

**NO. SOALAN : 89**

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT**

**PERTANYAAN : BUKAN LISAN**

**DARIPADA : YB. DATO' HAJI ZAINUDIN BIN ISMAIL  
[ JELEBU ]**

**SOALAN :**

**YB. Dato' Haji Zainudin bin Ismail [ Jelebu ]** minta **MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN** menyatakan apakah segala usaha Kementerian untuk menarik pelancong datang ke negara ini telah membuahkan hasil. Nyatakan bilangan pelancong yang datang mengikut dari negara mana dan berapa nilai pendapatan pada tahun 2015 dari industri pelancongan.

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

Tuan Yang di-Pertua,

Adalah menjadi misi Tourism Malaysia untuk memasarkan Malaysia sebagai sebuah destinasi pelancongan terpilih dan menjadikan industri pelancongan negara penyumbang utama kepada pembangunan ekonomi dan sosial negara. Dalam mencapai misi ini, berbagai usaha diadakan untuk mempromosikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan dan meningkatkan pendapatan pelancongan negara melalui peningkatan ketibaan pelancong dan menggalakan pelancong menginap lebih lama. Di antara usaha-usaha yang diadakan adalah seperti berikut;

- (i) giat mempromosikan produk-produk, acara dan aktiviti pelancongan di pameran-pameran pelancongan bertaraf antarabangsa dan domestik seperti;
- 1) International Tourism Bourse (ITB) di Berlin
  - 2) World Travel Mart (WTM) di London
  - 3) ASEAN Tourism Forum di Myanmar
  - 4) China International Travel Mart (CITM) di China
  - 5) South Asia Travel & Trade (SATTE) di India
  - 6) Arabian Travel Mart (ATM) di Dubai UAE
  - 7) MATTA Fair
  - 8) MITM Travel Fair serta
  - 9) *Corporate Travel Bazaar* (CTB)

- (ii) menjalankan pelbagai program promosi bagi membangunkan produk-produk *niche* dan antaranya ialah pelancongan golf. Promosi pelancongan golf yang dilaksanakan telah meningkatkan imej Malaysia di mata dunia yang menyaksikan Malaysia diiktiraf sebagai destinasi golf terbaik di Asia (*Asia's Best Golf Destination*) untuk tahun 2014 dan 2015 dan juga padang golf terbaik Asia tahun 2015 (*Asia's Best Golf Course 2015*). Malaysia juga menjadi destinasi pilihan kejohanan golf bertaraf dunia iaitu kejohanan EurAsia Cup bagi tahun 2016 dan 2018.
- (iii) menfokuskan lebih usaha ke arah peningkatkan ketibaan pelancong dari pasaran ASEAN dengan mensasarkan kepada 'repeat visitors' dari pasaran ASEAN untuk melancong ke Malaysia;
- (iv) meningkatkan kerjasama promosi secara taktikal bagi menawarkan pakej-pakej istimewa dengan tawaran harga yang menarik dengan kerjasama para penggiat industri pelancongan tempatan termasuklah para agensi pelancongan, hotel-hotel, para pengusaha produk pelancongan dan syarikat-syarikat penerbangan;
- (v) meningkatkan kerjasama promosi secara *smart partnership* dengan syarikat-syarikat penerbangan asing dan para agensi pelancongan luar negara bagi meransangkan lebih banyak penerbangan terus dan secara *charter* ke Malaysia dari pasaran jarak jauh dan sederhana; dan

- (vi) melaksanakan misi-misi galakan promosi di pasaran-pasaran sasaran yang memberi impak segera seperti Asia Tenggara, Australia, China, Jepun, Korea, New Zealand, Rusia dan Taiwan.

Berikutan dengan aktiviti-aktiviti promosi tersebut serta dasar kerajaan yang menyokong industri pelancongan, Malaysia telah memenangi Anugerah Destinasi Paling Terkemuka Asia (*Asia's Leading Destination*) manakala Tourism Malaysia pula telah dianugerahkan Lembaga Pelancongan Paling Terkemuka di Asia (*Asia's Leading Tourist Board*) di World Travel Award Asia & Australasia 2015 yang berlangsung di Hong Kong pada 29 Oktober 2015.

Tuan Yang di-Pertua,

Bagi tahun 2015, Malaysia telah menerima seramai 25.72 juta orang pelancong asing iaitu penurunan sebanyak 6.3 peratus berbanding dengan tempoh yang sama pada tahun 2014 iaitu seramai 27.44 juta orang pelancong asing. Namun, tahun 2014 adalah Tahun Melawat Malaysia di mana lebih besar peruntukan disediakan bagi menjayakan berbagai-bagai program dan promosi. Justeru itu, jika perbandingan dibuat dengan tahun 2013 yang merekodkan ketibaan seramai 25.71 juta orang pelancong tanpa peruntukan khas promosi, ia menunjukkan peningkatan sebanyak 0.02%.

Jumlah ketibaan pelancong asing dari 45 pasaran ke Malaysia pada tahun 2015 adalah seperti pecahan yang berikut :-

| <b>Bil.</b> | <b>Negara</b>     | <b>Ketibaan Pelancong Asing<br/>Bagi Tempoh Januari -<br/>Disember<br/>2015</b> | <b>% ±</b> |
|-------------|-------------------|---|------------|
| 1           | Singapura         | 12,930,754  | (7.2)      |
| 2           | Indonesia         | 2,788,033   | (1.4)      |
| 3           | China             | 1,677,163   | 4.0        |
| 4           | Thailand          | 1,343,569   | 3.4        |
| 5           | Brunei Darussalam | 1,133,555   | (6.6)      |
| 6           | India             | 722,141   | (6.2)      |
| 7           | Filipina          | 554,917   | (10.3)     |
| 8           | Jepun             | 483,569   | (12.6)     |
| 9           | Korea Selatan     | 421,161   | 9.2        |
| 10          | Australia         | 486,948   | (14.8)     |
| 11          | United Kingdom    | 401,019   | (10.0)     |
| 12          | Amerika Syarikat  | 237,768   | (9.3)      |
| 13          | Taiwan            | 283,224   | 3.1        |
| 14          | Vietnam           | 229,626   | (19.6)     |
| 15          | Bangladesh        | 147,152   | (28.0)     |
| 16          | Jerman            | 144,910   | (8.5)      |
| 17          | Perancis          | 151,474   | (10.9)     |
| 18          | Kanada            | 79,557  | (14.2)     |
| 19          | Iran              | 65,066  | (10.0)     |
| 20          | Sri Lanka         | 51,337  | (16.8)     |
| 21          | New Zealand       | 60,846  | (9.8)      |
| 22          | Belanda           | 84,584  | (13.7)     |
| 23          | Kemboja           | 75,059  | 1.8        |
| 24          | Sweden            | 35,586  | (6.7)      |
| 25          | Arab Saudi        | 99,754  | (12.4)     |

|                     |                |                   |              |
|---------------------|----------------|-------------------|--------------|
| 26                  | Pakistan       | 69,112            | (28.9)       |
| 27                  | Rusia          | 55,263            | (10.6)       |
| 28                  | Myanmar        | 66,553            | (30.2)       |
| 29                  | Itali          | 51,946            | (5.9)        |
| 30                  | Afrika Selatan | 20,625            | (9.0)        |
| 31                  | Nepal          | 93,159            | (41.5)       |
| 32                  | Egypt          | 25,637            | (2.2)        |
| 33                  | Switzerland    | 28,141            | (7.9)        |
| 34                  | Laos           | 24,448            | (8.2)        |
| 35                  | Iraq           | 20,098            | (25.9)       |
| 36                  | UAE            | 15,769            | (20.2)       |
| 37                  | Sepanyol       | 36,692            | 3.7          |
| 38                  | Oman           | 31,934            | (7.5)        |
| 39                  | Denmark        | 24,113            | (13.0)       |
| 40                  | Ireland        | 22,746            | (16.7)       |
| 41                  | Norway         | 18,622            | (16.6)       |
| 42                  | Turki          | 15,395            | (6.7)        |
| 43                  | Belgium        | 18,789            | (11.8)       |
| 44                  | Kazakhstan     | 15,410            | (14.7)       |
| 45                  | Kuwait         | 15,871            | (23.9)       |
| 46                  | Lain-lain      | 362,156           | (6.5)        |
| <b>JUMLAH BESAR</b> |                | <b>25,721,251</b> | <b>(6.3)</b> |

Nilai pendapatan hasil daripada ketibaan pelancong asing ke Malaysia pada tahun 2015 adalah sebanyak RM 69.1 Bilion iaitu penurunan sebanyak -4.0% berbanding RM 72 Bilion pada tahun 2014. Namun sekiranya dibandingkan dengan tahun 2013, terdapat peningkatan positif sebanyak 5.6%.

Sekian, terima kasih.