

## **BAB IV**

### **PENGARUH ASEAN TOURISM FORUM DALAM MEMAJUKAN PARIWISATA MALAYSIA**

Sebagai sebuah Kerjasama regional yaitu ASEAN, juga berperan penting dalam menunjang dan memberikan pertubuhan yang positif seluruh negara anggota di bidang Pariwisata, dengan adanya ASEAN Tourism Forum, ASEAN juga memberikan strategic-strategic yang menjadi acuan untuk mencapai tujuan bersama yaitu menjadikan ASEAN sebagai Single Destinasion.

#### **A. Peran ASEAN Tourism Forum**

Penyelenggaraan ATF setiap tahunnya telah menhadi agenda rutin bagi setiap warga anggota ASEAN, termasuk Malaysia, untuk melakukan kerjasama regional dibidang pariwisata. Karena dengan adanya forum inilah negara-negara ASEAN berkumpul untuk membahas keadaan pariwisata disetiap negara anggota untuk terus dikembangkan dan mengavaluasi kinerja pariwisata masing-maing. Tidak hanya itu, dalam forum ini pihak-pihak swasta juga dapat berkumpul untuk mempromosikan wisata negaranya langsung kepada negara-negara anggota ASEAN lainnya, termasuk Malaysia.

Adanya kerjasama ASEAN Tourism Forum (ATF) ini dapat memberikan peluang yang sangat besar terhadap pertumbuhan industri pariwisata masing masing negara anggota ASEAN. Kemajuan yang signifikan terjadi dalam perkembangan industri pariwisata yng berkelanjutan di masing-masing negara. Melalui peningkatan kerja sama dan kolaborasi yang saling menguntungkan dalam menghadapi tantangan regional, setiap negara-negara ASEAN mendapatakn keuntungan dari berbagai potensi yang ada di masing-masing negara. Keaneka ragam budaya yang dihasilkan oleh setiap negara dapat menarik para wisatawan mancanegara untuk berkunjung dan berwisata. Pada dasarnya negara-negara ASEAN memiliki potensi pariwisata yang

beragam, namun banyak kemiripan di hampir semua negara ASEAN, hal ini dipengaruhi oleh kedekatan letak geografis yang menjadi penyemangat negara-negara ASEAN untuk lebih meningkatkan potensi sumber daya alamnya, agar potensi yang ada terus dikembangkan, sama halnya dengan Malaysia yang memiliki keanekaragaman budaya dan sumber daya alam yang cukup melimpah.

Potensi-potensi pariwisata yang dimiliki negara-negara ASEAN dikembangkan oleh negara masing-masing agar dapat menjadi prospek wisata yang diminati oleh wisatawan lokal maupun mancanegara, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Dengan demikian, akan berdampak bagus bagi perekonomian suatu negara di kawasan Asia Tenggara. Peningkatan pariwisata Malaysia merupakan kerja keras dari pengimplementasian ATSP dan acuan untuk pengembangan pariwisata sebelumnya. Dalam salah satu kegiatan program ASEAN Tourism Forum (ATF), ada kunjungan daerah wisata negara ASEAN yang menjadi tuan rumah untuk mempromosikan daerah-daerah unggulan pariwisata negara tersebut sehingga kegiatan ini menjadi ajang promosi untuk memasarkan pariwisatanya. Oleh sebab itu, peran ATF ini tergantung pada bagaimana masing-masing negara anggota dalam menerapkan arahan-arahan yang dihasilkan bersama untuk pengembangan pariwisatanya di masing-masing negara anggota ASEAN Tourism Forum (ATF). Selain itu melalui ATF, ASEAN juga memiliki agenda utama yang dilaksanakan, yaitu ASEAN Tourism Forum Meeting dan Travel Exchange (TRAVEX) yang mana kedua agenda ini memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan pariwisata negara-negara di kawasan Asia Tenggara tak terkecuali Malaysia.

ATF (ASEAN Tourism Forum) sebagai sebuah Rezim Internasional membuat peraturan dan prosedur untuk memajukan industri pariwisata di seluruh anggota negara ASEAN. Begitupun terhadap negara Malaysia, Berikut beberapa kegiatan hasil dari adanya peran ASEAN Tourism

Forum terhadap kebijakan dan program dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran pariwisata untuk wilayah ASEAN termasuk Malaysia.

### 1. Tagline *Malaysia Truly Asia*

Strategi pemasaran ini dimulai dengan diperkenalkannya *branding* ASEAN, yaitu “*Southeast Asia: Feel the Warmth*” ssebagai simbol ASEAN Single Destination, yang kemudian didalamnya terdapat sub-tagline masing masing negara asnggota yang mencitrakan ciri khas pariwisata negara masing-masing.

ASEAN Tourism Forum juga memicu negara-negara kawasan Asia untuk membuat slogan. Salah satunya Malaysia membuat slogan/tagline yakni *Malaysia Truly Asia*. Tagline tersebut digunakan sebagai marketing campaign oleh Malaysia Tourism Board. Yang mulai diperkenalkan pada tahun 1999. Marketing campaign ini telah memenangkan barbagai marketing awards dan *Malaysia Truly Asia* telah menjadi brand yang dikenal seluruh dunia. Salah satu penghargaan yang diraih yaitu “Best long Term Marketing and Branding Campaign Gold Awards” pada Asian Marketing Effectiveness Award 2008.<sup>39</sup>

Malaysia Truly Asia adalah slogan pariwisata nasional yang cukup unik dan menggelitik bagi sebagian orang Asia. Berdasarkan sejarah awal pembentukannya bahwa tagline Malaysia Truly Asia itu adalah suatu bentuk penyatuan rasa nasionalisme dari bangsa Malaysia untuk dapat bersama-sama menjadi bagian dari negara dan bangsa. Diketahui bahwa ras besar yang mendiami Malaysia pascamerdeka adalah Melayu, India, dan China, dimana Melayu mendominasi beberapa kebijakan negara

---

<sup>39</sup> Tourism, “Logo dan Slogan Pariwisata ASEAN, Mana yang paling oke?” diakses dari <https://sportourism.id/tourism/logo-dan-slogan-pariwisata-10-negara-asean-mana-yang-paling-oke>, pada tanggal 19 Maret 2018

tersebut sehingga rasa diskriminasi tidak dapat dihindarkan, salah satunya adalah kebijakan Ekonomi Baru. Beberapa tahun belakangan, Pemerintah Malaysia sudah mulai membuka diri untuk menunjukkan sebenarnya bahwa mereka adalah sebuah bangsa yang besar dan solid lewat bidang pariwisata.

## 2. Travex (Travel Exchange)

ASEAN Tourism Forum juga sebagai wadah untuk negara-negara ASEAN untuk mempromosikan pariwisatanya masing-masing dalam *TravelExchange* yang merupakan salah satu program dari ATF itu sendiri. Travex ini merupakan salah satu program yang tidak kalah pentingnya dengan program lainnya dalam ATF. Karena Travex adalah salah satu program utama dari ATF yang menyediakan tempat atau wadah untuk mendorong kolaborasi atau kerjasama antara bisnis pariwisata regional dan internasional untuk dilaksanakan dan ide-ide baru untuk diciptakan. Travex diselenggarakan sebagai tempat untuk entitas pariwisata ASEAN untuk memasarkan produk dan jasa pariwisata mereka kepada pembeli asing.

Pada agenda Travex ATF Malaysia tahun 2014 yang berlangsung selama tiga hari di Borneo Convention Center Kuching (BCKC). Pada Travex kali ini Malaysia menjadi tuan rumah untuk mempromosikan produk pariwisata yang tersebar diseluruh negara-negara ASEAN, yang mana terdapat 879 *sellers* dari 353 perusahaan dari 10 negara ASEAN dengan 462 *buyers* dari 54 negara.<sup>40</sup>

Selain adanya TRAVEX, Malaysia juga melibatkan maskapai penerbangan AirAsia dalam membantu pertumbuhan kunjungan wisman ke Malaysia, yaitu

---

<sup>40</sup> “Menparekraf Memimpin Delegasi Indonesia Pada ASEAN Tourism Forum (ATF) 2014 di Kuching Malaysia”, <http://www.citraku.com/wisata/wisata/2014/01/29339/menparekraf-memimpin-delegasi-indonesia-pada-ASEAN-TOURISM-FORUM-ATF-2014-di-Kuching-malaysia>, diakses pada 7 november 2017.

AirAsia Low Cost Carrier. AirAsia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri penerbangan yang telah menerapkan strategi penerbangan murah (low cost carrier/LCC). Strategi yang dilakukan oleh maskapai AirAsia ternyata juga berpengaruh banyak terhadap kunjungan wisman ke Malaysia. Sebenarnya strategi ini dipilih karena sesuai dengan target market yang dipilih AirAsia yaitu konsumen penerbangan yang sangat *aware* terhadap harga dan hanya membutuhkan manfaat utama dari produk layanan industri penerbangan yaitu transportasi. AirAsia dinilai sangat membantu dalam menjalankan program kerjasama regional kawasan Asia Tenggara, karena AirAsia mampu menyediakan transportasi udara yang melakukan penerbangan langsung dan cepat antar negara maupun antar daerah.<sup>41</sup>

Selain itu, Malaysia juga menunjukkan dukungan kuat untuk forum pariwisata ATF (ASEAN Tourism Forum) yang ke-35 di Manila, Filipina, yang diselenggarakan mulai 18-25 Januari 2016. Pada kesempatan itu, delegasi Malaysia yang terdiri dari 42 Penjual dari hotel, resort dan travel agent dari Malaysia banyak menarik Buyers atau pembeli internasional di ATF Travex Manila.<sup>42</sup>

Pada Travel Exchange (TRAVEX) 2016 yang lalu, adalah sebuah forum yang sangat efektif bagi Malaysia untuk meningkatkan pariwisata mereka dengan seluruh delegasi negara lainnya termasuk delegasi Internasional dan media asing. Malaysia sendiri sangat mengetahui

---

<sup>41</sup>Lely Efrianti, "AirAsia Selaku Perusahaan Low Cost Carrier" diakses dari [https://www.academia.edu/8371197/AirAsia\\_selaku\\_Perusahaan\\_Low\\_Cost\\_Carrier](https://www.academia.edu/8371197/AirAsia_selaku_Perusahaan_Low_Cost_Carrier), pada tanggal 15.11.17 pukul 09.40

<sup>42</sup> Anis Rozalina Ramli, "ATF 2016 Showed Progress in ASEAN Tourism Cooperation" diambil dari <https://www.tourism.gov.my/media/view/atf-2016>, pada tanggal 24 Maret 2018

betapa penting nya forum yang dilaksanakan rutin setiap tahunnya ini. Terbukti saat TRAVEX 2016 di Manila, Malaysia membuat lebih dari 1.500 janji dengan buyers Internasional, yang mewakili 61 negara di ASEAN Tourism Forum Travel Exchange (ATF TRAVEX) 2016 di Manila, Filipina.

Banyak hal yang Malaysia tawarkan kepada buyer internasional pada forum tersebut, selain hotel dan resort, Malaysia juga gencar menawarkan paket wisata alam dan wisata teknologi. Bahkan tidak bisa dipungkiri bahwa media internasional juga sangat tertarik dengan berbagai macam produk wisata yang Malaysia tawarkan, banyak media asing internasional yang mengunjungi stand Malaysia untuk memperoleh informasi tentang produk dan acara baru di Malaysia untuk dipromosikan ke negara asal mereka.

TRAVEX adalah sebuah komponen penting dari ATF (ASEAN Tourism Forum) karena TRAVEX adalah acara Travel Trade yang bisa terbilang acara rekreasi ASEAN tahunan terlama. Karena ini adalah forum terbesar se-ASEAN dalam mempromosikan produk wisata masing masing negara khususnya Malaysia. Sebenarnya acara ini sangat singkat yang hanya 3 hari, dimana dalam acara tersebut ada aktivitas pameran, perdagangan dan pertemuan bisnis dibidang industri pariwisata. Secara fungsional acara ini sangat berfungsi sebagai platform khusus untuk perjalanan dan pariwisata di ASEAN guna mengeksplorasi peluang bisnis dengan buyers internasional dan sebaliknya.

Pada kesempatan lain, Malaysia juga memiliki kesempatan untuk menjadi tuan rumah makan siang atau dikenal dengan istilah “Business luncheon” yang special hanya untuk buyer ASEAN dan Internasional serta awak Media asing pada 21 Januari 2016 silam di SMX Convention Center. Sebanyak 500 tamu menerima

sambutan yang sangat meriah oleh perwakilan menteri pariwisata dan kebudayaan Malaysia. Sebelum acara makan siang dimulai, Malaysia sangat gencar menyoroti serta mempromosikan produk dan layanan pariwisata baru serta agenda pariwisata yang ada di Malaysia. Malaysia juga memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan industri pariwisata di ASEAN, yang mana disebutkan Malaysia sendiri telah memberikan arah strategis dalam dunia pariwisata baru, seperti adanya Super Sale Malaysia, Desa Outlet Freeport A'Famosa, Galeri Shore, dan Movie Animation Park Studios (MAPS).

Selain itu, Malaysia juga tidak pernah menyalakan kesempatan ini untuk mempromosikan produk dan layanan wisata mereka sendiri. Selama ATF di Manila, Filipina 2016 kemaren, delegasi Malaysia menghadiri berbagai pertemuan bilateral NTO dan menteri pariwisata ASEAN seperti pertemuan ke-19 para menteri pariwisata ASEAN, pertemuan para menteri pariwisata ASEAN plus Three (China, Jepang dan Republik Korea) ke-15 dan Pertemuan ASEAN konferensi pariwisata.

Pada acara tersebut juga diselenggarakan acara kecil penghargaan Homestay ASEAN yang mana sebanyak lima Homestay Malaysia yang terdiri dari Homestay Banghunis, Homestay Kampung Lonek, Homestay Kampung Taman Sedia, Homestay Santubong dan Homestay Miso Walai yang menerima penghargaan Homestay ASEAN di acara "ASEAN Homestay Award Ceremony" yang pertama kali diadakan di Philippines Plaza Manila.

Selain itu Malaysia juga mendapatkan penghargaan lainnya yaitu "ASEAN Green Hotel Award" yang mana terdapat sepuluh hotel di Malaysia yang terdiri dari Rasa Ria Resort & Spa Shangri-La, Kota Kinabalu; Tanjung Aru Resort & Spa di Shangri-La; Frangipani Langkawi Resort & Spa; The Shangri-La Hotel Kuala Lumpur; The

Zenith Hotel, Kuantan; Borneo Tropical Rainforest Resort, Sarawak; Shangri-La Rasa Sayang Resort & Spa Penang; Miri Marriot Resort & Spa; Mandarin Oriental Kuala Lumpur; dan Holiday Inn Resort Penang yang memenangkan ASEAN Green Hotel Award pada ATF 2016 di Manila, Filipiina.<sup>43</sup>

### 3. Pembebasan Visa

Salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kondisi pariwisata regional adalah dengan meningkatkan konektivitas antar anggota dan mempromosikan pariwisata secara bersama. Upaya meningkatkan konektivitas kawasan tersebut salah satunya dilakukan ASEAN dengan menerapkan kebijakan bebas visa. Kebijakan dengan memberikan pembebasan izin visa yang diterapkan secara regional bagi sesama negara anggota ASEAN yang hendak melakukan perjalanan di kawasab Asia Tenggara.

Rencana penerapan bebas visa atau istilah lainnya ASEAN Single Visa mulai digagas dalam pertemuan ASEAN Tourism Forum (ATF) yang sudah direalisasikan secara tertulis melalui ASEAN Tourism Agreement (ATA) pada 4 Noember 2004.<sup>44</sup>

Sejak mulai diberlakukannya *Single Visa* atau *Bebas Visa* kepada seluruh negara anggota ASEAN, Malaysia pun turut memberlakukan Bebas Visa masuk bagi seluruh negara anggota ASEAN yang mana program ini dinilai mampu mendongkrak jumlah wisman yang berkunjung

---

<sup>43</sup> Malaysia, "Other Efoorts to Promot Malaysia at ATF 2016" diakses dari <https://www.tourism.gov.my/media/view/atf-2016> pada tanggal 24 Maret 2018

<sup>44</sup>Association of South East Asia Nation," Plan of Action on ASEAN Cooperation in tourism" diakses dari <http://www.asean.org/communities/asean-economic-community/item/plan-of-action-on-asean-cooperation-in-tourism>, pada tanggal 15.11.17 pukul 09.45

ke Malaysia. Selain itu disisi lain Malaysia sadar akan faktor *High Spender* atau jumlah pengeluaran wisatawan saat berkunjung ke negara lain juga menjadi pertimbangan Malaysia untuk membebasvisakan negara lain berkunjung ke Malaysia.

Berdasarkan peninjauan atas kinerja pariwisata Malaysia pada tahun 2016 dan kuartal pertama 2017 menunjukkan bahwa kedatangan wisatawan dari pasar Cina sedang meningkat lagi setelah perlambatan pada tahun 2015 silam. Tren pertumbuhan kunjungan wisman atau pelancong yang berwisata ke Malaysia dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, terutama perbaikan produk dan pelayanan pariwisata yang dilakukan oleh Malaysia, yaitu layanan visa lebih mudah ketimbang tahun-tahun sebelumnya. Pelayanan visa yang sangat mudah bagi wisman yang berkunjung ke Malaysia ternyata memang sangat berpengaruh baik terhadap angka kunjungan wisman asing seperti China, Jepang, Republik Korea dan bahkan India sekalipun.

Sejak program e-Visa dan Visa-free diluncurkan pada maret 2016 di beijing oleh menteri pariwisata kan kebudayaan Dato Seri Mohamed Nazri Abdul Aziz bersama dengan kementerian dalam negeri menghasilkan angka yang cukup besar, bisa dilihat antara Maret 2016 hingga April 2017 ada total 284.606 aplikasi e-Visa dan 323.173 aplikasi Visa-free dari warga negara China. Selain itu jumlah visa yang disetujui untuk wisman atau pelancong asal India juga melonjak hingga 91.1% setelah kunjungan perdana menteri ke India pada bulan April. Buktinya dari 36.442 visa yang disetujui dibulan Maret menjadi 69.635 visa yang disetujui dibulan berikutnya yaitu April. Malaysia dinilai cukup mampu mendongkrak kunjungan wisman atau pelancong yng berkunjung kenegara mereka dengan memberlakukan e-Visa dan Visa-free di kedua negara tersebut. harapannya Malaysia

mampu meningkatkan jumlah kunjungan lebih besar lagi.<sup>45</sup>

Pada dasarnya, warga negara China dan India sekarang dapat mengajukan permohonan e-Visa (Visa elektronik) dan VOA (Visa on Arrival), tergantung tujuan mereka ke Malaysia. Selain itu mereka juga di izinkan untuk transit di Malaysia tanpa visa dengan syarat dan ketentuan khusus. Sebenarnya Malaysia pun masing sedang berbenah untuk menciptakan sistem yang paling sangat mudah dan tentunya aman untuk mengurus dan pelayanan visa wisman untuk mendorong lebih banyak wisatawan China dan India mengunjungi Malaysia. Malaysia sendiri sudah menerapkan sistem yang sangat mudah dalam pelayanan visa, dengan mempertimbangkan bahwa pengaturan visa sangat penting untuk kenyamanan wisman atau pelancong. Fasilitas ini diharapkan dapat mempermudah persiapan perjalanan, terutama karena fitur-fitur yang ditawarkan cukup menarik, yakni; sistem aolikasi online, waktu proses yang relatif lebih singkat dan dengan biaya yang sangat masuk akal. Yang mana terbukti dengan angka kunjungan dan jumlah pendapatan yang cukup fantastis ditahun 2016 Malaysia mampu mendatangkan 26,8 juta wisman atau pelancong berkunjung ke Malaysia dan MYR 82,1 juta Ringgit Malaysia.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Anis Rozalina Ramli, "Improved Visa Facility to Boost Tourist Arrivals From China and India" diakses dari <https://www.tourism.gov.my/media/view/improved-visa-facility-to-boost-tourist-arrivals-from-china-and-india> pada tanggal 24 maret 2018

<sup>46</sup> Tourism Malaysia, "Malaysia Tourism Statistic in Brief" diakses dari <https://www.tourism.gov.my/statistics> pada tanggal 24 Maret 2018

Tabel 4.1 Malaysia Tourism Statistic in Brief



The table is titled "Tourist Arrivals & Receipts to Malaysia by Year". It has three columns: "YEAR", "ARRIVALS", and "RECEIPTS (RM)". The data is as follows:

YEAR	ARRIVALS	RECEIPTS (RM)
2016	26.76 million	82.1 Billion
2015	25.72 million	69.1 Billion
2014	27.44 million	72.0 Billion
2013	25.72 million	65.4 Billion

Sumber: <https://www.tourism.gov.my/statistics>

Malaysia sendiri sebenarnya sangat Sadar terhadap perkembangan teknologi informasi dewasa ini, mereka mampu memainkan peran penting dalam teknologi dalam memajukan pariwisata mereka sendiri, terutama pada sistem aplikasi online untuk pengaturan perjalanan ke Malaysia akan menjadi pemicu pesatnya kunjungan wisatawan luar negara ke Malaysia. Tujuan utama tidak lain adalah untuk meningkatkan dan menarik lebih banyak wisatawan luar negara khususnya China dan India berkunjung ke Malaysia yang ingin mencari pengalaman liburan dengan keragaman budaya dengan harga terjangkau. Selain itu, hubungan baik dan hubungan sejarah yang kuat yang dimiliki Malaysia dengan China dan India akan membuat para wisman atau pelancong dari kedua negara tersebut merasa seperti di rumah sendiri saat berada di Malaysia.

### **B. Peningkatan Wisatawan Ke Malaysia**

Indutri pariwisata Malaysia menunjukkan tanda-tanda pemulihan pada tahun 2016 dengan angka terbaru yang menunjukkan lebih banyak wisatawan mengunjungi negara itu setelah perlambatan pertumbuhan pada tahun 2015. Kedatangan turis ke Malaysia untuk tahun 2016 mencatat kenaikan 4,0% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2015. Negara ini menerima 26,8 juta wisman dibandingkan dengan tahun 2015 yang hanya menerima 25,7 juta wisman. Hal lain yang menarik adalah dengan

meningkatnya angka kunjungan wisman ke Malaysia memberikan kontribusi yang cukup besar sekitar RM 82,1 Milyar kepada pendapatan negara dibanding tahun 2015 yang hanya memberikan pendapatan RM 69 milyar. Itu berarti pengeluaran rata-rata per kapita sebesar RM 3.068 yang mana total penerimaan dalam belanja juga mencatat pertumbuhan yang sangat positif. Dengan RM 26 milyar pada tahun 2016 itu berarti meningkat sekitar 20,3% dan rata rata lama menginap seorang turis meningkat 0,4% pada tahun 2016 menjadi 6,9 malam.<sup>47</sup>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat, Bahwa Malaysia pada tahun 2016 mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing ke negara Malaysia, meski awalnya pada tahun 2016 Malaysia mengalami penurunan kedatangan wisatawan asing. Malaysia terus berupaya dengan memperbaiki berbagai infrastruktur penunjang dalam mengangkat industri Pariwisata di negara tersebut. Banyak hal yang dilakukan dengan membuat pagelaran event internasional maupun festival belanja tahunan yang dibuat lebih eriah lagi gar menarik hati wisatawan asing untuk berkunjung ke Malaysia.

Dari data yang diperoleh, terdapat 10 besar negara awal wisatawan yang berkunjung ke Malaysia pada tahun 2016 yaitu;

---

<sup>47</sup> Malaysia Tourist, "Malaysia's 2016 Tourist Arrival Grow 4.0%" diambil dari <https://www.tourism.gov.my/media/view/malaysia-s-2016-tourist-arrivals-grow-4-0>, pada tanggal 24 Maret 2018

Tabel 4.2 Malaysia's 2016 Tourist Arrival Grow 4.0%

NO	ASAL NEGARA	JUMLAH KEDATANGAN
1	Singapura	13,3 juta
2	Indonesia	3,1 juta
3	China	2,1 juta
4	Thailand	1,8 juta
5	Brunei Darussalam	1,4 juta
6	India	0,64 juta
7	Korea Selatan	0,44 juta
8	Filipina	0,42 juta
9	Jepang	0,41 juta
10	Inggris	0,40 juta

Sumber: <https://www.tourism.gov.my/media/view/malaysia-s-2016-tourist-arrivals-grow-4-0>

Pariwisata Malaysia telah menunjukkan pertumbuhan yang positif pada jumlah kedatangan dan penerimaan pada tahun 2016 lalu, tercatat pada tahun 2016 Malaysia menyambut kedatangan 26,75 juta wisatawan. Terutama, Malaysia lebih banyak kedatangan wisatawan asal negara Singapura sebesar 13,3 juta wisatawan, Indonesia sebesar 3,1 juta, China sebesar 2,1 juta dan Thailand sebesar 1,8 juta.

Banyak yang mempengaruhi jumlah kedatangan wisatawan asing ke Malaysia salah satunya ialah kampanye nasional tahunan untuk berbelanja yang diadakan tiga kali dalam setahun, yaitu diantaranya terdiri dari Malaysia Super Sale (1-31 Maret), Malaysia Mega Sale (15 Juni-31 Agustus) dan penjualan Akhir Tahun Malaysia (1 November-31 Desember). Malaysia sendiri telah menyatakan total penerimaan wisatawan untuk tahun 2016 meningkat sekitar

18,8 persen, yang mulanya pada tahun 2015 Malaysia hanya mendapatkan RM69,1 Miliar meningkat pada tahun 2016 menjadi RM82,1 miliar. Menurut Malaysia wisata belanja adalah salah satu faktor penyumbang kedatangan wisatawan asing ke Malaysia, yang mana ini menjadikan wisata belanja sebagai sektor yang penting di industri Malaysia.