



## RMTB

Homepage: <http://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb>  
e-ISSN : 2773-5044

# Pengurusan Harta Tanah Pelancongan di Muar, Johor

**Anis Suraya Othman<sup>1</sup>, Abdul Jalil Omar<sup>1,2\*</sup>, Khadijah Md Ariffin<sup>1</sup>, Sabariah Eni<sup>1</sup>, Azlina Md Yassin<sup>1</sup>, Haidaliza Masram<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jabatan Pengurusan Harta Tanah, Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, 86400 Parit Raja, Batu Pahat, Johor, MALAYSIA.

<sup>2</sup>Institut Harta Tanah Malaysia (MyREI), Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, 86400 Parit Raja, Batu Pahat, Johor, MALAYSIA.

\*Corresponding Author Designation

DOI: <https://doi.org/10.30880/rmtb.2022.03.01.062>

Received 31 March 2022; Accepted 30 April 2022; Available online 25 June 2022

**Abstrak:** Bandar Muar was declared as the Royal City of Johor on 24 November 2012 by His Majesty Sultan Ibrahim Ibni Sultan Ismail. However, the city of Muar has become a quiet and boring city at night and most of those who come to Muar prefer to continue their journey to Melaka which is not far from Muar. However, the city of Muar has many interesting attractions in attracting tourists to the city. In addition, there are difficulties in studying the strategies of the authorities in regulating and managing buildings as well as potential places for tourism. This is because, the absence of a resource body for outsiders to refer. The objective of this study is to identify the factors that attract visitors to tourist properties in Muar, Johor and to identify the strategies of local authorities in managing tourist properties in Muar, Johor. In this study, semi-structured questionnaires and interviews were used to obtain the required information. The study area is in Muar, Johor and the total number of respondents is 103 respondents. Feedback from the results of this study was summarized using descriptive data. In conclusion, the result of this study is to study in more depth the factors that have attracted visitors to Muar, Johor in addition to obtaining information on local authorities' strategies in managing tourist properties in Muar, Johor. This is proven, based on the analysis that has been done. In addition, the tourism property management strategy by the local authorities was evidenced by interview sessions with the local authorities.

**Keywords:** Tourism Properties, Tourists, Local Authorities

**Abstrak:** Bandar Muar telah diisytiharkan sebagai Bandar Diraja Johor pada 24 November 2012 oleh Duli Yang Maha Mulia Sultan Ibrahim Ibni Sultan Ismail. Akan tetapi, bandar Muar telah menjadi sebuah bandar yang senyap dan bosan pada waktu

\*Corresponding author: [jalil@uthm.edu.my](mailto:jalil@uthm.edu.my)

2022 UTHM Publisher. All rights reserved.

[publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb](http://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb)

malam dan kebanyakan mereka yang datang ke Muar lebih suka untuk meneruskan perjalanan ke Melaka yang tidak jauh dari Muar. Namun begitu, bandar Muar mempunyai banyak tarikan menarik dalam menarik pelancong ke bandar tersebut. Selain itu, terdapat kesukaran untuk mengkaji strategi pihak berkuasa dalam mengawal selia dan menguruskan bangunan-bangunan serta tempat-tempat yang berpotensi untuk pelancongan. Hal ini kerana, ketiadaan badan sumber bagi orang luar untuk merujuk. Objektif bagi kajian ini ialah mengenalpasti faktor tarikan pengunjung terhadap harta tanah pelancongan di Muar, Johor serta mengenalpasti strategi pihak berkuasa tempatan dalam menguruskan harta tanah pelancongan di Muar, Johor. Dalam kajian ini kaedah soal selidik dan temubual secara semi struktur digunakan bagi mendapatkan maklumat yang diperlukan. Kawasan kajian ialah di Muar, Johor dan jumlah responden adalah sebanyak 103 orang responden. Maklum balas dari hasil kajian ini dirumuskan dengan menggunakan data deskriptif. Secara kesimpulannya, hasil kajian ini adalah untuk mengkaji dengan lebih mendalam terhadap faktor yang telah menarik pengunjung ke Muar, Johor selain mendapatkan maklumat tentang strategi pihak berkuasa tempatan dalam menguruskan harta tanah pelancongan di Muar, Johor. Hal ini dibuktikan, berdasarkan daripada analisis yang telah dilakukan. Selain itu, strategi pengurusan harta tanah pelancongan oleh pihak berkuasa tempatan dibuktikan dengan sesi temu bual bersama pihak berkuasa tempatan.

**Keywords:** Harta tanah pelancongan, pelancong, pihak berkuasa tempatan

## 1. Pengenalan

Industri pelancongan merupakan antara sektor yang penting bagi negara kerana ia merupakan penyumbang utama bagi sektor kewangan. Ia merupakan sektor kelima terbesar selepas sektor perkhidmatan kewangan, kelapa sawit, borong dan runcit, gas dan tenaga dan petroleum. Menurut Od. M. Anwar (2015), industri pelancongan negara ini dimulai dengan pada abad ke-19, di mana ia terasas daripada “by-product” kegiatan merkantilisasi, kolonialisasi British pada akhir abad lalu didominasi oleh migrasi Orang Cina. Selepas kejayaan Tahun Melawat Malaysia 1990, sumbangan sektor pelancongan terus meningkatkan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan menyebabkan industri pelancongan tidak jejas langsung walaupun selepas kegawatan ekonomi pada 1997/1998. Oleh itu, dengan adanya Rancangan Malaysia ke-8, kerajaan telah memperuntukan lebih daripada satu bilion untuk tujuan pengindahan, kebersihan, perlindungan alam sekitar, infrastruktur, penyediaan kemudahan asas, pemulihan tempat-tempat bersejarah, menaikkan taraf rumah-rumah rehat dan mewujudkan landskap yang menarik untuk menarik lebih ramai pelancong ke negara.

Menurut Wikipedia, Malaysia menduduki tempat ke-9 di dunia untuk ketibaan pelancong. Laporan Daya Saing Pelancongan dan Pelancongan 2017 menduduki Malaysia ke-25 daripada 141 negara keseluruhan, yang merupakan kelima terbaik di Asia. Malaysia dikenali sebagai sebuah negara yang beriklim khatulistiwa dengan mempunyai alam semulajadi yang unik. Kebanyakan negara memilih Malaysia sebagai destinasi percutian dan pelancongan kerana mempunyai daya tarikannya tersendiri. Negara kita telah menerima kedatangan pelancong sebanyak 4.29 juta pelancong pada tahun 2020 berbanding pada tahun 2019 iaitu 20.1 juta.

Pembangunan sesuatu kawasan atau destinasi pelancongan itu hendaklah disertai dengan kerjasama daripada pelbagai pihak. Ini adalah kerana industri pelancongan ini tidak akan mampu untuk berdiri dengan sendirinya tanpa sokongan daripada pihak yang lain, sama ada yang terikat secara langsung mahupun secara tidak langsung. Pihak kerajaan dan juga pihak masyarakat merupakan antara pihak yang memainkan peranan penting dalam usaha dan proses pembangunan sesuatu destinasi pelancongan pada hari ini dan juga pada masa hadapan (Nur Idientee, Binti Abd Halim; Choy, 2016).

Malaysia merupakan sebuah negara yang kaya dengan pelbagai tarikan-tarikan yang menarik. Tidak hanya dengan itu Malaysia juga adalah antara negara-negara yang terkenal seantero dunia. Bagi kawasan Muar, Johor Darul Takzim yang merupakan antara tempat yang terkenal di Malaysia dan daerah tersebut telah menerima anugerah Asean Clean Tourist Standard City Award 2017.

Menurut Wikipedia, Muar merupakan antara tempat yang popular dalam kalangan pelancong di Malaysia. Ia disebabkan beberapa faktor yang signifikan iaitu makanan, kopi dan bangunan-bangunan bersejarah yang telah muncul sebelum peperangan lagi. Bandar Muar yang telah diberi jolokan sebagai Bandar Diraja oleh Duli Yang Maha Mulia (DYMM) Sultan Ibrahim Ibni Almarhum Sultan Iskandar. Tidak hanya dengan itu, lokasi yang Muar yang mempunyai Sungai Muar menarik lebih ramai pelancong yang datang ke tempat tersebut. Selain itu, Muar juga dikenali dengan Bandar Maharani yang mana nama tersebut telah dikurniakan oleh Maharaja Abu Bakar sebagai memperingati Isteri baginda yang bernama Maharani Fatimah.

Selain itu, menurut Faridah (2007), terdapat banyak tarikan lokal yang menarik di Muar, antaranya Tanjung Emas yang terkenal taman rekreasi berdekatan dengan Sungai Muar, yang kebiasaannya menjadi tumpuan para penduduk untuk bersenam, berjoging pada waktu pagi dan petang serta menjadi tempat untuk seisi keluarga meluangkan aktiviti bersama. Tidak hanya dengan itu terdapat juga *river cruise* untuk para pengunjung menikmati Sungai Muar. Tambahan pula, terdapat tarikan baharu di kawasan Bandar Muar iaitu Muar Cultural Art. Tempat ini tidak hanya tertumpu di satu kawasan sahaja malahan mempunyai beberapa bangunan yang mengambil peluang untuk terlibat sama.

### 1.1 Isu Kajian

Bandar Muar telah diisytiharkan sebagai Bandar Diraja Johor pada 24 November 2012 oleh DYMM Sultan Ibrahim Ibni Sultan Ismail. Menurut (Law, 2017), bandar Muar merupakan bandar yang dipenuhi dengan orang pencen dan merupakan bandar mati selepas waktu makan malam, hal ini kerana ramai penduduk dan pelancong lebih gemar memilih untuk bermalam dan menjalankan aktiviti sosial di Melaka yang tidak jauh dari Muar. Hal ini juga menjadikan bandar Muar sebagai satu bandar yang bosan dan senyap. Namun begitu, menurut Rosdan *et al.* (2019), terdapat banyak tarikan menarik yang ada di Muar seperti bangunan bersejarah dan tempat rekreasi lain yang dapat menarik lebih ramai pelancong.

Selain itu, terdapat kesukaran untuk mengkaji strategi pihak berkuasa dalam mengawal selia dan menguruskan bangunan-bangunan serta tempat-tempat yang berpotensi untuk pelancongan. Mengikut kajian yang telah dilakukan oleh Phwan Chai Kee *et al.* (2013) hanyalah mengkaji sebahagian tempat di Muar, Johor iaitu di Tanjung Emas, Muar, Johor. Namun begitu tiada kajian terperinci melalui kawasan keseluruhan bandar Muar yang semestinya mempunyai banyak kelebihan namun tiada promosi yang khas dan lebih serius untuk mengembangkan produk pelancongan alam di negeri Johor, khususnya Muar, Johor (Hamdi *et al.*, 2019).

### 1.2 Objektif Kajian

Objektif kajian ini ialah:

- (i) Mengkaji faktor-faktor yang menarik pengunjung mengunjungi kawasan harta tanah pelancongan di Muar, Johor.
- (ii) Menenalpasti strategi-strategi pihak berkuasa tempatan dalam menguruskan harta tanah pelancongan di Muar, Johor.

### 1.5 Skop Kajian

Skop kajian yang dipilih ialah meliputi kawasan yang dipilih bagi melaksanakan kajian ini adalah di Muar, Johor. Kajian ini hanya memfokuskan kepada kawasan pelancongan utama yang menjadi tarikan pengunjung yang datang ke Muar.

### 1.6 Kepentingan Kajian

Kajian ini akan dijangka dapat memberi kepentingan kepada pihak-pihak tertentu seperti ia berupaya untuk membantu orang ramai khususnya dari pengunjung yang datang ke kawasan sekitar Muar ini untuk mengenalpasti konsep yang digunapakai oleh pihak pengurusan dalam menguruskan harta tanah pelancongan ini. Hasil kajian ini juga dapat dijadikan panduan dalam menilai perspektif orang ramai terutama penduduk sekitar kawasan Muar terhadap yang dilakukan. Lantaran daripada itu, masyarakat juga dapat menilai tarikan yang dapat menarik orang luar datang ke kawasan pelancongan sekitar Muar ini.

Melalui kajian ini juga, dapat memberikan pendedahan kepada pihak berkuasa tempat untuk menambah baik cara dan kaedah yang tertentu pada masa akan datang. Secara tidak langsung dapat mempromosikan dan menambah jumlah para pelancong yang datang ke kawasan sekitar Muar. Kajian ini juga berupaya menjadi panduan dan rujukan kepada penyelidik masa depan yang ingin meneruskan kajian terhadap kawasan pelancongan yang terdapat di Muar, Johor terhadap keupayaan kawasan pelancongan ini dalam membantu meningkatkan prestasi pemasaran produk pelancongan di dalam kawasan ini atau lain lain kajian yang boleh dilakukan.

## 2. Kajian Literatur

Kajian literatur merujuk kepada penulisan ringkas berdasarkan kajian-kajian lepas yang berkait rapat dengan kajian yang dijalankan oleh penyelidik serta merupakan hasil pembacaan dan carian penyelidikan dari sumber-sumber rujukan yang berkaitan dengan elemen-elemen penting dalam kajian ini.

### 2.1 Faktor Tarikan Pelancong Kepada Sesuatu Harta Tanah Pelancongan

Harapan pelancong ketika mengunjungi tempat tertentu berkaitan dengan beberapa ciri destinasi yang dipilih: budaya, seni bina, gastronomi, infrastruktur, lanskap, acara, membeli-belah, dan lain-lain. Ciri-ciri ini menarik orang ke destinasi dan menyumbang kepada keseluruhan pengalaman perjalanan. Secara keseluruhan, mereka adalah aspek penting dari destinasi dan mempunyai pengaruh besar terhadap kejayaan mereka. Oleh itu, kajian mengenai segmen pasaran destinasi bandar sangat penting kerana kesannya terhadap pembangunan ekonomi bandar. (Science Daily, 2019)

#### (a) Keunikan Tempat

Menurut BH online (2021), keunikan setiap negeri di Malaysia telah melonjakkan lagi industry pelancongan di Malaysia yang sememangnya kaya dengan pelbagai keunikan budaya. Dalam kajian pelancong muda, Styven dan Foster (2018) menyarankan bahawa bagi pelancong ini tidak hanya penting untuk merasa unik dalam pengalaman perjalanan mereka, tetapi juga pemilihan destinasi pelancongan mereka dapat menjadi cara untuk menyatakan keunikan mereka.

#### (b) Sejarah dan Warisan Bandar

Harta tanah warisan merupakan salah satu faktor tarikan pelancong ke negara ini. Kecantikan dan keunikan bangunan lama menjadi daya tarikan pelancong kerana bangunan lama menyimpan sejarah dan peristiwa penting negara dan mempunyai nilai sentimental dan nilai budaya yang penting kepada generasi akan datang dalam mengenali sejarah negara. Ini menunjukkan bahawa kepentingan harta tanah warisan bagi menambah pendapatan negara dari segi sektor pelancongan. (Jamaludin *et al.*, 2021). Warisan bandar adalah salah satu tarikan utama pelancongan di kawasan bandar. (Shams Imon, 2017) dan secara amnya adalah sesuatu yang akan atau telah diwarisi yang mana akan melibatkan dua pihak iaitu generasi lepas dan generasi akan datang. (Norliza, 2013)Pelancongan warisan budaya akan menjadikan kedatangan dan penerimaan pelancong yang tinggi yang seterusnya menawarkan peluang pekerjaan dan pendapatan bagi sesebuah negara. pelancong warisan cenderung membelanjakan lebih banyak wang jangka masa perjalanan warisan lebih lama yang memerlukan perbelanjaan yang lebih tinggi untuk perjalanan mereka penginapan, pengangkutan dan makanan dan minuman (Chong & Selvaranee Balasingam, 2019)

## (c) Alam sekitar

Antara tarikan semula jadi yang berpotensi menarik pelancong domestik mengunjungi alam semula jadi adalah kehijauan persekitaran seperti kawasan hutan, deruan air sungai, keindahan pantai, keunikan gua serta kecantikan flora dan fauna yang unik (BERNAMA, 2020).

## (d) Aktiviti sosial dan rekreasi

Menurut Kasim Azilah (2006), taman rekreasi yang mampu memenuhi keperluan pengunjung-pengunjungnya mampu menghasilkan tanggapan yang baik dalam kalangan mereka terhadap pengusaha dan taman tersebut. Keberkesanan dan kecekapan system tanda pandu arah berupaya mewujudkan imej yang baik kepada pengusaha dan seterusnya akan menarik lebih ramai pelawat baru di samping memastikan peningkatan kadar kedatangan pelawat berulang.

## 2.2 Strategi pemasaran destinasi bagi menarik pelancong

Menurut website Revfine, pemasaran destinasi adalah suatu bentuk pemasaran, di mana suatu tujuan dipromosikan kepada calon pengunjung, untuk meningkatkan jumlah orang yang melakukan perjalanan ke lokasi tersebut. Destinasi dapat cukup spesifik, seperti halnya pemasaran kota atau kota, atau lebih luas, seperti halnya pemasaran wilayah atau negara. Sifat kompleks untuk mempromosikan destinasi di dunia yang berubah dan persekitaran dalam talian memerlukan pendekatan baru dan unik untuk memperoleh daya saing kelebihan di pasaran tepu (Mitsche, 2016). Pemasaran destinasi ini telah mempunyai banyak cabaran pada masa sekarang. Bahagian pemasaran destinasi menarik perhatian kepada cabaran dan mengubah organisasi pemasaran destinasi yang dihadapi melalui teknologi inovasi. Ia menggunakan perbahasan baru-baru ini mengenai tipografi psikografik di perancangan pemasaran, ekonomi pengalaman, media sosial, dan pintar destinasi. Ini diakhiri dengan bahagian mengenai pelancongan warisan, yang memfokuskan pada tidak berwujud pelancongan, komodifikasi warisan tempatan untuk pemasaran tujuan, warisan prestasi dan refleksi mengenai peluang melalui teknologi mendalam.

(a) *Pemasaran pelancongan*

Selain itu, pemasaran pelancongan ini boleh dikategorikan sebagai pemasaran digital yang mana merujuk kepada penggunaan media elektronik oleh pemasar untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan ke pasaran dengan objektif utama untuk menarik pelanggan dan membolehkan mereka berinteraksi dengan jenama melalui media digital (Yasmin *et al.*, 2015). Pemasaran digital juga disebut sebagai pemasaran dalam talian sama ada melalui laman web, iklan dalam talian, e-mel pilihan, kios interaktif, TV interaktif atau telefon bimbit (Chaffey dan Smith, 2008). Terdapat banyak komponen pemasaran pelancongan seperti produk komposit, sebagai gabungan tarikan, pengangkutan, penginapan dan hiburan. Setiap komponen ini adalah dibekalkan oleh syarikat hotel, syarikat penerbangan atau bekalan lain dan ditawarkan terus kepada pelancong.

(b) *Pemasaran destinasi pelancongan*

Promosi makanan tempatan, seni bina tempatan, pasar, dan aktiviti lain yang meningkatkan interaksi dengan penduduk tempatan juga akan meningkatkan pengalaman pelancong. Ini boleh juga digunakan dalam pemasaran destinasi. Contohnya, makanan tempatan boleh jarang digunakan sebagai bahagian promosi destinasi. Menggunakan masyarakat tempatan petunjuk jauh lebih berkesan daripada menggunakan gambar pantai atau kemudahan antarabangsa yang boleh didapati hampir di setiap destinasi di dunia.

(c) *Pemasaran media sosial*

Pelbagai kajian juga mempertimbangkan peranan media sosial dalam industri pelancongan. Hays *et al.* (2013) menganalisis bagaimana destinasi pelancongan menggunakan media sosial sebagai alat

pemasaran dan melaksanakan pelbagai strategi berhubung dengan penggunaan media sosial mereka. Pemasaran media sosial didefinisikan sebagai "penggunaan teknologi media sosial, saluran dan perisian untuk membuat, berkomunikasi, menyampaikan dan menukar penawaran yang mempunyai nilai untuk pihak berkepentingan organisasi" (Tuten dan Solomon, 2018).

#### (d) *Pengalaman pemasaran*

Menurut Marios (2016), untuk mengukur keseluruhan pengalaman di destinasi lebih kompleks daripada mengukurnya untuk pengalaman perkhidmatan individu kerana ia memanjangkan jangka masa dan melibatkan interaksi sinergistik dan penggunaan produk bersepadu dan perkhidmatan secara serentak. Ringkasnya, tujuan pemasaran berdasarkan pengalaman tidak hanya memfokuskan pada produk tetapi juga pada apa yang dilambangkan oleh pengalaman bagi pelanggan. Di samping itu, organisasi yang lebih baik dan penyelarasan usaha pengembangan dan pemasaran adalah diperlukan di antara pihak berkepentingan utama dalam menyediakan yang menyeronokkan pengalaman kepada pelancong luar bandar. Ketersediaan tarikan dan kemudahan tidak mencukupi kerana keberkesanan penyampaian perkhidmatan penting dalam pengalaman pelancongan

### **3. Metodologi Kajian**

Penerangan metodologi kajian merupakan cara yang terbaik dan mudah untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam proses penyelidikan dengan menggunakan pelbagai kaedah. Penggunaan kaedah kajian yang sesuai dapat membantu dan memahami dengan lebih terperinci tentang penggunaan kaedah yang digunakan dengan menghuraikan proses kajian tersebut. Pemilihan metodologi kajian perlu ditentukan sebelum memulakan sesuatu kajian dan pemilihan hendaklah tepat dan bersesuaian agar dapat menjawab persoalan kajian yang telah dikenalpasti.

#### 3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan kedua-dua kaedah iaitu kaedah kualitatif dan juga kaedah kuantitatif. Bagi mencapai objektif yang pertama, kaedah kuantitatif akan digunakan, manakala bagi mencapai objektif yang kedua, kaedah kualitatif akan digunapakai.

#### 3.2 Pengumpulan data

Bagi mencapai objektif yang pertama, penyelidik menggunakan kaedah soal selidik terhadap pengunjung yang datang ke kawasan Muar, Johor. Populasi kajian ini terdiri daripada pengunjung yang pernah datang ke kawasan Muar, Johor. Menurut Berita Harian (2018), negeri Johor mencatatkan 7.52 juta kemasukan pelancong yang mana lima daerah utama yang dikunjungi adalah Muar. Manakala bilangan penduduk Muar pada 2018 ialah 247,957 orang. Oleh itu, kajian soal selidik akan diberikan kepada pengunjung yang pernah datang ke kawasan Muar, Johor selain berumur 18 tahun ke atas. Di samping itu juga, kajian soal selidik akan diberikan kepada pengunjung yang pernah datang ke kawasan Muar, Johor selain berumur 18 tahun ke atas. Di samping itu juga, bagi mendapatkan purata tahunan pengunjung yang datang ke daerah Muar, 7.52 juta dibahagikan dengan sepuluh daerah di Johor. Seterusnya, mengikut Israel (2019) sekiranya populasi melebihi 100 000, maka sampel saiz yang diambil adalah +- 10% yang bermaksud hanya 100 responden yang akan diberikan soal selidik ini.

Seterusnya, untuk mencapai objektif kedua pula, penyelidik menggunakan kaedah temu bual bersama pihak berkuasa tempatan. Penyelidik akan menemubual pegawai di Jabatan Perancangan Pembangunan dan Lanskap Majlis Perbandaran Muar yang merupakan pihak berkuasa tempatan yang bertanggungjawab mengawal dan menguruskan harta tanah pelancongan ini akan ditemu bual menggunakan instrumen kajian yang telah disediakan. Kaedah temu bual yang digunakan adalah temu bual semi struktur, ia melibatkan penggabungan antara temu bual berstruktur dan temu bual tidak berstruktur di mana soalan-soalan temu bual disediakan oleh penyelidik terlebih dahulu sebelum sesi temu bual bersama responden dan kemudian soalan-soalan spontan dikeluarkan untuk menambahkan maklumat yang bakal didapati.

### 3.3 Analisis Data

Data-data primer yang dikumpul daripada kaji selidik untuk objektif yang pertama akan dijumlahkan dan dianalisis dengan menggunakan *Microsoft Excel* serta bantuan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) Versi 17.0. Kaedah deskriptif juga yang bertujuan untuk menghitung data-data dalam angka yang besar dalam bentuk jadual. Analisis ini akan menunjukkan min dan peratusan.

Bagi mencapai objektif yang kedua, penyelidik akan menganalisa data yang diterima daripada temu bual, penyelidik akan membuat transkrip daripada temubual yang dijalankan. Transkrip yang dibuat akan menggunakan bahasa ilmiah tetapi tidak akan ditukarkan maksudnya daripada temubual yang dijalankan. Kaedah tematik digunakan bagi menganalisa data yang diterima. Kaedah ini adalah proses mengklasifikasikan teks mengikut tema. Kemudian proses pengekodan, iaitu, proses mengenal pasti tema dari hasil transkrip yang telah dibaca. Menurut Heriyanto (2018), terdapat beberapa tahap dalam menggunakan kaedah tematik ini seperti memahami data, menyusun label atau kod, mencari tema dan membuat kesimpulan.

## 4. Dapatan Kajian

Hasil yang diperolehi daripada objektif pertama ialah mendapatkan respons dan pandangan daripada pengunjung, pelancong atau komuniti setempat akan pembangunan harta tanah yang telah dilakukan dalam menarik lebih ramai kemasukan pelancong ke kawasan Muar, Johor.

Manakala, hasil yang telah diperolehi oleh penyelidik terhadap objektif kedua ini ialah mengetahui strategi pihak berkuasa tempatan dalam mengawal selia dan menguruskan harta tanah pelancongan di Muar, Johor.

(a) Hasil kajian bagi objektif pertama

**Jadual 1: Analisis bagi data latar belakang responden**

Perincian	Kekerapan	Peratus (%)
<b>Jantina</b>		
Lelaki	40	38.8
Perempuan	63	61.2
<b>Umur</b>		
Bawah 18 tahun	4	3.9
18-27 tahun	77	74.8
28-37 tahun	12	11.7
38-47 tahun	4	3.9
48-57 tahun	6	5.8
Lebih 58 tahun	0	0
<b>Bangsa</b>		
Melayu	90	87.4
Cina	10	9.7
India	3	2.9
Lain-lain	0	0
<b>Status</b>		
Bujang	87	84.5
Berkahwin	16	15.5

Jadual 1 menunjukkan latar belakang responden mengikut jantina daripada 103 orang responden. Seramai 40 orang (38.8%) terdiri daripada responden lelaki, manakala selebihnya adalah perempuan iaitu 63 orang (61.2%). menunjukkan latar belakang responden mengikut umur. Jadual ini menunjukkan seramai 4 orang (3.9%) responden yang berumur 18 tahun, seramai 77 orang responden (74.8%) yang

berumur 18-27 tahun dan mencatatkan kekerapan tertinggi. Manakala bagi responden berumur 28-37 tahun terdapat 12 orang (11.7%), bagi responden berumur 38-47 tahun pula seramai 4 orang (3.9%). Untuk responden yang berumur 48-57 tahun seramai 6 orang (5.8%). menunjukkan latar belakang responden mengikut bangsa. Seramai 90 responden (87.4%) berbangsa Melayu, 10 orang (9.7%) berbangsa Cina dan 3 orang (2.9%) berbangsa India.

**Jadual 2: Analisis bagi data latar belakang responden**

Perincian	Kekerapan	Peratusan (%)
Sendiri	16	15.5
Kawan	41	39.8
Pasangan	7	6.8
Keluarga	72	69.9
<b>Tujuan</b>		
Berjalan-jalan	72	69.9
<i>Food hunting</i>	54	52.4
Lain-lain	45	43.7

Jadual 2 menunjukkan latar belakang responden yang datang ke Muar. Terdapat 16 responden (15.5%) yang pergi menghabiskan masa seorang diri di Muar, 39.8% (41 orang) lebih gemar pergi ke Muar bersama kawan-kawan, manakala sebanyak 6.8% (7 orang) saaja yang mengunjungi Muar bersama pasangan. Namun begitu, majoriti lebih suka meluangkan masa bersama keluarga yang menyebabkan peratusan bersama keluarga 69.9% (72 orang). Seterusnya bagi latar belakang responden mengikut tujuan datang ke Muar, sebanyak 69.9% (72 orang) mengunjungi Muar untuk berjalan-jalan sekaligus mencatatkan pilihan tertinggi, manakala 52.4% (54 orang) datang ke Muar untuk *food hunting* dan 43.7% (45 orang) mempunyai lain-lain tujuan.

**Jadual 3: Analisis deskriptif faktor yang menarik pengunjung datang mengunjungi kawasan harta tanah pelancongan di Muar, Johor**

Faktor	Soalan	Nilai Min	Skala
Faktor Keunikan Tempat	Muar mempunyai banyak tempat-tempat yang unik	4.09	Setuju
	Saya memilih sesuatu destinasi pelancongan itu untuk mendapatkan pengalaman yang unik	4.05	Setuju
	Saya suka berkongsi pengalaman unik ketika saya berada di Muar melalui sosial media	3.87	Setuju
Faktor Sejarah dan Warisan	Muar kaya dengan pelbagai bangunan yang bersejarah yang menarik	4.13	Setuju
	Warisan budaya di Muar mampu menarik lebih ramai pengunjung	4.11	Setuju
	Bangunan lama mempunyai nilai sentimental dan nilai budaya yang penting kepada generasi akan datang	4.20	Setuju
	Persekitaran bersejarah mampu menghasilkan pelancongan yang berkualiti dan terpelihara	4.24	Setuju
Faktor Alam Sekitar	Terdapat banyak aktiviti ekopelancongan di Muar yang menarik ramai pengunjung	3.99	Setuju
	Alam semula jadi seperti kehijauan persekitaran menjadi salah satu sebab saya datang ke sesuatu tempat	4.08	Setuju
	Ekopelancongan dapat menimbulkan kesedaran dalam kalangan pengunjung tentang kepentingan pemeliharaan dan pemuliharaan	4.17	Setuju



Faktor Aktiviti Rekreasi	Muar mempunyai aktiviti rekreasi dan pelancongan yang menarik	4.01	Setuju
	Tarikan rekreasi di Muar mempunyai sistem tanda arah yang menggunakan konsep mesra pengunjung	4.04	Setuju
	Persekitaran Muar yang bersih dan terjaga rapi memudahkan orang ramai melakukan aktiviti rekreasi	4.08	Setuju
	Kemudahan infrastruktur dan perkhidmatan di sekitar Muar dapat memberikan keselesaan dan kepuasan kepada para pengunjung	4.04	Setuju
	Aktiviti rekreasi di sekitar Muar dapat memberikan tarikan kepada para pengunjung	4.17	Setuju

Jadual 3 menunjukkan dapatan tentang faktor tarikan pengunjung ke Muar, Johor berdasarkan data-data yang diperolehi, responden memberikan jawapan berdasarkan skala 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (tidak pasti), 4 (setuju) dan 5 (sangat setuju). Bagi faktor pertama iaitu faktor keunikan tempat, purata min ialah sebanyak 4.00 menunjukkan bahawa faktor keunikan tempat adalah berada dalam tahap yang baik. Sebanyak tiga pernyataan yang telah digariskan berkaitan faktor keunikan tempat ini. Bagi pernyataan Muar mempunyai banyak tempat-tempat yang unik, majoriti memilih setuju dengan kadar peratusan sebanyak 59.2% bersamaan 61 orang. Bagi pernyataan kedua iaitu “saya memilih sesuatu destinasi pelancongan itu untuk mendapatkan pengalaman yang unik”, rata-rata memilih setuju dengan peratusan sebanyak 60.2% bersamaan 62 orang. Seterusnya, bagi pernyataan “saya suka berkongsi pengalaman unik ketika berada di Muar melalui sosial media”, ramai memilih setuju dengan respons sebanyak 47 orang (45.6%).

Untuk faktor kedua, purata min yang diperolehi daripada soalan faktor sejarah dan warisan ialah sebanyak 4.17 menunjukkan pada tahap yang baik. Sebanyak 4 pernyataan telah diutarakan kepada responden. Berdasarkan analisis, untuk pernyataan Muar kaya dengan pelbagai bangunan yang bersejarah yang menarik pilihan yang paling tinggi adalah setuju iaitu seramai 58.3% (66 orang). Bagi pernyataan berikutnya menunjukkan bahawa warisan budaya di Muar mampu menarik lebih ramai pengunjung. Majoriti daripada responden 62.1% (64 orang) bersetuju. Bagi pernyataan “bangunan lama mempunyai nilai sentimental dan nilai budaya yang penting kepada generasi akan datang”, majoriti responden setuju dengan pernyataan berikut ialah 59.2% (61 orang). Di samping itu, untuk pernyataan “persekitaran bersejarah mampu menghasilkan pelancongan yang berkualiti dan terpelihara” mempunyai pilihan paling tinggi pada skala setuju dengan peratusan sebanyak 56.3% (58 orang).

Bagi faktor ketiga purata min yang diperolehi daripada faktor alam sekitar ialah sebanyak 4.08 menunjukkan pada tahap yang baik. Sebanyak tiga pernyataan telah diutarakan kepada responden. Bagi pernyataan “terdapat banyak aktiviti ekopelancongan di Muar yang menarik ramai pengunjung” majoriti setuju iaitu seramai 56.3% (58 orang). Seterusnya, untuk pernyataan “alam semula jadi seperti kehijauan persekitaran menjadi salah satu sebab saya datang ke sesuatu tempat” menunjukkan bahawa 57.3% (59 orang) daripada responden adalah setuju. Bagi pernyataan yang ketiga, “ekopelancongan dapat menimbulkan kesedaran dalam kalangan pengunjung tentang kepentingan pemeliharaan dan pemuliharaan” sebanyak 32% (33 orang) merupakan responden yang sangat setuju dengan dan 56.3% (58 orang) setuju.

Selain itu, purata min sebanyak 4.07 menunjukkan bahawa faktor aktiviti rekreasi dan pelancongan berada pada tahap yang baik dalam mendorong pengunjung untuk datang ke Muar, Johor. Sebanyak 5 pernyataan telah digariskan berkaitan dengan faktor aktiviti rekreasi dan pelancongan. Berdasarkan pernyataan pertama iaitu “Muar mempunyai aktiviti rekreasi dan pelancongan yang menarik” dimana seramai 58.3% (60 orang) bersetuju. Pernyataan berikutnya “tarikan rekreasi di Muar mempunyai sistem tanda arah yang menggunakan konsep mesra pengunjung” pula menunjukkan majoriti menjawab setuju dan sangat setuju masing-masing ialah 60.2% (62 orang) dan 23.3% (24 orang). Bagi pernyataan

“persekitaran Muar yang bersih dan terjaga rapi memudahkan orang ramai melakukan aktiviti rekreasi” menunjukkan 55.3% (57 orang) dan 28.2% (29 orang) responden setuju dan sangat setuju. Di samping itu, pernyataan “kemudahan infrastruktur dan perkhidmatan di sekitar Muar dapat memberi keselesaan dan kepuasan kepada para pengunjung” mendapati bahawa terdapat skala setuju dan sangat setuju masih kekal menjadi skala pilihan bagi responden iaitu masing-masing sebanyak 57.3% (59 orang) dan 26.2% (27 orang). Untuk pernyataan terakhir iaitu “aktiviti rekreasi di sekitar Muar dapat memberikan tarikan kepada para pengunjung” rata-rata memilih setuju dengan peratusan sebanyak 56.3% (58 orang) dan skala pilihan sangat setuju pula adalah 30.1% (31 orang).

**Jadual 3: Purata min bagi faktor tarikan pengunjung ke Muar (Penyelidik, 2021)**

Bil	Faktor Yang Menarik Pengunjung	Min
1	Faktor Keunikan Tempat	4.00
2	Faktor Sejarah Dan Warisan	4.17
3	Faktor Alam Sekitar	4.08
4	Faktor Aktiviti Rekreasi Dan Pelancongan	4.07

Jadual 3 mendapati bahawa faktor yang diambilkira dalam menarik pengunjung datang ke Muar, Johor adalah sejarah dan warisan dimana purata min ialah sebanyak 4.17 berbanding dengan faktor lain iaitu faktor kedua yang diambilkira oleh pengunjung ialah faktor alam sekitar dimana purata min ialah sebanyak 4.08 dan seterusnya dipengaruhi oleh faktor aktiviti rekreasi dan pelancongan iaitu pada skor min 4.07. Faktor terakhir yang diambilkira ialah faktor keunikan tempat dengan purata min yang terhasil ialah sebanyak 4.00. Penyelidik dapat menyimpulkan bahawa kesemua faktor berada pada tahap yang tinggi dan baik kerana purata min adalah melebihi 4.0. Penyelidik mendapati bahawa setiap faktor yang dikaji telah diambilkira untuk menarik pengunjung datang ke Muar, Johor.

*(b) Hasil kajian bagi objektif kedua*

Hasil kajian untuk objektif kedua adalah berdasarkan rakaman temu bual yang dimainkan semula oleh penyelidik, menurut Penolong Pembantu Tadbir Jabatan Komunikasi dan Korporat Majlis Perbandaran Muar berpendapat bahawa strategi yang paling utama dan penting adalah banyak pihak yang bersama-sama berganding bahu bagi menjadikan Muar ini terus gah di mata dunia. Pihak-pihak seperti Jabatan Negeri dan Kementerian Pelancongan Negeri sentiasa membantu pihak berkuasa tempatan dalam menguruskan harta tanah pelancongan di daerah Muar dengan menyalurkan dana atau peruntukan untuk terus mengukuhkan sektor pelancongan di Muar. Tidak hanya dengan itu, penduduk kampung setempat yang merupakan tulang belakang dan orang penting bagi sesuatu tempat juga adalah komuniti yang amat membantu pihak berkuasa tempatan. Hal ini kerana, mereka lebih mahir dan arif dengan selok belok akan kampung mereka yang semestinya penting supaya pihak berkuasa tempatan dapat mengenalpasti jika ada sebarang permasalahan dan jika ada tempat-tempat yang berpotensi untuk dibangunkan. Agensi-agensi bukan kerajaan atau pun agensi luar juga memainkan peranan yang penting, hal ini kerana mereka merupakan organisasi yang sentiasa menganjurkan aktiviti bagi memurnikan lagi tempat-tempat pelancongan di Muar ini.

Selain itu, pihak berkuasa tempatan tidak mempunyai unit atau jabatan pelancongan untuk menguruskan sektor pelancongan di Muar ini namun dengan adanya penglibatan pihak agensi luar seperti Jabatan Pengairan dan Saliran (JPS) yang sentiasa memastikan perairan di Sungai Muar dan longkang-longkang berdekatan sentiasa dalam keadaan yang sangat bersih. Di samping itu, pihak agensi luar seperti Muar Tourism Association yang menubuhkan Muar Tourism Info Centre amatlah

meringankan beban pihak berkuasa tempatan. Namun begitu, pihak berkuasa tempatan amatlah memberi sepenuh sokongan terhadap pertubuhan ini

Rancangan Tempatan Daerah dan Rancangan Kawasan Khas adalah salah satu pelan yang membantu pihak berkuasa tempatan dalam menjadi penanda aras untuk menguruskan daerah Muar, Johor. Pemetaan ini adalah salah satu strategi yang penting untuk pembangunan pelancongan Muar. Rancangan Tempatan Daerah ini merangkumi banyak perkara dari segi pelancongan dan pengurusan tempat di daerah Muar. Jadi berdasarkan pelan pemetaan tersebut, pihak berkuasa tempatan dapat tahu perkara-perkara yang perlu dicapai dalam mempromosikan Muar ini. Rancangan ini adalah salah satu pelan pembangunan daerah Muar yang mana apa sahaja pelan berkaitan daerah Muar boleh didapati di situ. Rancangan Kawasan Khas pula adalah khas untuk Bandar Maharani sebagai Bandar Diraja.

Di samping itu, bagi Rancangan Kawasan Khas untuk Bandar Maharani Bandar Diraja ini, terdapat beberapa pelan untuk pembangunan kawasan tersebut seperti Dataran Bentayan. Pembangunan kawasan ini adalah sebagai satu simbolik di mana pada zaman dahulu terdapat upacara penanaman azimat di kawasan berkenaan oleh Maharaja Abu Bakar. Oleh itu, perancangan ini adalah salah satu supaya pengunjung dapat mengimbuai kembali zaman-zaman pemerintahan pada masa dahulu. Dataran Bentayan itu seakan-seakan *waterfront* dan mempunyai tangga batu seperti di tepi pantai. Hal ini adalah penting untuk menarik lebih ramai pengunjung untuk tahu sejarah Muar ini kerana R1 mempercayai bahawa Muar merupakan permulaan dan pengakhiran Kesultanan Melayu Melaka.

Tidak hanya dengan itu, kubu bentayan yang kini tidak terkenal juga mempunyai perancangan yang tersendiri oleh pihak berkuasa tempatan. Jika dapat dikaji, kubu bentayan ini merupakan salah satu sejarah yang tidak patut dilupakan oleh pengunjung tidak hanya dengan itu, terdapat juga perancangan *water taxi* di sekitar Dataran Bentayan. Namun begitu, kelemahan yang ada dalam menjaga warisan sejarah ini adalah tiada tukang cerita tentang sejarah-sejarah yang ada di sekitar Muar.

Melalui Pelan Pelancongan Negeri Johor, daerah Muar telah ditakrifkan sebagai Zon Warisan. Hal ini dapat membantu pihak berkuasa tempatan untuk lebih memfokuskan sektor pelancongan terhadap bangunan-bangunan warisan di sekitar daerah Muar. Di samping itu, dengan adanya pelan ini, pihak berkuasa tempatan dapat mencorakkan dan membuat akta dan undang-undang baru untuk mengekalkan harta warisan ini. Oleh itu, setiap kali pemilik bangunan ingin mengubahsuai bangunan mereka, perlulah kiranya mereka meminta kebenaran pihak berkuasa tempatan. Hal ini penting, supaya bangunan-bangunan warisan ini dapat dikekalkan konsep lama iaitu konsep warisan seiring dengan pentakrifan Muar sebagai Zon Warisan. Pihak berkuasa tempatan juga telahewartakan banyak bangunan-bangunan warisan yang ada di sekitar daerah Muar seperti Mahkamah Muar, Bangunan Sultan Abu Bakar dan Sekolah Tinggi Muar.

Mempromosikan sesuatu tempat menggunakan sosial media amatlah penting dalam era globalisasi ini, pihak berkuasa tempatan juga telah menggunakan pendekatan ini dengan menjalinkan hubungan yang baik dengan pihak media massa. Tidak hanya itu, pihak berkuasa tempatan juga sentiasa mengemaskini social media seperti Facebook untuk mempromosikan pelancongan Muar, Johor. Selain itu, Jabatan Pelancongan Negeri Johor juga banyak membantu, seperti sedia maklum SUKMA 2020 yang sepatutnya diadakan di Johor sebagai tuan rumah dan secara tak langsung menjadikan tahun tersebut sebagai tahun melawat Johor namun tergendala disebabkan pandemik Covid-19.

Selain itu, pihak berkuasa tempatan juga bekerjasama dengan *instafamous* dan *influencer* dalam mempromosikan Muar, Johor ini seperti dalam program 'Borak Kita'. Edaran kertas-kertas promosi Muar juga banyak dilakukan dan diedarkan oleh pihak berkuasa tempatan di sekitar Muar. Pencapaian daerah Muar dalam mengekalkan kebersihan Bandar Maharani Bandar Diraja betul-betul membuka mata semua pihak untuk datang ke daerah Muar. Ia merupakan satu cabaran untuk terus mengekalkan posisi pertama namun pihak berkuasa tempatan tidak lali dan terus mengorak langkah dan memberi cadangan. Maka, pada setiap hari Selasa, staf-staf di Majlis Perbandaran Muar akan turun padang untuk

bersama-sama bergotong-royong membersihkan jalan-jalan utama di Bandar Maharani. Hal ini adalah satu inisiatif yang sangat bijak oleh pihak berkuasa tempatan bukan hanya ingin mengekalkan penganugerahan tersebut malahan menjaga kebersihan sejagat. Tidak hanya dengan itu, pihak berkuasa tempatan sentiasa membuka *booth* di sekitar Muar bagi menjaga kebersihan daerah ini. Para pengunjung yang membantu membersihkan dan mengutip sampah akan mendapat token penghargaan daripada pihak majlis.

## 5. Kesimpulan

Kesimpulannya, berdasarkan hasil kajian soal selidik, tujuan utama kajian ini adalah untuk mengenalpasti faktor tarikan pengunjung ke Muar, Johor. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dalam bentuk frekuensi dan peratusan, dapat disimpulkan bahawa sejarah dan warisan bukan faktor utama yang mempengaruhi pengunjung mengunjungi Muar, Johor. Hal ini kerana terdapat faktor lain yang mendorong seperti dalam analisis statistik deskriptif dari borang soal selidik. Jadual 3 di atas yang mendapati bahawa faktor yang diambilkira untuk mengunjungi Muar, Johor dipengaruhi oleh semua faktor yang telah dinyatakan iaitu faktor keunikan tempat, sejarah dan warisan, alam sekitar dan faktor aktiviti rekreasi dan pelancongan.

Analisis statistik deskriptif mendapati bahawa keempat-empat faktor yang diajukan kepada responden berada pada tafsiran yang baik dan tinggi, nilai purata min bagi setiap faktor adalah melebihi 4.00. Keputusan daripada keseluruhan faktor membuktikan bahawa nilai yang tertinggi ialah faktor sejarah dan warisan iaitu sebanyak 4.17. Faktor lain juga diambilkira berada pada tahap yang baik. Hal ini demikian kerana pengunjung mempunyai sebab dan faktor tersendiri yang diambilkira untuk mengunjungi Muar, Johor. Di samping itu, kawasan kajian iaitu Muar, Johor yang memang terkenal dengan sejarah dan warisan menguatkan lagi faktor yang ada di mana min yang tertinggi untuk objektif ini adalah faktor sejarah dan warisan. Kesimpulannya, faktor tarikan pengunjung ke Muar, Johor dikenalpasti dan objektif kajian tercapai.

Di samping itu, kajian ini menjelaskan mengenai faktor tarikan pelancong yang berkait rapat terhadap pembangunan harta tanah pelancongan di Muar, Johor. Seterusnya, tentang cara-cara mempromosi dan mengetengahkan produk pelancongan bagi membantu lagi meningkatkan pelancong ke Muar, Johor iaitu strategi daripada pihak berkuasa tempatan. Bagi kaedah temubual bersama Penolong Pembantu Tadbir di Jabatan Korporat dan Komunikasi Majlis Perbandaran Muar.

Analisis yang dijalankan untuk mencapai objektif kedua telah membolehkan penyelidik untuk menyimpulkan bahawa strategi pemasaran destinasi bukan strategi utama dalam menguruskan pengurusan harta tanah pelancongan, terdapat strategi lain seperti strategi yang dibincangkan dalam kajian ini. Strategi pertama adalah gandingan bahu daripada semua pihak yang membantu pihak berkuasa tempatan ini tidak kira individu, organisasi, agensi luar dan komuniti kampung itu sendiri. Seterusnya, pelan Rancangan Tempatan Daerah dan Rancangan Kawasan Khas amatlah membantu dari segi menambahbaik dan membaikpulih kawasan sedia ada. Tidak hanya dengan itu, pihak berkuasa tempatan juga mempromosikan kawasan kajian melalui pemasaran social media menggunakan medium *Facebook*. Dalam kata lain, objektif kajian kedua tercapai oleh penyelidik. Hasil kajian ini akan memberi manfaat kepada badan-badan yang berkaitan dengan kerajaan dan pelancongan yang berusaha untuk mengembangkan tarikan pelancongan baru di Malaysia dengan menggunakan strategi yang telah dikaji.

## Penghargaan

Penulis ingin merakamkan penghargaan kepada Jabatan Pengurusan Harta Tanah, Fakulti Pengurusan Teknologi dan Perniagaan, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia kerana menyokong kajian ini.

## Rujukan

- Ahmad, M. Z., & Ibrahim, J. A. (2008). *Kelestarian pelancongan melalui pengurusan sumberjaya semulajadi (alam sekitar): Satu perspektif umum*. <http://repo.uum.edu.my/7127/>
- BERNAMA. (2020). *Tinta Minda BERNAMA - Merangsang Sektor Pelancongan Domestik Pasca PKP, Keperluan Melestari Khazanah Alam*. <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1874166>
- Chang, T. C. (1996). *Information to Users*. <https://www-proquest-com.ezproxy.uthm.edu.my/pqdtglobal/docview/304399026/fulltextPDF/19BDABAD07294580PQ/1?accountid=50362>
- Chong, K. Y., & Selvaranee Balasingam, A. (2019). *Tourism sustainability: economic benefits and strategies for preservation and conservation of heritage sites in Southeast Asia*. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2017-0182>
- Goodall, B., Pottinger, G., Dixon, T., & Russell, H. (2004). *Heritage property, tourism and the UK Disability Discrimination Act*. <https://doi.org/10.1108/02637470410570734>
- Hamdi, A. E., Maryati, M., & Shafiq Hamdin, M. (2019). The Potential of Nature Tourism at Muar and Tangkak Districts, Johor, Malaysia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 269(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/269/1/012008>
- Hitchcock, M., King, V. T., & Parnwell, M. (2010). *Heritage Tourism in Southeast Asia*. [www.niaspress.dk](http://www.niaspress.dk)
- Israel, G. D. (2019). *Determining Sample Size I*. <http://edis.ifas.ufl.edu>
- Jamaludin, M. H., Ismail, S., & Ahmad, A. E. (2021). *Pembangunan Indeks Harga Harta Tanah Warisan: Kedai Pra Perang (Pw-Spi) Pulau Pinang, Malaysia*. <http://journal.umk.edu.my/index.php/teniat/article/view/399/271>
- JR, D. (n.d.). *Chapter 2: Behavioral Real Estate*. Retrieved June 6, 2021, from [https://jrdelisle.com/jrd\\_text/1Chapter2\\_NewV20.pdf](https://jrdelisle.com/jrd_text/1Chapter2_NewV20.pdf)
- Khan, N., Hassan, A. U., Fahad, S., & Naushad, M. (2020). Factors Affecting Tourism Industry and Its Impacts on Global Economy of the World. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3559353>
- Kimberly Amaded. (2021). *What Is Real Estate?* <https://www.thebalance.com/real-estate-what-it-is-and-how-it-works-3305882>
- Kumarasamy, I. (2015). *Tugas-Tugas Utama Pengurusan Harta Pihak Berkuasa Tempatan*.
- Le, C. C., & Dong, D. X. (2017). Factors affecting European tourists' satisfaction in Nha Trang city: perceptions of destination quality. *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 350–362. <https://doi.org/10.1108/IJTC-04-2017-0022>
- Leask, A., & Rihova, I. (2010). The role of heritage tourism in the Shetland Islands. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 118–129. <https://doi.org/10.1108/17506181011045190>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism, economic, physical and social impacts. *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*.
- Mitsche, N. (2016). *Digital destination promotion: understanding and maximizing the use of digital and cultural assets to enhance tourists' decision making and destination marketing strategies*.
- Nordin, N. (2017). *Penilaian Harta Tanah Warisan (Kes Kajian – George Town)*.
- Nur Idientee, Binti Abd Halim; Choy, E. A. (2016). *Hubungkait Peranan Pihak Kerajaan Dan Pihak Masyarakat: Pembangunan Ekopelancongan Di Pulau Langkawi, Kedah*. 24. <https://ejournal.ukm.my/ebangi/article/viewFile/15345/4775>
- Phwan Chai Kee, Yvonne Kong Weng Sam, Chin Sut Kiy, Tan Yi Fie, & Amal Najihah Muhamad Nor. (2013). *Satisfaction Of local community and tourist at Tanjung Emas, Muar for potential ecotourism*. <http://umkeprints.umk.edu.my/2734/>
- Rashid, S. (n.d.). *Pengurusan Hartanah*. Retrieved June 5, 2021, from <https://www.studocu.com/my/document/universiti-teknologi-malaysia/property-business-management/summaries/pengurusan-hartanah/7618481/view>
- Rosdan, K. M., Husni, F. N. A., Paruddin, N. F. M., Sarifuddin, F. N., Amran, N. F., & Roslim, N. S. I. (2019). *Report of Tourism Product Development: A Way to Create Value*.
- Sahid, M. S. Bin. (2016). *Pengurusan Strategik Harta Tanah*.

- Science Daily. (2019). *What most attracts us to a tourist destination? Attractions, culture and gastronomy* -- ScienceDaily. <https://www.sciencedaily.com/releases/2019/04/190408114002.htm>
- Sebastian Kaiser. (2012). *Characteristics of the Tourism Industry*. <https://sebastiankaiser.wordpress.com/2012/05/21/characteristics-of-the-tourism-industry/>
- Shams Imon, S. (2017). *Cultural heritage management under tourism pressure*. <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2017-0007>
- Soteriades, M. (2012). *Tourism destination marketing: approaches improving effectiveness and efficiency*. <https://www-emerald-com.ezproxy.uthm.edu.my/insight/content/doi/10.1108/17579881211248781/full/pdf?title=tourism-destination-marketing-approaches-improving-effectiveness-and-efficiency>
- Vanessa Gaffar, Benny Tjahjono, & Vidi Sukmayadi. (2021). *Like, tag and share: bolstering social media marketing to improve intention to visit a nature-based tourism destination*. <https://www-emerald-com.ezproxy.uthm.edu.my/insight/content/doi/10.1108/TR-05-2020-0215/full/pdf?title=like-tag-and-share-bolstering-social-media-marketing-to-improve-intention-to-visit-a-nature-based-tourism-destination>
- Williams, A. (2006). Tourism and hospitality marketing: Fantasy, feeling and fun. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(6), 482–495. <https://doi.org/10.1108/09596110610681520>
- Kasim, A., & Ghazali, R. M. (2006). *Kepentingan, Peranan dan Isu-Isu Pengurusan Rekreasi (UUM Press)*. UUM Press.