

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT

PERTANYAAN : BUKAN LISAN

**DARIPADA : YB. DATUK JUSLIE BIN AJIROL
[LIBARAN]**

SOALAN :

YB. Datuk Juslie bin Ajirol [Libaran] minta **MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN** menyatakan pencapaian sasaran Kerajaan bagi kunjungan pelancong asing ke negara ini sempena Tahun Melawat Malaysia 2014 yang lalu dan apakah strategi susulan bagi tahun 2015 dalam menarik pelancong ke negara ini walaupun Malaysia mengalami beberapa tragedi besar sehingga menjejaskan industri pelancongan.

JAWAPAN : **YB. DATO' SERI MOHAMED NAZRI ABDUL AZIZ**
MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN

Tuan Yang di-Pertua,

Malaysia telah mencatatkan ketibaan seramai **27,437,315 pelancong asing** pada tahun 2014 iaitu pencapaian 98% sasaran yang ditetapkan. Namun, jumlah ini masih merupakan satu peningkatan sebanyak 6.7% berbanding dengan tahun 2013 dengan ketibaan seramai **25,715,460 pelancong asing**.

Dari segi pendapatan pelancongan pula, Tahun Melawat Malaysia 2014 telah mencatatkan sebanyak **RM72 bilion** iaitu 94.7% berbanding dengan sasaran yang ditetapkan. Jumlah ini masih merupakan peningkatan sebanyak 10% berbanding dengan tahun 2013 iaitu sebanyak RM65.4 bilion.

Ini dengan sendirinya menunjukkan bahawa kempen Tahun Melawat Malaysia 2014 telah pun berjaya kerana dapat mengekalkan momentum kedatangan pelancong asing ke negara ini di sebalik beberapa insiden yang berlaku di luar kawalan seperti tragedi MH370, MH17, QZ8501, isu penculikan dan keselamatan perairan di Sabah serta kejadian banjir yang melanda beberapa buah negeri di Malaysia.

Bagi meneruskan momentum kempen Tahun Melawat Malaysia 2014, Kementerian telah melancarkan kempen Malaysia *Year of Festivals* (MyFEST) 2015. Melalui penganjuran MyFEST 2015, Kementerian telah

merancang beberapa pendekatan bagi menarik pelancong asing untuk mengunjungi festival dan perayaan di negara ini. Antaranya adalah melalui strategi promosi secara integrasi seperti berikut:

- i. Kerjasama dengan syarikat penerbangan dan agensi pelancongan besar di luar negara;
- ii. Pembangunan pakej pelancongan berdasarkan acara tahunan seperti perlumbaan F1 dan MotoGP;
- iii. Menganjurkan program *Malaysia Travel Fair* dengan kerjasama syarikat penerbangan dan agensi pelancongan besar di luar negara;
- iv. Promosi melalui media sosial seperti Facebook dan Twitter;
- v. *Networking* bersama Persatuan Pelancongan;
- vi. Meluaskan promosi ke bandar – bandar 2nd dan 3rd tier di India, Arab Saudi dan Iran;
- vii. Memperkenalkan produk baru dalam pasaran *niche* seperti *Diving* di Afrika Selatan; dan
- viii. Mengadakan kempen taktikal bersama syarikat penerbangan.

Sekian, terima kasih.