

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KEDUA, PENGGAL KEDUA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS (2019)**

PERTANYAAN : LISAN

**DARIPADA : YB PUAN NOR AZRINA BINTI SURIP
[MERBOK]**

TARIKH : 2 JULAI 2019

SOALAN :

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan apakah promosi berbentuk segera dan berjangka pendek dalam menaikkan sektor pelancongan yang telah dikenalpasti dapat menaikkan nama negara di peringkat dunia secara umumnya dan pendapatan kepada negeri dan juga negara secara amnya seperti tapak arkeologi Sg. Batu, Kerajaan Kedah Tua yang telah terbukti tamadunnya lebih awal dari Angkor Wat dan juga Borobudur.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Pada tahun 2018, seramai 25.8 juta orang pelancong telah melawat Malaysia dengan jumlah pendapatan pelancongan sebanyak RM84.1 billion. Malaysia menerima jumlah kedatangan pelancong yang ramai setiap tahun kerana negara ini kaya dengan produk-produk pelancongan yang menarik minat para pelancong untuk melawat Malaysia setiap tahun.

Di antara inisiatif-inisiatif promosi pelancongan berbentuk segera dan berjangka pendek yang dijalankan oleh Kementerian Pelancongan, Seni dan Kebudayaan (MOTAC) melalui agensi Tourism Malaysia (TM) adalah seperti yang berikut :

1. Menjalankan program kempen taktikal yang mana produk dan pakej pelancongan dipromosikan dengan harga yang lebih kompetitif di pasaran sasaran untuk merangsang (*stimulate*) permintaan pasaran sasaran. Kempen ini biasanya dipromosikan dalam jangka masa tiga bulan bagi mendapatkan pembelian awal atau untuk melancong ke Malaysia pada bukan musim percutian pasaran mereka. Kempen sebegini dijalankan di pasaran ASEAN khususnya bagi menarik minat pelancong ASEAN untuk datang ke Malaysia dalam jangka masa pendek dan juga pasaran Asia Utara dan Barat serta Eropah, Amerika dan Oceania untuk menarik minat pelancong datang ke Malaysia semasa 'lean period' iaitu bukan musim percutian negara mereka. Semasa kempen taktikal ini, pengusaha pelancongan dan hotel akan memberikan potongan harga kepada pakej pelancongan dan kadar hotel dan dengan menempah lebih awal.

2. Selain itu, program-program khas seperti aktiviti promosi penerbangan carter (*chartered flights*) turut sama diadakan bersama pengusaha pelancongan dan pemunya penerbangan bagi mempromosikan destinasi pelancongan di Malaysia. Sebagai contoh penerbangan Condor Air daripada Frankfurt, Germany ke Kuala Lumpur untuk musim panas 2019 dan penerbangan carter daripada Kazakhstan ke Langkawi hasil kerjasama di antara TM, Malaysia Airport Berhad dan Kompas Tour Operator pada musim sejuk 2018.

3. Mengadakan bengkel-bengkel pembangunan pakej serta seminar bagi membantu agensi pelancongan luar negara membangunkan pakej-pakej yang lebih menarik dan berdaya maju. Sebagai contoh, Pejabat TM Ho Chi Minh City mengadakan seminar produk pelancongan bersama Malindo Air, Sunway Lagoon dan Malaysia Healthcare Travel Council pada 28 Mac 2019 dan telah dihadiri oleh 100 agensi pelancongan Vietnam di Ho Chi Minh City.

4. Melalui pelaksanaan program MegaFam dengan mempelawa wakil-wakil media antarabangsa untuk menyertai acara-acara dan program-program pelancongan supaya ia dapat dipromosikan di luar negara. Sebagai contoh, lawatan megafam sempena Majlis Rumah Terbuka Malaysia Aidilfitri dari 20 hingga 25 Jun 2019 di Kuala Lumpur

yang melibatkan 29 orang media termasuk *blogger* dari rantau ASEAN, Timur Tengah, Oceania dan Eropah;

5. Mempromosikan pakej pelancongan melalui risalah “*Cuti-Cuti 1Malaysia 1001 Packages*” yang turut dimuat naik ke laman web TM; dan

6. Menyebarkan maklumat mengenai produk pelancongan negeri kepada pelancong melalui 6 Pejabat Wilayah TM Negeri dan 21 buah Pusat Penerangan Pelancongan (*Tourist Information Centre*) di seluruh negara serta melalui laman sesawang TM;

MOTAC mengambil maklum tapak arkeologi Sungai Batu sebagai salah satu tarikan pelancong disebabkan nilai sejarahnya sebagai salah satu tamadun tertua di Asia Tenggara. Untuk itu, Kementerian ini melalui Jabatan Warisan Negara (JWN) telah melaksanakan program kesedaran di beberapa lokasi bagi mempromosikan produk warisan dalam bentuk jangka pendek dalam menaikkan sektor pelancongan negara. Ini termasuklah menganjurkan persidangan, ceramah, pameran dan lain-lain yang dapat menyebarkan pengetahuan tentang kepentingan tapak warisan dan memberi impak tinggi kepada kehadiran pelancong dari dalam dan luar negara.

Bagi tujuan yang sama, pihak JWN telah melaksanakan usahaewartakan mana-mana tapak yang berkepentingan warisan di bawah Akta Warisan Kebangsaan 2005 [Akta 645] untuk tujuan pemuliharaan, pemeliharaan dan perlindungan ke atas tapak-tapak warisan. Pewartaan ini merupakan nilai tambah kepada sesuatu tapak untuk dipromosikan bagi menarik kehadiran pelancong ke tapak berkenaan. Pihak JWN juga telah berusaha untuk mengangkat pencalonan mana-mana tapak yang berpotensi di Malaysia kepada pihak UNESCO bagi mendapatkan pengiktirafan sebagai Tapak Warisan Dunia. Selain itu, usaha promosi dalam bentuk penerbitan juga telah dilaksanakan sebagai sebaran pengetahuan kepada masyarakat umum.

Untuk makluman Ahli Yang Berhormat, Tapak Warisan Arkeologi Sungai Batu telah mendapat peruntukan sebanyak RM10 juta dalam *Rolling Plan 4*, RMKe-11 bagi membina pusat penyelidikan arkeologi,

pakir terbuka, *shelter*, pusat sumber serta menaiktaraf prasarana lain yang berkaitan. Setelah prasarana ini siap kelak, aktiviti promosi akan dibuat dengan lebih giat bagi menarik kedatangan pelancong sama ada dari dalam atau luar negara. Dalam pada itu, program-program berbentuk promosi yang pernah dijalankan di tapak ini termasuklah penganjuran *Kedah Tua International Conference* pada tahun 2016 dan *The International Conference on Bujang Valley and Early Civilisations in Southeast Asia* pada tahun 2010. Pada tahun ini, JWN akan menganjurkan Program Festival Kedah Tua dan Jejak Warisan Merdeka pada 24 Ogos 2019. Selain daripada aktiviti pameran, acara sampingan termasuk demonstrasi masakan warisan Kedah, demonstrasi permainan tradisi dan forum yang dijangka dapat menarik minat pelancongan untuk hadir ke tapak.

Pihak JWN juga telahewartakan Tapak Arkeologi Lembah Bujang yang meliputi tapak Sungai Batu, Pengkalan Bujang, Bukit Choras, Permatang Pasir dan Candi Batu Pahat di bawah Akta 645.

Untuk makluman Ahli Yang Berhormat juga, Tapak Arkeologi Lembah Bujang sedang dikaji kesesuaiannya untuk dicalonkan sebagai Tapak Warisan Dunia pada masa hadapan. Sekiranya data penyelidikan lengkap diperolehi serta memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh pihak UNESCO, usaha pencalonan akan dilaksanakan.

Selain itu, buku-buku yang menceritakan tentang tapak Sungai Batu dan Lembah Bujang seperti *Bujang Valley and Early Civilisations In Southeast Asia*, *Warisan Arkeologi Malaysia* dan *Jurnal Warisan* juga telah diterbitkan oleh JWN sebagai promosi dan sebaran pengetahuan berkenaan tapak kepada masyarakat umum.

Sekian, terima kasih.