

Inovasi Produk dalam Program Homestay: Kajian Kes di Homestay Kampung Desa Keda

Suhaida HERNI Suffarruddin, Mastura Jaafar & Suraiyati Rahman

Pusat Pengajian Perumahan, Bangunan dan Perancangan, Universiti Sains Malaysia

Email of corresponding author: suhaidasuff@gmail.com

Abstrak

Inovasi merupakan salah satu komponen yang penting untuk meningkatkan kelebihan daya saing dalam persekitaran yang semakin berubah masa kini. Pasaran yang lebih baik memerlukan idea yang lebih kreatif dalam penghasilan sesuatu produk termasuklah dalam sektor pelancongan dengan penglibatan kawasan luar bandar. Program homestay merupakan salah satu inisiatif yang telah diperkenalkan dalam Rancangan Malaysia ke-9 dan menjadi salah satu tarikan pelancong yang dapat memberi pengalaman kehidupan luar bandar. Lantaran itu, kajian ini bertujuan untuk menerokai pelaksanaan inovasi produk yang telah dilaksanakan oleh Program Homestay Kampung Desa Keda yang merupakan salah satu program homestay di Utara Semenanjung Malaysia. Homestay ini dipilih berdasarkan jumlah kedatangan pelancong tertinggi iaitu seramai 52,621 orang pada tahun 2011 hingga 2016. Penemuan daripada kajian ini membincangkan berkaitan pelaksanaan inovasi produk yang terbahagi kepada penginapan, aktiviti budaya dan produk komuniti. Penemuan kajian ini menunjukkan inovasi produk adalah penting dalam pembangunan program homestay sebagai kelebihan dalam daya saing dalam menarik kedatangan pelancong.

Katakunci: Inovasi Produk, Program Homestay, Pelancongan Luar Bandar

1. Pengenalan

Inovasi merupakan salah satu aspek yang semakin mendapat perhatian dengan menerokai peluang baharu untuk mewujudkan pengurusan yang lebih baik di samping membuat pembaharuan dan penambahbaikan pasaran (Schumpeter, 1934; Hjalager, 1994; Peter & Pikkemaat, 2005). Ianya berlaku apabila organisasi mempunyai pengetahuan dan berupaya untuk melaksanakannya dengan menawarkan sesuatu yang bernilai kepada pelanggan (Crompton, 2012). Hal ini secara tidak langsung telah melahirkan sebuah organisasi yang lebih berjaya melalui pencapaian prestasi dan peningkatan taraf hidup (Beregheh, et al., 2012). Lantaran itu, inovasi dilihat sebagai sesuatu yang penting dalam pembangunan industri termasuklah sektor pelancongan dengan memfokuskan kepada aspek kreativiti, penyelesaian masalah dan kaedah baru (Moscardo, 2008).

Dalam usaha membangunkan sektor pelancongan sekaligus meletakkan kedudukan Malaysia sebagai lokasi destinasi pelancongan yang terkemuka, kerjasama antara pelbagai sektor termasuk komuniti tempatan perlulah dipergiatkan. Oleh itu, pelancongan luar bandar turut berperanan dalam menarik para pelancong menikmati keindahan alam semula jadi, kemeriahan adat resam dan budaya tempatan (Mapjabil & Ismail, 2015). Tambahan lagi, inisiatif untuk meningkatkan tahap pendapatan dan mengurangkan jurang kemiskinan di kalangan komuniti luar bandar telah dikenalpasti sebagai salah satu agenda utama dalam Rancangan Malaysia ke-9 (EPU, 2015). Lantaran itu, bagi menangani masalah ketidakseimbangan pendapatan, program homestay diperkenalkan bertujuan untuk mencipta pelbagai aktiviti ekonomi baharu (Kasim et al., 2016) yang berpotensi untuk berkembang dan membangunkan sosioekonomi.

Program homestay menawarkan pengalaman yang menarik termasuklah aktiviti rekreasi, budaya, pendidikan, dan interaksi social. Hal ini bergantung kepada peranan penyelarar program homestay dalam memainkan peranan untuk memastikan pengalaman itu dapat dirasai secara berterusan oleh pelancong lain pada masa akan datang. Penglibatan penyelarar, pengusaha dan komuniti dalam sesebuah kampung akan memberi impak yang besar kepada kejayaan program homestay tersebut (Pusiran & Xiao, 2013). Oleh itu, keupayaan pihak pengusaha termasuk bahagian pengurusan dalam melakukan penambahbaikan secara berterusan adalah perlu bagi memenuhi permintaan dan kepuasan pelancong (Hussin & Kunjuraman, 2014).

Namun, masih terdapat juga pengusaha yang tidak melakukan penambahbaikan terhadap kualiti perkhidmatan produk yang ditawarkan hingga menyebabkan kemerosotan minat para pelancong terhadap program homestay ini (Hussin & Kunjuraman, 2014). Selain itu, ianya juga disebabkan oleh peserta yang kurang pengalaman dalam pengurusan serta kemahiran dan pengetahuan yang masih lagi terhad (Kayat & Nor, 2006) termasuklah kurangnya pendedahan terhadap ilmu berkaitan inovasi pelancongan (Sakdiyakorn & Sivarak, 2016). Ini telah menyebabkan terdapat beberapa pengusaha menarik diri daripada menjadi pengusaha program homestay berikutan kekurangan kedatangan pelancong sekaligus menjejaskan pendapatan mereka (Kasim et al., 2016).

Oleh itu, aspek inovasi terhadap produk pelancongan homestay perlu dikaji dengan lebih terperinci. Walaupun kajian berkaitan program homestay telah banyak dilakukan, tetapi kajian yang memfokuskan kepada peranan inovasi adalah masih lagi terhad (Razzaq, et al, 2011) kerana kebanyakan kajian membincangkan faktor lain seperti kesan penglibatan komuniti (Pusiran & Xiao, 2013; Ismail et al., 2016) dan faktor motivasi terhadap pengusaha (Ahmad et al., 2014; Mohd Salleh et al., 2014). Seajar dengan permasalahan tersebut, kajian ini bertujuan untuk menerokai inovasi yang telah dilakukan terhadap produk yang ditawarkan kepada pelancong oleh program homestay di Utara Semenanjung Malaysia.

2. Sorotan Literatur

Konsep Inovasi

Konsep asal inovasi telah diperkenalkan oleh Schumpeter (1934), yang mentakrifkan inovasi sebagai ciptaan produk baharu atau penambahbaikan kepada produk sedia ada dengan menggunakan kaedah baharu dan pasaran baharu untuk pembangunan organisasi. Beberapa sarjana juga bersetuju dengan definisi ini dan menyatakan bahawa inovasi adalah penghasilan sesuatu yang baharu untuk meningkatkan keupayaan produk (Drucker, 1985; Tidd et al., 2005). Perlaksanaan inovasi ini boleh dilakukan dengan membuat penambahbaikan terhadap produk sedia ada atau menggunakan kaedah baharu (Kuratko & Hodgetts, 2004). Ini menunjukkan inovasi bukan sahaja merujuk kepada penciptaan atau penambahbaikan produk baharu malah melibatkan kaedah atau cara-cara baharu untuk penghasilan produk tersebut.

Definisi ini telah diperkembangkan lagi melalui OECD (2005) dan Brem & Voigt (2009) yang melihat inovasi sebagai pelaksanaan ketara untuk meningkatkan kualiti produk dan perkhidmatan, kaedah penghasilan produk, kaedah pemasaran, pengurusan struktur organisasi dan sistem pentadbiran dalam organisasi. Tambahan lagi, ramai penyelidik telah memperluaskan konsep inovasi dengan merujuk kepada jenis-jenis inovasi (Saunila, et al., 2014). Sebagai contoh, terdapat penyelidik yang membahagikan inovasi kepada empat jenis inovasi termasuk produk, proses, pemasaran dan organisasi bagi menentukan daya inovasi keseluruhan organisasi (OECD, 2005; Gunday, et al., 2011; Hassan et al, 2013; Boachie-Mensah & Aquah, 2015). Sebaliknya, terdapat juga beberapa penyelidik menggunakan inovasi tunggal dalam kajian mereka, seperti inovasi produk (Espallardo & Ballester, 2009; Zhang &

Duan, 2010) inovasi proses (Abrunhosa & Moura E'sa, 2008) dan inovasi organisasi (Dadfar, et al., 2013; Camison & Villar-Lopez, 2014). Oleh itu, kajian ini hanya memfokuskan kepada inovasi produk bagi mendapatkan maklumat secara lebih mendalam dan terperinci.

Inovasi Produk

Inovasi produk boleh ditakrifkan sebagai sesuatu produk atau perkhidmatan yang telah ditransformasikan menggunakan idea-idea baharu dan menjalani penambahbaikan terhadap spesifikasi tertentu (OECD, 2005). Selain itu, inovasi produk juga merujuk kepada penghasilan sesuatu produk dan perkhidmatan yang baharu, asli, serta mempunyai keunikan untuk dikomersialkan kepada pihak tertentu (Hjalager, 2010). Produk ini perlulah kelihatan lebih menarik kepada pengguna (Boachie-Mensah & Acquah, 2015) agar dapat menyumbang kepada pertumbuhan pasaran (Hassan et al, 2013).

Kajian dalam sektor pelancongan menunjukkan inovasi produk adalah melibatkan penghasilan produk pelancongan baharu atau aktiviti yang telah dirancang kepada para pelancong (Aldebert et al., 2011). Begitu juga dengan kajian Sakdiyakorn & Sivarak (2016) yang melihat inisiatif dalam pembaharuan produk menjadi satu keperluan dalam menyokong matlamat pelancongan komuniti terutamanya melibatkan pelancongan warisan budaya. Manakala inovasi produk dalam program homestay pula termasuklah daya tarikan seperti alam semula jadi, sejarah, seni dan kraftangan, aktiviti budaya, makanan tradisional, dan aktiviti pertanian (Ibrahim & Razzaq, 2009) yang merupakan tarikan utama pelancong (Razzaq et. al, 2011).

Perkembangan Program Homestay

Program homestay telah bermula pada sekitar tahun 1970 an di Europe yang dikenali sebagai satu konsep percutian (Mapjabil & Ismail, 2012). Di negara barat, terma homestay ini digunakan sebagai penginapan pelajar antarabangsa sebagai contoh di Australia, di mana pelajar akan tinggal bersama keluarga angkat sehingga tamat pengajian agar dapat mempelajari budaya tempatan (Richardson, 2003). Manakala di United Kingdom dan New Zealand pula konsep homestay merujuk kepada pengurusan tempat tidur dan sarapan sahaja yang lebih dikenali sebagai “*bed and breakfast*” dan tidak melibatkan sebarang aktiviti kebudayaan (Pusiran & Xiao, 2013).

Di Malaysia, program homestay ini diperkenalkan secara rasminya pada tahun 1995 di Desa Murni, Kerdu, Temerloh, Pahang. Program homestay merupakan satu produk pelancongan unik yang membolehkan pelancong merasai pengalaman kehidupan dan budaya yang berbeza (Ahmad et al., 2014). Konsep homestay yang juga disebut sebagai inap desa (Ahmad et al., 2011; Hussin & kunjuraman, 2014) adalah merujuk kepada pengalaman pelancong tinggal bersama keluarga yang dipilih, berinteraksi dan menimba pengalaman kehidupan seharian keluarga homestay dan juga mempelajari budaya komuniti luar bandar di Malaysia (Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan, 2014).

Program ini menyediakan pengalaman melalui kepelbagaian etnik kehidupan keluarga angkat yang dapat dirasai oleh pelancong (Bhuiyan *et al.*, 2012) melalui aktiviti yang berbeza mengikut budaya, ekonomi serta lokasi (Keling & Entebang, 2013). Secara umumnya, ciri-ciri dan aktiviti yang lazimnya dilakukan dalam program ini adalah seperti Jadual 1.

Jadual 1: Aktiviti Lazim untuk Tetamu Program Homestay

<p><u>Budaya dan Cara Hidup</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sejarah • Tarian, lagu dan makanan tradisional • Permainan dan sukan rakyat • Budaya: perkahwinan, acara keramaian, kenduri. 	<p><u>Kegiatan Ekonomi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Menoreh getah • Penternakan ikan • Pertanian: koko, padi, buah-buahan, kelapa sawit
<p><u>Keseronokan (Leisure)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Menikmati pemandangan & panorama • Merentas hutan • Berakit di Sungai • Melawat tarikan berdekatan 	<p><u>Pemuliharaan Alam Sekitar</u></p> <p>Program Plant a Tree (PAT): Setiap pelancong digalakkan untuk menanam sebatang pokok di homestay yang dilawati untuk menyumbang pemuliharaan alam sekitar di samping mengindahkan lanskap homestay yang dikunjungi</p>

Sumber: Ahmad et al. (2011)

Pada mulanya, program ini hanya disertai oleh beberapa buah kampung yang terpilih dan dilaksanakan secara kecil-kecilan. Setelah program ini memperlihatkan kejayaan dalam menjana pendapatan komuniti tempatan, program ini telah mendorong penglibatan yang lebih ramai lagi. Kini terdapat 193 buah program homestay di seluruh negeri yang berdaftar dengan Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan dimana setiap negeri mempunyai bilangan kampung yang terlibat dengan jumlah pengusaha dan bilik yang tertentu. Data terkini yang diperolehi daripada Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan menunjukkan pada tahun 2016, bilangan kampung yang terlibat adalah sebanyak 341 buah kampung manakala jumlah pengusaha adalah seramai 3,800 orang dengan melibatkan 5,354 buah bilik. Ini menunjukkan penglibatan komuniti luar bandar terhadap program homestay ini amat menggalakkan.

3. Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengkaji permasalahan sesebuah kumpulan secara individu bagi mewakili masalah sosial (Creswell, 2007). Kajian ini memerlukan pengkaji berada dalam situasi responden agar dapat melihat sendiri keadaan sebenar isu kajian, memperolehi data yang mewakili pandangan komuniti merangkumi persekitaran yang dimiliki oleh responden serta terdapat bukti yang banyak terutamanya melibatkan kajian kes (Yin, 2011). Kaedah ini dapat membantu penyelidik mendapatkan informasi yang lengkap tentang sesuatu fenomena dengan menyiasat kehidupan sebenar untuk memahami sesuatu isu yang terlibat. Sejajar dengan cadangan pengkaji lepas yang menyatakan bahawa kajian kes amat sesuai digunakan kerana ianya berupaya untuk menjawab persoalan bagaimana dan mengapa inovasi berlaku (Sakdiyakorn & Sivarak, 2016) terutamanya dalam program homestay (Hashim et al., 2015).

Program homestay yang berdaftar di negeri Kedah adalah sebanyak 16 buah melibatkan 22 buah kampung dan 345 orang pengusaha. Program homestay yang menerima kedatangan pelancong paling tinggi adalah Homestay Kampung Desa Keda dengan jumlah pelancong seramai 52,621 orang pada tahun 2011 hingga 2016. Ini menunjukkan hampir 50 peratus kedatangan pelancong yang terlibat dengan program homestay di Negeri Kedah adalah dipelopori oleh Homestay Kampung Desa Keda. Oleh itu, Homestay kampung Desa Keda telah dipilih sebagai lokasi kajian dengan mengadakan temu bual terhadap penyelaras homestay tersebut. Temu bual dan lawatan telah dijalankan selama 3 jam pada bulan Oktober

2017 untuk menerokai secara mendalam inovasi produk yang telah dilaksanakan sepanjang penubuhan program homestay tersebut.

4. Penemuan Kajian

Latar Belakang Homestay

Homestay Kampung Desa Keda telah didaftarkan dengan Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan pada tahun 1999. Program homestay ini mempunyai sebanyak 42 rumah dengan bilangan bilik iaitu 123 buah di bawah satu kampung yang terlibat sahaja iaitu Kampung Desa Keda. Program homestay yang terletak di Ulu Legong, Baling ini diselia oleh seorang penyelaras. Homestay ini terletak di lokasi ekopelancongan yang mampu menarik kedatangan pelancong yang lebih ramai. Oleh itu, pelbagai jenis inovasi produk yang telah dijalankan bagi tujuan mempromosikan homestay ini sekaligus meningkatkan kedatangan pelancong.

Inovasi produk

Inovasi produk yang dijalankan dalam program homestay ini boleh diklasifikasikan kepada tiga kategori iaitu berbentuk penginapan, lawatan serta aktiviti budaya dan pengeluaran produk. Keupayaan untuk melaksanakan penambahbaikan dan pembaharuan ke atas program homestay ini telah diterangkan secara mendalam melalui temu bual yang dijalankan bersama penyelaras program homestay tersebut.

Bagi produk penginapan, perkembangan program homestay dapat dilihat dengan pertambahan bilangan pengusaha yang terlibat dalam penyediaan bilik kepada pelancong. Kini, bilangan pengusaha telah meningkat kepada 42 orang berbanding pada awal penubuhan program homestay ini iaitu hanya seramai 26 orang pengusaha sahaja. Pertambahan ini telah menunjukkan minat komuniti tempatan untuk menyertai program homestay ini. Selain itu, penginapan yang disediakan juga telah melalui proses penambahbaikan daripada segi kekemasan bilik dan penyediaan kemudahan agar dapat memberikan keselesaan kepada pelancong yang datang bermalam di rumah keluarga angkat tersebut. Ini telah diakui oleh penyelaras dengan menyatakan bahawa:

“Semua pengusaha homestay telah pergi kursus-kursus yang dihantar oleh KEDA dengan pihak pelancongan seperti cara menyusun cadar bilik, penyediaan makanan, menyambut tetamu dan kami nampak hospitaliti telah bertambah”.

“Hampir 80 peratus penginapan yang disediakan juga adalah berhawa dingin bagi memenuhi permintaan pelancong domestik. Hanya 20 peratus sahaja tiada hawa dingin untuk pelancong yang tidak perlu seperti orang tua dan pelancong luar negara”.

Inovasi juga dilakukan terhadap aktiviti dan lawatan yang disediakan bagi menarik minat pelancong melalui pengalaman kehidupan komuniti tempatan yang mempunyai kepelbagaian jenis dan budaya. Pada awalnya, aktiviti yang dijalankan adalah berbentuk kebudayaan yang diwarisi oleh komuniti setempat. Namun, atas permintaan pelancong masa kini, aktiviti tersebut telah dibuat pembaharuan agar selari dengan kehendak pelancong yang lebih menggemari aktiviti terkini dan mengikut peredaran zaman. Penyelaras juga menjelaskan bahawa:

“Pada mula-mula dulu, aktiviti kebudayaan yang ada seperti produk orang asli iaitu suku kaum yang ada di Asia, untuk acara sewang orang asli, tarian kanak-kanak, gendang silat, dikir seloka. Tapi menjelang tahun 2006, orang

lebih minat kepada karaoke, jadi kami menyediakan karaoke tapi lagu tradisional seperti lagu dondang sayang.”

“Bagi permainan tradisional pula, mula-mula dulu ada aktiviti tarik upih, gasing, tapi sekarang kami buat aktiviti berbasikal ke ladang kelulut, kolam udang galah, kami ada 34 buah basikal atas Projek Desa Lestari. Kami ada aktiviti river tracking, hiking Gunung Ganu dengan kerjasama Pejabat Hutan.”

Selain itu, program homestay ini juga menawarkan kepelbagaian produk yang dikeluarkan oleh komuniti setempat seperti makanan tradisional untuk dirasai oleh pelancong yang datang. Produk ini juga telah menjalani pembaharuan dan penambahbaikan daripada semasa ke semasa dengan mempelbagaikan jenis produk agar dapat dipasarkan secara lebih meluas lagi. Penyelaras menjelaskan perkara tersebut dengan menyatakan bahawa;

“Dulu kuih-kuih tradisional kami ada bahulu, kerepek. Sekarang kami buat pembaharuan dengan memperkenalkan madu kelulut, kopi dan produk kecantikan. Produk-produk ini telah dikormesialkan ke dalam pasaran sampai ke luar negara. Produk ni tiada di pasaraya tapi kami sertai karnival di peringkat negeri dan kebangsaan di samping mempromosikan program homestay ini.”

5. Kesimpulan

Secara keseluruhan, program Homestay Kampung Desa Keda dilihat sentiasa melakukan pembaharuan dan penambahbaikan bagi memenuhi kehendak pelancong. Hal ini kerana inovasi produk yang dilakukan oleh program homestay ini dan keupayaan untuk menerima sebarang perubahan budaya merupakan perkara penting dalam membangunkan pasaran. Selain itu, sumber semula jadi yang ada di kampung ini juga memberi peluang kepada penyelaras dalam memaksimumkan aktiviti yang berpotensi sebagai produk inovatif untuk dipromosikan kepada para pelancong sekaligus dapat meningkatkan kedatangan pelancong. Tambahan lagi, program homestay ini mempunyai potensi yang baik untuk lebih berkembang susulan daripada perancangan dan kepelbagaian idea-idea kreatif untuk memajukan program homestay ini. Oleh itu, idea program homestay ini boleh dijadikan contoh kepada program homestay yang lain di Malaysia agar lebih kreatif dalam melaksanakan inovasi produk untuk menarik kedatangan pelancong ke program homestay tersebut. Ini kerana kejayaan sesebuah program homestay adalah bergantung kepada sejauh mana produk yang ditawarkan dapat menarik minat para pelancong untuk menyertai program homestay.

Rujukan

- Abrunhosa, A. & Moura E Sá, P. (2008). Are TQM principles supporting innovation in the Portuguese footwear industry? *Technovation*, 28 (4), 208 – 221.
- Ahmad M. Z., Ibrahim JA, Zakaria, N. (2011) Homestay as a socioeconomic community development Agent: From UUM tourism management student’s perspective. *PROSIDING PERKEM VI, JILID 2*, 481-493.
- Ahmad, S. Z., Jabeen, F. & Khan, M. (2014). Entrepreneur’s choice in business venture: Motivations for choosing homestay accommodation business in Peninsular Malaysia. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 31 – 40.
- Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@. *Tourism Management*, 32, 1204–1213.
- Beregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. & Davies, D. (2012). Innovation in food sector SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19 (2), 300 – 321.

- Bhuiyan, M.A.H., Siwar, C., Ismail, S.M., & Islam, R. (2012). Home Stay Accommodation for Tourism Development in East Coast Economic Region, *American Journal of Applied Sciences*, 9 (7), 1085-1090.
- Boachie-Mensah, F. & Aquah, I. S. K. (2015). The effect of innovation types on the performance of small and medium-sized enterprises in the Sekondi-Takoradi Metropolis. *Archives of Business Research*, 3 (3), 77 – 98.
- Brem, A. & Voigt, K. I. (2009). Integration of market pull and technology push in the corporate front end and innovation management-insights from the German software industry. *Technovation*, 29 (5), 351 – 367.
- Crumpton, M. A. (2012). Innovation and entrepreneurship. *The Bottom Line Managing Library Finances*, 25 (3) 98 – 101
- Camisón, C. & Villar: López, A. (2014.) Organisational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67 (1), 2891 – 2902.
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dadfar, H., Dahlgard, J. J., Brege, S., & Alamirhoor, A. (2013). Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24 (7:8), 819 – 834.
- Drucker, P. F. (1985). *The Practice of Innovation, Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*, Harper & Row: New York.
- EPU. (2015). Elevating B40 Households towards A Middle Class Society. *Strategy Paper, 2. Putrajaya: Economic Planning Unit*, Prime Minister's Department.
- Espallardo, M. H. & Ballester, E. D. (2009). Product innovation in small manufacturers, market orientation and the Industry's Five Competitive Forces: Empirical evidence from Spain. *European Journal of Innovation Management*, 12 (4), 470 – 491.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133 (2), 662 – 676.
- Hashim, A. M., Jamalludin, N., Nor, M. N. M., Nazrin, N., Merican, F. M. I. & Ahmad, S. S. (2015). Langkawi Homestay: Exploring an innovation aspect in homestay industry. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 8, 14 – 19.
- Hassan, M. U., Shaukat, S., Nawaz, M. S. & Naz, S. (2013). Effects of innovation types on firm performance: an empirical study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7 (2), 243 – 262.
- Hjalager, A. M. (1994). Dynamic innovation in the tourism industry. *Progress in Tourism and Hospitality Management*, 6, 197–224.
- Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation in tourism. *Tourism Management*, 1 (1), 1-12.
- Hussin, R. & Kunjuran, V. (2014). Pelancongan mapan berasaskan komuniti (CBT) melalui program homestay di Sabah, Malaysia. *GEOGRAFIA – Malaysian Journal of Society and Space*, 10 (3), 160 – 174.
- Ibrahim, Y., & Razzaq, A.R.A. (2009). Homestay program and rural community development in Malaysia. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 3 (1), 7 – 24.
- Ismail, M. N. I., Hanafiah, M. H., Aminuddin, N., Mustafa, N. (2016). Community-Based Homestay Service Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 398 – 405.
- Kasim, M. M., Kayat, K., Ramli, R. & Ramli, R. (2016). Sustainability criteria for the Malaysia Homestay Program. *International Review of Management and Marketing*, 6 (S7), 250 – 255.
- Kayat, K. & Nor, N. A. M. (2006). Penglibatan ahli komuniti dalam program pembangunan

- komuniti: satu kajian ke atas program homestay di Kedah. *Akademika*, 67(1), 77-102.
- Keling, W. & Entebang, H. (2015). Innovation within the Sarawak Homestay Programme: The perspective of Dayak's Homestay entrepreneurs. *Proceedings of the International Conference on Natural Resources, Tourism and Services Management 2015, Sabah, Malaysia, 15-17 April 2015*, 253 – 262.
- Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan. (2014). *Program Homestay Malaysia*. (dipetik pada 20 Oktober 2017), daripada <http://www.motac.gov.my>
- Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practices*, 6th edition, Smith Western: USA.
- Mapjabil J. & Ismail S. C. (2012). Program homestay di Sungai Semilang, Pulau Pinang: Pembangunan dan perubahan persekitaran. Dalam Mapjabil J, Din KH (eds) *Pelancongan di Malaysia: Isu-isu penyelidikan terpilih*. Universiti Utara Malaysia Press: Sintok.
- Mapjabil J. & Ismail S. C. (2015). Program homestay dan pembangunan sosioekonomi luar bandar di Malaysia. *Program Homestay dan Pembangunan Komuniti Luar Bandar di Malaysia*, Sintok, Kedah: UUM Press
- Salleh, N. H. M., Othman, R., Nordin, N., Idris, S. H. M. & Shukor, M. S. (2014). The homestay program in Malaysia: Motivation for participation and development impact. *Tourism Preliminary Communication*, 62 (4), 407 – 421.
- Moscardo, G. (2008). Sustainable tourism innovation: Challenging basic assumptions. *Tourism and Hospitality Research*, 8 (1), 4-13.
- OECD. (2005). *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, OECD, Paris.
- Peters, M. & Pikkemaat, B. (2005). Innovation in tourism. In M. Peters, & B. Pikkemaat (Eds.), *Innovation in Hospitality And Tourism*. (pp. 1–6). New York: The Haworth Hospitality Press.
- Pusiran, A. K. & Xiao, H. (2013). Challenges and Community Development: A Case Study of Homestay in Malaysia. *Asian Social Science*, 9 (5), 1 – 17.
- Razzaq, A. R. A., Hadi, M.Y., Mustafa, M.Z., Hamzah, A., Khalifah, Z., & Mohamad, N. H. (2011). Local Community Participation in Homestay Program Development in Malaysia. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7 (12), 1418 – 1429.
- Richardson K. (2003). International education: The quality of homestay services. *Presented at the 17th IDP Australian International Education Conference*, Melbourne.
- Sakdiyakorn, M. & Sivarak, O. (2016). Innovation Management in Cultural Heritage Tourism: Experience from the Amphawa Waterfront Community, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (2), 212 – 238.
- Saunila, M., Pekkola, S. & Ukko, J. (2014). The relationship between innovation capability and performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63 (2), 234 – 249.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. London: Oxford University Press.
- Tidd, J., Bessant, J. & Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, Wiley: New York.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Zhang, J. & Duan, Y. (2010). The impact of different types of market orientation on product innovation performance: evidence from Chinese manufacturers. *Management Decision*, 48 (6), 849 – 867.