

Faktor yang Mempengaruhi Penyertaan Mahasiswa dalam Pelancongan Pengembaraan (Adventure Tourism): Kajian Kes Kelab Kembara UUM

Mohamad Zaki Ahmad¹, Umie Umairah Mohd Nasri², Norria Zakaria³
^{1,2} Pusat Pengajian Pengurusan Pelancongan, Hospitaliti & Acara, UUM COLGIS

³ Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan, UUM COB
Universiti Utara Malaysia (UUM)
06010 Sintok, Kedah Darul Aman.

*Email penulis utama: zaki.ahmad@uum.edu.my

Abstrak: Dewasa ini, pelancongan pengembaraan atau pelancongan kembara (*adventure tourism*) yang semakin mendapat tempat dan menjadi pilihan pengembara muda, menjadi semakin popular sebagai alternatif kepada pelancongan konvensional kerana ia menawarkan pengalaman yang unik serta peluang untuk membentuk jati diri, kemahiran sosial dan 'hubungan' dengan alam semula jadi. Aktiviti seperti pendakian gunung, berkayak, menyelam skuba, dan penerokaan hutan menjadi antara pilihan utama kerana ia bukan sahaja memberikan pengalaman yang mencabar malahan turut menyumbang kepada kesejahteraan mental dan fizikal. Kajian kes kuantitatif ini melibatkan 101 ahli Kelab Kembara UUM dengan mengkaji pengaruh faktor penolak (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) terhadap minat dan penyertaan responden dalam pelancongan pengembaraan ini. Dapatan daripada kajian menunjukkan bahawa kedua-dua faktor berkenaan terutamanya dari aspek psikologi dan berkaitan destinasi memberi impak yang signifikan terhadap penglibatan mahasiswa dalam pelancongan ini. Seterusnya, kajian ini turut memberikan pandangan dan cadangan berharga kepada pihak-pihak berkaitan untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan dan mempromosikan pelancongan pengembaraan yang mampan.

Kata kunci: Pelancongan pengembaraan, motivasi, penyertaan, faktor penolak/penarik, Kelab Kembara UUM

1.0 PENGENALAN

Pelancongan adalah industri terkemuka dan tunggal terbesar di dunia pada masa kini. Industri ini telah dikenal pasti sebagai salah satu industri perkhidmatan yang paling menonjol di dunia (Shumacher, 2007). Selain itu, industri pelancongan berkembang pesat dengan banyak cabang dalam industri tersebut, seperti ekopelancongan, pelancongan kesihatan dan lain-lain lagi. Untuk mengecilkan skop, terdapat satu cabang dalam industri pelancongan yang mendapat sambutan hangat dalam bidang ini, iaitu pelancongan pengembaraan. Pelancongan pengembaraan yang turut dikenali sebagai pelancongan kembara menjadi trend yang semakin berkembang, terutamanya di kalangan anak muda. *Niche* pelancongan ini berpotensi menarik pelancong domestik dan asing. Pelancongan pengembaraan merupakan salah satu sektor pelancongan yang menyediakan peserta pengalaman berfaedah dan kepuasan diri.

Peningkatan pelancongan pengembaraan boleh dikaitkan dengan beberapa faktor, termasuk peningkatan pendapatan boleh guna, keinginan untuk pengalaman yang unik dan mengasyikkan, dan *trend* kesedaran kesihatan dan kecergasan yang semakin meningkat dalam kalangan pelancong (Sung, 2004). Selain itu, Buckley (2007) menyatakan bahawa kemajuan dalam teknologi dan pengangkutan telah menjadikan destinasi yang jauh dan sebelum ini tidak boleh diakses lebih mudah dicapai, seterusnya menyemarakkan lagi populariti pelancongan pengembaraan. Pelancongan jenis ini menawarkan pelbagai faedah termasuk senaman fizikal, melegakan tekanan dan pendedahan kepada

persekitaran baharu. Dapat dilihat bahawa permintaan untuk pelancongan pengembaraan semakin meningkat secara progresif didorong oleh peningkatan tahap pendapatan boleh guna global serta “keghairahan” dan minat pelanggan yang semakin berkembang (UNWTO, 2014).

Umumnya, pelancongan pengembaraan merujuk kepada aktiviti rekreasi yang melibatkan cabaran fizikal dan sering kali dijalankan di persekitaran semula jadi. Dalam kalangan mahasiswa, aktiviti ini semakin popular sebagai alternatif kepada pelancongan konvensional kerana ia menawarkan pengalaman yang unik serta peluang untuk membentuk jati diri dan kemahiran sosial. Selain itu, perkembangan teknologi dan pengaruh media sosial turut menyumbang kepada peningkatan minat dalam pelancongan adventure. Tujuan utama kajian ini adalah untuk mengkaji motivasi yang mencetuskan penyertaan pelancongan pengembaraan dalam kalangan ahli Kelab Kembara UUM. Motivasi Teori ‘*Push and Pull Factors*’ (Faktor Penolak dan Penarik) yang dicetuskan oleh Dann (1977) dan Crompton (1979) membantu pengkaji memahami keperluan dan kehendak rakyat dalam pelancongan pengembaraan. Kajian ini memfokuskan kepada faktor motivasi terpilih tertentu, terutamanya yang berkaitan dengan faktor penolak (pengalaman baharu, menikmati alam semula jadi, berehat dan bersantai) dan faktor penarik (alam semulajadi dan kemudahan). Namun, motivasi berpotensi lain, seperti pengaruh sosial atau faktor ekonomi, tidak diberikan tumpuan utama. Secara umumnya, terdapat tiga objektif kajian ini iaitu:

- Mengenal pasti hubungan antara faktor penolak dan motivasi yang mencetuskan penyertaan ahli Kelab Kembara UUM dalam pelancongan pengembaraan.
- Menyiasat hubungan antara faktor penarik dan motivasi yang mencetuskan penyertaan ahli Kelab Kembara UUM dalam pelancongan pengembaraan.
- Menentukan faktor pencetus yang paling mendorong penyertaan ahli Kelab Kembara UUM dalam pelancongan pengembaraan.

Pelancongan pengembaraan, yang mungkin menjadi trend pada peringkat pertama pada masa kini, perlu diuruskan dengan cekap untuk mengekalkan keselarasannya dalam industri pelancongan. Di sebalik pertumbuhan pesat aktiviti pelancongan pengembaraan di seluruh dunia dalam beberapa tahun kebelakangan ini, tidak banyak kajian yang telah dijalankan ke atas motivasi perjalanan peserta pelancongan pengembaraan (Beedie & Hudson, 2003; Sung, 2004; Naidoo, Ramseook-Munhurrin, Seebaluck, & Janvier, 2015). Melalui satu kajian kes di Kyrgyzstan, tingkah laku motivasi pelancong telah dikaji. Taman Negara Ala-Acha, yang terletak di Kyrgyzstan, ialah destinasi popular untuk pejalan kaki, pengembara, penunggang kuda, berkelah dan pendaki gunung. Namun begitu, kurang kajian mengenai motivasi pelancongan pengembaraan dijalankan di Asia Tenggara, khususnya Malaysia. Justeru, kajian ini dapat membantu menambahkan bilangan kajian berkaitan dengan mengkaji motivasi perjalanan ‘peserta’ pelancongan pengembaraan di Malaysia khususnya di UUM, Sintok, Kedah.

2.0 ULASAN KARYA

Motivasi dalam konteks pelancongan pengembaraan adalah sesuatu yang amat signifikan. Motivasi memainkan peranan penting dalam membentuk pilihan dan tingkah laku pelancong pengembaraan. Motivasi ini secara meluas boleh dikategorikan kepada faktor penolak dan penarik. Faktor penolak (berkait dengan aspek psikologi) adalah pemacu dalaman yang memaksa individu untuk melakukan perjalanan atau pengembaraan, seperti keinginan untuk mencuba pengalaman baharu (*novelty*), pertumbuhan peribadi, dan keperluan untuk melarikan diri daripada kehidupan rutin (Mansfield, 1992; Crompton, 1979). Sebaliknya, faktor penarik ialah atribut luaran destinasi yang menarik pelancong, seperti landskap semulajadi, pengalaman budaya dan ketersediaan aktiviti serta kemudahan yang terlibat sepanjang pengembaraan itu sendiri (Fodness, 1994). Interaksi antara faktor penolak dan penarik ini mewujudkan motivasi yang signifikan untuk menyertai atau terlibat dengan pelancongan pengembaraan, apabila individu mencari destinasi yang selaras dengan keinginan intrinsik dan ekstrinsik mereka. Memahami korelasi ini adalah penting bagi pihak berkepentingan dalam industri pelancongan, kerana ia dapat membantu merekabentuk dan mempromosikan produk pelancongan pengembaraan yang memenuhi keperluan motivasi pasaran sasaran mereka dengan lebih berkesan (Gnoth, 1997; Kozak, 2002).

Teori psikologi sering disebut dalam kesusasteraan mengenai motivasi pelancongan untuk menjelaskan mengapa orang mencari jenis pengalaman perjalanan tertentu. Sebagai contoh, penerapan hierarki keperluan Maslow telah digunakan untuk memahami bagaimana pelancongan pengembaraan memenuhi permintaan psikologi peringkat tinggi seperti penghargaan dan penyempurnaan sendiri (Maslow, 1987). Menurut perspektif ini, orang ramai mahukan pencapaian atau pengiktirafan melalui pengalaman sukar atau mencabar, dan pembangunan peribadi apabila keperluan asas mereka dipenuhi. Selain itu, model motivasi penolak-penarik pelancong, yang membezakan antara tarikan luar (faktor penarik) dan motivasi dalaman (faktor penolak), merupakan satu lagi paradigma teori yang berkaitan. Orang ramai didorong untuk mencari pengalaman pelancongan pengembaraan dengan faktor penolak seperti keperluan untuk mencuba pengalaman baharu, pengembaraan, atau rehat daripada rutin kebiasaan (Mansfield, 1992). Pelancong tertarik ke kawasan tertentu dengan faktor tarikan, seperti tarikan destinasi, ciri-ciri alam semulajadi dan ketersediaan aktiviti pengembaraan (Crompton, 1979).

Penyelidikan empirikal telah memberikan pandangan yang ketara tentang insentif tertentu yang mempengaruhi penglibatan pelajar dalam pelancongan pengembaraan. Sebagai contoh, Pomfret dan Bramwell (2016) mendapati bahawa pelajar terutamanya didorong oleh keseronokan dan pengalaman baharu pengembaraan, di samping peluang untuk berinteraksi dengan alam semulajadi dengan mengambil bahagian dalam aktiviti fizikal. Kajian Sung (2004) mendapati bahawa pelancong pengembaraan terutamanya didorong oleh keperluan untuk cabaran, adrenalin, dan pembuktian jati diri. Penyertaan pelajar dalam aktiviti pengembaraan pula kebanyakannya didorong oleh dinamik kumpulan, tekanan rakan sebaya dan keperluan untuk hubungan sosial (Mansfield, 1992). Ini disokong oleh kajian oleh Kozak (2002) yang menunjukkan bahawa pelajar kerap melakukan perjalanan dalam

kumpulan dipengaruhi oleh pilihan rakan sebaya mereka.

Seperti yang dibincangkan oleh Mueller & Pell (2016), majoriti penyelidik bersetuju bahawa risiko (cabaran) kepada kehidupan dan kesihatan adalah ciri signifikan dan penentu kepada pelancongan pengembaraan, yang membayangkan bahawa pengembaraan adalah berbeza daripada kehidupan seharian biasa yang lebih menyeronokkan dan menarik (Fletcher, 2010; Gstaettner et al., 2016). Tambahan pula, menurut Laporan Global UNWTO mengenai Pelancongan Pengembaraan (2014), pelancongan pengembaraan ditakrifkan sebagai "perjalanan yang merangkumi sekurang-kurangnya dua daripada tiga elemen berikut: aktiviti fizikal, persekitaran semula jadi dan penglibatan elemen kebudayaan." Justeru, pelancongan pengembaraan umumnya dapat ditakrifkan sebagai pembelian perjalanan pengembaraan 'berpandu' atau aktiviti yang merangkumi risiko, ketidakpastian dan kesukaran tertentu.

Terdapat banyak faktor yang mendorong orang ramai terlibat dalam pelancongan pengembaraan. Antaranya adalah faktor luaran, yang merupakan destinasi atau aktiviti yang terdiri dalam pelancongan pengembaraan, atau ianya datang dari dalaman, yang merupakan keinginan individu untuk mencari pengalaman baharu dan ingin melarikan diri singkat dari persekitaran biasa. Beberapa teori telah dibangunkan dalam pelancongan pengembaraan, antaranya Plog's Model (1974), Maslow's *Hierarchy of Needs* (1987) dan Dann's *Theory of Pull-Push Factors* (1977) dan Crompton's *Theory of Motivation* (1979). Menurut Crompton (1979), faktor pendorong atau penolak memainkan peranan penting dalam menjelaskan tingkah laku pengunjung. Banyak kajian tentang motivasi pelancong menggunakan faktor penolak dan penarik (*push and pull factors*), antaranya Dann (1977); Kozak (2002); Kim, Lee, & Klenosky (2003); Pomfret (2006); Pomfret & Bramwell (2014); Giddy (2015); Naidoo et.al. (2015). Dalam hal ini, para sarjana dan penyelidik sering menggunakan pendekatan ini untuk meneroka elemen dalaman dan persekitaran yang mempengaruhi pembuatan keputusan (Pomfret, 2006).

Wang (2016) pula mendapati bahawa keputusan perjalanan dipengaruhi oleh kedua-dua faktor dalaman dan luaran, termasuk ciri destinasi. Menurut Mohammad dan Som (2010) dan Che Aziz et al. (2020), motivasi atau faktor penolak merujuk kepada tuntutan psikologi individu yang mendorong mereka mengembara, manakala motivasi atau faktor penarik pula adalah faktor yang menarik mereka ke tempat atau melakukan aktiviti tertentu. Sebaliknya, menurut Crompton (1979) dan Hashim et al. (2019), faktor penolak termasuk 'kebebasan daripada rutin kebiasaan' (*escape*), rehat, santai, prestij dan harga diri, manakala pembolehubah tarikan termasuk iklim, tapak bersejarah, keindahan pemandangan dan kebolehcapaian. Beberapa kajian terdahulu juga telah membuktikan bahawa faktor tolakan dan tarikan mempengaruhi penyertaan pelancongan pengembaraan. Crompton (1979) dan Bello dan Etzel (1985) bersetuju bahawa hubungan antara faktor penolak dan faktor penarik boleh mempengaruhi motivasi pelancongan pengembaraan.

Dalam kajian yang telah dijalankan yang melibatkan 101 ahli Kelab Kembara UUM ini, penekanan telah diberikan terhadap empat perpektif berikut:

➤ Motivasi

Motivasi berasal daripada perkataan motif, satu istilah daripada perkataan Latin. Motif boleh ditakrifkan sebagai keadaan dalaman yang mempengaruhi cara orang bertindak. Menurut Fred Luthans, motivasi ialah satu proses yang bermula dengan kekurangan atau keperluan fisiologi atau psikologikal yang mengaktifkan tingkah laku atau dorongan yang ditujukan kepada matlamat atau insentif. Menurut Dalton E. McFarland, motivasi juga merujuk kepada cara dorongan, dorongan, keinginan, aspirasi, usaha atau keperluan mengarahkan, mengawal dan menjelaskan tingkah laku manusia.

➤ Pelancongan Pengembaraan

"Pelancongan pengembaraan ialah satu bentuk perjalanan di mana persepsi (dan selalunya realiti) risiko yang lebih tinggi mencipta tarikan istimewa kepada segmen tertentu dalam pasaran pelancongan" (Goeldner, Ritchie dan McIntosh, 2000). Selain itu, pelancongan pengembaraan ialah satu bentuk aktiviti pelancongan khusus, selalunya aktiviti luar, yang melibatkan penerokaan kawasan yang jauh dan menganalisis diri terhadap alam semula jadi dan pelbagai unsurnya seperti udara, air, gunung dan keadaan persekitaran dan cuaca.

➤ Faktor Penolak (*Push*)

Faktor penolak ialah daya atau keadaan yang mempunyai keupayaan untuk memujuk, memberi inspirasi dan menggesa pengembara untuk melawat lokasi tertentu. Selain itu, faktor pendorong ialah tekanan dalaman atau motivasi yang mendorong pengembara untuk mencari aktiviti yang mengurangkan keinginan mereka. Ia menggalakkan pengembara untuk mengembara sebagai satu cara untuk melepaskan diri dari kesibukan biasa dan rutin membosankan, atau kebiasaan kawasan tempat tinggal atau persekitaran biasa mereka. Oleh itu, pengembara percaya bahawa faktor-faktor ini mungkin mendorong orang ramai untuk melakukan perjalanan untuk berehat dan “mengecas semula bateri mereka” untuk kembali segar semula (Dunne et al., 2011). Elemen tolakan akhirnya bertanggungjawab untuk menggalakkan pengembara untuk terlibat dalam interaksi sosial, mencari pengalaman baharu dan menjadi lebih aktif (Yousefi dan Marzuki, 2015; Seebaluck et al., 2015; Isa dan Ramli, 2014; Mohammad dan Som, 2010).

➤ Faktor Penarik (*Pull*)

Faktor penarik dianggap sebagai eksternaliti sesebuah destinasi yang boleh menarik minat pelancong untuk melancong dan menyumbang kepada keinginan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut. Cara paling mudah untuk menentukan faktor tarikan ialah ia datang dari destinasi itu sendiri, apa yang luaran kepada pelancong (Seebaluck et al., 2015). Selain itu, faktor tarikan timbul disebabkan daya tarikan sesuatu destinasi, termasuk pantai, kemudahan rekreasi dan tarikan kebudayaan (Uysal dan

Jurowski, 1994). Secara tradisinya, faktor tarikan dianggap lebih berpengaruh dalam menjelaskan pilihan destinasi (Crompton, 1979, Bello dan Etzel, 1985).

3.0 METODOLOGI

Kaedah kajian mengenai motivasi yang mencetuskan penyertaan pelancongan pengembaraan di kalangan ahli Kelab Kembara UUM adalah menggunakan kaedah kuantitatif, khususnya tinjauan soal selidik untuk mengumpul data daripada ahli Kelab Kembara di Universiti Utara Malaysia yang mengambil bahagian secara aktif dalam pelancongan pengembaraan. Tujuan penyelidikan ini adalah untuk melihat faktor pencetus yang paling mendorong penyertaan ahli Kelab Kembara UUM dalam pelancongan pengembaraan. Skop dan had kajian tertumpu kepada pelancongan pengembaraan di Malaysia. Seramai 101 ahli Kelab Kembara UUM yang pernah menyertai pelancongan pengembaraan sebelum ini telah terlibat sebagai responden kajian. Secara keseluruhannya, kajian ini menggabungkan teknik kuantitatif dan kerangka konseptual yang disokong oleh literatur terdahulu untuk meneroka motivasi yang mencetuskan penyertaan pelancongan pengembaraan dalam kalangan ahli Kelab Kembara UUM.

Soal selidik yang diedarkan kepada responden dibahagikan kepada 4 bahagian: A, B, C dan D. Bahagian A adalah untuk mengumpul data demografi tentang responden seperti jantina, umur, tahun pengajian, etnik, kekerapan menyertai pelancongan pengembaraan dan sebab penyertaan pelancongan pengembaraan. Bahagian B mengandungi pernyataan berkaitan faktor penolak yang mendorong penyertaan pelancongan pengembaraan di kalangan responden, manakala Bahagian C adalah berkaitan faktor penarik. Pada Bahagian D data yang diperolehi adalah tentang penyertaan responden dalam pelancongan pengembaraan secara umum. Skala Likert 6-mata (*points*) digunakan bagi mendapatkan tahap persetujuan responden untuk Bahagian B, C dan D. Julat untuk skala ini adalah dari 1 hingga 6 yang bermula daripada Amat Sangat Tidak Setuju (*Disagree Very Strongly*), Sangat Tidak Setuju (*Disagree Strongly*), Tidak Setuju (*Disagree*), Setuju (*Agree*), Sangat Setuju (*Agree Strongly*) dan Amat Sangat Setuju (*Agree Very Strongly*). Borang soal selidik tersebut telah diedarkan kepada semua responden melalui pautan laman web dan media sosial. Aplikasi rangkaian sosial seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp Messenger digunakan kerana ia membenarkan data disimpan dan kemudian dinilai.

4.0 ANALISIS DATA DAN PENEMUAN

Secara ringkasnya, kajian ini menggunakan metodologi kuantitatif, dengan mengaplikasikan teknik analitik seperti analisis deskriptif dan ujian-T untuk membandingkan aspek berkaitan faktor penolak dan penarik yang ditetapkan serta menyiasat hubungan antara penyertaan ahli Kelab Kembara UUM dalam pelancongan pengembaraan dan motivasi yang mencetuskan penglibatan mereka. Rangka kerja konseptual, berdasarkan Model Faktor Penolak dan Penarik, telah menyediakan asas teori untuk

menganalisis kesan motivasi ke atas penyertaan dalam pelancongan pengembaraan. Dalam konteks ini, data telah dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

Faktor Penolak	
Pembolehubah	Pernyataan
Pengalaman Baharu	Saya seronok mengalami aktiviti baharu dan unik ketika melancong. Pelancongan pengembaraan membolehkan saya keluar daripada zon selesa saya. Saya mencari pengalaman yang mendebarkan dan mengujakan semasa perjalanan saya.
Menikmati Alam Semulajadi	Saya seronok berada dalam persekitaran semula jadi seperti hutan, gunung dan lautan. Menghabiskan masa di alam semula jadi membantu saya berasa santai dan segar. Saya menyertai pelancongan pengembaraan untuk 'berhubung' dengan alam semula jadi.
Berehat dan Bersantai	Pelancongan pengembaraan membantu saya berehat daripada rutin harian saya sebagai seorang pelajar. Saya mendapati aktiviti pelancongan pengembaraan adalah santai dan menghilangkan tekanan. Melibatkan diri dalam pelancongan pengembaraan membolehkan saya berehat dan 'segar' semula (<i>recharge</i>).

Jadual 4.1: Faktor Penolak

Statistik deskriptif pembolehubah “Pengalaman Baharu” digambarkan dalam Jadual 4.1. Item "Saya mencari pengalaman yang mendebarkan dan mengujakan semasa perjalanan saya" mempunyai nilai min tertinggi (Min=4.94 dan Sisihan Piawai=0.846). Memandangkan skala adalah dari julat 1 hingga 6, maka dapat dilihat bahawa semakin ramai individu bersetuju dengan sesuatu objek, semakin hampir min dengan nilai 6. "Saya seronok mengalami aktiviti baharu dan unik semasa melancong" mempunyai nilai min terendah untuk pembolehubah ini (Min=4.89 dan Sisihan Piawai=0.859).

Bagi pembolehubah “Menikmati Alam Semulajadi” pula pernyataan dengan nilai min tertinggi (Min = 5.15, Sisihan Piawai = 0.684) ialah "Menghabiskan masa di alam semula jadi membantu saya berasa santai dan segar semula". Pernyataan "Saya menyertai pelancongan pengembaraan untuk berhubung dengan alam semula jadi" mempunyai nilai min terendah, dengan (Min = 5.05 dan sisihan piawai = 0.792).

Pembolehubah ketiga bagi Faktor Penolak iaitu “Berehat dan Bersantai” mencadangkan bahawa pelajar secara amnya mempunyai persepsi positif terhadap pelancongan pengembaraan sebagai cara untuk berehat dan bersantai daripada rutin harian mereka. Pernyataan yang mendapat pilihan tertinggi (Min = 5.39, Sisihan Piawai = 0.734) menunjukkan bahawa pelajar sangat bersetuju bahawa aktiviti pelancongan pengembaraan membantu mereka berehat dan menghilangkan tekanan. Selain itu, pernyataan mengenai berehat dan menjadi segar semula (*recharge*) juga mendapat persetujuan yang kukuh (Min = 5.02, Sisihan Piawai = 0.748). Walaupun masih positif, pernyataan berkadar terendah (Min = 4.67, Sisihan Piawai = 0.861) mencadangkan pelancongan pengembaraan dilihat sebagai “rehat daripada rutin kebiasaan”, tetapi dengan lebih banyak variasi dalam respons.

Faktor Penarik	
Pembolehubah	Pernyataan
Alam Semulajadi	Pemandangan semula jadi destinasi menarik saya untuk menyertai pengembaraan pelancongan. Saya memilih destinasi pelancongan pengembaraan berdasarkan mereka keindahan alam semulajadi. Saya lebih tertarik dengan destinasi yang menawarkan kepelbagaian dan keaslian persekitaran semulajadi
Kemudahan	Kualiti kemudahan (seperti penginapan, pengangkutan) mempengaruhi pilihan destinasi pelancongan pengembaraan saya. Saya lebih suka destinasi dengan infrastruktur yang dibangunkan dengan baik untuk aktiviti pengembaraan. Ketersediaan langkah keselamatan dan perkhidmatan kecemasan adalah penting bagi saya apabila memilih destinasi pelancongan pengembaraan.

Jadual 4.2: Faktor Penarik

Seperti di Jadual 4.2 di atas, pembolehubah pertama bagi Faktor Penarik iaitu “Alam Semulajadi” menunjukkan bahawa pemandangan alam semula jadi memainkan peranan penting dalam menarik minat responden menyertai pelancongan pengembaraan. Pernyataan pilihan tertinggi (Min = 5.16, Sisihan Piawai = 0.869) mencadangkan bahawa keindahan alam sekitar merupakan faktor utama dalam memilih destinasi. Responden juga menunjukkan keutamaan yang kuat (Min = 4.98, Sisihan Piawai = 0.848) untuk destinasi dengan persekitaran yang pelbagai dan masih terpelihara (asli). Walaupun masih penting, tarikan umum kepada pemandangan semula jadi (Min = 4.78, Sisihan Piawai = 0.965) mempunyai lebih sedikit variasi dalam respons.

Bagi pembolehubah “Kemudahan” pula, dapat dilihat bahawa pelajar menganggap infrastruktur dan kemudahan penting semasa memilih destinasi pelancongan pengembaraan. Faktor penarafan tertinggi ialah kualiti kemudahan (Min = 5.05, Sisihan Piawai = 0.805) dan infrastruktur yang dibangunkan dengan baik (Min = 5.04, Sisihan Piawai = 0.811), menunjukkan keutamaan yang kukuh untuk keselesaan dan kemudahan. Walaupun langkah keselamatan juga penting (Min = 4.61, Sisihan Piawai = 0.848), ianya dinilai lebih rendah sedikit, menunjukkan bahawa walaupun keselamatan menjadi kebimbangan dan pertimbangan, ia mungkin bukan keutamaan tertinggi berbanding infrastruktur dan kemudahan.

Keputusan **ujian-T** sampel bebas bagi semua pembolehubah untuk faktor penolak mahupun penarik menunjukkan tiada perbezaan yang signifikan secara statistik antara lelaki dan perempuan untuk kesemua pernyataan kecuali bagi satu sahaja pernyataan faktor penolak: “Saya menyertai pelancongan pengembaraan untuk ‘berhubung’ dengan alam semula jadi”. Perbezaan yang signifikan secara statistik iaitu ($t = -2.156$, $p = 0.034$) bagi pernyataan ini menunjukkan bahawa, sementara kedua-dua jantina menghargai alam semula jadi, wanita mungkin lebih bermotivasi untuk melibatkan diri dalam pelancongan pengembaraan sebagai cara ‘berhubung’ dengan persekitaran semula jadi. Untuk pernyataan faktor penolak yang lain, ujian-T menunjukkan bahawa:

- kedua-dua responden lelaki dan perempuan berkongsi motivasi yang sama untuk pelancongan pengembaraan, tanpa perbezaan yang ketara berdasarkan jantina; dan,
- kedua-dua pelajar lelaki dan perempuan menganggap pelancongan pengembaraan sebagai cara yang berfaedah untuk berehat dan kembali 'segar semula' (*recharge*).

Bagi faktor penarik pula, ujian-T jelas menunjukkan bahawa kedua-dua jantina sama-sama menghargai pengalaman berkaitan alam semula jadi. Penemuan ini membayangkan bahawa responden lelaki dan wanita sama-sama menghargai keindahan alam sekitar dan pemandangan semula jadi destinasi apabila memilih lokasi pelancongan pengembaraan. Dapatan ini turut mencadangkan bahawa kedua-dua responden lelaki dan perempuan sama-sama menghargai infrastruktur, kemudahan dan pertimbangan keselamatan semasa memilih destinasi pelancongan pengembaraan.

Penyataan dalam Pelancongan Pengembaraan
Saya sanggup pergi ke tempat yang luar biasa untuk pelancongan pengembaraan.
Saya lebih suka pelancongan pengembaraan berbanding jenis percutian lain.
Saya sering mencari maklumat tentang destinasi pelancongan pengembaraan baharu.
Keluarga dan rakan saya mempengaruhi keputusan saya untuk menyertai pelancongan pengembaraan.

Jadual 4.3: Penyertaan dalam Pelancongan Pengembaraan

Jadual 4.3 menjelaskan bahawa pelajar secara amnya mempunyai keutamaan yang kuat untuk pelancongan pengembaraan. Pernyataan pilihan tertinggi (Min = 5.09, Sisihan Piawai = 0.838) mencadangkan bahawa keluarga dan rakan memainkan peranan penting dalam keputusan mereka untuk mengambil bahagian. Mereka juga cenderung memilih pelancongan pengembaraan berbanding percutian lain (Min = 5.08, Sisihan Piawai = 0.796) dan secara aktif mencari maklumat tentang destinasi baharu (Min = 5.01, Sisihan Piawai = 0.755), menunjukkan minat mereka yang kuat dalam pelancongan pengembaraan. Kesanggupan pergi ke tempat yang luar biasa walaupun menjadi pilihan terendah, namun masih mencatatkan keputusan yang tinggi (Min = 4.76, Sisihan Piawai = 0.950).

Keputusan ujian-T sampel bebas untuk "Penyataan dalam Pelancongan Pengembaraan" juga menunjukkan tiada perbezaan yang signifikan secara statistik antara jantina untuk keempat-empat pernyataan. Dapat disimpulkan di sini:

- kedua-dua jantina mempunyai kesanggupan yang sama untuk mengembara ke destinasi unik,
- kedua-dua responden lelaki dan perempuan mempunyai pilihan yang setanding untuk pelancongan pengembaraan,
- responden lelaki dan perempuan sama-sama mencari maklumat tentang destinasi baharu, dan;
- pengaruh sosial memberi kesan yang sama kepada kedua-dua jantina.

5.0 PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Dapatan dan perbincangan tertumpu kepada hubungan antara penyertaan ahli Kelab Kembara UUM dalam pelancongan pengembaraan dengan motivasi yang mencetuskan mereka. Kajian ini menekankan peranan faktor penolak dan penarik dalam mempengaruhi penyertaan dalam pelancongan pengembaraan. Kajian ini mengkaji jantina responden, umur, tahun pengajian, etnik, kekerapan menyertai pelancongan pengembaraan dan sebab menyertai pelancongan pengembaraan. Majoriti responden kajian adalah perempuan, manakala majoriti responden pula berumur antara 22 hingga 24 tahun dengan majoriti responden berada di tahun keempat pengajian, berbanding tahun satu, dua dan tiga. Majoriti responden berbangsa Melayu diikuti oleh Cina dan India. Di samping itu, majoriti responden mempunyai pengalaman 2 hingga 3 kali dalam pelancongan pengembaraan dan majoriti responden menyatakan bahawa menyertai pelancongan pengembaraan adalah keputusan atas keinginan mereka sendiri.

Kajian ini menilai faktor-faktor yang mencetuskan penyertaan pelancongan pengembaraan. Kajian ini menggunakan skala jenis Likert 6-mata, dengan min 3 menunjukkan bahawa faktor kurang setuju dan min lebih daripada 4 menunjukkan bahawa faktor itu lebih boleh diterima, berdasarkan analisis min terhadap lima pembolehubah faktor penolak dan penarik iaitu pengalaman baharu (*novelty*), menikmati alam semula jadi, berehat dan bersantai, alam semulajadi (persekitaran) dan kemudahan.

Statistik deskriptif diaplikasikan dalam menganalisis lima pembolehubah (berdasarkan pilihan pernyataan yang berkaitan kepada responden) bagi faktor penolak dan penarik bagi mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kesannya terhadap penyertaan pelancongan pengembaraan. Keputusan menunjukkan bahawa nilai min yang tinggi untuk semua pernyataan memberi bayangan bahawa responden secara amnya mempunyai pengalaman yang amat menyenangkan dengan 'pengalaman baharu' dan amat berpuashati berada di persekitaran semula jadi seperti hutan, gunung dan lautan. Menghabiskan masa di alam semula jadi juga membantu mereka untuk berasa lebih santai dan segar semula melalui penyertaan mereka dalam pelancongan pengembaraan dengan pengalaman 'berhubung secara lebih dekat' dengan alam semula jadi. Malahan, didapati bahawa pelancongan pengembaraan dapat membantu responden untuk 'berehat' daripada rutin harian sebagai pelajar, menghilangkan tekanan serta membolehkan mereka 'berehat dan mengecas' (kembali segar) semula. Seterusnya, bagi faktor tarikan pula didapati bahawa para responden memilih destinasi pelancongan berdasarkan keindahan alam semulajadi mereka dan tertarik dengan destinasi yang menawarkan persekitaran alam yang pelbagai dan asli. Manakala, bagi pembolehubah kemudahan, dapat dilihat bahawa para responden amat menitikberatkan aspek kualiti kemudahan di destinasi, infrastruktur yang dibangunkan dengan baik dan ketersediaan langkah keselamatan serta perkhidmatan kecemasan di destinasi dalam memilih untuk terlibat dalam pelancongan pengembaraan.

Analisis data yang dijalankan menggunakan teknik statistik seperti analisis deskriptif, frekuensi dan analisis ujian-T telah memberikan gambaran yang berharga tentang motivasi yang mencetuskan

penyertaan pelancongan pengembaraan dalam kalangan ahli Kelab Kembara UUM. Penemuan ini memberikan pandangan yang berharga untuk perancangan strategik dan peningkatan perkhidmatan untuk meningkatkan pengalaman pelawat. Dengan memahami faktor motivasi ini, penyedia pelancongan boleh membangunkan kemudahan yang lebih baik dan aktiviti yang lebih pelbagai untuk menarik lebih ramai pelancong pelajar. Hasil kajian juga berfungsi sebagai asas untuk penyelidikan masa depan dan inisiatif praktikal yang bertujuan untuk memupuk penyertaan yang lebih besar dalam pelancongan pengembaraan.

Dapatan kajian ini juga mempunyai beberapa implikasi penting dalam konteks pemahaman teori dan aplikasi praktikal. Pertama, dari aspek teori, penyelidikan ini menyumbang kepada peningkatan pengetahuan mengenai motivasi pelancongan pengembaraan dengan memberikan pandangan tentang faktor-faktor khusus yang mendorong pelajar universiti terlibat dalam aktiviti tersebut. Ianya juga mempertingkatkan teori motivasi sedia ada dengan menonjolkan peranan penawaran pengalaman baharu, pencarian keseronokan, pengaruh sosial, dan pembangunan peribadi dalam membentuk penyertaan pelajar dalam pelancongan pengembaraan. Secara praktikal pula, kajian ini menawarkan maklumat bernilai kepada pengendali pelancongan, kelab dan persatuan berkenaan di universiti, dan penggubal dasar dalam merekabentuk program dan strategi pemasaran berfokus bagi memenuhi keutamaan dan motivasi pelajar. Sebagai contoh, penyedia pelancongan pengembaraan boleh menyesuaikan tawaran mereka untuk memasukkan aktiviti yang selaras dengan motivasi pelajar, seperti pengalaman yang mencabar secara fizikal, melegakan tekanan atau peluang untuk ikatan sosial. Selain itu, universiti dan organisasi pelajar, seperti Kelab Kembara, boleh menggunakan penemuan ini untuk meningkatkan program pelancongan pengembaraan mereka dengan memasukkan elemen yang memaksimumkan penglibatan dan kepuasan pelajar. Penyelidikan itu juga mempunyai implikasi dasar, yang mencadangkan bahawa universiti dan pihak berkuasa pelancongan tempatan boleh bekerjasama untuk mewujudkan peluang pelancongan pengembaraan yang lebih selamat dan lebih mudah untuk diakses serta memastikan infrastruktur dan langkah keselamatan yang betul disediakan. Kajian ini juga menekankan kepentingan pengaruh positif rakan sebaya dan sokongan sosial dalam menggalakkan penglibatan pelajar, yang boleh dimanfaatkan melalui promosi yang disasarkan, insentif berasaskan kumpulan serta kempen kesedaran yang lebih agresif dan progresif. Seterusnya penemuan kajian ini juga boleh diperluaskan kepada inisiatif pelancongan dan pelancongan berasaskan pelajar yang lain bagi menyediakan rangka kerja untuk memahami penglibatan belia dalam pelancongan pengembaraan di luar UUM. Akhir sekali, kajian ini berfungsi sebagai asas untuk penyelidikan masa depan dengan mengenal pasti jurang yang boleh diterokai dengan lebih lanjut, seperti kesan jangka panjang pelancongan pengembaraan terhadap kesejahteraan dan aspirasi kerjaya pelajar, atau peranan platform digital dalam mempengaruhi keputusan perjalanan mereka.

RUJUKAN

- Beedie, P., & Hudson, S. (2003). *Emergence of mountain-based adventure tourism*. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625-643.
- Bello, D. C., & Etzel, M. J. (1985). *The rate of novelty in pleasure travel experiences*. *Journal of Travel Research*, 24(1), 20-26.
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428-1433. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.12.003>
- Che Aziz, R., Zainudin, O., & Jusoh, M. (2020). *Push and pull motivation factors for visiting cultural tourism destinations in Malaysia*. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 8(2), 123-133. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2020.02.005>
- Crompton, J. (1979). *Motivations for pleasure vacation*. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). *Motives of visitors attending festival events*.
- Dann, G. (1977). *Anomie, ego-enhancement and tourism*. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Dann, G. M. S. (1981). *Tourist motivation: An appraisal*. *Annals of Tourism*
- Dunne, G., Flanagan, S., & Buckley, J. (2011). *Towards a decision-making model for city break travel*. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5(2), 158-172.
- Fletcher, R. (2010). *The emperor's new adventure: Public secrecy and the paradoxes of adventure tourism*. *Journal of Contemporary Ethnography*, 39(1), 6-33. <https://doi.org/10.1177/0891241609341436>
- Fluker, M., & Turner, L. (2000). *Beyond Maslow's hierarchy of needs: Traditional and non-traditional motivations for visiting an adventure tourism destination*. *Journal of Travel Research*, 38(4), 380-383. <https://doi.org/10.1177/004728750003800408>
- Fodness, D. (1994). *Measuring tourist motivation*. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90003-5)
- Giddy, J. K. (2015). *The influence of human-environment interaction on adventure tourism*. In M. Kozak & N. Kozak (Eds.), *Tourism development* (pp. 92– 106). Cambridge Scholars Publishing.
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B., & McIntosh, R. W. (2000). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Gnoth, J. (1997). *Tourism motivation and expectation formation*. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 283-304. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(96\)00064-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(96)00064-9)
- Gstaettner, A. M., Lee, D., & Weiler, B. (2016). *"It's not all beer and skittles": Destinations and adventure tour operators' perspectives on risk in adventure tourism*. *Tourism Management Perspectives*, 19, 69-74. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.001>

- Hashim, N. H., Murphy, J., & Hashim, N. M. (2019). *Understanding the push and pull factors in the destination image of Penang*. Journal of Tourism and Cultural Change, 17(2), 222-236. <https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1472742>
- Isa, S., & Ramli, L. (2014). *Factors influencing tourist visitation in marine tourism: Lessons learned from FRI Aquarium Penang, Malaysia*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 8(1), 103-117.
- Kim, S. S., Lee, C.-K., & Klenosky, D. B. (2003). *The influence of push and pull factors at Korean national parks*. Tourism Management, 24(2), 169-180.
- Kozak, M. (2002). *Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations*. Tourism Management, 23, 221-232. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00090-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00090-5)
- Luthans, F. (1998). *Organizational behavior* (8th ed.). Irwin McGraw-Hill.
- Mansfield, Y. (1992). *Motivation and satisfaction in tourism*. Annals of Tourism Research, 19(2), 190-204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90108-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90108-6)
- Maslow, A. H. (1987). *Motivation and personality* (3rd ed.). Addison Wesley Longman, Inc.
- Mohammad, B., & Som, A. (2010). *An analysis of push and pull travel motivations of foreign tourists to Jordan*. International Journal of Business and Management, 5(12), 41-50. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v5n12p41>
- Mueller, H., & Pell, J. (2016). *Adventure tourism*. In Travel and Tourism Management (pp. 123-145). Springer.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrun, P., Seebaluck, N. V., & Janvier, S. (2015). *Investigating the motivation of baby boomers for adventure tourism*. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 175, 244–251
- Plog, S. C. (1974). *Why destination areas rise and fall in popularity*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 14(4), 55-58. <https://doi.org/10.1177/001088047401400409>
- Pomfret, G. (2006). *Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research*. Tourism Management, 27(1), 113-123. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.003>
- Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). *The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: A review and analysis*. Current Issues in Tourism, 19(14), 1447-1478.
- Schumacher, H. J. (2007, June 15). *Let's talk Europe: Ecotourism*. Business World, p.S1/6.
- Seebaluck, N., Munhurran, P., Naidoo, P., & Rughoonauth, P. (2015). *An analysis of the push and pull motives for choosing Mauritius as "the" wedding destination*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences, 175*, 201-209. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1192>
- Sung, H. H. (2004). *Classification of adventure travelers: Behaviour, decision making, and target markets*. Journal of Travel Research, 42(4), 343-356.

Umie Umairah Mohd Nasri (2025). *Motivation that Triggers Adventure Tourism Participation among Kelab Kembara Members in Universiti Utara Malaysia, UUM*. Thesis Ijazah Sarjana Muda Pengurusan Pelancongan.

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). (2014). Summary for policymakers. In *Climate change 2013 – The physical science basis: Working group I contribution to the fifth assessment report of the intergovernmental panel on climate change* (pp.1-30). Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). *Testing the push and pull factors*. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.

Wang, D. (2016). *The influence of online reviews on travel decision-making: A tourist perspective*. *Journal of Travel Research*, 55(6), 707-719.
<https://doi.org/10.1177/0047287516563354>

Yousefi, M., & Marzuki, A. (2015). *An analysis of push and pull motivational factors of international tourists to Penang, Malaysia*. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16(1), 40-56.