

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

---

**PERTANYAAN** : **LISAN**

**DARIPADA** : **YB TUAN SIVAKUMAR VARATHARAJU  
NAIDU [ BATU GAJAH ]**

**TARIKH** : **20 MAC 2019**

**SOALAN** :

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan hubungan dua hala dalam menggiatkan sektor pelancongan di antara Malaysia dan India. Apakah usaha-usaha promosi pelancongan Malaysia yang dilakukan di India dan keberkesanannya.

**JAWAPAN :**

Tuan Yang di-Pertua,

Malaysia dan India mempunyai hubungan kerjasama dua hala yang akrab dalam sektor pelancongan. Hubungan sejarah, persamaan budaya, keunikan dan keindahan lanskap kedua-dua negara menjadikan Malaysia dan India masing-masing menjadi destinasi pelancongan pilihan bagi rakyat di kedua-dua negara. Menurut statistik dan hasil kajian daripada Tourism Malaysia, negara India merupakan negara ketujuh terbesar bilangan ketibaan pelancong yang melawat ke Malaysia. Seramai 600,311 orang pelancong India telah melancong ke Malaysia pada tahun 2018 dengan peningkatan sebanyak 8.6% dari tahun 2017 iaitu 552,739. Pelancong India telah berbelanja sebanyak RM2.8 bilion di Malaysia pada tahun 2018 iaitu peningkatan sebanyak 21.9% dibandingkan pada tahun 2017.

Malaysia dan India telah menandatangani Memorandum Persefahaman (MoU) dalam bidang pelancongan pada 27 Oktober 2010. Melalui MoU yang masih lagi berkuatkuasa sehingga 26 Oktober 2020, kedua-dua buah negara juga telah bersetuju untuk mempergiat kerjasama dalam bidang penyelidikan dan pembangunan; latihan; bahan-bahan promosi dan publisiti; mesyuarat, konvensyen dan pameran pelancongan/ perdagangan; dan pelaburan dalam sektor pelancongan.

Selain itu, Kementerian bekerjasama rapat dengan Kementerian Dalam Negeri dalam memudahkan kemasukan pelancong India ke Malaysia melalui penggunaan *Electronic Travel Registration and Information* (eNTRI) di mana kemudahan ini telah dilanjutkan sehingga 31 Disember 2019.

Antara usaha yang dijalankan oleh Kementerian ini melalui Tourism Malaysia dalam usaha mempromosi pelancongan Malaysia di India adalah seperti berikut:

1. Menyertai pameran dan ekspo pelancongan utama di India seperti *South Asia Travel and Tourism Expo* (SATTE) di New Delhi dan *India International Travel Tourism Exhibition* (IITT), Mumbai supaya maklumat pelancongan terkini sentiasa dapat disebarkan kepada kumpulan sasar;
2. Mengadakan *roadshow* bersama penggiat industri pelancongan Malaysia di beberapa buah daerah di India seperti Amritsar, Bhubaneshwar, Jaipur, Lucknow dan Mumbai;
3. Mengadakan *Business to Business* (B2B) workshop bersama Agensi pelancongan dari *2-tier city* di India seperti di bandar Ahmedabad, Pune, Bengaluru & Hyderabad;
4. Memperkenal dan memberi tumpuan khas kepada produk khusus seperti pakej perkahwinan dan bulan madu serta pelancongan mewah;
5. Mempromosi Malaysia sebagai destinasi membeli-belah yang terkemuka dengan mengadakan tiga musim jualan tahunan sepanjang tahun pada bulan Mac, Jun dan Disember;

6. Memperkenalkan dan memperluaskan tawaran pelancongan taman tema tarikan baru seperti *Desaru Coast* dan *Movie Animation Park Studios (MAPS)* selain taman tema yang memenangi pelbagai anugerah seperti *Legoland* dan *Sunway Lagoon*;
7. Pejabat-pejabat luar negeri TM di India menjalankan promosi secara kerjasama pintar bersama agensi pelancongan dari India dan syarikat penerbangan. Pada 2018, sebanyak 10 program kerjasama telah dijalankan oleh pejabat-pejabat di India;
8. Meningkatkan publisiti mengenai destinasi percutian Malaysia melalui promosi pengguna seperti promosi makanan dan kebudayaan dengan pihak hotel, restoran masakan Malaysia dan pusat membeli-belah utama di India;
9. Meningkatkan jaringan kerjasama di bawah program Fam Trip dengan membawa wartawan dan media, *social influencer* seperti *bloggers* ke destinasi-destinasi pelancongan negara; dan
10. Mempromosikan Malaysia sebagai lokasi penggambaran filem, dokumentari pelancongan dan rancangan realiti dari pasaran ini.

Sekian, terima kasih.