

NO. SOALAN : 27

PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : YB. TUAN SIM TONG HIM
[KOTA MELAKA]**

TARIKH : 8 OGOS 2017

SOALAN :

**YB. Tuan Sim Tong Him [Kota Melaka] minta MENTERI
PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN menyatakan:-**

- a) usaha-usaha kementerian menjadikan negara kita sebagai negara yang paling menarik dari semua aspek dan dapat menjadi sebagai pilihan pertama 'Negara Mesti Melawat' di rantau ini; dan
- b) apakah program-program tambahan, projek-projek dan tapak-tapak pelancongan baru yang akan dilaksanakan demi usaha ini.

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

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian ini melalui agensinya Tourism Malaysia (TM) sentiasa berusaha untuk menjadikan Malaysia sebagai negara yang menarik dan menjadi pilihan utama bagi pelancong-pelancong.

Kementerian giat mempromosi negara sebagai destinasi yang perlu dilawati dengan kepelbagaian tarikan serta keindahan semulajadi yang meliputi produk-produk pelancongan unggul negara seperti Taman Negara, Royal Belum, Tapak Ramsar – Lower Kinabatangan-Segama *Wetlands*, Tasik Bera, Tanjung Piai, Gua Mulu, Sipadan - Mabul, Langkawi *GeoPark* dan Tapak Arkeologi di Lembah Lenggong. Kesemua produk pelancongan ini merupakan keajaiban semula jadi yang unik, dari hutan hujan tropika tertua di dunia yang dianggarkan berusia lebih 130 juta tahun ke tapak warisan geologi yang boleh dipromosi secara lestari/mampan.

Kementerian dengan kerjasama pihak pengusaha pelancongan juga membangunkan pakej dan mempromosikan produk-produk mesra pelancong yang berkonsepkan Strategi Lautan Biru Kebangsaan (NBOS) seperti "*lung washing/clean-air tourism*" menerusi kesegaran serta kebersihan udara negara yang merangkumi destinasi di pulau-pulau dan pantai-pantai yang indah, aktiviti sukan dan rekreasi, agro pelancongan dan percutian di tanah tinggi yang mensasarkan pasaran negara China dan Timur Tengah.

Program-program promosi bagi segmen kuasa beli tinggi (*high yield*) yang memberi fokus kepada aktiviti *leisure* seperti “*cruising*”, “*wellness*” dan “*shopping*”, ekopelancongan dengan membangunkan pakej-pakej pelancongan seperti “*diving*” dan “*birding*”, minat khas (*special interest*), “*wedding and honeymoon*” dan lain-lain segmen adalah berteraskan penjenamaan Malaysia sebagai destinasi pelancongan “*Malaysia, Truly Asia*”. Tema ini berkesan dalam mempromosikan negara sebagai sebuah destinasi unik dengan kebudayaan tamadun-tamadun utama Asia di satu destinasi dengan kepelbagaian budaya yang menarik. Kempen-kempen promosi dan pengiklanan yang diadakan dengan jenama ini telah berjaya menarik minat pelancong antarabangsa untuk berkunjung ke Malaysia. Kejayaan tema ini terbukti dengan kemenangan anugerah-anugerah penjenamaan pelancongan antarabangsa seperti *Business Destinations Travel Awards 2014 for Best Destination for MICE, Asia 2014, World Travel Awards (Asia and Australia) 2015, “Best Eco-Vacation” at the 5th National Geographic Traveler Awards dan Health and Medical Tourism: Destination of the Year (2015, 2016, 2017)*.

Malaysia juga merupakan satu destinasi ramah keluarga. Untuk menarik pelancong yang datang secara berkeluarga, usaha mempromosi produk seperti taman-taman tema yang menarik seperti *Sunway Lagoon Theme Park, Legoland, Lost World of Tambun, Escape Park, Movie Animation Park Studios (MAPS)* yang baru dibuka di Ipoh dan *20th Century Fox World* yang bakal dibuka di Genting Highland akan dipergiatkan.

Malaysia juga dipromosi sebagai destinasi beli-belah terutamanya di Kuala Lumpur, Pulau Pinang dan Johor Bahru yang menawarkan jenama yang luas dan menarik dengan harga yang berpatutan berbanding negara-negara yang lain. *Premium outlet* seperti *Johor Premium Outlet* dan *Mitsui Outlet Park* yang diusahakan oleh Kerajaan melalui EPP3 menawarkan barangan berjenama dengan harga diskaun bertujuan untuk menarik lebih pelancong untuk berbelanja di negara ini. *Premium outlet* ini menjadi pelengkap kepada usaha Kementerian untuk menjadikan Malaysia sebagai destinasi utama beli-belah di Asia.

Kelainan dan keunikan budaya serta warisan Malaysia juga dijadikan tarikan pelancong di mana pelancong berpeluang untuk mengalami kehidupan dan aktiviti bersama masyarakat di kampung melalui program "*Homestay*". Selain itu, Kementerian juga mempromosi Malaysia sebagai destinasi makanan dengan kekayaan sajian makanan tradisional yang mempunyai kelainan berbanding dengan negara lain, termasuk buah-buahan tempatan terutamanya durian di negara China.

Bagi membolehkan para pelancong menginap lebih lama di Malaysia dan melawat lebih banyak tempat yang menarik serta meneroka keindahan alam semula jadi negara, mereka yang berkelayakan dari segi kemampuan kewangan boleh dan digalakkan untuk menyertai program Malaysia Rumah Keduaku (MM2H). Program MM2H ini membolehkan mereka menetap dengan pas lawatan sosial jangka panjang yang bertempoh 10 tahun dan boleh diperbaharui tertakluk kepada pematuhan syarat-syarat program MM2H.

Kerajaan juga mengenal pasti pelancongan kesihatan sebagai satu sektor perkhidmatan yang berpotensi dan Kementerian Kesihatan Malaysia melalui *Malaysia Healthcare Travel Council* (MHTC) serta TM telah memperkenalkan dan mempromosikan pakej-pakej pelancongan kesihatan. Pakej-pakej percutian dan kesihatan seperti “*golfing and health*” ke destinasi seperti Pulau Pinang telah menerima sambutan yang menggalakkan.

Manakala promosi Malaysia sebagai destinasi unggul bagi program “*business events*” akan diteruskan oleh *Malaysia Convention & Exhibition Bureau* (MyCEB) yang bertujuan menjadikan negara kita sebagai negara yang paling menarik dari pelbagai aspek melalui penganjuran acara dan konsert bertaraf antarabangsa di Malaysia seperti Bon Jovi dan Backstreet Boys serta Ironman Putrajaya dan Langkawi.

Tambahan lagi, Kementerian ini sentiasa mempromosikan acara-acara pelancongan tahunan negara yang tersenarai dalam Kalendar Acara Pelancongan Negara (*Calendar of Events*) berdasarkan minat dan pasaran. Di samping itu, pendekatan yang dilaksanakan oleh Kementerian bagi membolehkan pelancong tertarik dengan negara kita adalah dengan pengenalan acara-acara pelancongan seperti *Iftar@KL*, *Magic Of The Night*, *Rainforest World Music Festival*, *Borneo Jazz Festival*, *ASEAN International Film Festival and Awards* dan *George Town Festival*.

Di bawah *2nd Rolling Plan* Rancangan Malaysia Ke11 (2nd RP, RMKe11), sebanyak RM214,936,200 juta telah diperuntukkan bagi pelbagai program pembangunan pelancongan termasuklah kerja-kerja

menaik taraf produk pelancongan serta membina kemudahan di kawasan pelancongan seluruh negara. Antara program pembangunan dan penambahbaikan yang dilaksanakan adalah pembangunan ekopelancongan, program peningkatan kemudahan homestay, pemuliharaan peninggalan sejarah dan lain-lain projek menaik taraf kemudahan di kawasan pelancongan.

Sekian, terima kasih.