

## KESEDARAN DAN PENGETAHUAN DIGITALISASI DALAM PERKHIDMATAN HOMESTAY KOMUNITI DI KAMPUNG MESILOU, KUNDASANG

(DIGITALISATION IN COMMUNITY HOMESTAY SERVICES AT KAMPUNG MESILOU, KUNDASANG)

IKHRAM, M. N.<sup>1</sup> – YUSOF, M. P.<sup>2,3\*</sup> – RASDI, A. L. M.<sup>2</sup> – SIMIN, M. H. A.<sup>4</sup> – BIDIN, M. F.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Malaysia Sabah, Sabah, Malaysia.*

<sup>2</sup> *Fakulti Hospitaliti, Pelancongan dan Kesejahteraan, Universiti Malaysia Kelantan, Kelantan, Malaysia.*

<sup>3</sup> *Tourism Information Technology Research Group, Universiti Malaysia Kelantan, Kelantan, Malaysia.*

<sup>4</sup> *Fakulti Sains Sosial Gunaan, Universiti Sultan Zainal Abidin (UniSZA), Terengganu, Malaysia.*

*\*Penulis penghubung  
e-mail: pirdaus.y[at]umk.edu.my*

(Received 18<sup>th</sup> October 2025; revised 10<sup>th</sup> December 2025; accepted 24<sup>th</sup> December 2025)

**Abstrak.** Kajian ini menilai tahap kesedaran, pengetahuan dan pengaruh pendigitalan dalam kalangan pengusaha homestay komuniti di Kampung Mesilou, Kundasang, khususnya dalam memasarkan perkhidmatan. Menggunakan pendekatan kuantitatif, sebanyak 36 borang soal selidik diedarkan melalui teknik persampelan bertujuan, manakala data dianalisis menggunakan analisis deskriptif (min, frekuensi dan sisihan piawai) melalui SPSS. Dapatan menunjukkan tahap kesedaran pengusaha terhadap penggunaan teknologi digital berada pada tahap sangat tinggi (min=4.37), namun tahap pengetahuan pendigitalan masih sederhana tinggi (min=3.12), terutamanya dalam kemahiran teknikal seperti penggunaan Instagram, TikTok, e-dagang dan copywriting. Pengaruh pendigitalan terhadap aktiviti perkhidmatan homestay didapati tinggi (min=4.28), khususnya dalam perluasan pasaran dan kecekapan operasi. Sementara itu, langkah-langkah mentransformasikan budaya digital dalam komuniti pengusaha menunjukkan tahap sangat tinggi (min=4.53), menandakan keperluan sokongan berstruktur seperti latihan, kolaborasi pakar, serta infrastruktur digital. Kajian ini menegaskan pentingnya intervensi strategik untuk meningkatkan keupayaan digital pengusaha homestay luar bandar, seterusnya memperkukuh daya saing dan kelestarian industri homestay.

**Katakunci:** *digitalisasi, homestay komuniti, pemasaran pelancongan, keupayaan digital, teknologi pelancongan*

**Abstract.** This study examines the levels of awareness, knowledge, and digitalization influence among community homestay operators in Mesilou Village, Kundasang, with a specific focus on digital marketing practices. Using a quantitative approach, 36 questionnaires were distributed through purposive sampling, and the data were analysed using descriptive statistics (mean, frequency and standard deviation) via SPSS. The findings reveal a very high level of awareness regarding the importance of digital technology (mean=4.37), while the level of digital knowledge remains moderately high (mean=3.12), particularly in technical skills such as the use of Instagram, TikTok, e-commerce and digital copywriting. The influence of digitalization on homestay service activities is high (mean=4.28), especially in market expansion and operational efficiency. Additionally, strategies to transform digital culture among operators recorded a very high level (mean=4.53), indicating the need for structured support such as training, expert collaboration and improved digital infrastructure. This study emphasizes the importance of targeted interventions in enhancing the digital capabilities of rural homestay operators, thereby improving their competitiveness and ensuring the sustainability of the homestay industry.

**Keywords:** *digitalization, community homestay, tourism marketing, digital capabilities, tourism technology*

## **Pengenalan**

Industri Pelancongan merupakan sektor perkhidmatan yang pesat membangun dan menjadi penyumbang utama kepada pendapatan kebanyakan negara di dunia (Yusoh et al., 2023). Di Malaysia, kerajaan sentiasa memberi perhatian serius terhadap pembangunan sektor ini kerana potensinya dalam merancakkan pertumbuhan ekonomi nasional. Seiring dengan perkembangan teknologi global, transformasi digital telah menjadi salah satu agenda penting dalam memperkukuh daya saing industri pelancongan. Perkembangan pesat teknologi digital telah memberi impak langsung terhadap cara perkhidmatan pelancongan diurus dan dipasarkan. Dalam era globalisasi, digitalisasi bukan sahaja meningkatkan kecekapan operasi dan kualiti perkhidmatan, malah memenuhi kehendak pasaran bebas yang semakin berorientasikan teknologi. Justeru, pendigitalan dilihat sebagai satu keperluan yang tidak boleh diabaikan oleh para pemain industri. Dalam konteks industri homestay, pendigitalan telah membawa perubahan ketara terhadap operasi dan strategi pemasaran di seluruh dunia. Penggunaan media sosial, pengiklanan berbayar dan e-mel pemasaran membolehkan pengusaha homestay menjangkau pasaran yang lebih luas serta meningkatkan keterlihatan produk pelancongan mereka. Platform digital turut memperkasa pengusaha untuk menarik pelancong dari seluruh dunia, berbanding bergantung sepenuhnya kepada pasaran setempat. Sebagai contoh, lebih 80% pengusaha homestay di India telah beralih kepada operasi dalam talian bagi menarik lebih ramai pelanggan. Fenomena ini menunjukkan bahawa pendigitalan merupakan komponen penting dalam kejayaan pemasaran homestay global, seterusnya menuntut tahap kesedaran dan pengetahuan digital yang lebih baik dalam kalangan pengusaha (Agapito dan Sigala, 2024; Konstantinova, 2019).

Di Malaysia, pemasaran digital semakin menjadi medium utama untuk meningkatkan keterlihatan dan daya tarikan homestay komuniti. Selaras dengan Dasar Pelancongan Negara 2020–2030, pengusaha homestay mula mengadaptasi pelbagai pendekatan digital sebagai strategi pemasaran utama. Namun begitu, tahap keberkesanan usaha ini sangat bergantung pada tahap pengetahuan dan kemahiran digital pengusaha. Kekurangan kemahiran teknikal khususnya dalam pengurusan platform digital menjadi antara kekangan utama yang membantutkan usaha pemasaran digital secara berkesan. Menurut Yusoh et al. (2023), Sabah merupakan antara negeri yang memiliki jumlah ketibaan pelancong tertinggi di Malaysia. Walau bagaimanapun, industri homestay di negeri ini masih berhadapan dengan pertumbuhan perlahan pasca pandemik COVID-19, meskipun dibantu oleh pelbagai insentif kerajaan. Kekurangan pengunjung serta strategi pemasaran yang kurang efektif menyebabkan ramai pengusaha homestay luar bandar mengalami kesukaran mengekalkan pendapatan, sekali gus menjejaskan manfaat ekonomi komuniti (Yong dan Hassan, 2019). Situasi ini menuntut intervensi segera melalui penggunaan teknologi digital yang lebih meluas, terutamanya di kawasan luar bandar yang masih bergantung kepada kaedah tradisional.

Sehubungan itu, kajian ini dijalankan bagi meneliti tahap pengetahuan pendigitalan dalam kalangan pengusaha homestay komuniti di Kampung Mesilou, Kundasang, khususnya dalam memasarkan perkhidmatan. Kajian ini penting bagi memahami tahap keupayaan digital pengusaha homestay luar bandar serta menyediakan gambaran

tentang keperluan sokongan, latihan dan strategi peningkatan kapasiti untuk memperkukuh ekosistem pendigitalan dalam industri homestay.

### ***Digitalisasi dalam sektor pelancongan***

Digitalisasi telah menjadi pemacu utama transformasi dalam sektor pelancongan global, seiring dengan gelombang Revolusi Industri 4.0 yang mengubah corak permintaan dan tingkah laku pelancong. Teknologi digital seperti big data analytics, IoT, dan kecerdasan buatan (AI) kini memainkan peranan kritikal dalam pengurusan destinasi, pengurusan pelawat dan pengoptimuman pemasaran pelancongan. Transformasi ini menuntut penyedia perkhidmatan untuk mengadaptasi pendekatan lebih responsif, berasaskan data, dan tersuai mengikut keperluan pelancong. Digitalisasi melibatkan integrasi teknologi digital dalam keseluruhan rantai operasi perniagaan termasuk pengurusan pelanggan, pemasaran dan penyampaian perkhidmatan. Dalam konteks pelancongan, transformasi digital membolehkan penyedia perkhidmatan memperluas capaian pasaran melalui platform digital, selain membantu meningkatkan pengalaman pengguna melalui akses maklumat yang lebih cepat, tepat dan interaktif. Peralihan digital ini menuntut penyesuaian semula cara perkhidmatan pelancongan, termasuk homestay, dipasarkan, diurus dan disampaikan bagi memenuhi jangkaan pelancong masa kini. Secara khususnya, penggunaan meluas alat komunikasi digital dan platform dalam talian telah menjadi sangat penting bagi pemilik homestay, khususnya wanita di rantau seperti Indonesia, kerana ia membolehkan mereka mengurus tempahan, mempromosikan perkhidmatan serta berinteraksi dengan bakal tetamu secara berkesan (Ismail dan Sari, 2024). Peralihan ini mencipta norma baharu dalam sistem penyampaian pelancongan yang lebih efisien, selamat dan mudah diakses. Pelaksanaan pendigitalan dalam sektor pelancongan dilihat sebagai keperluan strategik negara, termasuk Malaysia, yang menekankan adaptasi teknologi melalui Dasar Pelancongan Negara 2020–2030.

Pelancong pasca pandemik semakin mengutamakan penggunaan platform digital kerana kemudahan capaian maklumat, ketelusan harga dan kepercayaan terhadap ulasan dalam talian. Platform seperti Google Travel, Airbnb, Booking.com dan media sosial terbukti menjadi sumber maklumat utama buat pelancong moden. Oleh itu, destinasi dan pengusaha yang tidak mengintegrasikan strategi digital berisiko ketinggalan dalam persaingan global.

### ***Digitalisasi dalam perkhidmatan homestay***

Konsep homestay merujuk kepada penginapan di rumah penduduk tempatan yang menawarkan pengalaman budaya dan kehidupan komuniti setempat. Konsep homestay dalam industri pelancongan merujuk kepada bentuk penginapan yang membolehkan pelancong tinggal bersama keluarga angkat tempatan dan mengalami sendiri budaya, gaya hidup serta rutin harian komuniti setempat, berbeza daripada penginapan konvensional seperti hotel atau resort (Sbai dan El Hassouni, 2024; Chaiyakhet, 2014). Model ini menekankan interaksi langsung antara pelancong dan tuan rumah, yang seterusnya menawarkan pengalaman autentik dan mendalam tentang kehidupan tempatan dan menyumbang kepada ekonomi tempatan (Sbai dan El Hassouni, 2024). Pelbagai definisi akademik menegaskan bahawa homestay merupakan penginapan alternatif di mana pelancong ditempatkan bersama keluarga tempatan yang dipilih, berinteraksi secara terus dan terlibat dengan budaya masyarakat tersebut (Janaji dan

Ibrahim, 2020). Pendekatan ini memberi peluang kepada pelancong untuk memahami adat resam, amalan budaya, dan nilai sosial masyarakat melalui pengalaman kehidupan seharian (Rawal, 2023). Pendekatan ini menekankan pertukaran budaya yang mendalam, jauh berbeza daripada konsep bed-and-breakfast yang kurang interaktif (Kayat dan Zainuddin, 2016).

Dalam era digital, penggunaan teknologi telah membawa perubahan besar dalam cara pengusaha homestay mengurus operasi, memasarkan perkhidmatan dan menarik pelanggan. Penggunaan alat komunikasi digital dan platform dalam talian telah menjadi keperluan penting untuk pengusaha homestay mengurus tempahan, mempromosikan perkhidmatan, serta berinteraksi dengan pelanggan dengan lebih efektif. Kajian antarabangsa menunjukkan bahawa digitalisasi memberi impak besar terhadap operasi homestay. Penggunaan platform digital meningkatkan keupayaan pemilik homestay untuk memasarkan produk mereka secara lebih tepat dan strategik. Kajian mendapati bahawa pemasaran digital memberi kesan signifikan terhadap peningkatan tempahan homestay luar bandar melalui pengaruh imej destinasi yang lebih positif dalam talian. Penggunaan media digital seperti platform tempahan, laman web dan media sosial mampu mengatasi isu kelemahan pemasaran yang sering dihadapi homestay kecil, sekali gus meningkatkan keterlihatan dan bilangan tempahan. Strategi pemasaran digital bersepadu (integrated digital marketing) menyumbang secara langsung kepada kejayaan kewangan homestay di India, dengan mengukuhkan hubungan antara promosi dalam talian, reputasi dan kadar penginapan.

Walau bagaimanapun, tidak semua pengusaha homestay mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimum. Kajian di Sulawesi Selatan mendapati bahawa peranan teknologi maklumat masih belum meningkatkan keberkesanan pemasaran digital homestay akibat literasi digital yang terhad dan kekangan sumber di peringkat komuniti. Begitu juga, keupayaan dinamik homestay dan keupayaan pemasaran media sosial perlu dibangunkan secara berterusan agar prestasi homestay dapat dipertingkatkan tanpa mengorbankan keaslian produk pelancongan komuniti. Dapatan-dapatan ini menunjukkan bahawa digitalisasi bukan sahaja isu infrastruktur, tetapi juga berkait rapat dengan keupayaan, kemahiran dan strategi pengusaha homestay sendiri.

### ***Digitalisasi dalam kalangan pengusaha homestay di Malaysia***

Di Malaysia, program homestay telah menjadi asas penting kepada pelancongan luar bandar, membolehkan pelancong merasai pengalaman budaya autentik dan pada masa yang sama menyokong komuniti setempat. Kerajaan Malaysia telah memulakan program homestay pada tahun 1988 bagi memupuk hubungan antara pelancong dan pengusaha tempatan, namun bilangan homestay berdaftar di Selangor telah menunjukkan penurunan yang ketara disebabkan oleh faktor seperti pandemik COVID-19 dan persaingan yang semakin meningkat daripada bentuk penginapan lain. Di Sabah, program homestay telah menjana pendapatan yang besar dan menyumbang secara signifikan kepada hasil pelancongan negeri melalui kehadiran pelancong domestik dan antarabangsa. Sumbangan ekonomi ini menyerlahkan peranan kritikal homestay dalam pembangunan wilayah, khususnya dengan mengambil kira langkah proaktif kerajaan untuk meningkatkan keupayaan pengusaha homestay serta komitmen terhadap peluasan sektor ini secara berterusan. Kerajaan Sabah turut membelanjakan sumber yang besar bagi mengukuhkan industri homestay, dengan mengiktiraf peranannya yang bersifat dwifungsi dalam pembangunan ekonomi dan pemeliharaan budaya.

Penggunaan teknologi digital dalam perkhidmatan homestay semakin mendapat perhatian dan dikaitkan secara langsung dengan prestasi perniagaan. Pengusaha homestay untuk menerima pakai platform internet dan media sosial dipengaruhi oleh faktor seperti tekanan persaingan, kos, infrastruktur dan budaya organisasi. Kajian menunjukkan bahawa walaupun pengusaha homestay menyedari kepentingan Facebook, Instagram dan Twitter sebagai medium promosi, tahap penggunaan sebenar masih rendah disebabkan kekurangan kemahiran teknikal, kos serta kurang keyakinan untuk mengurus kandungan digital secara konsisten. Jurang digital yang ketara dalam kalangan pengusaha homestay luar bandar di Malaysia, khususnya dalam kesedaran dan pengaplikasian pemasaran media sosial. Keadaan ini selari dengan menyatakan masih wujud jurang yang ketara dalam keupayaan mereka untuk memanfaatkan platform digital dan strategi pemasaran berasaskan teknologi bagi meningkatkan prestasi perniagaan. Kekurangan keupayaan ini menyebabkan ramai pengusaha terus bergantung pada kaedah tradisional, sekali gus menghilangkan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama dalam era di mana penggunaan media sosial telah menjadi medium utama dalam mempromosikan produk pelancongan kepada pelancong dan bakal pelanggan.

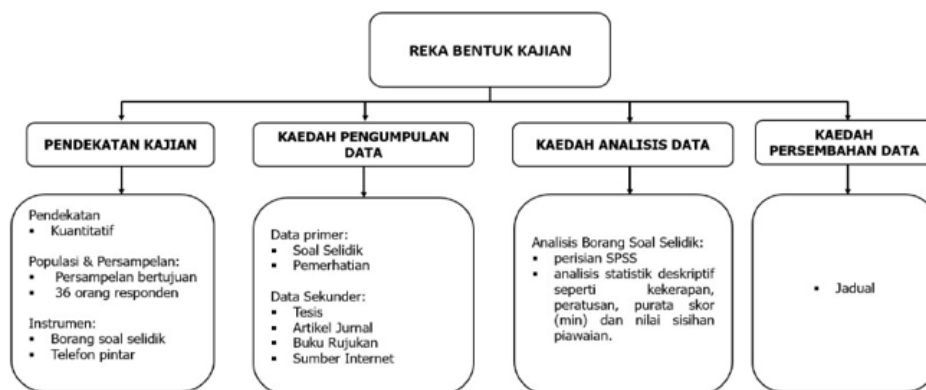
Beberapa kajian turut menunjukkan wujud hubungan positif antara penerimaan teknologi khususnya media sosial dengan peningkatan prestasi kewangan homestay. Hal ini mengukuhkan lagi keperluan kritikal bagi pengusaha homestay untuk meningkatkan kompetensi digital dan keupayaan strategik dalam mengurus sumber pemasaran. Di Sabah, misalnya, pengusaha homestay berdepan pelbagai cabaran seperti kekurangan strategi pemasaran, akses terhadap kepada latihan, serta isu komitmen komuniti dan pembiayaan yang terhad, semuanya memberi kesan kepada keupayaan mereka untuk bersaing dan berkembang. Cabaran tersebut turut dipengaruhi oleh masalah kekurangan kemudahan asas, termasuk akses internet yang stabil di kawasan luar bandar, yang menghadkan kemampuan pengusaha untuk melaksanakan strategi promosi digital secara global. Jurang digital ini bertambah ketara apabila sebahagian besar pengusaha homestay terdiri daripada warga emas yang kurang pendedahan terhadap teknologi dan tidak memiliki kemahiran untuk menggunakan media sosial secara berkesan bagi tujuan pemasaran. Ciri demografi ini menegaskan keperluan mendesak bagi program literasi digital yang bersasar serta pembangunan infrastruktur bagi merapatkan jurang teknologi dan memperkasakan pengusaha homestay dalam ekosistem pelancongan digital yang semakin pesat.

Selari dengan itu, beberapa kajian mutakhir menekankan hubungan antara penggunaan media sosial dan prestasi kewangan homestay. Penggunaan strategik media sosial menyumbang kepada peningkatan prestasi kewangan homestay di Malaysia, khususnya melalui peningkatan tempahan, pengukuhan hubungan dengan pelanggan dan penjenamaan yang lebih kukuh. Penggunaan teknologi digital dilihat sebagai game changer bagi komuniti, termasuk pengusaha homestay, melalui peluasan saluran pasaran, pembukaan segmen pelanggan baharu dan peningkatan peluang dalam ekonomi digital kolaboratif.

## **Instrumen dan Metod Kajian**

Secara umumnya, kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif yang bersifat numerik sebagai kaedah utama. Dalam konteks ini, teknik persampelan yang digunakan dalam kajian ini adalah persampelan bertujuan yang hanya melibatkan pengusaha homestay

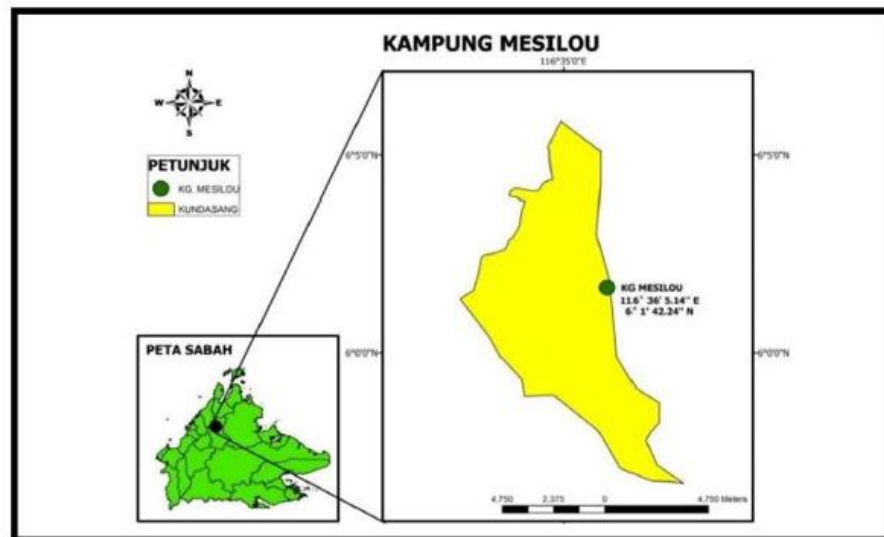
komuniti di Kampung Mesilou, Kundasang. Jumlah bilangan sampel yang digunakan dalam penyelidikan ini, ditentukan berdasarkan jadual penentuan saiz sampel yang dikemukakan. Jumlah populasi kajian adalah seramai 40 orang, maka pengkaji mengambil saiz sampel minimum terlaras iaitu seramai 36 orang. Kajian ini menggunakan instrumen borang soal selidik dan pemerhatian di Kawasan kajian. Pengkaji telah mereka bentuk borang soal selidik berdasarkan objektif kajian yang terbahagi kepada beberapa bahagian iaitu bahagian A,B,C,D, dan E. Dari sudut ini, kaedah pengumpulan data dalam kajian ini melibatkan sumber sekunder (tesis, artikel jurnal, buku rujukan & sumber internet) dan sumber primer (Soal selidik & pemerhatian). Hasil data pula dianalisis menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan perisian SPSS (Statistical Package For The Social Scienses). Analisis ini merangkumi kekerapan, peratusan, purata skor (min) dan nilai sisihan piawai. Secara keseluruhannya, reka bentuk metodologi kajian yang merangkumi pendekatan kajian, kaedah pengumpulan data, kaedah analisis data dan kaedah persembahan data diringkaskan seperti dalam *Rajah 1*.



*Rajah 1. Kerangka metodologi kajian.*

### **Lokasi kajian**

Kampung Mesilou merupakan salah satu kampung yang ada di kawasan mukim Kundasang yang terletak pada ketinggian yang signifikan di kaki Gunung Kinabalu. Kampung ini terletak di bahagian pantai barat dan berdekatan dengan bandar Kundasang dan Ranau (*Rajah 2*), serta tidak terlalu jauh dengan bandar utama seperti Kota Kinabalu iaitu sejauh 100 km sahaja. Nama Kampung ini dikatakan berasal daripada Mesilou River yang merujuk kepada sebuah Sungai di kawasan yang terletak kira-kira 2000 m (6,562 kaki) di atas paras laut di East Ridge Gunung Kinabalu di Taman Negara Kinabalu, Sabah, Malaysia. Populasi penduduk Kampung Mesilou dianggarkan seramai 847 orang pada tahun 2019. Kampung ini dijadikan sebagai lokasi kajian adalah disebabkan dua faktor utama. Pertama, kampung ini menjadi salah satu Kawasan perkhidmatan homestay komuniti dan produk pelancongan yang berkonsepkan komuniti. Perkhidmatan homestay komuniti di Kampung ini masih berada dalam proses pemulihan selepas pasca pandemik Covid-19. Kedua, kampung ini berada di kawasan luar bandar dan sangat sesuai untuk mengkaji tahap pengetahuan komunitinya khususnya pengusaha homestay dalam bidang pendigitalan.



*Rajah 2. Peta Mukim Kundasang dan Kampung Mesilou.*

## Dapatan dan Perbincangan Kajian

### *Maklumat demografi responden*

*Jadual 1* menunjukkan profil demografi responden kajian yang melibatkan 36 orang responden dan merangkumi enam pemboleh ubah utama: jantina, kaum/etnik, kategori umur, tahap pendidikan, tempoh perniagaan, dan anggaran pendapatan bulanan. Secara keseluruhannya, analisis deskriptif menunjukkan taburan responden yang pelbagai dan relevan dengan konteks kajian mengenai pengusaha homestay komuniti di Kampung Mesilou. Dari aspek jantina, majoriti responden terdiri daripada perempuan sebanyak 55.6% ( $n = 20$ ), manakala lelaki mewakili 44.4% ( $n = 16$ ). Taburan ini menunjukkan penglibatan signifikan wanita dalam pengusahaan homestay, selari dengan dapatan kajian terdahulu yang menekankan peranan wanita dalam sektor pelancongan komuniti. Bagi komposisi etnik, suku kaum Dusun merupakan kumpulan terbesar dengan 44.4% ( $n = 16$ ), diikuti oleh Bajau dan Bugis masing-masing 22.2% ( $n = 8$ ). Sementara itu, kategori lain-lain mencatatkan 11.1% ( $n = 4$ ). Taburan etnik ini mencerminkan kepelbagaian budaya komuniti Mesilou serta keterlibatan pelbagai kelompok etnik dalam aktiviti pelancongan setempat. Dari segi umur, majoriti responden berada dalam lingkungan usia produktif, khususnya antara 31 hingga 40 tahun sebanyak 41.7% ( $n = 15$ ). Ini diikuti oleh responden berumur 41 hingga 50 tahun sebanyak 30.6% ( $n = 11$ ). Kumpulan bawah 30 tahun serta 51 tahun ke atas masing-masing mewakili 13.9% ( $n = 5$ ). Pola ini menunjukkan bahawa pengusaha homestay komuniti kebanyakannya terdiri daripada golongan pertengahan usia yang aktif dan berpengalaman dalam pengurusan perniagaan kecil. Dari segi tahap pendidikan, responden yang mempunyai kelayakan sekolah menengah merupakan kumpulan terbesar iaitu 36.1% ( $n = 13$ ). Kelayakan IPTA/IPTS dan Diploma/STPM masing-masing mewakili 22.2% ( $n = 8$ ). Sementara itu, 13.9% ( $n = 5$ ) tidak bersekolah, dan 5.6% ( $n = 2$ ) hanya berpendidikan sekolah rendah. Dapatan ini menunjukkan bahawa tahap pendidikan formal dalam kalangan pengusaha homestay adalah sederhana, namun ramai masih mampu mengusahakan perniagaan berdasarkan pengalaman praktikal.

*Jadual 1. Demografi responden kajian (N=36).*

Pembolehubah Demografi	Kategori	Frekuensi (N)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	16	44.4
	Perempuan	20	55.6
Kaum/Etnik	Dusun	16	44.4
	Bajau	8	22.2
	Bugis	8	22.2
	Lain-lain	4	11.1
Kategori umur	Bawah 30 tahun	5	13.9
	31-40 tahun	15	41.7
	51 Tahun ke atas	5	13.9
Tahap Pendidikan	IPTA/IPTS	8	22.2
	Diploma/STPM	8	22.2
	Sekolah menengah	13	36.1
	Sekolah rendah	2	5.6
	Tidak Bersekolah	5	13.9
Tempoh Peniagaan (Tahun)	Kurang setahun	2	5.6
	2-3 tahun	13	36.1
	4-5 tahun	11	30.6
	Lebih 5 tahun	10	27.8
Anggaran pendapatan sebulan	RM1-RM2,000	14	38.9
	RM2,001-RM4,000	16	44.4
	RM4001 – RM6,000	4	11.1
	RM6,001 – RM8,000	2	5.6
Jumlah	-	36	100.0

Bagi tempoh penglibatan dalam perniagaan homestay, majoriti responden telah beroperasi selama 4 hingga 5 tahun sebanyak 30.6% (n = 11). Tempoh 2 hingga 3 tahun mencatatkan 36.1% (n = 13), manakala kurang setahun dan lebih lima tahun masing-masing hanya 5.6% (n = 2). Dapatan ini menunjukkan sebahagian besar responden berada dalam fasa pertumbuhan perniagaan dan sedang membangunkan operasi homestay mereka secara lebih sistematik. Akhir sekali, anggaran pendapatan bulanan menunjukkan kumpulan pendapatan RM2,001 hingga RM4,000 merupakan yang terbesar iaitu 44.4% (n = 16). Ini diikuti oleh kategori RM1,001 hingga RM2,000 sebanyak 38.9% (n = 14). Kumpulan berpendapatan RM4,001 hingga RM6,000 mencatatkan 11.1% (n = 4), manakala pendapatan RM6,001 hingga RM8,000 hanya 5.6% (n = 2). Secara umum, dapatan ini menunjukkan bahawa majoriti pengusaha homestay berada dalam kelompok pendapatan pertengahan rendah, sejajar dengan pola ekonomi luar bandar. Secara keseluruhannya, analisis demografi ini memberikan gambaran terperinci mengenai latar belakang pengusaha homestay komuniti di Kampung Mesilou. Data ini turut menyokong pemahaman mengenai kemampuan, keperluan, serta potensi mereka dalam mengadaptasi pendigitalan dalam perniagaan homestay.

### ***Tahap kesedaran pengusaha homestay terhadap penggunaan teknologi digital***






*Jadual 2* menunjukkan bahawa tahap kesedaran pengusaha homestay di Kampung Mesilou terhadap kepentingan penggunaan teknologi digital berada pada tahap sangat tinggi, dengan min keseluruhan 4.37. Berdasarkan julat interpretasi (*Jadual 3*) yang dinyatakan, skor min antara 4.3 hingga 5.0 dikategorikan sebagai “Sangat Tinggi”. Ini

menggambarkan bahawa majoriti pengusaha homestay mempunyai kesedaran kukuh terhadap peranan teknologi digital dalam meningkatkan operasi, pemasaran, serta daya saing perkhidmatan mereka. Dari sudut item individu, beberapa pernyataan memperlihatkan skor min yang tinggi. Item B2, B3 dan B4 masing-masing memperoleh min 4.42, menandakan keyakinan yang kuat dalam kalangan pengusaha bahawa teknologi digital adalah penting untuk daya saing industri homestay, meningkatkan kecekapan operasi serta memudahkan penerimaan inovasi digital. Dapatan ini selari dengan kajian lepas, yang mendapati bahawa pengusaha homestay yang mempunyai kesedaran tinggi tentang manfaat digitalisasi lebih cepat mengadaptasi platform digital untuk tujuan pemasaran dan pengurusan.

**Jadual 2. Kesedaran pengusaha homestay terhadap kepentingan teknologi digital.**

Item	Pernyataan	Min	Sisihan Piawai
B1	Saya berusaha mendapatkan maklumat tentang perkembangan teknologi digital dalam pengurusan homestay.	4.33	0.717
B2	Saya Sedar bahawa penggunaan teknologi digital adalah penting untuk bersaing dalam industri homestay pada masa kini.	4.42	0.732
B3	Saya percaya bahawa penggunaan teknologi digital boleh meningkatkan kecekapan operasi homestay saya.	4.42	0.554
B4	Saya menilai tahap kesediaan saya dalam menerima dan mengaplikasikan teknologi digital dalam operasi homestay.	4.42	0.649
B5	Saya berminat untuk menyertai kursus atau seminar yang membincangkan penggunaan teknologi digital dalam industri homestay.	4.14	0.593
B6	Saya yakin bahawa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan kepuasan tetamu homestay.	4.36	0.639
B7	Saya mengambil langkah-langkah proaktif untuk mempelajari lebih lanjut tentang teknologi digital dalam industri homestay.	4.47	0.609
B8	penggunaan teknologi digital dapat membantu saya menjangkau pasaran yang lebih luas.	4.42	0.692
B9	saya merasakan perubahan dalam tuntutan tetamu terhadap kemudahan teknologi digital dalam tempahan dan pengurusan homestay.	4.36	0.639
B10	Saya mempertimbangkan pelaburan dalam teknologi digital sebagai sebahagian daripada strategi pertumbuhan homestay saya	4.42	0.500
B11	penggunaan teknologi digital dapat menjimatkan kos operasi homestay saya	4.28	0.615
B12	Saya sedar bahawa penggunaan teknologi digital dapat memberi kelebihan kepada homestay saya berbanding dengan kaedah tradisional.	4.47	0.774
Purata Keseluruhan		4.37	0.425

**Jadual 3. Julat skor min.**

Julat Skor Min	Kategori	Petunjuk Kategori
1.0 hingga 1.8	Sangat Rendah	
1.9 hingga 2.6	Rendah	
2.7 hingga 3.4	Sederhana	
3.5 hingga 4.2	Tinggi	
4.3 hingga 5.0	Sangat Tinggi	

Selain itu, item B9 (min = 4.36) dan B6 (min = 4.36) menunjukkan pengusaha menyedari wujudnya tuntutan baharu daripada pelanggan terhadap penggunaan teknologi digital seperti tempahan dalam talian, maklumat segera dan komunikasi yang lebih responsif. Penemuan ini turut disokong, yang menegaskan bahawa kesedaran terhadap perubahan kehendak pelanggan merupakan faktor utama dalam mempercepatkan adaptasi digital dalam sektor pelancongan. Walau bagaimanapun, item B5 mencatat min yang lebih rendah berbanding item lain (4.14), walaupun masih dalam kategori tinggi. Ini menggambarkan bahawa minat pengusaha untuk menyertai seminar atau kursus berkaitan digitalisasi masih sederhana. Fenomena ini juga ditemui dalam kajian lepas, yang menyatakan bahawa walaupun pengusaha homestay sedar tentang

kepentingan teknologi digital, komitmen untuk mengikuti latihan formal masih rendah akibat kekangan masa, peluang latihan yang terhad dan kemahiran ICT yang minimum. Dapatan ini menunjukkan keperluan intervensi latihan digital secara berstruktur untuk meningkatkan kecekapan teknikal pengusaha.

Secara keseluruhan, kesedaran tinggi ini membuktikan bahawa pengusaha di Kampung Mesilou memahami keperluan pendigitalan dalam memajukan industri homestay. Dapatan ini konsisten dengan kajian antarabangsa melaporkan bahawa tahap kesedaran digital merupakan faktor penentu dalam kejayaan strategi pemasaran digital homestay terutama di destinasi luar bandar. Kajian juga menyatakan bahawa kesedaran tinggi berhubung penggunaan platform tempahan dan media sosial mempunyai korelasi langsung dengan peningkatan kadar tempahan dan keterlihatan dalam talian. Oleh itu, meskipun tahap kesedaran berada pada tahap sangat tinggi, peningkatan kompetensi teknikal, latihan pemasaran digital, serta sokongan infrastruktur digital tetap diperlukan bagi memastikan kesedaran ini dapat diterjemahkan kepada amalan digitalisasi yang lebih berkesan dan lestari.

### ***Tahap pengetahuan pendigitalan pengusaha homestay dalam memasarkan perkhidmatan***

Dapatan kajian menunjukkan bahawa tahap pengetahuan pendigitalan dalam kalangan pengusaha homestay di Kampung Mesilou (*Jadual 4*) berada pada tahap sederhana tinggi dengan min keseluruhan 3.12. Walaupun kadar ini mencerminkan kesediaan asas dalam penggunaan teknologi digital, analisis terperinci ke atas item-item individu memperlihatkan kewujudan jurang pengetahuan yang signifikan, khususnya dalam aspek teknikal dan strategi pemasaran digital. Secara keseluruhan, pengetahuan tertinggi dicatatkan pada item berkaitan penggunaan media sosial secara umum (C4: min = 3.56), diikuti oleh kemahiran menggunakan Facebook untuk tujuan promosi (C5: min = 3.72). Penemuan ini menunjukkan bahawa pengusaha homestay lebih selesa dengan platform media sosial arus perdana yang mudah diakses dan tidak memerlukan kemahiran teknikal yang tinggi. Dapatan ini sejajar dengan kajian yang lepas, yang mendapati bahawa operator homestay di Malaysia cenderung menggunakan media sosial asas kerana sifatnya yang mesra pengguna serta mampu memperluas capaian pelanggan secara cepat dengan kos yang rendah.

***Jadual 4. Tahap pengetahuan pendigitalan pengusaha homestay di Kampung Mesilou, Kundasang.***

Item	Pernyataan	Min	Sisihan Piawai
C1	Saya memahami konsep pendigitalan dalam konteks pengurusan homestay.	3.47	0.810
C2	Saya mempunyai kemahiran menggunakan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT).	3.14	0.723
C3	Saya mahir menggunakan laman web dalam mempromosikan menguruskan homestay.	2.89	0.622
C4	Saya berpengetahuan menggunakan pelbagai jenis media sosial (Facebook, Whatsapp, Intagram, Tiktok, dan dsb.) untuk digunakan dalam pemasaran homestay	3.56	0.607
C5	Saya mahir menggunakan Facebook dalam mempromosikan dan menguruskan homestay.	3.72	0.659
C6	Saya mahir menggunakan Intagram dalam menguruskan homestay dan mempromosikan	3.00	1.042
C7	Saya mahir menggunakan Tiktok dalam mempromosikan dan menguruskan homestay.	3.06	0.860
C8	Saya tahu cara menggunakan sistem pembayaran online dalam menawarkan perkhidmatan homestay.	3.69	0.577
C9	Saya tahu menggunakan e-commerce dalam menawarkan perkhidmatan homestay	2.89	1.008
C10	Saya mempunyai pengetahuan asas tentang pengeditan gambar secara digital.	2.92	0.806
C11	Saya tahu menggunakan teknik Copywriting dalam pemasaran homestay.	2.69	1.064
C12	Saya tahu melakukan video conferencing dalam menawarkan perkhidmatan homestay.	2.64	0.867

C13	Saya tahu membuat video promosi homestay menggunakan peranti digital.	3.03	0.878
Purata Keseluruhan tahap pengetahuan pendigitalan pengusaha homestay dalam memasarkan perkhidmatan		3.12	0.567

Walau bagaimanapun, beberapa aspek pendigitalan yang lebih teknikal berada pada tahap sederhana, antaranya kemahiran menggunakan laman sesawang (C3: min = 2.89) dan e-dagang (C9: min = 2.89). Ini menunjukkan bahawa pengusaha masih kurang yakin untuk memanfaatkan teknologi yang memerlukan pengetahuan teknikal yang lebih mendalam. Kajian lepas turut melaporkan bahawa kekurangan latihan formal dan ketidakupayaan untuk mengurus platform digital yang lebih kompleks menjadi faktor utama yang menghambat penguasaan kemahiran ini, terutamanya dalam komuniti luar bandar. Sementara itu, tahap pengetahuan terendah direkodkan pada item berkaitan teknik pemasaran digital lanjutan seperti copywriting (C11: min = 2.69) dan video conferencing dalam pemasaran (C12: min = 2.64). Kedua-dua aspek ini memerlukan kemahiran khusus yang lazimnya diperolehi melalui latihan profesional. Penemuan ini bertepatan dengan laporan, yang mendapati bahawa majoriti pengusaha homestay masih belum menguasai teknik pemasaran digital strategik, walaupun mereka sedar akan kepentingannya dalam menarik pelanggan secara lebih efektif di era digital.

Jurang pengetahuan yang ketara antara penguasaan media sosial asas dan kemahiran digital lanjutan menunjukkan bahawa pengusaha homestay berdepan cabaran dalam proses pendigitalan yang lebih komprehensif. Fenomena ini juga dijelaskan, yang menyatakan bahawa komuniti homestay di Sabah berdepan kekangan seperti akses internet yang tidak stabil, kurang pendedahan teknologi, dan majoriti pengusaha terdiri daripada golongan berusia yang kurang berkemahiran ICT. Secara keseluruhannya, dapatan ini menegaskan keperluan untuk memperkukuh program pembangunan kapasiti digital yang lebih terancang, komprehensif dan kontekstual kepada keperluan komuniti luar bandar. Latihan berfokus pada digital content creation, pemasaran strategik, e-dagang serta pengurusan platform tempahan digital merupakan antara intervensi penting yang perlu diberi penekanan bagi memastikan pengusaha homestay mampu bersaing dalam landskap pelancongan digital masa kini.

## Kesimpulan

Kesimpulannya, kajian ini menunjukkan bahawa tahap kesedaran pengusaha homestay komuniti di Kampung Mesilou terhadap kepentingan penggunaan teknologi digital berada pada tahap sangat tinggi, manakala tahap pengetahuan pendigitalan mereka masih pada tahap sederhana. Dapatan ini memperlihatkan wujudnya jurang yang jelas antara kesedaran dan keupayaan sebenar untuk mengaplikasikan teknologi digital dalam operasi dan pemasaran perkhidmatan homestay. Secara praktikal, pengusaha sedar bahawa media sosial, platform tempahan dalam talian dan alatan digital lain penting untuk kelangsungan perniagaan, namun masih berdepan keterbatasan dari segi kemahiran teknikal, literasi digital dan keyakinan untuk menggunakannya secara optimum. Dapatan ini sejajar dengan kajian yang menunjukkan bahawa dalam kalangan pengusaha homestay luar bandar, kesedaran terhadap peranan media sosial dan pemasaran digital adalah tinggi, tetapi tahap penguasaan kemahiran serta penggunaan sebenar masih rendah akibat jurang digital, kekangan latihan dan keterbatasan sumber. Keadaan ini memberi implikasi penting kepada pihak berkepentingan seperti agensi kerajaan, penggubal dasar dan institusi latihan, khususnya dari sudut keperluan merangka intervensi yang lebih tersasar untuk memperkukuh

pengetahuan dan kemahiran digital pengusaha homestay. Justeru, hasil kajian ini memberikan isyarat penting kepada pembuat dasar, agensi pelancongan dan pihak berkepentingan lain untuk merangka program latihan yang lebih tersasar, praktikal dan berterusan dalam aspek literasi digital, pengurusan kandungan media sosial, penggunaan sistem tempahan atas talian dan pemantauan prestasi pemasaran digital. Ini sejajar dengan gesaan agar jurang digital dalam kalangan pengusaha homestay luar bandar ditangani melalui intervensi latihan yang sistematik dan disokong oleh infrastruktur digital yang memadai.

### **Penghargaan**

Kajian ini dibiayai oleh pengarang.

### **Konflik Kepentingan**

Pengkaji mengesahkan bahawa tiada konflik kepentingan yang melibatkan mana-mana pihak dalam kajian penyelidikan ini.

### **RUJUKAN**

- [1] Agapito, D., Sigala, M. (2024): Experience management in hospitality and tourism: reflections and implications for future research. – *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 36(13): 57-76.
- [2] Chaiyakhet, N. (2014): Leadership entrepreneurial en communauté pour une performance durable: études de cas dans le tourisme à base communautaire Homestay, en Thaïlande. – *Université Paul Valéry-Montpellier III* 223p.
- [3] Ismail, E., Sari, S.D.S.R. (2024): Digital communication utilization of women managing homestays for tourism development in Indonesia's small islands of Kepulauan Seribu. – *Journal of Law and Sustainable Development* 12(2): 23p.
- [4] Janaji, S.A., Ibrahim, F. (2020): A Case of Homestays in Brunei as a Means of Socio-Economic Development. – *International Journal of Entrepreneurial Research* 3(4): 133-141.
- [5] Kayat, K., Zainuddin, N.F.A. (2016): Community-based tourism initiative in rural Malaysia: Is it a success? – *International Review of Management and Marketing* 6(7): 242-249.
- [6] Konstantinova, S. (2019): Digital transformation in tourism. – *Knowledge International Journal* 35(1): 188-193.
- [7] Rawal, S. (2023): Exploring Social Dynamics in Homestay: A study of Bethanchowk Village Community Homestay. – *Patan Prospective Journal* 3(2): 226-235.
- [8] Sbai, Y., El Hassouni, S. (2024): HOMESTAY TOURISM RESEARCH: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: HOMESTAY TOURISM RESEARCH: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. – *Revue des Études Multidisciplinaires en Sciences Économiques et Sociale* 9(2): 31p.
- [9] Yong, K., Hassan, R.A. (2019): The relationships between social media marketing and entrepreneurial success: A conceptual study on homestay business in Sabah, Malaysia. – *Review of Integrative Business and Economics Research* 8: 25-33.
- [10] Yusoh, M.P., Hua, A.K., Latip, N.A., Zakaria, Z., Jambol, D.J.A., Khairullah, M.A.A.A., Abd Gafor, R. (2023): The effectiveness of tourism development in social cultural approach in Sabah. – *Planning Malaysia* 21(4): 190-203.