

29 SEP 1996
Pelancongan (Fokus Berita)
MENJUAL MALAYSIA KEPADA RAKYAT MALAYSIA

Oleh: Sobrey Jaafar

KUALA LUMPUR, 29 Sept (Bernama) -- Berita menyeronokkan: tahun lepas 7.43 juta pelancong melawat Malaysia dan berbelanja hampir RM10,000 juta di negara ini.

Perangkaan ini meletakkan industri pelancongan di tangga ketiga dari segi menghasilkan pendapatan tukaran wang asing selepas industri pembuatan dan petroleum.

Berita tidak menyeronokkan: tahun lepas 6.3 juta atau lebih 30 peratus daripada penduduk Malaysia ke luar negara dan jutaan ringgit turut mengalir keluar.

Malahan 122,000 rakyat Malaysia yang mengunjungi London tahun lepas sahaja telah berbelanja RM376 juta di sana.

Kesimpulannya pertukaran asing yang diperolehi daripada industri perkhidmatan itu tidak tersimpan kekal di dalam negara.

Kebimbangan Perdana Menteri Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad dan timbalannya Datuk Seri Anwar Ibrahim terhadap arah aliran ini mencabar Pengerusi Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia Datuk Hanafi Ramli untuk membetulkan keadaan.

Hanafi mengakui arah-aliran itu tidak boleh disekat sama sekali kerana rakyat Malaysia tetap akan ke luar negara sama ada untuk lawatan perniagaan, menunaikan fardu haji dan mengerjakan Umrah, belajar atau bekerja di seberang laut.

Tetapi mahu tidak mahu arah-aliran itu mencabar Pelancongan Malaysia untuk merangka strategi baru bagi memupuk budaya suka melancong di negara sendiri di kalangan rakyat.

Ke arah itu Pelancongan Malaysia merasakan ia sudah bertindak agresif mempromosikan Pesta Malaysia, Karnival Membeli-belah, Pesta Bunga dan Eskposisi Pelancongan Domestik iaitu acara-acara tahunan yang mendedahkan rakyat tempatan kepada destinasi dan produk pelancongan yang banyak di negara sendiri.

Lagi pula ia merasakan ia sudah memberi pendedahan secukupnya kepada industri pelancongan bagi memperkenalkan destinasi pelancongan tempatan kepada rakyat negara ini.

Jadi, apa lagi masalahnya untuk memikat mereka supaya suka melancong dalam negeri?

Hanafi berkata satu daripada rintangan ke arah itu ialah konsep percutian terancang masih asing bagi rakyat negara ini.

"Banyak rakyat negara ini tidak menggunakan agensi pelancongan dan tidak sedar tentang pakej-pakej percutian dalam negara yang disediakan agensi-agensi pelancongan," katanya.

Tetapi hakikatnya ialah banyak daripada kira-kira 1,200 agensi pengembaraan dan pelancongan di negara ini hanya wujud sebagai agen menjual tiket penerbangan sahaja.

Di kalangan yang menyediakan pakej percutian pula kebanyakannya bertumpu kepada penjualan pakej-pakej percutian luar negara atau pakej-pakej tempatan di luar negara kerana keuntungannya lebih lumayan.

Hanafi berkata Pelancongan Malaysia menyedari keadaan ini dan sedang mengkaji pakej-pakej pelancongan domestik yang disediakan agensi-agensi itu serta peranan mereka memperkenalkan pelancongan domestik.

Bagaimana pula dengan usaha-usaha dari Pelancongan Malaysia sendiri?

Hanafi berkata pemupukan budaya melancong dalam negeri juga bergantung kepada peranan Bahagian Pelancongan Domestik di lembaga itu.

Bahagian Pelancongan Domestik hanya sebuah daripada sembilan bahagian di lembaga itu.

Selainnya ialah Bahagian Pasaran Antarabangsa (negara-negara Eropah); Pasaran Antarabangsa (Negara-negara Asia), Penyelidikan, Pengurusan, Acara-acara Khas, Konvensyen dan Insentif, Sokongan Promosi dan Teknologi Matlumat.

Hanafi mengakui bahawa bahagian-bahagian penting seperti bahagian pelancongan domestik akan diperkukuhkan supaya "bahagian berkenaan dapat menyumbang ke arah memupuk budaya mengutamakan melancong dalam negara."

Besar kemungkinan sesetengah bahagian itu akan digabungkan dengan bahagian domestik tetapi Hanafi berkata langkah sedemikian masih di peringkat kajian. -- BERNAMA

SJA OBA