

Alih promosi pelancongan ke pasaran lebih stabil

Serdang: Strategi Tourism Malaysia mengalihkan fokus promosi ke pasaran lebih stabil seperti ASEAN, Asia Timur, Asia Selatan, Eropah, Afrika Utara dan Oceania yang dilihat mampu mengurangkan risiko kebergantungan industri pelancongan negara kepada satu-satu rantau.

Pensyarah Kanan Jabatan Rekreasi dan Ekopelancongan, Fakulti Perhutanan dan Alam Sekitar, Universiti Putra Malaysia (UPM), Profesor Madya Dr Siti Suriawati Isa berkata, langkah

terbabit antara pendekatan alternatif sesuai dilaksanakan pada masa ini susulan ketidaktentuan geopolitik di Asia Barat.

“Sekiranya satu pasaran merosot, pasaran lain boleh menampung kehilangan terutama ketika berlaku konflik sekarang.

“Dengan pengalihan fokus Tourism Malaysia kepada pasaran ini, momentum kemasukan pelancong dapat terus dikekalkan, sekali gus membantu menjayakan sasaran Tahun Melawat Malaysia 2026,” kata-

nya kepada Harian Metro.

Mengulas lanjut, Siti Suriawati berpendapat pasaran berpotensi memberi impak paling besar negara-negara ASEAN dan China di rantau Asia Timur.

“Secara tradisi, negara ASEAN penyumbang terbesar ketibaan pelancong ke Malaysia, iaitu sekitar 75 hingga 80 peratus.

“Faktor geografi, kemudahan akses melalui laluan darat menghubungkan negara ASEAN, selain pengangkutan udara, rel dan laut serta kos perjalanan

lebih rendah menjadikan rantau ini penyumbang utama pelancongan.

“Di samping itu, negara-negara ASEAN mempunyai persamaan dari segi budaya dan kesenian, sekali gus menjadikan pelancong lebih selesa untuk melancong ke negara se-rantau,” katanya.

Beliau berkata, pasaran China turut menunjukkan peningkatan jumlah pelancong ke Malaysia secara konsisten setiap tahun.

“Menurut statistik yang dikeluarkan Tourism Ma-

laysia, jumlah pelancong dari China pada 2025 ialah 4.7 juta orang berbanding 3.72 juta orang pada tahun sebelumnya,” katanya.

“Mereka juga antara penyumbang terbesar dari segi perbelanjaan bagi setiap pelancong, khususnya dalam kategori pelancong mewah. Pelanjutan dasar pengecualian visa serta peningkatan kekerapan penerbangan terus menjadikan pasaran China pemacu utama pendapatan pelancongan negara selain negara ASEAN,” katanya.