

PELANCONG KE LABUAN : MELANCONG ATAU MEMBELI-BELAH?

*Arsiah Hj. Bahron**

PENDAHULUAN DAN LATARBELAKANG LABUAN

Wilayah Persekutuan Labuan ialah sebuah pulau yang terletak lebih kurang 123 kilometer dari bandar Kota Kinabalu dan berhampiran dengan Negara Brunei Darussalam. Ia mempunyai keluasan 92 kilometer persegi dan jumlah penduduk lebih kurang 50,000 orang yang terdiri dari berbilang suku kaum. Labuan terdiri dari tujuh buah pulau iaitu Pulau Labuan, Dahat, Kuraman, Papan, Rusukan Besar, Rusukan Kecil dan Pulau Burung. Mengikut sejarah, Labuan pada asalnya diperintah oleh Kesultanan Brunei dan pada 24 Disember 1846, ia telah dihadiahkan kepada British sebagai hadiah Krismas dan James Brooke menjadi gabenor pertama pulau itu. British telah menggunakan pulau Labuan bukan hanya untuk perdagangan tetapi juga untuk mengawal lanun di perairan berdekatan.

Pada tahun 1848, pihak British telah menjadikan Labuan sebagai sebuah pelabuhan bebas untuk menggalakkan dagangan di pulau berkenaan tetapi statusnya sebagai pelabuhan bebas tidak dapat bertahan kerana para pedagang British lebih banyak menggunakan Sandakan sebagai pusat perniagaan mereka. Pada 1 September 1956, Labuan telah dijadikan semula sebagai pelabuhan bebas cukai. Pada 16 April 1984, pulau Labuan telah diumumkan menjadi Wilayah Persekutuan dan ia telah

* *Puan Arsiyah Bahron ialah Pemangku Dekan di Sekolah Perniagaan dan Ekonomi, Universiti Malaysia Sabah.*

diisytiharkan sebagai Pusat Kewangan Luar Pesisir Antarabangsa (IOFC) pada 1 Oktober 1990. Usaha ke arah menjadikan Labuan sebagai IOFC bermula pada tahun 1984 lagi setelah kerajaan mengenal pasti kedudukan strategik Labuan dalam haluan perkapalan dan kawasan minyak dan gas luar pesisir.

Ini merupakan objektif utama dalam pembangunan Labuan. Pada hari ini, Labuan ialah sebuah pulau bebas cukai dengan beberapa tempat pelancongan dan pusat kegiatan utama minyak dan gas. Aktiviti pelancongan telah cuba ditonjolkan di pulau ini sesuai dengan statusnya sebagai pulau bebas cukai dan potensinya untuk dibangunkan sebagai sebuah kawasan pelancongan yang utama. Kerajaan melalui Lembaga Pembangunan Labuan (LDA) telah berusaha membangunkan Labuan sebagai sebuah destinasi pelancongan yang utama di samping objektif utama yang disebutkan tadi (Malaysia, 1993).

PERSOALAN KAJIAN

Pada masa ini pelancongan telah berkembang dengan amat pesat di Malaysia amnya dan Labuan khususnya. Pengisytiharan Labuan sebagai Pulau Bebas Cukai (PBC) telah membuka satu lembaran baru dalam memajukan pulau tersebut sebagai destinasi pelancongan yang utama. Industri pelancongan di Labuan memang diharapkan dapat memberikan pendapatan kepada sektor-sektor sokongan di Labuan. Pelancong yang datang ke Labuan dijangka akan membawa masuk wang ke pulau ini. Namun, masih tidak dapat diketahui sama ada mereka betul-betul berbelanja ketika berada di sini. Kajian perlu dibuat bagi mengenal pasti potensi pelancong membelanjakan wang untuk membeli-belah di Labuan. Adakah mereka datang untuk berehat dan melawat, atau adakah mereka datang untuk membelanjakan wang mereka. Jika mereka berbelanja pula, di manakah wang itu dibelanjakan. Apakah produk yang mereka suka beli. Adakah pilihan yang ada di Labuan mencukupi untuk

memenuhi permintaan para pelancong? Inilah beberapa persoalan yang cuba didedahkan oleh kertas kerja ini.

OBJEKTIF

Kertas ini bertujuan untuk melihat tren atau pola asas perbelanjaan pelancong yang datang ke Labuan. Ia juga akan mengenal pasti sektor yang paling banyak menghasilkan input kewangan bagi Labuan dan sektor manakah yang perlu diperbaiki dan dipertingkatkan. Melihat pola membeli-belah pelancong dengan mengenal pasti jenis produk yang paling digemari dan dibeli dengan banyaknya oleh para pelancong. Pola ini akan dilihat daripada beberapa latarbelakang demografi pelancong yang berbeza.

DEFINISI KONSEP

Pelancong

Oxford English Dictionary mendefinisikan pelancong sebagai "... seorang yang melakukan lawatan atau lawatan-lawatan; terutamanya seorang yang melakukan untuk rekreasi; seorang yang melakukan perjalanan untuk berseronok atau tujuan kebudayaan, melawat tempat yang menarik, pemandangan yang menarik dan seumpamanya" (*Dalam Mathieson dan Wall, 1982*).

Sementara itu, Pertubuhan Bangsa-bangsa Bersatu (PBB) dalam persidangan mengenai pengembaraan dan pelancongan di Rome pada tahun 1963 telah menakrifkan pelancong seperti berikut :

Pelancong sebagai pelawat sementara yang tinggal paling kurang 24 jam di negara yang dilawatinya dengan tujuan lawatan seperti berikut : 1) mengisi masa lapang (rekreasi, bercuti, kesihatan, belajar, agama dan sukan); 2) perniagaan, keluarga, misi dan mesyuarat. (Cohen, 1970 : 530)

Oleh itu dapat disimpulkan bahawa pelancong adalah seorang yang melakukan perjalanan sementara dari daerah kediamannya untuk melawat tempat lain dan tinggal paling kurang 24 jam di destinasi yang dilawatinya. Tujuan lawatannya itu boleh jadi bersifat formal atau tidak formal.

Bagi maksud kajian ini, pelancong ialah siapa saja yang pergi ke Labuan untuk tujuan informal dan formal dan tinggal sekurang-kurangnya satu hari sama ada dari dalam atau luar Malaysia.

Perbelanjaan Pelancong

Matelka (1990) mendefinisikan perbelanjaan pelancong sebagai “sejumlah wang yang dibelanjakan oleh pelancong untuk barangan atau perkhidmatan sepanjang tempoh perjalanannya. Perbelanjaan mungkin dikira ketika berada di destinasi yang ditujuinya. Perbelanjaan pelancong semasa tempoh lawatannya termasuk pengangkutan, rumah tumpangan, makanan, cenderamata dan makanan”.

SKOP PERBINCANGAN

Skop perbincangan ini dilihat dari beberapa sudut. Pertama, pelancong yang diambil sebagai responden mestilah tinggal sekurang-kurangnya sehari di Labuan. Kedua, tren perbelanjaan akan mengambil kira jenis sektor sokongan pelancongan yang dilibatkan. Perbelanjaan yang dikira ialah perbelanjaan yang dibuat setelah menjejak kaki ke Labuan (tidak termasuk tambang-menambang pergi dan balik ke Labuan). Kajian ini juga akan mengambil kira tren membeli-belah secara terperinci. Namun, perbincangan tidak akan memfokus kepada tren kehadiran pelancong di Labuan. Ketiga, skop masa yang diliputi kajian ini ialah awal tahun 1995 dan pertengahan tahun 1997.

Perbincangan ini akan dibahagikan kepada dua bahagian utama iaitu bahagian pertama yang akan membincangkan potensi berbelanja para pelancong iaitu hasil kajian yang dilakukan pada

tahun 1995; bahagian kedua akan membincangkan pola perbelanjaan pelancong dalam sektor membeli-belah.

METOD KAJIAN

Dua kajian telah dijalankan dalam menghasilkan kertas kerja ini. Kajian pertama dilakukan pada awal tahun 1995 yang akan melihat potensi berbelanja ataupun dengan kata lain di sektor manakah para pelancong membelanjakan wang mereka semasa berada di Labuan. Kajian kedua dilakukan pada pertengahan tahun 1997 yang melihat secara terperinci pola perbelanjaan para pelancong mengikut faktor demografi yang berbeza. Kedua-dua kajian adalah berbentuk kajian menggunakan data prima yang dikutip di lapangan. Alat kajian yang digunakan ialah soal-selidik yang ditujukan kepada para pelancong yang menjadi responden.

BAHAGIAN A : POLA BERBELANJA PARA PELANCONG

Persampelan

Bagi kajian pertama, persampelan yang digunakan ialah kaedah persampelan 'convenient'. Para responden dipilih di dua tempat masuk utama pelancong ke Labuan iaitu di lapangan terbang Labuan dan jeti Labuan. Seramai 274 orang responden telah dipilih dan latar belakang mereka adalah seperti berikut.

Latarbelakang Responden Jantina / Umur / Status Perkahwinan

Responden terdiri daripada 70.4 peratus lelaki dan 29.4 peratus perempuan. 8Dari segi umur pula, 5.26 peratus responden berumur di antara 14-19 tahun; 14.96 peratus berumur antara 20-24 tahun; 18.61 peratus antara 25-29 tahun; 19.70 peratus antara 30-34 tahun; 14.23 peratus antara 35-39 tahun; 9.48

peratus antara 40-44 tahun; 8.75 peratus antara 45-49 tahun; 3.28 peratus antara 50-54 tahun; dan 2.91 peratus melebihi 54 tahun. Kebanyakan responden sudah berkahwin (59.1 peratus), bujang (35.8 peratus) dan janda / duda (2.6 peratus).

Tempat Asal Responden

Kebanyakan responden berasal dari Sabah (40.9 peratus), Semenanjung Malaysia (24.8 peratus), Sarawak (10.2 peratus) dan pelancong luar negara (8.8 peratus). Pelancong dari Sabah kebanyakannya dari Kota Kinabalu dan Manumbok. Pelancong dari Semenanjung kebanyakannya dari Kuala Lumpur, Johor, Perak dan Kedah. Pelancong luar negara pula, kebanyakannya dari Brunei (21.5 peratus), Singapura (28.9 peratus), Jepun (11.6 peratus), Filipina (8.7 peratus) dan United Kingdom (5.8 peratus). Negara-negara lain ialah Indonesia, New Zealand, Jerman dan Iran.

Tujuan dan Tempoh Lawatan ke Labuan

Tujuan lawatan responden ke Labuan juga direkodkan seperti berikut : Bercuti (37.59 peratus); Perniagaan (24.81 peratus); Melawat saudara-mara (15.32 peratus); Membeli-belah (8.39 peratus); Konvensyen (6.93 peratus) dan lain-lain (6.93 peratus).

Kebanyakan responden datang ke Labuan secara berkumpulan di antara 6-10 orang dan kebanyakannya pula datang bersama keluarga.

Dilihat dari segi tempoh lawatan pula, 40.9 peratus menghabiskan masa selama 1-5 hari di Labuan, 35.0 peratus 6-10 hari, 13.9 peratus 11-15 hari, 6.6 peratus 16-20 hari dan melebihi 20 hari seramai 3.3 peratus responden.

PEMBENTANGAN HASIL DAN PERBINCANGAN

Secara keseluruhannya pola perbelanjaan pelancong mengikut peratus jumlah wang yang dibelanjakan ditunjukkan pada Jadual 1.

Jadual 1

Pola perbelanjaan Pelancong Mengikut Peratus Jumlah Wang yang dibelanjakan

Tujuan	<25		25-50		51-75		76-100		Jumlah	
	Bil.	%	Bil.	%	Bil.	%	Bil.	%	Bil.	%
Membeli-belah	48	26.7	65	36.1	47	26.1	20	11.0	180	100
Penginapan	64	60.3	38	35.8	4	3.7	0	0	106	100
Melawat tempat menarik	34	85.0	4	10.0	2	5.0	0	0	40	100
Hiburan	4	85.7	6	10.7	2	3.6	0	0	56	100
Makan/minum	156	90.7	14	8.1	2	1.2	0	0	172	100
Pengangkutan	68	95.8	3	1.1	0	0	0	0	71	100

Jadual 2

Pola Perbelanjaan Pelancong Mengikut Purata Peratus Jumlah Wang Yang Dibelanjakan

Tujuan	Purata Peratus
Membeli-belah	42.92
Penginapan	23.35
Melawat tempat menarik	17.50
Hiburan	16.96
Makan/minum	15.12
Pengangkutan	13.56

MEMBELI-BELAH

Bagi tujuan membeli-belah, item yang paling popular di kalangan responden ialah tekstil, rokok, minuman keras dan barangan elektrik. Mereka paling banyak membeli-belah di

Equation (4) is the matured hectarage function. Matured hectarage is a function of the price of the commodity and other exogenous variables. Equation (5) is the production equation. Production is a function of matured hectarage and other exogenous variables.

This model attempts to capture the salient features of the Sabah palm oil industry as outlined earlier. A more detailed description of the model is given in Remali (1996). The model consists of four behavioural equations, each set out in log-linear form as follows.

Following the approach of Mohammad Alias *et al* (1987), palm oil supply can be specified as

$$\log MA_t = a_0 + a_1 \log PO_{t-4} + a_2 \log CCO_{t-4} + a_3 \log W_{t-4} + a_4 \log BLR_{t-4} + \varepsilon_{1t} \quad (6)$$

Where;

- MA_t = matured hectarage
- PO_{t-4} = price of palm oil lagged 4 years (RM/Kg)
- CCO_{t-4} = price of cocoa beans lagged 4 years (RM/Kg)
- W_{t-4} = cost of labour lagged 4 years (RM/Kg)
- BLR_{t-4} = interest rate for agricultural sector lagged 4 years (%)
- ε_{1t} = Stochastic error term ($i = 1, 2, 3, 4$)

$$a_1 > 0, a_2 < 0, a_3 < 0, a_4 < 0$$

In equation (6), all the exogenous variables are lagged 4 years on the assumption that palm oil tree can produce yield about four years after planting.

Thus, the production for palm oil can be specified as:

$$\log Q_t = b_0 + b_1 \log MA_t + b_2 \log L_t + b_3 \log F_t + b_4 \text{ TIME} + \varepsilon_{2t} \quad (7)$$

Where;

- Q_t = production of palm oil (million tonnes)
- L_t = quantity of labour ('000 persons)

kedai bebas cukai (32.8 peratus), diikuti pasar raya (28.2 peratus), gerai (21.9 peratus) dan kedai-kedai (17.1 peratus).

Dari Jadual 1 dapat dilihat bahawa 11.1 peratus responden memperuntukkan lebih daripada 75 peratus untuk membeli-belah, walaupun rata-ratanya memperuntukkan antara 25-50 peratus untuk tujuan ini.

Kumpulan responden yang paling banyak (sehingga melebihi 75 peratus wang mereka) memperuntukkan wang untuk membeli-belah ialah yang tinggal di Labuan di antara 1-10 hari (70 peratus).

Satu dapatan kajian ini menunjukkan bahawa pelancong yang mempunyai pendapatan kurang daripada RM2,500 paling banyak memperuntukkan wang untuk membeli-belah. Sebagai contoh, di kalangan responden yang memperuntukkan 75 peratus untuk membeli-belah, 63.63 peratus adalah dari kalangan mereka yang berpendapatan di antara RM500.00 - RM2,500.00. Di kalangan responden yang berbelanja di antara 51-74 peratus pula, seramai 75.75 peratus adalah dari kalangan mereka yang berpendapatan kurang daripada RM500.00. Dengan kata lain, mereka yang berpendapatan agak rendah lebih banyak memperuntukkan wang mereka untuk membeli-belah di Labuan berbanding orang yang berpendapatan tinggi.

Data juga menunjukkan bahawa terdapat beberapa corak perbelanjaan mengikut tempat asal pelancong. Pelancong dari Sarawak paling banyak memperuntukkan peratus yang tinggi untuk membeli-belah, iaitu sehingga melebihi 75%. Pelancong dari Sabah pula memperuntukkan sekitar 25-50% untuk membeli-belah dan etnik dari Sabah yang paling banyak berbelanja ialah dari suku kaum Kadazan. Sementara pelancong dari Semenanjung Malaysia, kebanyakannya memperuntukkan kurang daripada 25% untuk membeli-belah.

Pelancong luar negara juga membelanjakan sejumlah wang yang banyak untuk membeli-belah khususnya pelancong dari negara Brunei. Sebanyak 50% daripada pelancong luar negara

berbelanja melebihi 50 % untuk membeli-belah. Faktor utama ini berlaku ialah nilai mata wang Malaysia yang rendah berbanding negara mereka dan terdapat banyak pilihan yang mereka boleh perolehi di Labuan berbanding di negara mereka terutamanya tekstil.

Daripada hasil kajian, didapati responden banyak mengunjungi kedai bebas cukai untuk membeli-belah dengan alasan tempat sebegini menawarkan barangan pada harga yang murah. Terdapat salah-tanggapan di kalangan mereka di sini kerana sebenarnya keseluruhan pulau Labuan adalah kawasan bebas cukai dan semua barangan yang diimport adalah bebas daripada cukai. Walau bagaimanapun ini tidak menghalang mereka dari berbelanja banyak membeli tekstil yang tidak terdapat di kedai bebas cukai. Dengan kata lain, tempat membeli-belah tidak menjadi soal yang besar. Apa yang mereka inginkan ialah mereka dapat membeli barangan yang mereka kehendaki dengan harga yang paling murah di Labuan.

Selain daripada itu, responden yang banyak membeli-belah di Labuan adalah yang tinggal di antara 1-10 hari, maka pihak pengusaha pelancongan boleh menyediakan pekej yang terbaik bagi kumpulan ini dengan mengadakan slot-slot membeli-belah yang banyak bagi para pelancong kumpulan ini.

PENGINAPAN

Kebanyakan responden menginap di hotel iaitu 60.94 peratus, rumah saudara-mara dan kawan (31.75) peratus dan rumah tumpangan lain (2.91 peratus).

Jadual 1 menunjukkan bahawa peruntukan tertinggi untuk penginapan ialah 75 peratus daripada perbelanjaan responden di Labuan. Namun rata-ratanya berbelanja kurang dari 25 peratus untuk keperluan penginapan. Ini kerana agak ramai juga yang menginap di rumah saudara-mara dan kawan.

Responden bujang lebih ramai tinggal di hotel atau rumah tumpangan. Sementara responden yang sudah berkeluarga banyak menumpang dengan saudara-mara dan kawan. Didapati juga pelancong dari Sabah dan Semenanjung paling banyak memperuntukkan wang untuk tujuan ini (sehingga 75 peratus).

MELAWAT TEMPAT MENARIK

Kebanyakan responden berbelanja kurang daripada 25 peratus untuk melawat tempat menarik di Labuan. Golongan yang paling suka dengan aktiviti ini ialah responden yang berumur kurang 25 tahun yang kebanyakannya juga merupakan pelancong kategori bujang dan pelancong yang datang untuk bercuti.

Oleh kerana tempat-tempat menarik di Labuan merupakan tarikan-tarikan semula jadi yang banyak terdapat di pulau-pulau di sekitar Labuan, maka golongan muda kebanyakannya meminati aktiviti ini. Begitu juga dengan pelancong yang bercuti di antara 1-10 hari kerana mereka memang datang ke Labuan untuk berehat dan menghabiskan masa cuti masing-masing. Oleh itu mereka dapat memberikan banyak masa untuk melihat tempat-tempat menarik di sekitar Labuan.

Namun hasil kajian menunjukkan pelancong yang datang ke Labuan tidak begitu banyak membelanjakan wang untuk melawat tempat-tempat menarik di Labuan. Ini mungkin disebabkan oleh kurangnya tempat yang boleh dikunjungi, atau tempat yang patut dilawati tidak begitu menarik para pelancong.

HIBURAN

Kumpulan responden bujang didapati paling banyak mengunjungi tempat-tempat hiburan, iaitu 19.38 peratus daripada responden kumpulan ini mencari hiburan di Labuan. Manakala responden yang telah berkahwin hanya 4.37 peratus sahaja yang mengunjungi tempat-tempat hiburan. Namun rata-rata mereka berbelanja kurang daripada 25 peratus untuk tujuan ini.

Jika dihubungkan tujuan lawatan dengan aktiviti hiburan ini, pelancong yang datang bercuti paling banyak mengunjungi dan berbelanja di tempat hiburan, diikuti oleh pelancong yang datang untuk tujuan perniagaan.

Dari segi umur pula, mereka yang berumur di antara 35 - 39 tahun yang paling ramai ke tempat-tempat tersebut.

MAKAN / MINUM

Makan / minum merupakan keperluan bagi setiap pelancong yang ke Labuan. Walaupun rata-rata pelancong berbelanja kurang daripada 25 peratus untuk tujuan ini, kebanyakan mereka mengeluarkan wang untuk tujuan ini. Sebanyak 41.7 peratus makan di restoran di bandar, 18.4 peratus yang makan di gerai-gerai, 17.2 peratus makan di hotel dan 22.3 peratus yang makan di rumah kawan.

Peruntukan paling tinggi untuk makan / minum ialah sebanyak 50 peratus iaitu mereka yang berpendapatan di antara RM500.00-RM2,500.00. Namun bilangannya tidak ramai.

PENGANGKUTAN

Pengangkutan yang dimaksudkan di sini ialah pengangkutan semasa berada di Labuan bagi membeli-belah dan melawat tempat-tempat menarik. Bagi tujuan ini, tidak banyak perbelanjaan yang dikeluarkan. Seperti yang tertera pada Jadual

1, sebanyak 95.8 peratus responden membelanjakan kurang daripada 25 peratus wang mereka untuk tujuan ini.

BAHAGIAN B: POLA MEMBELI-BELAH PARA PELANCONG

PERSAMPELAN

Seramai 200 orang pelancong telah disampel. Pemilihan dibuat menggunakan kaedah persampelan “convenient” di lapangan terbang Labuan, jeti penumpang Labuan dan di pusat bandar Labuan.

LATAR BELAKANG RESPONDEN

Tempat Asal

Pelancong teramai yang ditemu duga ialah dari Sabah (36 peratus), diikuti Sarawak dan Semenanjung Malaysia (29 peratus), negara luar (24 peratus) dan Brunei (12 peratus). Kebanyakan mereka datang bersendirian (38 peratus), bersama rakan (34 peratus) dan bersama keluarga (28 peratus).

MOD PENGANGKUTAN

Pengangkutan air melalui feri paling popular sebanyak 60 peratus, pengangkutan udara 37 peratus dan darat sebanyak tiga peratus sahaja.

POLA MEMBELI-BELAH PELANCONG

Pilihan Barangan

Pilihan pertama - Ada tiga produk utama yang menjadi pilihan utama pelancong iaitu tekstil (58.4%), barangan elektronik (50%) dan barangan sukan (43.1).

Pilihan kedua - Bagi pilihan kedua pula, yang paling popular ialah coklat sebanyak 35.1 peratus, diikuti rokok sebanyak 31.4 peratus dan alkohol sebanyak 26.1 peratus.

Pilihan ketiga - Untuk pilihan ketiga, pilihan yang paling popular ialah rokok iaitu sebanyak 23.5 peratus, diikuti wangian sebanyak 20 peratus dan alkohol sebanyak 19.6 peratus.

Susunan keutamaan pilihan barangan mengikut tempat asal pelancong ditunjukkan pada Jadual 3.

Jadual 3

Susunan Keutamaan Pilihan Barangan Mengikut Tempat Asal Pelancong

Tempat Asal	Pilihan Pertama	Pilihan Kedua	Pilihan Ketiga
Sabah	Alkohol Tekstil	Cokelat Kosmetik Rokok	-
Sarawak dan Semenanjung	Tekstil	Cokelat	Alkohol Kosmetik
Brunei	Alkohol Tekstil	-	-
Luar Negara	Cokelat Kosmetik Rokok Tekstil	Alkohol Rokok	Rokok

JUMLAH PERBELANJAAN

Jumlah perbelanjaan para pelancong rata-ratanya di bawah RM500. Jumlah perbelanjaan mereka untuk membeli-belah

ditunjukkan pada Jadual 4 mengikut pecahan tempat asal pelancong.

Jadual 4

Jumlah Perbelanjaan Pelancong Mengikut Tempat Asal

Asal	Jumlah Membeli-belah (RM)				Jumlah Baris (%)
	<200	201-500	501-1000	>1000	
Sabah	34	22	5	1	62 (36.3)
Sarawak dan Semenanjung	27	17	5	1	50 (29.2)
Brunei	10	6	5	-	21 (2.3)
Luar Negara	11	19	4	5	38 (22.2)
Jumlah Lajur (%)	82 (48.0)	63 (36.8)	19 (4.1)	7 (4.1)	171 (100.0)

Apa yang jelas dilihat dari Jadual 4 ialah para pelancong dari Brunei tidak berbelanja dengan banyak ketika berada di Labuan. Malah tidak ada daripada mereka yang berbelanja melebihi RM1000. Pelancong luar negara yang lain didapati membeli-belah dengan agak banyak.

Kajian ini juga menunjukkan bahawa walaupun hanya 12.8 peratus pelancong yang datang untuk membeli-belah, hampir keseluruhan responden membeli-belah di samping tujuan utama mereka yang lain. Ini menunjukkan bahawa membeli-belah merupakan aktiviti sampingan para pelancong dan hampir keseluruhan mereka pasti mengambil kesempatan untuk membeli-belah. Perbelanjaan membeli-belah para pelancong mengikut tujuan datang ke Labuan ditunjukkan pada Jadual 5.

Jadual 5

Jumlah Perbelanjaan Pelancong Membelilah Berdasarkan Tujuan Mereka Ke Labuan

Tujuan	Jumlah Membeli-belah (RM)				Jumlah Baris (%)
	<200	201-500	501-1000	>1000	
Bercuti	28	28	7	2	65(37.8)
Perniagaan	5	5	2	3	15(8.7)
Membeli-belah	6	10	5	2	23(13.4)
Seminar	-	2	-	-	2(1.2)
Kerja Rasmi	17	8	3	-	28(16.3)
Melawat saudara-mara	14	8	1	-	23(13.4)
Lain-lain	12	3	1	-	16(9.3)
Jumlah Lajur (%)	82 (47.7)	64 (37.2)	19 (11.0)	7 (4.1)	172 (100.0)

CADANGAN DAN RUMUSAN

Hasil daripada analisis dan perbincangan kajian ini, di dapati pelancong datang ke Labuan kebanyakannya untuk membeli-belah memandangkan peratus perbelanjaan mereka yang paling tinggi untuk tujuan ini. Potensi ini dirasakan patut diperkembangkan lagi selaras dengan status Labuan sebagai salah sebuah pulau bebas cukai di rantau ini.

Sektor penginapan juga mendapat sambutan yang baik, namun beberapa perkara perlu lagi diperbaiki terutamanya dalam menarik lebih ramai pelancong menginap di hotel-hotel. Tempat-tempat menarik perlu diperbanyakkan lagi. Begitu juga dengan pusat-pusat makanan yang lebih menarik. Kajian juga menunjukkan pelancong tidak banyak berbelanja untuk tujuan pengangkutan di Labuan. Ini disebabkan oleh tidak banyak tempat yang boleh dilawati dan kegiatan mereka hanya tertumpu di kawasan bandar di mana mereka melakukan aktiviti membeli-belah.

Berikut diperturunkan beberapa cadangan untuk memperbaiki dan mempertingkatkan beberapa sektor yang masih difikirkan perlu untuk diperbaiki. Sektor-sektor ini mempunyai potensinya

yang tersendiri jika diberikan lebih perhatian oleh pihak-pihak yang berkenaan.

Potensi Labuan sebagai pusat membeli-belah agak ketara hasil dari kajian ini. Untuk itu perlu lebih banyak disediakan outlet membeli-belah yang dapat memenuhi kehendak pelancong yang rata-ratanya datang ke Labuan untuk membeli-belah. Walaupun ada sebahagian mereka datang ke Labuan bukan untuk membeli-belah, namun ramai mereka turut memperuntukkan wang mereka untuk membeli-belah. Semasa kajian ini dijalankan, tidak terdapat outlet yang boleh menarik lebih ramai pelancong membeli-belah selain daripada pasar raya, kedai biasa dan gerai. Cara peragaan kedai-kedai tersebut juga tidak begitu menarik. Bagi pihak berkuasa, kempen kesedaran ke arah suasana membeli-belah yang lebih menyeronokkan perlu diadakan di kalangan para pekedai. Dengan cara ini, para pelancong akan dapat membeli-belah dengan lebih selesa dan gembira.

Sektor makanan didapati masih tidak begitu menarik perhatian pelancong. Pelancong berbelanja untuk makan/minum sekadar untuk 'menahan lapar' dan tidak terdapat tarikan-tarikan yang boleh menjana lebih banyak wang masuk dalam sektor ini. Untuk itu, pihak yang berkenaan boleh menimbangkan untuk mengujudkan pusat-pusat makanan yang dapat menyediakan berbagai jenis makanan mengikut kepelbagaian pelancong yang datang ke Labuan.

Tempat-tempat menarik untuk dilawati juga perlu dipertingkatkan. Alam semula jadi Labuan perlu diambil kesempatan oleh para pengusaha 'resort' atau tempat rehat. Tempat-tempat rekreasi 'outdoor' boleh dimajukan memandangkan 8.8 % daripada pelancong dalam kajian ini adalah dari luar negara. Adakan suatu tempat yang unik yang hanya boleh didapati di Labuan dan menjadi kesukaan pelancong.

Memandangkan tidak ramai pelancong yang memilih untuk menginap di hotel-hotel, pihak pengusaha hotel perlu

mengadakan promosi dinamik dan menawarkan kadar yang berpatutan.

Sebagai kesimpulannya, dapatlah disimpulkan beberapa perkara. Pertama, didapati bahawa pola asas perbelanjaan pelancong di Labuan adalah seperti berikut: 1) membeli-belah; 2) penginapan; 3) melawat tempat menarik; 4) hiburan; 5) makan / minum dan 6) pengangkutan. Sektor-sektor ini jika dapat dipertingkatkan, sudah pasti dapat menyumbang kepada peningkatan aliran masuk wang ke pulau ini dan secara tidak langsung dapat menjana perkembangan yang lebih aktif di Labuan.

Kedua, pola atau tren membeli-belah para pelancong tidak banyak berubah dan masih banyak tertumpu kepada barangan seperti tekstil, coklat, barangan elektrik, rokok, arak dan kosmetik. Barangan ini mewakili barangan import yang memang menjadi tumpuan para pelancong di Pulau ini. Namun koleksi tawaran barangan mungkin perlu lebih diperbanyakan.

Ketiga, pertumbuhan Labuan sebagai pusat membeli-belah memerlukan lebih banyak perhatian dan komitmen dari pihak kerajaan atau swasta bagi memperbaiki beberapa frasarana dan tawaran produk dan perkhidmatan yang disediakan.

BIBIOGRAFI

- Cohen, E. 1974. *Who is Tourist? : A Conceptual Clarification*. *Sociology Review*. 22 (4) : 527-555
- Malaysia. 1993. *Labuan, Malaysia : An International Offshore Financial Centre*. Kuala Lumpur : MIDA
- Labuan : Malaysia's International Offshore Financial Centre*. Labuan Development Authority. 1997.
- Lawson, R. 1991. Patterns of Tourists Expenditure and Types of Vacation Across the Family Life Cycle. *Journal of Travel Research*. 29 (4) : 12-18.
- Matelka, C. J. 1990. *The Dictionary of Hospitality, Travel and Tourism*. New York : Delmar Publisher, Inc.
- Mathieson, A. & Wall, G. 1982. *Tourism : Economic, Physical and Social Impact*. London : Longman.