

Tawar 'pengalaman eksklusif' pikat pelancong berbelanja lebih

- Jika RM500 juta dana Tahun Melawat Malaysia 2026 digunakan untuk melatih 100,000 pekerja pelancongan menjadi pakar hospitaliti bertaraf antarabangsa, pulangan jangka panjangnya adalah peningkatan pendapatan isi rumah mampan

- Jika kita berjaya laksana pembaharuan struktur dalam cara kita mengukur kejayaan dan meningkatkan kualiti pekerjaan, Malaysia bukan sahaja berupaya mencapai sasaran diharapkan, malah membina ekonomi pelancongan berdaya tahan, inklusif dan membanggakan



Timbalan Presiden Persatuan Pembangunan Pelancongan Antarabangsa Malaysia (MITDA) & Profesor Adjung Universiti Malaysia Kelantan (UMK)

Oleh Datuk Azlie Halim
bhrencana@bh.com.my

Sektor pelancongan Malaysia terus memainkan peranan penting dalam sebagai pemacu utama pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam menyokong penggunaan domestik.

Pengumuman peruntukan lebih RM500 juta khusus untuk Tahun Melawat Malaysia 2026 adalah suntikan dana besar dan menuntut akauntabiliti tinggi. Namun, persoalan kritikal adalah bagaimanakah kerajaan patut mengukur pulangan pelaburan (ROI) dana awam ini?

Mengukur ROI tidak boleh lagi hanya bersandarkan jumlah ketibaan pelancong semata-mata seperti sasaran 43 juta ketibaan untuk Tahun Melawat Malaysia 2026. Pendekatan ini sudah tidak relevan lagi pada zaman sekarang kerana ROI sebenar perlu diukur melalui nilai tambah dan impak langsung kepada ekonomi domestik.

- Pertama, metrik perbelanjaan per kapita adalah paling kritikal. Sasaran unjuran pendapatan dalam sektor pelancongan perlu dipantau rapi. Jika kos pemasaran RM500 juta menghasilkan nisbah ganda tinggi terhadap pendapatan ini, barulah ia dianggap berjaya.

Jika jumlah pelancong meningkat, tetapi perbelanjaan merosot, bermakna Malaysia hanya menarik 'pelancong bajet' yang memberi tekanan kepada infrastruktur tanpa pulangan ekonomi setimpal.

- Kedua, tempoh tinggal. ROI harus mengukur keberkesanan kempen dalam menarik pelancong ke destinasi yang memerlukan penginapan lebih lama, seperti ekopelancongan atau pelancongan perubatan yang memacu perbelanjaan lebih mendalam bagi komuniti setempat.

Malaysia perlu mengaktifkan semula pasaran Eropah, Australia dan Asia Barat memandangkan pelancong dari rantau ini mempunyai tempoh tinggal lebih lama dan perbelanjaan per kapita lebih tinggi (*high-yield tourists*).

- Ketiga, kesan limpahan kepada gaji dan pekerjaan. ROI sosial diukur apabila kita melihat peningkatan gaji median dalam sektor ini, bukan sekadar jumlah pekerjaan. Walaupun sektor pelancongan menyokong 21.6 peratus pekerjaan, ia sering dikaitkan dengan upah rendah dan produktiviti sederhana.

Masalah utama pekerjaan runcit dan industri makanan dan minuman (F&B) adalah ia dianggap sebagai berkemahiran rendah. Kita perlu mengubah pekerja daripada 'penghantar makanan/pembantu

kedai' kepada 'duta pengalaman pelancongan'.

Pekerja F&B perlu dilatih dalam aspek barista atau pakar gastronomi warisan. Pekerja runcit pula perlu dilatih dalam kemahiran bercerita (*storytelling*) mengenai produk kraf dan budaya tempatan.

Dalam usaha memacu *tourism boom* 2026 menjadi lebih bermakna bagi rakyat, kita perlu beralih daripada mentaliti 'mencari kerja' kepada 'mencari nilai'. Jika RM500 juta dana Tahun Melawat Malaysia 2026 digunakan untuk melatih 100,000 pekerja pelancongan menjadi pakar hospitaliti bertaraf antarabangsa, pulangan jangka panjangnya adalah peningkatan pendapatan isi rumah mampan. Tanpa pembaharuan ini, kita hanya akan melihat peningkatan jumlah pekerja miskin di sebalik bangunan pusat beli-belah gah.

Selain itu, dominasi sektor runcit dan F&B sebenarnya bersempitan dalam struktur perbelanjaan pelancong di negara ini menunjukkan model ekonomi pelancongan kita masih bersifat 'transaksional' berbanding 'pengalaman'.

Laksana strategi baharu dan berkesan

Walaupun membeli-belah adalah pemacu tunai yang pantas, model *shopping-led* ini mempunyai risiko ketepuan, terutama apabila bersaing dengan hab beli-belah serantau seperti Bangkok atau Singapura yang mempunyai rejim cukai dan kepelbagaian produk yang serupa.

Bagi menaik taraf struktur ini supaya lebih banyak dana mengalir ke sektor budaya, alam dan komuniti dengan pengalaman bernilai tinggi, strategi baharu dan berkesan perlu dilaksanakan segera. Kita perlu beralih daripada 'melawat dan membeli' kepada 'merasa dan mengalami'.

Masalah utama sektor budaya dan alam di negara ini adalah ia sering dijual sebagai 'lawatan melihat' (*sightseeing*) yang murah atau percuma, bukannya

'pengalaman berbayar' yang eksklusif.

Justeru, kita perlu memperkenalkan pakej *Premium Cultural Immersion*. Contohnya, bukannya sekadar melawat muzium tekstil, tetapi kita boleh tawarkan bengkel mencanting batik eksklusif bersama tokoh kraf dengan harga premium.

Dengan cara ini ia sedikit-tidaknya dapat mengubah pelancong daripada menjadi 'pemerhati' kepada 'peserta', yang sanggup membayar lebih untuk pengalaman unik, ilmu dan kemahiran.

Strategi ini akan mengubah Malaysia daripada destinasi beli-belah kasual kepada hab pengalaman yang unik, selaras dengan tema Tahun Melawat Malaysia 2026, iaitu *Surreal Experience*.

Pulangan sebenar RM500 juta ini bukan terletak pada jumlah 43 juta pelancong semata-mata, tetapi pada daya tahan ekonomi domestik. Jika dana ini berjaya meningkatkan gaji pekerja hotel, memajukan pengusaha inap desa di luar bandar dan mengekalkan warisan budaya melalui permintaan tinggi, maka ROI berkenaan dianggap berjaya.

Jika kita berjaya melaksanakan pembaharuan struktur dalam cara kita mengukur kejayaan dan meningkatkan kualiti pekerjaan, Malaysia bukan sahaja berupaya mencapai sasaran yang diharapkan, malah membina ekonomi pelancongan yang berdaya tahan, inklusif dan benar-benar membanggakan.

Cabaran kekal wujud, khususnya dalam memastikan sasaran realistik dan pengurusan kapasiti berkesan. Namun, dengan sokongan dasar kerajaan, peruntukan fiskal besar serta kelebihan struktur negara, sektor pelancongan Malaysia berada pada kedudukan kukuh terus menjadi enjin pertumbuhan ekonomi dalam tempoh sederhana hingga panjang.

Semua artikel penulis tamu adalah pendapat peribadi, bukan pendirian rasmi BH

