

**PROFIL PRODUK PELANCONGAN MAKANAN DALAM  
MEMPERTINGKATKAN KUALITI PENGALAMAN  
PELANCONG DI “WORLD HERITAGE SITE”.**

**ROHAINIS BINTI RAHIM**

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi syarat penganugerahan  
Ijazah Sarjana Sains (Perancangan Pelancongan)

**JABATAN PERANCANGAN BANDAR DAN WILAYAH  
FAKULTI ALAM BINA  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA**

**DISEMBER 2010**

## ABSTRAK

Makanan merupakan keperluan asasi kepada setiap individu termasuklah pelancong yang berkunjung ke sesuatu destinasi. Kajian ini mengkaji profil produk pelancongan makanan dalam mempertingkatkan kualiti pengalaman pelancong di World Heritage Site sebagai pemangkin pembangunan industri pelancongan makanan di sekitar Bandar Hilir, Melaka. Industri pelancongan memberi kepentingan kepada pelancongan makanan sebagai sebahagian daripada pengalaman ketika bercuti kerana sesuatu yang sensual, simbolik dan bermakna kepada pelancong. Isu kajian ini ialah jarang sekali penyelidik mengkaji makanan sebagai satu tarikan atau motivasi kunjungan ke sesuatu destinasi pelancongan. Kegagalan organisasi tempatan menitikberatkan aspek pelancongan makanan dan keistimewaan menu masakan/makanan yang terdiri dari pelbagai etnik/budaya tempatan tidak diketengahkan sebagai satu identiti tempatan. Penyelidikan ini untuk mengenalpasti kategori pelancongan makanan tempatan daripada pelbagai etnik/budaya berdasarkan model *'importance of a special interest in food'* (Hall and Liz Sharples, 2003), kategori kumpulan pelancongan (Enteleca research & Consultancy, 2000) dan motivasi kunjungan (C. Micheal Hall, 2003). Analisis melibatkan kaedah kualitatif dan kuantitatif dalam mengukur pembolehubah-pembolehubah kajian dan applikasi perisian kuantitatif seperti SPSS 16 (*Statistical Package For The Social Science*) digunakan. Penemuan kajian ialah kategori dan tahap karekteristik pelancong makanan di kawasan kajian. Keputusannya menunjukkan makanan Cina berada pada tahap/kategori pelancongan gastronomi iaitu *'high interest'* daripada kumpulan *'food tourist'* dan makanan India pada tahap *'low interest/no'* dimana peratus tertinggi yang mempunyai pelancong tidak berminat untuk mencuba atau membeli produk makanan India tersebut. Keputusan kajian bagi membantu tindakan dan perancangan pembangunan pelancongan makanan dapat dijalankan mengikut tahap yang dikenalpasti di kawasan kajian.

## ABSTRACT

Food is a basic need for every human including tourist that visit to tourism destination. This study about food tourism product profile in enhancing tourist quality in experience at World Heritage Site as development of tourism industry catalyst food around Bandar Hilir, Malacca. Tourism industry give interest to food tourism as part of experience when vacation because that sensual, symbolic and mean to tourists. Issue of this study is not having researcher study food as a pull or visit motivation to tourism destination. Local organization's failure drop make heavier food tourism aspects and menu privilege cooking / food that are made up various ethnic / local cultures not suggested as one local identity. This research to identify category of local food tourism from various ethnic / culture based on model '*importance of a special interest in food*' (Hall and Liz Sharples, 2003), tourism group category (Enteleca research & Consultancy, 2000) and motivation visiting (C. Micheal Hall, 2003). Analysis involving qualitative method and quantitative in measure study variables and application quantitative software such as SPSS 16 (*Statistical Package for The Social Science*) is used. Research finding is category and level of food tourist characteristic in this study area. The decision show Chinese food staying at levels / tourism category gastronomy namely 'high interest' from group 'food tourist' and Indian food at levels 'low interest / no' where highest percentage that have tourist uninterested to be trying or buy that India food product. As a results, this study to help action and tourism development planning food capable of carrying out according to level that identified in study area.