesuatu peristiwa yang berlaku secara lebih sistematik melalui penemuan dan kenyataan daripada temu bual. Data ini kemudiannya dikategorikan mengikut tema dan sub-tema yang bersesuaian untuk mengenalpasti kewujudan inovasi produk dalam program inapdesa tersebut.

Penemuan Kajian

Latar Belakang Kajian Kes

Dua kajian kes yang terlibat ialah “Homestay Taman Sedia” dan “Homestay Kampung Desa Murni”. “Homestay Taman Sedia” terletak di kawasan tanah tinggi iaitu Cameron Highland. Inapdesa ini mula beroperasi pada tahun pada tahun 2000. Inapdesa ini melibatkan 12 pengusaha berdaftar yang menyediakan 28 bilik penginapan. Kedatangan pelancong ke inapdesa ini mencatatkan bilangan paling tinggi bukan sahaja di Pantai Timur PTM, malah keseluruhan Malaysia dengan jumlah 94,283 pada tahun 2017.

“Homestay Kampung Desa Murni” pula terletak dalam Daerah Temerloh Pahang dan melibatkan dua buah kampung iaitu Kampung Kerdau dan Kampung Sanggang. Inapdesa ini merupakan Program Inapdesa pertama ditubuhkan di Malaysia iaitu pada tahun 1995 dengan bilangan pengusaha seramai 25 orang. Pada peringkat awal, inapdesa ini hanya menawarkan 37 buah bilik penginapan, namun kini meningkat kepada 120 buah bilik. Ini termasuklah penginapan berasaskan konsep “*kampungstay*”. Kedatangan pelancong juga meningkat sebanyak

10 peratus kepada 9,151 pada tahun 2017 berbanding tahun sebelumnya.

Inovasi Produk dalam “Program Homestay”

Dapatan yang diperolehi menunjukkan wujudnya inovasi produk dalam perkembangan “Program Homestay”. Temu bual mendapati wujudnya keupayaan untuk melaksanakan pembaharuan dan penambahbaikan ke atas produk yang boleh dikelaskan kepada tiga tema iaitu (i) peningkatan mutu ruang penginapan; (ii) keunikan pakej kegiatan desa; dan (iii) perkembangan perusahaan IKS.

Peningkatan Mutu Ruang Penginapan

Dapatan menunjukkan kategori inovasi yang dilakukan terhadap penginapan adalah merangkumi kekemasan dan kebersihan, kelengkapan yang mencukupi, penyediaan bilik air yang selesa dan penambahan bilangan bilik.

Kekemasan dan Kebersihan: Pengusaha telah mempertingkatkan mutu penginapan dengan susun atur yang lebih kemas agar dapat menyediakan suasana bilik yang lebih selesa. Menurut responden, *‘Semua pengusaha telah menghadiri kursus dan mereka sudah pandai menyambut tetamu, mengemas bilik dengan teratur dan cara memasang cadar yang betul’* (Homestay B). Peningkatan ini dapat memberi persepsi yang baik kepada pelancong apabila mula menjejak kaki ke rumah keluarga angkat tersebut. Inovasi ini disokong oleh responden Homestay A iaitu, *‘Bilik yang kita sediakan tidak perlu sampai 5 bintang, yang paling penting bersih’*. Oleh itu, pemeriksaan berkala telah dilakukan untuk memastikan tahap kekemasan dan kebersihan dapat memberi keselesaan kepada pelancong.

Kelengkapan Mencukupi: Kedua-dua homestay ini telah menyediakan kelengkapan yang menjadi keperluan pelancong seperti air mineral, tuala mandi dan sabun yang sentiasa diganti sebagaimana yang disediakan oleh hotel. Selain itu, satu pendekatan baharu juga diwujudkan iaitu, *‘...terdapat pengusaha yang berkemampuan telah memasang pendingin hawa di dalam bilik bagi memenuhi permintaan pelancong’* (Homestay B).

Memandangkan pelancong antarabangsa merupakan sasaran utama, inovasi ini giat dilaksanakan. Namun, hanya minoriti pengusaha sahaja yang melakukan penambahbaikan ini kerana yang lain masih mahu mengekalkan dan memenuhi permintaan pelancong yang inginkan udara dan suasana rumah kampung.

Bilik Air yang Selesa: Kedua-dua responden sering menekankan aspek penambahbaikan dengan menyediakan bilik air di dalam bilik tanpa perlu berkongsi dengan tuan rumah. Di samping itu, Responden turut menegaskan pengubahsuaian iaitu, “...ada juga pengusaha yang menukar bilik air kepada tandas duduk kerana permintaan pelancong terutamanya luar negara” (Homestay A). Menurut responden lagi, ada antara pengusaha yang menerima peruntukan daripada pihak kerajaan untuk tujuan ini. Penambahbaikan ini secara tidak langsung dapat menjaga keselamatan pelancong kerana dahulunya rumah kampung tidak mempunyai bilik air di dalam bilik dan agak kurang memuaskan. Kini, inovasi yang dilakukan dapat meningkatkan mutu dan sekaligus memberi keselesaan kepada pelancong.

Penambahan Bilangan Bilik: Inisiatif ini juga penting sebagai usaha untuk meningkatkan mutu penginapan. Ini bagi menampung jumlah kedatangan pelancong yang semakin meningkat. Responden menjelaskan, ‘...mulanya pada tahun 1995, kita ada 25 keluarga angkat sahaja yang berdaftar. Tetapi apabila pelancong sudah ramai, kita tambah lagi hingga sekarang ada 120 buah rumah keluarga angkat merangkumi beberapa buah kampung yang lain’ (Homestay B). Ini menunjukkan berlakunya peningkatan komuniti yang berminat menjadi pengusaha Program Inapdesa sekaligus mewujudkan jalinan usaha sama antara kampung. Peningkatan ini selari dengan penerangan responden Homestay A yang juga telah meningkatkan bilangan bilik menjadi 28 buah berbanding hanya 12 buah pada asalnya.

Keunikan Pakej Kegiatan Desa

Dapatan menunjukkan Program Inapdesa sangat kreatif dalam menawarkan pelbagai pakej kegiatan yang unik untuk menarik minat pelancong mengikuti dan mempelajari kegiatan harian dan

budaya masyarakat luar bandar. Empat kategori inovasi yang sering dilakukan iaitu melalui penyediaan makanan tempatan, acara kebudayaan, lawatan kampung dan pembaharuan kegiatan rekreasi atau riadah.

Penyediaan Makanan Tempatan: Didapati bahawa komuniti sentiasa berinovasi dalam menyediakan makanan tempatan dengan mempelbagaikan menu yang disajikan. Menurut responden Homestay A, *‘...menawarkan menu baharu iaitu nasi lemak sambal strawberi. Kita juga mengolah buah strawberi menjadi serunding untuk dimakan dengan nasi’*. Pelancong akan dapat merasai kelainan dalam masakan yang berbeza bagi setiap lokasi. Ini diselit dengan transformasi cara penyediaan dengan, *‘Sebelum ini, pelancong akan makan di rumah keluarga angkat. Tetapi sekarang kita buat gotong royong dan makan beramai-ramai’* (Homestay B). Inisiatif ini dapat memberikan suasana yang meriah dengan melibatkan kemesraan antara komuniti dan pelancong dalam sebuah kampung.

Acara Kebudayaan: Kepelbagaian kegiatan kebudayaan masih lagi dipersembahkan untuk tontotan pelancong. Walaupun generasi terdahulu sudah tidak mampu membuat persembahan, tetapi Homestay A telah mengambil inisiatif iaitu, *‘...menjemput pelajar sekolah untuk membantu dalam acara kebudayaan seperti kompang dan tarian’*. Kolaborasi ini juga seiring dengan inovasi Homestay B yang bertujuan untuk mengekal acara kebudayaan. Tambahan lagi, inisiatif ini dapat meningkatkan kualiti persembahan kerana ianya dipersembahkan oleh kumpulan yang lebih mahir. Selain itu, Homestay B turut memartabatkan kegiatan kesenian dengan, *‘membuat aktiviti demonstrasi mencating batik. Pelancong akan turut sama mewarna dan boleh membawa pulang hasil kerja mereka sebagai cenderahati’*.

Lawatan Kampung: Kedua-dua Program Inapdesa sering meningkatkan kegiatan berbentuk pakej lawatan di sekitar kampung. Pakej ini memberi peluang kepada pelancong melawat suasana kampung dan mempelajari kegiatan harian komuniti setempat. Menurut responden Homestay B, *‘Dahulu, kita hanya membawa pelancong berjalan mengelilingi kampung. Sekarang ini, kita bawa mereka ke ladang getah dan mencipta pelbagai aktiviti’*

di situ seperti menoreh getah dan sukaneka'. Begitu juga Homestay A, dengan membawa pelancong melakukan kegiatan di ladang stroberi dan melihat perusahaan IKS. Dapatan ini menunjukkan berlakunya pertambahan dalam pakej kegiatan agar pelancong dapat merasai pengalaman yang unik dan berbeza.

Rekreasi atau Riadah: Perubahan gaya hidup juga telah membawa kepada penciptaan kegiatan lasak yang kini semakin mendapat sambutan. Kegiatan ini memberi peluang kepada pelancong menerokai keindahan dan kehijauan alam semula jadi yang terdapat di kawasan luar bandar. Contohnya, responden Homestay A menyatakan, *'Kita telah mencipta aktiviti mendaki gunung. Pelancong akan naik daripada sini dan turun di MARDI dengan bantuan Jabatan Hutan'*. Inisiatif ini juga dilihat sebagai usaha untuk menarik pelancong menyertai "Program Homestay" terutamanya golongan muda yang lebih gemar kegiatan yang mencabar. Sementara itu, inisiatif Homestay B adalah dengan membawa pelancong melawat destinasi pelancongan berdekatan sebagai salah satu pakej terbaharu. Jadi, pelancong juga berkesempatan mengetahui tempat menarik yang terdapat di daerah mahupun negeri tersebut.

Perkembangan Perusahaan IKS

Usahawan yang mengusahakan produk IKS juga berperanan melakukan penambahbaikan untuk meningkatkan ekonomi mereka. Antaranya adalah dengan menghasilkan produk hiliran berasaskan makanan dan kraftangan.

Barangan Berasaskan Makanan: Dapatan menunjukkan, kedua-dua program homestay ini lebih memfokuskan kepada usaha penambahbaikan dengan mempelbagaikan barangan untuk dijual kepada pelancong. Kebanyakan usahawan cenderung menghasilkan makanan seperti kuih-muih tradisi. Sebagai contoh, inovasi Homestay B adalah, *'Permintaan semakin meningkat, jadi perusahaan kerepek dan sos dihasilkan secara komuniti di bengkel gerakan wanita'*. Begitu juga dengan Homestay A yang menggunakan hasil pertanian untuk membuat, *'...inovasi kita yang terbaharu iaitu serunding strawberi, jem dan kordial. Kita dapat*

menggalakkan budak muda untuk turut sama bekerja”. Ini membuktikan, pendekatan sebegini bukan sahaja berjaya meningkatkan kuantiti pengeluaran, malah menarik lebih ramai lagi komuniti yang terlibat dalam dunia perniagaan.

Barangan Kraftangan: Usahawan di Homestay B telah mengkomersialkan nilai kesenian yang terdapat pada kraftangan yang dihasilkan. Ini seperti yang dinyatakan oleh responden, *‘Kita juga melibatkan industri kraftangan ukiran keris yang terdapat dalam kampung ini. Pelancong akan dibawa melihat proses penghasilan dan barangan ini juga boleh dijadikan sebagai cenderahati kepada pelancong’*. Tambahan lagi, kraftangan ini dihasilkan dalam pelbagai bentuk dan ukiran untuk mempamerkan keunikan yang ada dan seterusnya menarik minat pelancong. Perkembangan produk ini bukan sekadar kepada pelancong yang datang, malah turut dipasarkan secara lebih meluas.

Perbincangan dan Kesimpulan

Penemuan menunjukkan wujudnya inovasi produk di dalam pembangunan “Program Homestay” atau Program Inapdesa. Dalam kajian ini, inovasi yang dilaksanakan adalah merangkumi tiga kategori iaitu peningkatan kualiti ruang penginapan, keunikan pakej kegiatan desa dan perkembangan perusahaan IKS. Komuniti yang terlibat dalam “Program Homestay” atau “Program Inapdesa” memainkan peranan penting dalam melakukan penambahbaikan dan pembaharuan agar produk yang ditawarkan memenuhi citarasa pengguna.

Kategori pertama adalah terhadap usaha meningkatkan mutu ruang penginapan yang menjadi lokasi tempat tinggal pelancong (Aziz dan Othman, 2015; Kayat, 2011). Antara inisiatif yang dilakukan adalah melalui kekemasan dan kebersihan, kelengkapan mencukupi, bilik air yang selesa dan pertambahan bilik. Inovasi ini bertujuan untuk menjamin kepuasan dan memenuhi permintaan pelancong yang sentiasa berubah-ubah. Ini seiring dengan kajian terdahulu yang memfokuskan kepada usaha dalam menyediakan pelbagai jenis penginapan (Hashim drk., 2015) kepada pelancong

melalui inovasi yang dilakukan (Sakdiyakorn dan Sivarak, 2016; Keling dan Entebang, 2017).

Di samping itu, kategori kedua melibatkan keunikan kegiatan desa yang dipelbagaikan dan diperbaharui untuk memberi peluang kepada pelancong merasai pengalaman yang menyeronokkan dan mempelajari kehidupan di desa. Seiring dengan kajian Yusof drk., (2017), kegiatan sebegini berupaya meningkatkan tahap kepuasan pelancong dengan mempamerkan keunikan budaya masyarakat setempat. Antara inovasi yang dilakukan adalah daripada segi penyediaan makanan tempatan, acara kebudayaan, lawatan kampung dan aktiviti riadah dan rekreasi. Penemuan ini menyokong saranan Kmelanda yang menjurus kepada usaha menyediakan pengalaman gaya hidup masyarakat kampung, melalui keunikan pakej kegiatan yang mampu menjadi daya tarikan kepada pelancong (Razzaq drk., 2011).

Kategori yang ketiga adalah terhadap perusahaan IKS yang merupakan perniagaan sampingan komuniti kampung. Antara keluaran yang dihasilkan adalah barangan berasaskan makanan dan kraftangan. Peningkatan yang dilakukan tertumpu kepada usaha menvariasikan hasil keluaran dan meningkatkan bilangan usahawan yang terlibat. Walaupun dapatan ini tidak dibincangkan dalam kajian lepas, namun menurut Selamat dan Swamithan (2015) dan Ismail (2015), perusahaan ini mempunyai potensi yang baik untuk berkembang dalam Program Inapdesa. Oleh itu, inovasi wajar dilakukan agar hasil keluaran dapat dikomersialkan dengan lebih meluas sekaligus menarik kedatangan pelancong samada dalam mahupun luar negara.

Secara keseluruhannya, inovasi adalah penting dalam memastikan pembangunan sesebuah Program Inapdesa adalah berterusan. Aziz drk. (2014) turut menggalakkan peningkatan terhadap kepelbagaian produk yang ditawarkan agar pengalaman ini dapat memberi kesan positif kepada pelancong. Dapatan ini menyokong kajian Hussin dan Kunjuraman (2014) yang menjelaskan inovasi merupakan usaha untuk meningkatkan mutu produk agar mampu memberi kepuasan dan seterusnya berjaya meningkatkan prestasi kedatangan pelancong (Jamaludin drk., 2012). Inovasi ini turut ditemui dalam kajian Keling dan Entebang

(2017) dan menepati saranan Hashim drk. (2015), supaya sentiasa berusaha menyediakan lebih banyak pilihan produk dalam program inapdesa. Ini membuktikan, Program Inapdesa yang berinovasi mempunyai tahap kesediaan yang tinggi untuk menerima kedatangan pelancong dengan menawarkan produk dan perkhidmatan yang bermutu.

Inovasi sebegini turut memberi implikasi kepada komuniti luar bandar daripada segi penjana ekonomi melalui penciptaan pelbagai jenis produk dan melahirkan lebih ramai lagi usahawan desa. Dapatan yang ditemui juga boleh dijadikan maklumat yang berguna kepada program homestay yang lain agar lebih kreatif dalam menawarkan produk yang mempunyai ciri-ciri inovasi bagi menarik minat pelancong. Lantaran itu, semua pihak termasuk penyelaras, pengusaha dan komuniti terlibat adalah digalakkan untuk lebih memfokuskan kepada aspek inovasi yang memerlukan perancangan dan kepelbagaian idea kreatif.

Batas yang dikenal pasti dalam kajian ini adalah berkaitan inovasi yang dilaksanakan dalam Program Inapdesa di Pantai Timur PTM Malaysia. Pelaksanaan inovasi ini mungkin berbeza dengan wilayah lain bergantung kepada inisiatif dan kelebihan yang dimiliki. Oleh itu, untuk kajian di masa hadapan, adalah dicadangkan agar kajian lanjutan dapat dijalankan di wilayah lain dengan pemerhatian yang lebih mendalam.

Penghargaan

Kertas kerja ini dibiayai sebahagian daripada Geran *Global Challenge Initiative. Repositioning Malay Heritage Tourism in the Inner City of Georgetown, Pulau Pinang* (No Akaun: 304.PPBGN.641001).

Rujukan

Abrunhosa, A. & Moura E.S.P. (2008). Are TQM principles supporting innovation in the Portuguese footwear industry? *Technovation*, 28 (4), 208 – 221.

- Ahmad, M.Z, Ibrahim, J.A, Zakaria, N. (2011) Homestay as a socioeconomic community development Agent: From UUM tourism management student's perspective. *PROSIDING PERKEM VI, JILID 2*, 481-493.
- Ahmad, S.Z., Jabeen, F. & Khan, M. (2014). Entrepreneur's choice in business venture: Motivations for choosing homestay accommodation business in Peninsular Malaysia. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 31 – 40.
- Aldebert, B., Dang, R.J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism Management*, 32, 1204–1213.
- Aziz, Y.A. & Othman, M. (2015). Persepsi komuniti tempatan terhadap program homestay di Malaysia. Dalam Mapjabil J. (Eds), *Program Homestay dan Pembangunan Komuniti Luar Bandar di Malaysia* (pp. 78-101). Sintok: Universiti Utara Malaysia Press.
- Bakar, L.J.A. & Ahmad, H. (2010). Assessing the relationship between firm resources and product innovation performance. *Business Process Management Journal*, 16(3), 420 – 435.
- Beregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. & Davies, D. (2012). Innovation in food sector SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19 (2), 300 – 321.
- Bhuiyan, M.A.H., Siwar, C., Ismail, S.M., & Islam, R. (2012). Home stay accommodation for tourism development in East Coast Economic Region, *American Journal of Applied Sciences*, 9 (7), 1085-1090.
- Boachie-Mensah, F. & Aquah, I.S.K. (2015). The effect of innovation types on the performance of small and medium-sized enterprises in the Sekondi-Takoradi Metropolis. *Archives of Business Research*, 3(3), 77–98.

- Camisón, C. & Villar-López, A. (2014.) Organisational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67 (1), 2891 – 2902.
- Chang, Y., Linton, J. & Chen, M. (2012). Service regime: an empirical analysis of innovation patterns in service firms. *Technological Forecasting & Social Change*, 79(10), 1569 – 1582.
- Crumpton, M.A. (2012). Innovation and entrepreneurship. *The Bottom Line Managing Library Finances*, 25 (3) 98 – 101.
- Dadfar, H., Dahlgard, J.J., Brege, S., & Alamirhoor, A. (2013). Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24 (7:8), 819 – 834.
- Drucker, P.F. (1985). *The Practice of Innovation, Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- EPU. (2015). Elevating B40 Households towards A Middle Class Society. *Strategy Paper, 2. Putrajaya: Economic Planning Unit, Prime Minister’s Department*.
- Espallardo, M.H. & Ballester, E.D. (2009). Product innovation in small manufacturers, market orientation and the Industry’s Five Competitive Forces: Empirical evidence from Spain. *European Journal of Innovation Management*, 12 (4), 470 – 491.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133 (2), 662 – 676.

- Hashim, A.M., Jamalludin, N., Nor, M.N.M., Nazrin, N., Merican, F.M.I. & Ahmad, S.S. (2015). Langkawi Homestay: Exploring an innovation aspect in homestay industry. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 8, 14 – 19.
- Hassan, M.U., Shaukat, S., Nawaz, M.S. & Naz, S. (2013). Effects of innovation types on firm performance: an empirical study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7 (2), 243 – 262.
- Hjalager, A.M. (1994). Dynamic innovation in the tourism industry. *Progress in Tourism and Hospitality Management*, 6, 197–224.
- Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation in tourism. *Tourism Management*, 1 (1), 1-12.
- Hussin, R. & Kunjuraman, V. (2014). Pelancongan mapan berasaskan komuniti (CBT) melalui program homestay di Sabah, Malaysia. *GEOGRAFIA – Malaysian Journal of Society and Space*, 10 (3), 160 – 174.
- Ibrahim, J.A. & Ahmad, M.Z. (2009). Program homestay pemangkin pertumbuhan ekonomi luar bandar, kajian kes: Negeri-negeri Utara Semenanjung Malaysia. *PROSIDING PERKEM VI, JILID 2*, 227 – 242.
- Ismail, H.N. (2015). Pertimbangan kriteria asas pemilihan destinasi dalam pembangunan program homestay di Malaysia. Dalam Mapjabil J. (Eds), *Program Homestay dan Pembangunan Komuniti Luar Bandar di Malaysia* (pp. 49-64). Sintok: Universiti Utara Malaysia Press.
- Ismail, M.N.I., Hanafiah, M.H., Aminuddin, N., Mustafa, N. (2016). Community-based homestay service quality, visitor satisfaction, and behavioral intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 398 – 405.

- Jamaludin, M., Othman, N. & Awang, A.R. (2012). Community based homestay programme: a personal experience. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 42, 451 – 459.
- Kafetzopoulos, D. & Psomas, E. (2015). The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies, The Greek case. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1), 104 – 130.
- Kasim, M.M., Kayat, K., Ramli, R. & Ramli, R. (2016). Sustainability criteria for the Malaysia Homestay Program. *International Review of Management and Marketing*, 6 (S7), 250 – 255.
- Kayat, K. & Nor, N.A.M. (2006). Penglibatan ahli komuniti dalam program pembangunan komuniti: satu kajian ke atas program homestay di Kedah. *Akademika*, 67(1), 77-102.
- Kayat, K. (2011). *Homestay Programme as a Malaysian Tourism Product*. Sintok: Universiti Utara Malaysia Press
- Keling, W. & Entebang, H. (2017). Dayak Homestay Entrepreneur’s Innovation Characteristics. *Ottoman: Journal of Tourism and Management Research*, 2(2), 101 – 112.
- Kmelanda (2017). *Program Homestay Malaysia*. (Dipetik pada 20 Oktober 2017), daripada <http://www.motac.gov.my>
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. California: SAGE Publications.
- Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practices*, 6th edition. USA: Smith Western.
- Mapjabil J. & Ismail S.C. (2015). Program homestay dan pembangunan sosioekonomi luar bandar di Malaysia. Dalam Mapjabil J. (Eds), *Program Homestay dan Pembangunan*

Komuniti Luar Bandar di Malaysia (pp. 27-48). Sintok: Universiti Utara Malaysia Press.

Myers, S. & Marquis, D. (1969). *Innovation and Business Performance: A Literature Review*. Cambridge: The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge.

OECD. (2005). *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*. Paris: OECD.

Peters, M. & Pikkemaat, B. (2005). Innovation in tourism. In M. Peters, & B. Pikkemaat (Eds.), *Innovation in Hospitality and Tourism*. (pp. 1–6). New York: The Haworth Hospitality Press.

Pusiran, A.K. & Xiao, H. (2013). Challenges and Community Development: A Case Study of Homestay in Malaysia. *Asian Social Science*, 9 (5), 1 – 17.

Razzaq, A.R.A., Hadi, M.Y., Mustafa, M.Z., Hamzah, A., Khalifah, Z., & Mohamad, N.H. (2011). Local community participation in homestay program development in Malaysia. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7 (12), 1418 – 1429.

Sakdiyakorn, M. & Sivarak, O. (2016). Innovation management in cultural heritage tourism: Experience from the Amphawa Waterfront Community, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (2), 212 – 238.

Salleh, N.H.M., Othman, R., Nordin, N., Idris, S.H.M. & Shukor, M.S. (2014). The homestay program in Malaysia: Motivation for participation and development impact. *Tourism Preliminary Communication*, 62 (4), 407 – 421.

Saunila, M., Pekkola, S. & Ukko, J. (2014). The relationship between innovation capability and performance.

International Journal of Productivity and Performance Management, 63 (2), 234 – 249.

- Selamat, N.H. & Swaminathan, K. (2015). Persembahan kehidupan desa sebagai produk pelancongan di Homestay Kampung Relau. Dalam Majjabil J. (Eds), *Program Homestay dan Pembangunan Komuniti Luar Bandar di Malaysia* (pp. 126-151). Sintok: Universiti Utara Malaysia Press.
- Silverman, D. (2007). *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analyzing Talk, Text and Intercation*. London: Sage Publication.
- Suffarruddin, S.H., Jaafar, M. & Rahman, S. (2017). Inovasi produk dalam program homestay: kajian kes di Homestay Kampung Desa Keda. *Social Sciences Postgraduate International Seminar 2017*, 165–172.
- Tidd, J., Bessant, J. & Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. New York: Wiley.
- Yin, R.K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Yusof, S., Harun, A., Wafa, S. A. W. S. K., Kler, B. K., & Majidab, M. R. A. (2017). The influence of tourist motivation and cultural heritage attributes on tourist satisfaction of homestay programme. *Journal of the Asian Academy of Applied Business (JAAAB)*, 3, 1-17.
- Zhang, J. & Duan, Y. (2010). The impact of different types of market orientation on product innovation performance: evidence from Chinese manufacturers. *Management Decision*, 48 (6), 849 – 867.

