

18/09/2000

Peniaga tamak punca barang mahal di Langkawi

Ahmad Zaini Kamaruzzaman

PERTAMA kali tiba ke Langkawi pada 1991, penulis mendapati pulau peranginan itu sama seperti pulau pelancongan lain yang tidak banyak pembangunan, sama ada pusat beli-belah, kawasan menarik mahupun hotel.

Tetapi, tidak sampai 10 tahun, Langkawi berubah dengan drastik. Kepesatannya begitu pantas sehingga mereka yang kerap mengunjungi pulau legenda itu sendiri tidak sedar ada hotel atau pusat perniagaan baru dibina.

Daripada sebuah pulau agak mundur dengan hanya beberapa buah kereta, Langkawi kini muncul pusat pelancongan bertaraf dunia dan dikunjungi tidak kurang dua juta pelancong setiap tahun.

Pelaburan kerajaan dan sektor swasta tempatan dan asing meningkat tahun demi tahun, menambah kehebatan pulau ini sebagai destinasi pelancongan antarabangsa.

Pulau ini juga kini terkenal sebagai pusat persidangan dan pameran antarabangsa. Bermula dengan Pertunjukan Maritim dan Udara Antarabangsa (Lima) pada 1991, pelbagai acara bertaraf dunia dianjurkan bagi memperkenalkan pulau ini.

Turut ditampilkannya ialah Dialog Antarabangsa Langkawi (LID). Hasil pelbagai usaha promosi dan publisiti, pulau legenda Mahsuri itu mampu menggamit pelancong dari seluruh pelusok dunia.

Begitulah hebatnya Langkawi. Malah rakan siber dari luar negara sering bertanya penulis mengenai Langkawi dan menyatakan hasrat mereka untuk ke sana.

Tetapi, seperti kelaziman, Langkawi tidak pernah lari daripada isu. Jika anda masih ingat, ketika Lima 1991, roti canai dijual pada harga RM5 sekeping yang mengejutkan ramai pihak.

Begitu juga harga barangan lain yang harganya lebih tinggi berbanding tanah besar walaupun Langkawi bertaraf pulau bebas cukai yang harga barangan sepatutnya jauh lebih rendah.

Pelbagai pihak mengemukakan pandangan masing-masing. Ada yang mengkritik tetapi tidak ada perubahan. Setiap kali pulang selepas lawatan pertama, pelancong asing menyatakan harga barang dan makanan di Langkawi mahal.

Perdana Menteri Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad yang menjadi peneraju utama membangunkan Langkawi pergi lebih jauh lagi sehingga menyatakan kemungkinan menarik balik status bebas cukai.

Mungkin kerana beliau sendiri bosan sikap peniaga yang ingin mengaut keuntungan cepat.

Penulis sendiri tertanya-tanya kenapa harga barangan di Langkawi mahal. Selain sikap tamak peniaga, pihak lain turut menjadi punca kenaikan harga barangan.

Antara jawapannya diperolehi baru-baru ini apabila seorang rakan wartawan penulis menerima panggilan telefon daripada seorang pengusaha di Langkawi. Menurut usahawan itu, beliau tidak tahan sikap pemandu teksi yang mengambil kesempatan mengaut keuntungan berlebihan.

Mereka mendesak komisyen lebih tinggi diberikan setiap kali membawa pelancong berkunjung ke kedainya. Komisyen diminta ialah sehingga 30 peratus daripada nilai jualan.

Saya terkejut. Bayangkan jika komisyennya sehingga 30 peratus berapa pula keuntungan diperolehi peniaga. Bayangkan, jika nilai barang RM500, sebanyak RM150 adalah habuan pemandu teksi. Berapa pula habuan peniaga selepas ditolak modal dan kos lain termasuk sewa kedai, bil air dan

elektrik serta gaji pekerja.

Tidak dapat tidak, peniaga terpaksa meletakkan harga tinggi bagi menampung kos. Yang menjadi mangsa ialah pembeli. Peniaga juga memperoleh keuntungan minimum manakala pemandu teksi untung besar selain caj dikenakan kepada penumpang.

Menurut peniaga berkenaan, bukan pengusaha sederhana sepertinya saja yang menjadi mangsa. Syarikat besar bertaraf antarabangsa turut dikenakan tekanan. Jika tidak dibayar, pemandu teksi akan memberi pelbagai alasan apabila pelancong meminta dibawa ke tempatnya. Tempat itu tutup atau tidak bagus adalah antara alasannya.

Peniaga berkenaan juga berkata, pemandu teksi perlu sedar bahawa bukan mereka yang membuat promosi kerana pengusaha sendiri yang mengeluarkan perbelanjaan promosi dan pengiklanan. Justeru tidak wajar desakan keterlaluan dikenakan terhadap peniaga.

Ini antara punca harga barangan tinggi di Langkawi. Sikap mengambil kesempatan dan tamak yang menjadi duri dalam daging sehingga menjejaskan imej Langkawi.

Justeru, siapa yang harus dipersalahkan. Peniaga yang tamak dan pihak yang mengambil kesempatan. Keuntungan jangka pendek tanpa memikirkan akibatnya adalah punca segala-galanya.

Bagaimana kalau pelancong memboikot Langkawi, sebaliknya pergi ke destinasi lain yang menawarkan kos pelancongan lebih rendah. Jangan pula salahkan kerajaan atau pelancong kerana ia berpunca sikap tamak mereka sendiri.

Jika pelancong enggan datang, apa pula yang terjadi kepada semua pelaburan beratus juta ringgit oleh kerajaan dan pihak swasta. Bagaimana pula nasib pekerja hotel dan peniaga kecil.

Inilah implikasi yang perlu difikirkan bersama. Bukan keuntungan jangka pendek, sebaliknya keuntungan jangka panjang yang membolehkan kita menikmati kemakmuran negara secara berterusan dan tidak setakat setahun dua saja.

(END)