

Pelancongan Langkawi 1987 - 2010: Pencapaian dan Cabaran Masa Depan

Tourism in Langkawi 1987 - 2010: Achievement and Future Challenges

Johan Afendi Ibrahim (afendi@uum.edu.my)

Program Pengurusan Pelancongan
Kolej Sastera dan Sains
Universiti Utara Malaysia
06010, Sintok, Kedah

Mohamad Zaki Ahmad (zaki.ahmad@uum.edu.my)

Program Pengurusan Pelancongan
Kolej Sastera dan Sains
Universiti Utara Malaysia
06010, Sintok, Kedah

ABSTRAK

Seketika dahulu Langkawi merupakan sebuah pulau terpencil yang majoritinya didiami oleh masyarakat Melayu. Aktiviti ekonominya pula tertumpu kepada pertanian (penanaman padi dan getah) serta perikanan pinggir pantai. Imej pulau ini tidak dapat dipisahkan dengan kisah lagenda sumpahan Mahsuri yang menyatakan pulau ini tidak akan makmur selama 7 keturunan. Langkawi mula diberi perhatian apabila kerajaan persekutuan mengisytiharkan pulau ini sebagai zon bebas cukai pada tahun 1987 dan membangunkannya sebagai destinasi pelancongan terkemuka dunia. Perkembangan yang pesat di Langkawi disebabkan dasar kerajaan yang mesra pelabur, penyediaan infrastruktur yang berkualiti disamping memiliki kekayaan sumberjaya alam semulajadi dan warisan budaya penduduk yang berpotensi untuk pelancongan. Kesan pelaksanaan dasar-dasar kerajaan terhadap pembangunan di Langkawi dapat dilihat dengan peningkatan jumlah kedatangan pelancong ke Langkawi seramai 310,004 orang (1987) kepada 2,376,736 orang (2009).

Lokasi-lokasi awal tumpuan pelancong ke Langkawi tertumpu di Pekan Kuah dan beberapa lokasi yang dikaitkan dengan kisah lagenda Langkawi seperti di Beras Terbakar, Padang Matsirat, Pantai Pasir Hitam, Perigi Tujuh, Pulau Dayang Bunting dan Makam Mahsuri di Ulu Melaka. Pelancong juga mengunjungi Pantai Chenang dan Pantai Tengah yang merupakan destinasi baru pelancongan pantai terutamanya pada cuti hujung minggu dan cuti sekolah. Perkembangan pelancongan di Langkawi terus pesat dengan kemasukan pelabur-pelabur yang menanam modal dalam bidang penginapan dan perkhidmatan. Penganjuran beberapa acara bertaraf dunia seperti Pameran Antarabangsa Maritim dan Udara Langkawi (LIMA), The Royal Langkawi International Regatta, The Ironman Langkawi International Triathlon dan Le Tour de Langkawi disamping promosi yang agresif oleh kerajaan telah melonjakkan Langkawi sebagai destinasi pelancongan popular setanding dengan Phuket (Thailand) dan Bali (Indonesia). Bagi menarik lebih ramai pelancong, Langkawi kini dipromosikan sebagai 'Langkawi Geopark'. Status 'Geopark' ini dianugerahkan oleh UNESCO pada 2007 kerana Langkawi mempunyai kepelbagaian biodiversiti batuan geologi yang menarik dan tertua tertumpu di tiga kawasan meliputi 'The Machinchang Cambrian Geoforest Park', 'Kilim Karst Geoforest Park' dan 'Dayang Bunting Geoforest Park'.

Kertas kerja ini akan membincangkan pencapaian pelancongan di Langkawi meliputi latarbelakang pembangunan, dasar dan program yang dilaksanakan oleh kerajaan dalam pelancongan, ciri-ciri pelancong, aktiviti pelancong, trend perkembangan gunatanah semasa dan evolusi perkembangan pelancongan. Bagi melihat isu dan prospek pada masa depan dalam konteks pelancongan di Asia Tenggara, sedikit perbandingan dilakukan dengan Phuket dan Bali bagi melihat kekuatan dan kelemahan di ketiga-tiga pusat peranginan pulau ini dalam pelancongan.

Katakunci : pelancongan Malaysia, Langkawi

ABSTRACT

In the early time, Langkawi was an isolated island where it was inhabited by majority of Malay. Their main economic activities lingered around traditional agriculture (paddy and rubber planting) and inshore fishery sector. Associated with Langkawi, it cannot be separated from the curse of Mahsuri, in which the maiden herself condemned Langkawi will not be forever in prosper state for her 7 generation. However, in 1987, Langkawi has been given full attention by the government and then received status of duty free zone, in order to develop Langkawi to become world attraction. In relation of that, fast growth tourism sector of Langkawi is due to the friendly government policy which encourage investor to put capital, good quality infrastructure while it richness in natural resources and potential local culture also contribute to wealth and prosperity of tourism sector. As a result that can be seen from applied government's policy to the development of Langkawi, there was an increase in number of tourist arrival to Langkawi from 310,004 people in 1987 to 2,376,736 people in 2009.

Obviously, earlier result shows that in the beginning, tourists tend to visit Kuah town and several legendary locations such Beras Terbakar, Padang Mat Sirat, Pasir Hitam Beach, Perigi Tujuh, Dayang Bunting Island, and Mahsuri Tomb in Ulu Melaka. Besides, Chenang and Tengah beach which have been introduced as new beach tourism destination received a large number of tourists especially on weekend and school break. Accommodation and service sector constantly receive additional injection due to the incoming pool of investor who then places their capital in tourism development of Langkawi. Moreover aggressive promotion by government, and as venue to hold several hallmark exhibitions and sporting events such LIMA (Langkawi International Maritime and Aerospace Exhibition), The Royal Langkawi International Regatta, The Ironman Langkawi International Triathlon, and Le Tour de Langkawi, boost its image as well known world tourism destination in par with Phuket (Thailand) and Bali (Indonesia). As an attractive effort, Langkawi has been accorded as Geopark by UNESCO in 2007 because it possesses variety of outstanding geological rock formations which can be located at 'The Machincang Cambrian Geoforest Park', 'Kilim Karst Geoforest Park' and 'Dayang Bunting Geoforest Park'.

Therefore, this paperwork intent to discuss several matters of the tourism achievement in Langkawi comprises of its development background, policy and programme that has been posed by the government in tourism sector, tourist characteristics, tourist activities, current land use and tourism evolution. Additionally, to observe certain issue and prospect of the tourism future in context of South East Asia's region, a slight comparison effort between Phuket and Bali is made, in order to see the strength and weakness that appear in these three island attractions within the tourism scope.

Keywords : Malaysia Tourism, Langkawi

PENGENALAN

Salah satu keindahan Malaysia adalah mempunyai gugusan pulau-pulau tropika yang bersih, air yang jernih dan syurga kepada habitat spesis flora dan fauna marin. Suasana yang tenang dan mendamaikan di pulau-pulau ini mendorong ramai pelancong domestik dan antarabangsa mengunjunginya bagi tujuan berehat, menenangkan fikiran dan beriadah bersama keluarga. Pulau Pinang, Pulau Langkawi (Kedah), Pulau Besar (Melaka) dan Pulau Pangkor (Perak) merupakan destinasi-destinasi pelancongan pulau terawal di Malaysia. Pada tahun 1990an, beberapa pulau-pulau baru terutama di perairan Terengganu, Pahang, Johor dan Sabah dibangunkan sebagai destinasi pelancongan bagi menarik kedatangan pelancong ke Malaysia sekaligus menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi. Bagi memastikan sumberjaya semulajadi pulau terpelihara, kerajaan telah menggazetkan sebahagian pulau-pulau ini sebagai Taman Laut seluas 2160.28 km² (Department of Marine Park Malaysia, 2009). Destinasi pulau tidak terkecuali menerima tempias daripada perubahan corak perjalanan pelancong dunia yang berlaku semenjak tahun 1990an. Jika dahulu pelancong melakukan perjalanan atas sebab berehat daripada keletihan bekerja dan mengikut gaya hidup moden tetapi telah berubah kepada menginginkan pengalaman, mempelajari sesuatu yang baru, melarikan diri daripada rutin harian, nostalgia dan memperolehi pengalaman eksotik daripada perjalanan yang dilakukan. Bagi memenuhi permintaan pelancong, beberapa konsep baru pelancongan diperkenalkan di kawasan pulau meliputi ekopelancongan, pelancongan kesihatan, pelancongan budaya, pelancongan pengembaraan dan pelancongan belia bagi menggalakkan lagi kedatangan pelbagai segmen pelancong ke destinasi ini.

LATARBELAKANG PEMBANGUNAN PELANCONGAN DI LANGKAWI

Perkembangan pesat pelancongan di Langkawi bermula apabila kerajaan mengurniakan status bebas cukai pada tahun 1987. Kerajaan berpendapat Langkawi berpotensi menjadi sebuah destinasi pelancongan kerana memiliki kekayaan sumberjaya semulajadi yang masih belum terusik oleh pembangunan dan tidak diketahui umum. Langkah pertama yang dilakukan oleh kerajaan persekutuan bagi merencanakan lagi perkembangan pelancongan adalah menubuhkan Lembaga Pembangunan Langkawi (LADA) pada 15 Mac 1990 dengan fungsi-fungsi berikut :

- Menstimulasi, melaksana, mempercepat dan melancarkan pembangunan sosioekonomi di kawasan LADA.
- Menstimulasi dan membangunkan kawasan LADA sebagai destinasi pelancongan dan kawasan bebas cukai.
- Menstimulasi, melaksana dan mempercepat pembangunan pelancongan, infrastruktur, penginapan, pertanian, perdagangan dan industri di kawasan LADA, dan
- Menyelaras prestasi aktiviti-aktiviti yang disebutkan diatas di kawasan LADA.

Kewujudan LADA amat penting dalam meletakkan pelancongan sebagai sektor utama di Langkawi. Peranan yang dimainkan oleh LADA adalah menjadi peneraju utama menyalurkan dana pelancongan, menggalakkan perkembangan pelancongan, pembangunan sosioekonomi masyarakat dan fizikal, mewujudkan situasi yang harmoni pelancongan dengan sumberjaya yang terdapat di Langkawi, mewujudkan suasana mesra pelabur dan pengagihan ekonomi yang seimbang.

Imej Langkawi semakin dikenali dunia dengan penganjuran beberapa siri acara bertaraf antarabangsa seperti Langkawi International Maritime and Aerospace Exhibition (LIMA) semenjak tahun 1991. Kejayaan yang dicapai oleh LIMA 1991 mendorong kerajaan terus menganjurkan acara ini pada tahun 1993, 1995, 1997, 1999, 2001, 2003, 2005, 2007, 2009 dan 2011. Disamping itu, penganjuran perlumbaan basikal Le Tour de Langkawi semenjak tahun 1996 dan acara Langkawi Ironman Triathlon semenjak tahun 2000 sehingga kini mengharumkan lagi namanya di mata dunia. Penubuhan Royal Langkawi Yatch Club pada tahun 1996 telah menjadikan Langkawi sebagai pusat persinggahan kapal-kapal layar antarabangsa mendapatkan perkhidmatan pembaikan kapal, keperluan infrastruktur dan lokasi percutian pelayar sebelum meneruskan pelayaran ke destinasi berikutnya.

Kedatangan pelancong yang meningkat saban tahun menarik minat pelabur-pelabur dalam menceburi bidang pelancongan. Beberapa projek tebusguna laut, pembangunan resort mewah, kompleks komersial berskala besar seperti Tanjung Rhu Resort, Gunung Raya Golf Resort, Bandar Baru Kuah, Health and Retreat Resort, The Andaman, Langkasuka Port, Taman Legenda dan projek pembesaran lapangan terbang dibangunkan bagi memenuhi permintaan pelbagai segmen pelancong. Pembangunan projek-projek ini banyak berkait rapat dengan menjadikan Langkawi sebagai destinasi pelancongan antarabangsa disamping memanfaatkan kedudukannya dalam Wilayah Segitiga Pertumbuhan Ekonomi Indonesia – Malaysia – Thailand (Asian Development Bank, 1995; Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003).

Bagi memastikan pelancongan di Langkawi terus berkembang, kerajaan telah memberi perhatian khusus dengan merangka beberapa dasar tertentu. Langkawi menerima peruntukan besar dalam menaiktaraf kemudahan dan pembangunan produk pelancongan semenjak Rancangan Malaysia Keenam (1991 – 1995) sehingga kini. Langkawi juga akan dibangunkan sebagai destinasi pelancongan kesihatan sepertimana yang digariskan dalam Dasar Wilayah Ekonomi Koridor Utara (Sime Darby Berhad, 2007). Bagi mencapai pelancongan mapan, dasar kawalan pembangunan telah diperkenalkan supaya pembangunan yang dilaksanakan tidak mendatangkan kesan negatif kepada persekitaran. Kandungan bagi dasar kawalan pembangunan di Langkawi adalah seperti berikut :

- Pembangunan perbandaran hanya dihadkan kepada Bandar Kuah (Pusat Bandar Utama), Padang Matsirat dan Padang Lalang (Bandar Sokongan).
- Pembangunan pelancongan hanya digalakkan di kawasan bandar dan kawasan Datai, Tanjung Rhu, Teluk Burau, Pantai Tengah, Pantai Chenang dan Teluk Baru.
- Ketinggian bangunan tidak dibenarkan melebihi 4 tingkat kecuali di Bandar Kuah sahaja. Maksima ketinggian di Kuah tidak melebihi 15 tingkat bagi kawasan tertentu sahaja.
- Bagi memastikan pengekalan alam sekitar, pemotongan pokok hendaklah dikawal pada tahap minima.
- Kawasan-kawasan utama pertanian padi telah ditetapkan sebagai kawasan pemeliharaan dan merupakan sebahagian produk pelancongan yang boleh diketengahkan.

- Bagi kawalan memelihara kawasan pantai, polisi pembangunan telah menetapkan anjakan bangunan dihadkan antara 20 – 80 meter (Lembaga Pembangunan Langkawi, 2011).

CIRI-CIRI PELANCONG

Kemasukan pelancong ke Langkawi mencatatkan peningkatan sepanjang tahun daripada 209,763 orang pada tahun 1986 kepada 2,448,466 orang pada tahun 2010. Trend kemasukan pelancong sedikit terjejas akibat penularan penyakit virus Nipah dan Coxsackie, kemelesetan ekonomi Asia Timur dan jerebu di Asia Tenggara pada tahun 1998 disamping bencana tsunami yang melanda negara-negara di Lautan Hindi pada penghujung tahun 2004 (*rujuk Rajah 1.1*). Pelancong domestik mewakili 67% daripada jumlah kemasukan pelancong ke Langkawi dimana kedatangan mereka tertumpu pada cuti hujung minggu, cuti am dan musim cuti sekolah. Secara amnya, pelancong domestik lebih cenderung melakukan lawatan secara 'single destination' dan kadar bermalam yang singkat (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003).

Feri dari Kuala Perlis, Kuala Kedah dan Pulau Pinang merupakan mod pengangkutan utama yang digunakan oleh pelancong domestik mewakili 84.8% daripada jumlah keseluruhan pelancong domestik ke Langkawi pada tahun 2010 (Langkawi Development Authority, 2011). Majoriti mereka menyewa kereta untuk bergerak ke mana-mana lokasi di Langkawi. Berehat dan menghadiri acara (persidangan dan seminar) merupakan tujuan utama ke Langkawi dan datang bersama keluarga dan rakan-rakan. Perbelanjaan purata harian pelancong domestik sebanyak RM 250/hari (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003).

Langkawi juga menjadi pilihan pelancong antarabangsa dari wilayah Amerika Utara (Amerika Syarikat), wilayah Eropah (United Kingdom, Jerman, Rusia dan Netherlands), wilayah Asia Timur (China), wilayah Asia Barat (Arab Saudi), wilayah Asia Selatan (India), wilayah Asia Tenggara (Thailand dan Singapura) serta wilayah Oceania (Australia). Kedatangan mereka ke Langkawi tertumpu pada bulan Oktober sehingga Februari setiap tahun. Pelancong yang berasal dari Asia Barat pula berkunjung ke Langkawi dari bulan Jun sehingga September (Langkawi Development Authority, 2011).

Pelancong antarabangsa ke Langkawi bersifat 'stopover' dan 'multidestination' yang secara relatifnya mempunyai tempoh penginapan yang lama. Sebagai contoh, pelancong antarabangsa yang datang menggunakan kapal layar cenderung singgah di Langkawi untuk tempoh selama 1 bulan atau lebih. Feri dan kapal pesiaran merupakan mod pengangkutan pilihan pelancong antarabangsa mewakili 65.3% daripada jumlah keseluruhan pelancong antarabangsa ke Langkawi pada tahun 2010 (Langkawi Development Authority, 2011). Mereka juga memilih menggunakan teksi, menyewa motorsikal dan kereta untuk bergerak ke mana-mana lokasi di Langkawi. Berehat merupakan tujuan utama ke Langkawi dan datang bersama keluarga dan rakan-rakan. Perbelanjaan purata harian pelancong antarabangsa adalah RM 500/hari (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003).

KESAN PEMBANGUNAN PELANCONGAN DI LANGKAWI

Pelancongan di Langkawi telah menyumbangkan beberapa kesan terhadap pembangunan di Langkawi antaranya :

Perubahan Fizikal dan Gunatanah

Industri pelancongan Langkawi telah menyumbang kepada perubahan gunatanah. Permintaan yang tinggi untuk tujuan pelancongan dan petempatan penduduk telah meningkatkan harga hartanah di pulau ini. Kebanyakan tanah-tanah ini dibangunkan sebagai kawasan-kawasan perumahan baru, pembinaan resort dan hotel, penyediaan infrastruktur dan jalan raya, kemudahan masyarakat dan sebagainya. Selain itu, beberapa projek mega dibangunkan oleh pemaju-pemaju bagi memenuhi permintaan pelancong. Pecahan gunatanah bagi Daerah Langkawi adalah seperti berikut : (*rujuk Jadual 1.1*). Bagi memastikan perancangan gunatanah yang tersusun di Langkawi, satu pelan pembangunan telah disediakan dengan menentukan jenis pembangunan yang sesuai mengikut zon-zon tertentu seperti berikut : (*rujuk Jadual 1.2*).

Perubahan Kepada Sosioekonomi Penduduk Tempatan

Sebelum tahun 1990, majoriti penduduk Langkawi bekerja dalam sektor pertanian, perhutanan, perikanan, berniaga secara kecil-kecilan, kakitangan awam dan bekerja sendiri. Pengenalan industri pelancongan dan pengurniaan status zon bebas cukai di Langkawi telah menjana pelbagai peluang pekerjaan dan aktiviti keusahawanan sekaligus merubah status sosioekonomi penduduknya. Kebanyakan penduduk terlibat dalam sektor perhotelan, pemandu pelancong, pemandu bot untuk aktiviti 'island hopping', membuka restoran makanan laut, menjual ubat-ubatan tradisional, jurujual di kompleks membeli-belah, kakitangan agensi pengangkutan feri, membuka agensi pelancongan, perniagaan sewaan kenderaan dan sebagainya. Penglibatan dalam peluang-peluang kerja baru telah membantu penduduk memperolehi pendapatan yang lebih baik berbanding sebelumnya (Habibah Ahmad & Hamzah Jusoh, 2008).

Penyediaan Infrastruktur dan Kemudahan Pelancong

Promosi yang agresif oleh kerajaan dan kedatangan pelancong semakin meningkat ke Langkawi telah mewujudkan permintaan yang tinggi terhadap infrastruktur dan kemudahan pelancong. Ini dapat dilihat dengan pembinaan jalan raya baru dan pelebaran jalan raya sedia ada bagi menghubungkan kawasan-kawasan baru serta memastikan keselesaan pengguna jalan raya. Sebuah loji janakuasa elektrik dibina di Perlis bagi menampung permintaan tenaga elektrik di Langkawi dan pembinaan Lapangan Terbang Antarabangsa Padang Matsirat bagi menggalakkan lagi kemasukan pelancong ke pulau ini (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003). Penyediaan Pusat Informasi Pelancong (TIC) di Kuah memudahkan pelancong mendapatkan maklumat tempat-tempat menarik di Langkawi. Kampung-kampung terpencil yang terletak di Pulau Tuba, Pulau Singa Besar dan Pulau Dayang Bunting mula menerima bekalan infrastruktur secara berperingkat-peringkat dan dengan penganugerahan status 'geopark' telah merencanakan lagi penyediaan kemudahan pelancong yang tertumpu di tiga zon utama seperti di Gunung Matchincang, Kilim dan Pulau Dayang Bunting.

ISU DAN MASALAH PELANCONGAN DI LANGKAWI

Imej Pelancongan Langkawi

Salah satu aspek penting dalam memastikan pelancongan berjaya di sesebuah destinasi adalah mengenalpasti imej produk yang ditawarkan kepada pelancong. Semenjak dahulu, Langkawi dipromosikan dengan pelbagai imej dalam menarik kedatangan pelancong. Sebagai contoh, Langkawi dipromosikan sebagai kawasan 'geopark' pertama di Malaysia dan di Asia Tenggara pada tahun 2007 (Langkawi Geopark, 2010) dan terkini dipromosikan sebagai Langkawi Permata Kedah pada tahun 2008 (Warta Darul Aman, 2011). Perubahan yang kerap kepada imej destinasi memberikan gambaran yang kabur kepada pelancong tentang keunikan destinasi disamping menyukarkan kerajaan mengenalpasti jenis pembangunan yang sesuai kepada destinasi. Imej pelancongan yang dirasakan sesuai bagi Langkawi adalah destinasi alam semulajadi dan lokasi acara bertaraf dunia.

Limpahan Ekonomi Tidak Dinikmati Sepenuhnya Oleh Penduduk Tempatan

Perkembangan pesat industri pelancongan di Langkawi berjaya meningkatkan taraf sosioekonomi penduduknya. Walaupun begitu, manfaat daripada pembangunan pelancongan tidak dinikmati sepenuhnya oleh penduduk terutamanya yang tinggal di Pulau Tuba, Pulau Dayang Bunting, Pulau Rebak dan Pulau Beras Basah.

Penduduk yang tinggal di keempat-empat buah pulau ini berhadapan dengan beberapa isu sosioekonomi seperti kadar kemiskinan yang tinggi, migrasi keluar yang tinggi, taraf pendidikan yang rendah, bekerja dalam sektor perikanan dan pertanian yang berskala kecil, isu perkembangan demografi, penyediaan prasarana dan kemudahan masyarakat yang kurang berkualiti serta pembangunan pelancongan yang rendah (Mustafa Omar, Ishak Yussof & Sulong Mohamad, 2006).

Kadar kemiskinan yang tinggi berkait rapat dengan tahap pendidikan yang rendah yang mempengaruhi kadar pendapatan yang diperolehi dan jenis pekerjaan yang diceburi (sektor perikanan dan pertanian berskala kecil), isu pengangguran yang tinggi pula disebabkan peluang pekerjaan yang ditawarkan amat terhad sekaligus menyumbang kepada migrasi keluar yang tinggi. Kebanyakan mereka terlibat sebagai nelayan dan mengusahakan tanaman secara kecil-kecilan. Majoriti pendapatan isirumah adalah sekitar RM 600 – RM 800 sebulan.

Pencemaran Laut dan Kemusnahan Terumbu Karang

Pencemaran laut di Langkawi berpunca daripada pembuangan sisa kumbahan terus ke laut tanpa melalui proses rawatan. Kesan aktiviti ini mengakibatkan pembiakan obor-obor dalam jumlah yang besar di kawasan persisir pantai terutamanya lokasi tumpuan pelancong. Obor-obor mampu mengancam keselamatan dan keselesaan pelancong untuk melakukan aktiviti berteraskan air (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2011). Selain itu, tumpahan diesel dan petrol dari feri dan kapal-kapal telah mengakibatkan kemerosotan kualiti air laut dan mampu membinasakan habitat flora dan fauna marin dalam jangka masa panjang.

Kemasukan pelancong yang tidak terkawal di Taman Laut Pulau Payar menyumbang kepada pencemaran laut akibat tumpahan minyak dari bot-bot pelancong, penajaan sampah sarap, kerosakan terumbu karang hasil aktiviti menyelam disamping kemudahan pelancong tidak diselenggara dengan baik. Langkah yang telah diambil oleh Jabatan Taman Laut bagi mengatasi permasalahan ini adalah menutup sementara Pulau Payar daripada menerima kedatangan pelancong pada 2 Julai sehingga 31 Oktober 2010 bagi tujuan pemeliharaan terumbu karang dan pembersihan di sekitar pulau. Bagi memastikan perkembangan destinasi secara mapan, pihak Jabatan Taman Laut telah menghadkan kedatangan pelancong seramai 200 orang sehari berbanding 400 orang sehari sebelum ini (Berita Harian, 2010).

Pembangunan Pelancongan di Pantai Chenang

Pantai Chenang merupakan destinasi pantai yang terkenal di kalangan pelancong. Aktiviti-aktiviti popular di sini adalah berasaskan air (berenang, menyelam, luncur air), makan dan minum, melawat ke Aquaria, mendapatkan perkhidmatan kesihatan (spa dan urutan), membeli-belah dan menginap di hotel-hotel berskala kecil dan sederhana. Pembangunan premis secara ad-hoc merupakan isu utama di destinasi ini yang menimbulkan masalah kepada penyediaan infrastruktur, kemudahan pelancong, kesesakan lalu lintas dan pengaliran sisa kumbahan terus ke laut tanpa dirawat. Ketidakpatuhan pemilik-pemilik premis kepada garis panduan yang ditetapkan oleh Majlis Perbandaran Langkawi, Jabatan Parit dan Saliran, Jabatan Bomba dan Penyelamat, Pejabat Tanah dan Daerah Langkawi boleh mengundang kepada risiko berlakunya kebakaran dan pencemaran kepada pantai dan udara sekitar yang membahayakan pelancong. Selain itu, destinasi ini tidak menyediakan lot tempat letak kereta yang mencukupi, tandas awam dan pantai awam untuk pelancong berkelah (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2011).

Terminal Feri dan Pengangkutan

Kesesakan pelancong dan kenderaan di terminal feri Langkawi kerap kali berlaku pada musim cuti perayaan, cuti persekolahan dan waktu penganjuran acara bertaraf nasional dan antarabangsa. Keadaan ini berlaku kerana ruang tempat letak kereta disediakan tidak mencukupi yang mendorong pemandu-pemandu meletakkan kenderaan mereka di sepanjang jalan raya. Selain itu, kebanyakan kenderaan yang disewa kepada pelancong tidak mempunyai permit yang dikeluarkan oleh Jabatan Pengangkutan Jalan. Ini mendedahkan risiko kepada pelancong jika berlakunya sebarang kemalangan. Harga sewa kenderaan yang dikenakan kepada pelancong pula tidak seragam dan bergantung kepada permintaan. Kebiasaannya, harga yang lebih tinggi dikenakan apabila musim cuti dan membebankan pelancong yang berpendapatan rendah (Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003).

PERBANDINGAN PERKEMBANGAN PELANCONGAN DESTINASI PULAU DI WILAYAH ASIA TENGGARA

Bagi mengenalpasti kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman pelancongan Langkawi, satu perbandingan dilakukan dengan dua buah destinasi pulau yang terkenal di Asia Tenggara iaitu Phuket (Thailand) dan Bali (Indonesia). Perbandingan yang dilakukan berteraskan kepada 9 faktor tarikan (*pull factors*) yang terdapat di sesuatu destinasi yang diasaskan oleh Weaver & Oppermann (2000) (*rujuk Jadual 1.3*).

Secara umumnya, Langkawi ternyata masih jauh ketinggalan berbanding Phuket dan Bali terutama dalam aspek produk pelancongan yang ditawarkan, akses kepada pasaran dan bilangan kedatangan pelancong. Sebagai sebuah destinasi pelancongan baru, Langkawi dilihat mempunyai kekuatan yang berpotensi ditonjolkan meliputi kos percutian di destinasi, situasi aman dan stabil, imej pasaran yang positif di kalangan pelancong domestik dan antarabangsa, mempunyai dasar yang mesra

pelancongan dengan kerajaan memperkenalkan pelbagai insentif kepada pengusaha pelancongan dan jaringan budaya terutama bagi menarik kedatangan pelancong di wilayah Asia Tenggara.

Pelancong domestik dilihat sebagai kekuatan bagi Langkawi. Kedatangan mereka untuk bercuti, menghadiri acara (seminar dan persidangan) disamping membeli-belah. Oleh itu, kerajaan perlu mempromosikan Langkawi dengan agresif dengan menganjurkan pelbagai acara, mempelbagaikan lagi produk pelancongan dan memberi insentif kepada pengusaha-pengusaha pelancongan untuk menarik kedatangan pelancong. Langkah kerajaan melonggarkan syarat-syarat imigresen pelancong antarabangsa dilihat sebagai kaedah yang baik untuk menggalakkan lagi kedatangan mereka ke Langkawi.

Imej destinasi yang positif merupakan salah satu tarikan kepada pelancong antarabangsa terutamanya pelancong dari Asia Barat mengunjungi Langkawi. Malaysia dikenali sebagai destinasi yang murah, menyediakan makanan halal, bertoleransi terhadap agama dan pakaian individu disamping menikmati kestabilan politik dan ekonomi mendorong mereka memilih Langkawi sebagai destinasi percutian.

KESIMPULAN

Sepanjang 23 tahun, industri pelancongan dilihat sebagai agen perubahan terhadap fizikal dan sosioekonomi penduduk Langkawi yang sebelum ini merupakan kawasan terpencil dan tidak diketahui umum. Sumberjaya alam semulajadi dan penglibatan agresif kerajaan dan swasta telah menyumbang kepada pembangunan Langkawi sehingga berada di tahap ini. Salah satu kekuatan pelancongan adalah kemampuannya dalam menjanakan kesan positif kepada ekonomi, alam sekitar dan sosial. Walau bagaimanapun, pelancongan juga berupaya mendatangkan bencana kepada destinasi dalam tempoh masa yang lama jika tiada langkah-langkah pengawalan dilakukan. Bagi memastikan pelancongan terus bertahan di Langkawi, produk-produk pelancongan sedia ada perlu digilap terutamanya daripada aspek kualiti perkhidmatan yang diberikan kepada pelancong. Kerajaan bersama swasta perlu menerokai produk-produk pelancongan baru yang boleh diketengahkan disamping promosi secara agresif bagi menarik kedatangan pelancong. Garispanduan kawalan pembangunan perlu dikuatkuasakan sepenuhnya bagi memastikan lokasi-lokasi utama membangun secara mapan dan terus dikunjungi pelancong. Langkawi seharusnya membangun dengan acuan tersendiri dan tidak bersaing dengan destinasi-destinasi terkenal seperti Phuket dan Bali. Ia sepatutnya menawarkan kelainan dan kepelbagaian daripada segi produk dan perkhidmatan agar dapat memenuhi permintaan pelancong dan menjadi pelengkap kepada pembangunan destinasi-destinasi pulau di Asia Tenggara.

RUJUKAN

- Asian Development Bank. (1995). *Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle (Development Project), Volume I – VII*. Asian Development Bank.
- Berita Harian. (2010). *9 Lokasi Menyelam Popular Ditutup*. Dicapai pada 1 Mei 2011 daripada <http://www.bharian.com.my>
- Department of Marine Park Malaysia. (2009). *What Is Marine Park?*. Retrieved 18 May 2009 from <http://www.dmpm.nre.gov.my>
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali, (2011). *Statistics*. Retrieved 20 April 2011 from <http://www.disparda.baliprov.go.id>
- Habibah Ahmad & Hamzah Jusoh. (2008). *Langkawi Sebagai Pulau Bebas Cukai : Impak Sosioekonomi Komuniti Setempat*. Yahaya Ibrahim, Sulong Mohamad & Habibah Ahmad (eds). *Pelancongan Malaysia : Isu Pembangunan, Budaya, Komuniti dan Persempatan*. Sintok : Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan. (2011). *Draf Awal Rancangan Tindakan Khas Pantai Chenang, Langkawi, Kedah Darul Aman*. Alor Setar: Jabatan Perancangan Bandar Dan Desa Negeri Kedah.
- Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan. (2006). *Draf Rancangan Tempatan Daerah Langkawi 2001-2015*. Alor Setar: Jabatan Perancangan Bandar Dan Desa Negeri Kedah.
- Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan. (2003). *Laporan Teknikal Kajian Rancangan Tempatan Daerah Langkawi 2001 – 2015*. Jabatan Perancangan Bandar Dan Desa Negeri Kedah.

Langkawi Geopark. (2010). *What is Langkawi Geopark?*. Retrieved 18 Jun 2010 from <http://www.langkawigeopark.com.my>

Langkawi Development Authority. (2011). *Tourist Arrival in Langkawi 1986 – 2010. (unpublished data)*. Kuah: Langkawi Development Authority.

Lembaga Pembangunan Langkawi. (2011). *Dasar Pembangunan Langkawi*. Dicapai pada 3 Mei 2011 daripada <http://www.lada.gov.my>

Mustafa Omar, Ishak Yussof & Sulong Mohamad. 2006. Transisi Demografi Dan Cabaran Pembangunan Ekonomi Dan Sosial Di Pulau Tuba Dan Pulau Dayang Bunting, Langkawi : Satu Analisis Dari Perspektif Ekosistem Pulau Kecil. *Prosiding Persidangan Pertama Pembangunan Komuniti Pulau dan Persisiran Pantai 2006*, hlm. 264-283.

Sime Darby Berhad. (2007). *Northern Corridor Economic Region : Socioeconomic Blueprint 2007-2025*. Kuala Lumpur : Sime Darby Berhad.

Tourism Authority of Thailand. (2008). *Tourism Statistics in Phuket 1998 – 2007*. Retrieved 20 April 2011 from <http://www.tat.or.th>

Warta Darul Aman. (2011). *Langkawi Permata Kedah Makin Gemerlap*. Dicapai pada 3 Mei 2011 daripada <http://www.wartakedah.net>

Weaver, D., & Oppermann, M. (2000). *Tourism Management*. Sydney: John Wiley & Sons.

JADUAL 1.1 : Gunatanah Daerah Langkawi, 2002

Jenis Gunatanah	Keluasan (hektar)
Perumahan, Perniagaan, Perindustrian	1,018.35
Pertanian	9,665.84
Hutan	32,766.87
Tanah Lapang dan Rekreasi	1,017.03
Institusi dan Kemudahan Masyarakat	418.33
Infrastruktur dan Utiliti	187.06
Sistem Pengangkutan dan Jalan Raya	1,233.71
Badan Air	624.58
Jumlah	46,931.77

Sumber : Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan, 2003.

JADUAL 1.2 : Cadangan Pembangunan Pelancongan Mengikut Zon Di Langkawi

Zon 1 : Pantai Datar	
Pembangunan / Pembaikan Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel (4, 5 dan 6 bintang), ‘nature tour circuits’, meningkatkan kemudahan, kemudahsampaian.
Tema Pelancongan	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Golf tourism, Romance & Honeymoon tour package’.
Zon 2 : Pantai Kok Dan Telok Burau	
Pembangunan / Pembaikan Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel (4 dan 5 bintang), ‘standard hotel’ (selatan Pantai Kok), ‘nature tour’ ke Taman Geologi, pusat marina (kemudahan marina), pengindahan landskap ‘The Holiday Kampung’, pembaikan jalanraya.
Tema Pelancongan	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Water sport tourism (yatching, boating, canals)’
Zon 3 : Pantai Cenang & Pantai Tengah	
Pembangunan / Pembaikan Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kemudahan & servis, ‘standard hotel’, ‘budget hotel’ & motel, pusat informasi pelancong, polis pelancong, klinik, pejabat pos mini, medan selera, pusat sukan air, ‘speciality shopping facilities, (local made souvenir)’, jeti khusus untuk aktiviti ‘island hopping’.
Tema Pelancongan	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Watersport tourism, waterbased activities (cruise / yacht, boating)’.
Zon 4 : Kuah	
Pembangunan / Pembaikan Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan dan perkhidmatan di Jeti Kuah, membangunkan hotel (2, 3 dan 4 bintang) & ‘budget hotel’, ‘landscaping buildings’, muzium, auditorium budaya (persembahan kebudayaan), kaunter penerangan pelancong, kompleks kraftangan, bank dan pos.
Tema Pelancongan	<ul style="list-style-type: none"> • ‘Staging area, transportation oriented tourism’ (hotel, kemudahan dan perkhidmatan MICE kepada ‘business travellers’).
Zon 5 : Padang Mat Sirat & Ulu Melaka	
Pembangunan / Pembaikan Utama	<ul style="list-style-type: none"> • Membangunkan Pekan Padang Mat Sirat sebagai ‘staging area’,

Pembaikan Utama	'standard & budget hotels', kemudahan mesyuarat dan persidangan, restoran, landskap, meningkatkan produk pelancongan lagenda dan kebudayaan, membangunkan denai budaya dan lagenda, homestay di Kampung Melayu dan penyediaan komunikasi yang lengkap.
Tema Pelancongan	• 'Staging area', pelancongan agro, 'village and residential tourism', (pelancong antarabangsa yang bersara dan ingin membeli rumah di Langkawi).
Zon 6 : Tanjung Rhu, Kisap Dan Kilim	
Pembangunan / Pembaikan Utama	• Kemudahan hotel mewah, resort pantai, 'nature tour circuits' ke pulau-pulau dan denai hutan bakau di sekitarnya, meningkatkan kemudahsampaian, pembinaan villa dan perumahan jenis chalet di sekitarnya, menaiktaraf Pengkalan Nelayan Tanjung Rhu.
Tema Pelancongan	• 'Beach tourism, Watersport tourism (boating, sailing, islands hopping, etc)'.
Zon 7 : Pulau Kecil / Hutan Dan Gunung	
Pembangunan / Pembaikan Utama	• Pembaikan kemudahan sedia ada seperti jeti dan penambahan kemudahan sokongan yang lebih berkualiti.
Tema Pelancongan	• Ekopelancongan, 'Village tourism'.

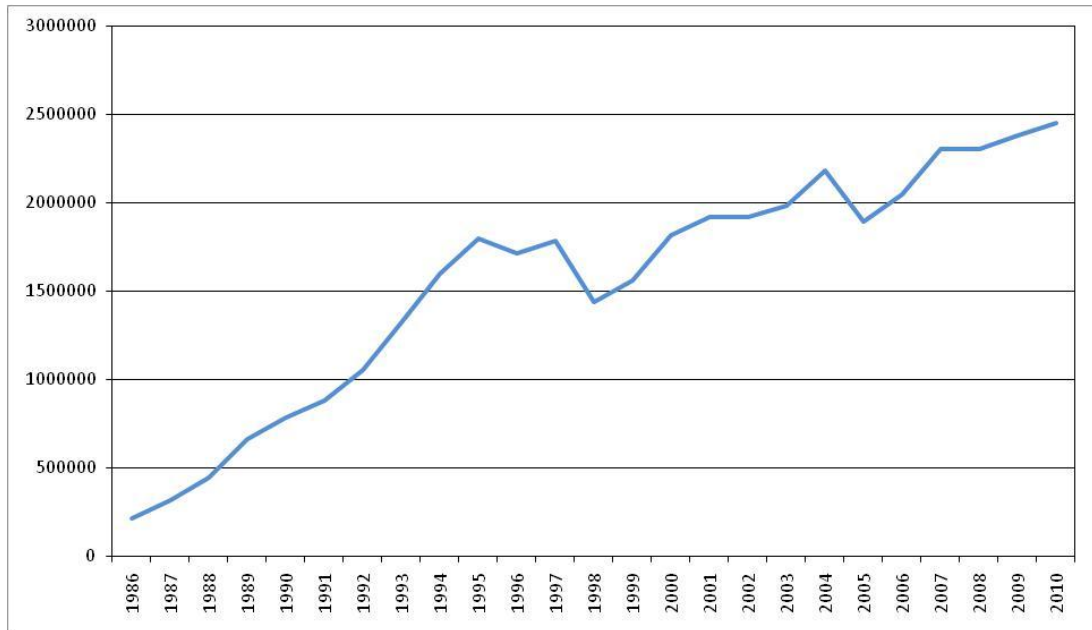
Sumber: Jabatan Perancangan Bandar dan Desa, (2006).

JADUAL 1.3 : Perbandingan Faktor Tarikan Destinasi Pulau Di Asia Tenggara

PHUKET	LANGKAWI	BALI
Lokasi Geografi Berhampiran Pasaran Pelancong		
<ul style="list-style-type: none"> • Kedudukan terletak di wilayah Asia Tenggara yang dikategorikan sebagai wilayah pelancongan pesat membangun. • Kedatangan pelancong seramai 5,005,653 orang, pelancong domestik 1,722,243 orang dan pelancong antarabangsa 3,283,410 orang (2007) (Tourism Authority of Thailand, 2008). 	<ul style="list-style-type: none"> • Kedudukan terletak di wilayah Asia Tenggara yang dikategorikan sebagai wilayah pelancongan pesat membangun. • Kedatangan pelancong seramai 2,376,736 orang, pelancong domestik 1,598,241 orang dan pelancong antarabangsa 778,495 orang (2009) (Langkawi Development Authority, 2011). 	<ul style="list-style-type: none"> • Kedudukan terletak di wilayah Asia Tenggara yang dikategorikan sebagai wilayah pelancongan pesat membangun. • Kedatangan pelancong seramai 3,521,135 orang, pelancong domestik 1,291,190 orang, pelancong antarabangsa 2,229,945 orang (2009) (Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2011).
Akses Kepada Pasaran		
<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai lapangan terbang antarabangsa. • Dihubungi dengan mod pengangkutan darat, udara dan air. • Sebanyak 45 syarikat penerbangan beroperasi di lapangan terbang ini. • Pelancong dari 48 buah negara boleh mengunjungi Thailand tanpa visa. • Pelancong dari 14 buah negara boleh mengunjungi Thailand dengan Visa on Arrival (VoA). • Pelancong dari Timur Tengah, Asia Selatan, Korea, China, Mesir, Algeria dan Nigeria perlu mengemukakan dokumen tambahan untuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai lapangan terbang antarabangsa. • Dihubungi dengan mod pengangkutan udara dan air. • Sebanyak 13 syarikat penerbangan beroperasi di lapangan terbang ini. • Majoriti pelancong dari negara-negara di dunia boleh mengunjungi Malaysia tanpa visa (kecuali negara di Asia Tengah, Afrika Tengah, Taiwan, Ireland dan negara Scandinavia). • Warganegara Israel perlu mengemukakan permohonan ke Wisma Putra untuk mengunjungi Malaysia. • Malaysia telah membatalkan Visa on Arrival (VoA) kepada semua negara pada 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai lapangan terbang antarabangsa. • Dihubungi dengan mod pengangkutan udara dan air. • Sebanyak 27 syarikat penerbangan beroperasi di lapangan terbang ini. • Pelancong dari 11 buah negara boleh mengunjungi Indonesia tanpa visa. • Pelancong dari 63 buah negara boleh mengunjungi Indonesia dengan Visa on Arrival (VoA). • Warganegara Israel perlu mengemukakan permohonan untuk mengunjungi Indonesia.

mengunjungi Thailand.	16 Ogos 2010	
Terdapatnya Tarikan		
<ul style="list-style-type: none"> • Iklim tropika • Alam semulajadi (pantai, pulau, teluk, tanjung, gua, air terjun, pemandangan indah, hutan, tasik, dan gunung). • Membeli-belah (Pasar Amulet, Pasar Karon). • Kebudayaan dan Keagamaan (muzium, Baan Chinpracha, Baan Klung, Ko Nakkerd, China Inn, Jui Tui Temple, Phra Pitak Chinpracha, Old Phuket Town, Put Jaw Chinese Temple, Wat Baan Kamala). • Buatan Manusia (Butterfly Farm, Snake Farm, Crocodile Farm, Tiger Farm, Elephant Farm, Monkey School, Orchid Garden, Phuket Aquarium, Phuket Zoo, Saphan Hin Park, Sea Gypsies Village, Serene Light, Soi Romani). • Acara dan hiburan malam (golf, Songkran, Gay Show, Patong Boxing, Fantasea Show, Simon Cabaret Show, Soi Bangla). 	<ul style="list-style-type: none"> • Iklim tropika • Alam Semulajadi (pantai, pulau, air terjun, gua, pemandangan indah, hutan, tasik dan gunung). • Kebudayaan (kraftangan, Kompleks Ibrahim Hussien, Air Hangat, Atma Alam). • Pusat Kapal Layar (Telaga Harbour, Awana Porto Malai). • Buatan Manusia (Kampung Kristal, Laman Padi, Kota Mahsuri, Galeria Perdana, Langkawi Cable Car, Underwater World). • Membeli-belah (Kompleks Bebas Cukai) • Acara (Le Tour D' Langkawi, LIMA, golf). 	<ul style="list-style-type: none"> • Iklim tropika • Pelancongan rohani (Ida Pedanda Gede Made Gunung, Siddhashram Ratu Bagus). • Kuil-kuil dan muzium (Denpasar City, Badung, Gianyar, Klungkung, Bangli, Karangasem, Tabanan). • Ekopelancongan (Buleleng, Tabanan, Badung, Denpasar, Gianyar, Bangli). • Budaya dan kesenian (Tarian Arja, Barong dan Rangda, Gamelan, Kecak, Legong, Wayang Kulit, Gianyar, Klungkung, Karangasem). • Bangunan Bersejarah (Goa Gajah, Kerta Gosa Park, Taman Ujung, Tirtagangga). • Membeli-belah (Bali's Gifts, Supermarket, Mall, Traditional Market). • Sukan Air dan Pengembaraan (Menyelam, belayar, berakit, luncur air). • Golf, Spa dan Perkahwinan • Hiburan malam (Kuta, Seminyak, Petitenget, Sanur to Nusa Dua).
Jaringan Budaya		
<ul style="list-style-type: none"> • Masalah bahasa disebabkan tidak semua pelancong antarabangsa dapat bertutur dalam bahasa Thailand. • Kebanyakan penyedia perkhidmatan dan kemudahan boleh bertutur dalam bahasa asing terutama Inggeris dan Mandarin. • Pelancong antarabangsa dan tempatan beragama Buddha banyak mengunjungi wat dan kuil bagi melakukan upacara keagamaan dan perayaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancong domestik mendominasi kedatangan di Langkawi disebabkan persamaan budaya dan bahasa. • Kebanyakan penduduk Langkawi boleh bertutur dalam Bahasa Inggeris, Melayu, Mandarin. Ini menarik minat pelancong antarabangsa terutama dari Asia, Eropah dan Amerika Utara datang kerana persamaan bahasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancong dari Malaysia dan Singapura mencatatkan bilangan teramai dalam wilayah Asia Tenggara kerana persamaan bahasa dan budaya. • Kebanyakan penyedia perkhidmatan dan kemudahan boleh bertutur dalam bahasa asing terutama Inggeris dan Mandarin. • Pelancong antarabangsa dan tempatan beragama Hindu banyak mengunjungi kuil bagi melakukan upacara keagamaan dan perayaan.
Terdapatnya Perkhidmatan		
<ul style="list-style-type: none"> • Dilengkapi infrastruktur asas dan kemudahan pelancong (hospital, balai 	<ul style="list-style-type: none"> • Dilengkapi infrastruktur asas dan kemudahan pelancong (hospital, balai polis, pusat 	<ul style="list-style-type: none"> • Dilengkapi infrastruktur asas dan kemudahan pelancong (hospital, balai

polis, pusat informasi pelancong, tandas awam, restoran, agensi pelancongan, pelbagai jenis penginapan).	informasi pelancong, tandas awam, restoran, agensi pelancongan, pelbagai jenis penginapan).	polis, pusat informasi pelancong, tandas awam, restoran, agensi pelancongan, pelbagai jenis penginapan).
Kos Percutian di Destinasi		
<ul style="list-style-type: none"> • Kos percutian yang murah meliputi penginapan, makanan dan minuman, pengangkutan, cenderahati dan perkhidmatan. • Pelancong dari Eropah, Asia dan Oceania paling ramai mengunjungi Phuket. • Urusniaga di Phuket menggunakan matawang Bath dan turut menerima urusniaga dalam matawang utama dunia yang popular. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kos percutian yang murah meliputi penginapan, makanan dan minuman, pengangkutan, cenderahati dan perkhidmatan. • Pelancong dari Eropah, Asia Barat, Asia Timur, Oceania dan Asia Tenggara (Singapura dan Thailand) paling ramai mengunjungi Langkawi. • Urusniaga di Langkawi menggunakan matawang Ringgit dan turut menerima urusniaga dalam matawang utama dunia yang popular. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kos percutian yang murah meliputi penginapan, makanan dan minuman, pengangkutan, cenderahati dan perkhidmatan. • Pelancong dari wilayah Eropah, Amerika Utara, Oceania dan Asia Tenggara (Malaysia dan Singapura) paling ramai mengunjungi Bali. • Urusniaga di Bali menggunakan matawang Rupiah dan turut menerima urusniaga dalam matawang utama dunia yang popular.
Aman dan Stabil		
<ul style="list-style-type: none"> • Secara umumnya, Thailand merupakan destinasi yang tidak stabil daripada aspek politik dan ekonomi. • Phuket pernah mengalami bencana tsunami pada tahun 2004 dan bangkit semula. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secara umumnya, Malaysia merupakan destinasi yang aman serta menikmati kestabilan politik dan ekonomi. • Situasi di Langkawi yang mesra pelancong dan hanya mengalami impak tsunami yang kecil pada tahun 2004. 	<ul style="list-style-type: none"> • Secara umumnya, Indonesia merupakan destinasi yang aman dan stabil walaupun pernah mengalami pergolakan politik dan ekonomi seketika dahulu. • Bali pernah mengalami peristiwa pengeboman penganas di destinasi pelancongan utama oleh Jemaah Islamiyah pada tahun 2002 dan 2005.
Imej Pasaran Yang Positif		
<ul style="list-style-type: none"> • Pelancong berpendapat Phuket merupakan destinasi yang selamat dikunjungi walaupun pernah mengalami bencana tsunami pada 2004. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancong berpendapat Langkawi merupakan destinasi yang selamat dikunjungi kerana kestabilan politik dan ekonominya serta tiada persepsi negatif penduduk tempatan terhadap pelancong (terutama pelancong Asia Barat). 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancong berpendapat Bali merupakan destinasi yang selamat dikunjungi walaupun pernah mengalami peristiwa pengeboman pada 2002 dan 2005.
Mempunyai Dasar Yang Mesra Pelancongan		
<ul style="list-style-type: none"> • Kerajaan Thailand menggalakkan kedatangan pelancong ke Phuket. • Kerajaan mengadakan promosi bagi menarik kedatangan pelancong domestik dan antarabangsa. • Aktiviti imigresen dipermudahkan kepada pelancong. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kerajaan Malaysia menggalakkan kedatangan pelancong ke Langkawi. • Kerajaan mengadakan promosi bagi menarik kedatangan pelancong domestik dan antarabangsa. • Aktiviti imigresen dipermudahkan kepada pelancong. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kerajaan Indonesia menggalakkan kedatangan pelancong ke Bali. • Kerajaan mengadakan promosi bagi menarik kedatangan pelancong domestik dan antarabangsa. • Aktiviti imigresen dipermudahkan kepada pelancong.



Sumber : Langkawi Development Authority, 2011.

RAJAH 1.1 : Bilangan Kemasukan Pelancong Ke Langkawi 1986 – 2010