



TEKS UCAPAN

**YB DATO' SRI ISMAIL SABRI BIN YAAKOB
MENTERI KEMAJUAN LUAR BANDAR DAN WILAYAH**

SEMPENA

**MAJLIS PELANCARAN RURALTOURISM@KKLW
DAN *MOBILE APPS*.**

HOTEL PREMIERA, KUALA LUMPUR

**11 MEI 2017 (KHAMIS)
WAKTU KETIBAAN : 10.30 PAGI**

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Terima kasih Tuan / Puan Pengacara Majlis.

SALUTASI

Yang Berusaha Pengerusi Majlis

Yang Berbahagia Datuk Borhan bin Dolah,

Ketua Setiausaha KKLW,

Yang Berusaha Encik Azhar bin Abdul Manaf,

Ketua Pengarah MARA,

Yang Berbahagia Dato' Wan Ahmad Shabri Zainuddin bin Wan Mohamad,

Ketua Pengarah RISDA,

Yang Berusaha Encik Zulkarnain bin Md Eusope

Ketua Pegawai Eksekutif FELCRA Berhad,

Pengurus Besar KEDA, KESEDAR, KETENGAH dan, KEJORA

Pengerusi-pengerusi syarikat,

Ketua Pegawai Eksekutif,

Dato'-Dato', Tuan-tuan dan Puan-puan

Yang saya hormati sekalian.

PENDAHULUAN

1. Terlebih dahulu marilah kita memanjatkan kesyukuran kehadiran Allah S.W.T kerana dengan limpah kurnia-Nya kita dapat bersama-sama pada Majlis Pelancaran RuralTourism@KKLW pada hari ini.

2. Tujuan majlis ini diadakan adalah untuk merealisasikan inisiatif kerjasama strategik anak syarikat di bawah **Kluster Pelancongan** yang telah menandatangani Memorandum Persefahaman (MoU) pada 14 April 2017 yang lalu.

3. Usaha ini adalah selaras dengan saranan saya dalam Majlis MoU tersebut supaya setiap kluster perniagaan yang telah diwujudkan di bawah KKLW perlu dimanfaatkan sepenuhnya oleh semua anak syarikat untuk meningkatkan daya saing, meluaskan pasaran dan seterusnya menjana keuntungan kepada syarikat.

Tuan-tuan dan Puan-puan,

4. Pada masa kini, bidang Pelancongan merupakan suatu industri yang terus berkembang pesat di negara kita. Bagi Tahun 2015, seramai 25.7 juta pelancong telah tiba di Malaysia yang menjana perolehan sehingga RM69.1 bilion. Manakala bagi tahun 2016, jumlah pelancong bagi enam bulan pertama ialah seramai 13 juta orang, peningkatan 3.7% berbanding 12.5 juta pelancong untuk tempoh yang sama pada 2015.

5. Jika dilihat kepada segmen negara asal pelancong ini, kita dapati Singapura, Indonesia dan China adalah antara negara-negara yang ramai pelancongnya mengunjungi Malaysia. Begitu juga pelancong dari negara-negara ASEAN yang turut menyumbang sebahagian besar daripada jumlah data pengunjung.

Tuan-tuan dan Puan-puan,

6. **Promosi** merupakan satu elemen yang paling penting dalam menarik perhatian pelancong. Tanpa promosi yang berkesan, keunikan atau kelainan tempat-tempat menarik yang kita miliki tidak dapat ditonjolkan sepenuhnya. Sebagai contoh, kita memiliki kemudahan chalet atau penginapan yang baik, di mana mungkin lokasinya tidak jauh daripada beberapa tempat tarikan pelancong yang lain. Namun, jika kita tidak menghebahkan kelebihan tersebut, berkemungkinan pelancong yang sedang mencari tempat untuk menginap akan memilih tempat lain atau pesaing kita.

7. Banyak kaedah promosi yang boleh digunakan, sama ada secara konvensional atau menerusi pendekatan media sosial. Walau bagaimanapun, teknologi pada masa kini menunjukkan hebahan menerusi media *online* lebih pantas dan meluas tanpa sempadan masa dan tempat.

8. Saya dimaklumkan bahawa Kluster Pelancongan telah membina *mobile apps* yang khusus bagi mempromosikan semua pakej yang ditawarkan. Ini merupakan suatu langkah yang amat baik untuk kita mendekati kumpulan sasaran iaitu pelancong-pelancong tempatan dan luar negara tanpa mengira batasan usia. Pada era ini, masyarakat yang kini semakin cenderung menggunakan aplikasi atas talian untuk membuat carian tempat-tempat menarik untuk dilawati. Contohnya seperti Agoda.com, Traveloka.com, Booking.com dan sebagainya yang memfokuskan kepada pencarian bilik-bilik hotel pada harga yang berpatutan, atau Airpaz.com yang memfokuskan kepada pencarian tiket-tiket penerbangan yang termurah.

9. Kejayaan model-model perniagaan atas talian sebegini perlu dikaji dan diselarikan dengan strategi perniagaan. Momentum hasil kerjasama ini tidak boleh terhenti setakat penawaran pakej dalam negara (in-bound) sahaja, tetapi perlu meningkatkan kapasiti sehingga mampu menawarkan pakej ke luar negara (out-bound). Strategi pemasaran yang tepat akan menjimatkan masa, tenaga dan kos kepada kita, malahan menjana keuntungan yang tinggi.

Tuan-tuan dan puan-puan,

10. Saya juga difahamkan terdapat kerjasama untuk mewujudkan pakej yang menggabungkan beberapa lokasi menarik di kawasan operasi anak syarikat. Ini satu lagi usaha yang harus kita berikan pujian kerana menggalakkan pelancong untuk meneroka lebih jauh, selain memberikan pilihan kepada anak syarikat untuk sama-sama berganding bahu atas dasar menang-menang.

11. Secara umumnya, RuralTourism@KKLW akan mempromosikan tempat-tempat menarik di kawasan luar bandar termasuk keunikan kebudayaan dan makanan tempatan. Di antara tarikan menarik bagi pengunjung di kawasan KETENGAH ialah Tasik Kenyir dengan pakej yang pelbagai. Jika berada di KEDA, terdapat penginapan di lembah kelulut. Di KESEDAR pula dengan Taman Etnobotani dan Kolam Air Keluarga. Manakala di KEJORA dengan hotel berwajah baru serta pakej menyusuri sungai dan laut. Begitu juga ESPEK Eco Park di Ulu Slim yang telah saya rasmikan pada 22 April yang lalu turut menawarkan lokasi pelancongan desa dengan harga berpatutan dan pilihan yang pelbagai.

12. Dengan gabungan pakej sesama anak syarikat ini, saya percaya peluang pemasaran kita akan lebih luas dan para pengunjung kita akan dapat meneroka lebih banyak tempat dalam sekali kunjungan ke tempat kita. Pengalaman yang mengujakan ini pasti membuatkan pengunjung berkenaan tidak sabar untuk meneroka pakej yang lain pula pada masa akan datang.

Tuan-tuan dan Puan-puan,

13. Di kesempatan ini, saya ingin menyeru supaya semua agensi dan anak syarikat di bawah KKLW menggunakan sepenuhnya perkhidmatan yang ditawarkan oleh Kluster Pelancongan ini seperti dalam urusan penempahan tiket penerbangan (ticketing) dan juga pakej-pakej pelancongan sama ada dalam negeri atau ke luar negara.

14. **Syabas dan tahniah** kepada Kluster Pelancongan kerana telah berjaya mengorak selangkah lagi lembaran baru bagi kerjasama anak-anak syarikat di bawah KKLW.

15. Saya percaya masih banyak lagi ruang dan peluang serta potensi kerjasama di bawah RuralTourism@KKLW yang boleh diteroka seterusnya. Antaranya ialah kolaborasi atau inisiatif NBOS bersama Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia (MOTAC) yang bukan sahaja dapat menambahkan rangkaian usahawan pelancongan untuk dilibatkan, malahan boleh membantu mempromosi produk RuralTourism@KKLW melalui pameran di luar negara atau kaunter-kaunter penerangan yang ada. Momentum ini perlu diteruskan secara agresif dan kerjasama ini perlu diperluas kepada usahawan-usahawan tempatan untuk sama-sama meningkatkan ekonomi setempat. Kesan limpahan ekonomi (spillover effect) dari promosi RuralTourism@KKLW ini semestinya akan meningkatkan pendapatan para pengusaha-pengusaha homestay setempat.

16. Akhir kata, saya mengharapkan agar majlis ini akan menjadi permulaan kepada agenda **RuralTourism@KKLW** yang lebih besar berteraskan semangat pasukan yang tinggi dalam keluarga KKLW. Semoga anak-anak syarikat milik agensi di bawah KKLW akan terus kukuh, berdaya saing dan disegani di kalangan sektor korporat.

17. Akhir kata, dengan lafaz “Bismillahirrahmanirrahim” saya merasmikan pelancaran **RuralTourism@KKLW** dan **Mobile Apps RuralTourism@KKLW**.
Sekian, terima kasih.