

**INTERACTIVE LANGUAGE SKILLS FOR THE SUSTAINABILITY OF TUBA ISLAND  
TOURISM ENTREPRENEURS**

**KEMAHIRAN INTERAKTIF BAHASA UNTUK KELESTARIAN USAHAWAN  
PELANCONGAN PULAU TUBA**

Mohd Nor Mamat<sup>i</sup>, Hanifah Musa Fathullah Harun<sup>ii</sup>, Zulaipa Ruzulan<sup>iii</sup>, Munirah Azrae<sup>iv</sup> &  
Azlina Kamaruddin<sup>v</sup>

<sup>i</sup> Professor Madya, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA (UiTM).  
mohdnoor@uitm.edu.my

<sup>ii</sup> (*Corresponding author*). Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi  
MARA (UiTM). hanifah0704@uitm.edu.my

<sup>iii</sup> Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA (UiTM).  
zulaipa3198@uitm.edu.my

<sup>iv</sup> Pensyarah Kanan, Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM). munir041@uitm.edu.my

<sup>v</sup> Pensyarah Kanan, Pusat Pengajian Teknologi Multimedia & Komunikasi, Universiti Utara Malaysia (UUM).  
lyna@uum.edu.my

<b>Abstract</b>	<p><i>This study focuses on the sustainable tourism of Tuba Island through the aspirations of 3M2U (build, enrich, empower) with a focus on producing local entrepreneurs who have effective communication or interactive skills using Malay and English as tourist attractions. Introducing the 3M2U concept through this linguistic medium is to meet the current needs of local youth to attract tourists without neglecting local customs and cultures. Tourism services and providing the best workforce require mastery of language skills in serving customers. The 3M2U concept focuses on three methods: first, build Tuba Island as the leading tourist destination with a Malay heritage identity; second, enriching the local community with easy communication skills; and third, improving the standard of living of the local community with linguistic skills to promote their products through effective communication. This qualitative study focuses on the basic elements of language skills as the needs of the local community. This study focuses on the local community by providing basic language skills training and increasing confidence in business communication. To achieve these objectives, this study was carried out as a 2-in-1 project, by providing training modules to youth entrepreneurs and a study of the effect of the training on the socio-economic development of the community in Tuba Island. In line with the government's aspirations, several instruments have been developed to measure participants' increased socio-economic impact and knowledge, skills, attitudes and program achievements. The study found several delimitations, including the lack of youth entrepreneurs, the pandemic that paralyzed tourism activities and the entrepreneur mentality that practiced the GIG economy made the results more significant and relevant.</i></p> <p>Keywords: <i>Tuba Island, Sustainable, Tourism, 3M2U, Communication.</i></p>
<b>Abstrak</b>	<p><i>Kajian ini memfokuskan kepada pelancongan lestari Pulau Tuba melalui aspirasi 3M2U (membangun, memperkaya, memperkasa) dengan fokus melahirkan usahawan tempatan yang mempunyai kemahiran komunikasi atau</i></p>

*interaktif berkesan dengan menggunakan bahasa Melayu dan Inggeris sebagai daya tarikan pelancong. Tujuan memperkenalkan konsep 3M2U melalui medium linguistik ini adalah untuk memenuhi keperluan semasa belia tempatan untuk menarik pelancong tanpa mengabaikan adat dan budaya tempatan. Perkhidmatan pelancongan dan penyediaan tenaga kerja yang terbaik memerlukan penguasaan kemahiran berbahasa dalam menyantuni pelanggan. Konsep 3M2U menumpukan tiga kaedah, iaitu pertama, membina Pulau Tuba sebagai destinasi pelancongan utama dengan identiti warisan Melayu; kedua, memperkayakan masyarakat setempat dengan kemahiran komunikasi yang mudah; dan ketiga, meningkatkan taraf hidup penduduk tempatan dengan kemahiran linguistik untuk mempromosikan produk mereka melalui penguasaan komunikasi yang baik. Kajian ini berbentuk kajian kualitatif dengan memfokuskan kepada elemen asas kemahiran berbahasa sebagai keperluan masyarakat setempat. Kajian ini memberi tumpuan kepada masyarakat setempat dengan menyediakan bimbingan kemahiran bahasa asas serta meningkatkan keyakinan dalam komunikasi perniagaan. Bagi mencapai objektif tersebut, penyelidikan ini dijalankan sebagai projek 2 dalam 1 iaitu menyediakan modul latihan kemahiran kepada usahawan belia serta kajian tentang kesan latihan tersebut terhadap pembangunan sosioekonomi masyarakat di Pulau Tuba. Selaras dengan hasrat kerajaan, beberapa instrumen telah dibangunkan untuk mengukur peningkatan impak sosio-ekonomi serta pengetahuan, kemahiran, sikap dan pencapaian program dalam kalangan peserta. Hasil kajian menemukan beberapa delimitasi, antaranya kekurangan usahawan belia, pandemik yang melumpuhkan aktiviti pelancongan dan mentaliti usahawan yang mempraktikkan ekonomi GIG menyebabkan hasil kajian menjadi lebih signifikan dan relevan.*

*Kata kunci: Pulau Tuba, Pelancongan, Lestari, 3M2U, Komunikasi.*

## **PENDAHULUAN**

Secara umumnya, penyelidikan ini merupakan projek 2 dalam 1 iaitu sebagai memenuhi aspirasi projek pemindahan ilmu universiti kepada industri dan komuniti (KTP) serta Universiti untuk Masyarakat (U4S), dan pada masa yang sama sebagai penyelidikan eksperimen terhadap modul latihan dalam kalangan usahawan Pulau Tuba. Pada awal tahun 2020 menyaksikan pelaksanaan U4S di seluruh negara yang diilhamkan oleh Menteri Pendidikan semasa perutusan tahun baharu pada 14 Februari 2019 di Universiti Putra Malaysia (UPM). U4S direka untuk menggalakkan pemindahan pengetahuan berkualiti berdasarkan biasiswa yang dijana dalam UA kepada komuniti yang memerlukan kepada kesejahteraan dan kemakmuran bersama. Misi inisiatif ini dianggap sebagai agenda penting negara dengan memperluas dan memperkukuh pengetahuan masyarakat umum dengan pelbagai kepakaran, pembelajaran dan kemahiran daripada UA. Ini akan memberi kesan secara langsung kepada masyarakat dalam bentuk perubahan pengetahuan, sikap, kemahiran dan kualiti hidup.

Selaras dengan konsep pembangunan komuniti, kerjasama dua inisiatif utama Kementerian Pendidikan iaitu Pembelajaran Perkhidmatan Malaysia-U4S (SULAM) yang menggabungkan objektif pembelajaran kursus akademik dengan khidmat masyarakat atau jaringan industri bagi insiatif Sekolah Ku Universiti Ku (SKUK). Justeru, pelaksanaan pada tahun 2020 melibatkan aktiviti di komuniti terpilih termasuk Pulau Tuba telah dilaksanakan. Walau bagaimanapun, projek tersebut tergendala disebabkan arahan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) seluruh dunia menyebabkan kajian lapangan terhenti dan aktiviti pelancongan yang merupakan subjek utama kajian juga dihentikan secara total. Projek kajian bersambung semula selepas pertengahan 2022, namun dalam keadaan yang kurang stabil dan tidak sepenuhnya.

## **PERNYATAAN MASALAH**

Pulau Tuba merupakan pulau ketiga terbesar di Langkawi dan didiami lebih 2,000 penduduk tempatan. Analisis kajian lepas mendapati ekosistem Pulau Tuba yang mempunyai populasi penduduk yang kecil dan jaringan sosial serta ekonomi yang terhad menyebabkan Pulau Tuba agak kurang membangun berbanding pulau-pulau lain di sekitar Langkawi. Pulau ini menjadi warisan kebanggaan negara kerana masyarakat masih mengekalkan identiti budaya dan warisan orang Melayu sepenuhnya. Walaubagaimana pun, usaha perlu dilakukan agar Pulau ini tidak seperti di anaktirikan atau ketinggalan dalam melestarikan langkawi sebagai destinasi pelancongan. Oleh demikian, pihak kerajaan sewajarnya berusaha mencari jalan bagaimanakah caranya meningkatkan potensi Pulau Tuba sebagai destinasi pelancongan di samping pada masa yang sama memelihara hak pemilikan orang asal. Adat dan budaya Melayu perlu dipelihara dengan perkembangan keusahawanan dalam kalangan belia tempatan di pulau itu. Justeru, pengkaji melihat kaedah 3M2U melalui penguasaan kemahiran medium interaktif bahasa merupakan cara yang baik untuk mengekalkan aktiviti keusahawanan pelancongan serta mempromosikan budaya tempatan dan Pulau Tuba kepada dunia. Kajian ini adalah sebahagian daripada pakej projek 'top - down' yang merupakan inisiatif kerajaan khusus untuk pembangunan Pulau Tuba. Kajian yang berasaskan kepada objektif membangunkan usahawan yang lestari, permasalahan komunikasi pelancongan berkait kemahiran bahasa interaktif dilihat sebagai satu faktor penting untuk kelestarian satu modul latihan kemahiran komunikasi interaktif usahawan belia dibangunkan oleh pakar pengajian bahasa dan komunikasi yang memenuhi Dasar Pembangunan Belia Negara (DPBN, 2020), kemahiran linguistik dan sosiolinguistik serta motivasi dan kemahiran kepimpinan bagi memenuhi aspirasi kerajaan 3M2U, U4S dan inisiatif KTP Universiti. Modul ini dilaksanakan kepada sekumpulan 12 usahawan belia di Pulau Tuba bertujuan melatih usahawan ke arah masa hadapan yang lestari. Modul ini telah dilaksanakan dalam pelbagai bentuk antaranya termasuklah ceramah, bengkel, Latihan Dalam Kumpulan (LDK) dan aktiviti amali dijalankan melalui pemindahan kemahiran keusahawanan, motivasi kecemerlangan diri dan ilmu komunikasi bahasa.

## **OBJEKTIF KAJIAN**

1. Menghasilkan modul 3M2U melalui medium interaktif Bahasa kepada masyarakat Pulau Tuba.
2. Menganalisis keberkesanan 3M2U melalui medium interaktif Bahasa sebagai daya tarikan dalam memenuhi hasrat kerajaan menjadikan Pulau Tuba sebagai destinasi pelancongan utama.

## **METODOLOGI KAJIAN**

Kajian ini merupakan kajian kualitatif berbentuk eksperimental kerana sebahagian besarnya melibatkan penggunaan sumber yang diperoleh dari perpustakaan dan Internet, dan pemerhatian ke atas informan selepas eksperimen dijalankan. Satu modul telah dibangunkan dan disahkan oleh pakar untuk dilaksanakan eksperimen terhadap 12 informan, iaitu usahawan tempatan selama 2 hari. Kesan eksperimen modul tersebut dilihat menerusi pemerhatian dan temubual. Selain itu, temu bual semi berstruktur telah dijalankan ke atas peserta modul di Pulau Tuba, Langkawi untuk mendapatkan data dari penduduk Pulau Tuba, selain mendapatkan data-data berkaitan daripada pakar, pihak berkuasa yang berkaitan pelancongan dan badan-badan berkaitan pembangunan masyarakat di Pulau Tuba.

## **Fasa 1- Pembangunan Modul**

Modul ini dibangunkan dengan merujuk kepada kepentingan usahawan dalam memahami kepentingan sosiolinguistik serta memperkaya kemahiran linguistik bagi memantapkan kelestarian aktiviti pelancongan tempatan. Asas kemahiran linguistik umumnya merangkumi tiga kemahiran iaitu mendengar, membaca dan bertutur. Tiga bahasa utama

tertumpu kepada pemahaman dan penguasaan asas komunikasi interaktif dalam bahasa Melayu, Inggeris dan Cina, disesuaikan dengan kemahiran sosiolinguistik. Ini selari dengan hasil beberapa kajian lepas yang mendapati antara masalah utama kejayaan usahawan masa kini ialah kekurangan kemahiran dalam penyelesaian masalah, komunikasi dan perniagaan digital (Bernama, 2020). Ilmu yang berkaitan dengan sosiolinguistik mampu memperbaharui lebih ramai usahawan yang positif dan produktif dalam bidang keusahawanan khususnya dalam bidang pelancongan. Manakala kajian sosiolinguistik pula ialah kajian deskriptif tentang kesan semua aspek masyarakat, termasuk norma budaya, jangkaan dan konteks, cara penggunaan bahasa, dan kesan masyarakat terhadap bahasa (Abdullah Yusuf, 2014).

Modul ini dipertingkatkan dengan elemen motivasi kepimpinan diri dan kemahiran keusahawanan bagi mengekalkan penglibatan belia tempatan dalam keusahawanan pelancongan di Pulau Tuba. Merujuk kepada Dasar Pembangunan Belia Negara (DPBN), antara strategi yang digariskan ialah pembangunan ilmu, pembentukan sikap, pembangunan kemahiran dan keusahawanan, serta pemupukan gaya hidup sihat, kemudahan interaksi sosial, perkongsian dalam pembangunan dan jaringan hubungan antarabangsa (Kementerian Belia dan Sukan, 2020).

### **Analisis oleh Pakar Pembangun Modul**

Pembangunan modul latihan kemahiran komunikasi dan bahasa interaktif ini telah disempurnakan oleh dua penyelidik bidang iaitu;

1. Dr. Azlina Kamaruddin (bidang komunikasi) dan disahkan oleh pakar bidang iaitu Datuk Prof. Dr. Ismail Sualman (pakar bidang komunikasi dan media)
2. Munirah Azrae (bidang bahasa) dan disahkan oleh pakar bidang iaitu Prof. Dr. Azman Mat Isa.

Pengesahan pakar ini penting untuk memastikan modul yang dibina adalah sah dan boleh digunakan untuk mencapai objektif kajian ini.

### **Fasa 2: Eksperimen**

Memandangkan kajian ini berbentuk kualitatif, tiada jumlah khusus yang ditetapkan. Ketua Kampung Tuba iaitu Puan Nor Ain Che Hamzah telah mencadangkan nama 12 orang peserta untuk mengikuti kursus ini dalam keadaan yang terkawal dengan SOP yang ditetapkan dan bersedia untuk ditemu bual dalam kajian ini. Mereka terdiri daripada usahawan kecil tempatan. Bilangan ini dianggap memadai apatah lagi dalam situasi yang terbatas dengan pandemik COVID19, kerana tiada jumlah yang mutlak ditentukan bagi kajian kualitatif ini selagi ia menjawab persoalan kajian. Ini merujuk pandangan daripada Merriam & Elizabeth J. Tisdell (2016) dan Ghazali & Sufean (2018) yang mana jumlah informan bergantung kepada strategi yang digunakan oleh penyelidik untuk memastikan data yang dikumpul mencapai objektif kajian.

Antara alternatif yang telah dilaksanakan untuk memastikan objektif program ini tercapai adalah dengan melakukan kunjungan, perkongsian santai serta temu bual ke premis-premis rumah kedai dan rumah usahawan untuk menemubual peserta yang tidak dapat hadir ke lokasi program yang telah disediakan.

### **Fasa 3: Analisis Pra dan Pasca Kajian**

Set soalan temu bual semi berstruktur telah dilaksanakan terhadap 12 informan yang terlibat untuk mengenalpasti persepsi dan keberkesanan skil komunikasi dan bahasa interaktif dalam aktiviti perniagaan, namun terdapat sedikit kekangan memandangkan aktiviti pelancongan masih berada dalam mod tidak stabil dan pelancongan masih belum berjalan seperti biasa. Walau bagaimanapun, analisis persepsi berjaya menemukan beberapa rumusan penting dan beberapa cadangan penambahbaikan pada kajian-kajian masa hadapan.

Analisis ini menggunakan kaedah tematik untuk menjawab persoalan-persoalan kajian bagi mencapai objektif-objektif kajian. Kajian ini menghasilkan modul latihan kemahiran komunikasi dan bahasa interaktif, hasil pengesahan pakar dan juga profil usahawan kecil lokal di Pulau Tuba serta persepsi keperluan skil komunikasi dan bahasa interaktif dalam kalangan usahawan lokal Pulau Tuba.

### **KAJIAN LITERATUR**

Secara umumnya, pembangunan yang pesat di Langkawi telah memberi kesan kepada pembangunan di Pulau Tuba. Kedatangan pelancong dan pendedahan kepada persekitaran pelancongan yang telah berlaku, telah menunjukkan bahawa masyarakat Pulau Tuba sentiasa menyambut baik sektor pelancongan sebagai satu jalan menuju kemodenan. Namun, mereka tidak meninggalkan budaya tradisi yang telah diamalkan sejak dahulu lagi. Budaya tradisi ini terus dipelihara dan dipulihara dengan baik. Selain itu, faktor-faktor lain yang mempengaruhi perubahan sosio-budaya ialah teknologi moden yang semakin canggih. Pengetahuan dan kemahiran tentang teknologi moden seperti internet telah memajukan pemikiran masyarakat terutama generasi muda yang sering melayari internet. Proses pencarian maklumat berlaku dengan cepat dan pantas. Mereka juga dapat berhubung dengan rakan-rakan dari seluruh dunia hanya di hujung jari. Oleh yang demikian, budaya tradisi yang telah dididik sejak kecil dapat disebarluaskan dan dikenali oleh masyarakat luar Pulau Tuba. Secara tidak langsung, masyarakat luar juga dapat mengenali Pulau Tuba dengan lebih dekat dan menjadikannya salah sebuah tempat yang boleh dikunjungi bersama keluarga.

Pada sudut keusahawanan, elemen tradisi masih menebal dan menghiasi trend perniagaan dalam kalangan usahawan mereka iaitu secara kecil-kecilan, berbentuk sara diri, bersifat lokal walaupun berurusan dengan pelanggan antarabangsa iaitu pelancong serta lebih banyak menggunakan bahasa komunikasi tempatan. Penglibatan e-ekonomi, pemasaran atas talian, kemahiran penggunaan teknologi dan sebagainya masih terhad, hanya melibatkan beberapa usahawan belia yang mengikuti latihan keusahawanan yang disediakan pihak kerajaan.

Perbincangan kelestarian pelancongan tidak boleh lari daripada penglibatan golongan usahawan muda dilihat sebagai agen perubahan ekonomi dunia yang pastinya, tanpa mereka, pembangunan sosioekonomi di sesebuah negara mungkin tidak akan berlaku. Potensi belia dalam bidang keusahawanan dan perniagaan perlu digilap di peringkat awal lagi agar dapat mendepani segala cabaran dan rintangan dalam bidang perniagaan. Tambahan pula, arus ekonomi dunia yang tidak menentu menuntut mereka agar lebih bersedia. Sikap dan minat sendiri merupakan cabaran yang paling utama dalam menjamin kelangsungan mereka untuk terus maju dan berjaya dalam perniagaan yang mereka ceburi (Yusof et al., 2020). Keperibadian ini, menurut Meadows (2016) merupakan satu dimensi yang sukar dimiliki kerana sikap dan minat mesti seiring dengan tekad dan disiplin yang tinggi dalam usaha mereka mengurus dan mengendalikan perniagaan.

Selain itu, kekurangan ilmu pengetahuan dalam bidang keusahawanan dan perniagaan juga dilihat sebagai cabaran utama bagi kebanyakan usahawan muda yang kecundang dalam bidang perniagaan yang mereka ceburi (Audia & Rider 2005). Dengan ilmu pengetahuan, membolehkan usahawan berpandangan jauh serta mampu membuat perancangan dan merangka strategi bagi mencapai kejayaan sesuatu perniagaan. Kekurangan ilmu pengetahuan menyebabkan mereka tidak mempunyai matlamat yang jelas mengenai hala tuju perniagaan mereka lantas gagal meneliti peluang dan potensi yang dimiliki oleh sesuatu industri (Ishak Yussod et al., 2011).

Selain itu, hubungan kerjasama dan jaringan luar adalah suatu hal yang penting dalam menentukan kejayaan dalam bidang keusahawanan kerana ianya dapat meluaskan pemasaran produk yang ditawarkan (Markman & Baron, 2003). Ini merupakan satu cabaran kepada para usahawan muda dan pandangan ini sangat bertepatan sekali dengan teori Gibb dan Ritchie (1982) yang melihat kepada keusahawanan itu sebagai proses

sosial. Walaupun personaliti individu merupakan perkara paling penting yang menjadi penentu kejayaan seseorang usahawan muda, namun kecundang mereka mungkin disebabkan kerana beberapa faktor antaranya keluarga, pendidikan, pengalaman, sokongan masyarakat dan dorongan persekitaran. Oleh itu, teori ini menunjukkan bahawa faktor sosialisasi dan persekitaran boleh mempengaruhi kehidupan individu ke arah mewujudkan perniagaan yang berjaya tanpa faktor genetik terhadap permulaan perniagaan yang baru. Martinelli (1994) juga berpendapat bahawa aspek persekitaran perniagaan sama ada sosial dan budaya turut menyumbang kepada pembentukan kejayaan keusahawanan dalam perniagaan.

Kajian-kajian terdahulu juga memberi penekanan terhadap aspek kewangan dan dana dalam bidang keusahawanan. Ia merupakan cabaran yang paling utama yang dihadapi oleh sebilangan besar usahawan muda (Yusof et al., 2020). Mosakowski (1998) mendefinisikan sumber keusahawanan sebagai "kecenderungan seseorang untuk mencari peluang-peluang baru bagi mendapatkan dana, berperilaku secara kreatif, bertindak dengan pandangan jauh dan menggunakan gerak hati dalam memperoleh modal perniagaan". Di Malaysia, pelbagai bantuan kewangan telah disediakan daripada pihak kerajaan dan swasta seperti Kementerian dan Pembangunan Usahawan, Kementerian Pembangunan Luar Bandar dan Wilayah, dengan kerjasama institusi dan agen-agen yang bertanggungjawab dan berkepentingan seperti Amanah Ikhtiar Malaysia (AIM), Tabung Ekonomi Usaha Niaga (TEKUN), Majlis Amanah Rakyat (MARA), Perbadanan Nasional Berhad (PNS), Bank Rakyat, Jabatan Pembangunan Koperasi (JPK), Maktab Kerjasama Malaysia (MKM) dan Syarikat Pembangunan Ekonomi Negeri (SEDCs) (Nor Azira et al., 2016). Namun, cabaran yang paling utama adalah bagaimana usahawan-usahawan muda ini menguruskan dana tersebut. Kebijaksanaan inilah yang menjadi penentu kepada perniagaan mereka samada terus mekar atau pada akhirnya terpaksa 'gulung tikar'.

Maka, pemerksaan diri usahawan muda untuk berjaya dalam perniagaan perlu didasarkan dengan keupayaan mendepani segala cabaran di segenap peringkat. Keupayaan ini bukan sahaja menjadi tunggak utama kepada perniagaan mereka, malahan, mereka dapat meningkatkan peluang pekerjaan kepada individu-individu lain, dan yang paling berharga sekiranya ia membawa kepada penciptaan, penemuan terbaru, teknologi baru dan inovasi.

Kemahiran bahasa merupakan satu keperluan dalam menentukan perkembangan dan kemajuan sesebuah industri perniagaan. Penekanan terhadap penggunaan bahasa yang sesuai dan tepat secara profesional adalah wajar dalam usaha para usahawan memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pelanggan. Kemahiran ini merupakan satu daripada nilai tambah atau aset yang sangat berharga dalam pasaran modal insan, terutama di organisasi-organisasi yang mempunyai jaringan komunikasi yang luas yang bertaraf profesional dan bertapak di peringkat global (Tenzer et al, 2017). Dalam konteks ini, penguasaan kemahiran bukan hanya terbatas kepada bahasa kebangsaan dan ibunda, sebaliknya rata-rata pekerja dituntut untuk turut memiliki kemampuan bertutur serta menulis dalam bahasa Inggeris (Saidalvi et al., 2022).

Tidak dinafikan, setiap usahawan perlu menguasai satu bahasa yang universal iaitu bahasa yang dituturkan oleh majoriti penduduk dunia. Bahasa Inggeris merupakan bahasa yang perlu dikuasai jika seseorang ingin menjadi ahli perniagaan yang lebih berdaya maju. Ia adalah bahasa yang paling meluas penggunaannya di seluruh dunia. Kelemahan dalam penguasaan kemahiran bahasa bukan sahaja akan merencatkan kelancaran proses kerja, malah lebih serius sekiranya memberi impak negatif terhadap imej organisasi yang berkemungkinan boleh mengakibatkan kerugian tanpa kita sedari (Johnstone et al, 2018). Penekanan terhadap aspek bahasa semakin ketara apabila sebilangan majikan juga cenderung untuk 'memburu' pekerja baharu yang menguasai pelbagai bahasa utama di dunia kerana kelebihan itu diyakini dapat membawa faedah besar kepada keperluan dan kemajuan operasi organisasi (Anderson H. et al., 2004).

Kehendak bahasa dalam sektor pelancongan merupakan neka formal. Neka formal merujuk kepada bahasa baku yang digunakan secara teratur, lengkap dan memenuhi

segala peraturan bahasa demi memberi gambaran bahasa yang mempunyai martabat, beradat, dan penuh rasa hormat dalam konteks formal. Bahasa formal mementingkan penggunaan kata yang sesuai mengikut konteks, kata-kata yang tersusun rapi, kata ganti nama yang sesuai, nahu yang tepat dan intonasi yang berpadanan (Hassan, 2016). Akta bahasa 1963/1967 dengan jelas memperuntukkan bahasa kebangsaan hendaklah digunakan bagi maksud-maksud rasmi. Justeru itu, bahasa rasmi diutamakan penggunaannya dalam pengurusan dan pentadbiran sektor perniagaan dan dengan mempamerkan keupayaan kemahiran bahasa yang tinggi, bahasa kebangsaan dan bahasa negara dapat dimartabatkan.

Kemahiran merujuk kepada kepatuhan kepada tiga aspek utama linguistik gramatis iaitu pematuhan aspek fonetik, pematuhan aspek morfologi dan pematuhan aspek sintaksis. Ketidapatuhan kepada aspek-aspek linguistik ini akan menjejaskan kelancaran penyampaian maklumat dan ianya perlu ditangani dengan baik agar upaya berbahasa dan tahap profesionalisme seseorang usahawan dapat ditingkatkan (Nik Safiah Karim, 1980). Kesilapan dalam penggunaan bahasa juga dapat dilihat dari sudut sintaksis. Aspek sintaksis merujuk kepada proses pembinaan ayat. Kesilapan ayat berlaku apabila pengguna tidak mematuhi peraturan-peraturan yang tersedia ada dalam bahasa itu. Kesalahan aspek sintaksis boleh didapati dari segi kesalahan klausa, kesalahan frasa dan kesalahan ayat. Keupayaan menepati rumus tatabahasa yang betul menunjukkan nilai intelektual seseorang usahawan. Tambahan pula, bagi industri yang mempunyai rangkaian antarabangsa, fungsi bahasa sebagai alat perhubungan tidak dapat dinafikan. Penguasaan bahasa dan kecekapan berbahasa merupakan kualiti yang perlu ada dalam melebarluaskan industri perniagaan di tahap global (Brannen et al., 2014).

Memiliki kemahiran bahasa dilihat sebagai satu kelebihan kepada sesiapa sahaja terutamanya kepada individu-individu yang terlibat dengan pengurusan perniagaan. Penguasaan bahasa dan kecekapan berbahasa perlu dititikberatkan dalam kalangan usahawan sektor perniagaan kerana ia merupakan indikator profesionalisme seseorang. Dalam erti kata lain, kualiti seseorang individu amat berkait rapat dengan kemahiran bahasa kerana ia mempamerkan mutu dan nilai dalam kerjaya mereka.

Kecekapan komunikasi pemujukan juga adalah kemahiran penting yang sering diabaikan dalam program keusahawanan. Latihan asas komunikasi berupaya untuk membantu para belia mengembangkan dan meningkatkan tahap kemahiran komunikasi yang lebih efektif. Selain itu, kemampuan mengaplikasikan kemahiran komunikasi dalam dunia keusahawanan akan membantu meningkatkan keyakinan dan potensi diri (Kirk, 2018).

Partisipasi belia dalam program keusahawanan akan dapat meningkatkan keyakinan diri mereka kerana mereka lebih terbuka kepada dunia perniagaan dan secara kreatif memasarkan produk dalam talian melalui media sosial. Tambahan pula, para belia dapat membina jati diri, kreativiti, mengasah bakat kepimpinan, pemikiran kritis dan kreatif dengan menceburi bidang keusahawanan ini (Mamat et al., 2019).

Menurut Sadq (2019) keperluan untuk meningkatkan kesedaran belia dalam sesebuah organisasi tentang kepentingan menguasai kemahiran komunikasi termasuklah komunikasi interpersonal, komunikasi interaktif menggunakan saluran internet, dan komunikasi pemujukan menjadi kayu pengukur kejayaan dalam bidang perniagaan. Para belia digalakkan untuk mengeksploitasi dan menerima peluang yang belum diterokai bagi mencapai matlamat dan menjalinkan hubungan komunikasi yang efektif dalam kalangan anggota masyarakat (Kamaruddin, 2020). Walau bagaimanapun, institusi pendidikan yang intensif amat diperlukan untuk menjana kemahiran insaniah generasi baharu (gen Y dan Z). Justeru, sektor pendidikan seperti universiti awam dan swasta harus menumpukan terhadap kaedah dalam membentuk sikap yang beretika dan tanggungjawab sosial dalam masyarakat (Akhmetshin et al., 2019; Ferraris et al., 2020; Nowak, 2020).

Skil komunikasi dan kemahiran bahasa interaktif adalah antara faktor penting menentukan kejayaan dalam industri keusahawanan dan perniagaan. Justeru projek

pemindahan ilmu berkaitan skil komunikasi interaktif ini adalah wajar dan suatu keperluan kepada usahawan Pulau Tuba.

## **RUMUSAN DAN KESIMPULAN**

### **Modul Skil Bahasa dan Komunikasi Interaktif untuk Usahawan**

Kajian ini telah menghasilkan satu modul lengkap latihan skil bahasa dan komunikasi interaktif untuk usahawan. Modul ini merangkumi elemen motivasi keusahawanan, skil komunikasi dalam industri pelancongan serta skil linguistik dan sosio linguistik yang menjadi komponen kemahiran yang diperlukan oleh seseorang usahawan yang lestari. Modul ini walau bagaimanapun didapati lebih relevan untuk usahawan komersil, usahawan barisan depan dalam industri pelancongan dan bukanlah dalam kalangan usahawan GIG.

### **Impak Skil Bahasa Interaktif Terhadap Usahawan**

Keperluan kemahiran interaktif juga adalah tinggi, namun penglibatan usahawan Pulau Tuba adalah terhad dan berbentuk perniagaan hobi dan sara hidup, menyebabkan skil bahasa dan komunikasi interaktif tidak begitu signifikan. Pengkalan warisan tradisi juga mempengaruhi budaya keusahawanan usahawan Pulau Tuba yang tidak begitu mesra dengan teknologi apatah lagi perniagaan di peringkat global. Situasi ini adalah sesuatu yang perlu diberi perhatian oleh pihak kerajaan untuk ditambahbaik, bagi tujuan memastikan kelestarian usahawan tempatan dan aktiviti pelancongan di Pulau Tuba.

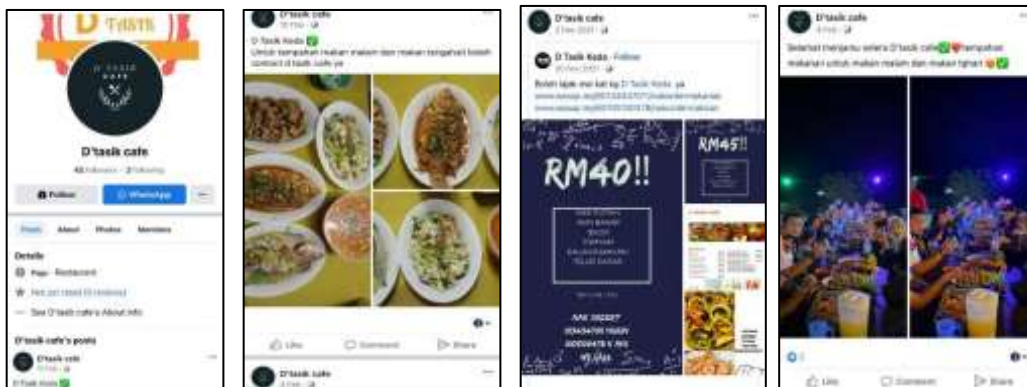
Kemahiran komunikasi interaktif adalah sangat penting terutama untuk usahawan pelancongan yang berjaya. Antara usahawan yang konsisten dengan pendapatan minima lebih RM5000 sebulan Nurin Syazia Ainan Mohamad Radzi telah mula mengaplikasi komunikasi pemasaran menerusi Facebook, Grup Whatsapp dan mempromosi tawaran produk kepada pelancong di chalet-chalet sekitar Pulau Tuba, dengan lebih yakin selepas mengikuti modul yang dijalankan. Praktis ini lebih membantu kejayaan pemasaran produk, di samping mengekalkan kelstarian aktiviti perniagaan usahawan.

Gambar 1: D' tasik Cafe Milik Nurin Syazia Ainan Mohamad Radzi



Sumber: Akaun Facebook D'tasik cafe

Gambar 2: Facebook D' Tasik Café



Sumber: Akaun Facebook D'tasik cafe

Seorang peserta antara yang berjaya, Kalsom Ahmad yang menjalankan perniagaan ikan masin masam di samping catering dan bakeri juga mula menunjukkan perubahan selepas mengikuti modul; dengan pemasaran yang lebih besar dan terbuka menggunakan billboard untuk promosi.

Gambar 3: Billboard Pemasaran Seorang Peserta Selepas Mengikuti Modul



Sumber: Rajah Peribadi Penulis

Beberapa permasalahan dalam konteks kemahiran komunikasi interaktif dalam kalangan usahawan Pulau Tuba yang dapat dikenalpasti antaranya;

1. Budaya keusahawanan belia tempatan tidak begitu mendapat sambutan, manakala golongan dewasa lebih memilih perniagaan berbentuk hobi atau sara hidup semata-mata. Hanya sebilangan kecil belia yang menjadikan perniagaan berkaitan produk pelancongan seperti perkhidmatan makanan, sewa kenderaan dan trekking alam semulajadi. Banyak lagi inisiatif perniagaan yang boleh diperkenalkan seperti jualan cenderamata, pakej-pakej kembara, kebudayaan lokal, aktiviti permainan air dan sebagainya.
2. Ketiadaan keyakinan diri untuk memperluaskan lagi perniagaan, sebaliknya selesa dengan tradisi perniagaan sebagai hobi dan sara diri. Sokongan fasiliti dan modal dilihat lebih relevan untuk memberi keyakinan mereka memperluaskan perniagaan mereka.

3. Tahap kemahiran berkaitan komunikasi multimedia dan media sosial adalah masih rendah. Sebahagian usahawan hanya bergantung kepada FB Warga Tuba ataupun persatuan yang mempromosikan Pulau Tuba secara umum. Sebahagian aspek kemahiran komunikasi pemasaran digital yang dilaksanakan dalam modul ini telah membuka mata usahawan Pulau Tuba untuk menceburi pemasaran menggunakan billboard dan FB (dengan bantuan dan sokongan penyelidik).
4. Ketidakupayaan untuk bersaing dalam pasaran serta kerisauan sekiranya permintaan bertambah dengan sumber tenaga serta sumber produktiviti yang terhad. Disebabkan itu, kemahiran komunikasi interaktif tidak menjadi keutamaan usahawan di Pulau Tuba, bimbang dengan skil tersebut menjadikan perniagaan mereka lebih meluas dan di luar kemampuan produktiviti mereka. Untuk membantu salah seorang peserta yang berminat memperluaskan perniagaan ikan masin, penyelidik telah menghadiahkan sebuah *chiller* (tempat sejuk beku) hasil sumbangan warga Universiti.
5. Terdapat beberapa perniagaan yang berskala besar di Pulau Tuba seperti Noba Resort, Chalet Faridzuan dan Chalet Damai adalah milik anak tempatan yang berhijrah, manakala selebihnya adalah perniagaan yang dimiliki oleh orang luar. Usahawan ini lebih berjaya dengan keterbukaan komunikasi yang dipraktikkan dan pemasarannya juga lebih meluas. Ini mampu menjadi sokongan kepada aktiviti keusahawanan tempatan sebagai penyedia produk sokongan kepada industri hotel dan pelancongan.

### **KESIMPULAN**

Beberapa penemuan dalam kajian ini amat signifikan dalam memahami praktis keusahawanan di Pulau Tuba. Penyelidikan ini berjaya menghasilkan modul kemahiran yang diperlukan oleh usahawan dan berjaya melaksanakan pemindahan ilmu dan kemahiran dalam kalangan usahawan informan. Penyelidikan ini mencadangkan beberapa penambahbaikan dan kesinambungan kajian-kajian pada masa hadapan iaitu;

1. Meningkatkan kemahiran bahasa interaktif global untuk keusahawanan berkaitan pelancongan di kalangan masyarakat Pulau Tuba secara berkala dan berterusan.
2. Meningkatkan penglibatan belia dalam industri pelancongan di Pulau Tuba dengan penyediaan bantuan fasiliti, motivasi dan skil yang cukup.
3. Satu kajian susulan dicadangkan untuk mengkaji faktor-faktor kejayaan usahawan berjaya dalam kalangan anak tempatan yang berhijrah dan orang luar untuk diterapkan kepada usahawan lokal, bagi mempertingkatkan kualiti perniagaan yang dijalankan.

### **PENGHARGAAN**

Terima kasih kepada Universiti Teknologi MARA Malaysia yang telah membiayai Geran Penyelidikan LESTARI SDG (No Projek: 600-RMC/LESTARI SDG-T 5/3 (111/2019) untuk melengkapkan penyelidikan ini.

### **RUJUKAN**

#### **Buku**

- Abdullah Yusuf. 2014. *Linguistik dan Sociolinguistik*. KL: Open University Malaysia.
- Akta Bahasa Kebangsaan 1963/67. Pesuruhjaya Penyemak Undang-Undang, Malaysia Di Bawah Kuasa Akta Penyemakan Undang-Undang 1968 Secara Usaha Sama Dengan Malayan Law Journal Sdn. Bhd. dan Percetakan Nasional Berhad 2006.
- Hashim Musa & Halimah Pondo. 2012. *Isu Sociolinguistik di Malaysia*. Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Hassan Ahmad. 2016. *Bahasa dan Pemikiran Melayu*. Dewan Bahasa dan Pustaka.

- Kamaruddin, A. 2020. *Manisnya komunikasi bersulam takwa*. Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Kementerian Belia dan Sukan Malaysia. 2020. *Dasar Pembangunan Belia Negara*. Putrajaya: Kementerian Belia dan Sukan.
- Martinelli, A. 1994. *Entrepreneurship and management*. In Smelster, N.J & Swedberg, R (Eds.) *The Handbook of Economics Sociology*. Princeton University Press.
- Meadows, Martin. 2016. *Self-Discipline for Entrepreneurs: How to Develop and Maintain Self-Discipline as an Entrepreneur*. Princeton University Press
- Nik Safiah Karim. 1980. *Bahasa Melayu: Teori dan Aplikasinya*. Persatuan Linguistik Malaysia.
- Saidalvi, Aminabibi & Noorezam, Maisarah. 2022. *Pentingnya Bahasa Inggeris dalam Dunia Perniagaan*. Buletin MASMED UiTMPG. Penerbit UiTM Johor Kampus Pasir Gudang.

### Jurnal

- Akhmetshin, E. M., Romanov, P.Y., Zakieva, R.R., Zhminko, A.E., Aleshko, R.A. & Makarov, A.L. 2019. *Modern approaches to innovative project management in entrepreneurship education: A review of methods and applications in education*. Journal of entrepreneurship education, Vol. 22, 1-15.
- Akter, S., Jamal, N., Ashraf, M. M., McCarthy, G., & Varsha, P. S. 2020. *The rise of the social business in emerging economies: A new paradigm of development*. Journal of Social Entrepreneurship, 11(3), 282-299. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1640772>
- Alicia, Mas-Tur, Norat, Roig-Tierno & Belén Ribeiro-Navarrete. 2021. *Successful entrepreneurial learning: success factors of adaptive governance of the commons*. Knowledge Management Research & Practice, 19(3), 291-302, DOI: 10.1080/14778238.2019.1633892
- Andersen H, Rasmussen E. 2004. *The role of language skills in corporate communication*. Corp Commun Int J 9(3):231–242
- Audia, Pino & Rider, Christopher. 2005. *A Garage and an Idea: What More Does an Entrepreneur Need?* California Management Review, 48, 10, 2307/41166325.
- Brannen MY, Piekkari R, Tietze S. 2014. *The multifaceted role of language in international business: unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance*. J Int Bus Stud, 45:495–507
- Chirapanda, S. 2019. *Identification of success factors for sustainability in family businesses: Case study method and exploratory research in Japan*. Journal of Family Business Management. <https://doi.org/10.1108/JFBM-05-2019-0030>
- Choy, E. A. 2013. *Pembangunan Pelancongan Lestari di Melaka: Perspektif Pelancong (Sustainable Tourism Development in Malacca: Tourists Perspective)*. Geografia-Malaysian Journal of Society and Space, 9 (3): 12-23.
- Ferraris, A., Santoro, G., & Pellicelli, A.C. 2020. *"Openness" of public governments in smart cities: Removing the barriers for innovation and entrepreneurship*. International Entrepreneurship and Management Journal, vol. 16(4), 1259-1280.
- Gibb, A. A, J. Ritchie. 1982. *Understanding the Process Of Starting Small Business*. European Small Business Journal, 1(1)
- Handoyo, S., Yudianto, I., & Fitriyah, F. K. 2021. *Critical success factors for the internationalisation of small-medium enterprises in indonesia*. Cogent Business & Management, 8(1), 1923358. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1923358>
- Johnstone, L., Monteiro, M.P., Ferreira. 2018. *Language ability and entrepreneurship education: Necessary skills for Europe's start-ups?* J Int Entrep 16, 369-397. <https://doi.org/10.1007/s10843-018-0230-y>
- Kim, B., Kim, H., & Jeon, Y. 2018. *Critical success factors of a design startup business*. Sustainability, 10(9), 2981. <https://doi.org/10.3390/su10092981>

- Kirk, G.A. 2018. *Using role-play exercises to enhance communication competence and persuasive communication skills in entrepreneurship programs*. Issues in Information Systems, 19(2). <http://oarklibrary.com>
- Kurniawan, I., & Novyawati, F. 2019. *Driving Success of Youth Creative Business Based on Online Market Using Social Media*. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. Vol. 662, No. 3, p. 032002. IOP Publishing. doi:10.1088/1757-899X/662/3/032002
- Mamat, M., Haron, H., Yaacob, M. 2019. *Enhancing social and communication skills through entrepreneurship programmes: Student perception on Herbalhut Chia Seed Product Sales Project*. International Journal of Mechanical Engineering and Technology, Vol. 10, No. 2, 1126-1135.
- Markman, Gideon & Baron, Robert. 2003. *Person-Entrepreneurship Fit: Why Some People Are More Successful as Entrepreneurs than Others*. Human Resource Management Review. 13. 281-301. 10.1016/S1053-4822(03)00018-4.
- Mosakowski, E. 1998. *Entrepreneurial Resources, Organizational Choices, and Competitive Outcomes*. Organization Science, 9(6), 625-643. <http://www.jstor.org/stable/2640246>
- Nor Azira Ayob, Sity Daud & Muhamad Takiyuddin Ismail. 2016. *Faktor pembentukan modal insan dan daya saing usahawan wanita Malaysia: Kajian empirikal wanita bumiputera di Melaka*. GEOGRAFIA OnlineTM Malaysian Journal of Society and Space, 12(5), 115 - 129.
- Nowak, H. 2020. *Education for entrepreneurship during industrial revolution 4.0. Opportunities and Challenges*, Vol. 16(1), 74-84.
- Rashid, R. A., Ismail, R., Rahim, N. A. A., & Mamat, R. 2017. *Humour and Communication in the Tourism Industry in Malaysia*. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, Jld. 33(1): 184-198.
- Sadq, Z.M. 2019. *The role of leadership soft skills in promoting the learning entrepreneurship*. Journal of process management & new technologies, vol. 7, no. 1.
- Tenzer, H., Terjesen, S. & Harzing, AW. 2017. *Language in International Business: A Review and Agenda for Future Research*. Manag Int Rev, 57, 815-854. <https://doi.org/10.1007/s11575-017-0319-x>
- Tyas, E. H., & Naibaho, L. 2019. *The urgency of entrepreneurship learning in the industrial age of 4.0*. Journal of Physics: Conference Series, Vol. 1387, No. 1, p. 012032. IOP Publishing. doi:10.1088/1742-6596/1387/1/012032
- Yusof, Muhamamd & Tahir, Zurinah & Abdul Malek, Jalaluddin & Salman, Ali. 2020. *Cabaran Usahawan Muda dalam Perniagaan Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia*. Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH), 5, 355-366. 10.47405/mjssh.v5i12.614

### **Persidangan & Prosiding**

- Ahmad, M. Z., Ibrahim, J. A., & Salleh, H. M. 2008. *Membangunkan Kuala Kedah Sebagai Destinasi Pelancongan Warisan: Penerapan Konsep Pembangunan Pelancongan Lestari*. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke III (PERKEM III), Daya Tahan Ekonomi Negara: Dasar dan Strategi Pengukuhan, 20-22 Ogos 2008, Port Dickson: 401-413.
- Ghazali, N., Ibrahim, N., & Yusoff, M. F. M. 2017. *Pembangunan Etos Budaya Etnik Melayu Mengharungi Pemodenan: Kajian Kes di Pulau Tuba Langkawi*. Proceedings of the ICECRS, 1 (2016): 1083-1094.
- Hassan, F. dan Che Leh, F. 2007. *Pembangunan Pelancongan Lestari di Felda Trolak: Satu Analisis*. Prosiding Seminar Geografi-Dunia Tanpa Sempadan, 8-9 September, UPSI.
- Ishak Yussod. 2011. *Faktor Keusahawanan dan Prestasi Kejayaan Usahawan Melayu di Pulau Langkawi, Kedah*. Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke VI

(PERKEM VI) Pusat Pengajian Ekonomi, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 5-7 Jun 2011.

### **Laman Sesawang**

Hari Belia Malaysia: Apa Perlu Ada dalam Jiwa Anak Muda.  
<https://www.astroawani.com/berita-malaysia/hari-belia-malaysia-apa-perlu-ada-dalam-jiwa-anak-muda-207574> (diakses pada 25 Julai 2022)

Inisiatif 'Universiti Untuk Masyarakat' di Pulau Tuba.  
<https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2020/02/659707/inisiatif-universiti-untuk-masyarakat-di-pulau-tuba> (diakses pada 25 Julai 2022)

Kepelbagaian Warisan Alam Pulau Tuba Aset Tarik Pelancong. Berita Harian.  
<https://www.bharian.com.my/node/126514/4> (diakses pada 25 Julai 2022)

Pekerjaan Baharu Sektor Pelancongan Perlu Kemahiran Selesai Masalah, Komunikasi dan Digital. Bernama. <https://www.bernama.com/bm/am/news.php?id=1869722> (diakses pada 25 Julai 2022)

Sektor Pelancongan Main Peranan Penting: Raja Muda Perlis.  
<https://www.utusan.com.my/nasional/2020/09/kerjasama-tingkat-pelancongan-perlis/> (diakses pada 25 Julai 2022)

### **Penafian**

*Pandangan yang dinyatakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies tidak akan bertanggungjawab atas apa-apa kerugian, kerosakan atau lain-lain liabiliti yang disebabkan oleh / timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.*