

PENGGOMERSIALAN BUDAYA ORANG SUNGAI MELALUI EKOPELANCONGAN: FAKTOR KEJAYAAN DAN LIMITASI

Rosazman Hussin
Unit Penyelidikan Etnografi dan Pembangunan
Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan
Universiti Malaysia Sabah
azzs@ums.edu.my

Abstrak

Salah satu ciri ekopelancongan yang mapan adalah menerusi penglibatan aktif dan sokongan berterusan komuniti setempat dalam aktiviti-aktiviti ekopelancongan (Telfer, 2003). Penglibatan tersebut akhirnya memberi faedah sosioekonomi, sekali gus mampu memelihara budaya tradisi tersebut secara berterusan (Cohen, 1988). Justeru, artikel ini memeriksa dan menilai isu pengkomersialan budaya Orang Sungai di Kampung Batu Puteh dan Sukau di Hilir Kinabatangan Sabah dalam konteks pembangunan ekopelancongan. Kaedah kutipan data yang digunakan dalam kajian ini adalah pengamatan turut-serta, temu bual dan kajian dokumen. Persoalan yang menjadi fokus kajian adalah sejauhmanakah pengkomersialan seni dan budaya Orang Sungai ini berjaya dilakukan. Apakah faktor-faktor yang menyebabkan kejayaan kepada usaha tersebut. Sebaliknya, apakah pula faktor-faktor limitasi yang menghalang usaha pengkomersialan budaya komuniti ini dalam konteks ekopelancongan di kawasan hilir Kinabatangan di Sabah?

Kata kunci: Ekopelancongan, pengkomersialan budaya, Orang Sungai.

Abstract

One of the features of eco-tourism sustainability is the active involvement and continued support of the local community in the activities of eco-tourism. The involvement ultimately benefit the economic and socio-cultural as well as capable of maintaining the tradition. Thus, this paper examines and evaluates the commercialization of Orang Sungai culture in Kg Batu Puteh and Sukau in the Lower Kinabatangan, Sabah in the context of the development of eco-tourism. Data collection methods used in this study was the participant observation, interviews and document review. The focus of the study is to know

to what extent the commercialization of art and culture of Orang Sungai was successful and what are the factors that lead to the success. Vice versa, what are the factors limiting the commercialization efforts of the community in the context of eco-tourism in the Lower Kinabatangan in Sabah.

Keywords: *Eco-tourism, cultural commercialization, Orang Sungai.*

Pengenalan

Pembangunan ekopelancongan sebagai ‘niche market’ di kebanyakan Negara Sedang Membangun (NSM) sering mempromosikan keunikan budaya dan identiti sesebuah komuniti dan etnik sebagai produk pelancongan. Budaya, sebagai produk dipakej dan dijual kepada pelancong dalam bentuk lokasi sejarah zaman silam, pertunjukan amalan ritual, seni kraf tangan, pertunjukan tarian tradisi dan adat istiadat seperti perkahwinan. Malahan, kehidupan harian suku kaum dan etnik tertentu telah dikomersialkan sebagai komoditi dan dijual kepada para pelancong (Cohen & Kennedy, 2000: 212 – 214). Senario yang sama juga berlaku di negeri Sabah khususnya dan di Malaysia amnya terutama dalam konteks pembangunan ekopelancongan melalui program *homestay*.

Ciri-ciri pembangunan ekopelancongan yang mapan memerlukan penglibatan aktif komuniti setempat dalam aktiviti-aktiviti pelancongan yang dijalankan di tempat mereka. Hal ini demikian kerana komuniti setempatlah yang lebih mengetahui dan memahami fungsi sesebuah landskap, hidupan liar dan hutan kerana kehidupan harian mereka terdedah kepada elemen ini pada setiap hari (Wearing, 2001: 395). Bagi kebanyakan komuniti luar bandar dan terpencil di NSM, ekopelancongan dianggap boleh menyediakan peluang pekerjaan baharu, peluang perniagaan dan potensi untuk meningkatkan kemahiran dan kemampuan diri untuk mengawal sumber alam semula jadi di sekitar perkampungan mereka. Justeru, pengenalan ekopelancongan kepada komuniti setempat boleh memberikan kesan positif dan negatif kepada sosiobudaya dan kehidupan harian mereka (Butler & Hinch, 1996). Sehubungan dengan itu, kajian ini turut mempersoalkan sejauhmanakah pengkomersialan budaya komuniti orang sungai di kawasan hilir Kinabatangan Sabah melalui ekopelancongan benar-benar memberi keuntungan dan mampu mengekalkan identiti dan keunikan budaya mereka? Bagaimanakah pengkomersialan seni

dan budaya Orang Sungai ini berjaya dilakukan? Apakah faktor-faktor yang menyebabkan kejayaan kepada usaha tersebut? Sebaliknya, apakah pula faktor-faktor limitasi yang menghalang usaha pengkomersialan budaya komuniti ini dalam konteks ekopelancongan di kawasan hilir Kinabatangan di Sabah. Justeru, artikel ini akan membincangkan persoalan-persoalan ini.

Perspektif Teori: Pengkomersialan dan Ketulenan Budaya dalam Pelancongan

Terdapat empat perspektif utama yang membincangkan pengkomersialan dan ketulenan budaya dalam konteks bidang pengajian sosiologi, antropologi dan pelancongan.

Pertama adalah pandangan ahli-ahli sarjana *objectivism* seperti Boorstin (1964) dan MacCannel (1976). Kelompok sarjana ini berhujah dan mendakwa bahawa pengkomersialan budaya dalam pelancongan telah mengakibatkan *pseudo event*. Dalam proses ini, biasanya produk pelancongan atau pengalaman pelancong di sesebuah destinasi pelancongan biasanya bersifat sama jenis (*homogenous* atau *standard*), iaitu aktiviti pelancongan ini akan dinilai dan ditukar nilainya sebagai barangan perdagangan atau perkhidmatan yang boleh ditentukan harga pasarannya. Contohnya adalah ritual masyarakat setempat, *ceremony*, keraian, adat istiadat, pesta dan seni tari etnik tertentu. Produk pelancongan begini adalah produk pelancongan yang tidak tulen atau ketulenan yang dipentaskan.

Kedua adalah pandangan para sarjana *constructivists* seperti Cohen (1988). Mengikut pendekatan ini, pengkomersialan dan ketulenan budaya dilihat sebagai satu produk sosial yang dibentuk, bukannya sesuatu realiti yang objektif semata-mata dan tidak digunakan oleh komuniti. Para sarjana dalam perspektif ini menyoal pendekatan ketulenan oleh Boorstin dan MacCannell. Mengikut perspektif ini, pengkomersialan budaya melalui pelancongan tidak semestinya memusnahkan makna produk budaya atau budaya tempatan kepada pelancong. Hal ini disebabkan mengikut Cohen (1988), sesuatu yang tidak tulen boleh juga menjadi suatu produk budaya baharu kerana melalui tempoh masa tertentu, ketulenan wujud secara sendirinya dan produk tersebut akan diterima secara tulen mengikut makna baharu yang diberi oleh pengeluharnya.

Makna baharu ini boleh ditambah kepada makna lama yang telah ada. Dengan cara ini, pengkomersialan budaya akan memelihara budaya tradisi seperti ritual agama agar lebih bermakna. Ia juga akan dapat memelihara identiti etnik yang mungkin akan hilang jika tidak dipelihara. Cohen menyatakan bahawa ketulenan budaya bukanlah sesuatu yang *primitive given* tetapi boleh dirundingkan (*negotiable*) kerana para pelancong menghargai persembahan budaya tempatan. Sebagai pulangnya, para *performer* memerlukan sumber pendapatan dan keuntungan sama ada untuk dirinya dan keluarga. Pengkomersialan budaya boleh juga berperanan sebagai sumber kebanggaan dan kepuasan individu dan komuniti terhadap persembahan tersebut.

Ketiga adalah hujah para sarjana *post-modernists* yang mengatakan bahawa sama ada sesuatu produk budaya itu tulen atau palsu, ia masih boleh dianggap tulen. Bagi ahli *post-modernist*, pengkomersialan budaya melalui pelancongan atau melalui *stage of authenticity* tidak semestinya memusnahkan makna produk budaya, sebaliknya *copy of authenticity* boleh membantu melindungi sesuatu budaya tempatan yang rapuh atau melindungi sesebuah komuniti yang terganggu oleh pelancongan. Pengkomersialan budaya melalui *copy of authenticity* boleh dianggap sebagai tukar ganti kepada yang asli (Baudrillard, 1983; Eco, 1986; Cohen, 1995). Hal ini disebabkan kebanyakan para pelancong yang mengunjungi Negara Dunia Ketiga dimotivasikan oleh bahan-bahan seperti brosur, majalah, internet, sumber buku pelancongan seperti *guide books*, surat khabar, artikel dan novel yang menceritakan tentang suatu destinasi pelancongan. Sumber ini telah menghangatkan keinginan pelancong terhadap *exotic other* di Negara Dunia Ketiga oleh para pelancong dari Barat. Justeru, bagi para sarjana *post-modernists*, ketulenan budaya tempatan bukanlah suatu isu utama dalam konteks ekopelancongan, tetapi yang menjadi isu utama ialah imej tentang *exotic other*. Walaupun imej ini kadang-kadang tidak tepat, bagi *post-modernists* imej *exotic other* ini boleh mencegah ketulenan budaya daripada hilang atau musnah.

Keempat, pandangan ahli *post-modernists* telah dikritik oleh penganalisis kritikal seperti Mowforth dan Munt (1998). Konsep ketulenan budaya adalah akibat daripada proses globalisasi dalam konteks pemasaran produk pelancongan. Mengikut para sarjana teori kritikal, pelancongan bentuk baharu dalam era globalisasi telah dipromosikan oleh industri pelancongan

melalui brosur, terutamanya di televisyen dan internet. Elemen eksotik baharu ini adalah pelancongan budaya atau ekopelancongan di Negara Dunia Ketiga, iaitu para pengembara *post-modernism* menginginkan pengalaman tulen yang lebih menggembirakan. Kebanyakan program tentang eksotika landskap ini disalurkan melalui bahan-bahan cetakan rasmi kerajaan atau di laman web yang dikendalikan oleh organisasi rasmi pelancongan negara berkenaan seperti *The Real Africa* (Zambia), *Malaysia Truly Asia* (Malaysia), *A Special Place, A Sepecial People, A Special Magis* (Cook Island) dan *Island Beyond the Ordinary* (Tahiti). Dengan kata lain, pelancongan di peringkat ini dianggap sebagai sebab dan akibat globalisasi. Akibat globalisasi, banyak kesan negatif dikaitkan dengan pergerakan manusia dari sebuah negara ke negara yang lain. Kesan negatif ini termasuklah pengusiran kelompok komuniti, kemusnahan budaya tradisi komuniti dan penglibatan syarikat perniagaan *multi-national corperation* (MNC) dalam proses pembangunan pelancongan sehingga kepada pengusiran kelompok komuniti dari tanah adat mereka. Kesan negatif ini berlaku kerana kurangnya perhatian yang ditumpukan kepada konsep *sustainable tourism*. Akibatnya, produk seperti hutan hujan yang asli, hidupan liar, budaya hidup sesebuah komuniti di kampung yang tidak disentuh oleh pembangunan sering sahaja dilihat sebagai produk yang tulen tetapi sering mengalami kesan negatif oleh globalisasi. Contohnya, imej komuniti primitif dan miskin dipromosikan sebagai produk pelancongan dalam bentuk hiasan gambar foto. Hiasan gambar ini didakwa oleh pelancong masa kini sebagai *authentic*. Namun, para penganalisis kritikal menjelaskan bahawa imej *native* adalah berkaitan dengan perasaan nostalgia atau romantik para pengembara kolonial ke atas tanah-tanah bekas jajahan mereka. Maka, masyarakat primitif ini perlu memenuhi keperluan pelancong, sama ada menyediakan perkhidmatan atau sebagai objek untuk dinikmati atau difotograf. Contohnya, Azarya (2004) mengatakan bahawa kumpulan komuniti Massai Kjiyado di Kenya menjual budaya primitif mereka dan kemunduran mereka kepada pelancong Barat. Sekiranya kaum Massai ini tidak berperilaku primitif dan mundur atau tidak berbeza dengan pelancong, mereka akan gagal untuk menarik perhatian pelancong. Jadi untuk mengekalkan daya tarikan pelancong, komuniti Massai mesti mengekalkan perbezaan budaya ini dan mempamerkan kemunduran primitif mereka atas nama pengkomersialan budaya dalam pelancongan. Dengan kata lain, pada tahap globalisasi, pelancongan telah mempromosikan kehidupan primitif dan mundur komuniti asal sebagai produk pelancongan

yang unik, tulen dan eksotik. Permintaan pelancong global terhadap produk ini semakin meningkat dan inilah ironinya pengkomersialan dan ketulenan budaya yang diakibatkan oleh globalisasi.

Pengkomersialan Budaya Orang Sungai di Hilir Kinabatangan Melalui Ekopelancongan dan *Homestay*

Terdapat empat buah kampung di kawasan hilir Sungai Kinabatangan di Sandakan Sabah yang terlibat dengan aktiviti ekopelancongan dan program *homestay* iaitu Kampung Batu Puteh, Sukau, Bilit dan Abai. Namun, dalam kajian ini hanya dua buah kampung yang menjadi fokus iaitu Kampung Batu Puteh dan Sukau. Secara tradisinya, kegiatan sosioekonomi penduduk di kawasan hilir Kinabatangan ini adalah sebagai petani sara diri, penanam padi bukit, memburu dan menangkap ikan dan udang. Walaupun kegiatan ekonomi tradisi ini masih diteruskan, pembangunan ekopelancongan di kawasan ini telah mengubah senario tersebut.

I) Kajian Kes 1: Miso Walai Homestay di Kampung Batu Puteh

Di Kampung Batu Puteh, projek *homestay* telah diasaskan penubuhannya oleh sebuah pertubuhan bukan kerajaan (NGO) iaitu *The Model for Ecologically Sustainable Community Tourism* (MESCOT) sejak tahun 1997 lagi. Objektif utama MESCOT adalah membangunkan produk-produk ekopelancongan berasaskan penglibatan dan budaya komuniti setempat iaitu komuniti Orang Sungai (Hussin, 2006). Produk pelancongan yang ditawarkan termasuklah seni budaya dan cara hidup harian komuniti Orang Sungai melalui program *homestay* (seperti makan bersila dan guna tangan, memakai pakaian tradisi, memancing ikan) yang berlatarbelakangkan keindahan alam semula jadi seperti hutan hujan tropika, sungai dan hidupan liar. Aktiviti-aktiviti ekopelancongan yang dijalankan termasuklah menyusuri sungai dengan bot sambil melihat hidupan liar, terutamanya monyet bangkatan, trekking di dalam hutan dan lawatan ke tapak sejarah di Gua Batu Tulog.

Pada tahun 2000, Miso Walai Homestay telah dilancarkan secara rasmi oleh Kementerian Pelancongan, Budaya dan Alam Sekitar Sabah. Dalam bahasa Orang Sungai, perkataan 'miso' bermaksud 'bersama' dan 'walai' bermaksud

‘rumah’. Justeru, Miso Walai Homestay bermaksud tinggal bersama dalam sebuah rumah keluarga (WWF, 2004). Sehubungan dengan itu, seramai 208 orang penduduk Mukim Batu Puteh terlibat secara langsung dan secara tidak langsung dalam projek *homestay* dan aktiviti ekopelancongan. Misalnya, seramai 48 orang penduduk Kampung Batu Puteh terlibat dalam aktiviti persatuan perkhidmatan bot, 33 orang belia terlibat sebagai sukarelawan MESCOT yang membantu mengawasi hutan, 22 orang belia terlibat dalam aktiviti kumpulan seni budaya dan 60 orang terlibat dalam aktiviti persatuan seni kraf tangan (lihat Jadual 1). Persoalannya, sejauh manakah pengkomersialan seni budaya dan budaya hidup harian Orang Sungai berjaya dikomersialkan oleh ahli-ahli Persatuan Miso Walai Homestay di Kampung Batu Puteh?

Sambutan para pelancong asing yang kebanyakannya datang dari Australia, Eropah (seperti United Kingdom, Sweden, Denmark, Belanda, Jerman), Amerika Syarikat dan pelancong tempatan terutamanya dari Semenanjung Malaysia terhadap program *homestay* dan aktiviti ekopelancongan di Kampung Batu Puteh sangat menggalakkan. Data yang diperoleh sewaktu kajian ini dilakukan menunjukkan jumlah hasil pendapatan Miso Walai Homestay pada tahun 2000 ialah RM38, 868.00. Pada tahun 2001, jumlah pendapatan ini meningkat kepada RM73, 850.40 (lihat Jadual 2).

Terdapat dua kategori pelancong antarabangsa yang menjadi sasaran promosi Miso Walai Homestay. Pertama adalah kumpulan pelancong yang dikenali sebagai *Group Inclusive Tourists* (GIT). Kumpulan pelancong GIT biasanya telah membuat tempahan pakej *homestay* lebih awal dengan Miso Walai Homestay. Para pelancong dibekalkan dengan maklumat dan garis panduan tentang apa yang boleh dilakukan (*do's*) dan perkara tidak boleh dilakukan (*don'ts*) sewaktu berada di kampung dan menginap di rumah keluarga orang Sungai (lihat Jadual 3). Di peringkat inilah ‘rundingan silang budaya’ dilakukan antara Ahli Jawatankuasa Miso Walai Homestay dengan para pelancong atau agen pelancongan agar mengambil berat soal tatasusila dan adat budaya komuniti Orang Sungai di Kampung Batu Puteh.

Kumpulan pelancong kedua yang datang ke Kampung Batu Puteh adalah kategori pelancong *Free Independent Tourists* (FIT). Pelancong kategori ini biasanya hadir secara mengejut dan tidak dirancang atau ‘walk-in’.

Kumpulan inilah yang sukar dikawal oleh Jawatankuasa Miso Walai kerana notis kehadiran mereka secara tiba-tiba dan pihak tuan rumah selalunya enggan menerima kerana tidak bersedia. Namun, rundingan silang budaya tetap dilakukan oleh Jawatankuasa Miso Walai dengan pelancong FIT ini. Sekiranya mereka bersetuju dengan syarat Miso Walai Homestay, maka mereka akan dibenarkan menginap di rumah keluarga orang Sungai. Jika pelancong ini tidak setuju dengan peraturan yang telah ditetapkan itu, mereka dinasihatkan supaya menginap di hotel-hotel di sekitar Bandar Sandakan.

Pakej penginapan yang ditawarkan oleh Miso Walai Homestay adalah penginapan selama 1 – 2 malam/lawatan. Pelancong dikenakan bayaran sebanyak RM50.00 seorang bagi satu malam termasuk makan malam, minum pagi dan makan tengah hari. Namun, bayaran perkhidmatan lain seperti kenderaan, tambang bot dan upah pemandu pelancong dikira sebagai bayaran tambahan yang berasingan. Pandangan dan komen para pelancong asing yang ditulis dalam borang maklum balas terhadap pakej dan mutu perkhidmatan Miso Walai Homestay di Kampung Batu Puteh adalah seperti berikut:

“...sebuah pengalaman yang hebat. Ini merupakan cara terbaik untuk turut serta dan menemui budaya semula jadi. Orang-orang yang sangat berbudi dan hidup sebagai satu keluarga yang besar... pengalaman ini akan menjadi satu kenangan abadi sepanjang hidup saya... terima kasih pada semua... dan projek ini cara terbaik bagi ekopelancongan.”

(Inge Forchhammer, Denmark, 3.1.2001).

“...pengalaman yang benar-benar hebat! Terima kasih kerana izinkan saya tinggal di kampung anda. Tinggal bersama keluarga Marianna dan Ali sangat menyeronokkan. Sebuah keluarga yang baik yang membuatkan kami merasa sebahagian dari keluarga mereka. Aktiviti-aktiviti yang dijalankan merupakan pengalaman manis yang sukar dilupakan. Secara keseluruhannya sebuah pengalaman yang menyentuh perasaan dan jiwa. Tahniah.”

(Tom King, 1.8.2001).

“Terima kasih! Sangat Bagus! Ini merupakan pengalaman istimewa kerana berkongsi rumah bersama anda selama lima hari. Kemudahan yang anda sediakan sangat bagus. Makanan sedap... saya akan sentiasa

ingat pengalaman sepanjang bersama anda semasa berada di sini... saya bercadang untuk kembali. Terima kasih.”

(Natasha Yelland, 18.10.2001).

Berdasarkan maklum balas para pelancong asing yang telah ditunjukkan di atas, maka bolehlah disimpulkan bahawa projek pengkomersialan ‘budaya hidup harian’ melalui *homestay* dan ekopelancongan yang dilaksanakan adalah berjaya.

II) Kajian Kes 2: Kampung Sukau Homestay

Kejayaan program *homestay* di Kampung Batu Puteh telah memberi inspirasi kepada komuniti orang Sungai di Kampung Sukau untuk menubuhkan *homestay* mereka sendiri. Justeru, program *homestay* di Kampung Sukau telah dilancarkan secara rasmi pada 9 September 2000. Penubuhannya telah dibantu secara tidak langsung oleh NGO seperti KOCP (Kinabatangan Orang-Utan Centre Projek), WWF (World Wildlife Fund), Malaysia dan Kementerian Pelancongan, Budaya dan Alam Sekitar, Sabah.

Konsep dan pakej *homestay* di Kampung Sukau adalah sama seperti di Kampung Batu Puteh. Pada peringkat awal penubuhannya, hanya sepuluh buah keluarga yang layak mendapat sijil pengiktirafan dari pihak kementerian sebagai pengendalian *homestay*. Kebanyakan para pelancong yang menginap di Sukau adalah dibawa terus oleh pihak kementerian. Pelancong ini terdiri daripada kumpulan pelajar dari Jepun dan universiti tempatan seperti UMS Universiti Malaysia Sabah (UMS). Data kehadiran pelancong yang diberikan oleh Jawatankuasa Homestay Kampung Sukau pada tahun 2002 menunjukkan bahawa seramai 34 pelancong asing dan 15 pelancong tempatan menginap di kampung ini. Dengan jumlah hasil pendapatan sebanyak RM5, 810.00 (lihat Jadual 4). Jumlah pendapatan hasil pada tahun 2003 (bagi tempoh Januari hingga 29.5.2003) adalah RM2, 710.00.

Soal selidik telah dilakukan ke atas penduduk Sukau bagi mengetahui sama ada program *homestay* dan kegiatan ekopelancongan telah menambah baik dan meningkatkan lagi aktiviti seni budaya Orang Sungai dalam aspek

kraf tangan, seni tarian dan aktiviti tradisional lain seperti menangkap ikan dan memburu. Hasil kajian menunjukkan bahawa hanya 35 peratus daripada 200 orang responden yang bersetuju bahawa kegiatan kraf tangan semakin meningkat, berbanding 65 peratus responden tidak bersetuju dengan pendapat tersebut (lihat Jadual 5). Bermakna, program *homestay* di Kampung Sukau tidak berjaya meningkatkan minat ahli komuniti agar mengusahakan seni kraf tangan sebagai produk pelancongan. Alasannya ialah orang kampung tidak memiliki kemahiran di samping ketiadaan pusat latihan kraf tangan di Kampung Sukau.

Di Kampung Sukau, (WARISAN) Persatuan Warisan Seni Anak Sungai telah ditubuhkan pada tahun 1999 dengan sokongan WWF, Malaysia. Objektif utama penubuhan WARISAN adalah untuk memelihara seni budaya dan warisan Orang Sungai, di samping meningkatkan kesedaran golongan belia untuk terlibat dalam kegiatan tarian dan muzik tradisi. Pada tahun 2000, seramai 20 ke 25 orang belia Kampung Sukau menganggotai persatuan ini. WARISAN telah berjaya memulakan kegiatan mereka pada tahun tersebut. Misalnya, mereka telah beberapa kali mempersembahkan tarian tradisi Orang Sungai seperti *rumimbai* (tarian berkaitan kepercayaan tradisi dan rawatan penyakit dan rasukan semangat jahat dari sungai), *tetikas* (persembahan tarian menyambut tetamu agung dan ternama), *kerusai* (tarian meraikan tamatnya musim menuai padi) dan *dendang sayang* (tarian keramaian semasa majlis perkahwinan). Jenis tarian-tarian inilah yang dipersembahkan di *lodges* penginapan milik syarikat swasta yang beroperasi di sepanjang tebing Sungai Kinabatangan di Kampung Sukau.

Namun, semasa kajian ini dilakukan kegiatan WARISAN pada tahun 2003 terhenti, sebanyak 34.5 peratus responden tidak bersetuju dengan kenyataan bahawa ekopelancongan telah meningkatkan aktiviti dan persembahan budaya tradisional komuniti orang Sungai di Kampung Sukau. Bagi mereka, ekopelancongan telah mengurangkan dan menyekat aktiviti WARISAN kerana para pengusaha *lodges* tidak berminat untuk memanggil Kumpulan WARISAN membuat persembahan di premis perniagaan mereka. Jika ada pihak *lodges* yang berminat, mereka cuba untuk mengenakan bayaran pertunjukan yang tinggi, iaitu RM600.00 bagi pakej satu malam persembahan. Bagi para pelancong, bayaran pakej ini jika dibahagi sama rata setiap individu harganya masih mahal. Bagi para pelancong asing yang menginap di *lodges*

swasta ini, tujuan lawatan mereka adalah menikmati alam semula jadi dan hidupan liar dan bukannya menikmati budaya dan cara hidup komuniti orang sungai. WARISAN mempunyai 25 orang ahli terdiri daripada pemuzik dan penari. Tetapi sepanjang penglibatan mereka dalam WARISAN, sumbangan mereka tidak dibayar setimpal oleh pihak pengurusan WARISAN atas alasan ketiadaan dana dan hasil pendapatan. Disebabkan faktor ini, maka ramai ahli WARISAN menarik diri dan tidak terlibat dengan aktiviti-aktiviti WARISAN. Bermakna, pengkomersialan seni budaya tarian tradisional komuniti orang Sungai di Kampung Sukau melalui *homestay* dan ekopelancongan adalah tidak berjaya berbanding di Kampung Batu Puteh.

Sebanyak 53 peratus responden bersetuju bahawa aktiviti budaya tradisi lain orang Sungai seperti memancing, menangkap udang dan memburu menjadi semakin aktif disebabkan oleh pembangunan ekopelancongan di kawasan ini. Namun, 35 peratus responden tidak bersetuju dan mengatakan bahawa aktiviti tradisi ini juga semakin berkurangan kerana sumber alam semula jadi seperti ikan, hidupan liar dan kayu hutan berkurangan dan menjadi sumber alam semula jadi yang dilindungi di bawah Enakmen Perlindungan Hidupan Liar, 1997. Akibatnya, aktiviti budaya tradisi ini hanya menjadi pekerjaan sampingan sahaja.

Kesimpulan

Mengapakah pengkomersialan budaya Orang Sungai di Kampung Batu lebih berjaya berbanding yang diusahakan di Kampung Sukau? Terdapat beberapa faktor utama yang menjelaskan perkara ini, iaitu:

- i) Pengurusan dan struktur organisasi program *homestay* di Kampung Batu Puteh lebih tersusun dan sistematik berbanding di Kampung Sukau. Misalnya, di Kampung Batu Puteh mereka mempunyai garis panduan yang jelas dan bertulis tentang tatacara dan tingkah laku pelancong semasa mereka menginap di *homestay*. Di Kampung Sukau, panduan ini diberi secara verbal sahaja. Justeru, kesan negatif para pelancong ke atas budaya komuniti mampu dikawal oleh pengurusan *homestay* di Kampung Batu Puteh.

- ii) Di Kampung Batu Puteh, tiada pengusaha penginapan swasta beroperasi di kawasan ini. Di Kampung Sukau, terdapat enam buah *lodges* penginapan swasta yang beroperasi. Operasi dan jaringan perniagaan syarikat-syarikat ini adalah sampai ke tahap antarabangsa. Justeru, *homestay* di Kampung Sukau bersaing hebat dengan penginapan lima bintang milik swasta. Dalam keadaan ini, kemudahan penginapan dan fasiliti *homestay* dilihat tidak setanding dengan penginapan taraf antarabangsa ini.
- iii) Di Kampung Batu Puteh, pihak NGO (MESCOT) menumpukan sepenuh perhatian dan bekerjasama dengan penduduk kampung untuk memajukan aktiviti seni budaya tradisi. Sebaliknya, di Kampung Sukau, pihak swasta tidak menyokong pengkomersialan seni tari WARISAN. Timbul kekeliruan di Kampung Sukau tentang NGO mana (KOCP atau WWF) yang sepatutnya menjadi tonggak dalam memajukan *homestay*.
- iv) Pihak berkuasa tempatan dan negeri tidak serius membantu pembangunan *homestay* di Kampung Sukau dan Batu Puteh. Proses pemantauan pembangunan *homestay* dan ekopelancongan diserahkan kepada NGO atas nama *top-down project*. Justeru, bimbingan oleh pegawai NGO yang komited dan bersungguh-sungguh merupakan faktor utama yang menentukan kejayaan projek pengkomersialan budaya ini.

Rujukan

- Azarya, V. (2004). Globalization and international tourism in developing countries: Marginality as a commercial commodity. *Current Sociology*. 52(6): hlm. 949 – 967.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulation*. New York: Semiotext.
- Boorstin, O. J. (1964). *The images: A guide to pseudo-events in America*. New York: Harper and Row.
- Butler, R. & Hinch, T. (Eds.). (1996). *Tourism and indigenous peoples*. London: International Thomson Business Press.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15 (3): hlm. 371 – 386.
- Cohen, E. (1995). Contemporary tourism-trends and challenges: Sustainable authenticity or contrived post-modernity? (hlm.. 12 – 29). Dlm. R. Butler & D. Pearce (Eds.) *Change in Tourism: People, Places, Processes*. London: Routledge.

- Cohen, R. & Kennedy, P. (2000). *Global Sociology*. Palgrave: New York.
- Eco, U. (1986). *Travels in Hyper-reality*. London: Picador.
- Hussin, R. (2006). Ecotourism Development and Local Community Participation: Case Studies of Batu Puteh and Sukau Village in Lower Kinabatangan Area of Sabah, Malaysia. Unpublished PhD Thesis, University of Glasgow, United Kingdom.
- Jawatankuasa Homestay Kampung Sukau, 2003.
- Kementerian Pembangunan Luar Bandar, Malaysia, 2003.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- Miso Walai Homestay. (2000). Promotional brief and additional information. Mukim Batu Puteh, Sandakan: Miso Walai Homestay Association.
- Mowforth, M. & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. London and New York: Routledge.
- Wearing, S. (2001). Exploring socio-cultural impacts on local communities. In D. B. Weaver (Ed.). *The Encyclopedia of Ecotourism*. Oxon, UK: CABI Publishing, hlm. 395 – 410.
- WWF (World Wide Fund for Nature, Malaysia). (2004). Special Feature: The Model Ecologically Sustainable Community Tourism Project (MESCOT). <http://www.wwfmalaysia.org/features/special/Mescot.htm>. Dilayari pada 12 Februari 2004.

