

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KETIGA, PENGGAL KEDUA,
PARLIMEN KEEMPAT BELAS**

PERTANYAAN : **LISAN**

DARIPADA : **YB DATUK ZAKARIA BIN MOHD.
EDRIS @ TUBAU [LIBARAN]**

TARIKH : **5 DISEMBER 2019 (KHAMIS)**

SOALAN NO. 25 :

Minta **MENTERI PELANCONGAN, SENI DAN BUDAYA** menyatakan menyatakan apakah inisiatif yang telah diambil oleh Kerajaan dalam kempen mempromosikan Tahun Melawat Malaysia 2020 (TMM 2020) di dalam dan luar negara :-

- a) bagaimanakah Dasar Pelancongan Negara (DPN) dan Dasar Kebudayaan Negara (DKN) dapat memainkan peranan penting dalam memanfaatkan TMM2020 ; dan
- b) apakah langkah yang akan diambil oleh Kementerian supaya tidak mengetepikan pembabitan sektor pelancongan domestik dalam TMM 2020 memandangkan sektor ini mencatatkan pertumbuhan positif tahun lalu.

JAWAPAN

Tuan Yang di-Pertua,

Promosi awal sebagai persediaan VM2020 telah digerakkan oleh Tourism Malaysia (TM) sejak awal tahun 2018 untuk mencapai sasaran ketibaan pelancong seramai 30 juta dan RM100 bilion hasil pendapatan kepada negara menjelang tahun 2020. Seterusnya, Majlis Pelancaran Logo Kempen VM2020 telah dirasmikan oleh YAB Perdana Menteri pada 22 Julai 2019 dan untuk memastikan publisiti kempen VM2020 yang berterusan, lagu rasmi VM2020 telah dilancarkan pada 6 September 2019. Lagu tersebut akan turut dimainkan di dalam pesawat-pesawat yang menjalin kerjasama pintar dengan Tourism Malaysia serta di acara-acara utama peringkat domestik dan antarabangsa.

Selain itu, Tourism Malaysia juga telah memeterai kerjasama strategik dengan MasWings, Malaysia Airlines, Air Asia, Firefly, Malindo Air, Malaysia Airports Berhad dan Sharp (M) Electronics. Antara aktiviti yang dilaksanakan adalah kerjasama dengan Malaysia Airlines untuk mempromosikan pakej MotoGP Sepang. Ia merupakan sukan permotoran No.1 di dunia dengan kolaborasi bersama Petronas Sepang Racing Team (SRT) dan pasukan Redbull KTM Ajo Motorsport. Promosi secara digital juga telah dilaksanakan dengan Expedia bagi pasaran Australia, Amerika Syarikat dan Jepun untuk meningkatkan tempahan pakej percutian ke Malaysia.

Tuan Yang di-Pertua,

Di samping itu, program suai kenal atau mega *familiarisation* bersama para media, *bloggers* dan *influencers* antarabangsa serta agensi pelancongan dari luar negara akan diteruskan bagi meningkatkan lagi aktiviti promosi VM2020. Sebanyak 7 program suaikenal dengan jumlah nilai publisiti mencapai hampir RM5 juta telah dilaksanakan dari Januari hingga September 2019 yang melibatkan pengamal media dan agensi pelancongan dari Australia, Austria, Brunei, China, Filipina, Hong Kong, India, Indonesia, Itali, Jepun, Jerman, Kazakhstan, Kemboja, Korea, Netherland, New Zealand, Rusia, Saudi

NO. SOALAN: 25

Arabia, Singapura, Taiwan, Thailand, Turki, USA dan Viet Nam. Selain itu, bagi tempoh Mei - September 2019 sebanyak 10 program utama telah diadakan dengan penglibatan media tempatan dan antarabangsa untuk mempromosikan Visit Malaysia 2020 yang telah menjana lebih 23 juta capaian di media sosial.

Di antara pameran pelancongan bertaraf antarabangsa yang sedang dan akan disertai oleh Tourism Malaysia dari September sehingga Disember 2019 untuk mempromosikan VM2020 secara agresif adalah MODE Tour Travel Mart di Korea Selatan, China ASEAN EXPO (CAEXPO), Roadshow MTEX (MATTA Travel Exchange) di India, Tourism Expo di Jepun, Roadshow VM2020 di Asia Tengah, Seminar dan Roadshow di negara-negara ASEAN dan World Travel Mart (WTM) di United Kingdom.

Hasil usaha-usaha promosi yang berterusan oleh Tourism Malaysia telah berjaya meningkatkan jumlah ketibaan pelancong asing ke negara ini dengan merekodkan peningkatan sebanyak 4.9 peratus iaitu dari 12,730,368 (Jan-Jun 2018) kepada 13,354,575 (Jan-Jun 2019). Pasaran yang menyumbang kepada peningkatan yang memberangsangkan ini adalah dari Singapura, Indonesia, China dan Brunei. Pencapaian ini menunjukkan bahawa Tourism Malaysia terus komited dalam mempromosikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan di pasaran antarabangsa.

Dasar Pelancongan Negara (DPN) 2020-2030 adalah merupakan satu dasar yang akan menentukan hala tuju strategik pelancongan negara bagi mengukuhkan kedudukan Malaysia sebagai destinasi pelancongan yang bertaraf dunia. Ia juga akan dijadikan sebagai panduan dan asas dalam merancang pembangunan sektor pelancongan bagi mengoptimumkan potensinya sebagai salah satu pemacu ekonomi utama.

DPN ini digubal dengan mengambil kira dasar-dasar lain sedia ada yang berkaitan termasuklah Kajian Separuh Penggal Rancangan Malaysia Kesebelas, Pelan Ekopelancongan Kebangsaan (NEP) 2016-2025 dan prinsip-prinsip pembangunan mampan atau *Sustainable*

Development Goals (SDGs). Ia juga merangka pelan strategik pelancongan yang jelas dan boleh digunapakai oleh pihak-pihak berkepentingan ke arah melestarikan industri pelancongan dan memakmurkan ekonomi negara.

Pelaksanaan DPN yang berpaksikan 6 teras utama iaitu transformasi tadbir urus, mewujudkan zon pelaburan bagi projek pelancongan, digitalisasi pelancongan, meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelancong, memperkukuhkan komitmen terhadap pelancongan lestari dan meningkatkan kapasiti modal insan. Berteraskan 3 elemen utama iaitu daya saing, lestari dan inklusif, DPN akan menjadi pemangkin kepada transformasi industri pelancongan negara dan penggerak Visit Malaysia 2020 (VM2020).

Manakala, Dasar Kebudayaan Negara (DKN) sedang dalam proses penggubalan oleh Kementerian ini dan dijangka akan dilancarkan pada bulan Mac 2020. Di bawah teras utama Dasar Kebudayaan Negara, rakyat berbudaya menjadi asas penting untuk mempromosikan Malaysia sebagai destinasi unggul di mata dunia yang wajib dikunjungi. Rakyat berbudaya meletakkan peradaban sebagai perkara utama termasuklah tatalaku, tatasusila, pengkaryaan, penciptaan, penghasilan dan bakat kreatif. Penterjemahan rakyat berbudaya melalui perkara-perkara seperti mengutamakan kebersihan, sopan santun, menjaga keharmonian sejagat, memelihara, memulihara dan melindungi khazanah budaya bangsa serta pengaplikasian nilai-nilai keilmuan yang tinggi, akan menyerlahkan identiti Malaysia sebagai sebuah negara kaya budaya, unik, aman dan makmur, sekaligus boleh memanfaatkan kempen VM2020.

Tuan Yang di-Pertua,

Menurut laporan Survei Pelancongan Domestik oleh Jabatan Perangkaan Malaysia, bilangan pelancong domestik juga telah menunjukkan pertumbuhan positif sebanyak 10.9% pada tahun 2018 dengan merekodkan seramai 78.2 juta pelancong domestik berbanding dengan 70.5 juta pelancong domestik pada tahun 2017. Di antara negeri yang mencatatkan penerimaan pelancong domestik tertinggi ialah Johor

NO. SOALAN: 25

diikuti Pahang, Perak, Selangor dan Negeri Sembilan. Pertumbuhan pelancongan domestik yang memberangsangkan ini memberi indikatif kepada Kementerian ini untuk merencanakan lagi promosi domestik sempena Kempen VM2020.

Oleh yang demikian, pelbagai acara dan program promosi domestik sedang dirancang dan dilaksanakan sebagai persiapan ke arah VM2020 untuk mencapai sasaran pelancong domestik seramai 85.2 juta untuk tahun 2019 dan 92.8 sasaran untuk tahun 2020. Di samping itu, Tourism Malaysia terus mempergiatkan lagi usaha untuk meraih kedatangan pelancong menjelang tahun 2020 melalui penyertaan di acara-acara dan pameran pelancongan domestik seperti MATTA Travel Fair, MITM Travel Fair serta sesi libat urus dan seminar dengan penggiat industri pelancongan di peringkat negeri. Di samping itu, program 'Corporate Travel Bazaar' yang melibatkan pertemuan dua hala berkonsepkan perniagaan (B2B) antara para pengusaha pelancongan (sellers) dengan syarikat korporat, Agensi Kerajaan dan pihak swasta (buyers) akan di adakan pada penghujung tahun 2019. Program ini khusus untuk jualan pakej-pakej insentif kepada pihak berkepentingan dan secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan pembangunan industri MICE dalam negara.

Majlis Acara Sambutan di pintu-pintu masuk utama negara akan diadakan bagi menyambut ketibaan pelancong pada hari pertama Tahun Melawat Malaysia 2020. Majlis resepsi secara besar-besaran pada 1 Januari 2020 adalah bagi menandakan bermulanya sambutan VM2020. Para pelancong asing awal yang telah memasuki Malaysia telah disambut dengan meriah dan disajikan dengan persembahan kebudayaan, kalungan bunga serta pemberian cenderahati. Selain itu, Kementerian ini turut bercadang untuk mengadakan Majlis Pelancaran Perdana VM2020 pada penghujung tahun 2019 dengan cadangan pelancaran serentak atau *Soft Launch* di semua negeri dengan kerjasama Kerajaan-kerajaan negeri bagi meningkat publisiti terhadap Visit Malaysia bermula Januari 2020.

NO. SOALAN: 25

Tourism Malaysia juga telah menyediakan Garis Panduan Mempromosi Malaysia Sebagai Destinasi Pelancongan Dan Menyemarakkan Kempen VM2020 untuk dijadikan rujukan oleh semua Kementerian, Agensi Kerajaan Pusat dan Negeri yang menganjur, menyertai, menjalankan acara dan program promosi Malaysia di luar negara mengikut bidang dan peranan masing-masing.

Saya yakin dengan penganjuran Kempen VM2020 ini akan memberi manfaat besar kepada pelbagai lapisan masyarakat serta industri pelancongan dan kebudayaan dengan pertambahan pendapatan tukaran asing kepada negara. VM2020 ini juga berupaya untuk mewujudkan kesan limpahan kepada sektor-sektor ekonomi lain yang berkaitan termasuk meningkatkan pendapatan rakyat terutamanya di kawasan luar bandar. Saya menyeru agar semua pihak dapat bersama-sama mengembleng tenaga menjayakan Kempen VM2020 ini sebagai.

Sekian, terima kasih.