

21/06/1999

Pakej percutian jangka perolehan RM32 juta

Wan Jailani Razak

PAKEJ percutian Langkawi Super Saver yang diusahakan bersama oleh MAS Golden Holidays dan Lembaga Pembangunan Langkawi (Lada) serta 20 pengusaha hotel di pulau berkenaan, dijangka menjana perolehan RM32 juta sepanjang tempoh setahun itu, bermula 1 Julai ini.

Kutipan itu berdasarkan kepada 48,000 penumpang yang menyertai pakej berkenaan pada kadar minimum tidak termasuk penerbangan terus dari luar negara atau promosi lain oleh MAS ketika ini.

Naib Presiden Jualan Penumpang MAS, Datuk Rashid Khan, berkata anggaran itu berdasarkan hanya 60 peratus daripada sasaran sebenar tempoh iaitu 70,000 penumpang bagi tempoh yang sama.

Menurutnya, pakej itu dijangka mendapat sambutan menggalakkan daripada orang ramai berdasarkan petunjuk ekonomi negara yang semakin pulih ketika ini di samping pakej itu sendiri yang disifatkan istimewa dan menjimatkan.

"Objektif utama tempoh itu ialah untuk mengendalikan usaha pemasaran secara bersama dan sebagai satu inisiatif promosi bagi menjadikan Langkawi, satu pilihan menarik untuk bercuti.

"Usaha sama seperti ini amat bermakna kerana ia membuktikan satu bentuk kerjasama di antara pihak berkuasa negeri dan agensi berkaitan ke arah memajukan bidang pelancongan dengan lebih teratur," katanya.

Beliau berkata demikian kepada pemberita selepas melancarkan Langkawi Super Saver di Langkawi, semalam. Terdahulu beliau menyaksikan upacara memeterai Memorandum Persefahaman (MoU) di antara MAS Golden Holidays dan 20 pengusaha hotel di Langkawi.

Hadir sama Exco kerajaan Kedah, Hassan Bulat; Timbalan Pengurus Besar Lembaga Pembangunan Langkawi (Lada), Puat Mohd Ali dan Pengurus Pelancongan Lada, Yazid Jais.

MoU itu adalah susulan kepada MoU yang ditandatangani Lada dan MAS, di Kuala Lumpur, pada 11 Jun lalu. Menerusi MoU berkenaan, MAS dan Lada melancarkan pakej percutian tiga hari dua malam ke Langkawi.

Pakej percutian serendah RM250 seorang untuk minimum dua orang dari Kuala Lumpur itu ditawarkan selama setahun mulai 1 Julai 1999, bagi menggalakkan pelancong tempatan dan luar negara melawat pulau legenda berkenaan.

Menerusi MoU itu juga, ia boleh dijadikan pemangkin untuk kedua-dua pihak memanfaatkan segala sumber yang ada dengan lebih berkesan.

Menerusi tindakan bersama serta strategi pemasaran lebih khusus, ia mampu menarik kedatangan lebih ramai pelancong ke Langkawi.

Rashid berkata, sebagai memenuhi proses pengurusan pemasaran destinasi secara menyeluruh, MAS dan Lada akan menumpukan kepada beberapa usaha termasuk memperkenalkan brosur baru bagi Langkawi.

Selain itu, katanya, kedua-dua pihak akan menganjurkan program Make it Langkawi bagi media dan kakitangan industri pelancongan serta Pasar Pelancongan Antarabangsa Langkawi.

Pasar itu yang julung kali diadakan di pulau ini pada 27 Jun ini dijangka menjadi medan paling menarik untuk merencanakan sektor perniagaan, membabitkan pembeli asing dan penjual tempatan.

Program sehari itu dijangka dirasmikan oleh Perdana Menteri, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad.

(END)