



## Melaka sebagai pintu masuk pelancongan Sumatera: Perkembangan semasa dan cabaran era global

Hamzah Jusoh<sup>1</sup>, Habibah Ahmad<sup>1</sup>, Amriah Buang<sup>1</sup>, Ari Kurnia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,  
Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Hamzah Jusoh (email: [hj@ukm.my](mailto:hj@ukm.my))

### Abstrak

Negeri Melaka sudah lama membina jaringan strategik sebagai satu wahana untuk perdagangan, kebudayaan, keagamaan dan kerjasama penduduk dengan negara berjiran, terutamanya dengan beberapa provinsi di Sumatera, Indonesia. Hubungan di antara kedua buah negeri dan provinsi ini dengan mudah diperhatikan atau diterjemahkan melalui perjalanan penduduk bagi tujuan pelancongan sama ada di Melaka atau beberapa bahagian di Sumatera. Sebagai sebuah negeri yang mengiktiraf sektor pelancongan sebagai penjana ekonomi yang utama, banyak inisiatif telah diambil oleh pelbagai pihak berkepentingan di Melaka. Meskipun begitu, isu berkaitan orientasi pembangunan pelancongan yang memberi fokus kepada hal-hal berkaitan peranan Melaka sebagai pintu masuk pelancong Indonesia masih kurang diselidiki. Apakah langkah-langkah ini hanya menguntungkan negeri Melaka semata-mata atau Sumatera juga mendapat manfaatnya. Berdasarkan kajian di Melaka dan Riau – Dumai pada bulan April 2009, manfaat daripada pelancongan dinikmati oleh kedua-dua wilayah meliputi aliran kemasukan pelancong, aliran keperluan perkhidmatan dan barangan dan juga aliran pertukaran budaya serta kesenian. Artikel ini turut membincangkan cabaran negeri Melaka sebagai pintu masuk pelancongan daripada Sumatera menjelang pembentukan komuniti ASEAN 2015.

**Katakunci:** era global, jaringan negeri – provinsi, jaringan strategik, pintu masuk pelancongan, kepenggunaan pelancongan, komuniti ekonomi ASEAN

## Melaka as Indonesian tourist gateway: Responding to global challenges

### Abstract

Malacca and the Indonesian island of Sumatera has a long history of strategic networking by way of trade, culture, religion and social activities of their peoples. With tourism being a mainstay of Malacca's economy the potential of enhancing tourism activities between the Malaysian state and its Indonesian neighbour is there for the taking. However, issues pertaining to Malacca's tourism-led development which focuses on the roles of Malacca as a tourism gateway of Indonesians is understudied. This paper is an attempt to address one of the arising issues, namely, whether such development render benefits to both neighbours or just Malacca alone. Based on the findings of a field study conducted in Melaka and Indonesia's Riau - Dumai, and set within the context of the formation of an ASEAN community by 2015, it

was found that both states had benefitted from the increased flows of tourist arrivals, services and goods and from exchanges of culture and the arts.

**Keywords:** ASEAN economic community, global era, state - province networking, strategic networking, tourism consumption, tourism gateway

## **Pengenalan**

Malaysia dan Indonesia merupakan dua buah negara berjiran yang sudah lama saling memanfaatkan hubungan bersaudara dalam pelbagai sektor. Apa lagi dalam konteks negeri – provinsi yang begitu dekat daripada segi budaya dan geografi seperti Melaka dan provinsi Riau. Salah satu daripada sektor yang dikenalpasti menerima manfaat daripada hubungan ini adalah sektor pelancongan atau wisata, di mana kedua-dua negeri dan provinsi saling memanfaatkan dan mengambil peluang bagi mengembangkan lagi sektor ini. Malah, usaha untuk menyerlahkan potensi sebagai pintu masuk pelancongan menjadi salah satu agenda utama pembangunan kedua-dua wilayah ini. Melaka mampu menjadi pintu masuk pelancongan Sumatera, sementara Pekanbaru atau Dumai pula mampu menjadi pintu masuk pelancong daripada Malaysia.

Dalam konteks perdebatan teoritikal dalam pelancongan, kedua-dua kawasan ini mampu membuktikan dan memanfaatkan peluang bukan sahaja setakat menjadi pintu masuk pelancong semata-mata, tetapi juga pintu masuk pelancongan. Ini kerana konsep pelancongan itu sendiri merupakan satu konsep yang merangkumi pergerakan pelancongan, pergerakan barangan dan perkhidmatan, pekerja dalam pelancongan dan juga pergerakan dalam kerjasama pengurusan pelancongan. Hakikat inilah yang akan diteliti dalam artikel ini.

## **Melaka sebagai pintu masuk pelancongan Sumatera**

Peranan sesebuah destinasi sebagai pintu masuk pelancongan jelas memungkinkan pergerakan langsung pelancong dan keperluan yang diperlukan oleh segmen ini. Paling penting aliran keluar masuk barangan dan perkhidmatan memberikan ruang perluasan jaringan strategik di antara pengusaha dengan pengusaha, dan tentu sekali memanfaatkan pelancong di antara dua destinasi ini. Bahagian ini memperincikan kedudukan Melaka sebagai pintu masuk pelancongan Sumatera dalam konteks kemasukan pelancong, perkhidmatan berasaskan pelancongan, barangan yang diperlukan dalam pelancongan, modal dan tenaga kerja pelancongan.

## **Kemasukan pelancong ke Melaka dan Pekanbaru - Dumai**

Sudah menjadi agenda pelancongan ASEAN untuk memanfaatkan pasaran wilayah yang mempunyai jumlah penduduk yang besar, di samping membolehkan aliran intra ASEAN memberikan keuntungan kepada negara-negara yang terlibat. Dalam konteks Melaka dan Sumatera, pergerakan pelancong antara kedua buah wilayah ini telah memberikan keuntungan kepada kedua-dua wilayah tersebut. Kedatangan pelancong dari Sumatera ke negeri Melaka dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Pelancongan kesihatan di Melaka mendapat sambutan yang mengalakkan ekoran keberkesanan promosi dan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan. Dalam tempoh tujuh bulan pertama tahun 2009, jumlah pelancong kesihatan yang direkodkan ialah seramai 15,708 orang. Sementara pada tahun 2007, jumlah pelancong kesihatan yang datang ke negeri ini ialah seramai

64,164 orang berbanding tahun sebelumnya seramai 55,929 orang sementara tahun 2005 dan 2004 masing-masing 42,085 dan 18,295 orang (Habibah et. al 2008). Dalam hal ini, dijangkakan sektor pelancongan kesihatan di Melaka akan meningkat dua kali ganda iaitu seramai 140,000 orang pada tahun 2009. Perkiraan ini dilakukan berdasarkan jumlah penduduk Sumatera seramai 70 juta, di mana 10% daripada jumlah ini adalah merupakan golongan yang berada. Sekira Melaka dapat menarik 0.1% sahaja daripada golongan ini, bermakna Melaka berjaya membawa 70,000 pesakit ke negeri ini (<http://www.mohdalirustam.com/?p=126>).

Peningkatan bilangan kedatangan pelancong ke Melaka sebenarnya dirangsang oleh usaha-usaha proaktif negeri dalam pelbagai aspek. Misalnya untuk mempertingkatkan aksesibiliti Melaka kepada dunia luar, kerajaan negeri Melaka telah menaik tarafkan Lapangan Terbang Batu Berendam (LTBB) dan mula beroperasi pada Januari 2009. LTBB menjadi origin dan destinasi syarikat-syarikat penerbangan tempatan seperti Syarikat Penerbangan Murah AirAsia dan Syarikat Penerbangan Malaysia (MAS). Projek penaiktarafan LTBB ini dilakukan untuk memudahkan kemasukan pelancong ke Melaka. Sebelum ini, LTBB hanya boleh mengendalikan pendaratan pesawat jenis Fokker 50s dan mempunyai beberapa buah syarikat penerbangan kecil yang beroperasi di lapangan itu. Antaranya, Merpati Nusantara Airlines yang beroperasi lima kali seminggu bagi destinasi Melaka-Pekan Baru-Melaka, Riau Airlines melakukan penerbangan enam kali seminggu untuk laluan Melaka-Riau-Melaka dan Berjaya Air, dua kali seminggu iaitu Subang-Melaka-Padang pergi balik. Ketiadaan kemudahan pengangkutan udara, rakyat Indonesia agak sukar ke Melaka kerana terpaksa menaiki bot dari Dumai dan terpaksa transit di beberapa tempat. Dengan adanya LTBB, mereka lebih mudah berkunjung ke Melaka terutama penduduk di sebelah Jakarta selatan dan tengah Sumatera. Ini juga merupakan salah satu usaha kerajaan negeri untuk meningkatkan pelancongan kesihatan yang semakin mendapat permintaan daripada pelancong khususnya dari Indonesia.

Selain itu, promosi yang proaktif telah dilakukan oleh Melaka di beberapa negeri tetangga. Promosi *Jom ke Melaka* yang diadakan di Dumai pada April 2009 menerima 5,000 pengunjung pada hari pertama. Banyak pihak melakukan promosi termasuk Bahagian Promosi Pelancongan, Jabatan Ketua Menteri Melaka. Pemilihan Kota Dumai juga amat tepat memandangkan kota yang terkenal dengan pemprosesan minyak mentah ini merupakan pintu keluar masuk utama melalui jalan laut ke Malaysia. Ini berdasarkan anggaran kira-kira 60 peratus pengunjung Indonesia ke Melaka keluar masuk melalui Kota Dumai. Pameran yang diketuai oleh Pengurus BPP turut disertai Perbadanan Pembangunan Sungai dan Pantai Melaka, Bahagian Perusahaan Kecil dan Sederhana Jabatan Ketua Menteri, Putra Specialist Hospital (PSH), Mahkota Medical Centre serta Hospital Pantai Ayer Keroh (<http://www.Melakahari.com.my/isB28april09.html>, 29.5.2009).

## **Gastronomi dari seberang**

Secara umumnya, kewujudan jaringan persaudaraan antara Melaka dan Sumatera serta Indonesia menjadi medium kepada perluasan pasaran dalam penyajian makanan. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, terdapat perkhidmatan restoran dan rumah makan berjenama Indonesia di Melaka. Sebahagian besar restoran terkenal Sumatera dan Indonesia bertumpu di kawasan Melaka Raya. Beberapa faktor mempengaruhi perluasan aktiviti ini. Antaranya faktor perkahwinan dengan warga Indonesia, memberikan kelebihan memperoleh kepandaian ini dan faktor kehampiran dengan jeti, ruang utama sebagai pintu masuk Melaka-Sumatera yang menggunakan laluan laut.

Jika diamati aliran barangan dan keperluan restoran pula, ternyata pembukaan outlet dan rangkaian perkhidmatan ini telah menyebabkan kemasukan satu lagi input dari negara jiran; iaitu barangan dapur ataupun barangan basah dan kering daripada negara asal. Restoran Pak Datuk umpamanya, mendapatkan keperluan rempah-ratusnya dari negara Indonesia. Restoren ini juga

membuat pelaburan modal yang agak besar bagi memastikan keluasan ruang restoran dapat menampung bilangan pelanggan . Terdapat beberapa buah lagi restoran Indonesia yang popular di kalangan pelancong dan masyarakat tempatan, antaranya Indori Restaurant dan Mansor Hotel. Berdasarkan tembuial dengan pemilik restoren-restoren ini, didapati keperlbagaian hidangan yang ditawarkan masih lagi mengekalkan keunikan gastronomi seberang (Jadual 1).

**Jadual 1. Respons pemilik restoren tentang kelebihan gastronomi Sumatera dan Indonesia**

Responden 1	Responden 2	Responden 3
Tempat: Masakan Minang- Talago Biru Malinjau Pemilik: orang Malaysia Respondan: Ana, pekerja kedai. Umur: 42 tahun Asal: Indonesia, 4 tahun menetap di Malaysia Masakan yang disediakan: i) Nasi Padang ii) lauk-lauk dari padang iii) Dendeng iv) daging goreng cili v) gulai tunjang- bahan utama: urat kaki lembu, vi) bakso vii) Sate minang viii) keropok ubi tambahan	Pemilik: Ahmad Asal : Padang, Indonesia Tinggal di Malaysia selama 20 tahun 10 tahun membuka kedai makanan Indonesia Makanan Indonesia yang paling mendapat sambutan: i) dendeng ii) belut goreng- belut diimport dari Indonesia iii) tunjang iv) keropok jangek- dibuat dari kulit lembu v) keropok emping- dibuat dari buah maninjau. vi) esbokart- dibuat dari buah avokado, milo, coklat, ais vii) bakso, pecal, lontong viii) ikan salai-ikan baung ix) Keaslian resepi- boleh dikatakan 90% resepi masih asli x) Masakan Melaka turut dijual	Pengurus- Hisham Ali Asal Pemilik- Melaka Pekerja- Indonesia Tempoh berniaga- 4 tahun Tukang masak- Indonesia Menu masakan dan makanan Indonesia: i) Ayam Goreng Bumbu ii) Tunjang iii) Gulai Ikan iv) Kek Lapis Legit dari Medan- dijual pada waktu-waktu tertentu sahaja Menu Minuman: i) ABC=esteler ii) Jus Avokado iii) Soda Gembira= strawberi, soda, dan susu Harga Makanan: i) nasi- RM 1.50 ii) sayur- RM 1.50-2.50 iii) lauk pauk- Ayam Kampung- RM 3.80 iv) Rendang Daging- RM 4.00 Makanan Tempatan 1. Asam Pedas- campur Asam Tetel Tukang masak- Indonesia Jumlah menu masakan Indonesia- 30 jenis siap masak; 10 jenis order. Bahan-bahan masakan - Rempah dari Dumai Indonesia - Cili berbeza dengan cili dari Malaysia, cili kerinting, cabai Jawa, - lebih pedas dari cili Malaysia
Perbezaan makanan Indonesia dengan Melaka 1. makanan dan masakan Indonesia lebih pedas 2. menggunakan rempah yang asli dari Indonesia 3. lebih santan 4. rasa lebih original		

Kelebihan gerai	Keaslian resepi- boleh dikatakan	Cadangan pada masa akan datang
1. tukang masak dari Indonesia	90% resepi masih asli; Masakan	- Mungkin buka cawangan di Kuala Lumpur
2. rempah diimport dari Indonesia	Melaka turut dijual	Pengunjung
3. harga makanan berpatutan	bahan-bahan masakan:	- Paling ramai penduduk tempatan
4. rasa makanan yang asli	cili giling- diimport dari Bukit Tinggi dan Medan Indonesia	Melaka sebanyak 70%
Empat cawangan di Malaysia		Harga Makanan murah: nasi- RM 1.50
Tiada persatuan makanan		sayur- RM 1.50-2.50
Minangkabau	Tukang masak dari Indonesia	lauk pauk - Ayam Kampung- RM 3.80
	Pelanggan- ramai daripada Indonesia	- Rendang Daging- RM 4.00

Sumber: Kerja lapangan, April 2009.

Kajian ini turut mendapatkan pandangan daripada pelancong dan pelanggan yang mengunjungi restoren-restoren di Melaka. Beberapa pandangan responden direkodkan dalam Jadual 2. Di antara pelancong gastronomi, mereka berpendapat sajian makanan dari Indonesia kini telah menjadi sebahagian daripada gastronomi Melaka. Antara makanan yang biasa diambil ialah Mee Soto, Nasi Padang, Pecal Lele, Ayam Penyet dan Bakso. Ini mungkin disebabkan makanan tersebut mudah didapati di Melaka dan dijual dengan harga yang berpatutan. Sementara itu, terdapat di kalangan pelancong yang tidak begitu arif dengan penawaran sajian makanan Indonesia di bandar ini dan lebih menggemari makanan tempatan.

### Kerajinan tangan dan busana Bukit Tinggi

Industri kraftangan dan cenderahati memang menjadi sebahagian daripada warna sektor perniagaan dan industri pelancongan di Melaka. Dalam konteks ini, Kraftangan meliputi sebarang keluaran artistik yang mempunyai daya tarikan kebudayaan atau tradisional dan dihasilkan melalui kemahiran tangan.

**Jadual 2. Pandangan pelanggan tentang makanan dari Indonesia**

Aspek	Jawapan	Bilangan	Peratus
Kedudukan Sumatera yang berhampiran dengan Melaka mempengaruhi penyerapan asimilasi dalam gastronomi di Melaka	Ya	27	50.9
	Tidak	22	41.5
	Tidak dinyatakan	4	7.5
	Jumlah	53	100.0
Minat kepada makanan dan minuman Indonesia	Ya	15	28.3
	Tidak berminat	34	64.2
	Tidak dinyatakan	4	7.5
	Jumlah	53	100.0
Pengetahuan tentang makanan Indonesia	Ya	36	56.3
	Tidak	28	43.8
	Jumlah	64	100.0
	Harga bersesuaian dengan kualiti	Ya	17
Tidak		47	73.4
Jumlah		64	100.0

Nota: Jumlah responden bagi kajian ini terdiri dari dua kelompok, satu kelompok 53 orang dan satu lagi kelompok berjumlah 64 orang.

Kepentingan cenderamata khususnya kepada pelancong memang telah terbukti. Ini kerana cenderamata menjadi simbol atau bukti ketara (*tangible evidence*) bagi sesuatu pengalaman perjalanan dan gambaran sebenar (authentic) sesuatu peristiwa atau perkara yang telah dilakukan oleh seseorang (Boynton 1986). Cenderamata boleh terdiri daripada produk kesenian dan kraftangan tempatan. Kedua-duanya membawa impak ekonomi kepada penduduk tempatan di sesebuah destinasi pelancongan. Bagi Negeri Melaka, kemasukan barangan kraftangan ini menyebabkan longgakan buah tangan dari luar dalam pasaran Melaka. Daripada penelitian di lapangan, barangan popular di kalangan pelancong ialah kerundung, baju dan sulaman yang sebahagian besar dibawa masuk dari Indonesia. Sambutan yang menggalakkan ke atas barangan dari luar ini berkait rapat dengan kelompangan produk-produk tempatan dalam pasaran kraftangan di Melaka, yang akhirnya menyebabkan kerajinan tangan dari luar mengisi pasaran di Melaka. Berdasarkan kerja lapangan, pengkaji tertarik dengan beberapa perkara berkaitan dengan hal kerajinan tangan, sama ada dari perspektif pelancong pembeli kraftangan dan pemilik atau pengusaha premis kraftangan.

a. Perspektif pembeli kraftangan adalah:

- i) Beberapa responden Indonesia, menyatakan terdapat banyak persamaan kraftangan Melaka dengan Sumatera. Menurut responden, apabila mereka melihat kraftangan yang dijual di sekitar Banda Hilir, mereka dengan mudah dapat mengenali asal usul barangan tersebut, yang sebahagian besarnya dibawa dari Sumatera.
- ii) Kebanyakan responden berpandangan, kraftangan Melaka seharusnya mempunyai identiti Negeri Melaka dan imej tersendiri bagi menarik perhatian pelancong untuk membelinya. Mereka juga mempersoalkan kenapa Melaka tidak dapat menggarap penawaran kraftangan yang mempunyai ciri-cirinya tersendiri, sebaliknya lebih didominasi oleh kraftangan dari Sumatera, seiring dengan *trademark* Melaka sebagai kota pelancongan sejarah.
- iii) Ada responden berpendapat kraftangan dari Sumatera lebih unik dan bermutu tinggi berbanding kraftangan Melaka. Jika ini berterusan, maka pasaran kraftangan Melaka akan didominasi oleh kraftangan dari Sumatera.

b. Dari perspektif pemilik atau pengusaha kraftangan pula;

- i) Dalam industri perabot, pakar kayu yang terkenal di Jawa turut menjadi sebahagian daripada rujukan pemilik perabot dan kerajinan tangan di Melaka.
- ii) Berdasarkan respons pengusaha tentang lambakan kraftangan luar terutama dari Sumatera yang dikuatiri menjejaskan keluaran tempatan, mereka berpendapat kebanyakan pelancong akan membeli kraftangan berdasarkan hasil kerja tangan, tanpa memikirkan keluaran itu dari dalam negeri atau dibawa dari negara tetangga. Komentor beberapa pemilik premis yang menjual barangan dan kerajinan tangan dari Sumatera ditunjukkan dalam Jadual 3.

Perluasan pasaran kraftangan dari Sumatera ini sebenarnya berlaku dalam mekanisme governans yang saling bekerjasama demi meningkatkan ekonomi kedua negeri dan provinsi. Melalui persefahaman yang dibina dalam konteks "Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI)", penekanan kepada pembentukan usahawan pelancongan menjadi fokus DMDI. Di Melaka, ruang ekonomi DMDI yang diperuntukan di Dataran Pahlawan dan Melaka Megamall adalah bertujuan menjadi pusat sehenti bagi penjualan dan pemasaran produk seni dan barangan kraf negara-negara anggota DMDI. Antara barangan yang ditawarkan di Kedai DMDI ialah kraftangan, pewter, batik, kain sutera, barangan hiasan wanita, tembikar, perabot, sofa, kelengkapan meja makan dan ruang tamu serta lanskap hiasan dalaman. Justeru itu, pengusaha seni dan kraf tempatan tidak dapat tidak perlu mempertingkatkan kualiti produk mereka agar dapat diterima

masyarakat antarabangsa apabila dipasarkan di kedai DMDI ini kelak dan secara tidak langsung dapat memperkenalkan kraftangan beridentitikan Melaka.

**Jadual 3. Respons pemilik premis barangan Sumatera**

Responden 1: En Khairul	Responden 2: En Mohamad Fadil
Ada barangan dari Sumatera? Berapa banyak tempahan yang dilakukan terhadap barangan Sumatera?	Responden Nama Encik/Cik ? <i>Mohammed Fadil, kak. Tu ayah saya Gusnedi Ali. Asal orang Pekanbaru</i>
<i>Ada. Beg ini kita import dari Sumatera. Beg macam ini ramai orang sedang cari. Fesyen sekarang. Ini antara yang larislah.</i>	Encik/Cik menetap di sini? <i>Ya, menetap di sini.</i>
Barangan yang Encik/Cik dapati ini, ada perjanjian dengan syarikat dari Sumatera/perjanjian barter? <i>Tak ada rasanya.</i>	Sudah berapa lama Encik/Cik meniaga di sini? <i>Lama juga. Berapa tahun dah tak ingat.</i>
Golongan mana yang selalu membeli barangan dari Sumatera ini? <i>Yang minat barangan-barangan beginilah. Ada yang tak kisah harga, asalkan coraknya cantik.</i>	Apakah jenis barangan yang Encik/Cik niagakan? <i>Baju-baju ni. Baju batik. Kanak-kanak punya pun ada.</i>
Bagaimana pula dengan pemilihan corak? <i>Corak barangan ini, saya tak pasti juga. Kami dapat dari orang tengah.</i>	Ada barangan dari Sumatera? Berapa banyak tempahan yang dilakukan terhadap barangan Sumatera? <i>Ada. Macam ini barangan daripada Sumatera. Banyak tu, tak sangat. Ada orang tengah yang datang. Dari Indonesia.</i>
Pelanggan menggemari barangan yang bagaimana? <i>Saya pun tak pasti. Ada yang tengok harga, ada yang tengok pada corak. Ikut citarasa masing-masing</i>	Barangan yang Encik/Cik dapati ini, ada perjanjian dengan syarikat dari Sumatera/perjanjian barter? <i>Tak ada.</i>
	Golongan mana yang selalu membeli barangan dari Sumatera ini? <i>Peminat barang-barang ini. Sekarang orang dah kurang minat sangat. Tak tahulah kenapa. Kalau yang minat itu, memang datang cari jugalah.</i>
	Bagaimana pula dengan pemilihan corak? <i>Corak kami tak pilih. Kami ambil saja stok dari orang tengah.</i>
	Pelanggan menggemari barangan yang bagaimana? <i>Nak cakap macamana pun, kami tak tahu. Lagipun barangan-barangan ini ikut musim juga, kak.</i>

Sumber: Kerja lapangan, April 2009

## Pertukaran kesenian dan kebudayaan

Pertunjukan kebudayaan merupakan sebahagian daripada produk pelancongan yang ingin dinikmati oleh pelancong. Melaka, sesungguhnya merupakan sebuah negeri yang kaya dengan kesenian daripada pelbagai budaya; tempatan dan warisan kolonial Belanda, Portugis dan Baba-Nyonya. Di sebalik budaya kolonial tersebut, kehadiran budaya Melayu dari Riau tidak dapat dipisahkan dari kebudayaan Melayu dan negeri Melaka. Seni budaya berbentuk tarian seperti zapin, tarian inang dan tari piring juga tidak dapat dipisahkan daripada persembahan kumpulan kebudayaan negeri dalam majlis-majlis anjuran negeri dan Kementerian Pelancongan.

Daripada temubual dengan para penari di Pusat Kebudayaan Perkampungan ASEAN, mereka tidak menafikan Melaka turut memperkembangkan seni budaya Melayu yang dikaitkan dengan warisan dari Sumatera. Mereka pernah menjalankan latihan di negara seberang dalam program pertukaran kebudayaan di antara kedua-dua buah negeri. Beberapa respons tentang seni tari ditunjukkan dalam Jadual 4.

**Jadual 4. Respons artis terhadap kesenian Sumatera**

Aspek	Jawapan	Bilangan	Peratus
Adakah seni tari Sumatera lebih popular?	ya	12	60.0
	tidak	8	40.0
	Jumlah	20	100.0
Mengapa lebih popular?	Memiliki ciri tersendiri dan unik	6	50.0
	minat	4	33.3
	Seni lebih luas dan tidak terhad mengikut kawasan	2	16.7
	Jumlah	12	100.0
Mengapa kurang popular?	Seni muzik Sumatera tidak banyak perbezaan dengan tempatan	6	75.0
	Tidak penting	2	25.0
	Jumlah	8	100.0
Pandangan keudayaan Sumatera sebagai amalan masyarakat	Sederhana	12	60.0
	Tinggi	7	35.0
	Jumlah	20	100.0
Tahap penerapan seni muzik Sumatera	Sangat rendah	3	15.0
	Rendah	1	5.0
	Sederhana	13	65.0
	Tinggi	3	15.0
	Jumlah	20	100.0

*Sumber:* Kerja lapangan Seni Tari, April 2009.

Di samping itu, Pesta Gendang Nusantara (PGN) juga merupakan salah satu daripada jaringan kesenian dan kebudayaan yang terjalin sejak sekian lama. Berdasarkan laporan kegiatan PGN, pesta ini telah bermula sejak tahun 1995, dengan jumlah penyertaan terbanyak dicatatkan dalam tahun 2002, iaitu melibatkan 30 kelompok musik dan penari dari Nusantara. Dalam PGN ini, Sumatera Barat telah menghantar dua kumpulan musik dan tari, iaitu dari Universitas Negeri Padang (UNP) dan Kelompok Randai Palito Nyalo dari Kota Padang.

Sementara itu, dalam PGN V yang diadakan pada tahun 2009, empat buah negara telah mengambil bahagian, iaitu Malaysia (tuan rumah), Thailand, Singapura, dan Indonesia. Indonesia telah menghantar jumlah duta seni yang paling besar, iaitu sebanyak 20 kelompok musik dan tari. Kesemuanya berasal dari latar belakang budaya dan seni Melayu; dari Aceh, Riau, Sumatra Barat, Jambi, Kalimantan, hingga Sulawesi (<http://id.shvoong.com/social-sciences/1633939-catatan->



perjalanan-ke-melaka/). Walau bagaimanapun, dalam usaha menggalakkan kebudayaan Melayu, didapati sama ada di Pekanbaru atau Melaka, tidak terdapat sebarang rumah makan atau restoren Melayu yang menyajikan tarian Melayu sebagai salah satu tarikan yang saling bersifat konplimentari dalam mempakej pelancongan bersama.

### Tenaga kerja hospitaliti dan hartanah

Tidak dinafikan sektor pelancongan di Melaka memerlukan tenaga kerja dari Sumatera dan Indonesia dalam pelbagai bidang. Daripada temubual pengkaji dengan beberapa responden utama di lapangan, kemasukan tenaga kerja dalam pelancongan berlaku dalam sektor penginapan. Malah beberapa buah hotel di Melaka telah menerima pramusaji dari Jakarta dan Sumatera untuk menjalani latihan industri di premis mereka. Selain restoran dan hotel, sektor membeli-belah juga tidak ketinggalan menggunakan tenaga kerja dari Indonesia. Fenomena ini memperlihatkan bahawa dalam konteks budaya pelayanan, para pelancong luar tidak dapat tidak merasai sedikit sebanyak sentuhan pengaruh budaya Sumatera apabila berkunjung ke negeri ini.

Selain itu, kajian ini juga mendapat respons daripada tenaga kerja Indonesia yang sedang ‘bercuti’ dan ‘bersenggang’ di Banda Hilir. Berdasarkan latar belakang mereka, peranan tenaga kerja Indonesia terutama dari Pulau Jawa begitu dominan di negeri ini (Jadual 5). Sebahagian besar mereka terlibat dalam sektor pembinaan, terutama di kawasan Banda Hilir, selain daripada guna tenaga di sektor restoran, hotel, pasaraya dan pencucian.

**Jadual 5. Respons tenaga kerja asing terhadap pelancongan Melaka**

Aspek dan jawapan		Bilangan	Peratus
Tempat asal responden	Pulau Jawa	31	62.0
	Sumatera	12	24.0
	Selain Pulau Jawa dan Sumatera	7	14.0
	Jumlah	50	100.0
Destinasi pertama sampai ke Malaysia	Johor	12	24.0
	Kuala Lumpur	13	26.0
	Melaka	22	44.0
	Pahang	1	2.0
	Selangor	2	4.0
Jumlah	50	100.0	
Kirim wang ke kampung	Ya	49	98.0
	Tidak	1	2.0
	Jumlah	50	100.0

Sumber: Kerja lapangan, April 2009.

### Pengembangan pariwisata Sumatera: Limpahan dari Melaka

Dalam era otonomi daerah, kebangkitan beberapa provinsi terutama Sumatera untuk menggerakkan ekonomi pelancongan kelihatan makin ketara. Dalam konteks negeri yang berjiran dan mempunyai hubungan kerjasama yang sudah lama dalam pelbagai aspek perekonomian, sosial

dan politik, perkembangan industri pelancongan di Melaka secara langsung dan tidak langsung memberikan kesan dan ikon baru untuk dicontohi oleh Sumatera. Malah, Melaka sebagai ikon pelancong telah diperhebahkan dalam akhbar-akhbar di Sumatera sebagai ransangan pengembangan pariwisata di provinsi tersebut, khususnya di provinsi Riau dan kepulauan Riau.

Dalam konteks pelancongan Riau, dengan slogan Riau sebagai *the land of the Malay Indonesia*, tidak dapat tidak kelebihan serumpun Melayu dimanfaatkan sepenuhnya oleh Riau dan gugusan kepulauan yang ada. Melalui hubungan lintas batas yang telah berlangsung sejak sekian lama, potensi untuk mengembangkan destinasi pelancongan juga tidak terkecuali daripada cuba memanfaatkan aliran kemasukan pelancong ke Melaka. Ini kerana aksesibiliti Melaka dengan beberapa destinasi seperti Pekanbaru, Dumai, Bengkalis dan Batam secara relatifnya mudah dengan tersedianya perkhidmatan feri yang secara rutinnya berulang alik dari dan ke destinasi-destinasi di kedua-dua negeri dan provinsi ini.

Provinsi Riau juga sedang pesat meningkatkan prasarana kotamadya agar beberapa produk unggulan atau utamanya berupaya menarik kemasukan pelancong luar, gterutama dari Melaka. Melalui hubungan strategik yang terbina dalam Dunia Melayu Dunia Islam (DMDI), inisiatif untuk pengembangan pelancongan melayu atau wisata melayu juga tidak kurangnya mendapat manfaat daripada perhubungan serumpun. Apa lagi terdapat pulau-pulau di Riau yang mempunyai panorama pantai yang bersih seperti Pulau Rupat yang boleh memanfaatkan kehampiran lokasinya dengan Melaka.

Selain itu, Riau khususnya telah menyediakan sebanyak 11 produk utama sebagai langkah untuk menarik pelancong luar termasuk dari Malaysia. Langkah untuk membina jambatan yang merentasi Selat Melaka yang menghubungkan Melaka - Rupat dan Dumai telah yang dicadangkan sejak tahun 1995 lagi, menunjukkan betapa potensi jaringan strategik sosial yang tersedia adalah sangat besar terutama dalam konteks pelancongan di antara kedua wilayah. Malah, kedinamikan pembangunan di negeri Melaka menimbulkan semangat daya saing kepada Sumatera, terutamanya Misalnya senibina sebuah bangunan perpustakaan di Pekan Baru dikatakan mirip kepada senibina Pusat Konvensyen Putrajaya. Hal ini terjadi kerana konsep Melayu yang digunakan adalah milik serumpun. Pekanbaru dan Dumai juga telah mendapat manfaat daripada perkembangan terbaru ini, Kemasukan pelancong beristirehat ke Sumatera semakin ketara. Malah, Pekanbaru dan Dumai juga semakin penting sebagai laluan jalan darat ke Padang dan Bukit Tinggi . Ini membolehkan kedua-dua destinasi ini saling memanfaatkan kelebihan pasaran wilayah kerjasama ini.

### **Cabaran Melaka sebagai pintu masuk pelancongan**

Perbincangan di atas jelas menunjukkan bahawa pelbagai manfaat telah diperolehi daripada jaringan pelancongan yang sudah lama membentuk ruang keperluan dan penawaran pelancongan. Bagi Melaka, ia juga tidak terkecuali daripada berpegang kepada prinsip kolaborasi menang-menang dalam sektor pelancongan sehinggakan langkah untuk merealisasi dan mempercepatkan akses kedua negara ini sering menjadi agenda utama diperbincangkan. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa kekangan yang dilihat sebagai hambatan dan cabaran dalam meningkatkan peranan Melaka sebagai pintu masuk pelancongan Sumatera dan negara serantau. Antara ialah:

- i) Aksesibiliti dan persefahaman perjalanan masih terhad kepada mod perkhidmatan feri yang tidak begitu efisien, terutama daripada segi kekerapan perkhidmatan.
- ii) Konsep jaringan strategik antara dua negara bukan sekadar buah mulut yang boleh mengeruhkan hubungan dua negara.
- iii) Pengenaan cukai kepala kepada penduduk yang keluar dari wilayah Indonesia dengan kadar yang tinggi juga menghambat kemasukan pelancong..

- iv) Pembangunan pelancongan domestik. Kesan daripada pembangunan dan penggalakan pariwisata domestik di Sumatera dan Kepulauan Riau menyebabkan aliran masuk pelancong dari Sumatera dipengaruhi oleh pelbagai tarikan yang kini sedang ditambah nilainya. Pembangunan sebahagian besar produk pelancongan unggulan akan menyebabkan aliran ini boleh berkurangan.
- v) Pengembangan pasaraya yang dimajukan oleh pelabur dari Malaysia di Pekanbaru juga menambah kelebihan wisata belanja di kota ini, justeru ini memberi kesan negatif kepada kemasukan pelancong ke Melaka bagi tujuan berbelanja dan beristirahat.

## Kesimpulan

Peranan Melaka sebagai sebuah destinasi pelancongan yang mendapat pengiktirafan tapak warisan dunia merupakan satu kelebihan yang sangat bernilai. Dalam usaha untuk mempertahankan kedudukan dan martabat ini, inisiatif untuk meneliti keupayaan Melaka dalam mempertingkatkan jaringan strategik Nusantara dan Melayu merupakan satu langkah yang boleh memperkayakan lagi nilai budaya yang ada pada negeri Melaka. Dalam konteks pelaksanaan program-program pemuliharaan Melaka sebagai sebuah kota bersejarah, realiti pengaruh faktor-faktor luar terutamanya pelancongan tidak dapat tidak perlu mengambil kira faktor Sumatera. Ini kerana melalui pelancongan, pergerakan dan aliran masuk pelancong, barangan, perkhidmatan dan pengalaman pengurusan saling memberi manfaat kepada Melaka dan Sumatera.

Sehubungan itu, dalam menangani perubahan dalam pelancongan era global, inisiatif promosi dan pembangunan produk wajar berasaskan ilmu dan kreativiti tanpa mengorbankan ketulenan sesebuah destinasi. Dengan dimensi pelancongan Sumatera juga, langkah merealisasikan Komuniti Ekonomi ASEAN menjelang tahun 2015 semakin menjadi realiti. Malahan ada baiknya inisiatif ini tidak membelakangkan sumber dan kelebihan nostalgia hubungan serantau yang telah terbina sejak sekian tahun, terutama hubungan lintas batas. Limpahan pelancongan yang terjana daripada status Melaka sebagai tapak warisan dunia turut sama dinikmati oleh Sumatera, khususnya provinsi Riau.

## Penghargaan

Penulis mengambil kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada Universiti Kebangsaan Malaysia kerana membiayai dana penyelidikan ini. Kod Projek penyelidikan ini: UKM-GUP-TKS-07-1-095).

## Rujukan

- \_\_\_ (2008) *Batik Indonesia, warisan budaya tak terbenda* [cited 27/02/2009]. Available from: [denmasdeni.blogspot.com](http://denmasdeni.blogspot.com).
- \_\_\_ (2004) *Laman budaya dan sastera*. [cited 27/02/2009]. Available from: [www.karyanet.com](http://www.karyanet.com).
- Abdul Latif Abu Bakar, Mohd Nefi Imran (eds) (2004) *Busana Melaka*. Institut Seni Malaysia Melaka. Melaka Bandaraya Bersejarah.
- Boynton L (1986) The effect of tourism on amish quilting design. *Annals of Tourism Research* 13 (3), 451-465.
- Catatan Perjalanan ke Melaka [cited 28/09/2009]. Available from: <http://id.shvoong.com/social-sciences/1633939-catatan-perjalanan-ke-Melaka>.
- Gastronomi [cited 04.02.2009]. Available from: <http://www.gastronomi.com>
- Habibah Ahmad (1994) Industri pelancongan di ASEAN: Satu cabaran. *AKADEMIKA* 44, 15-44.

Habibah Ahmad, Hamzah Jusoh, Ari K, Flora L (2008) Jaringan strategik Malaysia – Indonesia dalam memperkasakan pelancongan. Proceeding International Conference on Social, Development and Environmental Studies 2008. ISBNBN: 979-983-9321-52-7: MS 656-689.  
<http://www.Melakahari.ini.com.my/isB28april09.html> [cited 29/05/2009].  
<http://www.mohdalirustam.com/?p=126> [cited 29/05/2009].