

# Usahawan inap desa perlu transformasi



Pensyarah Kanan  
Kulliyyah Senibina dan  
Rekabentuk Alam  
Sekitar, Universiti  
Islam Antarabangsa  
Malaysia (IIUM)

**Dr Syakir Amir Ab Rahman**  
bhrencana@bh.com.my

**Pelancongan** berasaskan komuniti (CBT) bukan baharu di negara ini, sebaliknya diperkenalkan seawal 1990-an melalui produk pelancongan inap desa di kampung.

Bagaimanapun, dalam memacu kemajuan pelancongan ke arah antara sektor terpenting negara, industri ini sensitif kepada faktor persekitaran. Pandemik COVID-19.

Pelaksanaan perintah Kawalan Pergerakan (PKP) pada tahun ini sekali lagi pada tahun ini membawa situasi buruk kepada seluruh kegiatan pelancongan. Ini kerana sebelum ini, produk dan perkhidmatan CBT tanah air terjejas lebih setahun apabila sempadan negara ditutup untuk membendung penularan COVID-19.

Masyarakat luar bandar yang bergantung kepada sumber alam dan budaya setempat seperti sektor makanan, penginapan serta perkhidmatan pengangkutan amat terkesan.

Setahun dua ini, penurunan pelancong asing dan tempatan pasti merosakkan CBT. Aktiviti lawatan berterusan yang dahulunya menjadi sumber kewangan tetap tidak dapat diteruskan sehingga ramai pengusaha pelancongan terpaksa gulung tikar dan mencari sumber pendapatan lain.

Bagaimanapun, paradigma baharu perlu dimulakan. Sekiranya dahulu, pengusaha tempatan

bergantung sepenuhnya kepada perkhidmatan pelancongan seperti inap desa, program kebudayaan dan perkhidmatan pengangkutan, mereka kini perlu mempergiatkan produk pengeluaran tempatan.

Contohnya, pengusaha inap desa yang hanya berpaut keuntungan kepada kedatangan pelancong asing untuk tinggal bersama tuan rumah, perlu berani meneroka bidang penghasilan produk desa seperti makanan dan kraf tangan.

Dodol, kerepek, produk rotan dan batik antara barangan mampu menarik permintaan domestik dan antarabangsa. Apatah lagi, kualiti produk tem-



*Pengusaha inap desa perlu lebih kreatif untuk menjana pendapatan ketika pandemik.* (Foto hiasan)

patan setanding produk antarabangsa lain.

Mutakhir ini, jualan dalam talian menjadi pola utama dalam pembelian dunia. Pengusaha pelancongan yang masih menggunakan kaedah konvensional perlu menceburi promosi dan pasaran secara digital.

Saluran media sosial dan baharu seperti platform e-dagang menjadi pertumbuhan ekonomi berbeza. Ini memberikan permulaan segar kepada pengusaha mempromosikan produk tempatan untuk mencapai pasaran lebih jauh dan besar.

Melihat kepentingan kaedah ini, masyarakat luar bandar kaya dengan sumber dan produk pelancongan asli unik serta asli perlu diberi pendedahan kepada kaedah promosi digital ini supaya dapat dipasarkan secara komersial.

Saluran dunia tanpa sempadan mampu menjadi jendela dan anjung jualan tidak mempunyai batasan. Namun, pengusaha tempatan memerlukan pendedahan dan kemahiran tepat serta berkesan.

Pengusaha tempatan juga perlu bijak dan kreatif mempelbagaikan produk pelancongan. Inovasi produk dan penambahbaikan kualiti perlu dilaksanakan segera.

Contohnya, pengusaha yang dahulu hanya mengeluarkan kerepek pisang perlu mengkaji inovasi baharu dan menghasilkan produk lain seperti kosmetik atau produk kesihatan.

Justeru, badan penyelidikan kerajaan dan universiti perlu membantu dari segi bimbingan kemahiran, penyelidikan dan pembangunan (R&D), penjenamaan serta pengkomersialan.