



PELAN STRATEGIK

KEMENTERIAN PELANCONGAN
DAN KEBUDAYAAN MALAYSIA
2016-2020



PELAN STRATEGIK

**KEMENTERIAN PELANCONGAN
DAN KEBUDAYAAN MALAYSIA
2016-2020**

**KAMPUNG
TEMENIN BARU**
Homestay Johor

Cetakan Pertama 2016
HAK CIPTA TERPELIHARA

ISBN: 978-983-40569-5-7

Hak cipta terpelihara Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia serta kandungannya yang termasuk maklumat, teks, imej, grafik dan logo, kecuali dinyatakan sebaliknya. Tiada mana-mana bahagian boleh diubah, disalin, diedar, dihantar semula, disiarkan, dipamerkan, diterbitkan, dipindah, dijual atau diuruskan bagi tujuan komersil dalam apa bentuk sekalipun tanpa mendapat kebenaran secara bertulis yang jelas terlebih dahulu.

Dicetak Oleh:

FIRDAUS PRESS SDN. BHD.
No. 28, Jalan PBS 14/4
Taman Perindustrian Bukit Serdang
43300 Seri Kembangan
Selangor Darul Ehsan, Malaysia



KANDUNGAN

01	Perutusan YB Menteri
02	Prakata Ketua Setiausaha
03	Sejarah Kementerian
04	Punca Kuasa
06	Carta Organisasi Kementerian
07	Piagam Pelanggan Kementerian
08	Pihak Berkepentingan (<i>Stakeholders</i>)
10	Analisis Persekitaran dan Cabaran
13	Visi, Misi dan Objektif
14	Nilai-Nilai Bersama 1MOTAC
15	Bidang Keberhasilan Utama Kementerian
17	Teras Strategik
27	Strategi dan Pelan Tindakan Strategi
44	Aspirasi Pasca 2020
45	Glosari



PERUTUSAN YB MENTERI

Dato' Seri Mohamed Nazri bin Abdul Aziz
Menteri Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya bersyukur kerana dengan izin-Nya maka kita dapat menghasilkan Pelan Strategik Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia 2016-2020.

Pelan Strategik ini bukan sahaja akan menjadi manifesto kepada bahagian-bahagian dan agensi-agensi dalam Kementerian, malah boleh dijadikan rujukan oleh penggiat-penggiat industri pelancongan dan kebudayaan ke arah mencapai hasrat kerajaan untuk mewujudkan masyarakat yang maju dan berpendapatan tinggi dalam waktu terdekat ini. Saya percaya Pelan Strategik ini akan menjadi realiti dengan komitmen yang tinggi dan sumbangan idea yang bernas sepanjang proses pengubalan pelan ini.

Akhir kata, saya mengucapkan setinggi-tinggi tahniah kepada semua warga Kementerian dan Agensi yang terlibat khususnya kepada Bahagian Dasar Kebudayaan serta Bahagian Dasar Pelancongan dan Hubungan Antarabangsa dalam penghasilan Pelan Strategik ini.



PRAKATA KETUA SETIAUSAHA

Tan Sri Dr. Ong Hong Peng

Ketua Setiausaha Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia

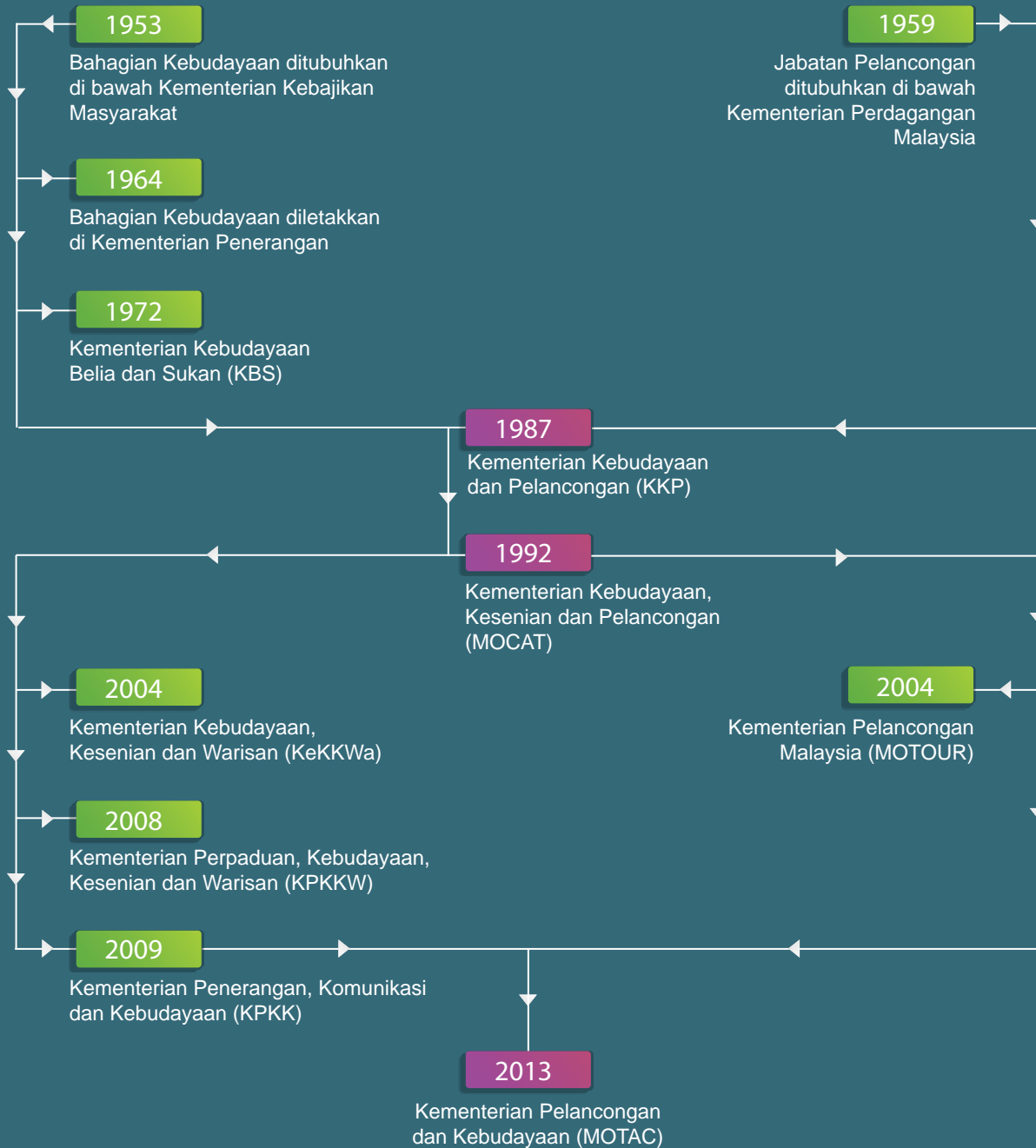
Pelan Strategik Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia 2016-2020 merupakan satu rangka kerja komprehensif yang mempunyai hala tuju untuk memajukan Malaysia sebagai destinasi pelancongan dan kebudayaan bertaraf dunia menjelang tahun 2020 serta mengekalkan jati diri bangsa berteraskan seni, budaya dan warisan negara.

Penggubalan Pelan Strategik ini telah melalui satu proses yang sistematik di mana setiap Bahagian dan Agensi di bawah Kementerian bersetuju membina komitmen bersama untuk menjadikannya sebagai rujukan utama dan agenda penting Kementerian.

Selaras dengan Rancangan Malaysia Kesebelas 2016-2020 (RMKe-11), Pelan Strategik ini telah menggariskan 9 strategi utama yang akan menjadi panduan dalam merangka segala perancangan dan aktiviti yang mampan, berdaya saing dan inklusif. Ini bagi memastikan Kementerian sentiasa berada di landasan yang tepat dalam memacu industri pelancongan dan kebudayaan ke satu tahap yang unggul seterusnya menjadi pemangkin kepada sosioekonomi negara.

Saya berharap agar keberhasilan (*outcome*) yang telah ditetapkan akan dapat direalisasikan dengan penguatan 9 Pelan Tindakan Strategi yang mengintegrasikan program dan aktiviti di bawah sektor pelancongan dan kebudayaan. Semoga Pelan Strategik ini akan dapat merealisasikan hala tuju Kementerian dalam mencapai aspirasi Wawasan 2020 dan selaras dengan Pelan Transformasi Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan.

SEJARAH KEMENTERIAN



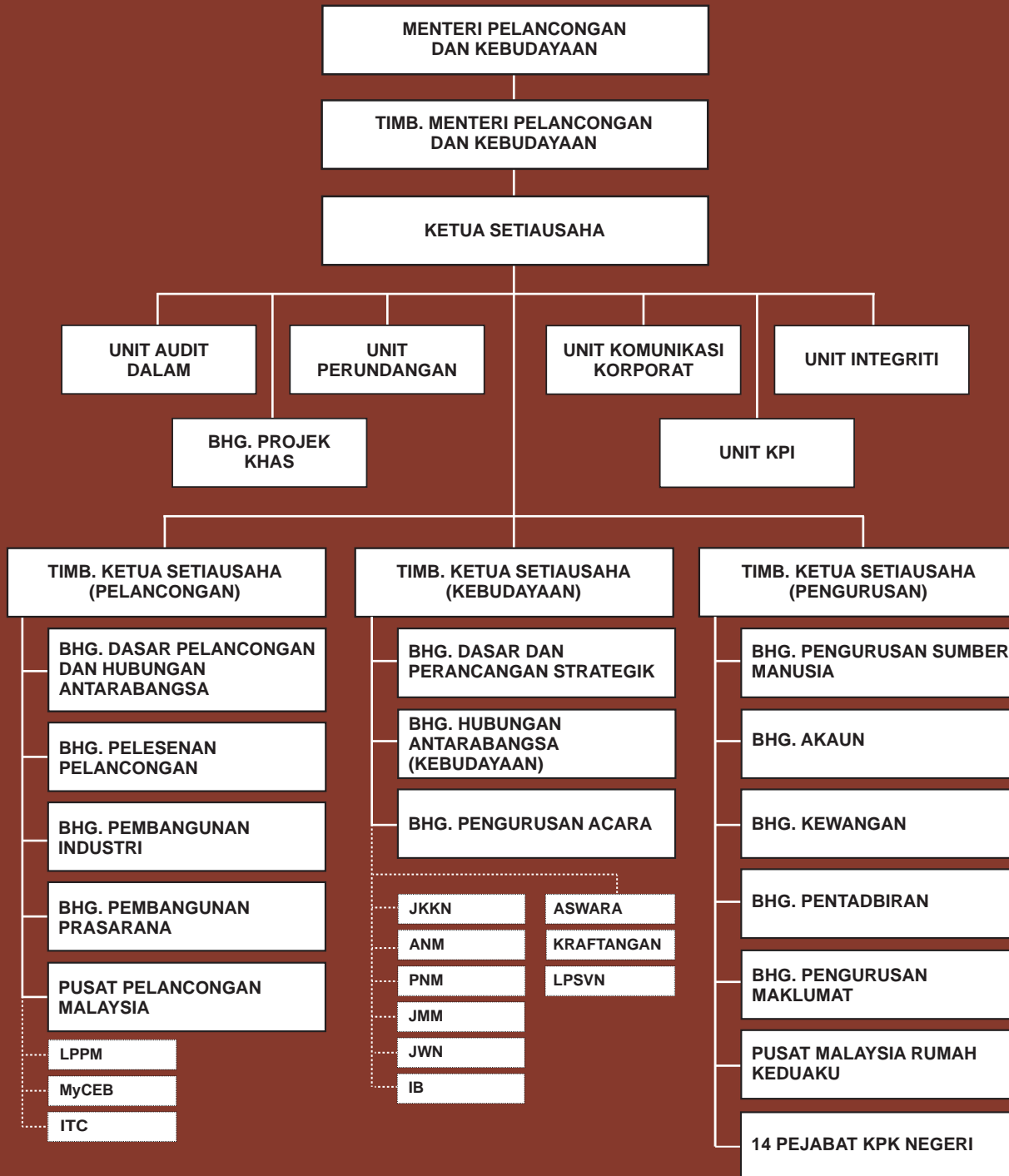
PUNCA KUASA

- 01 Akta Fungsi-Fungsi Menteri 1969 [Akta 2]
- 02 Akta Industri Pelancongan 1992 [Akta 482]
- 03 Akta Pelesenan Kenderaan Pelancongan 1999 [Akta 594]
- 04 Akta Perpustakaan Negara 1972 [Akta 80]
- 05 Akta Penyerahan Bahan Perpustakaan 1986 [Akta 331]
- 06 Akta Arkib Negara 2003 [Akta 629]
- 07 Akta Warisan Kebangsaan 2005 [Akta 645]
- 08 Akta Fi (Jabatan Muzium Malaysia) (Pengesahan) 2014 [Akta 760]
- 09 Akta Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia 1979 [Akta 222],
Akta Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia (Pindaan) 1983 [Akta A562]
- 10 Akta Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia 1992 [Akta 481]
- 11 Akta Akademi Seni Budaya dan Warisan Kebangsaan 2006 [Akta 653]
- 12 Akta Lembaga Pembangunan Seni Visual Negara 2011 [Akta 724]

AHLI PENGURUSAN TERTINGGI
Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan



CARTA ORGANISASI KEMENTERIAN



PIAGAM PELANGGAN KEMENTERIAN

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia berjanji untuk memberikan perkhidmatan yang cemerlang, berkualiti dan komited di dalam melaksanakan tanggungjawab seperti berikut:

PELESENAN

- Menentukan proses kelulusan / pengeluaran lesen-lesen kepada syarikat perniagaan pengendalian pelancongan dan perniagaan agensi pengembaraan (TOB/TAB) dalam masa 20 hari bekerja.

PEMBANGUNAN INDUSTRI PELANCONGAN

- Mengeluarkan keputusan Peperiksaan Kursus Asas Pemandu Pelancong dalam tempoh 30 hari bekerja dari tarikh semua kertas jawapan peperiksaan bertulis dan praktikal diterima.
- Mengeluarkan keputusan Peperiksaan Kursus Pengesahan Pemandu Pelancong dalam tempoh 30 hari bekerja dari tarikh semua kertas jawapan peperiksaan praktikal diterima.
- Menguruskan Pinjaman Dana Pelancongan dengan cara:
 - i. Memproses dan memanggil untuk pembentangan permohonan dalam masa 14 hari bekerja dari tarikh permohonan lengkap diterima; dan
 - ii. Mengeluarkan keputusan permohonan dalam masa tujuh (7) hari bekerja dari tarikh pembentangan.

PUSAT PELANCONGAN MALAYSIA

- Mempertingkatkan perkhidmatan kaunter Pusat Pelancongan Malaysia yang cekap dan mesra dalam tempoh menunggu tidak boleh melebihi dari 10 minit serta memberi maklumat yang tepat kepada pelancong.
- Menguruskan permohonan tempahan dan sewaan ruang Pusat Pelancongan Malaysia dalam tempoh lima (5) hari bekerja dengan cekap dan menyediakan perkhidmatan sokongan teknikal yang berkualiti.

MALAYSIA RUMAH KEDUAKU

- Memproses permohonan program Malaysia My Second Home (MM2H) dalam tempoh Sembilan puluh (90) hari waktu bekerja dari tarikh permohonan yang lengkap diterima dan tertakluk kepada pengesahan bank dalam tempoh berkenaan.

TABUNG KEBAJIKAN PENGGIAT SENI DAN TABUNG AMANAH KEBUDAYAAN

- Menguruskan pembayaran permohonan bantuan Tabung Kebajikan Penggiat Seni dan Tabung Amanah Kebudayaan yang telah diluluskan oleh Jawatankuasa Penilaian Kebudayaan dalam tempoh tujuh (7) hari bekerja.

PEMBANGUNAN

- Mengesahkan dokumen pembayaran kepada pihak kontraktor/ perunding dalam tempoh lima (5) hari bekerja.

PENGURUSAN ADUAN

- Memberi respon kepada aduan pelanggan dengan cepat, tepat dan berbudhi bahasa dalam tempoh masa berikut:
 - i. Mengeluarkan surat akuan penerimaan aduan dalam tempoh tiga (3) hari dari tarikh aduan diterima; dan
 - ii. Mengeluarkan surat tindakan susulan/siasatan/jawapan aduan dalam tempoh tujuh (7) hari dari tarikh aduan diterima.

PENGURUSAN KEWANGAN

- Memastikan bil dan invoice dibayar dalam tempoh 14 hari dari penerimaan dokumen yang lengkap.

PIHAK BERKEPENTINGAN (STAKEHOLDERS)



PERDANA MENTERI



JEMAAH MENTERI



KETUA SETIAUSAHA NEGARA



KEMENTERIAN / JABATAN / AGENSI KERAJAAN



AGENSI - AGENSI ANTARABANGSA



SEKTOR SWASTA / BADAN BERKANUN / GLC / NGO



PEMAIN INDUSTRI / MEDIA



ORANG AWAM

PULAU TIOMAN

Pahang



ANALISIS PERSEKITARAN DAN CABARAN

Sebagai salah satu penyumbang utama kepada pertumbuhan ekonomi negara, pelancongan dan kebudayaan merupakan ekonomi berasaskan masyarakat, yang membuka peluang keemasan untuk Malaysia memperkenalkan keunikan kepelbagaian budaya dan warisan negara kepada pelancong domestik dan asing.

Malaysia terkenal dengan penjenamaan pelancongan yang cukup baik, kekayaan seni budaya, warisan pelbagai bangsa, makanan, hasil kraftangan, landskap alam semula jadi dengan kekayaan aset biodiversiti. Kementerian ini turut memainkan peranan dan tanggungjawab dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui pembangunan aktiviti nilai-nilai murni dan keilmuan budaya demi pengekalan dan pengukuhan jati diri masyarakat Malaysia.

Selaras dengan usaha kerajaan ke arah memacu sektor pelancongan dan kebudayaan sebagai pemangkin kepada pertumbuhan ekonomi negara, terdapat beberapa cabaran dan isu yang dihadapi dalam merealisasikan aspirasi tersebut.

PENGGABUNGAN FUNGSI SEKTOR EKONOMI DAN FUNGSI SEKTOR SOSIAL

- Sektor pelancongan tergolong di bawah sektor perkhidmatan berpaksikan ekonomi.
- Sektor kebudayaan tergolong di bawah sektor sosial berpaksikan kesejahteraan rakyat (identiti, jati diri, Perpaduan Nasional).
- Seni budaya dan warisan sebagai penyumbang kepada ekonomi dan pendapatan negara melalui Pelancongan Budaya dan Industri Kreatif Kebudayaan.
- Kementerian perlu melaksanakan dua fungsi dan tanggungjawab yang berbeza indikator dan keberhasilannya.
- Kementerian yang baru digabungkan ini akan berusaha melaksanakan inisiatif berbentuk serampang dua mata dengan satu hala tuju.
- Pembentukan budaya kerja berasaskan prinsip dan semangat 1MOTAC yang mementingkan kerja berpasukan.

GLOBALISASI DAN LIBERALISASI

- *Interconnectedness or interdependence* (kesalinghubungan dan kesaling bergantung) dalam memajukan industri pelancongan dan kebudayaan di peringkat serantau dan antarabangsa.
- Wujudnya dunia tanpa sempadan yang memerlukan persaingan untuk mendapatkan dan meraih pelancong yang berbelanja tinggi (*high-end tourists*).
- Keperluan kepada pengurusan Kementerian yang cekap, strategik dan kepantasan bertindak dalam apa jua situasi.

SET MINDA DIDORONG OLEH PERMINTAAN (*DEMAND DRIVEN MINDSET*)

- Ekspektasi *stakeholders* yang tinggi terhadap keupayaan industri pelancongan dan kebudayaan dalam menjana pendapatan negara serta memastikan identiti bangsa negara Malaysia terpelihara.
- *Sell What People Want, Not What We Want To Sell.*
- Amalan pendekatan rundingan bagi menangani perubahan dalam ekspektasi pelanggan dan *stakeholders*.

BUAT LEBIH DENGAN SEDIKIT (*DO MORE WITH LESS*)

- Peruntukan pengurusan dan pembangunan terbatas pada jumlah yang sama sejak beberapa tahun.
- Kekangan untuk mengisi jawatan kosong.
- Pengetahuan dan kemahiran penentu dalam persaingan pada masa hadapan ke arah ekonomi berpendapatan tinggi dan berdaya saing.
- Perkongsian pintar dan kerjasama bersinergi dengan pihak kerajaan negeri, lain-lain kementerian, pemain/ penggiat industri, badan-badan bukan kerajaan dan pihak swasta (dalam dan luar negara).
- Penyemarakan semangat kerjasama melalui budaya gotong-royong atau secara NBOS yang memerlukan kerjasama merentasi sempadan agensi.

PERKEMBANGAN TEKNOLOGI MAKLUMAT DAN KOMUNIKASI

- Perkhidmatan dan keputusan dapat dibuat dengan lebih pantas.
- Pemakaian dan penggunaan media sosial yang aktif dalam menyebarkan promosi dan pemberitahuan maklumat melalui *online, real time, anytime and anyplace*.
- Perkhidmatan berbentuk digital, *mobile, Facebook, WeChat, Twitter, hashtag* dan lain-lain.

PENGUKUHAN PENGURUSAN ORGANISASI

- Membangunkan sumber manusia yang cekap, produktif, berkualiti, relevan dan berdaya saing.
- Membangunkan kompetensi tenaga kerja, pengurusan prestasi, pengiktirafan dan ganjaran, serta pembentukan budaya kerja berprestasi tinggi.
- Penekanan kepada pembelajaran berterusan, penyelidikan dan pembangunan R&D.
- Inovasi dan kreativiti di dalam budaya kerja, sistem dan prosedur, perundangan, birokrasi, cara berfikir dan amalan kerja ke arah penyampaian perkhidmatan yang lebih baik.

VISI

Memajukan Malaysia sebagai destinasi pelancongan dan kebudayaan bertaraf dunia menjelang tahun 2020 serta mengekalkan jati diri bangsa yang berteraskan seni, budaya dan warisan negara.



MISI

Memacu sektor pelancongan dan kebudayaan sebagai pemangkin pertumbuhan sosioekonomi yang mampan serta memperkasa, memelihara dan memulihara seni, budaya dan warisan negara.

OBJEKTIF

- 1 Memperkasakan produk/program pelancongan dan kebudayaan ke arah mengukuhkan jati diri bangsa.
- 2 Meningkatkan sinergi dan kerjasama antara penggiat sektor pelancongan dan kebudayaan untuk menjadikan Malaysia sebagai sebuah destinasi pilihan.
- 3 Mempromosikan keunikan seni, budaya dan warisan Malaysia serta produk-produk pelancongan sebagai pemangkin utama pertumbuhan sektor pelancongan dan kebudayaan negara.
- 4 Menyediakan modal insan yang berilmu, berkemahiran, kreatif dan inovatif dalam sektor pelancongan dan kebudayaan.

NILAI-NILAI BERSAMA 1MOTAC

S

SINERGI

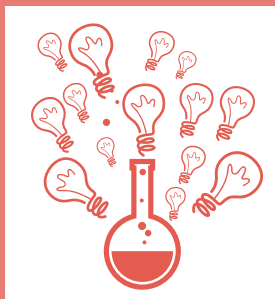
Bersatu menjalinkan kerjasama bersinergi dalam melaksanakan tanggungjawab dan amanah selaras dengan visi, misi dan objektif Kementerian ke arah mendokong agenda pembangunan negara.



I

INOVATIF

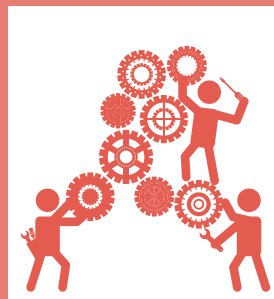
Sentiasa melakukan perubahan untuk penambahbaikan perkhidmatan dan penghasilan produk melalui amalan kerja yang kreatif dan inovatif selaras dengan fungsi Kementerian yang terlibat dalam perkhidmatan hospitaliti dan industri kreatif.



K

KOMPETEN

Senantiasa bersemangat dan mengamalkan budaya pencapaian yang konsisten dalam menghasilkan mutu kerja yang cemerlang.



A

AKAUNTABILITI

Berpegang pada akauntabiliti iaitu sifat bertanggungjawab terhadap sesuatu keputusan dan tindakan serta bersedia memberi penjelasan/kewajaran yang diperlukan.



P

PROFESIONALISME

Berpegang pada ciri-ciri profesionalisme dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab dengan bersikap bijaksana, mendahulukan kepentingan perkhidmatan awam serta komited dalam memberikan perkhidmatan yang terbaik.



BIDANG KEBERHASILAN UTAMA KEMENTERIAN

Fokus Utama

- 1 Peningkatan sumbangan pada tahun 2020
- 2 Pengukuhan jati diri melalui pemerkasaan produk/program pelancongan dan kebudayaan

Facts and Figures

SEKTOR PELANCONGAN

36 JUTA
ketibaan pelancong

RM 168 BILION
pendapatan
pelancongan

497 RIBU
tambahan peluang
pekerjaan dalam
sektor pelancongan

SEKTOR KEBUDAYAAN

RM 2.1 BILION
pendapatan Industri
Kreatif Kebudayaan

10 RIBU
tambahan peluang
pekerjaan dalam Industri
Kreatif Kebudayaan

**BANGUNAN KEMENTERIAN
PELANCONGAN DAN
KEBUDAYAAN MALAYSIA**
Presint 5, Putrajaya



Teras Strategik

PEMERKASAAN SEKTOR PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN YANG BERDAYA SAING, MAMPAN DAN INKLUSIF

STRATEGI-STRATEGI

1. Peningkatan imej melalui pengiktirafan Malaysia di peringkat antarabangsa
2. Pemeliharaan dan pemuliharaan sumber-sumber
3. Promosi dan pemasaran taktikal
4. Pengukuhan infrastruktur dan peningkatan standard serta kualiti produk/ perkhidmatan
5. Pembangunan yang inklusif
6. Penggalakan dan penyemarakkan sektor pelancongan dan kebudayaan
7. Pemerksaan penyelidikan dan penerbitan
8. Peningkatan dan pengukuhan jati diri
9. Pengurusan organisasi dan khidmat sokongan yang efektif

Strategi 1

PENINGKATAN IMEJ MELALUI PENGIKTIRAFAN MALAYSIA DI PERINGKAT ANTARABANGSA

Peningkatan daya saing dan pengiktirafan Malaysia dalam bidang pelancongan dan kebudayaan di peringkat antarabangsa adalah penting untuk meningkatkan imej dan visibiliti negara sebagai destinasi yang terkemuka di dunia.

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia akan memberi tumpuan untuk meningkatkan dan mengekalkan kedudukan Malaysia sebagai 10 negara teratas bagi kategori ketibaan pelancong dan pendapatan pelancongan di peringkat United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Manakala, dalam bidang kebudayaan, fokus akan diberikan untuk memastikan Malaysia mendapat pengiktirafan di peringkat United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Peranan dan penglibatan Malaysia dalam pertubuhan antarabangsa dan serantau seperti Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) dan Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) akan dipertingkatkan agar terus kekal relevan.

Antara penglibatan utama Malaysia dalam bidang pelancongan dan kebudayaan di peringkat ASEAN adalah dalam menerajui pembangunan Komuniti Sosio-Budaya ASEAN (ASEAN *Socio-Cultural Community-ASCC*) dan Pelan Strategik Pelancongan ASEAN (ASEAN *Tourism Strategic Plan-ATSP*) 2016-2025. Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia telah diberikan pengiktirafan sebagai Pengerusi ASCC dan diberikan mandat dalam membangun dan memuktamadkan Rangka Pelan Tindakan Komuniti ASEAN 2016-2025. Pada masa yang sama, Malaysia juga telah dilantik sebagai Timbalan Pengerusi Jawatankuasa Daya Saing Pelancongan ASEAN (ASEAN *Tourism Competitiveness Committee*) bagi tahun 2016-2017. Pelantikan ini adalah lanjutan daripada pelancaran ATSP 2016-2025.

Kementerian juga akan menggandakan usaha untuk memantapkan penglibatan Malaysia melalui pelantikan ke jawatan-jawatan penting dalam pertubuhan antarabangsa dan akan sentiasa memastikan Malaysia terus mendapat manfaat daripada penyertaan tersebut.





Strategi 2

PEMELIHARAAN DAN PEMULIHARAAN SUMBER-SUMBER

Prinsip ‘memelihara dan memulihara seni budaya dan warisan negara serta melindungi alam semula jadi’ yang dipegang oleh Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan merupakan satu prinsip yang perlu diterapkan dalam aktiviti pelancongan dan kebudayaan. Ia juga merupakan satu tanggungjawab yang perlu dilaksanakan secara menyeluruh bermula dari peringkat perancangan, pelaksanaan dan pemantauan bagi memastikan pembangunan produk pelancongan dan kebudayaan sentiasa mampan, berdaya saing dan inklusif.

Inisiatif bagi memelihara dan memulihara kepelbagaian seni budaya dan warisan negara adalah penting bagi memastikan kesinambungan, keunikan dan keaslian yang diwarisi terus terpelihara. Usaha mengekalkan dan melindungi alam semula jadi dapat menjamin generasi akan datang untuk menikmati keindahannya.

Justeru, Kementerian ini telah merangka Pelan Eko Pelancongan 2016-2020 (National Ecotourism Plan-NEP 2016-2020) sebagai hala tuju dalam memperkukuhkan pembangunan industri eko pelancongan melalui pemuliharaan tapak eko pelancongan di Malaysia. Pelan ini akan dapat mempromosikan Malaysia sebagai salah satu destinasi eko pelancongan terkemuka dunia yang juga akan menyumbang kepada ekonomi negara melalui peningkatan pendapatan pelancongan.

Selain itu, pelaksanaan pelbagai aktiviti kesukarelawan oleh Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia seperti *1Malaysia Green*, *1Malaysia Clean*, *Voluntourism*, *1Malaysia Culture and Heritage*, Sukarelawan Muzium dan Sukarelawan Seni Budaya akan dapat menggalakkan penglibatan rakyat Malaysia dalam memelihara dan memulihara seni budaya dan warisan negara serta melindungi keindahan alam semula jadi.

Strategi 3

PROMOSI DAN PEMASARAN TAKTIKAL

Promosi dan pemasaran taktikal mengambil kira segmen pasaran, kempen tematik, pengiklanan, kaedah promosi dan penyediaan pakej bagi memastikan penawaran produk yang memenuhi permintaan semasa (*demand driven*). Pemantapan dan pelaksanaan promosi dan pemasaran pelancongan Malaysia di dalam dan di luar negara akan berteraskan keperluan pasaran ke arah pembangunan produk dan pakej mengikut acuan sendiri (*customized*) bagi menarik lebih ramai pelancong.

Peluasan segmen pasaran melalui penerokaan dan penembusan pasaran-pasaran antarabangsa terutamanya pasaran sekunder dan bandar-bandar tahap kedua merupakan antara inisiatif yang didokong bagi memastikan produk Malaysia mempunyai ruang pasaran bagi menjamin Malaysia dapat terus kekal berdaya saing dengan negara-negara lain di peringkat antarabangsa.

Kemampuan sektor pelancongan dan kebudayaan Malaysia juga dapat dilihat melalui pelaksanaan kempen-kempen tematik seperti 'Malaysia Truly Asia' dan 'Cuti-Cuti 1Malaysia, Dekat Je' bagi mempromosikan Malaysia. Kempen-kempen sebegini dapat menarik minat pelancong untuk menjadikan Malaysia sebagai destinasi pilihan.

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan juga akan memanfaatkan promosi dan pemasaran digital sepenuhnya melalui media sosial, media elektronik dan media massa untuk menawarkan pengalaman pelancongan yang lebih efektif dengan tarikan kandungan yang menarik. Inisiatif promosi yang meliputi semua peringkat umur dan golongan juga merupakan antara faktor yang dilihat menyumbang kepada keberhasilan strategi ini.

Usaha untuk menjadikan sektor pelancongan dan kebudayaan yang inklusif dapat dilihat melalui promosi dan pemasaran pakej-pakej pelancongan berdasarkan *special interest* dan *niche* yang mempamerkan kepelbagaian produk dan destinasi di Malaysia mengikut citarasa pelancong. Pembangunan pakej-pakej pelancongan yang berteraskan penglibatan komuniti akan memberi manfaat ke arah peningkatan pendapatan dan pembangunan ekonomi setempat.





Strategi 4

PENGUKUHAN INFRASTRUKTUR DAN PENINGKATAN STANDARD SERTA KUALITI PRODUK/PERKHIDMATAN

Penguatan infrastruktur dan peningkatan standard serta kualiti produk pelancongan dan kebudayaan secara berterusan adalah perlu untuk meningkatkan nilai tambah kepada produk serta destinasi pelancongan.

Pembangunan fizikal yang berimpak tinggi seperti Projek *River Cruise* di Sungai Melaka dan Projek Naik Taraf Keretapi Kabel Bukit Bendera di Pulau Pinang dapat menambahbaik infrastruktur untuk memberi kemudahan yang selesa kepada pelancong dari dalam dan luar negara serta meningkatkan taraf sosioekonomi masyarakat setempat.

Manakala, Program Transformasi *Malaysia Tourism Quality Assurance* (MyTQA) akan dipergiatkan untuk memberi pengiktirafan mutu perkhidmatan produk-produk pelancongan dan kebudayaan di Malaysia. MyTQA merupakan satu pengiktirafan kepada produk pelancongan dan kebudayaan dengan memberi pendedahan kepada penggiat-penggiat industri supaya mengutamakan mutu perkhidmatan yang disampaikan dan kemudahan yang disediakan.

Selaras dengan pembangunan standard pelancongan di peringkat ASEAN, Malaysia telah memperkenalkan dan melaksanakan *ASEAN Homestay Standard* dan *ASEAN Green Hotel Standard* termasuk *ASEAN Homestay Award* dan *ASEAN Green Hotel Award*. Standard pelancongan ASEAN ini dapat meningkatkan keyakinan para pelancong serta dapat mengklasifikasikan produk-produk pelancongan yang menepati tahap piawaian kualiti yang tinggi sekaligus menjadikan produk-produk pelancongan negara berdaya saing dan mempunyai ciri-ciri kemampanan.

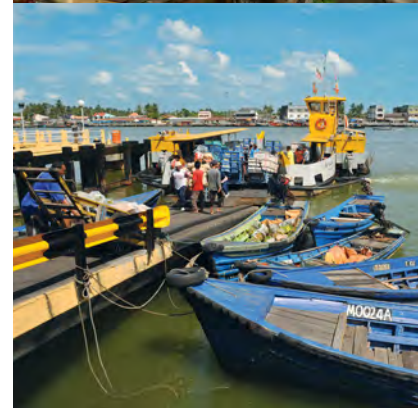
Strategi 5

PEMBANGUNAN YANG INKLUSIF

Pembangunan yang inklusif merupakan satu strategi holistik yang merangkumi penglibatan individu, komuniti, pertubuhan, agensi-agensi kerajaan, syarikat swasta, dan NGO dalam membangunkan produk-produk pelancongan dan kebudayaan di pelbagai peringkat merentasi sempadan budaya dan etnik di seluruh Malaysia.

Strategi ini bertujuan untuk melahirkan apresiasi dan kecintaan terhadap produk pelancongan dan kebudayaan yang seterusnya akan meningkatkan penyertaan masyarakat umum dan sektor swasta dalam membangunkan industri di pelbagai peringkat. Strategi ini menggalakkan pembangunan industri secara menyeluruh dengan penglibatan komuniti dan sektor swasta bagi meningkatkan taraf sosioekonomi masyarakat. Contohnya, pembangunan produk tempatan seperti inap desa dan pelaksanaan dasar Satu Daerah Satu Industri (SDSI) untuk produk kraf.

Di samping fokus kepada penyertaan domestik yang inklusif, strategi ini juga menekankan usaha membawa masuk lebih ramai pelancong dari luar negara melalui kerjasama pintar dengan syarikat-syarikat penerbangan luar negara. Tumpuan khusus akan diberikan untuk menambahbaik sistem kemudahan ke bandar-bandar baru, terutamanya kawasan-kawasan yang sukar diakses melalui kerjasama dengan jabatan/agensi luar yang berkaitan.





Strategi 6

PENGGALAKAN DAN PENYEMARAKAN SEKTOR PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN

Dalam usaha mewujudkan aspirasi masyarakat untuk terus terlibat dalam industri pelancongan dan kebudayaan, beberapa insentif, penghargaan dan pengiktirafan telah disediakan. Selain itu, usaha-usaha penyemarakan program/aktiviti pelancongan dan kebudayaan dipergiatkan melalui penganjuran acara-acara utama dan bertaraf antarabangsa. Bertepatan dengan itu, ruang dan kemudahan turut disediakan bagi menggalakkan penggiat seni mengadakan persembahan.

Strategi ini dilaksanakan melalui pemberian anugerah seperti Anugerah Pelancongan Negara, Anugerah Seni Negara dan lain-lain. Selain itu, penggiat industri juga dibantu dengan insentif seperti pengecualian cukai bagi premis penginapan (hotel) dan agen pelancongan (*tour operator*), serta dana khas seperti Tabung Infrastruktur Pelancongan, Tabung Khas Pelancongan, Bantuan Pentadbiran dan Kegiatan Persatuan-Persatuan Bukan Kerajaan berkaitan Kebudayaan, Tabung Kebajikan Penggiat Seni dan Tabung Amanah dan Sumbangan.

Insentif, pengiktirafan, bantuan serta kemudahan infrastruktur yang diberikan kepada penggiat-penggiat industri ini akan membuka minda dan mewujudkan anjakan paradigma mengenai hala tuju sektor pelancongan dan kebudayaan melalui penganjuran acara-acara utama seperti Minggu Budaya Malaysia, Citrawarna, *Magic of the Night*, Majlis Rumah Terbuka Malaysia, Kuala Lumpur Biennale DBKL, Iftar@KL, Festival Topeng Antarabangsa, Festival Orang Asli Antarabangsa, Festival kraf Antarabangsa, Hari Kraf Kebangsaan, Promosi Kerja Kahwin, Promosi Seni Taman dan Landskap akan menaikkan imej dan jenama Malaysia sebagai negara yang kaya dengan pelbagai budaya dan warisan semula jadi.

Strategi 7

PEMERKASAAN PENYELIDIKAN DAN PENERBITAN

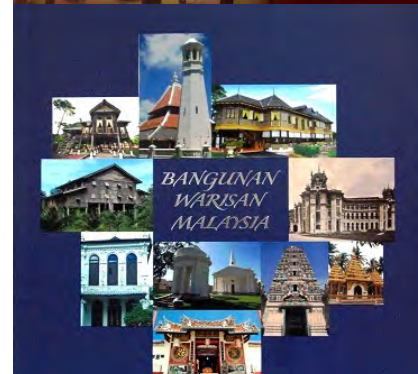
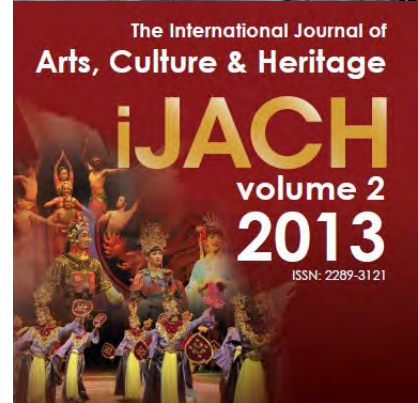
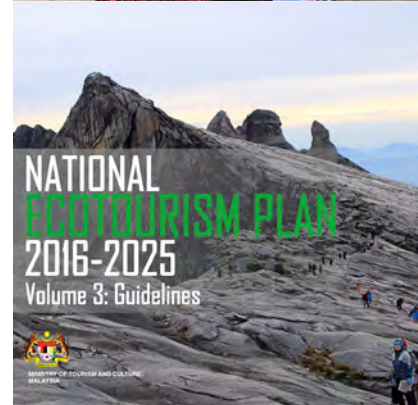
Pemeriksaan penyelidikan dan penerbitan adalah salah satu bidang teras yang memainkan peranan penting ke arah memperkasakan kualiti dan mempelbagaikan variasi produk/program/perkhidmatan pelancongan dan kebudayaan. Hasil-hasil kajian berkaitan pelancongan dan kebudayaan secara saintifik akan dibangunkan untuk menyokong pertumbuhan industri pelancongan dan kebudayaan.

Selari dengan matlamat menanamkan semangat kesedaran dan kecintaan masyarakat terhadap pelancongan dan budaya, penyelidikan perlu dilakukan bagi mengajar dan mendidik masyarakat tentang kepentingan memelihara khazanah negara dan juga bagi menghasilkan produk dan kandungan program yang berkualiti serta mampu menarik minat masyarakat setempat dan luar negara. Kelestarian dan kualiti sesuatu program yang dilaksanakan akan diberi perhatian oleh Kementerian untuk memastikan bahawa produk dan perkhidmatan yang ditawarkan dapat mengekalkan persaingan sama ada dalam negara mahupun di luar negara.

Strategi ini dapat menzahirkan penemuan-penemuan baru di samping menerbitkan dan mendokumentasikan hasil-hasil kreatif agar warisan terpelihara untuk generasi yang akan datang.

Melalui pelaksanaannya, hasil-hasil kajian ini dapat disebarkan kepada masyarakat sebagai bahan pengetahuan dan mendidik serta menyemai semangat cintakan negara, sejarah dan budaya sendiri. Strategi ini dapat menghasilkan teknik-teknik R&D yang berinovasi dan melahirkan masyarakat yang kreatif dalam usaha memelihara dan memulihara warisan negara.

Penerbitan bahan berkaitan pelancongan dan kebudayaan seperti buku Asas Pelaksanaan Kebudayaan Kebangsaan dan *International Journal of Arts Culture and Heritage* (iJACH) merupakan salah satu usaha ke arah membangunkan industri pelancongan dan kebudayaan dalam bentuk penulisan kreatif. Usaha ini juga diharapkan dapat membentuk generasi Malaysia minda kelas pertama dalam aspek pelancongan dan kebudayaan.





Strategi 8

PENINGKATAN DAN PENGUKUHAN JATI DIRI

Pemeriksaan jati diri kebangsaan adalah penting bagi mengekalkan tamadun bangsa yang berwibawa dan mampan. Sifat-sifat atau ciri-ciri istimewa dari segi adat, bahasa, budaya, agama dan lain-lain, yang menjadi teras keperibadian individu atau bangsa akhirnya akan membentuk identiti sesebuah negara bangsa itu.

Dari perspektif budaya, keupayaan dan keutuhan jati diri secara menyeluruh dalam bidang-bidang budaya, seni dan warisan bangsa boleh menjadi aset penting kepada keupayaan dan pembangunan sosioekonomi negara.

Program-program keilmuan, bimbingan, kebahasaan adalah penting untuk meningkatkan pemeriksaan jati diri bagi memenuhi keperluan dan tuntutan semasa untuk dua pihak iaitu organisasi dan masyarakat sasaran. Ini dicapai melalui kaedah pembelajaran seperti kursus, seminar, dialog, wacana, ceramah atau yang seumpamanya yang dapat melahirkan bangsa yang berupaya mendepani cabaran-cabaran persekitaran dan global bagi mempertahankan identiti atau imej bangsa.

Kerangka pelaksanaan yang berstrategi dan relevan dalam konteks semasa menerusi aktiviti/program perkongsian ilmu secara bersistematik, dengan kupasan pemikiran yang dinamik dan pendekatan muhibah melalui mekanisma budaya, seni dan warisan akan menjadikan negara Malaysia lebih terserlah di persada dunia dan terkenal sebagai sebuah destinasi yang dihuni masyarakat kreatif dengan hasil karya atau penciptaan yang bermutu tinggi dengan imej Malaysia yang tersendiri.

Peningkatan pengukuhan jati diri merupakan sebahagian dari strategi untuk memastikan kelestarian budaya dan adat resam agar terus diwarisi, dihayati dan dimartabatkan oleh seluruh masyarakat, mewujudkan identiti kebangsaan yang boleh diterima pakai oleh masyarakat dan menyemai nilai-nilai murni di kalangan masyarakat.

Strategi 9

PENGURUSAN ORGANISASI DAN KHIDMAT SOKONGAN YANG EFEKTIF

Kementerian mengaplikasikan pendekatan Strategi Lautan Biru Kebangsaan (NBOS), merentasi strategi sebagai titik fokus utama untuk sesuatu usaha dan inisiatif dapat dilaksanakan dengan pantas, efisien dan berimpak tinggi dengan kos yang lebih efektif.

Tadbir urus yang cekap dalam pengurusan organisasi adalah penting dalam memastikan dasar, program dan aktiviti Kementerian dilaksanakan dengan lancar dan berkesan. Program-program pengurusan yang menjadi pemangkin kepada pelancongan dan kebudayaan adalah pengurusan kewangan yang efektif, berintegriti dan pembangunan modal insan melalui pembelajaran sepanjang hayat.

Pengurusan bajet Kementerian berdasarkan *Outcome Based Budgeting* (OBB) akan memastikan peruntukan dibelanja secara optimum dengan memberi hasil dan impak yang bermanfaat. Pembangunan modal insan akan terus dilaksanakan secara holistik bagi meningkatkan daya saing industri pelancongan dan kebudayaan di peringkat yang lebih tinggi, contohnya kemahiran perundingan serta penempatan pegawai di luar negara.

Program-program latihan yang berpadanan juga ditawarkan kepada penggiat industri dengan kerjasama pelbagai pihak sebagai platform ke arah penawaran perkhidmatan yang berkualiti oleh penggiat industri tempatan berdasarkan standard dan piawaian antarabangsa, contohnya Kursus Pemandu Pelancong dan Program Usahawan Tenaga Kerja Kraf.

Sektor pengurusan juga turut serta dalam memantapkan pengurusan fail dengan menggunakan aplikasi *Digital Document Management System* (DDMS). Pengurusan teknologi maklumat juga sedang menaiktaraf peralatan/infrastruktur/ sistem dan juga aplikasi dalaman Kementerian.



STRATEGI DAN PELAN TINDAKAN STRATEGI

Strategi 1

PENINGKATAN IMEJ MELALUI PENGIKTIRAFAN MALAYSIA DI PERINGKAT ANTARABANGSA

PELAN TINDAKAN STRATEGI 1

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Pengiktirafan badan-badan antarabangsa <ul style="list-style-type: none"> • UNWTO • UNESCO • ASEAN • Thomson-Reuters/ Dinar Standard/Dubai Islamic Economy Development Centre 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan <i>ranking</i> • Bilangan pengiktirafan • Bilangan pencalonan • Bilangan pencalonan • Kedudukan dari segi Penunjuk Ekonomi Islam Global 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ranking</i> 10 teratas • 1 pengiktirafan • 6 pencalonan • 1 pencalonan • Kedudukan 10 teratas 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • DPL • DK • ITC • HAK • JWN • JKKN • TM
ii) Pelantikan ke jawatan dalam pertubuhan antarabangsa <ul style="list-style-type: none"> • UNWTO • UNESCO • ASEAN 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan pegawai • Bilangan pencalonan • Bilangan pelantikan 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 pegawai • 1 pencalonan • 1 pelantikan 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • DPL • DK • HAK • JWN

Nota:

Pengiktirafan badan-badan antarabangsa mengikut pengkhususan bidang akan diperincikan mengikut Pelan Strategi Jabatan/Agensi masing-masing.

Strategi 2

PEMELIHARAAN DAN PEMULIHARAAN SUMBER-SUMBER

PELAN TINDAKAN STRATEGI 2

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Sukarelawan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan aktiviti Bilangan kolaborasi <p>Aktiviti: <i>Voluntourism, 1Malaysia Clean 1Malaysia Green, Voluntutoring, Volunsharing, 1Malaysia Events, 1Malaysia Culture and Heritage, Sukarelawan Muzium, Sukarelawan Seni Budaya, Sahabat Arkib dan lain-lain</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> 100 aktiviti 50 kolaborasi 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> PI JMM ANM JWN JKKN
ii) Artifak Muzium	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan artifak yang akan dikonservasi Bilangan perolehan artifak 	<ul style="list-style-type: none"> 2,500 artifak 500 artifak 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> JMM
iii) Bangunan / Tapak Warisan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan tapak 	<ul style="list-style-type: none"> 25 tapak 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> JWN
iv) Manuskrip Melayu Negara	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan helaian 	<ul style="list-style-type: none"> 2,000 helaian 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> PNM
v) Pendigitalan rekod kerajaan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan muka surat 	<ul style="list-style-type: none"> 500,000 muka surat 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> ANM
vi) Transkrip penyelidikan kraf warisan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan transkrip 	<ul style="list-style-type: none"> 5 transkrip 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> KRAFTANGAN
vii) Seni visual	<ul style="list-style-type: none"> Perolehan karya seni, konservasi preventif dan kuratif, dan aksesibiliti koleksi seni visual negara 	<ul style="list-style-type: none"> 5,000 karya 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> LPSVN

Strategi 3

PROMOSI DAN PEMASARAN TAKTIKAL

PELAN TINDAKAN STRATEGI 3

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Kempen tematik <ul style="list-style-type: none"> Malaysia Truly Asia Cuti-Cuti 1Malaysia, Dekat Je 	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah pelancong domestik Jumlah perbelanjaan 	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan ketibaan pelancong domestik sebanyak 5% setahun Peningkatan perbelanjaan pelancong domestik sebanyak 5% setahun 	5 tahun (2016-2020)	• TM
ii) Pengiklanan	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah pengiklanan Jumlah pasaran yang diliputi <p>Aktiviti: Pengiklanan luaran (<i>billboard, bus wrap, tram wrap, taxi wrap, LED billboard, dll.</i>) di Asia Timur, Asia Utara, Asia Barat, Asia Selatan, ASEAN, Eropah & Amerika, Oceania dan domestik</p>	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan pengiklanan sebanyak 5% setahun Peningkatan jumlah pasaran sebanyak 5% setahun 	5 tahun (2016-2020)	• TM
iii) Promosi <ul style="list-style-type: none"> Media sosial Laman sesawang 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan <i>shares, likes, views</i> Bilangan capaian Bilangan pertandingan <i>online</i> Bilangan koleksi <p>Contoh: Facebook Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, Malaysia Truly Asia dan Cuti-cuti 1Malaysia (CC1M), Instagram @mymotac dan @mytrulyasia, Twitter @mymotac dan @TourismMalaysia</p>	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan 5% setahun 1 juta penonton (Youtube, fanpage FB, Instagram) 25 pertandingan 500 unit koleksi video/ rakaman yang dimuat naik 	5 tahun (2016-2020)	• TM • UKK

PELAN TINDAKAN STRATEGI 3 (sambungan)

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
<ul style="list-style-type: none"> Media massa (media elektronik dan media cetak) 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan <i>viewership</i> Kekerapan siaran Bilangan laporan atau statistik media elektronik dan cetak Bilangan pengunjung <p>Contoh: RTM, Media Prima, The Star, News Straits Times, Utusan Malaysia, CNN, BBC, CNBC, Al Jazeera, Star Channels, Discovery, AFC, National Geographic Channel, History Channel, CCTV, SKY, Phoenix, Euro Sport, Euronews, Diva Channel, ESPN, GOASEAN, HIDS-Online (Hari Ini Dalam Sejarah Online)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Peningkatan 5% setahun Peningkatan 5% setahun 1,500 unit 7.5 juta 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> TM UKK ANM
<ul style="list-style-type: none"> Ikon Pelancongan - <i>Tourism Advisor</i> - <i>Student Ambassador</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan program yang melibatkan ikon pelancongan 	<ul style="list-style-type: none"> 30 program 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> TM UKK
<p>iv) Segmen pasaran</p> <ul style="list-style-type: none"> Bandar-bandar tahap kedua 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan bandar tahap kedua yang diteroka Jumlah peratus peningkatan pelancong dari bandar-bandar AERO <p>Contoh: Lyon & Toulouse–Perancis, Saint Petersburg & Minsk–Rusia, Munich & Cologne–Jerman, Manchester & Liverpool–United Kingdom, Rome & Napoli–Itali, Houston & Chicago–Amerika Syarikat, Toronto & Ottawa–Kanada, Rotterdam dan Utrecht–Belanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> 16 bandar tahap kedua di 8 negara di pasaran AERO Peningkatan 5-7% ketibaan pelancong dari AERO 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> TM
<ul style="list-style-type: none"> Pasaran sekunder 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan pasaran sekunder yang diterokai <p>Contoh: Wales, Scotland, Bulgaria, Spain, Portugal, Finland, Benelux, Switzerland, Croatia, Uzbekistan, Austria</p>	<ul style="list-style-type: none"> 11 pasaran sekunder di Eropah 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> TM

PELAN TINDAKAN STRATEGI 3 (sambungan)

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
<ul style="list-style-type: none"> • Penembusan produk-produk seni budaya ke peringkat antarabangsa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan 5% setahun 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • KRAFTANGAN • LPSVN
<p>v) Mempakejkan promosi berdasarkan <i>special interest/niche</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peratusan peningkatan pakej yang dibeli • Bilangan/jenis pakej pelancongan yang diwujudkan <p>Aktiviti: <i>Historical Trail Tourism, Visual Arts and Music, Sports Event, Shopping Haven, Cruise Tourism, Islamic Tourism, Ecotourism, Pelancongan Budaya</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan sebanyak 10-20% • 5,640 pakej pelancongan baru 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • TM

Strategi 4

PENGUKUHAN INFRASTRUKTUR DAN PENINGKATAN STANDARD SERTA KUALITI PRODUK/ PERKHIDMATAN

PELAN TINDAKAN STRATEGI 4

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) MyTourism Quality Assurance (MyTQA) • Akreditasi	• Bilangan produk/kolaborasi	• 25 produk/kolaborasi	5 tahun (2016-2020)	• PI
ii) Penarafan bintang premis perniagaan	• Bilangan premis	• 640 premis (240 baru dan 400 pembaharuan)	5 tahun (2016-2020)	• PLN
iii) Projek pembangunan	• Projek penaiktarafan • Projek baru	• 44 projek • 31 projek	5 tahun (2016-2020)	• PP

Strategi 5

PEMBANGUNAN YANG INKLUSIF

PELAN TINDAKAN STRATEGI 5

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Meningkatkan bilangan program <i>Tourism Adoption</i> bersama sektor swasta/GLC/PBT/NGO	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan produk/program pelancongan <p>Contoh: <i>Ecotourism, Heritage Tourism, Visual Arts, Performing Arts, Islamic Tourism, Knowledge Tourism, Voluntourism, Kraf, dan lain-lain</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> 10 produk/program pelancongan 	5 tahun (2016-2020)	• PI
ii) Program komuniti				
<ul style="list-style-type: none"> Visit MyKampung - My Homestay - My Kampungstay - My Felda - My Longhouse - My Kampung My Future - My 21st Century Village - My Orang Asli - My Barrackstay - My Campustay 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan premis Penambahan pendapatan golongan sasar Penambahan pengunjung Bilangan peserta 	<ul style="list-style-type: none"> 20% penambahan setiap tahun (keseluruhan program) 	5 tahun (2016-2020)	• PI
<ul style="list-style-type: none"> Perpustakaan Desa 	<ul style="list-style-type: none"> Pertambahan pengunjung 	<ul style="list-style-type: none"> 20% pertambahan pengunjung setiap tahun 	5 tahun (2016-2020)	• PNM
<ul style="list-style-type: none"> Satu Daerah Satu Industri (SDSI) 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan usahawan Jumlah tenaga kerja Bilangan projek 	<ul style="list-style-type: none"> 9,000 usahawan 13,500 tenaga kerja 136 projek 	5 tahun (2016-2020)	• KRAFTANGAN
<ul style="list-style-type: none"> Program Merakyatkan Seni (PMS) 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan program 	<ul style="list-style-type: none"> 126 program 	5 tahun (2016-2020)	• JKKN

PELAN TINDAKAN STRATEGI 5 (sambungan)

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
<p>iii) Kerjasama pintar merentas sektor <i>(Smart partnership)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Program National Blue Ocean Strategy (NBOS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan program 	<ul style="list-style-type: none"> • 20 program 	<p>5 tahun (2016-2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PI
<ul style="list-style-type: none"> • Penglibatan dan penyertaan pihak swasta dalam acara yang berorientasikan pelancongan dan kebudayaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan program <p>Contoh: <i>Art Expo Malaysia (AmBank, MATRADE), Samsung Smart Library, Maybank e-book, Simposium Pelancongan Islam, Smart Halal Industry (SHIP), INTRADE/MATRADE</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • 3 program/penglibatan acara yang melibatkan kerjasama pihak swasta/ jenama terkemuka dan rakan antarabangsa setiap tahun 	<p>5 tahun (2016-2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ITC • PNM • JKKN • ANM • ASWARA • IB • KRAFTANGAN • JMM • LPSVN
<ul style="list-style-type: none"> • Kerjasama pintar dengan syarikat-syarikat penerbangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan jumlah penerbangan • Peningkatan kapasiti tempat duduk • Bilangan kerjasama/ konsortium baru dengan syarikat penerbangan komersial <p>Contoh: <i>Etihad Airways, British Airways, Uzbekistan Airlines, Turkish Airlines, Qatar Airways, One World, Skytrak, Star Alliances, Emirates</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan sebanyak 2-5% • Peningkatan sebanyak 2-5% • 8 syarikat penerbangan 	<p>5 tahun (2016-2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • TM

Strategi 6

PENGGALAKAN DAN PENYEMARAKAN SEKTOR PELANCONGAN DAN KEBUDAYAAN

PELAN TINDAKAN STRATEGI 6

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Insentif penggalakkan penglibatan sektor swasta <ul style="list-style-type: none"> • Pendaftaran projek pelancongan) • Galakan cukai (domestik dan asing) • <i>Mega Familiarization</i> (MEGA FAM) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan kelulusan • Bilangan kelulusan • Bilangan peserta 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 kelulusan • 650 kelulusan • 7,500 peserta 	5 tahun (2016-2020)	• TM
<ul style="list-style-type: none"> • Tabung - Tabung Infrastruktur Pelancongan - Bantuan Pentadbiran dan Kegiatan Persatuan-Persatuan Bukan Kerajaan (BBK) Berkaitan Kebudayaan - Tabung Bantuan Seni - Kumpulan Wang Amanah Kebudayaan dan Kebajikan Penggiat Seni (KWAKKPS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan sokongan 	<ul style="list-style-type: none"> • 50 sokongan • 50 penerima • 300 penerima • 150 penerima 	5 tahun (2016-2020)	• PI • DK • LPSVN
<ul style="list-style-type: none"> • Insentif (keusahawanan pengeluaran/perniagaan) • Insentif latihan (orientasi pengeluaran) 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan usahawan • Bilangan usahawan 	<ul style="list-style-type: none"> • 760 usahawan • 2,050 usahawan 	5 tahun (2016-2020)	• KRAFTANGAN
ii) Pengiktirafan <ul style="list-style-type: none"> • Anugerah Pelancongan Malaysia • Anugerah Seni Negara • Anugerah Kraf Negara • Tokoh Orang Hidup 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan penganjuran majlis • Bilangan pencalonan • Bilangan pencalonan • Bilangan tokoh 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 penganjuran • 2 penganjuran • 3 tokoh • 10 tokoh 	5 tahun (2016-2020)	• TM • DK • KRAFTANGAN • JWN

PELAN TINDAKAN STRATEGI 6 (sambungan)

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
iii) Acara-acara utama <ul style="list-style-type: none"> • Kategori antarabangsa • Kategori <i>homegrown</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan penganjuran • Bilangan pengunjung • Bilangan penganjuran • Bilangan pengunjung <p>Aktiviti: Minggu Budaya Malaysia, Citrawarna, <i>Magic of the Night</i>, Majlis Rumah Terbuka Malaysia, Kuala Lumpur Biennale DBKL, Iftar@KL, Festival kraf Antarabangsa, Festival Topeng Antarabangsa, Promosi Kerja Kahwin, Promosi Seni Taman dan Landskap, Hari Kraf Kebangsaan, dan lain-lain</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 10 penganjuran • 250,000 pengunjung • 30 penganjuran • 100,000 pengunjung 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • PA • PI • KRAFTANGAN • LPSVN
iv) Pembidaan acara-acara bertaraf antarabangsa <ul style="list-style-type: none"> • <i>Malaysia Major Event (MME)</i> - Acara antarabangsa yang dibida/disokong • <i>Business Event (BE)</i> - Acara antarabangsa yang berjaya dibida 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan pengunjung • Jumlah perbelanjaan • Bilangan acara • Bilangan pengunjung 	<ul style="list-style-type: none"> • 78,324 pengunjung • RM 360 juta • 187 acara • 95,123 pengunjung 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • MyCEB
v) Penggunaan ruang/kemudahan di jabatan/agensi	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan penggunaan <p>Contoh: Auditorium Istana Budaya (IB), Jabatan Kebudayaan dan Kesenian Negara (JKKN), Jabatan Muzium Malaysia (JMM), Pusat Pelancongan Malaysia (MaTiC)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 20% (60 hari) penggunaan kemudahan/ruang setiap tahun 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • IB • JKKN • JMM • MaTiC

Strategi 7

PEMERKASAAN PENYELIDIKAN DAN PENERBITAN

PELAN TINDAKAN STRATEGI 7

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Kajian berkaitan pelancongan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kajian <p>Contoh: <i>Analysis of tourism performance by markets, Impact of culture on tourism, Determinants of tourist arrivals and expenditure, Role of culture and heritage in national awareness, understanding and unity, Roles and contributions of MOTAC agencies in tourism and culture development and growth</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> 10 kajian 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> DPL TM ITC
ii) Kajian berkaitan kebudayaan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan kajian <p>Contoh: Kajian Pengamalan Nilai-Nilai Murni, Kajian Semula Dasar Kebudayaan Kebangsaan, Kajian Impak Industri Kreatif dalam Pembangunan Ekonomi Negara, Kajian Kebudayaan Tidak Ketara, Arkeologi dan Konservasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> 10 kajian 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> DK JKKN JWN
iii) Penerbitan	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan buku Jurnal 	<ul style="list-style-type: none"> 50 buku 10 jurnal 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> ASWARA DK JWN JKKN JMM

Strategi 8

PENINGKATAN DAN PENGUKUHAN JATI DIRI

PELAN TINDAKAN STRATEGI 8

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
i) Program keilmuan budaya	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan program Bilangan peserta <p>Contoh: Syarahan Perdana Budaya, Wacana Keilmuan Budaya, Siri Syarahan Kursi P.Ramlee, Program Pengkisahan Sejarah, Majlis Polemik Sejarah, Bicara Manuskrip Melayu, Forum Kurator, Bicara Kreatif</p>	<ul style="list-style-type: none"> 15 program 2,500 peserta 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> DK ASWARA JKKN KRAFTANGAN LPSVN ANM PNM JMM JWN
ii) Pemerkasaan penggunaan Bahasa Melayu	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan program 	<ul style="list-style-type: none"> 5 program 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> DK ASWARA JKKN KRAFTANGAN LPSVN ANM PNM JMM JWN IB TM

Strategi 9

PENGURUSAN ORGANISASI DAN KHIDMAT SOKONGAN YANG EFEKTIF

PELAN TINDAKAN STRATEGI 9

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
<p>i) Pembangunan modal insan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penganjuran kursus dan latihan kepada penggiat industri • Program latihan <ul style="list-style-type: none"> - Kursus Asas Pemandu pelancong - Bengkel Pemandu Pelancongan Masjid • <i>We Are The Host</i> <ul style="list-style-type: none"> - Pemandu Pelancong - Pemandu Teksi - Imigresen 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan kursus • Bilangan calon lulus • Bilangan peserta • Bilangan peserta 	<ul style="list-style-type: none"> • 15 kursus • 2,250 calon lulus • 300 peserta • 50,000 peserta 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • PI • ITC
<ul style="list-style-type: none"> • Program pengupayaan pegawai Kementerian dalam pelbagai bidang: • Kemahiran perundingan • Penyelidikan dan penerbitan • Pemikiran kritis dan analitis • Pengurusan seni budaya dan warisan • Penempatan/sangkutan pegawai di luar negara • Bengkel/forum/seminar di luar negara 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan kursus • Bilangan kursus • Bilangan kursus • Bilangan kursus • Bilangan pegawai • Bilangan kursus 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 kursus • 5 kursus • 5 kursus • 40 kursus • 20 pegawai • 5 kursus 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> • PSM • DPL • DK

PELAN TINDAKAN STRATEGI 9 (sambungan)

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
ii) Pemantapan tadbir urus <ul style="list-style-type: none"> Pengurusan rekod/fail menggunakan aplikasi <i>Digital Document Management System</i> (DDMS) Pengurusan aduan Program Hari Bertemu Pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan fail Bilangan pengguna Bilangan aduan selesai Bilangan program 	<ul style="list-style-type: none"> 30,000 fail 400 pengguna 100% 60 program 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> BPM T UKK
iii) Pengurusan teknologi maklumat <ul style="list-style-type: none"> Penaiktarafan peralatan/ infrastruktur Penaiktarafan sistem/ aplikasi Peningkatan kemahiran dan latihan yang khusus kepada teknikal ICT dan menawarkan pensijilan Hari Inovasi ICT Pengukuhan tenaga kerja ICT 	<ul style="list-style-type: none"> Bilangan projek Bilangan aplikasi Bilangan pegawai/kursus Bilangan program Meningkatkan nisbah bilangan personel ICT berbanding bilangan staf 	<ul style="list-style-type: none"> 4 projek (2 keselamatan dan 2 infrastruktur) 3 aplikasi 20 pegawai/30 kursus 2 program Menjadikan nisbah 1:20 (1 personel ICT untuk 20 staf) 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> BPM
iv) Pengurusan perakaunan <ul style="list-style-type: none"> Perkhidmatan khidmat nasihat dan perunding terhadap piawaian perakaunan kerajaan dan prosedur kewangan 	<ul style="list-style-type: none"> Naziran Pengurusan Bayaran/Terimaan dan Amanah Latihan perakaunan dan kewangan Penyediaan Sijil Pengesahan Baki Tahunan Kementerian 	<ul style="list-style-type: none"> 12 PTJ 20 kali (4 kali setahun) 1 Sijil 	5 tahun (2016-2020)	<ul style="list-style-type: none"> AKAUN

PELAN TINDAKAN STRATEGI 9 (sambungan)

PROGRAM	INDIKATOR SASARAN (KUANTITI / KUALITI)	SASARAN (BILANGAN / PERATUS)	TAHUN	BAHAGIAN/ AGENSI
<p>v) Pengurusan kewangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengurusan Bajet Berasaskan <i>Outcome</i> • Penggunaan Sistem ePerolehan • Pengurusan aset alih dan stor • Prestasi pengurusan bayaran • Pengauditan pengurusan kewangan berdasarkan Indeks Akauntabiliti (AI) oleh Jabatan Audit Negara 	<ul style="list-style-type: none"> • Prestasi Perbelanjaan Mengurus • Mesyuarat Jawatankuasa Pengurusan Kewangan dan Akaun (JPKA) • Pelaksanaan perolehan melalui Sistem ePerolehan • Pemeriksaan aset • Pemverifikasi stor • Kawalan perolehan dan pengeluaran stok • Mesyuarat Jawatankuasa Pengurusan Aset Alih Kerajaan (JKPAK) • Bayaran bil 14 hari • Kawalan Pengurusan • Kawalan Bajet • Kawalan Terimaan • Kawalan Perolehan • Kawalan Perbelanjaan • Pengurusan Kumpulan Wang Amanah, Akaun Amanah dan Deposit • Pengurusan Aset dan Stor • Pengurusan Kenderaan 	<ul style="list-style-type: none"> • 98% • 4 kali setahun • 75% setahun • 1 kali setahun • 1 kali setahun • Kadar pusingan stok 1-1.5 • 4 kali setahun • Tidak lebih daripada 60 bil setahun • 90-95% 	<p>5 tahun (2016-2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • K • T
<p>vi) Pengurusan risiko</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keselamatan fizikal • Keselamatan rekod 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilangan program • Bilangan pemeriksaan premis • Bilangan program kesedaran keselamatan 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 kali • 1 kali • 1 kali 	<p>5 tahun (2016-2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • T



ASPIRASI PASCA 2020

Pasca 2020, sektor pelancongan dan kebudayaan akan menjadi sumber utama pendapatan Malaysia dan merupakan penyumbang kepada pembangunan sosioekonomi negara. Malaysia akan dikenali sebagai destinasi pelancongan dan kebudayaan bertaraf dunia yang berjaya mengekalkan jati diri bangsa berteraskan seni, budaya dan warisan negara. Penghayatan, pengamalan, pembangunan serta kesinambungan legasi seni budaya dan warisan akan terus dipacu untuk mengekalkan produk seni budaya dan warisan berlambangkan identiti bangsa disamping nilai tambah sebagai satu komoditi kreatif bertaraf dunia.

Perkembangan industri pelancongan telah menjadi satu fenomena global dan merupakan salah satu pemacu ekonomi dunia pada masa kini. Industri pelancongan menyumbang secara langsung kepada 5% daripada Keluaran Dalaman Negara Kasar (KDNK) dunia, satu dalam 12 pekerjaan di peringkat global dan merupakan salah satu sektor eksport utama bagi negara-negara maju dan membangun.

Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO), jumlah ketibaan pelancong antarabangsa di seluruh dunia dijangka meningkat sebanyak 43 juta orang setahun dan mencecah 1.4 bilion pada tahun 2020 dan 1.8 bilion pada tahun 2030. Statistik ini jelas menunjukkan bahawa bagi dekad yang mendatang, sektor pelancongan negara akan terus mencatatkan pertumbuhan ekonomi yang berterusan berdasarkan potensi produk-produk pelancongan yang masih belum diterokai sepenuhnya.

Pelancongan budaya pula merupakan salah satu segmen pelancongan yang berpotensi untuk diberi keutamaan dalam aspek pembangunan produk, mengambilkira pelancong budaya berbelanja lebih daripada pelancong biasa di bawah segmen-segmen pelancongan yang lain. Oleh itu, program dan produk seni budaya dan warisan akan terus dipertingkatkan bagi memberikan tambah nilai pengalaman kepada pelancong. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) dan UNWTO menegaskan bahawa pelancongan budaya mampu menyumbang 37% kepada pelancongan global dan meramalkan pertumbuhannya pada kadar 15% setahun.

Cabaran seterusnya kepada sektor pelancongan dan kebudayaan adalah untuk mengekalkan pembangunan hijau (mampan) dalam memastikan keseimbangan antara kesejahteraan hidup dengan pemuliharaan keindahan alam sekitar. Ini bertujuan menjadikan Malaysia sebagai sebuah negara yang benar-benar indah dan kondusif untuk didiami serta mempunyai *value for money* untuk dilawati.

Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan akan terus iltizam dan bersama-sama mengharungi perjalanan menuju ke tahun 2020, dan pasca 2020 dengan kerjasama bersinergi dan pintar oleh semua pemegang taruh (*stakeholders*) serta penglibatan komuniti dalam usaha untuk meningkatkan bilangan ketibaan pelancong dan pendapatan negara yang berpaksikan pembangunan sektor pelancongan dan kebudayaan yang progresif.

AERO	Amerika, Eropah, Oceania	KPI	Key Performance Indicator
AFC	Asian Food Channel	KPKK	Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan
AI	Indeks Akauntabiliti	KPKKW	Kementerian Perpaduan, Kebudayaan, Kesenian dan Warisan
AKAUN	Bahagian Akaun	KRAFTANGAN	Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia
AmBank	AMMB Holdings Berhad	LPSVN	Lembaga Pembangunan Seni Visual Negara
ANM	Arkib Negara Malaysia	MaTIC	Pusat Pelancongan Malaysia
APEC	Asia Pacific Economic Cooperation	MATRADE	Malaysia External Trade Development Corporation
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations	MM2H	Pusat Malaysia Rumah Keduaku
ASWARA	Akademi Seni Budaya dan Warisan Kebangsaan	MME	Malaysia Major Event
BBC	British Broadcasting Corporation	MOCAT	Ministry of Culture, Arts and Tourism
BE	Business Event	MOTAC	Ministry of Tourism and Culture
BPM	Bahagian Pengurusan Maklumat	MOTOUR	Ministry of Tourism
CCTV	Closed Circuit Television	MyCEB	Malaysia Convention and Exhibition Bureau
CNBC	Consumer News and Business Channel	MyTQA	Malaysia Tourism Quality Assurance
CNN	Cable News Network	NBOS	National Blue Ocean Strategy
DDMS	Digital Document Management System	NGO	Badan Bukan Kerajaan
DK	Bahagian Dasar Kebudayaan	OBB	Outcome Based Budgeting
DPL	Bahagian Dasar Pelancongan dan Hubungan Antarabangsa	OIC	Organisation of Islamic Cooperation
e-Book	Electronic Book	PA	Bahagian Pengurusan Acara
ePerolehan	Sistem perolehan atas talian	PBT	Pihak Berkuasa Tempatan
ESPN	Entertainment and Sports Programming Network	PI	Bahagian Pembangunan Industri
FB	Facebook	PLN	Bahagian Pelesenan Pelancongan
GLC	Government Linked Companies	PNM	Perpustakaan Negara Malaysia
GOASEAN	Siaran televisyen yang mempromosikan ASEAN	PP	Bahagian Pembangunan Prasarana
HAK	Bahagian Hubungan Antarabangsa Kebudayaan	PSM	Bahagian Pengurusan Sumber Manusia
HIDS-Online	Carian Hari Ini Dalam Sejarah	PUU	Unit Perundangan
IB	Istana Budaya	R&D	Research and Development
ICT	Information and Communication Technology	RM	Ringgit Malaysia
IFACCA	International Federation of Arts Council and Culture Agencies	RMKe-11	Rancangan Malaysia Kesebelas
INTRADE	International Trade Malaysia	RTM	Radio Televisyen Malaysia
ITC	Islamic Tourism Centre	SDSI	Satu Daerah Satu Industri
JKKN	Jabatan Kebudayaan dan Kesenian Negara	SKY	Sky Broadcasting
JKPAK	Jawatankuasa Pengurusan Aset Alih Kerajaan	T	Bahagian Pentadbiran
JMM	Jabatan Muzium Malaysia	TM	Tourism Malaysia
JPKA	Jawatankuasa Pengurusan Kewangan dan Akaun	UAD	Unit Audit Dalam
JWN	Jabatan Warisan Negara	UI	Unit Integriti
K	Bahagian Kewangan	UKK	Unit Komunikasi Korporat
KBS	Kementerian Kebudayaan, Belia dan Sukan	UNESCO	United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization
KEKKWA	Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Warisan	UNWTO	United Nation World Tourism Organization
KKP	Kementerian Kebudayaan dan Pelancongan	YB	Yang Berhormat



**KEMENTERIAN PELANCONGAN
DAN KEBUDAYAAN MALAYSIA**

No.2, Menara 1, Jalan P5/6
Presint 5, 62200 Putrajaya
Malaysia

- +603 8000 8000
- +603 8891 7100
- info@motac.gov.my
- mymotac
- www.motac.gov.my