

NO. SOALAN : 16

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT

PERTANYAAN : LISAN

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

TARIKH : 26 MEI 2016

SOALAN :

YB. Datuk Juslie bin Ajirol [Libaran] minta MENTERI PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN menyatakan bentuk pasaran baharu, perancangan dan pelbagai strategi pemasaran untuk menarik lebih ramai pelancong ke Sabah.

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

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia menerusi agensinya Tourism Malaysia sentiasa mempromosikan Negeri Sabah kepada para pelancong dalam dan luar negara melalui kerjasama dengan 14 buah pejabat negeri di dalam negara dan 43 buah pejabat luar negara.

Diantara usaha pemasaran yang diambil dan dilaksanakan bagi mempromosikan Sabah adalah:-

1. Mempromosikan Sabah menerusi penyertaan dalam pameran-pameran pelancongan di peringkat negeri dan kebangsaan seperti Pameran Matta, Cuti-Cuti 1Malaysia Fair (Dekat Je), *Corporate Travel Bazaar*, Karnival Pelancongan Belia sempena sambutan Hari Belia dan lain-lain sepanjang tahun.
2. Menyertai pameran-pameran pelancongan antarabangsa yang relevan dan meneroka pasaran baharu yang berpotensi seperti International Tourism Bourse (ITB) di Berlin, World Travel Market (WTM) di London, Arab Travel Mart (ATM) di Dubai, China International Travel Mart (CITM) di Yunnan dan Korea World Travel Fair (KOFTA) di Seoul.
3. Membangunkan pakej-pakej pelancongan Sabah dan memasarkannya melalui buku 1001 pakej untuk tahun 2016 – 2017 yang merangkumi 19 segmen seperti voluntourism, wildlife, pre-wedding, honeymoon, homestay, island & beaches, birding, cycling, nature, adventure, dan city excitement.
4. Mempromosikan acara-acara premier di Sabah seperti:-
 - i) Pesta Regatta Lepa, Semporna
 - ii) Pesta Sabah
 - iii) Pesta Kalimantan, Tenom
 - iv) Rumah Terbuka Peringkat Kebangsaan Pesta Menuai, Ranau

v) Tamu Besar, Kota Belud

vi) *Sunset Music Festival*, Kudat; dan lain-lain.

5. Penggunaan saluran media sosial secara meluas dalam mensasarkan Sabah kepada pasaran Eropah, Jepun, Korea, China, Amerika, Timur Tengah dan Oceania.
6. Meningkatkan jaringan kerjasama di bawah program Mega Fam dengan membawa para wartawan dan media, *social influencer* seperti *bloggers*, agensi-agensi pelancongan serta krew perfileman ke Sabah.
7. Memperbanyakkan kerjasama pintar dengan syarikat-syarikat penerbangan asing dan agensi pelancongan luar negara bagi merangsang lebih banyak penerbangan terus dan sewa khas ke Sabah dari pasaran jarak jauh dan sederhana.
8. Meningkatkan kerjasama promosi secara taktikal bagi menawarkan pakej-pakej istimewa dengan tawaran harga yang menarik dengan kerjasama para penggiat industri pelancongan tempatan dan syarikat-syarikat penerbangan.
9. Meningkatkan kerjasama promosi dengan negara-negara jiran serantau bagi mengembangkan kemudahan melalui udara ke Sabah.

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Pelancongan Malaysia dan Tourism Malaysia akan terus memasarkan produk-produk pelancongan dan acara-acara Negeri Sabah menerusi langkah-langkah strategi tersebut bagi meningkatkan lagi promosi agar Negeri Di Bawah Bayu terus berdaya saing dan menjadi destinasi pelancongan utama di Malaysia kepada para pelancong tempatan dan antarabangsa.

Sekian, terima kasih.