

PEMBANGUNAN INDUSTRI PELANCONGAN DI LANGKAWI
YANG BERKONSEPKAN NEGARA ISLAM TELAH BERJAYA
MENARIK PELANCONG

Tesis ini dikemukakan kepada Kolej Perniagaan bagi memenuhi
sebahagian daripada keperluan Ijazah Sarjana (Pengurusan),
Universiti Utara Malaysia

Disediakan Oleh:

Azli Bin Abd. Rani

Azli Bin Abd. Rani, 2011. Hakcipta Terpelihara.

BAB PERTAMA

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Pelancongan Islam kini semakin berkembang berikutan timbulnya minat masyarakat dunia untuk mengetahui cara hidup masyarakat dan sejarah negara Islam terutamanya yang berkaitan dengan kegemilangan Islam. (Azalina, 2008). Malaysia merupakan sebuah negara Islam yang berpotensi untuk menjadikan pelaburan dalam produk pelancongan Islam sebagai salah satu industri yang berdaya maju dan sekali gus membantu pertumbuhan ekonomi negara. Usaha beberapa pihak terutamanya kerajaan dalam memperkenalkan program-program bermusim yang bercirikan Islam juga boleh di ambil kira sebagai salah satu pakej produk pelancongan seperti perkampungan Islam Hadhari yang memuatkan pelbagai program keilmuan, kemasyarakatan, kesenian Islam dan banyak lagi. Selain itu, negara kita juga mula diperhati masyarakat antarabangsa kerana berjaya menganjurkan acara-acara yang besar seperti Pameran Makanan Halal Sedunia (MHAS), Festival Busana Islam, Festival Muzik Islam dan banyak lagi. Sebenarnya banyak lagi aktiviti keagamaan dan kebudayaan masyarakat Islam yang boleh diperkenalkan kepada pelancong dengan tujuan memaparkan keindahan Islam yang sebenar-benarnya kepada mereka. Dengan bertujuan mengajak mereka berkongsi kemakmuran

Malaysia di bawah pemerintahan Islam, kita turut berdakwah kepada masyarakat Islam yang lainnya yang semakin lupa aktiviti keagamaan ini wujud di sekeliling mereka, Pelancongan Islam berlandaskan aktiviti masyarakatnya juga boleh dijadikan landasan yang baik untuk membuktikan perpaduan, keharmonian, keamanan dan saling menghormati sesama manusia seperti yang dituntut oleh agama Islam sendiri. Oleh itu, pelancongan Islam amat relevan dalam memperkenalkan Islam dan harus diberi perhatian yang serius dari aspek perlaksanaannya. (z-sasic, 2006) Dasar ini mendokong cita-cita untuk membentuk dan membangunkan sektor pelancongan sebagai satu ibadat kepada Allah S.W.T berasaskan prinsip *Amar Makruf Nahi Mungkar*.

Kajian ini juga akan menunjukkan bahawa Langkawi berjaya di bangunkan oleh Kerajaan sebagai pusat industri pelancongan yang mempunyai pelbagai produk alam semula jadi, flora fauna dan kehidupan marin tanpa memerlukan pusat-pusat hiburan, kasino dan pelbagai aktiviti yang bercanggah dengan hukum-hukum Islam.

1.2 Latar belakang Industri Pelancongan Di Langkawi

Kepulauan Langkawi merupakan salah satu gugusan pulau yang menarik dan dikenali sebagai salah satu destinasi pelancongan antarabangsa yang popular di Malaysia. Pulau Langkawi telah mengalami pembangunan yang pesat, setelah diisytiharkan sebagai 'Pulau Bebas Cukai' pada tahun 1987.

Pihak Kerajaan telah memberi tumpuan yang serius terhadap pembangunan Langkawi sebagai destinasi pelancongan bertaraf antarabangsa. Pelbagai program seperti perancangan pembangunan, penyediaan infrastruktur, kemudahan hotel, perkhidmatan pengangkutan awam dan promosi giat dilaksanakan.

Pihak swasta juga telah memainkan peranan yang penting dalam pelaburan untuk membangunkan hotel dan pusat perniagaan bertaraf antarabangsa. Pelabur juga berkeyakinan bahawa pelaburan yang dilakukan di Langkawi mampu menyumbangkan keuntungan yang baik untuk perniagaan tersebut. Sebahagian pelancong suka bercuti dan menikmati keindahan alam semula jadi flora dan fauna serta keunikan di sekitar 104 buah pulau-pulau yang merupakan aset yang terbaik untuk industri pelancongan. Kemasukan pelancong ke pulau peranginan ini setiap tahun masih menunjukkan peningkatan seperti pada tahun 2008 kehadiran pelancong sebanyak 2.3 juta orang, manakala pada tahun 2009 telah meningkat kepada 2.4 juta orang. (Azmir, 2010).

Usaha juga telah dibuat oleh Pihak Lembaga Pembangunan Langkawi untuk memperkenalkan Langkawi kepada pelancong antarabangsa sebagai 'Geopark'. 'Geopark' merupakan kawasan yang mempunyai unsur seperti sejarah batu, formasi menarik pelbagai jenis batu, landskap unik dan indah yang menarik dan mempesonakan serta mempunyai nilai warisan yang

boleh dihayati dan dipelihara. Langkawi merupakan salah satu daripada 49 buah geopark yang terdapat di seluruh dunia yang diiktiraf oleh UNESCO.

1.3 Penyataan Masalah

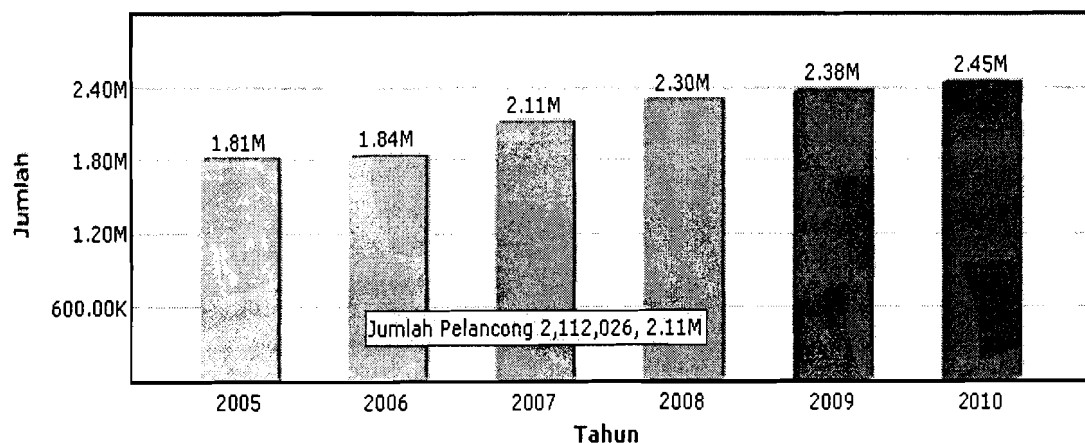
Keunikan dan keindahan alam semulajadinya telah berjaya menarik ramai pelancong ke Langkawi tetapi masalahnya bagaimana untuk merancang pembangunan produk pelancongan, menyelenggara infrastruktur dan kemudahan awam tanpa merosakan alam semulajadinya. Usaha menjadikan sektor pelancongan sebagai salah satu sumber utama kepada pendapatan negara akan gagal sekiranya khazanah alam semulajadi tidak dielihara dengan baik. Timbalan Menteri Pelancongan, Datuk Dr. James Dawos Mamit berkata, jika khazanah alam semula jadi yang merupakan salah satu daya tarikan pelancongan ke negara ini tercemar maka industri pelancongan akan terjejas secara tidak langsung. (Dr. James, 2011)

Kebanyakan negara membangunkan industri pelancongan berasaskan kepada industri hiburan yang mana pusat-pusat hiburan menjadi daya tarikan utama. Sebagai contoh, Thailand yang menyediakan pelbagai pusat hiburan yang menjadi tarikan utama kepada pelancong. Di Singapura pula telah membina kasino sebagai produk baru dalam usaha mereka menarik pelancong. Walau bagaimanapun, aktiviti pelancongan yang biasa dijalankan di Langkawi ialah melawat tempat-tempat menarik alam semulajadinya, tempat bersejarah, menyaksikan acara kebudayaan berbagai bangsa, membeli barangan bebas cukai atau produk unik yang

tidak terdapat di negara lain. Kini pelancongan berasaskan ibadah telah menjadi popular dan menarik untuk diketengahkan kepada pelancong tanpa mengira bangsa dan agama. (Zalila Isa, 2008)

Oleh itu Kerajaan telah membuat perancangan untuk membangunkan Langkawi sebagai pusat pelancongan bertaraf antarabangsa yang berkonsepkan negara Islam. Ini dibuktikan daripada usaha Kerajaan yang telah membuat promosi dengan memperkenalkan Langkawi sebagai destinasi pelancongan yang kaya dengan sumber alam semula jadi yang cantik dan menarik. Strategi perancangan dan promosi ini telah berjaya menarik pelancong antarabangsa dan ini dapat di buktikan dengan pertambahan kemasukan pelancong pada setiap tahun seperti di tunjukkan di dalam Rajah 1.1 di bawah;-

Rajah 1.1 : Jumlah kemasukan Pelancong Ke Langkawi Dari tahun 2005 hingga Tahun 2010



Sumber : Lembaga Pembangunan Langkawi, (2010)

1.4 Persoalan Kajian

Maklumat berkaitan diperlukan untuk memenuhi kajian dalam menentukan faktor-faktor yang menyumbang dalam mempengaruhi pelancong antarabangsa memilih Langkawi sebagai destinasi pelancongan. Soalan kajian ini akan menengahkan lima (5) pemboleh ubah yang berkaitan iaitu perancangan pembangunan, *eco-tourism*, produk pelancongan kemudahan dan infrastruktur pelancongan. Soalan kajian yang perlu di jawab dalam kajian ini adalah seperti berikut:-

- 1.4.1 Apakah kesan perancangan pembangunan pelancongan berkonsep Islam kepada pelancong antarabangsa ?
- 1.4.2 Mengapa pelancong tertarik mengenai Langkawi dan memilihnya sebagai destinasi pelancongan utama ?
- 1.4.3 Adakah pelancong mengambil kira produk baru *eco-tourism* sebagai pilihan mereka dalam percutian mereka ?
- 1.4.4 Apakah kemudahan awam yang diperlukan oleh pelancong-pelancong dari Negara Timur Tengah dan di kalangan negara-negara lain?.

1.4.5 Apakah Infrastruktur di Langkawi pada masa kini memenuhi cita rasa dan keperluan pelancong ?

1.5 Objektif Kajian

1.5.1 Objektif Umum

Secara keseluruhannya kajian ini cuba mengkaji kepuasan pelancong terhadap pembangunan industri pelancongan di Langkawi berkonsepkan Islam.

1.5.2 Objektif Khusus

Objektif Khusus kajian ini adalah:-

- i. Mengkaji kepuasan pelancong terhadap perancangan pembangunan industri pelancongan berkonsepkan Islam di Langkawi,
- ii. Mengkaji kepuasan pelancong terhadap produk pelancongan dan *eco-tourism* di Langkawi, dan
- iii. Mengkaji kepuasan pelancong terhadap kemudahan awam dan infrastruktur di Langkawi,

1.6 Skop Kajian

Kajian ini memberi tumpuan kepada kepuasan pelancong ke atas pembangunan industri pelancongan di Langkawi berkonsepkan Islam berdasarkan kepada lima (5) faktor iaitu pelan perancangan pembangunan, *eco-tourism*, produk pelancongan, kemudahan awam dan infrastruktur. Pelancongan berkonsep Islam yang ditekankan dalam kajian ini meliputi pelancongan yang berasaskan keindahan alam semulajadi, budaya masyarakat, sejarah dan produk pelancongan, *eco-tourism* tanpa melibatkan aktiviti perjudian dan pelacuran. Sementara itu, produk pelancongan yang digariskan dalam kajian ini merangkumi tempat-tempat yang menarik di Langkawi umpamanya Kereta Kabel (*Cable Car*), *Underwater World*, *Wildlife Park*, Galeria Perdana, Taman Laut Pulau Payar (*Pulau Payar Marine Park*), Laman Padi dan Komplek Kraftangan (*Handicraft Complex*).

1.7 Kepentingan Kajian

Kajian ini dapat menerangkan keadaan sebenar situasi industri pelancongan di Langkawi terutamanya di peringkat antarabangsa. Perkara ini juga diharap dapat membantu pihak Kerajaan mahupun pengusaha industri untuk menyediakan perancangan yang bersesuaian bagi meningkatkan penyertaan pengusaha dalam industri pelancongan yang berkonsepkan Islam dan bersesuaian dengan kedudukan Langkawi sebagai pulau pelancongan dalam negara Islam di rantau ini.

Penyelidikan ini juga diharap dapat membantu mereka yang terlibat dalam industri ini untuk membuat penilaian semula tahap keberkesanan strategi pemasaran yang digunakan terhadap pelancong antarabangsa. Rumusan kajian juga diharap dapat menilai sejauh manakah kefahaman dan persepsi kerajaan dan pengusaha industri pelancongan terhadap produk dan infrastruktur yang di sediakan sama ada diterima oleh pelancong atau tidak.

Potensi industri pelancongan sebagai penjana ekonomi baru negara hanya dapat direalisasikan jika usaha-usaha memaju dan membangunkan industri pelancongan diberi penekanan yang sewajarnya. Isu-isu seperti pelancongan *eco-tourism*, alam sekitar, kemudahan pengangkutan awam, kebersihan persekitaran, keselamatan akan menyumbang secara positif kepada peningkatan jumlah pelancong yang melawat ke Langkawi.

1.8 Limitasi Kajian

Kajian ini hanya dapat dijalankan di beberapa kawasan di Pulau Langkawi kerana pada masa ini Langkawi merupakan sebuah pulau yang utama di Malaysia yang menjadi perhatian kerajaan dengan nilai pelaburan hampir 1.6 billion untuk membangunkan industri pelancongan yang melibatkan pembangunan produk-produk pelancongan baru. Manakala dalam menjalankan kajian ini, penyelidik telah menghadapi beberapa kekangan dalam mendapatkan maklum balas daripada responden yang terdiri daripada pelancong-pelancong daripada negara Timur Tengah dan di

kalangan negara-negara lain yang kurang memberi kerjasama dan masalah bahasa semasa berkomunikasi.

1.9 Rumusan

Secara umumnya dalam bab satu ini penyelidik telah membincangkan mengenai latar belakang pembangunan industri pelancong di Langkawi dan Pulau Langkawi telah terbukti menjadi perhatian dan tumpuan utama pelancong tempatan dan antarabangsa dengan rekod kemasukan pelancong adalah 2.4 juta setahun (Azmir Lada 2011). Di samping itu dalam bab satu ini juga penyelidik membincangkan mengenai objektif dan kepentingan kajian dijalankan serta batasan dalam menjalankan kajian ini seperti masalah berkomunikasi dan mendapat kerjasama daripada pelancong yang tidak mahu diganggu semasa percutian mereka.

Seterusnya bab dua pula akan membincangkan mengenai ulasan karya berkaitan dengan pelan perancangan pembangunan, eco-tourism, produk pelancongan, kemudahan awam dan infrastruktur di Langkawi. Bab tiga pula menerangkan tentang metodologi kajian yang meliputi populasi dan sampel, kaedah persampelan, kaedah pengumpulan data, instrumen kajian, kaedah analisa data dan ujian rintis. Keputusan kajian dibincangkan dalam bab empat yang menyentuh tentang maklumat demografi responden, maklumat pelancongan dan maklumat mengenai kepuasan responden terhadap perancangan pembangunan, ecotourism, produk pelancongan,

kemudahan awam dan infrastruktur di Langkawi. Bab empat juga akan menjawab hipotesis seperti yang dikemukakan dalam bab dua. Akhir sekali bab lima akan menerangkan mengenai kesimpulan yang diperolehi dari kajian ini seterusnya dikemukakan cadangan-cadangan.

BAB KEDUA

ULASAN KARYA

2.1 Pendahuluan

Dalam bab ini, penyelidik akan memperjelaskan secara terperinci mengenai ciri-ciri pembangunan produk pelancongan berciri Islam yang dapat menarik pelancong antarabangsa ke Langkawi. Oleh itu dalam ulasan karya ini, penyelidik akan menguraikan enam (6) faktor yang berkaitan dengan:

- i) Maklumat Pelancong (Tourist)
- ii) Pelan Perancangan Pembangunan
- iii) Eco-tourism
- iv) Produk Pelancongan
- v) Kemudahan Awam
- vi) Infrastruktur

2.2 Pelancongan

Pelancongan mempunyai pelbagai maksud mengikut perspektif dan pandangan daripada pihak-pihak yang terlibat dalam industri pelancongan, ahli-ahli akademik, penyelidik, organisasi kerajaan dan pendidikan. Pelancongan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mendatangkan pendapatan lumayan kepada sesebuah negara. Hakikatnya banyak kawasan-kawasan pelancongan baru dibuka untuk kunjungan pelancong

dari masa ke semasa. Menurut Methieson & Wall (1982), pelancongan adalah gerakan sementara oleh manusia ke destinasi lain di luar tempat kerja dan tempat tinggalnya yang biasa, kegiatan yang mereka lakukan selama tinggal di destinasi tersebut dan kemudahan yang disediakan untuk memenuhi keperluan mereka. Manakala menurut Mason (2003), pelancongan adalah kajian tentang manusia daripada habitat asalnya yang mana memberi reaksi kepada industri dan kehendaknya serta memberi impak terhadap sosial, ekonomi dan persekitaran fizikal.

Pelancongan berasaskan ibadah menjadi popular dan menarik untuk di ketengahkan kepada pelancong tidak mengira bangsa dan agama. Merujuk kepada konsep pelancongan, merantau, mengembara dan bermusafir dalam Islam itu sendiri bermaksud mempelajari sesuatu yang baru, memperkaya pengalaman dan ilmu pengetahuan serta mempelajari budaya luar untuk kefahaman diri tentang kehidupan yang luas ini. Secara realitinya, pelancong yang datang ke Langkawi bukan sahaja mahu melihat bangunan-bangunan yang cantik atau mencari pusat-pusat hiburan malahan mereka juga mahu mengenali budaya Islam yang terdapat di Langkawi memandangkan Malaysia adalah sebuah negara Islam yang maju dan mempunyai pelbagai kaum, bangsa dan agama yang berbeza. Keadaan ini secara tidak langsung melambangkan Islam sebagai agama yang tidak menolak kemajuan, malahan pandangan seperti ini mampu menolak anggapan Islam sebagai agama yang mundur, ganas dan menakutkan.

Dari segi agama Islam, penyelidik berpendapat aktiviti-aktiviti melancong ke mana-mana negara adalah satu amalan yang baik. Sejak zaman Nabi Muhammad lagi, bermusafir, mengembara menjadi satu amalan yang baik kepada setiap orang tanpa mengira agama terutama umat Islam sentiasa mencari kebenaran dan ilmu pengetahuan terutama ilmu yang berkaitan tafsiran al-Quran. Terdapat ulama-ulama yang terkenal seperti Iman Tarmizi, Abu Raihan dan Iman Syafie malahan Nabi Muhamad s.a.w sendiri mengembara dan merantau ke setiap pelusuk negara untuk mencari ilmu dalam pelbagai bidang seperti falsafah, kalam dan fughah serta mengkaji kekuatan dan kelemahan masing-masing. Kebaikan dan kelebihan melancong ini dapat di terjemahkan daripada Firman Allah S.W.T seperti berikut:-

“Tidaklah mereka menjelajah di muka bumi, supaya mereka mempunyai hati yang dapat memikirkan atau telinga dapat di gunakan untuk mendengar ? Kerana Sebenarnya bukan mata yang buta tetapi yang buta ialah hati dalam dada” (terjemahan al-Hajj:46)

**“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segenap penjurunya dan makanlah sebahagian daripada rezekinya.”
(terjemahan al-Mulk : 15)**

**“ Dan sebahagian daripada manusia berjalan di atas muka bumi mencari sebahagian daripada anugerah (rezeki) kurniaan Allah. Sebahagian yang lain pula berperang di jalan ALLAH.”
(terjemahan al-Muzammil : 20)**

Merujuk kepada terjemahan Firmah Allah S.W.T di atas, jelas menunjukkan mengembara dan merantau memang digalakkan dalam Islam sejak dahulu lagi yang bertujuan mencari ilmu dan memperkayakan pengalaman serta membaiki diri untuk menjalani kehidupan harian kita di dunia dan di akhirat nanti. Mengembara dan merantau pada masa kini lebih di tafsirkan sebagai melancong, yang mana konsepnya tetap sama.

YAB Datuk Seri Najib Tun Razak, Perdana Menteri Malaysia berkata, kunjungan pelancong ke negara ini kekal tinggi pada purata dua juta orang sebulan, walaupun dalam persekitaran ekonomi dunia yang lembab. Kerajaan telah memperuntukkan RM 899 juta kepada sektor pelancongan bagi tahun 2010. Antara program utama yang akan di laksanakan adalah menarik lebih ramai pelancong dari Britain, Jepun, Timor Tengah, India dan China menyertai program " *Malaysia My Second Home*". Di samping itu kerajaan juga akan meningkatkan kualiti infrastruktur di pusat pelancongan, program eco-pelancongan, egro-pelancongan, edu-pelancongan, pelancongan kesihatan dan program peningkatan kemudahan 'homestay'. Kerajaan juga akan menggunakan kaedah pengiklanan menerusi internet untuk mempromosi aktiviti pelancongan negara dan mengadakan lebih banyak produk dan acara pelancongan yang lebih menarik termasuk *Langkawi International Maritime and Aerospace (LIMA)* dan Pesta Air Nasional (Bernama.Com, 2009).

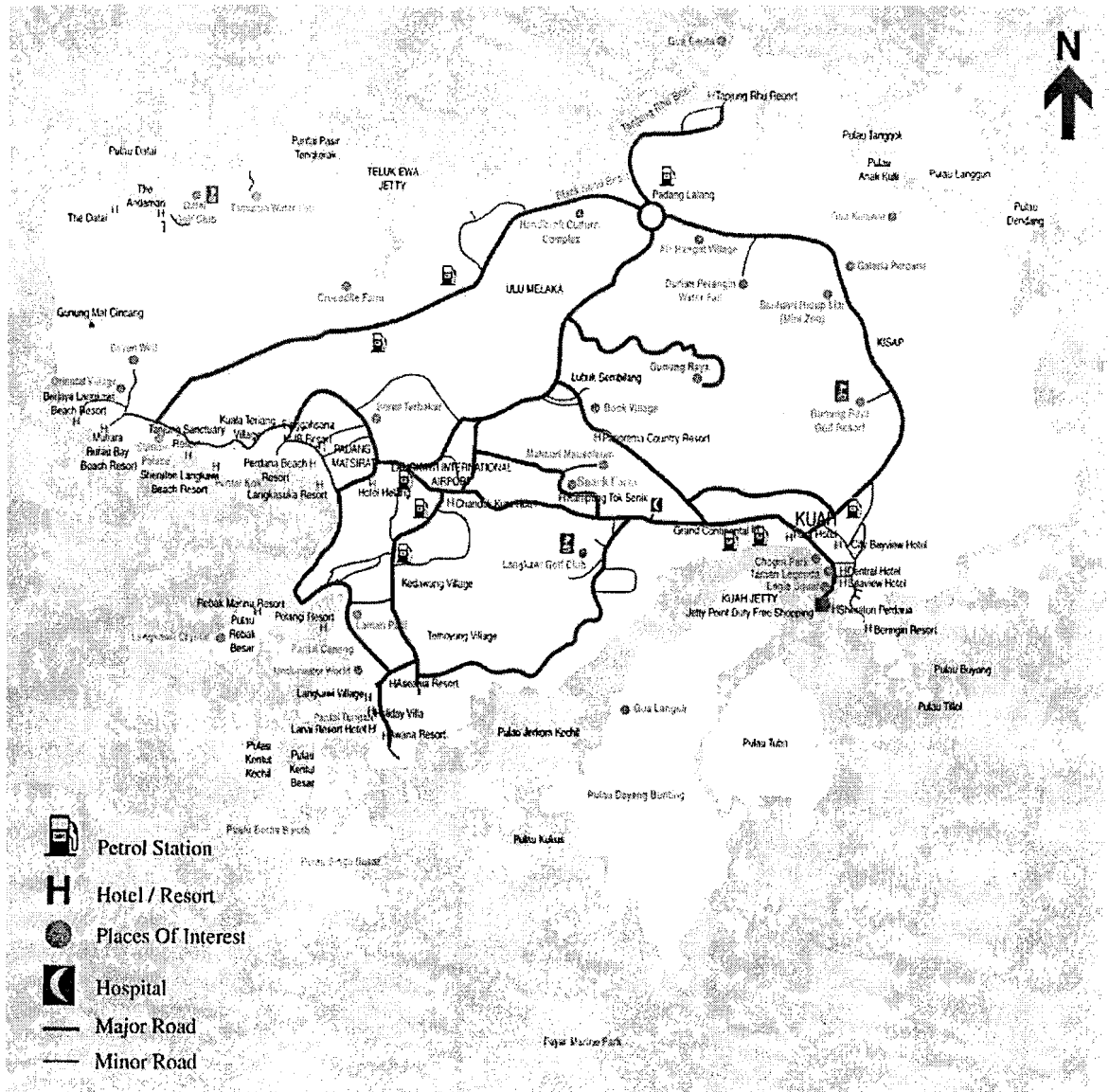
2.3 Perancangan Pembangunan Langkawi

Jabatan Perancangan Bandar Dan Desa (JPBD) telah bertanggungjawab untuk menyediakan Rancangan Struktur Pembangunan Pulau Langkawi. Rancangan Struktur adalah merupakan suatu pernyataan bertulis yang menerangkan dasar dan cadangan-cadangan strategik dengan pemajuan dan penggunaan tanah dalam kawasan bandar dan termasuklah langkah-langkah untuk seperti berikut:-

- i) Mengawal alam sekitar dari segi fizikal,
- ii) Membuat cadangan sistem perhubungan dan lalu lintas,
- iii) Penambahbaikan tahap sosio ekonomi, dan
- iv) Mempertingkatkan perancangan bandar dan kawasan pelancongan

Pulau Langkawi telah mengalami pembangunan yang pesat dan di kenali sebagai destinasi pelancongan yang terkemuka di peringkat antarabangsa, setelah di isytiharkan sebagai Pulau Bebas Cukai pada tahun 1987. Pembangunan dan penyediaan infrastruktur dapat di lihat di dalam rajah 2.1 yang menunjukkan kawasan yang telah di bangunkan di Pulau Langkawi.

Rajah 2.1 : Peta Kawasan Pembangunan Di Langkawi



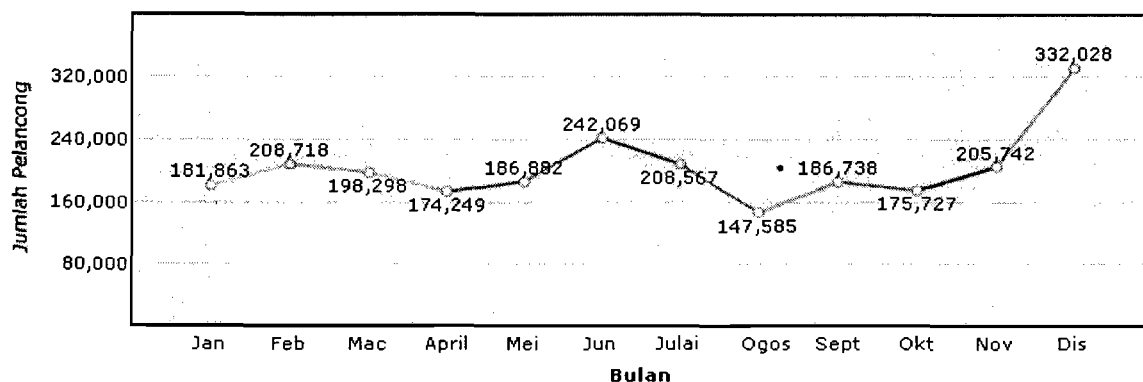
Sumber : <http://www.langkawi maps.com>

Lembaga Pembangunan Langkawi (LADA) ditubuhkan oleh Kerajaan Persekutuan untuk merancang dan melaksanakan pembangunan di Langkawi. Kerajaan telah menyalurkan peruntukan kewangan sebanyak RM 1.6 billion ke Langkawi sejak LADA ditubuhkan pada 1991 hingga kini untuk

menjadikan Pulau Langkawi ini sebagai sebuah destinasi pelancongan utama dengan penyediaan pelbagai infrastruktur pelancongan (LADA 2011).

Strategi pemasaran Langkawi oleh LADA di peringkat antarabangsa kini ialah memperkenalkan Langkawi sebagai pusat pelancongan alam semula jadi dan mesra alam. Perancangan strategi ini penting memandangkan Langkawi perlu bersaing hebat dengan destinasi-destinasi pelancongan yang lain di rantau ini seperti Phuket, Singapura dan Bali. Pada tahun 2010, jumlah kemasukan pelancong ke Langkawi adalah 2.4 juta orang dan ini telah membuktikan kejayaan strategi pemasaran yang telah dibuat oleh pihak LADA. Rajah 2.2 menunjukkan peningkatan bilangan kemasukan pelancong ke Langkawi pada tahun 2010.

Rajah 2.2: Bilangan Kemasukan pelancong Ke Langkawi Tahun 2010



Sumber : Lembaga Pembangunan Langkawi (2010)

Sebagai negara Islam, kerajaan telah membuat perancangan untuk membangunkan aset-aset yang mempunyai nilai yang tinggi dalam industri pelancongan seperti pantai, tempat-tempat sejarah, kawasan air terjun dan

pulau-pulau di sekitar perairan Langkawi. Semua perancangan dan pelaksanaan pembangunan pelancongan hendaklah mengekalkan keaslian dan keindahan alam ciptaan Allah S.W.T. Industri pelancongan hendaklah mengutamakan sumber tempatan dalam semua aspek selagi tidak bertentangan dengan kehendak dan hukum Islam.

2.4 Produk Pelancongan

Bagi meningkatkan keunikan tarikan terhadap produk pelancongan di Langkawi, Kerajaan terus berusaha mempromosi kelebihan alam semula jadi, kebudayaan dan warisan semula jadi. Penekanan bagi mempromosikan budaya dan warisan sejarah Islam telah berjaya menarik pelancong daripada negara Timur Tengah, Asean, Amerika Syarikat dan Eropah ke Langkawi.

Hasil daripada kajian, penyelidik mendapati kerajaan telah berjaya membangunkan produk-produk pelancongan di Langkawi mengikut konsep negara Islam tanpa melibat pusat hiburan seperti pub, disco atau kasino seperti yang terdapat di Phuket, Bali, Bangkok, Hong Kong dan di Negara-Negara Eropah yang lain. Di antara produk yang berjaya dibangunkan di Pulau Langkawi dan mendapat tarikan pelancong adalah seperti berikut:-

2.4.1 Underwater World Langkawi

Underwater World Langkawi merupakan salah satu produk utama yang menjadi pilihan utama pelancong untuk dilawati pada masa ini. Underwater World Langkawi yang menampilkan khazanah laut yang tidak ternilai bagi Langkawi. Ia terletak di kawasan Pantai Chenang yang popular dengan akuarium yang didiami lebih daripada 5,000 jenis hidupan akuatik.

Terdapat lebih 100 tangki akuarium pelbagai saiz digunakan untuk mempamerkan pelbagai jenis spesis ikan. Tarikan utamanya ialah sebuah tangki akuarium gergasi yang dipenuhi dengan hidupan marin besar seperti jerung, ikan pari dan penyu hijau. Sebuah terowong sepanjang 15 meter disediakan bagi pengunjung melihat ikan dengan lebih dekat. Bagi menjadikan lawatan lebih bernilai, pelancong boleh menyaksikan aksi haiwan laut yang menakjubkan semasa sesi memberi makanan diadakan.

Di sayap baru kompleks tersebut, pengunjung berpeluang melihat burung penguin dan anjing laut. Gelagat spesis *Blackfooted* dan *Sub-Antartic Rockhoppers* pasti menghiburkan pengunjung pelbagai tahap umur. Bangunan baru ini menempatkan sebuah teater 3 dimensi (3D) yang menayangkan dokumentari mengenai kehidupan laut di Pulau Langkawi. (Underwater World 2011)

2.4.2 Kereta Kabel Langkawi

Kereta Kabel Langkawi terletak di Gunung Mat Chinchang, barat laut Pulau Langkawi, Kedah Darul Aman. Kereta kabel ini mula dibuka pada 27 Februari 2005 untuk memudahkan pelancong dari stesen di '*Oriental Village*' ke puncak gunung yang tingginya 705 meter dengan jarak perjalanannya adalah 2.2 Kilometer. Panorama gunung batu kapur zaman geologi Cambrian 500 tahun ini memang menarik pelancong..

Pelancong boleh menaiki gondola yang mempunyai empat (4) tempat duduk. Gondola ini akan bergerak ke puncak pertama yang tingginya lebih kurang 650 meter dari aras laut. Kemudian pelancong boleh menyambung perjalanan dengan menggunakan kereta kabel untuk ke puncak yang paling tinggi . Di atas puncak ini pelancong boleh merasai perbezaan suhu lebih sejuk, kelajuan angin dan berkabus. Di atas puncak ini juga terdapat pelantar tinjau dan dari atas pelantar ini pelancong boleh melihat keindahan bumi ciptaan Allah yang Maha Esa, gunung, pemandangan Laut Andaman dan keseluruhan kepulauan Langkawi yang luas terbentang. Pelancong juga dapat melihat dan berjalan di atas Jambatan Gantung sepanjang 125 meter di atas puncak gunung tersebut.

Kereta kabel Langkawi mempunyai jarak kabel lebih panjang daripada kereta kabel di Switzerland dan ia dikendalikan oleh Syarikat Panorama Sdn Bhd. Projek pembinaan kereta kabel ini telah di cadangkan oleh YAB Tun Dr. Mahadzir Mohamed, Perdana Menteri Malaysia ketika itu yang mula dibina dari bulan April 2001 hingga Ogos 2004. Pembinaan kereta kabel ini menggunakan teknologi daripada Austria dan Switzerland. Panjang keseluruhan kabel ini ialah 919.5 meter dan telah mencipta Malaysia Book of Records sebagai '*The Longest Free Span Single Rope Cable Car*' di dunia. (Panorama Langkawi Sdn. Bhd. 2011)

2.4.3 Program Kebudayaan dan Warisan

Semasa menjalankan kajian ini, penyelidik juga telah menemui beberapa lokasi atau tempat warisan yang perlu dipelihara dan telah berjaya menarik minat pelancong untuk berkunjung. Antara tempat warisan yang menjadi tarikan pelancong untuk melawat adalah seperti Makam Mahsuri dan Beras Terbakar.

Langkawi juga boleh memperkenalkan budaya dan adat resam yang mempunyai hubung kait dengan Islam. Malahan produk pelancong yang berasaskan aktiviti dan budaya yang melingkungi masyarakat Islam di sini, merupakan produk pelancongan yang akan kekal dalam

fikiran pelancong. Mengenali Langkawi bukan sahaja melalui pemandangan landskapnya malahan budaya dan masyarakatnya.

Aktiviti dan cara hidup masyarakat Islam mempunyai potensi yang besar untuk dijadikan sebagai produk pelancongan Islam seperti Majlis Perkahwinan, Majlis Berkhatan, Khatam al-Quran, majlis korban, sambutan Hari Raya, majlis berbuka puasa, bersahur, sambutan Maulidur Rasul, Tadarus al-Quran dan lain-lain lagi. Semasa kajian di buat penyelidik mendapati pelancong daripada Eropah dan Jepun berminat untuk mengetahui budaya dan cara kehidupan orang Islam. Sebagai contohnya, majlis perkahwinan dalam Islam yang sudah pasti berbeza dengan majlis perkahwinan agama-agama lain. Kesucian sillaturrahim dan kemurnian hubungan antara lelaki dan perempuan sebelum dan selepas diijabkabul mampu diterjemah dalam bentuk majlis perkahwinan masyarakat Islam.

Merujuk kepada Firman Allah SWT; “

Tidaklah mereka telah berjalan dan mengembara di mukabumi, serta memerhatikan bagaimana kesudahan orang yang terdahulu dari mereka? Orang itu lebih kuat daripada mereka dan mereka telah meneroka bumi serta memakmurkannya lebih daripada kemakmuran yang mereka lakukan dan orang itu telah di datangi oleh rasul rasulnya dengan membawa keterangan-keterangan yang nyata. Dengan yang demikian, maka Allah tidak sekali-kali menganiaya mereka, tetapi

merekalah yang menganiaya diri sendiri.” (suruh ar-Rum : 9)

2.4.4 Pelancongan Desa (*Homestay*)

Kajian juga telah menunjukkan usaha Kementerian Pelancongan memperkenalkan program *homestay* telah berjaya meningkatkan penyertaan penduduk di luar bandar dan mendapat pendapatan sampingan daripada program tersebut.. Kajian ini juga mengenalpasti ciri-ciri tarikan yang boleh di manfaatk untuk pembangunan kampung-kampung tradisional untuk dibangunkan sebagai *Homestay*. Antara ciri-ciri kampung-kampung tradisional orang melayu beragama Islam tersebut adalah seperti berikut:-

- i) Memiliki nilai-nilai dan sumber sejarah dan budaya yang tinggi,
- ii) Mempunyai kekayaan sumber alam semulajadi yang unik,
- iii) Mempunyai aktiviti pelancongan semasa yang menggalakkan,
- iv) Mendapat sokongan penduduk yang menggalakkan, dan
- v) Memiliki keunikan sosio budaya orang Melayu.

Hasil daripada kajian juga menunjukkan pembangunan produk *Homestay* dapat disimpulkan secara keseluruhan bahawa mempunyai potensi untuk menjadi sebuah destinasi pelancongan tempatan dan antarabangsa terutamanya daripada Asia Barat dan Eropah. Pembangunan *Homestay* tidak semata-mata bergantung

kepada sumber kebudayaan masyarakat setempat, malah kombinasi sumber sejarah yang ikonik serta kekayaan alam semula jadi mampu memberi satu imej yang tersendiri.

Manfaat yang lebih berkesan kepada penduduk untuk meningkatkan pendapatan dan peluang pekerjaan. Ini akan memberi peluang bagi meningkatkan ekonomi penduduk melalui pelancongan.

2.4.5 Taman Agro Teknologi

Taman Agro Teknologi di Langkawi telah diusahakan oleh MARDI untuk menjadi produk pelancongan yang baru. Taman Agro boleh memberi pendedahan kepada pelancong mengenai penggunaan teknologi moden dalam industri pertanian yang mempunyai keluasan seluas 27.39 hektar.

Para pelancong boleh menikmati hasil pertanian seperti buah-buahan, sayuran dan pelbagai jenis ulam-ulaman. Terdapat 20 jenis pokok buah-buahan bermusim dan 3,750 pokok buah-buahan seperti durian, rambutan, mempelam, betik dan pelbagai jenis tanaman hidroponik sayur yang berdaun dan ulam. Di samping itu, pihak MARDI juga telah membuat percubaan untuk menanam anggur dan menternak rusa sebagai usaha untuk menarik pelancong ke Taman Teknologi Agro.

Sebanyak 23,995 pelancong dari dalam dan luar Negara telah berkunjung ke taman agro ini. Pelawat dari Eropah akan berkunjung ke taman agro ini pada bulan Januari hingga Mei manakala Negara Asia Barat mulai bulan Jun hingga Ogos pada setiap tahun. (Hashim Mat, Pengurus Taman Agro, 2009).

2.4.6 Taman Kerbau (*Buffalo Park*)

Sebelum Langkawi dibangunkan sebagai Pusat Pelancongan Bebas Cukai pada tahun 1987, Langkawi sudah terkenal dengan penternakan kerbau dan pernah menjadi pengeksport ke Semenanjung Malaysia. Selaras dengan hasrat kerajaan pada tahun 2005 iaitu semasa pentadbiran YAB Dato' Seri Abdulah Hj. Ahmad Badawi, sebagai Perdana Menteri ketika itu telah mengarahkan Jabatan Perkhidmatan Veterinar mula melaksanakan program pemeliharaan ternakan kerbau secara komersial. Kerbau tenusu adalah satu dimensi baru dalam bidang penternakan untuk menyokong penternak untuk mempelbagaikan produknya dan di samping itu dapat menarik pelancong melawat. (Jabatan Veterinar, 2011)

Pembangunan yang dirancang meliputi dua fasa iaitu fasa pertama membangunkan pusat pembiakan, kajian baka kerbau dan pemerahan susu kerbau di Kampung Nyior Chabang, Langkawi.

Projek ini dikenali sebagai '*Buffalo Park Langkawi*' dan mula di bangunkan pada 31 Mei 2006 dan mula beroperasi pada 4 Januari 2007 dengan kos pembangunan sebanyak RM 1.25 juta. Projek ini melibatkan 9 orang penternak dengan keluasan 45 ekar untuk penanaman rumput dan pembinaan kandang ternakan. Fasa Kedua adalah perancangan untuk menstrukturkan semula penternakan kerbau supaya berdaya maju melalui penternakan yang sistematik dengan anggaran kos tambahan sebanyak RM 4.5 juta. (Buffalo Park, 2010)

Selain menghasilkan susu dan daging, pihak pengurusan '*Buffalo Park*' telah menjadikan projek ini sebagai destinasi agro pelancongan yang telah mula terkenal di Langkawi. Pihak agensi pelancongan juga telah mula menjual pakej pelancongan ke ladang yang mana pelancong dapat melihat aktiviti-aktiviti yang dijalankan seperti berikut:-

- i) Cara kerbau ditenak yang melibatkan cara pemakanan,
- ii) Pemerahan susu dijalankan,
- iii) Pemprosesan hasil tenusu untuk membuat keju,
- iv) Cara penyembelihan, dan
- v) Penghasilan produk hiliran seperti baja organik, tanduk dan kulit.

Dalam pakej lawatan Agro tourism ke '*Buffalo Park*' ini, pelancong boleh berpeluang untuk melakukan aktiviti menunggang (*Buffalo Riding*) dan mengambil gambar. Di samping itu, pelancong juga boleh menikmati hasil tenusu yang telah diproses dalam bentuk yogurt dan ice-cream.

2.4.7 Taman Hidupan Liar Langkawi

Taman Burung Langkawi terletak di Kampung Belanga Pecah, Pulau Langkawi, Kedah Darul Aman. Kos pembangunan sebanyak RM9 juta di kawasan seluas lima hektar. Ianya dibuka kepada orang ramai mulai Tahun 2003, dan kini muncul antara daya tarikan baru di Pulau Langkawi ini. Taman ini telah dirasmikan oleh Menteri Besar Kedah pada masa itu iaitu YAB Dato' Seri Syed Razak bin Syed Zain. Terdapat 2,500 ekor burung daripada 150 spesis, keindahan dan kehijauan landskap taman itu berjaya menarik ramai pelancong dalam dan luar negara terutama pada musim cuti persekolahan.

Kira-kira 70 peratus burung yang ditempatkan di situ dibawa masuk dari luar negara termasuk Afrika, Amerika Syarikat, Papua New Guinea, Belanda, Belgium dan Australia. Sebanyak 20 ekor burung kakak tua dari Amerika Selatan dengan setiap satu berharga RM3,000.00 selain *Golden Pheasant*, *Flamingo*, *Barn-owl* dan *King Bird Paradise*. Spesies tempatan ialah Enggang, Kuang, Murai Batu,

Burung Hantu, Helang, Serindit, Merpati, Ruak, Tempua dan Tiong. Terdapat juga haiwan lain seperti kanggaru, arnab, memerang, tupai dan beruk bagi menjadikan taman ini lebih ceria dan menarik untuk dikunjungi. Terdapat 2,500 burung eksotik dan jarang ditemui terbang bebas dalam sebuah sangkar gergasi yang dibina khas bagi mengekalkan habitat asal burung yang mesra alam. Pengunjung boleh mendekati burung ketika berada dalam sangkar kerana kebanyakannya daripada spesies jinak. Sangkar bersaiz kira-kira 50 meter lebar dan 60 meter panjang serta tinggi 12 meter itu menyediakan laluan pejalan kaki berbumbung untuk memudahkan pengunjung menyaksikan habitat burung secara lebih dekat. Pengunjung yang berada dalam sangkar akan berada seolah-olah di tengah hutan belantara dan hanya kedengaran kicauan burung serta aliran air terjun yang sejuk dan nyaman. Hiasan landskapnya pula mengambil kira ciri-ciri semula jadi yang ditanam pokok hutan menghijau bagi menimbulkan suasana sebenar kehidupan burung. Pengunjung juga dibenarkan memegang, memberi makan dan merakamkan gambar bersama burung jinak di taman berkenaan. (Wild Life Park 2010)

2.4.8 Statistik Bilangan Pelancong Yang Melawat Produk Pelancongan

Antara produk-produk pelancongan yang menjadi pilihan utama pelancong yang telah membuat lawatan ke Langkawi pada tahun 2009 adalah seperti Jadual 2.1.

Jadual 2.1: Bilangan Pelancong Melawat ke Produk Pelancong

Produk Pelancongan	Jumlah Pelancong
1 Kereta Kabel	614,547
2 Underwater World	453,682
3 Wildlife Park	117,002
4 Galeria Perdana	111,190
5. Pulau Payar	104,916
6. Laman Padi	103,120
7 Komplek Kraf Tangan	102,149

Sumber : Lembaga Pembangunan Langkawi (2010)

2.5 Eko-Pelancongan (*Eco-tourism*)

Menurut Menteri di Jabatan Perdana Menteri, Tan Sri Nor Mohamed Yaakob, tumpuan akan diberikan untuk pembangunan eko-pelancongan kerana Langkawi mempunyai beberapa kelebihan dan keunikan alam semulajadinya. (New Straits Times: 14 April 2011)

Konsep pembangunan Langkawi sebagai destinasi eko-pelancongan yang menjadi tarikan utama pelancong ke Langkawi adalah selaras dengan

hasrat Kerajaan untuk memperkenalkan pakej pelancongan mengikut konsep negara Islam. Dalam konteks ini, sumber warisan utama yang merangkumi warisan geologi istimewa diketengahkan sebagai penjenamaan semula bagi memajukan industri pelancongan di Langkawi. Antara produk eko-pelancongan adalah seperti berikut:-

2.5.1 Geo-taman (Geopark)

Konsep geotaman memberikan perhatian kepada keseimbangan antara program pemuliharaan sumber, kemajuan masyarakat setempat dan program geopelancongan. (UNESCO 1999)

Penubuhan geotaman bertujuan untuk melindungi sumber alam dari segi geologi, ekologi dan arkeologi bagi mengawal pembangunan dan aktiviti-aktiviti yang berlaku dalam industri pelancongan untuk generasi akan datang.

Geo-taman merupakan satu konsep pelancongan alternatif yang baru di mana pelancong di bawa melawat ke kawasan-kawasan yang mempunyai kepentingan warisan geologi. Geo-taman mempunyai unsur-unsur seperti sejarah batu, formasi menarik, flora, fauna, landskap unik dan hutan yang indah (LADA 2007).

Geotaman Langkawi meliputi keseluruhan gugusan kepulauan Langkawi seluas 478 km persegi. Tarikan utama di geotaman

Langkawi adalah formasi batuan tertua. Terdapat tiga Taman *Geopark* di Langkawi yang telah mendapat pengiktirafan oleh UNESCO iaitu seperti berikut:-

2.5.1.1 *The Machincang Cambrian Geoforest Park:* Ia mempunyai formasi batuan geologi tertua di kenali sebagai Formasi Machincang yang berusia 450 – 550 juta tahun di mana menjadi bukti sejarah asal usul bumi Malaysia dan Asia Tenggara.

2.5.1.2 *Kilim Karst Geoforest Park:* Memaparkan landskap *karst* (batu kapur) yang unik tertumpu di bahagian timur Pulau Langkawi dan pulau-pulau kecil di sekitarnya. Landskap ini terbentuk akibat proses, cuaca dan perubahan iklim. Ia merupakan antara landskap yang terindah di dunia.

2.5.1.3 *Dayang Bunting Marble Geoforest Park:* Mempunyai hutan paya bakau yang besar terletak di sepanjang Selat Dayang Bunting dan mempunyai formasi batu kapur setul di mana menghasilkan marmar antara yang terbaik di dunia (Langkawi Online, 2007).

2.5.2 Taman Laut Pulau Payar

Taburan pulau-pulau kecil yang membentuk Pulau Payar yang terletak hanya 30 km ke Tenggara Pulau Langkawi. Taman Laut terhebat di pantai barat Semenanjung Malaysia ini boleh dikunjungi dengan bot dalam tempoh satu jam sahaja menjadikannya destinasi yang sesuai untuk lawatan sehari. Taman Laut ini telah diisytiharkan sebagai taman Laut pada tahun 1989. Hasil kajian juga menunjukkan Pulau Payar merupakan sebuah destinasi pelancongan yang terkenal dan terdiri daripada sekumpulan empat buah pulau iaitu Pulau Kaca, Pulau Lembu, Pulau Segantang dan Pulau Payar adalah Pulau terbesar dengan keluasan 31.2 hektar. (Kementerian Sumber Asli dan Alam Sekitar, 2008)

Sebuah platform didirikan tidak jauh daripada Pulau Payar dan pelancong boleh berada di atasnya dan memasuki terowong yang telah dibina untuk melihat kehidupan di bawah permukaan laut. Tarikan utama para pelancong adalah terumbu karangnya yang cantik, terdapat pelbagai spesis ikan dan hidupan laut di sekitar pulau ini. Kebanyakan para pelancong yang melawat ke Taman Laut adalah terdiri daripada rakyat negara Jepun, Taiwan, Australia dan negara-negara Eropah. Aktiviti-aktiviti utama pelancong adalah menyelam dan berehat di atas *Langkawi Coral Pontoon House Reef* (Jabatan Taman Laut Negara 2011).

2.5.3 Laman Padi

Laman Padi adalah merupakan sebuah produk pelancongan yang berasaskan eco-pelancongan di mana budaya dan tamadun masyarakat Melayu dalam aktiviti penanaman padi dikekalkan dan dilestarikan secara hidup. Laman padi siap dibina dan mula beroperasi pada tahun 1998. Berkeluasan 14.28 ekar merangkumi kawawan pertanian seluas 8.6 ekar yang berkonsepkan alam semulajadi perkampungan. Pelbagai aktiviti yang berkaitan dengan proses penanaman padi dikekalkan sebagai satu Muzium Hidup untuk diwarisi kepada generasi akan datang.

2.5.4 Hutan Paya Bakau Sungai Kilim

Hutan paya bakau ini terletak di kawasan pembentukan batu kapur yang timbul dari Laut Andaman yang tenang ini memaparkan rangkaian sungai dan teluk-teluk kecil yang menjadi habitat bagi ratusan spesis hidupan liar. Bagi pelancong yang gemar melihat keunikan alam semulajadi, Langkawi menawarkan pelbagai pengalaman termasuk menyusuri Sungai Kilim untuk melihat keindahan hutan paya bakau dan melihat formasi landskap karet (batu kapur) yang unik dan terindah di dunia yang terbentuk daripada hakisan dan cuaca.. Sungai Kilim ini menawarkan pemandangan dan pengalaman yang pasti sukar di lupakan bagi setiap pelancong yang

pasti menyeronokkan apabila menaiki bot melalui Sungai Kilim ini yang meliputi kawasan seluas 100 km persegi. Sungai Kilim ini mempunyai kawasan paya bakau hijau, pantai pasir putih yang terlindung dan lagun berair biru. Di sepanjang laluan ini, anda dapat melihat sendiri ekosistem yang pelbagai.

Beberapa pekej khas turut disediakan bagi mereka yang ingin melihat sungai ini dan terdapat pelbagai aktiviti di tawarkan kepada pelancong seperti memberikan makanan kepada burung helang. Kawasan Sungai Kilim ini juga menjadi kawasan persinggahan burung pada bulan September dan Mac pada setiap tahun. Setelah lawatan ini, bot pelancong akan bergerak menuju ke arah Laut Andaman, dan anda akan melihat kawasan '*The Hole in the wall*'. Ini adalah kawasan laluan terkenal kawasan batu kapur yang melalui sungai dan menuju ke laut. Laluan sungai yang sempit ini menjadi kawasan yang sesuai untuk kapal layar berlabuh. Terdapat juga kawasan perikanan, dan pelancong dapat melihat hidupan marin yang pelbagai. Pelancong juga boleh menikmati jamuan makanan luat di restoran terapung yang terdapat di kawasan ini dan pengusaha restoran ini turut menternak pelbagai jenis ikan di dalam sangkar.

2.6 Kemudahan Awam

2.6.1 Hotel Dan Tempat Penginapan

Kemudahan penginapan yang selesa seperti hotel, chalet dan sebagainya turut menjadi faktor penting dalam menarik ramai pelancong mengunjungi negara kita. Kemudahan penginapan penting kerana ini akan menentukan sama ada seseorang pelancong itu akan tinggal lama atau sebaliknya. Jika tempat penginapan selesa dan lengkap, ini akan mendorong seseorang pelancong itu tinggal lebih lama di Pulau Langkawi, sekaligus membolehkan Langkawi memperolehi lebih banyak matawang asing. Pembinaan hotel dan resort penginapan yang tumbuh seperti cendawan di bandar atau desa di seluruh Langkawi dan ini membuktikan kesungguhan kerajaan dalam usaha menarik kedatangan pelancong ke Langkawi. Penyediaan kemudahan penginapan harus juga mengambil kira kadar sewa dan taraf sesebuah hotel yang dibina itu.

Hotel Holiday Villa Beach Resort & Spa Langkawi bertaraf 4 bintang yang terletak di Pantai Tengah ada menyediakan kemudahan khas seperti kolam renang tertutup untuk kegunaan pelancong Islam dari negara Timor Tengah. Awana Porto Malai Resort Langkawi bertaraf 4 bintang yang terletak di Tanjung Malai juga ada menyediakan kemudahan Spa berasingan untuk kegunaan lelaki dan perempuan.

Spa ini ada menyediakan terapi lelaki dan perempuan untuk rawatan pelanggan mengikut jantina.

Setiap hotel di Langkawi telah diwajibkan oleh Kementerian Pelancongan Malaysia untuk memasang tanda kiblat dan setiap tandas yang terdapat di hotel dikehendaki menyediakan kemudahan air bersih untuk kegunaan semasa bersuci. Langkawi mempunyai 44 buah hotel dan resort yang mempunyai taraf 1 hingga 5 bintang seperti di dalam Jadual 2.2.

Jadual 2.2 : Senarai Hotel dan Resort Di Langkawi

Bil.	Rating Hotel	Bilangan Hotel
1	5 star	9 buah
2	4 star	8 buah
3	3 star	16 buah
4	1 hingga 2 star	12 buah

Sumber: Kementerian Pelancongan Malaysia (2010)

2.6.2 Kemudahan Tempat Beribadat

Pakej pelancongan yang mempunyai unsur keagamaan yang mempunyai kemudahan pusat dan tempat bersejarah sesuatu agama adalah produk pelancongan yang mempunyai potensi untuk berkembang. Langkawi turut mengambil langkah yang sama tetapi

tidak dinafikan usaha itu terutama menjadikan masjid sebagai destinasi pelancongan menjadi isu negatif di kalangan masyarakat yang beranggapan kedatangan pelancong terutama bukan Islam boleh menjejaskan kesucian masjid yang menjadi rumah Allah.

Pihak Lembaga Pembangunan Langkawi telah mengambil tindakan proaktif dalam menaik taraf dan menyediakan kemudahan-kemudahan masjid di beberapa kawasan yang menjadi tempat tumpuan pelancong. Masjid-masjid sedia ada dinaik taraf dengan reka bentuk dan mempunyai ciri-ciri Islam seperti Masjid Temoyong yang terletak di kawasan Pantai Chenang. Setiap mukim di Langkawi mempunyai masjid yang telah dinaikkan taraf yang bertujuan untuk memberi kemudahan dan keselesaan kepada semua pelancong yang beragama Islam untuk menjalankan ibadat .

**Merujuk kepada Firman Allah SWT; “sesungguhnya agama (yang benar dan diredhai) di sisi Allah ialah Islam.”
(Terjemahan suruh A-II Imran : 19)**

Masjid Al Hana juga telah dinaik taraf dengan menyediakan pelbagai kemudahan seperti tempat letak kereta, tempat mengambil wuduk, wakaf untuk kegunaan pelancong berehat, bilik salin pakaian, tandas dan bilik mandi. Di samping itu pihak jawatankuasa masjid juga menyediakan jubah untuk kegunaan pelawat bukan muslim yang ingin melawat dan mengambil gambar.

Walaupun masjid yang ada di Langkawi tidak setanding masjid-masjid di Arab Saudi tetapi ia berpotensi besar untuk menarik pelancong terutama pelancong bukan Islam menziarahi masjid yang ada di Langkawi. Berdasarkan pemerhatian, penyelidik mendapati perkara yang menjadi daya tarikan pelancong bukan Islam ketika melawat masjid ialah melihat keindahan menara, senibina masjid, reka bentuk mimbar, hiasan dalaman masjid yang tenang, peranan imam semasa berkutbah, kemerduan suara *muazzin* dan cara umat Islam menunaikan sembahyang secara berjemaah. Masjid juga boleh diperkenalkan sebagai pusat pertemuan, interaksi sosial dan ikatan ukhuwah umat Islam. Di samping itu masjid juga boleh dijadikan kawasan riadah untuk keluarga melakukan aktiviti sukaneka, perkhemahan, menganjurkan ceramah dan membina perpustakaan di dalam kawasan masjid.

Pada pandangan penyelidik, bagi umat Islam daya tarikan ini kelihatan perkara biasa, tetapi bagi orang bukan Islam adalah sesuatu yang perlu diketahui secara mendalam kerana nyata suasana ketenangan rumah Allah itu berbeza dengan suasana rumah ibadat agama lain. Sebagai negara Islam, Langkawi dilihat berkeupayaan menyediakan kemudahan serta prasarana yang baik untuk menarik kehadiran pelancong dari luar negara.

2.6.3 Kemudahan Industri Halal Dalam Sektor Perniagaan Restoran

Industri halal merangkumi pelbagai bidang yang luas yang bukan sahaja tertumpu kepada produk makanan halal, farmasi, kosmetik, pembungkusan dan logistik. Penyediaan produk Islam yang terdapat di Langkawi juga telah berjaya mempengaruhi pelancong daripada negara Timur Tengah ke Langkawi.

Menurut Berita Harian Online bertarikh 13 Disember 2009, melaporkan pelancong Islam di seluruh dunia menyumbang 7% daripada kira-kira RM 8.5 trilion yang dibelanjakan setahun sepanjang percutian mereka dan ini menunjukkan sektor pelancongan mempunyai potensi yang besar dalam pasaran perniagaan berasaskan industri halal, sekali gus mampu meningkatkan pendapatan Negara.

Terdapat pelbagai restoran dan kedai makan di kawasan-kawasan pelancongan di Langkawi yang menyediakan pelbagai makanan halal bagi kemudahan pelancong-pelancong tempatan dan luar negara. Kebanyakan restoran telah mempamer logo Halal yang dikeluarkan oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia bagi memastikan tidak timbul keraguan terhadap status makanan dan minuman halal yang dijual.

Pada masa ini terdapat ramai pelancong asing khususnya yang beragama Islam tanpa ragu-ragu telah memilih Langkawi sebagai destinasi percutian mereka kerana tersedia pelbagai perkhidmatan dan produk halal di Langkawi. Statistik menunjukkan pelancong dari Asia Barat turut menjadi penyumbang kepada peningkatan kemasukan pelancong ke Malaysia dengan jumlah 4.48 juta orang. Dari segi sumbangan pendapatan, kemasukan pelancong dari negara Asia Barat sahaja mencecah kepada RM 942.2 juta pada tahun 2006 dan RM 1.4 billion pada tahun 2007 dan sebanyak 1.5 billion pada tahun 2008 (Berita Harian Online, 2009).

Ketua Pengarah Pelancongan Malaysia, Datuk Mirza Mohamad Taiyab, berkata hari ini, perniagaan halal di anggap sektor perniagaan yang semakin berkembang di kebanyakan negara di seluruh dunia kerana berpotensi besar ke arah penerokaan industri khususnya kepada pelancongan berasaskan keislaman.

2.6.4 Kemudahan Pengangkutan Awam

Pada masa ini, pihak LADA dan Majlis Perbandaran Langkawi sedang merancang semula sistem pembangunan pengangkutan awam di kawasan bandar yang mana usaha untuk menggalakkan peralihan sistem pengangkutan daripada kenderaan persendirian kepada sistem pengangkutan awam bagi tujuan untuk mengurangkan

kesesakan lalu lintas di jalan raya terutama semasa musim perayaan dan cuti sekolah. Sistem pengangkutan di Langkawi terbahagi kepada tiga jenis iaitu pengangkutan laut, pengangkutan darat dan pengangkutan udara.

2.7 Infrastruktur

Pembangunan infrastruktur yang telah di jalankan di Langkawi, telah memberi kesan kepada perkembangan sistem rangkaian jalanraya. bekalan air, elektrik dan sistem pembetulan. Di samping itu, ia boleh menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi melalui pewujudan rantaian dan faedah limpahannya. Pihak LADA dan Majlis Perbandaran Langkawi juga telah mengambil beberapa langkah untuk meningkatkan kecekapan perkhidmatan infrastruktur untuk menyokong aktiviti industri pelancongan serta meningkatkan kualiti infrastruktur di Pulau Langkawi.

Teras pembangunan infrastruktur akan diberi fokus kepada usaha meningkatkan penggunaan infrastruktur sedia ada dengan memberi penekanan kepada sistem penyampaian dan kualiti perkhidmatan yang lebih baik, perluasan rangkaian ke kawasan yang mempunyai potensi untuk di bangunkan serta peningkatan keupayaan produk pelancongan baru.

2.7.1 Sistem Jalanraya

Program pembangunan rangkaian jalanraya di Langkawi telah dilaksanakan dengan memberi tumpuan kepada meningkatkan tumpuan kepada meningkatkan akses ke kawasan kurang membangunkan terutamanya kawasan yang berpotensi untuk pembangunan pelancongan seperti di kawasan Teluk Datai dan Pantai Laut Andaman.

Pada masa ini, pihak LADA dan Jabatan Kerja Raya telah berjaya menaiktaraf jalan raya kepada lebuh raya dua lorong daripada Bandar Kuah ke Lapangan Terbang Antarabangsa Langkawi di Padang Matsirat dengan jarak sepanjang 25 km. Pembinaan lebuh raya ini telah berjaya memberi kemudahan kepada pelancong dan mempercepatkan perjalanan daripada Bandar Kuah ke lapangan Terbang Antarabangsa Langkawi.

Di samping itu, pada awal tahun ini, pihak LADA dan Jabatan Kerja Raya juga telah berjaya menyiapkan projek pembesaran jalan raya sedia ada kepada Lebuhraya dari Bandar Kuah ke Jalan Air Hangat dengan jarak 6 Km. Pembesaran jalan ini telah berjaya mengurangkan kesesakan jalan raya dan memberi kemudahan kepada pelancong yang hendak ke Taman Burung, Galeri Perdana dan Telaga Air Hangat.

Program keselamatan jalanraya juga akan diberi tumpuan dengan meningkatkan aspek fizikal jalan dan memupuk etika berhemah di kalangan pengguna. Langkah ini akan terus diambil untuk naik taraf kawasan kemalangan di beberapa jalan raya utama persekutuan dan jalan perbandaran. Langkah ini termasuk meluruskan jalan, menyediakan lorong memotong dan menambah baik tanda jalan, kerja pengukuhan ke atas cerun yang berisiko telah dilaksanakan untuk mengelakkan kejadian tanah runtuh seperti jalan menuju ke Gunung Raya yang juga merupakan tempat pelancongan.

Di samping itu, lebih banyak usaha sedang dipergiatkan untuk menyediakan kemudahan lintasan penjalan kaki dan siarkaki akan disediakan terutamanya di kawasan pusat bandar dan pelancongan seperti di kawasan Pantai Chenang. Program keselamatan jalanraya juga akan dipergiatkan untuk mengurangkan kemalangan termasuk penguatkuasaan undang-undang jalanraya yang lebih tegas.

2.7.2 Lapangan Terbang Antarabangsa

Lapangan Terbang Antarabangsa Langkawi terletak di Padang Masirat yang mempunyai status lapangan terbang bebas cukai. Kedudukan Lapangan terbang ini dengan Bandar Kuah adalah lebih kurang 25 kilometer .

Pada tahun 2005, bangunan terminal ini telah naiktaraf bagi menampung pertambahan kemasukan pelancong dari dalam dan luar negara. Pembesaran landasan juga dibuat bagi membolehkan kapal terbang yang lebih besar seperti Boeing 747 dapat mendarat. Terminal Lapangan Terbang ini juga dapat menampung dan mengendalikan penumpang seramai 2.5 juta orang setahun dan 1,000 orang penumpang semasa '*peak hour*' (Malaysia Airport Bhd, 2005).

Pulau Langkawi merupakan satu tempat tarikan pelancongan kerana ia juga menjadi venue *Langkawi International Maritime and Aerospace (LIMA)* di mana industri penerbangan dan marin mengadakan pameran dan mengambil bahagian dalam pertunjukan tersebut. Pulau Langkawi juga merupakan sebuah pulau yang amat cantik di Asia dengan keindahan tropiknya yang mempunyai pantai yang bersih dan indah dengan tanaman pepohon rhu, menyediakan kemudahan tempat membeli belah begitu juga dengan tempat-tempat menarik untuk dikunjungi yang mempunyai lagendanya yang tersendiri. Jadual 2.3 menunjukkan bilangan penumpang yang menggunakan pangangkutan udara.

Jadual 2.3: Bilangan Penumpang dan Operasi Kargo Lapangan Terbang Langkawi

Traffic	2005	2006	2007	2008	2009
Penumpang	830,334	934,024	1,122,911	1,196,958	1,539,271
Operasi Kargo (Metric ton)	449	487	524	589	572
Operasi kargo (kg)	989	487	524	589	572
Pergerakan Aircraft	8,964	27,622	43,234	41,837	39,815

Sumber: Malaysia Airport Berhad (2009)

Selaras dengan hala tuju liberalisasi bagi perkhidmatan udara, kerajaan akan terus berunding untuk mendapat pertambahan hak pendaratan di bawah pendekatan liberal atau dasar langit terbuka dengan negara tertentu termasuk ahli Kesatuan Eropah. Penambahan bilangan perjanjian perkhidmatan udara akan meningkatkan *connectivity* rangkaian dan seterusnya memudahkan perdagangan dan pelancongan. Sehubungan ini, Syarikat penerbangan negara ASEAN akan mempunyai akses yang tidak terbatas ke ibu negara ASEAN menjelang tahun 2008.

Dalam tempoh RM ke 9, Malaysia Airlines (MAS) akan memberikan tumpuan kepada usaha pembangunan rangkaian yang lebih berdaya maju dan mampan serta meningkatkan bahagiannya di pasaran serantau. Langkah ini akan melibatkan peningkatan keupayaan dan

kekerapan, merasionalisasikan rangkaian sera mengadakan perkhidmatan ke destinasi baru.

2.7.3 Pelabuhan

Langkawi mempunyai sebuah pelabuhan utama di Bukit Malut yang digunakan oleh kapal dagang atau *ponton* yang ditunda oleh bot untuk berlabuh. Pelabuhan ini dibuka pada setiap hari yang menjadi pintu masuk kepada kapal untuk berlabuh bagi tujuan untuk memunggah dan menaikkan kargo pelbagai barang keperluan pengguna.

Pelbagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan produktiviti pelabuhan akan diteruskan bagi menyediakan kemudahan yang terbaik. Langkah juga akan diambil termasuk membuat promosi bagi menarik lebih banyak pengendali syarikat perkapalan utama dan membentuk kerjasama strategik dengan pelabuhan lain serta membangunkan lagi perkhidmatan sokongan. Bagi mengurangkan masa menunggu di pelabuhan, kren dan peralatan operasi lain telah di sediakan. Kemudahan tempat penyimpanan kargo telah di naiktaraf. Kawasan dermaga pelabuhan juga telah diperluaskan dan perairan di kawasan pelabuhan juga di dalamkan bagi membolehkan kapal yang lebih besar dapat berlabuh di Langkawi.

Di samping itu, zon perdagangan bebas akan dibangunkan untuk meningkatkan operasi pelabuhan yang akan terus menjalinkan kerjasama dengan pelabuhan lain bagi meningkatkan rangkaian serta dapat menarik lebih banyak pengendali syarikat perkapalan utama untuk singgah. Tumpuan juga akan diberikan untuk meningkatkan tahap keselamatan pelayaran dan mengurangkan pencemaran laut. Langkah akan di ambil termasuk menaik taraf dan memperluaskan sistem keselamatan pelayaran serta mempergiatkan pemantauan pergerakan kapal. Pengawasan di perairan Langkawi akan diperingkatkan lagi setelah Agensi Penguatkuasaan Maritim Malaysia (APMM) yang mempunyai pengkalan di Langkawi yang akan mendapat tambahan kakitangan dan kapal peronda.

2.7.4 Sistem Bekalan Air

Operasi sistem bekalan air di Langkawi telah dikendali oleh Syarikat Taliworks (Langkawi) Sdn Bhd. Fungsi Syarikat Taliworks adalah untuk mengurus operasi dan rawatan bekalan air kepada pengguna di Langkawi. Di samping itu, pihak syarikat juga bertanggungjawab untuk mengeluarkan bil bekalan air kepada pengguna.

Bekalan air mentah tambahan dari loji air di Sungai Baru, Perlis ke Loji Air di Langkawi melalui paip yang mempunyai saiz diameter 100mm melalui dasar laut sepanjang 38 kilometer ke Langkawi. Pada

masa ini syarikat Taliworks sedang membekal air kepada 17,595 premis yang mempunyai akaun bekalan air yang aktif. Dari segi operasi rawatan bekalan air, Syarikat Taliworks bertanggungjawab untuk menguruskan sebuah empangan air, lima (5) buah reservoir dan dua (2) buah loji rawatan air (Taliworks, Langkawi).

Usaha akan diambil untuk mengekalkan kuantiti dan meningkatkan kualiti sumber air sedia ada serta mengenal pasti sumber air yang berpotensi untuk di bangunkan bagi memastikan bekalan air yang mencukupi dan berterusan. Permintaan air untuk kegunaan domestik dan industri dijangka akan meningkat. Langkah untuk menambah baik perkhidmatan bekalan air akan di teruskan di laksanakan termasuk menggalakkan penggunaan air secara berhemah. Lebih banyak akan dibuat untuk meningkatkan kesedaran orang awam mengenai kepeningan pemuliharaan air.

2.7.5 Pembetungan

Langkawi mempunyai tiga (3) buah loji rawatan pembetungan berpusat iaitu di Bandar Kuah, Padang Matsirat dan di kawasan Pantai Chenang. Perkhidmatan pembetungan akan terus diperluaskan bagi memastikan kualiti efluen yang disalur kepada air permukaan mematuhi piawai alam sekitar dan melindungi kesihatan awam. Usaha menaik taraf, membaik pulih dan mengubahsuai sistem

rawatan pemetungan sedia ada dalam kawasan tadahan sistem bekalan air awam akan terus diberikan keutamaan. Program rasionalisasi sistem pemetungan akan diteruskan dalam tempoh Rancangan ke 10. Operasi loji rawatan pemetungan (LRP) kecil dan berselerak akan dihentikan selepas LRP berpusat dalam lingkungan kawasan tadahan siap dibina untuk mengurangkan kos operasi dan penyelenggaraan.

Kempen kesedaran mengenai kepentingan pengurusan air kumbahan dan sistem pemetungan untuk mengekalkan kebersihan serta melindungi alam sekitar dan sumber air akan dipergiatkan. Penyelidikan dan pembangunan terhadap penggunaan semula enapcemar untuk tujuan perindustrian, pertanian dan landskap serta memulih guna air kumbahan bukan tujuan untuk diminum akan dijalankan. Peruntukan dalam Akta Perkhidmatan Pemetungan, 1993 yang mensyaratkan bahawa hartanah dalam lingkungan 30 meter daripada sistem pemetungan berpusat disambungkan kepada sistem pemetungan akan dikuatkuasakan sepenuhnya. Peningkatan sambungan ke sistem berpusat akan membantu meningkatkan kesihatan awam dan alam sekitar serta keberkesanan loji rawatan pemetungan berpusat.

2.8 Perancangan Aktiviti Pelancongan

Pihak Kementerian Pelancongan Malaysia dan Lembaga Pembangunan Langkawi telah membuat kalender tahunan untuk acara pelancongan bagi tujuan untuk menarik pelancong ke Langkawi. Antara aktiviti yang di jalankan bagi tahun 2011 adalah seperti berikut:-

Jadual 2.4 : Senarai Aktiviti Pelancongan Bagi Tahun 2011

Bil	Bulan	Aktiviti	Tarikh
1.	Januari	Royal Langkawi International Regatta	11/1 - 15/1/2011
		Le Tour De Langkawi (LTdL)	22/1 - 23/1/2011
		The 8th Lankawi International Regatta Perdana 2011	25/1 - 29/1/2011
		Langkawi Tourism Awards	28/1/2011
2.	Februari	Chinese New Year	3/2 - 4/2/2011
		Langkawi Squid Challenge	25/2 - 26/2/2011
3.	April	1st. International Co-Top Exhibition	1/4 - 3/4/2011
		Pesta Air Nasional	15/4 - 16/4/2011
		Langkawi-Adang-Satun Internation Fishing Challenge (LASIF) 2011	22/4 - 24/4/2011
		Langkawi Geopark International Golf Festival	
4.	Mei	Malaysia Tourism Exchange 2011	22/5 - 25/5/2011

5	Jun	Langkawi Geopark Anniversary Carnival	1/6/2011
6.	Julai	Rambutan Trail	
		Fire Fighting Competition Langkawi 2011	2/7 - 3/7/2011
		6th International Symposium on Radiation Safety and Detection Technology	12/7 - 14/7/2011
		Langkawi Satun Paramotor Challenge	12/7 - 17/7/2011
		Festival Padi Antarabangsa Langkawi	23/7 - 24/7/2011
7.	Ogos	Bazar Ramadhan Langkawi	1/8 - 30/8/2011
		Mederka Eve Celebration	30/8/2011
		Sambutan Perayaan Hari Raya Aidilfitri	30/8 - 31/8/2011
8.	Oktober	Pertandingan Bolasepak Langkawi	
		Langkawi International Mountain Bike Challenge 2011	17/10 - 23/10/2011
		Sambutan Perayaan Deepavali	26/10/2011
		Langkawi International Lawn Bowl (Mahsuri Cup)	27/10 - 30/10/2011
9.	November	Paint Ball World Cup Asia 2011	8/11 - 10/11/2011
		Raja Muda Selangor International Regatta 2011	18/11 - 26/11/2011
10.	Disember	Annual Cristmas Charity Bazar	4/12/2011
		Langkawi International Maritime & Aerospace (LIMA) 2011	6/12 - 10/12/2011

Sumber : **Lembaga Pembangunan Langkawi (2011)**

2.9 Kepuasan Pelanggan dan Kualiti Perkhidmatan

2.9.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan biasanya bermula apabila individu membuat perbandingan untuk prestasi produk atau perkhidmatan, berbanding dengan apa yang dijangkakan, dan kepuasan terjadi apabila apa yang dijangkakan melebihi tahap yang dijangka (Stafford and Wells, 1998).

Daripada pengkaji yang lain pula, kepuasan pengguna pula adalah perasaan atau sikap pengguna terhadap produk atau perkhidmatan selepas ia digunakan atau dimiliki (Solomon et. al., 1986). Pada umumnya pengguna yang berpuashati akan mengulangkali pembelian dan menyampaikan mesej yang positif tentang perkara tersebut kepada pengguna lain.

Sebagai kontra, pengguna yang kecewa akan mengubah keputusan untuk menggunakan produk atau perkhidmatan yang lain bila ia memerlukannya semula pada masa yang akan datang. Kekecewaan tersebut juga akan disalurkan melalui perkataan dan akhirnya akan memberi kesan yang lebih buruk kepada produk atau perkhidmatan tersebut. Walaubagaimanapun, ukuran kepada kepuasan pelanggan adalah proses kemanusiaan yang kompleks yang melibatkan

proses kognitif dan efektif serta elemen pengaruhn psikologikal dan fisiologikal (Choi and Chu, 2000).

Kepuasan pengguna merupakan isu yang kritikal di semua industri perkhidmatan dan menjadi penting di kebanyakan industri yang berasaskan perniagaan dan perdagangan. Pengukuran kepuasan pengguna adalah sebahagian dari usaha yang bersepadu yang boleh membaiki kualiti produk atau perkhidmatan dan menghasilkan daya saing yang kompetitif, menggalakkan pembelian semula dan menjadi buah mulut kepada pengguna. Teori gelagat pengguna pula menunjukkan bahawa gelagat pembelian pengguna dan para kepuasan adalah dipengaruhi oleh latarbelakang pengguna, ciri-ciri dan stimulasi luaran (Choi and Chu, 2000). Disebabkan kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kewujudan dan penawaran servis pengguna, ia menjadi sesuatu yang di titikberatkan dalam semua bidang perniagaan.

2.9.2 Konsep Kualiti Perkhidmatan

Penggunaan kualiti perkhidmatan pula merupakan salah satu komponen utama bagi mana-mana organisasi untuk mencapai matlamat pengurusan (Keehley, 1997). Lantaran itu, Parasuraman et. Al, (1985, 1988) menyatakan bahawa

kepuasan hati pelanggan merupakan penentu kualiti perkhidmatan yang diberi oleh sesebuah organisasi pemberi perkhidmatan. Pelanggan membandingkan mutu perkhidmatan yang diterima dengan apa yang dikehendaki atau diharapkan.

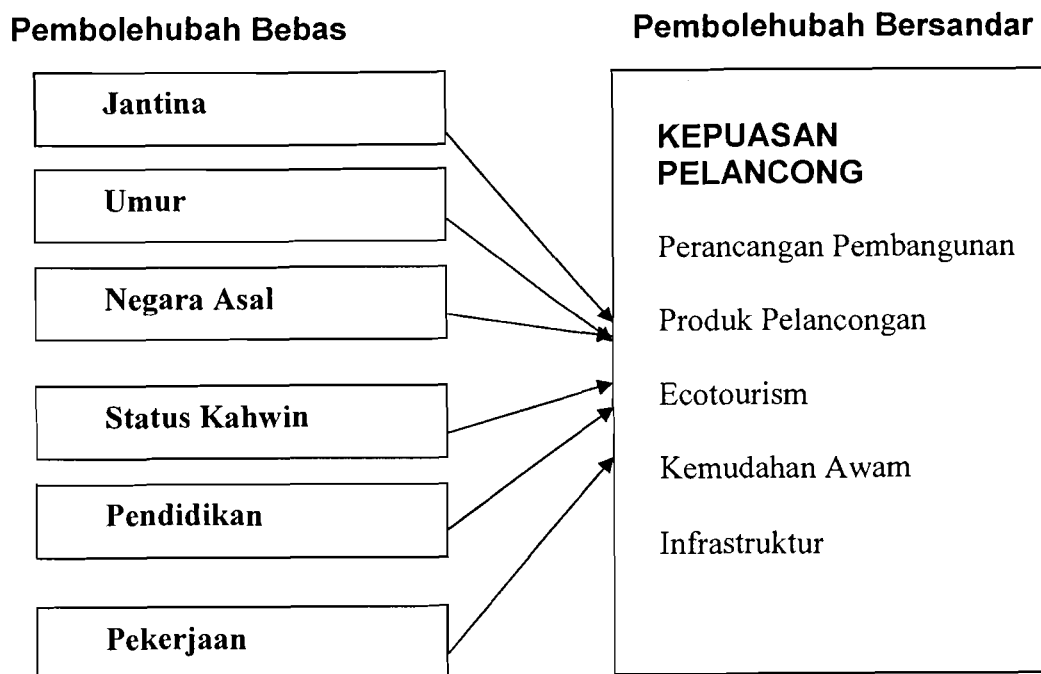
Kajian oleh Parasuraman et. At. (1985, 1988) telah mengenalpasti lima dimensi utama bagi menilai perkhidmatan yang diberikan. Kelima-lima dimensi tersebut adalah kemudahan yang bersifat lahiriah dan boleh dicapai oleh pancaindera (*tangible*), kebolehpercayaan (*realibity*), cepat bertindak (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan mesra (*empathy*).

Sehubungan dengan itu, kajian ini mengkaji perhubungan perkhidmatan pengurusan fasiliti dan kesan keatas kepuasan hati pekerja atau pengguna perkhidmatan. Sarjana pengurusan yang terkenal iaitu Crosby (1979) menyatakan bahawa keberkesanan industri perkhidmatan adalah ditentukan oleh kepuasan hati pengguna perkhidmatan ini. Justeru itu, adalah penting mengkaji keberkesanan industri perkhidmatan melalui persepsi kepuasah hati pengguna perkhidmatan kerana mereka adalah penilai atau penentu kepada perkhidmatan yang diterima.

2.10 Kerangka Teori

Merujuk kepada pernyataan masalah dan objektif kajian, maka penyelidik membentuk kerangka kerja teori untuk memudahkan proses kerja-kerja dalam menjalankan kajian ini. Dalam kajian ini, penyelidik akan menentukan tahap kepuasan pengguna atau pelancong kepada faktor-faktor pembangunan industri pelancongan yang berkonsepkan Islam. Di samping itu, penyelidik juga mengkaji tahap kualiti pembangunan infrastruktur dan kemudahan awam yang terdapat di Langkawi.

Dalam kertas kajian ini, pembolehubah bebas adalah faktor demografi pelancong manakala pembolehubah bersandar pula adalah kepuasan pelancong (pengguna) terhadap perancangan pembangunan, produk pelancongan, ecotourism, kemudahan awam dan pembangunan infrastruktur. Kerangka kajian ini adalah seperti di Rajah 2.3



Rajah 2.3 : Kerangka Teori Kajian

2.11 Hipotesis Kajian

Berdasarkan kepada kerangka kajian di para 2.10, maka penyelidik telah membentuk hipotesis kajian seperti berikut:

Hipotesis 1

Ho1: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor jantina.

Ha1: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor jantina.

Hipotesis 2

Ho2: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor umur.

Ha2: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor umur.

Hipotesis 3

Ho3: Tidak terdapat kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan negara pelancong.

Ha3: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor negara pelancongan.

Hipotesis 4

Ho4: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor kahwin.

Ha4: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor kahwin.

Hipotesis 5

Ho5: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pendidikan.

Ha5: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pendidikan.

Hipotesis 6

Ho6: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pekerjaan.

Ha6: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pekerjaan.

BAB KE TIGA

METHODOLOGI KAJIAN

3.1 Pendahuluan

Bab ini akan menghuraikan kaedah yang penyelidik gunakan dalam menjalankan penyelidikan. Methodologi yang penyelidik gunakan dalam kajian ini meliputi rekabentuk kajian, populasi, sampel dan kaedah persampelan, kaedah pengumpulan data, instrumen kajian, kajian rintis dan kaedah analisa data.

3.2 Rekabentuk kajian

Kajian ini merupakan satu kajian kuantitatif yang berbentuk tinjauan. Data primer telah dipungut dengan menggunakan set soalselidik.

3.3 Populasi, Sampel Kajian dan Kaedah Persampelan

Kajian ini mengambil populasi pelancong yang datang dan melancong di Langkawi sebagai populasi kajian. Kajian ini mengambil sebanyak 150 orang pelancong sebagai sampel kajian. Populasi yang digunakan dalam kajian ini adalah melibatkan pelancong antarabangsa yang datang melancong dan bercuti ke Langkawi. Kebanyakan pelancong yang datang ke Langkawi telah memilih untuk menginap di kawasan Pantai Chenang,

Pantai Teluk Berau dan Pantai Teluk Datai. Rasional penyelidik memilih Langkawi adalah kerana pada masa ini ia menjadi pilihan dan tumpuan pelancong dari Timor Tengah, Asean dan Eropah untuk bercuti dan melancong.

Kaedah pemilihan sampel pula dibuat dengan menggunakan kaedah persampelan rawak. Teknik ini dipilih kerana ia membolehkan data diperolehi dengan lebih cepat dan mudah. Menurut Sekaran (2000), persampelan adalah suatu proses pemilihan dalam jumlah yang mencukupi daripada sesuatu populasi dalam kawasan kajian. Oleh itu, kajian terhadap sesuatu sampel yang berkaitan dan memahami sifat atau ciri-cirinya akan membolehkan satu kesimpulan dibuat ke atas sifat atau ciri-ciri elemen populasi tersebut. Di dalam kajian ini, penyelidik telah memilih sesuatu sampel di pilih secara rawak dari populasi pelancong yang sedang berada di Langkawi.

Teknik persampelan boleh dibahagi kepada dua pendekatan iatu keberangskalian dan bukan keberangskalian. Dalam kajian ini, teknik persampelan akan digunakan kerana menurut Sekaran (2000) elemen dalam populasi mempunyai peluang untuk dipilih sebagai sampel dan persampelan mudah akan digunakan kerana elemen dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk termasuk dalam sampel.

3.4 Kaedah Pengumpulan Data

Untuk kajian ini, penyelidik mengumpulkan maklumat daripada responden di sekitar Langkawi dan juga laman sesawang, jurnal dan lain-lain artikel yang berkaitan untuk menyokong ulasan karya. Dua sumber utama telah menjadi bahan rujukan bagi kajian ini iaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder diperolehi di perpustakaan dan carian menggunakan laman web (*internet*). Di antara perpustakaan yang menjadi tempat mencari maklumat ialah Perpustakaan Universiti Utara Malaysia (UUM), Perpustakaan Awam Langkawi dan Perpustakaan Awam Kedah. Tujuan pengumpulan data sekunder adalah untuk membolehkan pengkaji mendapat bahan-bahan yang memberi gambaran kepada subjek yang dikaji dan dapat memberi gambaran yang lebih jelas mengenai konsep kajian dan membolehkan pengkaji mendapatkan bahan-bahan yang bersesuaian untuk menyokong subjek kajian ini. Penyelidik juga menggunakan data sekunder untuk mendapatkan maklumat mengenai kajian ini.

Menurut Sekaran (2000), data sekunder merujuk kepada maklumat yang dikumpulkan oleh seseorang selain dari pengkaji yang membuat kajian semasa. Ini termasuklah rekod organisasi atau arkib, publisiti Kerajaan, kajian industri, laman sesawang, internet dan lain-lain. Tidak seperti data utama, data sekunder telah siap tersedia dan untuk mendapatkan data ini tidak memerlukan belanja yang mahal dan masa yang lama.

Data primer pula dikumpul melalui soal selidik (Instrument kajian). Pengumpulan data melalui soal selidik dilakukan sendiri oleh penyelidik terhadap semua responden. Data primer adalah maklumat asas yang diperakui kebenarannya yang akan dianalisa di dalam kajian ini. Data yang digunakan dalam kajian ini adalah data utama. Data utama akan dikumpulkan melalui borang soal selidik yang diberikan kepada beberapa responden yang merupakan pelancong yang datang melancong ke Langkawi.

3.5 Instrumen Kajian

Kajian ini menggunakan soal selidik sebagai medium pemerolehan data. Menurut Malhotra (1999), soal selidik, sama ada ia dipanggil jadual, proses temuduga atau alat pengukur adalah merupakan satu set soal selidik rasmi yang bertujuan untuk mendapatkan maklumat daripada responden. Ia merupakan suatu teknik yang dirangka untuk mengumpul data yang mengandungi beberapa siri soalan, samada secara lisan atau bertulis yang perlu diisi oleh responden.

Soal selidik ini dikendalikan dalam Bahasa Malaysia dan Bahasa Inggeris sebagai medium perantaraan kerana responden yang ditemui memahami dan berkomunikasi dalam Bahasa Malaysia dan Bahasa Inggeris. Kandungan yang terdapat dalam soal selidik ini adalah soalan yang berkaitan dengan kepuasan pengguna atau pelancong. Faktor-faktor yang mempengaruhi

pembangunan industri pelancongan seperti perancangan pembangunan, produk pelancongan, ecotourism, kemudahan awam dan infrastruktur yang merupakan pembolehubah bersandar.

Bagi mengukur kepuasan pelancong terhadap soalan-soalan yang dikemukakan di bahagian kepuasan pelancong, skala jawapan berdasarkan skala Likert (1-5) digunakan seperti berikut.

Sangat tidak bersetuju	Skor 1
Tidak bersetuju	Skor 2
Tidak pasti	Skor 3
Setuju	Skor 4
Sangat setuju	Skor 5

Bagi mengukur kepuasan-kepuasan berkenaan, perletakan skor atau pemberat pada setiap pernyataan alternatif pada set borang soal selidik dibuat. Dalam kajian ini, skor-skor yang telah ditetapkan dalam set borang soal selidik untuk pilihan pelancong ialah 5, 4, 3, 2 dan 1. Dalam bahagian kepuasan pelancong, skor 5 adalah sangat setuju dengan kenyataan yang diberikan, manakala skor 1 menandakan pelancong sangat tidak setuju dengan kenyataan yang diberikan. Bagi tujuan analisis, kategori 1 dan 2 dikelompokkan menjadi tidak setuju" manakala kategori 4 dan 5 dikelompokkan menjadi "setuju".

Borang soal selidik ini dibahagikan kepada enam bahagian seperti berikut:-

Bahagian A: Maklumat Pelancong

Dalam bahagian ini, penumpuan diberikan kepada persoalan yang berkaitan dengan butir diri pelancong seperti jantina, umur, negara asal, status perkahwinan, kelayakan akademik tertinggi dan pekerjaan. Bahagian ini juga mengutarakan soalan yang berkaitan dengan maklumat pelancongan seperti kekerapan melancong ke Langkawi, taraf hotel yang pelancong tinggal, berapa banyak berbelanja dan tempat yang paling menarik di Langkawi dan maklum balas Langkawi sebagai destinasi pelancongan.

Bahagian B: Kepuasan Pelancong Terhadap Perancangan Pembangunan

Bahagian ini pula memberi penekanan kepuasan pelancong terhadap perancangan pembangunan yang dibuat di Langkawi. Antara persoalan yang ditimbulkan ialah Langkawi dibangunkan mengikut pelan pembangunan terancang, berkonsepkan Islam, tidak merosakkan alam sekitar, mengekalkan keaslian serta keindahan dan lain-lain soalan yang berkaitan.

Bahagian C: Kepuasan Pelancong Terhadap Produk Pelancongan

Bahagian ini mengandungi soalan-soalan yang berkaitan dengan tahap kepuasan responden terhadap produk pelancongan yang ada di Langkawi dan telah dilawati oleh pelancong. Antara soalan itu seperti produk pelancongan menarik, banyak pilihan, berbagai maklumat diperolehi, berjaya menikmati keindahan dan keenakan masakan serta buah-buahan.

Bahagian D: Kepuasan Pelancong Terhadap *Eco-tourism*

Soalan-soalan di bahagian ini berkisar tentang tahap persetujuan pelancong terhadap *eco-tourism* di Langkawi. Antara soalan yang disentuh adalah berkaitan dengan *eco-tourism* yang terdapat di Langkawi seperti keindahan semula jadi, pulau, pantai, *geopark*, air terjun dan tasik.

Bahagian E: Kepuasan Pelancong Terhadap Kemudahan Awam

Soalan dalam bahagian ini pula berhubung kait dengan kepuasan pelancong terhadap kemudahan awam yang disediakan di Langkawi. Antara kemudahan yang dinilai ialah tempat penginapan, tempat sukan dan riadah serta pengangkutan.

Bahagian F: Kepuasan Pelancong Terhadap Infrastruktur

Bahagian terakhir dalam soal selidik ini mengutarakan soalan-soalan yang berkaitan dengan kepuasan pelancong terhadap infrastruktur di Langkawi. Soalan-soalan adalah berkisar tentang infrastruktur jalanraya, jeti, lapangan terbang dan sistem telekomunikasi. Soal selidik penuh adalah seperti di lampiran 3.1.

3.6 Kajian Rintis

Sebelum kajian sebenar dilakukan, penyelidik telah menjalankan satu kajian rintis (*pilot study*) bertujuan bagi mengesahkan sama ada soalan selidik yang digunakan dalam kajian ini benar-benar boleh diterima pakai dan tidak diragui kebolehpercayaannya. Kajian rintis yang mengandungi keseluruhan soalan soal selidik yang telah dijalankan dengan melibatkan 30 responden. Lokasi kajian rintis dilakukan di Lapangan Terbang Antarabangsa Langkawi di Padang Matsirat dan Terminal Feri, di Bandar Kuah, Langkawi. Maklumat mengenai susunan ayat dalam soalan, kefahaman maksud soalan, susunan soalan dan lain-lain maklumbalas dari pelancong juga hendak diperolehi dari kajian rintis ini.

Dari kajian rintis ini beberapa masalah dalam soal selidik telah dikenalpasti dan diselesaikan. Contohnya pertama; dalam Bahagian A: Soalan 7. Jawapan di tambah satu lagi iaitu Tidak Pernah, juga Soalan 10. Bagaimana

di ubah kepada Dari mana. Kedua; Bahagian B: Soalan 2. Pelancongan berkonsep Islam dikenalti kurang difahami oleh pelancong bukan beragama Islam. Jalan penyelesaiannya penyelidik terlebih dahulu menerangkan mengenai konsep pelancongan berdasarkan Islam. Ketiga; Bahagian B: Soalan 6: Perbandingan dengan Pulau Phuket diubah kepada pulau-pulau lain di Asia seperti Pulau Phuket, Singapura dan Pulau Bali. Ketiga; Bahagian C: Soalan 6: Taman Lagenda diubah kepada Taman Hidupan Liar kerana telah dikenalti Taman Legenda tidak menjadi pilihan utama pelancong. Keempat; Bahagian D: Soalan 2: 104 buah pulau di ubah kepada banyak pulau. Kelima; Bahagian E: Soalan 5 *Langkawi Golf Course* diubah kepada makanan halal kerana didapati ramai pelancong tidak tahu mengenai *Langkawi Golf Course*.

Seterusnya kajian rintis ini mendapati soal selidik yang dibuat boleh diterima pakai berdasarkan kepada kebolehpercayaan bagi setiap pembolehubah adalah tinggi iaitu melebihi nilai alpha 0.8 seperti yang di pamirkan dalam Jadual 3.1.

Jadual 3.1: Ujian Kebolehpercayaan Pembolehubah

Pembolehubah	Bilangan Soalan	Bil.Responden	Nilai Alpha
Perancangan Pembangunan	10	30	0.861
Produk Pelancongan	10	30	0.922

Ecotourism	10	30	0.826
Kemudahan Awam	10	30	0.866
Infrastruktur	10	30	0.862

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 3.2

3.7 Kaedah Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*. Secara keseluruhannya, maklumat dipersembahkan dalam bentuk statistik perihalan yang merangkumi peratusan dan min. Di samping itu, ujian t (t set) dan Analisis Varian Sehalu (Anova) juga dibuat untuk mengkaji perkaitan (perbezaan) di antara pemboleh ubah yang dikaji. Bagi mengukur samada wujud perbezaan diantara pembolehubah yang diukur iaitu faktor demografi (jantina, umur, negara asal, status kahwin, pendidikan dan pekerjaan) dengan kepuasan pelancong atau untuk memastikan sama ada hipotesis alternatif (H_a) diterima atau ditolak, aras keertian (significan level) 0.05 (95%) dipilih. Penentuan sama ada penerimaan atau penolakan H_a adalah berdasarkan kepada aras keertian yang dibandingkan dengan nilai sig. atau p. (*Asymp. Sig. (2-sided)*) yang diperolehi. Sekiranya nilai sig. atau p. yang diperolehi dari ujian-ujian yang dilakukan adalah lebih besar dari 0.05, maka H_a akan ditolak atau menunjukkan bahawa tidak wujud perbezaan diantara faktor demografi dengan kepuasan pelancong.

Sebaliknya jika nilai sig. atau p. yang diperolehi dari ujian adalah lebih kecil dari aras keertian (0.05) maka H_a diterima. Ini membuktikan bahawa pembolehubah-pembolehubah yang diukur itu mempunyai perbezaan yang signifikan.

BAB EMPAT

KEPUTUSAN KAJIAN

4.1 Pendahuluan

Bahagian ini akan membentangkan penemuan kajian dalam bentuk analisis deskriptif bagi mendapatkan frekuensi, peratusan dan min setiap pembolehubah yang dikaji. Analisis deskriptif meliputi analisis berkaitan dengan latar belakang demografi pelancong, maklumat pelancongan dan kepuasan pelancong terhadap aspek-aspek pelancongan di Langkawi seperti perancangan pembangunan, produk pelancongan, ecotourism, kemudahan awam dan infrastruktur. Seterusnya analisis statistik inferensi dibuat bagi pengujian hipotesis yang dilakukan bagi mengkaji kaitan diantara faktor demografi dengan kepuasan pelancong. Hasil kajian adalah berdasarkan dapatan dari analisis data menggunakan perisian *Statistical Package For Social Science (SPSS) version 12.0 for Windows*.

4.2 Latar Belakang Demografi Responden

Sejumlah 150 orang pelancong telah memberi maklum balas dalam kajian ini. Daripada jumlah itu, seramai 73 orang atau 48.7 peratus adalah responden lelaki manakala 77 orang atau 51.3 peratus adalah responden perempuan. Kajian ini mendapati purata umur responden adalah 36 tahun dengan umur paling muda adalah 19 tahun dan paling tua adalah 52 tahun.

Dari segi kategori umur pula kajian mendapati 46.2 peratus daripada responden berada dalam lingkungan umur antara 30-39 tahun, 25.5 peratus daripada responden berada dalam lingkungan umur 40-49 tahun, 18.6 peratus responden berada dalam lingkungan umur 20-29 tahun dan 5.5 peratus responden lagi berada dalam lingkungan umur bawah 20 tahun. Seterusnya kajian ini mendapati responden yang telah berkahwin merupakan responden teramai, iaitu 87 orang atau 58.0 peratus, diikuti responden bujang (38.7%) dan responden yang telah berpisah (3.3%). Kajian ini juga mendapati bilangan responden yang berasal dari negara ASEAN lebih ramai berbanding dari bahagian negara lain iaitu berjumlah 76 orang atau 50.7 peratus dan diikuti oleh responden dari negara Amerika Syarikat (USA-20%), Eropah (16.0 %), Asia Barat (8.0%), New Zealand (3.3%) dan Asia Selatan (2.0%) (Jadual 4.1).

Dapatan kajian seperti yang dipaparkan di Jadual 4.1 mendapati 49.3 peratus dari responden berpendidikan ijazah, 33.3 peratus dari responden berpendidikan sekolah menengah, 6.7 peratus dari responden berpendidikan diperingkat diploma dan sarjana dan 4.0 peratus dari responden berpendidikan Ph D. Jika dilihat dari segi pekerjaan responden, hampir keseluruhan dari responden masih bekerja manakala selebihnya sudah bersara, pelajar atau suri rumah. Antara bidang pekerjaan yang dijawat oleh responden ialah profesional (33.3%), pegawai (15.9%), pendidik (15.9%), perkeranian (11.4%), peniaga (8.3%) dan artis (4.5%) (Jadual 4.1).

Jadual 4.1: Latarbelakang Demografi Reponden

Latar Belakang Demografi		Kekerapan	Peratus
Jantina	Lelaki	73	48.7
	Perempuan	77	51.3
Umur	<20 Tahun	6	4.1
	20-29 Tahun	27	18.6
	30-39 Tahun	67	46.2
	40-49 Tahun	37	25.5
	> 50 tahun	8	5.5
Negara Asal	Asean	76	50.7
	Eropah	24	16.0
	Amerika Syarikat	30	20.0
	Asia Barat	12	8.0
	New Zealand	5	3.3
	Asia Selatan	3	2.0
Status Kahwin	Bujang	58	38.7
	Berkahwin	87	58.0
	Berceraai	5	3.3
Pendidikan Tertinggi	Sekolah menengah	50	33.3
	Diploma	10	6.7
	Ijazah	74	49.3
	Master	10	6.7
	Ph D	6	4.0
Pekerjaan	Profesional-akautan, arkitek	44	33.3
	Pegawai-pentadbiran, pengurusan	21	15.9
	Pendidik	21	15.9
	Perkeranian	15	11.4
	Artis	6	4.5
	Berniaga	11	8.3
	Tidak bekerja- Pelajar, Pesara, Suri rumah	14	10.6

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.1

4.3 Maklumat Pelancongan

Kajian yang dilakukan ke atas pelancong ini mendapati 41.3 peratus dari responden tidak pernah datang ke Langkawi sebelum ini. Sementara itu 24.0 peratus dari mereka pernah datang sebanyak tiga kali, 18.0 peratus responden pernah datang sebanyak sekali dan 16.7 peratus responden pernah datang sebanyak dua kali. Kajian ini juga memaparkan 39.3 peratus dari responden menginap di hotel yang bertaraf 5 bintang, 29.3 peratus responden lagi menginap di hotel bertaraf 4 bintang, 3 bintang (26.0%) dan 1-2 bintang (5.3%) (Jadual 4.2).

Seterusnya keputusan kajian seperti di Jadual 4.2 juga menunjukkan 46.7 peratus atau 70 orang daripada responden telah berbelanja di Langkawi antara 1,000.00 - 4,999.00 US, 61 orang atau 40.7 peratus responden lagi berbelanja kurang dari 1,000.00US dan 19 orang atau 12.7 peratus dari responden lagi berbelanja antara 5,000.00-9,999.00US. Jika diperhatikan dari segi dari mana responden mendengar mengenai Langkawi, hasil kajian seperti di Jadual 4.2 menunjukkan 46.0 peratus responden mendengarnya melalui internet, 42.0 peratus dari responden mendengarnya melalui kawan, agen pelancongan (10.0%) dan majalah (2.0%).

Di samping itu, kajian ini juga turut mengkaji produk pelancongan yang paling menarik. Keputusan kajian seperti yang dipamirkan di Jadual 4.2 mendapati 44.0 peratus dari responden menyatakan kereta kabel

merupakan produk perlancongan paling menarik di Langkawi dan ianya diikuti oleh underwater world (25.3%), Taman Laut Pulau Payar (19.3) dan Komplek Kraftangan (11.3).

Jadual 4.2: Maklumat Pelancongan

Maklumat Pelancongan		Kekerapan	Peratus
Berapa kali ke Langkawi sebelum ini	Tidak Pernah	63	41.3
	Sekali	27	18.0
	Dua kali	25	16.7
	Tiga kali	36	24.0
Taraf hotel tempat penginapan	1-2*	8	5.3
	3*	39	26.0
	4*	44	29.3
	5*	59	39.3
Perbelanjaan di Langkawi	< 1,000 US	61	40.7
	1,000US-4,999US	70	46.7
	5,000US-9,999US	19	12.7
Dari mana didengar Langkawi sebagai destinasi pelancongan	Internet	69	46.0
	Kawan-kawan	63	42.0
	Agen Pelancongan	15	10.0
	Majalah	3	2.0
Tempat paling menarik di Langkawi	Kereta Kabel	66	44.0
	Underwater World	38	25.3
	Taman Laut Pulau Payar	29	19.3
	Komplek Kraftangan	17	11.3

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.2

4.4 Maklumat Kepuasan Pelancong

Terdapat pelbagai faktor mengapa pelancong datang melancong ke sesuatu tempat antaranya seperti kepuasan pelancong terhadap tempat itu, layanan yang diterima, tempat yang menarik, barangan/perkhidmatan yang murah serta berbagai faktor lagi. Bahagian ini akan membincangkan perihal kepuasan responden iaitu kepuasan terhadap perancangan pembangunan, produk pelancongan, ecotourism, kemudahan awam dan infrastruktur di Langkawi.

4.4.1 Perancangan Pembangunan Langkawi

Penilaian responden terhadap perancangan pembangunan Langkawi meliputi item-item seperti Langkawi dibangunkan mengikut pelan, pembangunan pelancongan berkonsepkan Islam berjaya menarik pelancong, pembangunan di Langkawi dibangunkan tanpa merosakkan alam sekitar, pembangunan industri pelancongan di Langkawi berjaya menaikkan tahap sosial ekonomi penduduk, pembangunan di Langkawi berjaya mengekalkan keaslian dan keindahan alam, konsep pembangunan di Langkawi berbeza dengan konsep pembangunan di pulau-pulau lain di Asia, Langkawi memperkenalkan pembangunan industri pelancongan tanpa pusat hiburan, berpuas hati dapat melihat keindahan reka bentuk bangunan

tradisional, Langkawi tidak perlu bangunan bertingkat tinggi dan Langkawi tidak perlu tebus guna laut untuk membuat pembangunan.

Keputusan kajian seperti di Jadual 4.3 menunjukkan kebanyakan responden berpuas hati dengan pelan perancangan pembangunan yang dirangka di Langkawi. Ini kerana skor min yang diperolehi oleh setiap item majoriti berada pada aras 4.0 atau menghampirinya. Jika diteliti setiap item pula, keputusan kajian mendapati antara item paling tinggi skor kepuasan (min) adalah item pembangunan pelancongan berkonsepkan Islam berjaya menarik pelancong (4.23); Pembangunan di Langkawi berjaya mengekalkan keaslian dan keindahan alam (4.21); Konsep pembangunan di Langkawi berbeza dengan konsep pembangunan di pulau-pulau lain di Asia (4.20) dan; Langkawi tidak perlu tebus guna laut untuk membuat pembangunan (4.11). Sementara itu, item Langkawi dibangunkan mengikut pelan perancangan pembangunan (3.48) paling rendah tahap persetujuannya. Ini diikuti oleh item Langkawi memperkenalkan pembangunan industri pelancongan tanpa pusat hiburan (3.95) dan Pembangunan industri pelancongan di Langkawi berjaya menaikkan tahap sosial ekonomi penduduk.

Jadual 4.3: Kepuasan Pelancong Terhadap Pembangunan Langkawi

Aspek yang dinilai	Kekerapan (Peratus)					Min (Sp)
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju	
Langkawi dibangunkan mengikut pelan perancangan	11 (7.4%)	18 (12.1%)	31 (20.8%)	67 (45.0%)	22 (14.8%)	3.48 (1.11)
Pembangunan pelancongan berkonsepkan Islam berjaya menarik pelancong	4 (2.7%)	4 (2.7%)	24 (16.1%)	39 (26.2%)	78 (52.3%)	4.23 (0.99)
Pembangunan di Langkawi dibangunkan tanpa merosakkan alam sekitar	7 (4.7%)	3 (2.0%)	29 (19.5%)	50 (33.6%)	60 (40.3%)	4.03 (1.05)
Pembangunan industri pelancongan di Langkawi berjaya menaikkan tahap sosial ekonomi penduduk	7 (4.7%)	6 (4.0%)	25 (16.8%)	55 (36.9%)	56 (37.6%)	3.99 (1.07)
Pembangunan di Langkawi berjaya mengekalkan keaslian dan keindahan alam	6 (4.0%)	4 (2.7%)	17 (11.4%)	47 (31.5%)	75 (50.3%)	4.21 (1.02)
Konsep pembangunan di Langkawi berbeza dengan konsep pembangunan di pulau-pulau lain di Asia	-	10 (6.7%)	21 (14.0%)	47 (31.5%)	71 (47.7%)	4.20 (0.92)
Langkawi memperkenalkan pembangunan industri pelancongan tanpa pusat hiburan.	3 (2.0%)	13 (8.7%)	33 (22.1%)	39 (26.2%)	61 (40.9%)	3.95 (1.08)
Berpuas hati dapat melihat keindahan reka bentuk bangunan tradisional	7 (4.7%)	5 (3.4%)	24 (16.1%)	56 (37.6%)	57 (38.3%)	4.01 (1.05)
Langkawi tidak perlu bangunan bertingkat tinggi	14 (9.4%)	22 (14.8%)	19 (12.8%)	44 (29.5%)	50 (33.6%)	3.63 (1.33)
Langkawi tidak perlu tebus guna laut untuk membuat pembangunan	7 (4.7%)	7 (4.7%)	12 (8.0%)	59 (39.6%)	64 (43.0%)	4.11 (1.06)

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.3

4.4.2 Produk Pelancongan dan *Eco-tourism*

Seterusnya Jadual 4.4 pula menunjukkan bahawa majoriti responden berpuas hati terhadap produk pelancongan yang ada di Langkawi. Item-item seperti Langkawi mempunyai banyak produk pelancongan; Kualiti produk di Langkawi sangat baik; Underwater World mempunyai berbagai-bagai pilihan ikan dan hidupan laut; Pengunjung berpeluang menikmati keindahan alam sekitar Pulau Langkawi apabila mereka menaiki kereta kabel; Taman Agro Teknologi yang diusahakan oleh MARDI menjadi tarikan produk pelancongan Baru; Galeri Perdana mempunyai koleksi YAB Tun Dr. Mahadzir Mohamad yang menarik; Pelancong boleh mengunjungi restoran untuk menikmati berbagai-bagai jenis makanan laut di kawasan Pantai Chenang; Pelancong boleh melihat hidupan liar seperti mamalia, reptilia dan hidupan liar sekiranya mereka mengunjungi Taman Hidupan Liar; Kebanyakan produk pelancongan di Langkawi sangat menarik memperolehi nilai skor min yang tinggi. Jika disusun urutan item mengikut *ranking* (keutamaan), kajian menunjukkan item pelancongan boleh menikmati berbagai-bagai jenis makanan laut di restoran di kawasan Pantai Chenang mendahului item lain iaitu 4.69 dan diikuti oleh item pengunjung berpeluang menikmati keindahan Alam sekitar Pulau Langkawi apabila mereka menaiki kereta kabel (4.60), pelancong boleh melihat hidupan liar seperti mamalia, reptilia dan hidupan laut sekiranya mereka mengunjungi Taman Hidupan Liar (4.53), Langkawi mempunyai banyak produk pelancongan (4.50), Galeri Perdana mempunyai koleksi YAB Tun Dr .Mahadzir Mohamad yang menarik

(4.40). Manakala kebanyakan produk pelancongan di Langkawi sangat menarik (3.91) berada di *ranking* yang rendah sekali.

Jadual 4.4: Kepuasan Pelancong Terhadap Produk Pelancongan

Aspek yang dinilai	Kekerapan (Peratus)					Min (Sp)
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju	
Langkawi mempunyai banyak produk pelancongan	-	7 (4.7%)	13 (8.7%)	27 (18.1%)	102 (68.5%)	4.50 (0.84)
Kualiti produk di Langkawi sangat baik	3 (2.0%)	4 (2.7%)	15 (10.1%)	48 (32.2%)	79 (53.0%)	4.31 (0.91)
UnderwaterWorld mempunyai berbagai-bagai pilihan ikan	3 (2.1%)	1 (0.7%)	20 (13.8%)	42 (29.0%)	79 (54.5%)	4.33 (0.89)
Pelancong akan mendapat kepuasan melihat hidupan liar apabila berkunjung ke Taman Hidupan Liar	3 (2.1%)	-	32 (22.1%)	32 (22.1%)	78 (53.8%)	4.26 (9.41)
Pengunjung berpeluang menikmati keindahan Alam sekitar Pulau Langkawi apabila mereka menaiki kereta kabel.	4 (2.7%)	4 (2.7%)	2 (1.3%)	27 (18.1%)	112 (75.2%)	4.60 (0.87)
Taman Agro Teknologi yang diusahakan oleh MARDI menjadi tarikan produk pelancongan baru	-	4 (2.7%)	29 (19.5%)	56 (37.6%)	60 (40.3%)	4.15 (0.83)
Galeri Perdana mempunyai koleksi YAB Tun Dr Mahadzir Mohamad yang menarik	-	4 (2.7%)	18 (12.1%)	41 (27.5%)	86 (57.7%)	4.40 (0.80)
Pelancongan boleh menikmati berbagai-bagai jenis makanan laut di restoran kawasan Pantai Chenang	4 (2.7%)	-	-	30 (20.1%)	115 (77.2%)	4.69 (0.73)
Pelancong berpuas hati dengan kadar bayaran masuk ke Taman Hidupan Liar	3 (2.0%)	1 (0.7%)	3 (2.0%)	49 (32.9%)	93 (62.4%)	4.53 (0.76)
Kebanyakan produk pelancongan di Langkawi sangat menarik	6 (4.0%)	12 (8.1%)	20 (13.4%)	61 (40.9%)	50 (33.6%)	3.91 (1.08)

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.4

Jadual 4.5 pula menunjukkan kebanyakan responden berpuas hati dengan ecotourism di Langkawi. Item salah satu tarikan pelancongan ke Langkawi adalah keindahan alam semula jadinya memperoleh skor min tertinggi iaitu 4.53 dan diikuti oleh item pantai di Langkawi adalah salah satu pantai yang tercantik di Malaysia (4.53), pelancong suka melawat air terjun, pantai, tasik dan gua sebagai destinasi utama mereka (4.49), penubuhan 'geopark' bertujuan melindungi sumber alam dari segi geologi, ekologi dan arkeologi (4.36), Langkawi mempunyai banyak buah pulau yang menarik untuk dikunjungi (4.35) dan lain-lain item. Item Geopark' di Langkawi telah mendapat pengiktirafan daripada UNESCO (3.96) mendapat skor kepuasan yang rendah.

Jadual 4.5: Kepuasan Pelancong Terhadap Ecotourism di Langkawi

Aspek yang dinilai	Kekerapan (Peratus)					Min (Sp)
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju	
Salah satu tarikan pelancongan ke Langkawi adalah keindahan alam semula jadinya	3 (2.0%)	5 (3.3%)	3 (2.0%)	38 (25.3%)	101 (67.3%)	4.53 (0.86)
Langkawi mempunyai banyak buah pulau yang menarik untuk dikunjungi	-	1 (0.7%)	19 (12.9%)	54 (36.7%)	73 (49.7%)	4.35 (0.73)
'Geopark' merupakan satu konsep pelancongan alternatif yang baru mendapat tarikan pelancong	1 (0.7%)	8 (5.3%)	19 (12.7%)	43 (28.7%)	79 (52.7%)	4.27 (0.93)
Geopark' di Langkawi telah mendapat pengiktirafan daripada UNESCO	3 (2.1%)	9 (6.0%)	30 (20.5%)	53 (36.3%)	51 (34.9%)	3.96 (0.99)

Penubuhan 'geopark' bertujuan melindungi sumber alam dari segi geologi, ekologi dan arkeologi	3 (2.0%)	3 (2.0%)	15 (10.0%)	45 (30.0%)	84 (56.0%)	4.36 (0.89)
Pantai di Langkawi adalah salah satu pantai yang tercantik di Malaysia	3 (2.0%)	5 (3.3%)	8 (5.3%)	28 (18.7%)	106 (70.7%)	4.53 (0.90)
Langkawi adalah salah satu destinasi eco-pelancongan yang menarik di Malaysia	5 (3.3%)	5 (3.3%)	14 (9.3%)	40 (26.7%)	86 (57.3%)	4.31 (1.00)
Pelancong suka melawat air terjun, pantai, tasik dan gua sebagai destinasi utama mereka	1 (0.7%)	4 (2.7%)	5 (3.3%)	50 (33.6%)	90 (60.0%)	4.49 (0.75)
Pulau Payar adalah taman laut yang popular dan sangat sesuai untuk aktiviti menyelam.	2 (1.3%)	8 (5.4%)	37 (24.8%)	33 (22.1%)	69 (46.3%)	4.01 (1.02)
Langkawi seharusnya mengekalkan paya bakau bagi mengelakkan hakisan pantai berlaku	3 (2.0%)	3 (2.0%)	23 (15.3%)	41 (27.3%)	80 (53.3%)	4.28 (0.93)

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.5

4.4.3 Kemudahan Awam Dan Infrastruktur

Majoriti responden berpuas hati dengan kemudahan awam di Langkawi. Jadual 4.6 menunjukkan perincian penilaian responden mengikut aspek-aspek seperti Langkawi mempunyai kemudahan penginapan yang terbaik; Kebanyakan hotel dan resort di Langkawi menawarkan aktiviti sukan rekreasi; Kebanyakan hotel di Langkawi mempunyai pusat SPA; Hotel di Langkawi menawarkan harga yang berpatutan; Pelancong boleh menikmati makanan halal di kebanyakan restoran di Langkawi. Di Langkawi juga

mempunyai sistem pengangkutan yang baik dan mencukupi semasa musim percutian; Terdapat banyak jadual penerbangan daripada Kuala Lumpur ke Langkawi; Jadual feri daripada Kuala Kedah dan Kuala Perlis mengikut masa yang ditetapkan; Hotel lima bintang di Langkawi memenuhi standard antarabangsa; Terminal Feri di Bandar Kuah mempunyai tempat menunggu yang selesa.

Dapatan kajian seperti di Jadual 4.6 menunjukkan majoriti responden memberi skor kepuasan (min) yang tinggi terhadap item dalam aspek ini. Responden memberikan skor min tertinggi bagi item Langkawi mempunyai kemudahan penginapan yang terbaik (4.63), terdapat banyak jadual penerbangan daripada Kuala Lumpur ke Langkawi (4.51), hotel lima bintang di Langkawi memenuhi standard antarabangsa (4.39) manakala item yang paling rendah pula adalah jadual feri daripada Kuala Kedah dan Kuala Perlis mengikut masa yang ditetapkan (3.70), Pelancong boleh mendapat kemudahan untuk menikmati makanan halal di kebanyakan restoran di Langkawi (3.78) dan Terminal Feri di Bandar Kuah mempunyai tempat menunggu yang selesa (3.79).

Jadual 4.6: Kepuasan Pelancong Terhadap Kemudahan Awam di Langkawi

Aspek yang dinilai	Kekerapan (Peratus)					Min (Sp)
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju	
Langkawi mempunyai kemudahan penginapan yang terbaik	3 (2.0%)	-	38 (25.3%)	38 (25.3%)	100 (66.7%)	4.63 (0.92)
Kebanyakan hotel dan resort di Langkawi menawarkan aktiviti sukan rekreasi	7 (4.7%)	7 (4.7%)	12 (8.0%)	84 (56.0%)	40 (26.7%)	3.95 (0.98)
Kebanyakan hotel di Langkawi mempunyai pusat Spa.	2 (1.3%)	5 (3.3%)	18 (12.0%)	71 (47.3%)	54 (36.0%)	4.13 (0.85)
Hotel di Langkawi menawarkan harga yang berpatutan	2 (1.3%)	-	16 (10.7%)	53 (35.3%)	79 (52.7%)	4.38 (0.78)
Pelancong boleh menikmati makanan halal di kebanyakan restoran di Langkawi	2 (1.3%)	4 (2.7%)	66 (44.0%)	31 (20.7%)	47 (31.3%)	3.78 (0.97)
Langkawi mempunyai pengangkutan yang baik dan mencukupi	6 (4.0%)	5 (3.3%)	14 (9.3%)	60 (40.0%)	65 (43.3%)	4.15 (1.00)
Terdapat banyak jadual penerbangan daripada Kuala Lumpur ke Langkawi	-	4 (2.7%)	6 (4.0%)	50 (33.3%)	90 (60.0%)	4.51 (0.70)
Jadual feri daripada Kuala Kedah dan Kuala Perlis mengikut masa yang ditetapkan	2 (1.4%)	2 (1.4%)	63 (43.4%)	49 (33.8%)	29 (20.0%)	3.70 (0.85)
Hotel lima bintang di Langkawi memenuhi standard antarabangsa	2 (1.3%)	1 (0.7%)	17 (11.3%)	46 (30.7%)	84 (56.0%)	4.39 (0.82)
Terminal Feri di Bandar Kuah mempunyai tempat menunggu yang selesa	2 (1.4%)	9 (6.2%)	46 (31.7%)	48 (33.1%)	40 (27.6%)	3.79 (0.96)

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.6

Kepuasan pelancong terhadap infrastruktur di Langkawi dalam Jadual 4.7 menggambarkan bahawa secara keseluruhannya, responden berpuas hati dengan infrastruktur yang ada di Langkawi. Ini jelas dilihat menerusi skor min yang diperolehi oleh skor min yang melebihi 4.0 *Ranking* item dimulai dengan Lapangan terbang di Langkawi bertaraf antarabangsa dan bebas cukai (4.54), Lapangan terbang Langkawi menjadi pintu masuk utama pelancong antarabangsa (4.53),

Di samping itu Langkawi mempunyai sistem telekomunikasi yang baik (4.44), Sistem pembetungan di Langkawi hendaklah berpusat dan air kumbahan tidak dibenarkan dibuang terus ke laut (4.43), Terminal feri di Jeti Kuah mempunyai kemudahan ruang menunggu yang selesa kepada pelancong (4.31), Sistem jalanraya di Langkawi selamat untuk digunakan oleh pelancong (4.31), Siar kaki disediakan di sepanjang jalan raya di kawasan Pantai Chenang untuk kegunaan pelancong berjalan kaki membeli belah di kedai-kedai yang terdapat di kawasan tersebut. (4.31), Perkhidmatan infrastruktur di Langkawi mampu menyokong aktiviti industri pelancongan (4.29), Semua kawasan pelancongan di Langkawi boleh dihubungi dengan jalan raya (4.25), Langkawi mempunyai infrastruktur yang baik (4.12).

Jadual 4.7: Kepuasan Pelancong Terhadap Infrastruktur di Langkawi

Aspek yang dinilai	Kekerapan (Peratus)					Min (Sp)
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju	
Langkawi mempunyai infrastruktur yang baik	1 (0.7%)	7 (4.7%)	14 (9.3%)	79 (52.7%)	49 (32.7%)	4.12 (0.81)
Perkhidmatan infrastruktur di Langkawi mampu menyokong aktiviti industri pelancongan	3 (2.0%)	4 (2.7%)	22 (14.7%)	38 (25.3%)	83 (55.3%)	4.29 (0.95)
Sistem pembetungan di Langkawi hendaklah berpusat dan air kumbahan tidak dibenarkan dibuang terus ke laut	-	1 (0.7%)	9 (6.0%)	64 (42.7%)	76 (50.7%)	4.43 (0.64)
Sistem jalanraya di Langkawi selamat untuk digunakan oleh pelancong	3 (2.0%)	4 (2.7%)	11 (7.5%)	56 (38.1%)	73 (49.7%)	4.31 (0.90)
Semua kawasan pelancongan di Langkawi boleh dihubungi dengan jalan raya	3 (2.0%)	3 (2.0%)	23 (15.3%)	46 (30.7%)	75 (50.0%)	4.25 (0.93)
Siar kaki disediakan di sepanjang jalanraya kawasan Pantai Cenang untuk kegunaan pelancong.	1 (0.7%)	7 (4.8%)	16 (10.9%)	44 (29.9%)	79 (53.7%)	4.31 (0.90)
Lapangan terbang di Langkawi bertaraf antarabangsa dan bebas cukai	-	1 (0.7%)	10 (6.7%)	46 (30.7%)	93 (62.0%)	4.54 (0.65)
Lapangan terbang Langkawi menjadi pintu masuk utama pelancong antarabangsa	-	4 (2.7%)	11 (7.3%)	37 (24.7%)	98 (65.3%)	4.53 (0.65)
Terminal feri di Jeti Kuah mempunyai kemudahan yang selesa kepada pelancong	1 (0.7%)	6 (4.1%)	20 (13.3%)	40 (27.2%)	80 (54.4%)	4.31 (0.90)
Langkawi mempunyai sistem telekomunikasi yang baik.	-	4 (2.7%)	7 (4.7%)	58 (38.7%)	81 (54.0%)	4.44 (0.71)

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.7

4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam kajian ini dipecahkan seperti berikut:

4.5.1 Pengujian Hipotesis 1

Ho1: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor jantina.

Ha1: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor jantina.

Ujian *t* test dijalankan untuk mengenalpasti kaitan antara faktor jantina dengan kepuasan pelancong. Jadual 4.8 menunjukkan keputusan ujian *t*-test. Keputusan ujian *t*-test memperolehi nilai signifikan adalah 0.762. Nilai ini adalah lebih besar dari nilai aras keertian yang dipilih iaitu 0.05. Maka dengan itu, hipotesis alternative (*H_a*) di tolak dan hipotesis null (*H_o*) diterima. Dengan ini menunjukkan tidak terdapat perbezaan antara lelaki dan perempuan dalam kepuasan melancong di Langkawi.

Jadual 4.8: Ujian-*t* antara Jantina dengan Kepuasan Pelancong

Jantina (α_1)	N	Mean	Std. Deviation	signifikan
Lelaki	64	4.29	0.38	0.762
Perempuan	68	4.27	0.29	

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.8

4.5.2 Pengujian Hipotesis 2

Ho2: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor umur

Ha2: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor umur

Ujian Anova pula dijalankan untuk mengenalpasti kaitan antara faktor umur dengan kepuasan pelancong. Jadual 4.9 menunjukkan keputusan ujian Anova nilai signifikan adalah 0.112. Nilai ini adalah tidak signifikan pada aras keertian 0.05. Maka dengan itu hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Kesimpulannya tidak terdapat kaitan diantara faktor umur dengan kepuasan melancong di Langkawi

Jadual 4. 9: Kaitan antara Faktor Umur dengan Kepuasan Pelancong

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.787	4	.197	1.916	.112
Within Groups	12.528	122	.103		
Total	13.315	126			

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.9

4.5.3 Pengujian Hipotesis 3

Ho3: Tidak terdapat kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan negara asal pelancong.

Ha3: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan negara asal pelancong.

Ujian Anova sekali lagi dijalankan untuk menguji samada terdapat atau tidak perkaitan di antara faktor negara pelancong dengan kepuasan pelancong. Keputusan ujian Anova seperti di Jadual 4.10 menunjukkan nilai signifikan untuk faktor itu ialah 0.987. Nilai ini adalah tidak signifikan pada aras keertian 0.05. Maka dengan itu hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Dengan ini menunjukkan bahawa tidak terdapat perkaitan diantara faktor negara asal pelancong dengan kepuasan melancong.

Jadual 4.10 : Kaitan Antara Faktor Negara Pelancong Dengan Kepuasan Pelancong

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.073	5	.015	.125	.987
Within Groups	14.626	126	.116		
Total	14.699	131			

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.10

4.5.4 Pengujian Hipotesis 4

Ho4: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor kahwin.

Ha4: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor kahwin

Jadual 4.11 menunjukkan keputusan ujian Anova. Ujian tersebut dijalankan untuk menentukan samada terdapat atau tidak perkaitan di antara faktor kahwin dengan kepuasan pelancong. Keputusan ujian Anova mendapati nilai signifikan untuk faktor itu ialah 0.669. Nilai ini adalah lebih besar dari aras keertian 0.05. Maka dengan itu hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Dengan ini menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong berdasarkan faktor kahwin.

Jadual 4.11: Kaitan antara Faktor Kahwin dengan Kepuasan Pelancong

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.091	2	.046	.403	.669
Within Groups	14.608	129	.113		
Total	14.699	131			

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.11

4.5.5 Pengujian Hipotesis 5

Ho5: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pendidikan.

Ha5: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pendidikan.

Jadual 4.12 menunjukkan keputusan ujian Anova. Keputusan ujian anova itu memperolehi nilai signifikan adalah 0.385. Nilai ini adalah lebih besar dari nilai aras keertian yang dipilih iaitu 0.05. Maka dengan itu hipotesis alternatif (Ha) ditolak dan hipotesis null (Ho) diterima. Keputusan ini menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong berdasarkan faktor pendidikan.

Jadual 4.12: Kaitan antara Faktor Pendidikan dengan Kepuasan Pelancong

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.470	4	.117	1.048	.385
Within Groups	14.229	127	.112		
Total	14.699	131			

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.12

4.5.6 Pengujian Hipotesis 6

Ho6: Tidak terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pekerjaan.

Ha6: Terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan faktor pekerjaan.

Keputusan ujian Anova mendapati nilai signifikan adalah 0.033. Nilai ini adalah lebih kecil dari nilai aras keertian yang dipilih, 0.05. Maka dengan itu, hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis null (Ho) di tolak. Dengan ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan kepuasan melancong berdasarkan golongan pekerjaan yang mana golongan peniaga dan perkeranian didapati lebih berpuas hati berbanding dengan golongan artis dan profesional.

Jadual 4.13: Kaitan antara Faktor Pekerjaan dengan Kepuasan Pelancong

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.382	6	.230	2.392	.033
Within Groups	10.494	109	.096		
Total	11.875	115			

Student-Newman-Keuls

Pekerjaan	N	Subset for alpha = .05	
		1	2
Artis	4	3.9650	
Profesional- akauntan, arkitek	41	4.2302	4.2302
Pegawai- pentadbiran, pengurusan	20	4.2590	4.2590
Pendidik	19	4.2821	4.2821
Tidak bekerja- pelajar, pesara, surirumah	10	4.2880	4.2880
Perkeranian	12	4.3550	4.3550
Berniaga	10		4.5640
Sig.		.051	.140

Sumber: Soal Selidik, Lampiran 4.13

4.6 Rumusan

Bab ini telah menerangkan berkenaan dengan analisis terhadap keputusan yang di perolehi dalam kajian. Secara umumnya kajian ini telah membincangkan taburan-taburan demografi, kepuasan responden terhadap perancangan pembangunan, produk pelancongan, ecotorism, kemudahan awam dan infrastruktur di Langkawi. Ukuran ke atas kepuasan pelancong menggunakan skor responden terhadap pembolehubah iaitu skor min dan peratus bagi pembolehubah. Ujian *t test* dan *anova* pula digunakan untuk melihat perbezaan dalam kumpulan.

BAB LIMA

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 Pendahuluan

Bab ini merupakan bab yang terakhir dalam kajian ini yang membincangkan tentang dapatan yang diperolehi berdasarkan kepada keputusan ujian ke atas persoalan dan hipotesis kajian yang telah dibina. Hasil kajian ini menjelaskan sama ada objektif kajian dapat dicapai atau sebaliknya. Selain itu, bab ini juga cuba untuk mengemukakan cadangan kepada pihak kerajaan di samping mencadangkan kajian penyelidikan pada masa hadapan.

5.2 Kesimpulan

Pada bahagian berikut dikemukakan kesimpulan deskriptif dan kesimpulan ujian hipotesis.

5.2.1 Kesimpulan Deskriptif

a) Profil Pelancong

Dari huraian analisis deskriptif dari bab sebelumnya di bahagian latar belakang demografi responden dapat

dinyatakan bahawa secara amnya pelancong yang datang ke Langkawi adalah terdiri dari pelbagai bangsa dan negara, berbeza latarbelakang pendidikan, berada dalam lingkungan umur antara 19 tahun ke 52 tahun dan terdiri dari pelbagai golongan pekerjaan. Kajian ini juga mendapati ramai responden yang datang dari Langkawi berpurata umur 36 tahun, telah berkahwin dan dari kalangan negara ASEAN, Eropah dan Amerika Syarikat.

b) Maklumat Pelancongan

Dari huraian analisis deskriptif dari bab sebelumnya di bahagian maklumat pelancongan, kajian ini mendapati lebih dari separuh pelancong pernah datang ke Langkawi sama ada sekali, dua kali atau tiga kali. Kajian ini juga memaparkan majoriti dari pelancong yang datang ke Langkawi menginap di hotel yang mewah iaitu menginap di hotel bertaraf lima (5) bintang atau empat (4) bintang. Kajian juga menunjukkan majoriti pelancong berbelanja di Langkawi di bawah 5,000US. Hasil kajian juga menunjukkan pelancong mendapat maklumat mengenai Langkawi melalui internet dan kawan-kawan. Di samping itu, kajian ini juga mendapati produk pelancongan yang paling menarik pelancong adalah kereta kabel dan underwater world.

c) Perancangan Pembangunan Langkawi

Secara umumnya, penilaian pelancong terhadap perancangan pembangunan di Langkawi menunjukkan kebanyakan responden berpuas hati dengan perancangan pembangunan yang dirangka di Langkawi. Keputusan kajian mendapati antara item paling tinggi dipersetujui oleh pelancong adalah item pembangunan pelancongan berkonsepkan Islam berjaya menarik pelancong, pembangunan di Langkawi berjaya mengekalkan keaslian dan keindahan alam dan konsep pembangunan di Langkawi berbeza dengan konsep pembangunan di pulau-pulau lain di Asia. Sementara item Langkawi dibangunkan mengikut pelan perancangan paling rendah tahap persetujuannya, dan diikuti oleh Langkawi memperkenalkan pembangunan industri pelancongan tanpa pusat hiburan dan pembangunan industri pelancongan di Langkawi berjaya menaikkan tahap sosial ekonomi penduduk.

d) Produk Pelancongan dan *Eco-tourism*

Seterusnya kajian ini juga mendapati majoriti pelancong berpuas hati terhadap produk pelancongan yang ada di Langkawi. Di samping itu pelancong juga boleh membuat pilihan kerana terdapat banyak produk pelancong di Langkawi,

Kajian menunjukkan item pelancongan boleh mendapat berbagai-bagai jenis makanan laut di restoran kawasan Pantai Chenang mendahului item lain dan diikuti oleh pengunjung berpeluang menikmati keindahan alam sekitar Pulau Langkawi apabila mereka menaiki kereta kabel, pelancong boleh melihat hidupan liar seperti mamalia, reptilia dan hidupan liar sekiranya mereka mengunjungi Taman Hidupan Liar dan Langkawi mempunyai banyak produk pelancongan. Manakala kebanyakan produk pelancongan di Langkawi sangat menarik berada di *ranking* yang rendah sekali.

Kajian ini juga menunjukkan kebanyakan pelancong berpuas hati dengan ecotourism di Langkawi. Item salah satu tarikan pelancongan ke Langkawi adalah keindahan alam semula jadinya memperoleh skor min tertinggi, diikuti oleh item pantai di Langkawi adalah salah satu pantai yang tercantik di Malaysia, pelancong suka melawat air terjun, pantai, tasik dan gua sebagai destinasi utama mereka dan penubuhan 'geopark' bertujuan melindungi sumber alam dari segi geologi, ekologi dan arkeologi. Item Geopark' di Langkawi telah mendapat pengiktirafan daripada UNESCO mendapat skor kepuasan yang rendah.

e) **Kemudahan Awam Dan Infrastruktur**

Majoriti pelancong berpuas hati dengan kemudahan awam di Langkawi. Pelancong memberikan skor min tertinggi bagi item Langkawi mempunyai kemudahan penginapan yang terbaik, terdapat banyak jadual penerbangan daripada Kuala Lumpur ke Langkawi dan Hotel lima bintang di Langkawi memenuhi standard antarabangsa manakala item yang paling rendah pula adalah jadual feri daripada Kuala Kedah dan Kuala Perlis mengikut masa yang ditetapkan, pelancong boleh menikmati makanan halal di restoran dan Terminal Feri di Bandar Kuah mempunyai tempat menunggu yang selesa

Secara keseluruhannya, pelancong berpuas hati dengan infrastruktur yang ada di langkawi. *Ranking* item dimulai dengan Lapangan terbang di Langkawi bertaraf antarabangsa dan bebas cukai, Lapangan terbang Langkawi menjadi pintu masuk utama pelancong antarabangsa dan Langkawi mempunyai sistem telekomunikasi yang baik.

5.2.2 Kesimpulan Ujian Hipotesis

Beberapa kesimpulan dapat dirumuskan dari kajian ini. Kesimpulan pertama ialah tidak terdapat perbezaan antara lelaki dan perempuan dalam kepuasan melancong di Langkawi. Kedua, faktor umur tidak mempengaruhi kepuasan melancong di Langkawi. Ketiga, faktor negara pelancong juga tidak mempengaruhi kepuasan melancong. Keempat, faktor berkahwin atau tidak juga tidak membezakan kepuasan melancong di Langkawi. Kelima, kepuasan melancong juga tidak berdasarkan faktor pendidikan. Keenam, terdapat perbezaan kepuasan melancong di Langkawi berdasarkan golongan pekerjaan, yang mana golongan peniaga dan perkeranian didapati lebih berpuas hati berbanding dengan golongan artis dan profesional bila melancong ke Langkawi.

5.3 Cadangan

Cadangan berikut dikemukakan kepada pihak kerajaan dan pengkaji akan datang.

5.3.1 Cadangan Kepada Pihak Kerajaan

- i. Pembangunan pelancongan berkonsepkan Islam telah berjaya menarik pelancong ke Langkawi, justeru itu pihak kerajaan

seharusnya mengekalkan konsep tersebut dan menghindarkan dari membangunkan pusat-pusat hiburan dan perjudian.

- ii. Langkawi juga harus dibangunkan tanpa merosakkan alam sekitar, tanpa tebus guna laut dan tanpa bangunan mencakar langit untuk mengekalkan keindahan semulajadi.
- iii. Pulau, laut, pantai, tasik disekitar Langkawi boleh dibangunkan tetapi harus dipastikan ianya tidak mencemarkan sumber alam dari segi geologi, ekologi dan arkeologi.
- iv. Pelan pembangunan yang dirancang di Langkawi seharusnya mengekalkan keaslian dan keindahan alam semulajadi dan reka bentuk bangunan tradisional.
- v. Langkawi harus dibangunkan dengan pelbagai produk pelancongan bersama sekali dengan kualiti produk itu.
- vi. Perkhidmatan feri haruslah sentiasa cekap, tepat dan selamat.

5.3.2 Cadangan Kepada Pengkaji Akan Datang

- i. Dalam kajian ini, pembolehubah bebas yang digunakan untuk menguji hipotesis hanya terdiri dari latar belakang demografi

sahaja, adalah dicadangkan agar pengkaji akan datang memperbanyakkan lagi pemboleh ubah yang dikaji.

- ii. Aspek yang mungkin perlu dibaiki dalam kajian akan datang ialah penggunaan soal selidik bagi mengumpul data dan maklumat. Kaedah tinjauan dengan menggunakan soal selidik seperti yang digunakan dalam kajian ini mungkin boleh digantikan dengan kaedah temuduga untuk mengelak daripada responden mengisi borang soal selidik secara tidak serius, tidak jujur atau kemungkinan meniru daripada responden lain.
- iii. Pengkaji mencadangkan agar penyelidik akan datang mengkaji dalam skop yang lebih luas bukan hanya menumpukan kepada beberapa faktor sahaja.
- iv. Pengkaji akan datang juga diharapkan dapat mengambil sampel yang lebih banyak.
- v. Segala kelemahan dalam kajian ini diharap dapat diatasi dan kelebihannya pula diambil sebagai rujukan.

5.4 Penutup

Kajian ini telah memenuhi kesemua objektif-objektif yang telah ditetapkan dalam bab yang pertama. Secara ringkasnya hasil kajian mendapati bahawa pelancong yang datang ke Langkawi adalah terdiri dari kalangan negara ASEAN, Eropah dan Amerika Syarikat, berpurata umur 36 tahun dan telah berkahwin. Kajian ini juga mendapati pelancong pernah datang ke Langkawi sebelum ini, menginap di hotel yang mewah, berbelanja di Langkawi sekitar 5,000US dan ke bawah, mendapat maklumat mengenai Langkawi melalui internet dan kawan-kawan. Kajian juga mendapati produk pelancongan yang paling menarik pelancong adalah kereta kabel dan underwater world. Seterusnya kajian ini mendapati majoriti pelancong berpuas hati terhadap perancangan pembangunan, produk pelancongan, ecotourism, kemudahan awam dan infrastruktur di Langkawi. Sementara itu, kepuasan pelancong tidak dibezakan oleh faktor jantina, umur, negara asal, status kahwin dan pendidikan, tetapi ianya dibezakan oleh faktor pekerjaan.