

## KADAR BAYARAN DAN KESANGGUPAN UNTUK MEMBAYAR (WTP) DI DESTINASI PELANCONGAN TERPILIH DI KUNDASANG - RANAU, SABAH

### *PAYMENT RATE AND WILLINGNESS TO PAY (WTP) AT SELECTED TOURISM DESTINATIONS IN KUNDASANG - RANAU, SABAH*

Jabil Mapjabil<sup>1</sup>, Kasim Mansur<sup>2</sup>, Datu Razali Datu Eranza<sup>3</sup>, Harifah Mohd Noor<sup>4</sup>,  
Najib Bahari<sup>5</sup> & Nabila Farysha Dering<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Institut Kajian Orang Asal Borneo (BorIIS), Universiti Malaysia Sabah, Malaysia  
(E-mail: jabil@ums.edu.my)

<sup>2</sup>Fakulti Perniagaan, Ekonomi dan Perakaunan, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia  
(E-mail: kmansur@ums.edu.my)

<sup>3</sup>Fakulti Perniagaan, Ekonomi dan Perakaunan, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia  
(E-mail: drde@ums.edu.my)

<sup>4</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia  
(E-mail: harifah@ums.edu.my)

<sup>5</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia  
(E-mail: najibbahari.nb@gmail.com)

<sup>6</sup>Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia  
(E-mail: nabilafarysha97@gmail.com)

#### Article history

**Received date** : 8-9-2020  
**Revised date** : 9-9-2020  
**Accepted date** : 14-10-2020  
**Published date** : 15-10-2020

#### To cite this document:

Jabil Mapjabil, Kasim Mansur, Datu Razali Datu Eranza, Harifah Mohd Noor, Najib Bahari & Nabila Farysha Dering (2020). Kadar bayaran dan kesanggupan untuk membayar (WTP) di destinasi pelancongan terpilih di Kundasang-Ranau, Sabah. *International Journal of Modern Trends in Business Research (IJMTBR)*, 3 (13), 36 - 52.

**Abstrak:** Negeri Sabah kaya dengan pelbagai tarikan pelancongan berasaskan budaya, alam sekitar, sejarah dan festival. Terdapat destinasi pelancongan ini yang mengenakan bayaran masuk dan sebaliknya. Konsep kesanggupan untuk membayar (willingness to pay - WTP) adalah penting dalam kajian ekonomi terutamanya sektor pelancongan. Namun begitu, kajian berkenaan isu ini masih kurang dan terhad. Artikel ini meneliti tentang kadar bayaran dan kesanggupan untuk membayar pengunjung yang melawat destinasi pelancongan terpilih di Kundasang - Ranau, Sabah. Pendekatan kajian yang digunakan adalah penilaian dan kajian kes. Kaedah penyelidikan melibatkan temu bual menggunakan borang soal selidik dan pemerhatian. Untuk itu, seramai 150 orang responden terlibat dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan empat daripada destinasi pelancongan yang dikaji mengenakan ketiga-tiga bayaran iaitu bayaran masuk, aktiviti dan perkhidmatan. Sebahagian besar responden berpendapat kadar bayaran yang dikenakan oleh premis pelancongan adalah berpatutan (57.3%). Antara cadangan responden adalah kadar bayaran sedia ada perlu dikekalkan iaitu seramai 44 orang responden (37.9%), kadar itu perlu dikurangkan - 12 orang (10.4%) dan kadar bayaran perlu dinaikkan untuk pelancong asing - 15 orang (12.9%). Sebagai implikasinya, hasil kajian ini penting kepada pengusaha pelancongan dan perancang

*pembangunan ekonomi negeri untuk memastikan destinasi pelancongan di negeri ini lebih berdaya saing dan lestari dengan menawarkan kadar bayaran yang berpatutan dengan kualiti perkhidmatan dan produk yang ditawarkan.*

**Kata Kunci:** *Kesanggupan untuk Membayar, Destinasi pelancongan, Pengunjung*

**Abstract:** *The state of Sabah is rich in various tourist attractions based on culture, environment, history and festivals. There are these tourist destinations that charge an entrance fee and vice versa. The concept of willingness to pay (WTP) is important in economic studies, especially in the tourism sector. However, studies on this issue are still lacking and limited. This article examines the payment rate and willingness to pay among visitors who visited the selected tourist destinations in Kundasang and Ranau of Sabah. The research approach used was evaluation and case study. Research methods involve interviews using questionnaire and observations. For that, a total of 150 respondents were involved in this study. The results of the study showed that four of the tourist destinations studied charge three types of fee which are entrance fee, activities and services. Most of the respondents think that the rate charged by tourism premises is reasonable (57.3%). Among the respondents' proposal is that the existing payment rate should be maintained at 44 respondents (37.9%), the rate should be reduced - 12 people (10.4%) and the payment rate should be increased for foreign tourists - 15 people (12.9%). As an implication, the results of this study are important to tourism operators and state economic development planners to ensure that tourism destinations in the state are more competitive and sustainable by offering affordable rates with the quality of services and products offered.*

**Keywords:** *Willingness to Pay, Tourism Destinations, Visitors*

---

## **Pengenalan**

Kesanggupan untuk membayar (WTP - *willingness to pay*) adalah jumlah maksimum yang sanggup dibayar oleh pelanggan terhadap suatu produk atau perkhidmatan yang ditawarkan (Namkung & Jang, 2017). Keadaan ini telah menjadikan kesanggupan untuk membayar oleh seseorang sebagai faktor penting dalam menentukan harga terbaik untuk dibayar terhadap sesuatu produk atau perkhidmatan. Setiap kesanggupan untuk membayar oleh seseorang adalah berbeza-beza berdasarkan beberapa faktor yang menjadi pemboleh ubah. Hal ini adalah salah satu cara yang terbaik dalam menyelesaikan masalah permintaan pada waktu tertentu. Sehubungan dengan itu, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan WTP ini terus berkembang, antaranya keadaan ekonomi, pasaran baharu sesuatu produk, penetapan harga peribadi pengguna, keperluan dalam pengguna yang berbeza serta kualiti dan kesedaran mengenai suatu produk atau perkhidmatan (Cambell, 2020).

Terdapat banyak kajian yang dijalankan tentang kesanggupan membayar untuk tujuan isu-isu persekitaran dan kaitannya dengan sektor pelancongan, antaranya seperti peningkatan kualiti air di lokasi mandi-manda pengunjung (Georgiou et al., 1998; Hess & Beharry-Borg, 2012), penambahbaikan dan penyelenggaraan kawasan pantai (Ünal & Williams, 1999; Rodella et al., 2019), perlindungan spesies marin (Langford et al., 1998; Sayan et al., 2011), pemulihan untuk persekitaran pantai yang tercemar (Shivlani et al., 2003, Matthews et al., 2017), pembangunan untuk perkhidmatan tambahan pelancong di pantai (Birdir et al., 2013; Zang et al., 2015; Pragaya, 2017) dan pemeliharaan untuk perkhidmatan ekosistem pantai (Enríquez-Acevedo et al., 2018).

### **Konsep Kesanggupan untuk Membayar**

Kesanggupan untuk membayar (*willingness to pay*) merupakan satu konsep untuk meneliti kesanggupan seseorang mengeluarkan sejumlah wang bagi membayar sebarang perkhidmatan atau pelbagai tujuan yang lain. Kamal (2014) berpendapat WTP merupakan nilai ekonomi yang dijadikan sebagai jumlah maksimum oleh seseorang untuk dikeluarkan bagi memperoleh barangan atau perkhidmatan yang diinginkan. Hal ini dipersetujui oleh Zhao dan Kling (2007) yang menjelaskan WTP sebagai harga maksimum yang dikeluarkan oleh seseorang untuk membeli suatu barangan atau perkhidmatan. Menurut Krishna (1991), WTP bermaksud harga atau nilai bayaran maksimum yang seseorang pelanggan bersetuju atau sanggup membayar untuk suatu kuantiti produk atau perkhidmatan yang disediakan. WTP adalah suatu konsep yang penting untuk membuat keputusan dalam menetapkan sesuatu harga atau kadar bayaran (Wertenbroch & Skiera, 2002). Sofyan dan Herlina (2015) pula menegaskan bahawa kesanggupan membayar bermaksud kerelaan seseorang membayar untuk keadaan persekitaran atau penilaian terhadap sumber dan perkhidmatan alam semula jadi yang bertujuan untuk meningkatkan kualiti persekitaran yang dapat memenuhi standard yang diinginkan.

### **Sorotan Literatur**

#### **Kesanggupan untuk Membayar (WTP) dalam Sektor Pelancongan**

Dalam bidang pelancongan, terdapat beberapa kajian tentang kesanggupan untuk membayar telah dilakukan, antaranya isu yang berkaitan dengan aspek pemuliharaan dan perlindungan kawasan semula jadi (Casey et al., 2010; Subade & Francisco, 2014; Bruner et al., 2015), perkhidmatan ekopelancongan (Cheung & Jim, 2014), produk lestari (Werhli et al., 2011), destinasi pelancongan lestari (López-Sánchez & Pulido-Fernández, 2014), pelancongan dan perubahan iklim dan cuaca (Araña, 2013), pelancongan berasaskan alam semula jadi (Luzar et al., 1998) dan sebagainya. Beberapa kajian lain turut dijalankan yang menyokong kerelevanan WTP yang menunjukkan wujudnya kumpulan pelancong yang sanggup membayar lebih untuk hal berkaitan dengan kelestarian daripada perspektif yang berbeza (hotel, pengangkutan, produk dan sebagainya) (Dodds et al., 2010; Namkung & Jang, 2017; Choi & Titchie, 2014).

Kajian Pulido-Fernández dan López-Sánchez (2016) adalah tentang sejauh mana pelancong betul-betul sanggup untuk membayar lebih untuk destinasi pelancongan yang lestari. Mereka menggunakan model regresi logistik untuk menganggarkan harga atau nilai bayaran premium yang perlu dibayar oleh setiap segmen pelancong yang sanggup untuk membayar ketika melawat destinasi pelancongan yang lestari. Kajian ini melibatkan 1,118 orang responden yang mengunjungi Western Costa del Sol, Andalusia, Sepanyol. Hasil kajian mendapati segmen pelancong yang memiliki kecerdasan lestari (*sustainable intelligence*) tahap tinggi didapati sanggup dan mahu membayar lebih untuk mengunjungi destinasi pelancongan yang lebih lestari. Namun begitu, hanya sebahagian kecil responden yang sanggup untuk membayar sekiranya pihak berwajib untuk kelestarian meningkatkan kadar bayaran produk pelancongan iaitu sebanyak 26.6% responden. Ringkasnya, segmentasi pasaran dalam pelancongan adalah berguna untuk merancang dan mengurus dasar berorientasikan permintaan. Segmentasi berasaskan kecerdasan lestari (*sustainable intelligence*) boleh menjadi alat penting untuk meningkatkan pembangunan destinasi pelancongan yang lestari.

Seterusnya, Sofyan dan Herlina (2015) meneliti tentang kesanggupan membayar pengunjung terhadap tarikan pelancongan tempatan di Sabang, Sumatera, Indonesia. Kajian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi bilangan pelancong tempatan dan antarabangsa dan mengukur nilai kesanggupan untuk membayar seseorang pelancong. Kajian

ini melibatkan 40 orang pelancong tempatan. Hasil kajian menunjukkan untuk kes pelancong tempatan, pemboleh ubah bebas seperti kos perjalanan, kos alternatif, pendapatan dan kos masa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap bilangan kunjungan pelancong tempatan. Seterusnya, jumlah purata yang sanggup dibayar oleh pelancong tempatan melebihi kos perjalanan mereka. Pelancong tempatan ini sanggup membayar Rp1,883 juta.

Manakala kajian Jurado-Rivas dan Sánchez-Rivero (2019) adalah berkaitan dengan kesanggupan membayar lebih untuk berkunjung ke destinasi pelancongan lestari di bandar tapak warisan dunia di Caceres, Sepanyol. Menurut mereka, pengurusan pelancongan lestari kini didapati menjadi faktor yang semakin penting untuk imej sesebuah destinasi pelancongan. Kajian ini bertujuan untuk mengira kadar kesanggupan membayar sejumlah kadar tambahan untuk tujuan memastikan produk dan perkhidmatan pelancongan lebih lestari, iaitu dengan menganggarkan bayaran yang berpatutan yang sanggup dibayar untuk bilik hotel, restoran, memasuki muzium dan menaiki teksi agar kesemuanya boleh menjadi perkhidmatan yang lebih lestari. Hasil kajian ini mendapati apabila jangkakan peningkatan kadar bayaran dalam pelancongan untuk tujuan membiayai inisiatif dan tindakan kelestarian untuk pihak awam atau swasta dipertimbangkan, maka segmen pemasaran pelancongan yang berbeza perlu diambil kira. Ini disebabkan oleh adalah tidak wajar untuk melaksanakan dasar yang sama dalam menaikkan kadar bayaran untuk kesemua pelancong secara sama rata. Hasil kajian ini mendapati lebih separuh daripada pelancong yang dikaji menyatakan mereka tidak sanggup membayar lebih untuk perkhidmatan pelancongan yang lebih lestari. Hal ini menunjukkan tahap kesedaran yang rendah ini memberi kesan kepada pihak pengurusan pelancongan dalam usaha untuk mengamalkan prinsip kelestarian.

Hultman et al. (2015) pula meneliti tentang tujuan untuk melawat dan kesanggupan membayar premium untuk ekopelancongan. Hasil kajian menunjukkan sikap dan kepercayaan terhadap persekitaran berhubung secara positif dengan tujuan dan kesanggupan untuk membayar premium. Hasil kajian menunjukkan kesan penyederhanaan yang berbeza terhadap kepercayaan persekitaran - hubungan sikap, bergantung pada jenis motivasi pelancongan yang memandu pelancong. Penemuan kajian ini memberikan pandangan utama mengenai apa yang mendorong tingkah laku pengguna dalam konteks ekopelancongan. Hasil kajian ini menyediakan pandangan yang lebih terperinci terhadap pengaruh sikap terhadap ekopelancongan dalam keputusan dalam kesanggupan untuk membayar. Secara khususnya, sikap melalui kedua-dua aspek kognitif dan afektif mempunyai pengaruh dalam pembuatan keputusan akhir.

Kajian Witt (2019) adalah tentang kesanggupan untuk membayar yuran masuk yang dinaikkan di kawasan yang dilindungi di Mexico. Untuk tujuan meneliti bagaimana nilai yang sanggup dibayar ini berbeza untuk lokasi berlainan dengan profil pengunjung yang turut pelbagai, kajian telah dijalankan terhadap 877 orang pengunjung di lima tapak yang dilindungi, iaitu Calakmul, Cobá, Palenque, Sian Ka'an and Yum Balam. Hasil kajian mendapati pengunjung sanggup membayar lebih tinggi untuk bayaran masuk dengan min WTP maksimum dianggarkan 2.8 - 9.8 kali tinggi berbanding dengan kadar bayaran yang ada sekarang, iaitu meningkat dalam lingkungan USD15.70 hingga USD25.83. Oleh itu, kajian ini dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan melalui kenaikan yuran secara sederhana tetapi dalam masa yang sama tidak menyebabkan penurunan jumlah pengunjung yang melawat ke kawasan tersebut.

Kajian Park dan Song (2018) adalah tentang nilai tempat yang diterima oleh pengunjung dan kesanggupan untuk membayar di Urban Lake Park, Korea. Kajian ini menggunakan *latent profile analysis* (LPA) untuk mengenal pasti kategori *latent* berdasarkan nilai tempat yang

diterima oleh pengunjung dan menganggarkan kesanggupan untuk membayar dengan menggunakan klasifikasi ini. Pengunjung taman dikelaskan mengikut nilai tempat ke dalam tiga kumpulan, iaitu *local seekers* (LS), *ecology seekers* (ES) dan *recreation seekers* (RS). Untuk membandingkan WTP untuk ketiga-tiga kumpulan, kaedah *choice experiment* (CE) digunakan. Hasil kajian mendapati ciri-ciri WTP disusun mengikut atribut kemudahan asas, perkhidmatan termaju dan aktiviti ekologi. Dapatan terhadap perbezaan WTP dalam kalangan pengunjung taman ini adalah berguna kepada pihak pengurusan taman, contohnya melaksanakan strategi penzonan dan ekopelancongan yang dikhususkan mengikut jenis pengunjung. Sumbangan utama kajian ini adalah dapat mengesahkan perbezaan WTP bagi jenis pengunjung di taman yang dikaji yang menyediakan implikasi yang berguna kepada pihak pengurusan taman. Sebagai contoh, pengurus taman boleh melaksanakan strategi penzonan dan memperkenalkan pelbagai pakej ekopelancongan mengikut jenis pengunjung yang datang ke taman tersebut.

Nieto-Garcia et al. (2017) meneliti tentang kesanggupan untuk membayar seseorang pelancong untuk perkhidmatan penginapan dengan mengkaji kesan eWOM (*e-words of mouth*) dan kadar harga bandingan dalaman. Menurut mereka, pemahaman terhadap penentu untuk kesanggupan membayar oleh pelanggan adalah cabaran yang penting khususnya kepada pihak pengamal perancangan. Untuk itu, kajian ini ingin menilai kesan informasi luaran (jumlah dan valensi eWOM) dan informasi dalaman (harga perbandingan secara dalaman) untuk WTP terhadap kemudahan penginapan. Hasil kajian secara talian terhadap 766 orang responden mendapati wujudnya kesan langsung valensi WTP yang diperkukuhkan oleh kedua-dua faktor iaitu jumlah dan harga bandingan dalaman. Pelanggan yang memiliki perbandingan harga yang tinggi didapati lebih sensitif terhadap kesan peningkatan dalam valensi.

Seterusnya, Borona-Navvaro dan Perez-Aranda (2020) meneliti tentang kesanggupan untuk membayar lebih (WTPM - *willingness to pay more*) seseorang pelanggan untuk menginap di hotel yang mengamalkan aspek kelestarian. Hasil kajian menunjukkan wujud perbezaan antara pelanggan/pengunjung yang memiliki lebih atau kurang informasi tentang kelestarian, antara mereka yang mengakui kepentingan pensijilan hotel dan mereka yang tidak dan antara mereka yang memiliki pengalaman menginap di hotel yang mengamalkan kelestarian dan sebaliknya adalah pemboleh ubah yang relevan dalam menganalisis WTPM pelanggan/pengunjung terhadap hotel yang mengamalkan kelestarian. Hasil kajian ini mendapati kesemua pemboleh ubah yang dianalisis boleh menerangkan tentang perbezaan antara pelanggan/pengunjung yang sanggup untuk membayar lebih untuk menginap di hotel yang mengamalkan kelestarian berbanding dengan mereka yang tidak mahu/sanggup, kecuali pemboleh ubah yang berkaitan dengan ciri sosiodemografik. Hasil kajian ini dapat membantu pengurusan hotel untuk menyusun strategi untuk mengekalkan lebih ramai pengguna yang bertanggungjawab, meningkatkan kesedaran terhadap kelestarian dan berusaha segera untuk meningkatkan amalan kelestarian mereka.

Di Malaysia, terdapat dua kajian kesanggupan untuk membayar dan aspek pemuliharaan alam semula jadi yang boleh diteliti iaitu masing-masing oleh Nor Afiza et al. (2016) di Sarawak dan Norasilah (2016) di Sabah. Kajian WTP yang dijalankan di Taman Negara Kubah dan Pusat Hidupan Liar Matang, Sarawak adalah untuk menentukan jumlah bayaran yuran bagi tujuan menampung kos perkhidmatan dan pemuliharaan alam semula jadi. Oleh itu, kajian WTP ini dijalankan untuk mengenal pasti kesanggupan pelancong membayar pada harga yang ditetapkan. Seramai 618 orang responden terlibat dalam kajian ini yang terdiri daripada pelancong dan pelawat harian. Hasil kajian menunjukkan kedua-dua kumpulan responden iaitu pengunjung dan penduduk bersedia untuk membayar lebih untuk kadar bayaran masuk yang

sedia ada pada masa ini, iaitu RM10 untuk responden Malaysia dan RM20 untuk pelancong asing. Ringkasnya, WTP boleh digunakan sebagai alat untuk menilai semula kadar bayaran yang telah ditetapkan di destinasi ekopelancongan.

Seterusnya, Norasilah (2016) meneliti tentang kesanggupan untuk membayar (WTP) untuk tujuan pemuliharaan yang dijalankan di Taman Laut Tun Sakaran (TLTS), Semporna, Sabah. Destinasi pelancongan ini merupakan sebuah kawasan konservasi marin yang menjadi tumpuan pelancong domestik dan antarabangsa. Kepelbagaian sumber marin di kawasan ini telah menarik minat pelancong untuk berkunjung ke kawasan ini sejak tahun 2004. Pada awalnya, tiada bayaran masuk yang dikenakan kepada pelancong yang memasuki destinasi pelancongan ini. Pelancong yang datang hanya membayar yuran jeti sahaja iaitu pelancong domestik (RM2) dan pelancong antarabangsa (RM10). Hasil kajian menunjukkan kesanggupan untuk membayar di lokasi kajian ini dapat diteliti dari empat dimensi, iaitu bilangan tempoh pendidikan, motif kunjungan, ciri-ciri lokasi dan gender. Nilai kesanggupan untuk membayar di taman laut ini adalah RM1.887 perorang/lawatan/tahun. Secara keseluruhannya, majoriti responden bersetuju untuk sanggup membayar bagi memelihara sumber alam di TLTS.

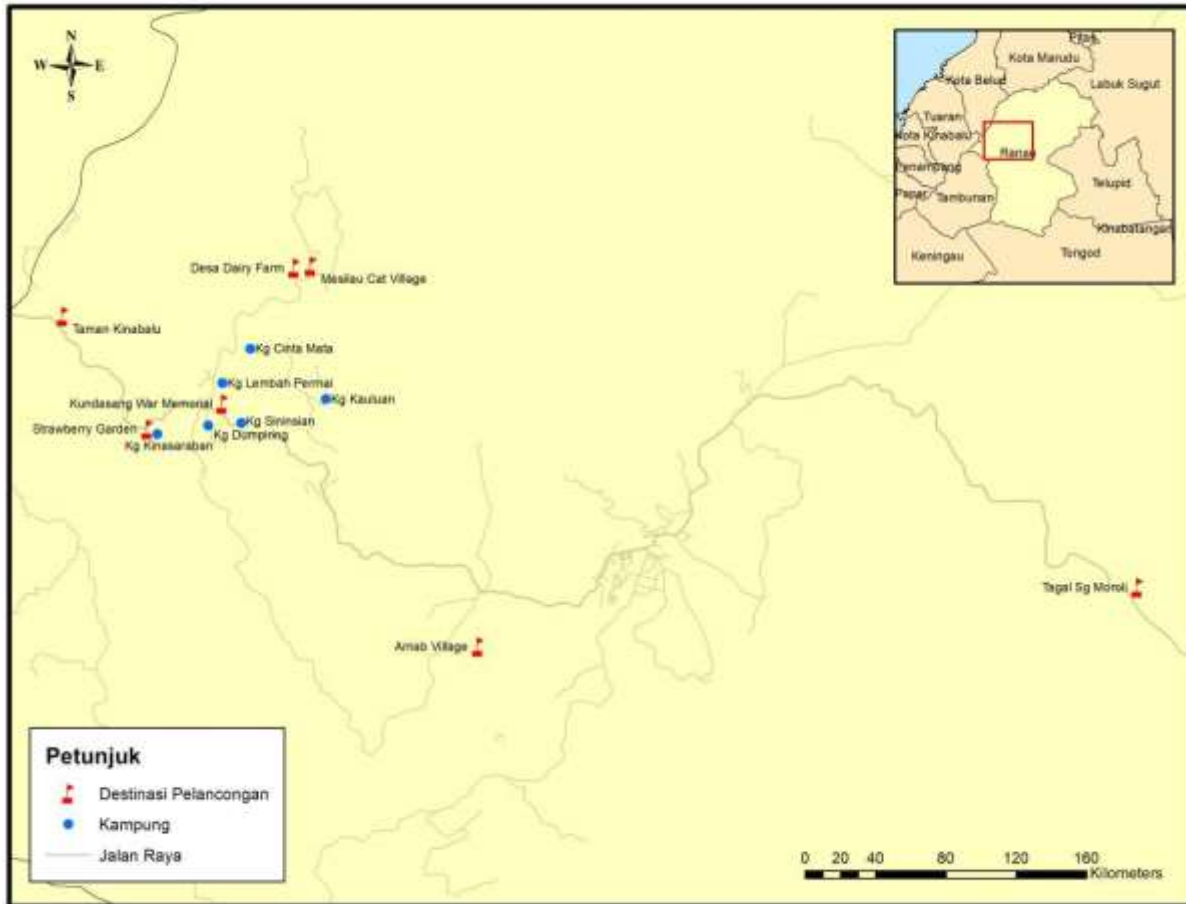
## **Metodologi Kajian**

### **Kaedah Kajian**

Kajian tentang kadar bayaran dan kesanggupan untuk membayar oleh pengunjung ketika melawat ke beberapa destinasi di Kundasang - Ranau ini melibatkan reka bentuk penilaian dan kajian kes. Pengkaji ingin menilai dan meneliti kadar bayaran yang dikenakan oleh pengusaha pelancongan, kepelbagaian jenis bayaran, kesesuaian kadar bayaran yang dikenakan dan cadangan responden untuk kadar bayaran yang patut dikenakan. Pemilihan kajian kes di Kundasang - Ranau adalah relevan kerana lokasi ini menjadi tumpuan pelancong sepanjang tahun. Untuk itu, seramai 150 orang responden terlibat dalam kajian ini.

### **Kawasan Kajian**

Kawasan kajian utama terletak di Kundasang, Sabah. Kundasang merupakan sebuah petempatan di daerah Ranau yang terletak dalam kawasan Banjaran Crocker yang mempunyai ketinggian sekitar 4,000 kaki hingga 6,000 kaki dari aras laut (Ramzah & Amriah, 2008). Jarak Kundasang dari pekan Ranau adalah 15 kilometer. Kawasan ini mempunyai beberapa buah kampung utama, iaitu Lembah Permai, Cinta Mata, Kaulan, Sinisian, Dumpiring dan Kinasaraban. Jarak pusat bandar Kota Kinabalu ke Kundasang pula dianggarkan sekitar 92 kilometer. Lima destinasi pelancongan yang dikaji di Kundasang adalah Taman Kinabalu, Strawberry Garden, Kundasang War Memorial, Desa Dairy Farm dan Mesilou Cat Village manakala dua lokasi kajian di Ranau adalah Arnab Village dan Tagal Sg. Mosoli, Kampung Luanti (Rajah 1).



**Rajah 1 : Lokasi Destinasi Pelancongan yang Dikaji dan Kedudukan Kampung di Kundasang, Sabah**

## Dapatan Kajian

### Profil Demografik Responden

Jadual 1 menunjukkan kategori responden yang berkunjung ke Kundasang - Ranau, majoritinya adalah pelancong domestik - 96 orang (64.0%) diikuti oleh penduduk tempatan - 50 orang (33.0%) dan bakinya adalah responden pelancong antarabangsa iaitu 4 orang (3.0%). Dari segi jantina dan status perkahwinan pula, bilangan responden lelaki lebih ramai berbanding perempuan iaitu masing-masing dengan 87 orang (58.0%) dan 63 orang (42.0%). Namun begitu, responden bujang lebih ramai iaitu 92 orang (61.3%) berbanding yang sudah berkahwin iaitu 58 orang (38.7%). Untuk umur responden, lebih ramai yang berumur dalam lingkungan 21 - 30 tahun iaitu 69 orang (46.0%) dan berumur 31 - 40 tahun berjumlah 38 orang (25.3%). Seterusnya, hasil kajian menunjukkan majoriti responden yang ditemu bual memiliki pendidikan sekolah menengah atas (SPM dan setaraf dengannya) iaitu 74 orang (49.3%) diikuti oleh yang berpendidikan tinggi - 37 orang (24.7%) dan mereka yang lulusan prauniversiti/diploma seramai 32 orang (21.3%). Terdapat tiga jenis pekerjaan responden yang paling ramai dikaji, iaitu mereka yang berkerja sendiri - 39 orang (26.0%), berkerja di sektor awam - 36 orang (24.0%) dan di sektor swasta - 25 orang (16.7%). Secara perbandingan, pendapatan bulanan responden dalam lingkungan RM2,500 ke bawah dan RM2,501 hingga RM5,000 mencatatkan peratusan tertinggi iaitu masing-masing sebanyak 75 orang (50%) dan 41 orang (27.3%).

**Jadual 1:** Profil Demografik Responden

Ciri Demografik	Kriteria	Bilangan	Peratus
Kategori Responden	Penduduk tempatan	50	33.0
	Pelancong domestik	96	64.0
	Pelancong antarabangsa	4	3.0
Jantina	Lelaki	87	58.0
	Perempuan	63	42.0
Status Perkahwinan	Bujang	92	61.3
	Berkahwin	58	38.7
Umur	20 tahun dan ke bawah	5	3.33
	21 - 30 tahun	69	46.0
	31 - 40 tahun	38	25.3
	41 - 50 tahun	20	13.3
	51 tahun dan ke atas	18	12.0
Tahap Pendidikan	Pendidikan tidak formal	0	0
	Pendidikan rendah	1	0.7
	Pendidikan menengah rendah	6	4.0
	Pendidikan menengah atas	74	49.3
	Pendidikan prauniversiti/diploma	32	21.3
	Pendidikan tinggi	37	24.7
Pekerjaan	Sektor awam	36	24.0
	Sektor swasta	25	16.7
	Berkerja sendiri	39	26.0
	Peniaga/usahawan	9	6.0
	Pesara	7	4.6
	Pelajar	19	12.7
	Suri rumah	15	10.0
Jumlah Pendapatan Bulanan (anggaran kasar)	RM2,500 dan ke bawah	75	50.0
	RM2,501 - RM5,000	41	27.3
	RM5,001 - RM7,500	7	4.7
	RM7,501 - RM10,000	4	2.7
	RM10,001 dan ke atas	4	2.7
	Tidak berkaitan - <i>responden pelajar</i>	19	12.7

### Ciri-Ciri Kunjungan Responden

Bahagian ini menjelaskan tentang ciri-ciri kunjungan responden ke Kundasang - Ranau, Sabah. Untuk jenis kunjungan, lebih separuh daripada responden yang melawat destinasi pelancongan di lokasi kajian adalah bersama keluarga iaitu 80 orang (53.3%), diikuti oleh bersama rakan (yang dianjurkan oleh institusi, jabatan atau syarikat) seramai 51 orang (34.0%) dan bersama pasangan sebanyak 19 responden (12.7%). Terdapat tiga kaedah pengurusan kunjungan ini, majoritinya adalah diurus secara persendirian iaitu 87.3% (131 orang), manakala sebahagian kecil sahaja diurus oleh agensi pelancongan - 11 orang (7.3%) dan diurus oleh institusi/jabatan/syarikat iaitu 8 orang (5.3%). Dari segi penggunaan mod pengangkutan, kebanyakan responden menggunakan kenderaan sendiri dan kenderaan sewa iaitu masing-masing 63 orang (42.0%) dan 68 orang (45.3%). Manakala selebihnya menggunakan kenderaan pakej pelancong - 11 orang (7.3%) dan lain-lain kenderaan - 8 orang (5.3%). Untuk jenis penginapan pula, sebahagian besar responden menginap di homestay di Kundasang - Ranau



iaitu 76 orang (50.6%) diikuti menginap di motel/hotel iaitu seramai 39 orang (26.0%). Selain itu, hanya 4 orang (2.7%) yang menginap di rumah sanak saudara/rakan kenalan dan 31 orang (20.7%) tidak menginap di situ.

**Jadual 2: Ciri-Ciri Kunjungan Responden**

<b>Ciri Kunjungan</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
Jenis Kunjungan	Bersama keluarga	80	53.3
	Bersama pasangan	19	12.7
	Bersama rakan (institusi, jabatan dll.)	51	34.0
Cara Pengurusan Kunjungan	Diurus secara persendirian	131	87.3
	Diurus oleh agensi pelancongan	11	7.3
	Diurus oleh institusi/jabatan/syarikat	8	5.3
Mod Pengangkutan	Kenderaan persendirian (kereta/van dll.)	63	42.0
	Kenderaan sewa (kereta/van dll.)	68	45.3
	Kenderaan pakej pelancong (van/bas dll.)	11	7.3
	Lain-lain	8	5.3
Jenis Penginapan	Homestay	76	50.6
	Motel/hotel	39	26.0
	Rumah sanak saudara/rakan kenalan	4	2.7
	Tidak menginap	31	20.7

**Kadar Bayaran dan Kesanggupan untuk Membayar di Destinasi Pelancongan Terpilih di Kundasang - Ranau, Sabah**

Penjelasan tentang konsep kadar bayaran dan kesanggupan membayar di destinasi pelancongan ini diteliti daripada empat aspek, iaitu (i) kriteria jenis bayaran yang dikenakan; (ii) nilai kadar bayaran yang dikenakan di tujuh destinasi pelancongan terpilih; (iii) pendapat terhadap kadar bayaran masuk yang dikenakan dan (iv) cadangan untuk kadar bayaran masuk yang perlu dikenakan.

**Kriteria Jenis Bayaran yang Dikenakan kepada Pengunjung**

Jadual 3 menunjukkan tiga jenis bayaran yang dikenakan oleh pengusaha iaitu bayaran masuk ke lokasi pelancongan, bayaran untuk aktiviti yang dilakukan sepanjang ada di situ dan bayaran perkhidmatan yang dikenakan dalam kawasan pelancongan yang dikunjungi. Tujuan mengenal pasti ketiga-tiga jenis bayaran ini adalah untuk menentukan jumlah keseluruhan bayaran yang dikenakan kepada seseorang pelancong apabila berkunjung masuk ke satu-satu destinasi pelancongan berbayar.

**Jadual 3: Jenis Bayaran yang Dikenakan oleh Pengusaha Destinasi Pelancongan**

<b>Jenis Bayaran</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
Yuran bayaran masuk	150	100%
Yuran bayaran perkhidmatan	17	11.3%
Yuran bayaran aktiviti	6	4%

Berdasarkan Jadual 3, semua pengunjung yang ditemu bual di tujuh lokasi pelancongan di Kundasang - Ranau menyatakan bahawa mereka dikenakan bayaran untuk masuk iaitu 150 orang responden (100%). Jenis yuran ini adalah bayaran yang wajib dikenakan oleh pengusaha pelancongan kepada pengunjung. Daripada jumlah itu, seramai 17 orang (11.3%) telah membayar yuran perkhidmatan. Jenis bayaran ini dikenakan untuk perkhidmatan yang diguna semasa berada dalam satu-satu kawasan pelancongan yang dikunjungi, contohnya makan di kafeteria atau membeli barangan atau cenderahati di kedai atau gerai yang disediakan dalam premis pelancongan berkenaan. Perkhidmatan ini disediakan bagi memudahkan pengunjung tidak perlu keluar dari kawasan pelancongan itu sambil mempromosikan produk yang mereka tawarkan.

Seterusnya, terdapat seramai enam orang responden yang dikaji membayar yuran untuk aktiviti yang disediakan oleh pengusaha dalam premis pelancongan tersebut. Sebagai contoh, Desa Dairy Farm menyediakan aktiviti bagi pengunjung mengalami sendiri untuk memberi makan rumput dan minum susu kepada lembu dan kambing di tempat khas yang disediakan. Namun, aktiviti yang ditawarkan ini adalah bersifat terbuka kepada mana-mana pengunjung yang berminat sahaja. Ringkasnya, terdapat tiga kriteria bayaran yang berbeza dikenakan oleh pengusaha pelancongan di lokasi kajian. Daripada tiga kategori yuran tersebut, hanya yuran masuk sahaja wajib dibayar oleh sesiapa yang memasuki premis pelancongan tanpa kira had masa. Manakala yuran aktiviti dan perkhidmatan adalah bebas dan terbuka kepada sesiapa sahaja yang ingin melakukan aktiviti atau menggunakan perkhidmatan yang disediakan.

Bayaran yang dikenakan kepada pengunjung ini adalah suatu konsep pemasaran dan penjualan produk sama ada barangan mahupun perkhidmatan di satu-satu destinasi pelancongan. Menurut Witt (2019), sesuatu yang mencabar untuk menetapkan bayaran masuk ke kawasan yang dilindungi tanpa memiliki pengetahuan tentang berapa banyak nilai wang yang pengunjung sanggup bayar untuk melawat satu-satu destinasi. Hal ini sukar khususnya kepada agensi yang mengurus beberapa atau pelbagai kawasan untuk menetapkan nilai yuran tanpa menjalankan kajian bagi setiap lokasi yang berbeza tersebut. Hal ini kerana setiap tempat mempunyai ciri-ciri dan keunikan yang tersendiri seperti alam semula jadi. Pada masa ini, penawaran harga menghadapi persaingan sengit disebabkan terdapat segelintir pelancong yang mementingkan harga yang dibayar. Oleh sebab itu, pihak pengusaha perlu bijak dalam menjalankan strategi pemasaran bagi meningkatkan keyakinan pengguna dalam proses memperkenalkan keunikan premis pelancongan mereka.

### **Kadar Bayaran yang Dikenakan kepada Pengunjung di Destinasi Pelancongan**

Jadual 4 menunjukkan kadar bayaran yuran yang dikenakan kepada pengunjung dan pelancong di tujuh destinasi pelancongan terpilih di Kundasang - Ranau.

**Jadual 4:** Kadar Bayaran Tiket Masuk mengikut Kategori Yuran

<b>Lokasi</b>	<b>Jenis Kategori Bayaran</b>	<b>Harga</b>
<b>Taman Kinabalu</b>	Yuran masuk	
	1. Warganegara 18 tahun ke atas	RM3
	2. Warganegara 17 tahun ke bawah	RM1
	3. Bukan warganegara 18 tahun ke atas	RM15
	4. Bukan warganegara 17 tahun ke bawah	RM10
	Yuran aktiviti:	
	1. Mendaki Gunung Kinabalu	RM350

	Yuran perkhidmatan:	
	1. Lemaing Hotel Kinabalu	RM300
	2. Panalaban Hotel Kinabalu	RM407
	3. Kedai runcit / cenderahati	
	4. Restoran	
<b>Strawberry Garden</b>	Yuran masuk	RM3
	Yuran aktiviti:	
	1. Memetik buah strawberi	RM60/kg
	Yuran perkhidmatan: Tiada	-
<b>War Memorial Kundasang</b>	Yuran masuk	
	1. Warganegara dewasa	RM3
	2. Bukan warganegara dewasa	RM10
	3. Pelajar dan kanak-kanak	RM2
	Yuran aktiviti: Tiada	-
	Yuran perkhidmatan: Tiada	-
<b>Desa Dairy Farm</b>	Yuran masuk	
	1. Dewasa	RM5
	2. Kanak-kanak	RM4
	Yuran aktiviti:	
	1. Memberi makan kambing	RM3
	2. Memberi makan lembu	RM3
	3. Memberi susu Kambing	RM3
	Yuran perkhidmatan:	
	1. Susu segar	RM5
	2. Yogurt	RM3
	3. Ais krim	RM3
<b>Mesilou Cat Village</b>	Yuran masuk	RM4
	Yuran aktiviti:	
	1. Memberi makan kucing	RM3
	Yuran perkhidmatan: Tiada	-
<b>Arnab Village</b>	Yuran masuk	RM10
	Yuran aktiviti:	
	1. Memberi makan arnab	RM3
	2. Memberi minum susu kepada arnab	RM2
	Yuran perkhidmatan:	
	1. Bergambar	RM30
	2. Kedai runcit	
	3. Kedai makan	
<b>Tagal Sg. Mosoli Kg. Luanti</b>	Yuran masuk	RM5
	Yuran aktiviti:	
	1. Memberi makan ikan	RM1
	2. Mandi bersama ikan	RM10
	3. Rendam kaki - dewasa	RM5
	4. Rendam kaki - kanak-kanak	RM2
	Yuran perkhidmatan:	
	1. Bayaran membawa kamera digital	RM3
	2. Makanan ringan	RM1

Berdasarkan Jadual 4, kadar bayaran masuk ke Taman Kinabalu adalah berdasarkan kategori pengunjung. Untuk pengunjung warganegara Malaysia berumur 18 tahun dan ke atas dikenakan bayaran masuk sebanyak RM3, manakala yang berumur 17 tahun dan ke bawah pula sebanyak RM1 seorang. Pengunjung bukan warganegara yang berumur 18 tahun dan ke atas dikenakan bayaran masuk sebanyak RM15 manakala mereka yang berumur 17 tahun dan ke bawah adalah sebanyak RM10 seorang. Taman ini menawarkan aktiviti menarik kepada pelancong iaitu mendaki gunung. Bayaran yang dikenakan adalah sebanyak RM350 untuk satu orang pelancong tempatan. Seterusnya, taman ini menyediakan beberapa perkhidmatan berbayar yang telah disediakan untuk kegunaan pelancong, antaranya ialah Lemaing Hotel Kinabalu dengan harga RM300 dan Panalaban Hotel Kinabalu dengan harga RM407 seorang untuk penginapan satu hari. Taman ini turut menyediakan kemudahan kedai runcit dan restoran untuk kegunaan pengunjung.

Untuk berkunjung ke Strawberry Garden, bayaran masuk adalah RM3. Destinasi pelancongan ini menawarkan aktiviti memetik buah strawberi. Pengunjung yang ingin memetik strawberi perlu membayar berdasarkan berat buah strawberi yang telah dipetik. Harga yang ditetapkan ialah RM60 sekilogram. Manakala tiada sebarang kemudahan perkhidmatan lain yang disediakan di destinasi pelancongan ini. Aktiviti ini menarik pelancong kerana ia dapat memperoleh pengalaman dalam memetik buah dan bergambar di ladang strawberi.

Seterusnya, kadar bayaran masuk ke Kundasang War Memorial adalah berdasarkan kategori pengunjung. Pelawat warganegara dewasa dikenakan bayaran sebanyak RM3 manakala yang bukan warganegara pula sebanyak RM10. Untuk pengunjung dari kalangan pelajar dan kanak-kanak, bayaran masuk adalah sebanyak RM2. Destinasi pelancongan ini tidak menawarkan sebarang aktiviti dan perkhidmatan kerana tempat ini merupakan destinasi pelancongan bersejarah yang dikekalkan untuk lawatan sahaja. Oleh itu, sebarang aktiviti dan perkhidmatan tidak dijalankan. Berdasarkan pemerhatian pengkaji, destinasi ini sangat menarik kerana ia adalah bangunan bersejarah yang kekal terpelihara.

Salah satu destinasi popular yang dikunjungi di Kundasang ialah Desa Dairy Farm. Bayaran yang dikenakan untuk memasuki kawasan ini adalah sebanyak RM5. Terdapat beberapa aktiviti yang ditawarkan kepada pengunjung, antaranya memberi makan lembu dan kambing serta memberi susu untuk kambing yang masing-masing dengan kadar bayaran sebanyak RM3. Ladang lembu ini turut menyediakan beberapa perkhidmatan seperti menjual produk susu segar (dengan harga RM5) serta yogurt dan ais krim yang berharga RM3 setiap satu.

Destinasi pelancongan yang berdekatan dengan ladang lembu ini ialah Mesilou Cat Village. Untuk memasuki taman kucing ini dikenakan bayaran sebanyak RM4 untuk dewasa dan kanak-kanak. Taman kucing ini menawarkan satu aktiviti sahaja iaitu memberi makan kucing dengan bayaran sebanyak RM3 iaitu untuk kos penyelenggaraan makanan dan rawatan kucing. Destinasi pelancongan ini tidak menawarkan perkhidmatan lain kerana ia baharu sahaja dibuka dan masih dalam perancangan untuk menaik taraf dari segi perkhidmatan yang boleh diberikan kepada pelancong.

Untuk kunjungan ke Arnab Village di Ranau pula, tiket bayaran masuk adalah RM10 untuk dewasa dan kanak-kanak. Terdapat dua aktiviti yang ditawarkan iaitu memberi makan arnab dan memberi minum susu kepada arnab. Bayaran untuk memberi makan arnab adalah RM3 manakala memberi minum susu adalah RM2. Yuran dikenakan kepada pelancong adalah sebagai kos membeli bahan seperti baja arnab. Destinasi pelancongan ini menawarkan

perkhidmatan bergambar atau dikenali sebagai *photo booth*. Yuran yang dikenakan adalah sebanyak RM30 dan pengguna akan mendapat lima gambar yang telah siap dicetak. Taman arnab ini turut menyediakan kemudahan kedai runcit dan restoran untuk kegunaan pengunjung.

Destinasi kunjungan pelancong seterusnya di Ranau adalah Tagal Luanti yang dibangunkan dengan konsep sistem tagal. Berdasarkan harga yang ditetapkan oleh pengusaha, bayaran masuk ke Tagal Sg. Mosoli Kampung Luanti adalah RM5 untuk dewasa dan kanak-kanak. Untuk destinasi pelancongan ini, terdapat tiga aktiviti yang ditawarkan iaitu memberi makan ikan dengan kadar bayaran RM1 seorang, mandi bersama ikan di dalam tagal - RM10 seorang dan aktiviti berendam kaki untuk dewasa sebanyak RM5 dan kanak-kanak pula adalah RM2. Seterusnya, terdapat beberapa perkhidmatan lain seperti menangkap foto sambil memberi makan ikan. Jika pelancong atau pengunjung ingin membawa kamera digital masuk ke dalam kawasan tagal akan dikenakan bayaran sebanyak RM3. Seterusnya, terdapat juga makanan ringan yang dijual dengan harga serendah RM1.

Hasil kajian ini menunjukkan wujudnya perbezaan dari segi nilai bayaran yuran masuk, aktiviti dan perkhidmatan untuk destinasi terpilih di Kundasang. Hal ini kerana setiap destinasi pelancongan mempunyai ciri-ciri dan keunikan yang tersendiri. Oleh itu, setiap bayaran yang dikenakan perlu berpatutan agar pengguna mendapat kepuasan dan pengalaman yang menyeronokkan ketika melancong serta dapat membantu pihak pengusaha dalam membiayai kos penyelenggaraan premis pelancongan mereka. Menurut Witt (2019), aspek latar belakang kewarganegaraan, umur dan jenis kunjungan perjalanan didapati tidak memberi impak kesanggupan untuk membayar seseorang pengunjung. Sebaliknya, aspek pendapatan, pendidikan, sikap terhadap usaha pemuliharaan, kos lawatan ke sesuatu destinasi, motivasi untuk melancong dan keputusan awal untuk melawat satu-satu tapak yang dilindungi / destinasi pelancongan didapati signifikan dalam memberikan impak terhadap kesanggupan membayar yang maksimum seseorang pengunjung tersebut.

### **Kesesuaian Kadar Bayaran yang Dikenakan kepada Pengunjung**

Jadual 5 menunjukkan pendapat responden terhadap kesesuaian kadar bayaran yang dikenakan untuk memasuki satu-satu destinasi pelancongan di lokasi kajian. Daripada 150 orang yang ditemu bual, seramai 116 orang memberikan respon manakala 34 orang tidak memberikan jawapan untuk soalan ini. Daripada jumlah tersebut, seramai 86 orang atau bersamaan 74.1% menyatakan bahawa kadar bayaran yang dikenakan adalah berpatutan dengan apa yang mereka nikmati atau alami ketika berada dalam premis pelancongan tersebut. Seterusnya, seramai 20 orang responden (17.2%) berpendapat bahawa kadar bayaran yang dikenakan adalah mahal dan tidak berpatutan dengan destinasi pelancongan yang mereka kunjungi. Akhir sekali, terdapat 10 orang responden (8.7%) yang berpandangan bahawa kadar bayaran yang dikenakan untuk memasuki premis pelancongan adalah murah dan berbaloi.

**Jadual 5:** Kesesuaian Kadar Bayaran yang Dikenakan kepada Pengunjung

<b>Pernyataan</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
Kadar bayaran yang dikenakan adalah berpatutan dengan apa yang ditawarkan oleh premis pelancongan	86 orang	74.1%
Kadar bayaran yang dikenakan adalah mahal dan tidak berpatutan dengan apa yang ditawarkan oleh premis pelancongan	20 orang	17.2%

Kadar bayaran yang dikenakan adalah murah dan berbaloi dengan apa yang ditawarkan oleh premis pelancongan	10 orang	8.7%
<b>Jumlah</b>		<b>116 orang 100.0%</b>

Perbezaan pendapat responden untuk kesesuaian kadar bayaran yang dikenakan ini adalah dipengaruhi oleh latar belakang demografik responden terutamanya aspek latar pendidikan dan pekerjaan. Sesetengah pengunjung yang berkemampuan merasakan bayaran masuk ke satu-satu premis pelancongan itu adalah murah atau berpatutan manakala yang lain pula berpendapat kadar itu mahal dan tidak berbaloi. Hasil kajian ini selari dengan kajian Sofyan dan Herlina (2015) yang menunjukkan untuk kes pelancong tempatan, pemboleh ubah bebas seperti kos perjalanan, kos alternatif, pendapatan dan kos masa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap bilangan kunjungan pelancong tempatan. Seterusnya, jumlah purata yang sanggup dibayar oleh pelancong tempatan melebihi kos perjalanan mereka. Menurut Fuest dan Kolmar (2007), yuran atau bayaran yang dikenakan boleh terlalu tinggi tetapi akan mengurangkan bilangan pengunjung atau bayaran yang terlalu rendah pula akan menyukarkan untuk menjana pendapatan yang lebih kepada pengusaha pelancongan.

#### **Cadangan untuk Kadar Bayaran yang Perlu Dikenakan Kepada Pengunjung**

Daripada 116 orang responden yang menjawab soalan ini, terdapat lima cadangan yang diberikan untuk kadar bayaran yang perlu dikenakan kepada pengunjung (Jadual 6). Hasil kajian menunjukkan seramai 44 orang responden (37.9%) mencadangkan agar kadar bayaran yang dikenakan perlu dikekalkan seperti sedia ada. Sebaliknya sebanyak 10.4% atau 12 orang responden mensyorkan agar kadar bayaran masuk dikurangkan. Cadangan lain adalah menaikkan kadar bayaran masuk untuk pelancong asing iaitu disarankan oleh 15 orang responden (12.9%). Selain itu, terdapat responden yang mencadangkan agar pengusaha pelancongan membezakan kadar bayaran masuk pengunjung untuk dewasa dan kanak-kanak - 20 orang responden (17.2%). Akhir sekali, seramai 25 orang responden (11.6%) mencadangkan agar produk dan daya tarikan yang terdapat di premis pelancongan ditambah.

**Jadual 6:** Cadangan Responden untuk Kadar Bayaran yang Perlu Dikenakan Kepada Pengunjung

<b>Cadangan</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
Mengekalkan kadar bayaran masuk yang sedia ada	44 orang	37.9%
Mengurangkan kadar bayaran masuk yang dikenakan	12 orang	10.4%
Menaikkan kadar bayaran masuk untuk pelancong asing	15 orang	12.9%
Membezakan harga bayaran masuk pengunjung dewasa dan kanak-kanak	20 orang	17.2%
Perlu menambah produk dan daya tarikan di destinasi pelancongan	25 orang	11.6%
<b>Jumlah</b>		<b>116 orang 100%</b>

Menurut Witt (2019), kadar bayaran maksimum untuk kesanggupan membayar seseorang pengunjung boleh dianggarkan, namun begitu, kiraan itu adalah tidak tepat apabila hanya mengaplikasikan dapatan dari satu tapak yang dilindungi untuk lokasi yang lain, meskipun di wilayah atau negara yang sama. Sebagai tambahan, ciri demografik pengunjung yang berbeza mempengaruhi anggapan nilai kesanggupan untuk membayar seseorang itu. Sehubungan dengan itu, tahap kesedaran pengunjung yang rendah memberi kesan kepada pihak pengurusan pelancongan dalam usaha untuk mengamalkan prinsip kelestarian (Jurado-Rivas dan Sánchez-Rivero, 2019). Pulido-Fernández dan López-Sánchez (2016) pula menegaskan bahawa segmentasi pasaran dalam pelancongan adalah berguna untuk merancang dan mengurus dasar berorientasikan permintaan.

### **Kesimpulan**

Kajian terhadap kadar bayaran dan kesanggupan untuk membayar pengunjung di beberapa destinasi pelancongan terpilih di Kundasang - Ranau ini adalah relevan bukan sahaja terhadap pengusaha pelancongan tetapi bagi mengisi lompong kajian terhadap isu berkaitan yang kurang dan terhad. Kajian ini mengesahkan bahawa majoriti responden berpendapat bahawa kadar bayaran yang dikenakan adalah berpatutan dengan apa yang ditawarkan oleh premis pelancongan. Namun, cadangan responden terhadap kadar bayaran yang patut dikenakan didapati adalah pelbagai. Justeru, pihak pemegang taruh terutamanya perancang dan pembuat dasar pembangunan pelancongan perlu merangka dan melaksanakan strategi yang bersepadu dan sistematik bagi memastikan destinasi pelancongan di negeri ini dapat menawarkan kadar bayaran yang berpatutan, meningkatkan kualiti perkhidmatan serta mempelbagaikan produk yang ditawarkan yang sekali gus menjadikannya berdaya saing dan lestari.

### **Penghargaan**

Penulis ingin merakamkan penghargaan kepada Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia dan Universiti Malaysia Sabah kerana membiayai kajian ini di bawah Geran Penyelidikan Skim Dana NIC (SDN), 2019 bertajuk “Pola Tingkah Laku dan Pemetaan Ruang Keliaran Pelancong Berdasarkan Faktor Kuasa Beli dan Kesanggupan Membayar di Destinasi Pelancongan Terpilih di Negeri Sabah”. Kod geran SDN 0033-2019.

### **Rujukan**

- Araña, J. E., Carmelo, J., Moreno-Gil, S. & Zubiaurre, A. R. (2013). A comparison of tourists' valuation of climate change policy using different pricing frames. *J. Travel Res.*, 52, 82-92.
- Birdir, S., Ünal, Ö., Birdir, K. & Williams, A. T. (2013). Willingness to pay as an economic Instrument for coastal tourism management: Cases for Mersin, Turkey. *Tour. Manag.*, 36, 27-283.
- Borona-Navarro, M & Perez-Aranda, J. A. (2020). Analyzing willingness to pay more to stay In a sustainable hotel. *Sustainability*, 12, 3730, 1-17.
- Bruner, A., Kessy, B., Mnaya, J., Wakibara, J. & Maldonado, J. (2015). Tourists' willingness to pay to visit Tanzania's National Parks: A contingent valuation study. *Discussion Paper, Conservation Strategy Fund*, 1-40.
- Cambell, P. (2020). How to calculate willingness to pay and use it to inform subscription pricing. *Price Inteligency*, 1, 1-5.
- Casey, J. F., Brown, C. & Schuhmann, P. (2010). Are tourists willing to pay additional fees to protect corals in Mexico? *J. Sustain. Tour.*, 18, 557-573.

- Cheung, L. T. & Jim, C. Y. (2014). Expectations and willingness-to-pay for ecotourism services in Hong Kong's conservation areas. *Int. J. Sustain. Dev. World Ecol.*, 21, 149-159.
- Choi, A. S. & Ritchie, B. W. (2014). Willingness to pay for flying carbon neutral in Australia: An exploratory study of offsetter profiles. *J. Sustain. Tour.*, 22, 1236-1256.
- Dodds, R., Graci, S.R. & Holmes, M. (2010). Does the tourist care? A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *J. Sustain. Tour.*, 18, 207-222.
- Enríquez-Acevedo, T., Botero, C.M., Cantero-Rodelo, R., Pertuz, A. & Suárez, A. (2018). Willingness to pay for Beach Ecosystem Services: The case study of three Colombian beaches. *Ocean. Coast. Manag.*, 161, 96-104.
- Fuest, C. & Kolmar, M. (2007) A theory of user-fee competition. *J. Public Econ.*, 91, 497-509.
- Georgiou, S.; Langford, I.H.; Bateman, I.J.; Turner, R. K. (1998). Determinants of Individuals' willingness to pay for perceived reductions in environmental health risks: A case study of bathing water quality. *Environ. Plan. A*, 30, 577-594.
- Hess, S. & Beharry-Borg, N. (2012). Accounting for latent attitudes in willingness-to-pay studies: The case of coastal water quality improvements in Tobago. *Environ. Resour. Econ.*, 52, 109-131.
- Hultman, M., Kazemina, A. & Ghasemi, V. (2015). Intention to visit and willingness to pay premium for ecotourism: The impact of attitude, materialism, and motivation, *Journal of Business Research*, 1-8.
- Jurado-Rivas, C. & Sánchez-Rivero, M. (2019). Willingness to pay for more sustainable tourism destinations in world heritage cities: The case of Caceres, Spain. *Sustainability*, 11, 5880, 2-21.
- Kamal, M. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi willingness to pay pengguna trans. Jogja, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Krishna, A. (1991). Effect of dealing patterns on consumer perceptions of deal frequency and willingness to pay. *Journal of Marketing Research*, 28(4), 441-451.
- Langford, I. H., Kontogianni, A., Skourtos, M. S., Georgiou, S. & Bateman, I. J. (1998). Multivariate mixed models for openended contingent valuation data: Willingness to pay for conservation of monk seals. *Environ. Resour. Econ.*, 12, 443-456.
- López-Sánchez, Y. & Pulido-Fernández, J. I. (2014). Factors determining the willingness to pay for a more sustainable destination. The case of the Western Costa del Sol. *Cuad. Turis.*, 33, 199-31.
- Luzar, E. J., Diagne, A., Gan, C.E.C. & Henning, B. R. (1998). Proling the nature-based tourist: A multinomial logit approach. *J. Travel Res.*, 37, 48-55.
- Matthews, Y., Scarpa, R. & Marsh, D. (2017). Stability of willingness-to-pay for coastal management: A choice experiment across three time periods. *Ecol. Econ.*, 138, 64-73.
- Namkung, Y. & Jang, S. (2017). Are consumers willing to pay more (WTPM) for green practices at restaurants? *J. Hosp. Tour. Res.*, 41, 329-356.
- Nieto-García, M., Muñoz-Gallego, P. A., & González-Benito, Ó. (2017). Tourists' willingness to pay for an accommodation: The effect of eWOM and internal reference price. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 67- 77.
- Nor Afiza Abu Bakar, Alias Radam, Zaiton Samdin, Mohd Rusli Yacob. (2016). Willingness to Pay in Kubah National Park and Matang Wildlife Centre: A Contingent Valuation Method, *International Journal of Business Society*, 17(1),131-144.
- Norasilah Latiff. (2016). *Willingness to Pay for Marine Conservation of Tun Sakaran Marine Park, Semporna, Sabah, Malaysia*. Tesis sarjana (tidak diterbitkan). Universiti Putra Malaysia.



- Park, C & Song, H. (2018). Visitors'perceived place value and the willingness to pay in an Urban Lake Park. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 15, 2518, 1-15.
- Pragaya, P. (2017). Estimating the value of beach recreation for locals in the great barrier reef marine park, Australia. *Econ. Anal. Policy*, 53, 9-18.
- Pulido-Fernández, J. I. & López-Sánchez, Y. (2016). Are tourists really willing to pay more for sustainable destinations? *Sustainability*, 8, 1240, 1-20.
- Ramzah Dambul & Amriah Buang. (2008). Memahami permasalahan pelancongan di Kundasang, Sabah: Kekuatan dan kelemahan pendekatan positivisme. *Geografia - Malaysian Journal of Society and Space*, 4(1), 20-31.
- Rodella, I., Madau, F., Mazzanti, M., Corbau, C., Carboni, D., Utizi, K. & Simeoni, U. (2019). Willingness to pay for management and preservation of natural, semi-urban and urban beaches in Italy. *Ocean. Coast. Manag.*, 172, 93-104.
- Sayan, S., Williams, A. T., Johnson, D. E. & Ünal, Ö. (2011). A pilot study for sustainable tourism in the coastal zone of Antalya, Turkey: Tourists, turtles or both? *J. Coast. Res.*, 64, 1806-1810.
- Shivlani, M.P., Letson, D. & Theis, M. (2003). Visitor preferences for public beach amenities and beach restoration in South Florida. *Coast. Manag.*, 31, 367-385.
- Sofyan Syahnur & Herlina (2015). Visitors'willingness to pay for local tourist attractions in Sabang basedon Travel Cost Method. *IJABER*, 13(7), 5677-5701.
- Subade, R. F. & Francisco, H. A. (2014). Do non-users value coral reefs? Economic valuation of conserving Tubbataha Reefs, Philippines. *Ecol. Econ.*, 102, 24-32.
- Ünal, Ö. & Williams, A. T. (1999). Beach visits and willingness to pay: Cesme Peninsula, Turkey. In *Proceedings of the MEDCOASTEMECS 99 Joint Conference, Land-Ocean Interactions: Managing Coastal Ecosystems*, Antalya, Turkey, 9–13 November, 1149-1162.
- Wertenbroch, K., & Skiera, B. (2002). Measuring consumers'willingness to pay at the point of purchase. *Journal of Marketing Research*, 39(2), 228-241.
- Werhli, R., Egli, H., Lutzenberger, D., Pfister, J., Schwarz, J. & Steettler, J. (2011). Is There Demand for Sustainable Tourism? *Working Papers Series Tourism 001/2011*, Lucerne University of Applied Sciences and Arts: Lucerne, Switzerland.
- Witt, B. (2019). Tourist's Willingness to Pay Increase Entrance Fees at Mexican Protected Areas: A Multi-Site Contingent Valuation Study. *Sustainability*, 11(3041), 1-22.
- Zang, F., Wang, X. H., Nunes, P. A. & Ma, C. (2015). The recreational value of gold coast beaches, Australia: An application of the travel cost method. *Ecosyst. Serv.*, 11, 106-114.
- Zhao, J. & Kling, C.L. (2007). Willingness to pay, compensating variation and the cost of commitment. *Economic Inquiry*, 42(3), 503-517.