

## **Analisis Permintaan Pelancongan Malaysia dari Pasaran Utama Asia**

### *Analysis of Malaysian Tourism Demand from Major Asian Markets*

Noor Amirah Abdullah (miera\_8605@yahoo.com)  
Redzuan Othman (redzuan@ukm.my)  
Norlida Hanim Mohd Salleh (norlidahanim@gmail.com)  
Pusat Pengajian Ekonomi  
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan  
Universiti Kebangsaan Malaysia

#### **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia dari beberapa pasaran utama Asia iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Jepun dan India. Rantau Asia ini dipilih berikutan penyumbang terbesar kepada ketibaan pelancongan di Malaysia. Ini terbukti apabila perangkaan ketibaan pelancong menunjukkan secara umum lebih kurang tiga perempat daripada jumlah keseluruhan ketibaan pelancong antarabangsa adalah dari rantau ini. Faktor penting yang dijangka mempengaruhi kedatangan pelancong dari Rantau Asia ke Malaysia ialah pendapatan pelancong, harga pelancongan ke Malaysia, harga pelancongan destinasi alternatif dan perdagangan antarabangsa. Faktor bukan ekonomi seperti kempen melawat Malaysia, gejala *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) dan krisis ekonomi juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kedatangan pelancong ke Malaysia. Dengan menggunakan analisis panel data, kajian ini cuba menganggar secara empirikal kepentingan faktor yang mempengaruhi permintaan pelancong ke Malaysia. Keputusan kajian menunjukkan bahawa model penganggar kesan tetap adalah model terbaik dan didapati kesemua pemboleh ubah yang digunakan kecuali faktor bukan ekonomi iaitu SARS dan krisis ekonomi adalah signifikan secara statistik dan selari dengan teori ekonomi. Harga pelancongan Malaysia didapati secara relatifnya lebih anjal diikuti pendapatan pelancong, perdagangan antarabangsa, dan harga pelancongan destinasi alternatif dan kempen melawat Malaysia

Kata kunci: Permintaan Pelancongan, Asia, Data Panel

#### **ABSTRACT**

*This study aims to examine the factors that affect Malaysia's tourism demand from several Asian markets, namely Singapore, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Japan and India. Asia region was chosen as the largest contributor to the tourist arrivals in Malaysia. This is evident from the statistics of tourist arrivals in general showed about three-fourths of the total international tourist arrivals from this region. The important factor is expected to affect tourist arrivals to Malaysia from the Asia region is tourist income, price of travel's Malaysia, the prices of alternative tourist destinations and international trade. None economic factors such as campaign to visit Malaysia, SARS and economic crisis are important factors affecting the tourist arrivals to Malaysia. By using a panel data analysis, this study attempts to estimate the empirical importance of factors affecting the demand for travel to Malaysia. The results show that the model of fixed effects estimator is the best model and find all the variables are acceptable except non-economic factors of SARS and economic crisis is statistically significant and consistent with economic theory. Price of travel's Malaysia relatively more flexible followed by tourist income, international trade, price of travel's destination alternative and visit Malaysia campaign.*

*Keywords: Tourism demand, Asia, Panel Data*

#### **PENGENALAN**

Pada peringkat awal, Eropah dan Amerika merupakan destinasi yang menerima ketibaan pelancong antarabangsa tertinggi tetapi kini rantau Asia dan Pasifik mendapat perhatian ketibaan pelancong antarabangsa yang semakin meningkat. Keadaan ini terbukti apabila peratus peningkatan pelancong ke

Asia dan Pasifik pada tahun 2000 hingga 2005 adalah 7.1% berbanding peratus peningkatan ketibaan pelancong ke Eropah dan Amerika yang masing-masing ialah 2.2% dan 0.8%. Di rantau Asia dan Pasifik, Malaysia merupakan negara kedua tertinggi selepas China yang menerima pelancong antarabangsa. Perangkaan menunjukkan bahawa pada tahun 2005, Malaysia menguasai sekitar 10.0% bahagian pasaran Asia dan Pasifik manakala China pula menguasai 30.1% bahagian pasaran. Keadaan ini menunjukkan bahawa industri pelancongan Malaysia mendapat perhatian pelancong antarabangsa (World Tourism Organization, 2006). Peningkatan ketibaan pelancong ke Malaysia menunjukkan bahawa sektor pelancongan memainkan peranan penting dalam menjana pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Keadaan ini terbukti apabila antara tahun 2006-2009, pendapatan industri pelancongan meningkat sebanyak 67.1% kepada RM53.4 bilion dan ketibaan pelancong meningkat sebanyak 43.6% kepada 23.6 juta orang. Dalam Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMK-10), sasaran adalah untuk meningkatkan sumbangan sektor pelancongan sebanyak 2.1 kali ganda, seterusnya menyumbang RM115 bilion dari segi pendapatan pelancongan dan menyediakan 2 juta peluang pekerjaan pada tahun 2015. Oleh itu, bagi mencapai sasaran tahun 2015, tumpuan yang diberikan adalah menarik lebih ramai pelancong berbelanja tinggi dan memperluas pasaran daripada negara yang mempunyai pertumbuhan tinggi, terutamanya Rusia, India, China dan Timur Tengah (Rancangan Malaysia Kesepuluh).

Selain itu, pihak berkepentingan perlu melakukan perancangan untuk meningkatkan kedatangan pelancong ke Malaysia. Hal ini kerana terdapat pelbagai faedah dapat diraih daripada pembangunan industri pelancongan, iaitu, sumbangan kepada imbalan pembayaran negara, pembangunan kawasan bukan perindustrian, pengwujudan peluang pekerjaan, peningkatan pendapatan kepada keseluruhan ekonomi menerusi impak pengganda, dan pembangunan sosial. Oleh itu, perlu dikenalpasti apakah faktor utama yang mempengaruhi kedatangan pelancong ke Malaysia. Hal ini penting kerana kemajuan industri pelancongan bergantung kepada banyak faktor seperti kemudahan masuk, kemudahan infrastruktur dan kemudahan rekreasi serta kadar pertukaran, harga pelancongan ke Malaysia, pendapatan dan harga pelancongan destinasi alternatif.

Umumnya, pasaran ASEAN terutama pasaran Singapura, Thailand dan Indonesia masih merupakan penyumbang terbesar ketibaan ke Malaysia, diikuti oleh pasaran Brunei dan Filipina, serta pasaran luar ASEAN seperti China, termasuk Jepun dan Hong Kong. Peningkatan usaha pembangunan bersama di bawah Pertumbuhan Segi Tiga Indonesia-Malaysia-Thailand (IMT-GT) dan Pertumbuhan ASEAN Timur Brunei Darulsalam-Indonesia-Filipina (BIMP-EAGA) yang berterusan, dijangka dapat menyokong pertumbuhan industri pelancongan ini. Maka, dapat dikatakan Asia yang terdiri daripada Singapura, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Jepun dan India merupakan penyumbang terbesar kepada ketibaan pelancongan di Malaysia. Kenyataan ini terbukti apabila perangkaan ketibaan pelancong menunjukkan secara umum lebih kurang tiga perempat daripada jumlah keseluruhan ketibaan pelancong antarabangsa adalah dari rantau ini. Malah lebih ketara, tiga negara Asia iaitu Singapura, Thailand dan Indonesia (dinamakan sebagai ASEAN3) menguasai syer ketibaan terbesar. Secara purata sejak tahun 1985 negara ASEAN3 ini menguasai sekitar 95% daripada jumlah ketibaan pelancong ASEAN ke Malaysia. Oleh itu, objektif umum kajian ialah untuk mengenalpasti faktor utama yang mempengaruhi permintaan pelancongan antarabangsa Malaysia dari beberapa pasaran utama Asia iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, China, India, Hong Kong dan Jepun.

## KAJIAN LEPAS

Crouch (1994), Witt and Witt (1995), Mervan and Payne (2007), Carey (1991) dan Lim (1997) dalam kajian permintaan pelancongan menyatakan bahawa permintaan pelancongan diprosikan kepada ketibaan pelancongan iaitu sebagai pemboleh ubah bersandar. Bagi pemboleh ubah bebas pula ialah pendapatan pelancong, harga perkhidmatan, kadar pertukaran dan jarak.

Di Turkey, analisis dengan menggunakan fungsi *double-logarithmic* daripada model regresi oleh Sevgin Akis (1998), mendapati bahawa kedatangan pelancong dan pendapatan negara mempunyai hubungan positif iaitu apabila kedatangan pelancong meningkat, pendapatan negara juga turut meningkat. Ketibaan pelancong dan harga relatif pelancongan pula mempunyai hubungan negatif iaitu apabila harga relatif pelancongan meningkat, ketibaan pelancong akan berkurang.

Dalam menentukan permintaan pelancongan domestik dengan menggunakan analisis kointegrasi berbilang, Seddith dan Shearing (1997) mendapati bahawa dalam jangka panjang dan jangka pendek penentu perbelanjaan pelancongan di Northumbria ialah harga relatif pelancongan dan pendapatan benar. Apabila harga pelancongan di Northumbria adalah murah, ketibaan pelancong dari United Kingdom akan meningkat.

Bagi Nikolaos (2004), dalam kajian beliau terhadap ketibaan pelancong dari German dan Great Britain ke Greece daripada tahun 1960 sehingga 2000 mendapati bahawa dalam jangka panjang,

pendapatan benar, kos pengangkutan dan kadar pertukaran adalah signifikan mempengaruhi permintaan pelancongan Greece. Analisis kajian ini dilakukan dengan menggunakan ujian Augmented Dickey-Fuller (ADF) dan model VAR.

Dengan menggunakan *Dynamic Model* dan penganggar GMM, Tresa (2007), menyatakan bahawa faktor utama penentu permintaan pelancongan German dari Sepanyol ialah keadaan ekonomi German. Permintaan pelancongan di German juga ditentukan oleh harga pelancongan dan kos pelancongan. Pengaruh luar seperti kejadian 11 September juga mempengaruhi permintaan pelancongan German dari Sepanyol.

Hasil kajian di Thailand oleh Chukiat dan Prasert (2008), mendapati bahawa kos pelancongan adalah signifikan mempengaruhi atribut produk pelancongan dan produk pengurusan pelancongan. Begitu juga dengan demografi pelancongan signifikan mempengaruhi produk pelancongan dan produk pengurusan pelancongan. Kos pelancongan dan demografi pelancongan mempengaruhi destinasi pelancongan. Kaedah yang digunakan untuk analisis kajian ini ialah ujian *unit root* seperti ADF-Test (1979), PP-Test (1987,1988), KPSS-Test (1992), DF-GLS Test (1996), *ERS Point Optimal Test* dan *Ng and Perron* (2001).

Dengan menggunakan model *Pooled regression*, didapati tragedi 11 September merupakan faktor penting kedatangan pelancong Timur Tengah ke Malaysia. (Norlida, Redzuan, Abu Hasan dan Mohad Safar, 2010). Selain itu, didapati juga bahawa kos pelancongan ke Malaysia adalah signifikan mempengaruhi kedatangan pelancong ke Malaysia. Didapati juga bahawa Indonesia merupakan pengganti pelancongan Malaysia bagi pelancong Timur Tengah. Oleh itu, Malaysia memastikan keselamatan pelancong untuk menarik lebih ramai pelancong Timur Tengah ke negara ini.

Kajian terkini oleh Stefan, Juan dan Wiston (2011), menyatakan bahawa peningkatan pendapatan pelancong akan meningkatkan permintaan pelancongan. Keadaan ini memberi kesan kepada peningkatan kadar pertumbuhan modal dan dengan demikian, harga pengeluaran pelancongan dan perkhidmatan pelancongan meningkat secara berterusan. Seterusnya, akan menarik lebih bayak pelaburan dalam pengeluaran pelancongan dan meningkatkan kadar pertumbuhan ekonomi. Didapati juga bahawa dalam jangka panjang peningkatan KDNK per kapita Amerika Syarikat menghasilkan peningkatan KDNK per kapita Antigua dan Barbuda. Oleh itu, kajian menunjukkan bahawa pelancongan penggerak kepada pertumbuhan ekonomi. Kajian ini dilakukan dengan menggunakan analisis kointegrasi dan model dynamic.

## METODOLOGI

Data yang dikumpul dan digunakan dalam kajian ini adalah data sekunder iaitu bagi tempoh 25 tahun bermula dari tahun 1985 hingga 2009. Data ini diperolehi daripada Laporan Tahunan Perangkaan Pelancongan dan *World Development Index* (WDI), *International Financial Statistics* (IFS) dan *United Nations Commodity Trade Statistics Database*. Kaedah penganggaran model yang digunakan adalah kaedah ekonometrik panel data. Dalam kajian ini, pembentukan model adalah berdasarkan teori ekonomi klasik. Ketibaan pelancong sebagai proksi kepada permintaan pelancongan Malaysia dan faktor penentu ketibaan pelancongan adalah pendapatan pelancong, harga pelancongan ke Malaysia, harga pelancongan destinasi alternatif dan perdagangan antarabangsa serta pemboleh ubah dami. Fungsi yang digunakan dalam kajian permintaan pelancongan Malaysia dari tujuh negara Asia iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Jepun dan India ini ialah:

$$\ln TA_t = \beta_0 + \beta_1 \ln Y_{i,t} + \beta_2 \ln TP_{i,t} + \beta_3 \ln TPS_{j,t} + \beta_4 \ln TV_{i,t} + \beta_5 D01 + \beta_6 D02 + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Di mana:

- $\ln TA_t$  = log kedatangan pelancong dari Asia 7 ke Malaysia pada tahun t
- $\ln Y_{i,t}$  = log pendapatan pelancong Asia 7 pada tahun t
- $\ln TP_{i,t}$  = log harga pelancongan ke Malaysia pada tahun t
- $\ln TPS_{j,t}$  = log harga pelancongan Asia 7 ke destinasi pelancongan alternatif (Singapura, Thailand dan Indonesia) pada tahun t
- $\ln TV_{i,t}$  = log jumlah perdagangan antara Malaysia dengan Asia 7 pada tahun t
- D01 = pemboleh ubah dami positif (faktor penarik) : 1 untuk Tahun Melawat Malaysia
- D02 = pemboleh ubah dami positif (faktor penolak) : 1 untuk krisis ekonomi dan SARS
- $\beta_1 \dots \beta_6$  = pekali penganggar
- $\varepsilon$  = error term

## PEMBOLEH UBAH KAJIAN

### Permintaan pelancongan (TA)

Permintaan pelancongan antarabangsa sering diukur dari segi jumlah kedatangan pelancong, pelancong pengeluaran dan jumlah pelancongan bermalam di negara destinasi. Dalam kajian ini, permintaan pelancongan diukur dengan menggunakan jumlah ketibaan pelancong dari Asia 7 iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Jepun dan India ke Malaysia.

### Pendapatan pelancong (Y)

Dalam kajian ini, pendapatan pelancong merujuk kepada pendapatan per kapita pada tahun tetap iaitu pada tahun 2000. Unit bagi pendapatan per kapita pelancong adalah dalam US dollar.

### Harga pelancongan (TP)

Indeks harga pengguna digunakan sebagai proksi untuk harga pelancongan Malaysia yang relatif terhadap kos hidup (indeks harga pengguna) Asia 7 disesuaikan dengan kadar pertukaran. Dalam kajian ini, pemboleh ubah harga pelancongan Malaysia diukur dengan:

$$TP_t = (CPI_{m,t} / CPI_{a,t}) \times (ER_{m,t} / ER_{a,t}) \quad (2)$$

Di mana:

- $TP_t$  = Harga pelancongan Malaysia pada tahun t
- $CPI_{m,t}$  = Indeks harga pengguna Malaysia pada tahun t
- $CPI_{a,t}$  = Indeks harga pengguna Asia 7 pada tahun t
- $ER_{m,t}$  = Kadar pertukaran Malaysia pada tahun t
- $ER_{a,t}$  = Kadar pertukaran Asia 7 pada tahun t

### Harga pelancongan destinasi alternatif (TPS)

Terdapat dua kesan penggantian harga dalam pelancongan. Pertama, kesan penggantian antara destinasi dan kedua adalah antara pelancongan antarabangsa dengan pelancongan tempatan. Ciri geografi dan budaya diambil kira semasa memilih destinasi alternatif. Dalam kajian ini, tiga destinasi dipilih untuk pelancong Asia 7 sebagai pesaing permintaan pelancongan Malaysia. Tiga destinasi alternatif tersebut adalah Singapura, Thailand dan Indonesia. Harga pelancongan destinasi alternatif dikira berdasarkan indeks harga pengguna dan kadar pertukaran tiga negara destinasi alternatif tersebut (Singapura, Indonesia, Thailand).

$$TP_t = (CPI_{j,t} / CPI_{i,t}) \times (ER_{j,t} / ER_{i,t}) \quad (3)$$

Di mana:

- $TP_t$  = Harga pelancongan destinasi alternatif pada tahun t
- $CPI_{j,t}$  = Indeks harga pengguna destinasi alternatif pada tahun t
- $CPI_{i,t}$  = Indeks harga pengguna Asia 7 pada tahun t
- $ER_{j,t}$  = Kadar pertukaran destinasi alternatif pada tahun t
- $ER_{i,t}$  = Kadar pertukaran Asia 7 pada tahun t

### Perdagangan antarabangsa (TV)

Nilai perdagangan digunakan untuk mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia. Jumlah perdagangan diukur dengan menjumlahkan nilai import dan eksport barangan dan perkhidmatan antara Malaysia dengan Asia 7.

**PENGANGGARAN MODEL**

Sebelum ujian penganggaran pekali malar dan ujian penganggaran kesan tetap untuk menguji hubungan antara pemboleh ubah dilakukan, ujian panel punca unit (*unit root*) dilakukan dengan menggunakan *Augmented Dickey Fuller*, (ADF, 1979). Ujian ADF berasaskan regresi biasa adalah seperti berikut:

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \gamma_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \tag{4}$$

Di mana:

- $\Delta Y_t$  = Perbezaan pertama
- $V_t$  = Ralat penganggaran
- $\alpha, \delta, \beta, \omega$  = Parameter yang ingin dianggarkan

Dalam melakukan ujian ADF, *lag length* sangat penting kerana sensitif terhadap hasil ujian. *Lag length* dipilih dengan menggunakan *Akaike Information Criterion* (AIC) atau maklumat *Schwarz Criterion* (SBC).

Langkah kedua ialah analisis data panel. Dalam kajian ini, set panel data tujuh negara daripada pasaran Asia dipilih sebagai permintaan pelancongan Malaysia iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Jepun dan India. Pemilihan ketujuh negara ini adalah berdasarkan kepentingannya kepada industri pelancongan Malaysia.

$$LTA_t = \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln TP_t + \beta_3 \ln TPS THAI_t + \beta_4 \ln TPS SINGA_t + \beta_5 \ln TPS INDO_t + \beta_6 \ln TV_t + \beta_7 D01 + \beta_8 D02 + \varepsilon_t \tag{5}$$

Di mana:

- $LTA_t$  = log kedatangan pelancong dari Asia 7 ke Malaysia pada tahun t
- $\ln Y_{i,t}$  = log pendapatan pelancong Asia 7 pada tahun t
- $\ln TP_{i,t}$  = log harga pelancongan Malaysia pada tahun t
- $\ln TPS THAI_t$  = log harga pelancongan Thailand pada tahun t
- $\ln TPS SINGA_t$  = log harga pelancongan Singapura pada tahun t
- $\ln TPS INDO_t$  = log harga pelancongan Indonesia pada tahun t
- $\ln TV_{i,t}$  = log jumlah perdagangan antara Malaysia dengan Asia 7 pada tahun t
- D01 = pemboleh ubah dami positif (faktor penarik) : 1 untuk Tahun Melawat Malaysia
- D02 = pemboleh ubah dami positif (faktor penolak) : 1 untuk krisis ekonomi dan SARS
- $\beta_1 \dots \beta_8$  = pekali penganggar
- $\varepsilon$  = error term

Analisis panel data dipilih kerana ia mengawal *bias* pemboleh ubah, memberi banyak maklumat mengenai data dan mengurangkan kesan *multicollinearity* serta penganggaran pekali yang tepat (Hsiao, 2003 and Munoz, 2006). Analisis panel juga membenarkan spesifikasi dinamik.

Pada kebiasaannya, model analisis panel yang digunakan ialah penganggar pekali malar, penganggar kesan tetap dan penganggar kesan rawak. Model penganggar pekali malar dikenali juga sebagai model *pooled regression* dan model ini menggunakan *Ordinary Least Squares* (OLS) untuk menganggar model. Manakala bagi model penganggaran kesan tetap pula ia dikenali sebagai *Least Square Dummy Variable Model* (LSDV) iaitu merujuk kepada model yang mempunyai kecerunan yang malar tetapi *intercept* berdasarkan unit *cross sectional*.

Nilai keratan rentas iaitu bilangan negara dalam kajian ini adalah sebanyak 7 buah negara lebih kecil daripada jumlah regresor iaitu sebanyak sembilan pembolehubah. Justeru kajian ini tidak dapat mengambilkira penganggar kesan rawak kerana tidak memenuhi syarat yang dikehendaki. Sehubungan itu, analisis akan dijalankan ke atas penganggar pekali malar dan penganggar kesan tetap untuk menguji kepadanan pemboleh ubah dalam model.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengenalpasti penganggar yang terbaik bagi menganggarkan model. Oleh kerana kajian ini menggunakan penganggar pekali malar dan penganggar kesan tetap, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan ujian spesifikasi iaitu ujian F

Wald bagi menguji model penganggar yang terbaik sama ada model penganggar pekali malar atau penganggar kesan tetap. Bentuk hipotesis ujian adalah seperti berikut:

$H_0$  = Model penganggar pekali malar

$H_1$  = Model penganggar kesan tetap

Jika F-statistik lebih besar daripada F-kritikal, maka hipotesis null ditolak menunjukkan bahawa model penganggar kesan tetap adalah lebih baik bagi menerangkan hubungan antara permintaan pelancongan dengan pendapatan pelancong, harga pelancongan ke Malaysia, harga pelancongan destinasi alternatif dan perdagangan serta pemboleh ubah dami. Keadaan sebaliknya, jika F-statistik lebih kecil daripada F-kritikal (F dalam jadual), maka hipotesis null tidak ditolak menunjukkan bahawa model penganggar pekali malar lebih baik daripada model penganggar kesan tetap.

## KEPUTUSAN

Dalam kajian ini, ujian *stationary* dengan menggunakan ujian *Augmented Dickey-Fuller* (ADF) dilakukan untuk menguji kepegungan (*stationary*) data pemboleh ubah yang dikaji. Hasil ujian dapat dilihat seperti dalam Jadual 1.

Jadual 1 menunjukkan hasil ujian punca unit (Fisher-ADF) terhadap semua pemboleh ubah yang terlibat iaitu ketibaan pelancongan (TA), pendapatan pelancong (Y), harga pelancongan Malaysia (TP), harga pelancongan destinasi alternatif (TPS SINGA, TPS INDO, TPS THAI) dan perdagangan antarabangsa (TV). Hasil keputusan ini menunjukkan bahawa pemboleh ubah TA adalah pegun dalam bentuk tingkat manakala pemboleh ubah lain pegun pada perbezaan pertama pada aras keertian sekurang-kurangnya 5% iaitu data panel adalah pegun pada bentuk  $I(0)$  dan  $I(1)$ .

Bagi keputusan analisis panel data, keputusan adalah seperti dalam Jadual 2. Didapati kebanyakan pemboleh ubah bebas yang dikaji mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7. Pemboleh ubah yang digunakan dalam kajian ini ialah pendapatan pelancong, harga pelancongan ke Malaysia, harga pelancongan destinasi alternatif (Singapura, Indonesia dan Thailand) dan perdagangan serta pemboleh ubah dummy (dummy positif iaitu Tahun Melawat Malaysia dan dummy negatif ialah SARS dan krisis ekonomi). Kesemua pemboleh ubah yang dikaji adalah selari dengan teori permintaan.

Dengan menggunakan analisis panel data, persamaan (5) dianggar. Jadual 2 menunjukkan keputusan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7 dengan menggunakan data *pooled* (penganggar pekali malar) iaitu dengan menggunakan kaedah OLS dan keputusan juga berdasarkan model penganggar kesan tetap. Didapati keputusan kajian dengan menggunakan kedua-dua kaedah menunjukkan bahawa kebanyakan pemboleh ubah yang digunakan adalah signifikan secara statistik dan selari dengan teori ekonomi. Dengan menggunakan ujian Redundant, didapati model penganggar kesan tetap adalah lebih baik daripada model penganggar pekali malar. Ini ditunjukkan oleh nilai F-statistik lebih besar daripada nilai F-kritikal ( $148.75 > 2.10$ ). Nilai  $R^2$  penganggar kesan tetap juga lebih tinggi daripada  $R^2$  penganggar pekali malar iaitu ( $0.9505 > 0.6746$ ). Maka, model penganggar kesan tetap digunakan sebagai penganggaran model.

### Pendapatan pelancong (Y)

Pendapatan merupakan faktor penting bagi setiap individu untuk melancong. Keputusan menunjukkan tanda pekali pendapatan pelancong adalah selari dengan teori permintaan iaitu pendapatan pelancong mempunyai hubungan negatif dengan permintaan pelancongan Malaysia. Ini menunjukkan bahawa apabila satu peratus peningkatan dalam pendapatan pelancong Asia 7 meningkatkan maka jumlah permintaan pelancongan Malaysia akan meningkat sebanyak 0.91 peratus.

### Harga pelancongan (TP)

Harga pelancongan merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan pelancongan. Pekali penganggar harga pelancongan menunjukkan tanda negatif iaitu penurunan harga barangan dan perkhitmatan pelancongan Malaysia akan meningkatkan permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7.

Di mana, penurunan satu peratus harga pelancongan Malaysia akan meningkatkan permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7 sebanyak 1.97 peratus.

### **Harga pelancongan destinasi alternatif (TPS)**

Dalam kajian ini, negara pelancongan destinasi alternatif yang dipilih ialah Singapura, Thailand dan Indonesia. Ketiga-tiga negara ini dipilih sebagai destinasi alternatif kerana ia merupakan pasaran pelancongan yang besar selain Malaysia di Asia terutamanya di ASEAN. Tanda pekali harga pelancongan destinasi alternatif boleh didapati dalam bentuk positif ataupun negatif. Tanda pekali positif menunjukkan destinasi pelancongan alternatif tersebut adalah pengganti kepada pelancongan Malaysia dan sebaliknya jika tanda pekali adalah negatif, destinasi pelancongan alternatif tersebut adalah penggenap kepada pelancongan Malaysia. Keputusan kajian menunjukkan bahawa Singapura dan Indonesia adalah pengganti kepada pelancongan Malaysia pada aras keertian 5 peratus. Ini bermakna Singapura merupakan pesaing utama Malaysia dalam industri pelancongan. Satu peratus peningkatan harga pelancongan Singapura akan meningkatkan permintaan pelancongan Malaysia sebanyak 1.26 peratus manakala satu peratus peningkatan harga pelancongan Indonesia akan meningkatkan permintaan pelancongan Malaysia sebanyak 0.35 peratus. Bagi Thailand pula, keputusan kajian menunjukkan bahawa harga pelancongan Thailand adalah signifikan pada aras keertian 10 peratus dalam mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia iaitu satu peratus peningkatan harga pelancongan Thailand akan meningkatkan 0.11 peratus permintaan pelancongan Malaysia.

### **Perdagangan antarabangsa (TV)**

Keputusan kajian mendapati bahawa pekali perdagangan antarabangsa menunjukkan tanda positif iaitu peningkatan satu peratus dalam jumlah perdagangan Malaysia dengan Asia 7 akan meningkatkan permintaan pelancongan Malaysia sebanyak 0.32 peratus.

Pemboleh ubah dami juga digunakan dalam kajian ini. Pemboleh ubah dami yang digunakan terbahagi kepada dua iaitu pemboleh ubah dami positif dan pemboleh ubah dami negatif. Keputusan kajian mendapati bahawa pemboleh ubah dami positif iaitu kempen pelancongan Malaysia (Tahun Melawat Malaysia) adalah signifikan mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7. Manakala dami negatif iaitu krisis ekonomi dan SARS tidak signifikan mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7.

## **IMPLIKASI DASAR**

Berdasarkan hasil kajian, keanjalan pemboleh ubah yang mempengaruhi permintaan pelancongan tidak banyak berbeza dengan hasil kajian lepas. Memandangkan harga pelancongan Malaysia secara relatifnya anjal, maka ini menunjukkan bahawa permintaan pelancongan Malaysia dari Asia 7 sangat sensitif terhadap perubahan harga pelancongan Malaysia. Ini bermakna kenaikan harga pelancongan Malaysia yang sedikit akan menyebabkan kejatuhan permintaan pelancongan yang banyak. Oleh itu, untuk memastikan harga pelancongan ini stabil dan untuk menarik lagi ramai pelancong antarabangsa, kerajaan perlu memantau kegiatan pengendali pelancongan supaya tidak sewenang-wenangnya menaikkan harga perkhidmatan yang dikenakan kepada pelancong terutama pada musim perayaan dan acara khusus.

Hasil kajian juga mendapati pendapatan pelancong dari Asia 7 ke Malaysia adalah tidak anjal. Ini bermaksud kenaikan dalam pendapatan pelancong tidak membawa kepada peningkatan ketibaan pelancong yang tinggi ke negara ini. Maka, pihak pengendali pelancongan di negara ini perlu memperbaiki kualiti perkhidmatan dan produk pelancongan supaya dapat dinaik taraf kepada barangan mewah yang mempunyai keanjalan pendapatan yang lebih tinggi.

Bagi harga pelancongan destinasi alternatif, keputusan kajian mendapati harga pelancongan Indonesia dan Thailand adalah tidak anjal tetapi harga pelancongan Singapura adalah anjal. Ini menunjukkan bahawa Singapura merupakan pesaing utama pelancongan Malaysia. Oleh itu, kesemua *stakeholders* dalam industri pelancongan sama ada dalam sektor kerajaan mahupun sektor swasta perlu berganding bahu untuk memastikan harga pelancongan Malaysia bersesuaian dan dapat bersaing terutamanya dengan Singapura. Selain itu, kerajaan harus sentiasa mengawasi sistem harga dalam sektor yang berkaitan pelancongan dan meningkatkan penyediaan perkhidmatan pelancongan kepada pelancong. Langkah lain ialah kempen melawat Malaysia dan pameran serta kewujudan pusat maklumat di luar negara amat penting sebagai saluran promosi pelancongan Malaysia.

Perdagangan antarabangsa pula adalah tidak anjal iaitu permintaan pelancongan kurang sensitif terhadap kenaikan perdagangan antarabangsa. Walau bagaimanapun, perdagangan antarabangsa juga merupakan faktor penting permintaan pelancongan. Oleh itu, untuk meningkatkan lagi kedatangan pelancong melalui perdagangan antarabangsa, penyertaan dalam misi dagangan perlu ditingkatkan.

## KESIMPULAN

Tujuan utama kajian ini ialah mengenalpasti dan menganggar faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia dari beberapa pasaran utama Asia iaitu Singapura, Thailand, Indonesia, China, Hong Kong, Jepun dan India. Analisis kajian ini adalah menggunakan analisis panel data iaitu menggunakan model penganggar pekali malar dan model penganggar kesan tetap untuk mencapai objektif kajian. Kajian mendapati model panganggar kesan tetap adalah lebih baik dalam menerangkan hubungan permintaan pelancongan dengan pemboleh ubah yang dikaji. Dapatan kajian yang diperolehi ini adalah selari dengan teori permintaan dan signifikan secara statistik. Didapati hampir kesemua pemboleh ubah menepati jangkaan dan mencapai tahap kesignifikan yang memuaskan. Dibandingkan dengan hasil kajian penyelidik lain, hasil kajian ini tidak jauh berbeza dengan dapatan mereka. Sebagai implikasi dasar, pihak kerajaan seharusnya menyelaras dan memantau kegiatan pihak pengendali pelancongan supaya mempertingkatkan kualiti perkhidmatan dan produk pelancongan, di samping mengawal supaya bayaran yang dikenakan kepada pelancong tidak keterlaluan. Kepelbagaian perkhidmatan dan produk pelancongan perlu disediakan bagi memenuhi kehendak pelancong yang berbeza.

## RUJUKAN

- Autonio, G. F. & Ricardo, A. Q. (1997). A note on forecasting international demand in Spain. *International Journal of Forecasting*, 539-549.
- Chukiat, C. & Prasert, C. (2008). A structural Equation Model: Thailand's International Tourism Demand for Tourist Destination. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 8(1), 65-94.
- Chukiat, C., Prasert, C. & N. Rangaswamy. (2009). Modeling international Tputism Demand in Thailand. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 9(3), 125-146.
- Clara, I.S. & Maria, E.J. H. (2010). Policies for Enhancing Sustainability and Competitiveness in Tourism in Colombia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol.2. No.2, pp. 153-162.
- Chokri, O. (2008). Co integration analysis of quarterly European Tourism Demand in Tunisia. *Tourism Management* 29, 127-137.
- David, A., Ghaily, Y. & Riaz, S. (2009). Modeling interstate tourism demand in Australia: A co integration approach. *Mathematics and Computers in Simulation* 79, 2733-2740.
- G. S. Maddala & Shaowen, W. (1999). A Comparative Study of Unit root Test with Panel Data and A New Simple Test. *Oxford Bulletin of Economics and statistics, Special Issue*, 6305-9049.
- Haiyan, S., Kevin, K. F. & Kaye, K. S. (2003). Modeling and forecasting the demand for Hong Kong tourism. *Hospitality Management* 22, 435-451.
- H. R. Seddighi & D. F. Shearing. (1997). The demand for tourism in North East England with special reference to Northumbria: *An empirical analysis. Tourism Management*, Vol.18, No.8, pp, 499-511.
- Iaten, A. & Khalid A. R. (2009). A Bound Test Approach to Co integration of Tourism Demand. *American Journal of Economics and Business Administration* 1(2): 165-172, ISSN 1945,5488.
- Index Mundi. <http://www.indexmundi.com/facts/> [10 Mac 2011]. *International Financial Statistics* (IFS). <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2009/01/weodata/weoselgr.aspx> [10 Mac 2011].
- Jennifer, C. H. M. (2007). Forecasting Japanese Tourism demand in Taiwan using an international analysis. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* Vol.2, No.3, pp. 197-216.
- Nicol, D. (2004). Co intergrasi analysis of German and British Tourism Demand for Greece. *Tourism Management* 25, 111-119.



- Norlida, Abu Hassan, Redzuan & Mohs Safar. (2010). Malaysian Tourism Demand from the Middle East Market: A Preliminary Analysis. *International Journal Of West Asian Studies*, Vol.2. No.1, pp. 37-52.
- Norzalita, Ahmad Azmi. & T. W. Vien. (2009). Kajian Awalan Ke atas Potensi Pelancongan Kembaraan dalam Pasaran Remaja Malaysia. *Jurnal Pengurusan* 29, 57-74.
- Nuno, C. L. (2010). Does Trade Help to Explain Tourism Demand? The Case Of Portugal. *Theoretical and Applied Economics*. Vol. XVII, No.3 (544), pp.63-74.
- Nuno, C. L. (2009). Portuguese tourism Demand. *Journal of Global Business and Technology*, Vol. 5, No.2.
- Prasert, C., Chuiat, C. & N. Ragaswary. (2008). A Panel unit root and Panel Co integration Test of the Modeling International Tourism Demand in India. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 8(1), 95-124.
- Redzuan & Norlida. (2007). Kepentingan beberapa Pasaran Utama Negara ASEAN kepada pembangunan Industri Pelancongan Malaysia. *IJMS* 14 (2).
- Riaz, S. & Michael, M. A. (2005). Modeling International Tourism Demand and Volatility in Small Island Tourism economies. *International Journal of Tourism Research*. Int. J. Tourism Res. 7, 313-333.
- Shuib & Noor Aziz. (1989). Analisis Permintaan Pelancongan di Malaysia. *Pertanika* 12(8), 425-435.
- Stefan, F. Sc., Juan, G. B. & Wiston, A. R. (2011). The impact of international Tourism demand an economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management*, 32. 377-385.
- Teresa Garin–Munoz (2004). “Inbound International Tourism to Canary Islands: A dynamic panel data model” *Tourism Management* 27,281-291
- Teresa, G. M. & Luis, F. M. M. (2007). Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data. *Tourism Management* 28,1224-1235
- Teresa, G. M. (2007). German demand for tourism in Spain. *Tourism Management* 22, 435-451.
- Vincent, C. (2009). A Study on the Temporal Dynamics of Tourism Demand in the Asia Pacific Region. *International Journal of tourism Research*, Int. J. tourism Res II, 465-485.
- WTO. (2010). Compendium of Tourism Statistics (1985-2009). Madrid, Spain.
- World Development Indicators (WDI) & Global Development Finance (GDF). <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=12&id=4&CNO=2> [10 Mac 2011].
- Yu-Shang, W. (2009). The Impact of Crisis events and macroeconomic activity tourism Thailand's international inbound tourism demand. *Tourism Management* 30, 75-82.
- Zhogwei, H., Ramesh, D. & M. T. Sinclair. (2006). Modeling US tourism demands for European destinations. *Tourism Management* 27, 1-10.

JADUAL 1: Ujin Panel Punca Unit (Fsher-ADF)

Pembolehubah	Fisher Augmented Dickey-Fuller			
	Bentuk Tingkat		Bentuk Pembezaan Pertama	
	Probabiliti	Keterangan	Probabiliti	Keterangan
<b>TA</b>	0.0090	stationari	-	-
<b>Y</b>	0.4210	Tidak stationari	0.0000	Stationari
<b>TP</b>	0.6985	Tidak stationari	0.0000	Stationari
<b>TPS SINGA</b>	0.1115	Tidak stationari	0.0000	stationari
<b>TPS INDO</b>	0.8666	Tidak stationari	0.0000	stationari
<b>TPS THAI</b>	0.7917	Tidak stationari	0.0000	stationari

TV	0.1102	Tidak stationari	0.0000	stationari
----	--------	---------------------	--------	------------

Signifikan pada aras keertian 5%

Jumlah lat yang digunakan adalah ditentukan menggunakan *Akaike Information Criteria* (AIC)

JADUAL 2: Analisis Keputusan Panel Data

Pemboleh ubah	Pekali Malar (Pooled)	Kesan Tetap (Fixed Effects)
Constant	-7.11 (-5.84)	-6.02 (-12.33)
Ln Y	-0.24 (-4.03)*	0.896 (3.699)*
Ln TP	-2.82 (-2.38)*	-1.97 (-4.02)*
Ln TPS THAI	0.55 (7.89)*	0.11 (1.70)**
Ln TPS SINGA	2.38 (2.51)*	1.26 (3.16)*
Ln TPS INDO	0.11 (0.43)	0.35 (3.37)*
Ln TV	1.37 (12.92)*	0.32 (3.58)*
D01	0.17 (1.05)	0.24 (3.78)*
D02	-0.10 (-0.61)	-0.06 (-0.91)
R <sup>2</sup>	0.6746	0.9505
Ujian Redundant		H <sub>0</sub> ditolak
F-Statistik		148.75
F-Kritikal (F dalam jadual)		2.10

\*Signifikan pada aras keertian 5%

\*\*Singnifikan pada aras keertian 10%