

PERSEDIAAN AGENSI PELANCONGAN DALAM MENAWARKAN PERKHIDMATAN DALAM TEMPOH PASCA PANDEMIK COVID-19

SITI NUR AZZYATI SAHARUDDIN

Jabatan Pengurusan Citra Islami, Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur (KPBKL)
Emel: azzyati@kpbkl.edu.my

AMIRA HAKIMAH HALIMI

Jabatan Pengurusan Citra Islami, Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur (KPBKL)
Emel: amirahakimah@kpbkl.edu.my

KU PUTRI LILIANA KU ABD HALIM

Jabatan Pengurusan Citra Islami, Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur (KPBKL)
Emel: kuputri@kpbkl.edu.my

NOR AZATUL ASYA NURA MOHD ZAKARIA

Jabatan Sosio Ijtima'I, Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Kolej Profesional Baitulmal Kuala Lumpur (KPBKL)
Emel: norazatulasyanura@kpbkl.edu.my

ABSTRAK

Pelan Pemulihan Pelancongan (PPP) yang digariskan Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) selari dengan pelaksanaan Pakej Rangsangan Ekonomi yang menyuntik beberapa insentif kepada rakyat Malaysia dalam bentuk diskaun, baucer dan rebat yang akan memberi manfaat kepada pelancongan domestik di Malaysia (MOTAC, 2021). Pelan ini dirangka bagi merencanakan kembali sektor pelancongan negara yang terkesan akibat kes jangkitan dan penularan Covid-19 yang kian tinggi, telah memaksa kerajaan Malaysia mengambil keputusan drastik membatalkan Kempen Melawat Malaysia 2020 yang akhirnya telah memberi impak besar kepada prestasi pelancongan negara. Sektor pelancongan negara lumpuh sepenuhnya apabila kerajaan mengisytiharkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) pada 17 Mac 2020 yang telah menyekat semua aktiviti pergerakan serta telah menutup pintu masuk dan keluar negara. PPP ini juga mampu menjana semula pendapatan sektor pelancongan dalam masa yang sama dapat memulihkan ekonomi negara. Kedatangan pelancong ke Malaysia pada tahun 2020 ialah 4,332,722 pelancong berbanding tahun 2021 sebanyak 134,728 pelancong yang mencatatkan kemerosotan peratusan kepada -96.89% (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2022). Objektif kajian ini dibuat untuk mengenalpasti strategi persediaan agensi pelancongan dalam menawarkan perkhidmatan pelancongan dalam tempoh pasca pandemik Covid-19. Kajian ini dilaksanakan melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan kaedah temu bual terhadap empat (4) agensi pelancongan yang beroperasi melebihi 10 tahun di Malaysia. Kesimpulan dalam kajian ini adalah dapat dirumuskan bahawa agensi pelancongan sememangnya perlu persediaan dalam menempuhi perubahan yang berubah dari semasa.

***Kata Kunci:** Pelan Pemulihan Pelancongan, Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya, Pasca Pandemik Covid-19, Agensi Pelancongan, Kualitatif*

PENGENALAN

Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) peka dengan keperluan industri pelancongan yang perlu dipulihkan akibat terjejas dengan pandemik Covid-19 selama hampir

2 tahun. Sehubungan dengan itu, Datuk Seri Nancy Shukri, Menteri Pelancongan, Seni dan Budaya telah mengisytiharkan bahawa agensi-agensi pelancongan boleh beroperasi serta-merta tanpa perlu mendaftar Covid-19 Intelligent Management System (CIMS) (MOTAC, 2021). Ini juga berikutan daripada aduan pengusaha-pengusaha perniagaan yang meluahkan kesusahan mendaftar masuk sistem CIMS dan kelewatan operasi akibat daripada proses menunggu surat kelulusan yang lama daripada Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri MITI (Farah, 2021).

Kelonggaran ini diberikan agar industri pelancongan kembali rancak beroperasi menawarkan perkhidmatan mereka kepada para pengunjung setelah memasuki fasa endemik Covid-19 ini. Rentetan daripada itu, kajian ini ingin melihat kesediaan industri pelancongan Malaysia dalam menyahut cabaran itu seterusnya menaikkan ekonomi syarikat disamping membantu memulihkan ekonomi negara.

LATAR BELAKANG MASALAH

Malaysia telah diisytiharkan memasuki fasa endemik bermula 1 April 2022. Peralihan fasa yang diumumkan ini dilihat sebagai ‘*exit strategy*’ kerajaan dalam menangani sektor ekonomi negara yang teruk terjejas berikutan pandemik Covid-19, di samping membolehkan rakyat Malaysia kembali hidup dalam keadaan normal, sama seperti sebelum pandemik-Covid menyerang, dengan beberapa syarat yang masih lagi dikuatkuasakan. Peralihan fasa ini telah menggerakkan kembali sektor pelancongan negara. Sektor pelancongan negara telah berdepan dengan kerencatan ekonomi dengan nilai RM45 billion kerugian dicatatkan sewaktu Malaysia berada dalam fasa pandemik (Berita Harian, 2021).

Sepanjang fasa pandemik Covid-19, banyak agensi pelancongan yang terpaksa menutup operasi ekoran tidak mampu menanggung kerugian yang dihadapi. Namun begitu, masih terdapat banyak juga agensi pelancongan yang mampu bertahan. Kemampuan agensi-agensi pelancongan ini meneruskan operasi adalah dengan melakukan pengubahsuaian dalam pengorperasian syaraikat. Strategi yang dilakukan agensi-agensi pelancongan untuk kekal di dalam industri antaranya dengan melakukan pengurangan kos operasi, penerokaan industri baru serta menerima bantuan daripada kerajaan. Strategi ini dilihat mampu memanjangkan nafas agensi-agensi pelancongan untuk terus bertahan dalam industri pelancongan.

Memasuki pasca pandemik pula, persediaan rapi dan bijak daripada agensi pelancongan ditagih. Pelan Pemulihan Pelancongan (PPP) yang dirangka MOTAC perlu disambut oleh agensi-agensi pelancongan Malaysia agar tidak berdepan risiko jangka pendek dan panjang jika tidak mengambil langkah atau persediaan susulan dalam memulihkan agensi pelancongan mereka. Bagi memastikan agensi pelancongan kekal relevan dan mampu bertahan dalam pasca pandemik, pelan perancangan yang menyeluruh dalam menghadapi fasa pandemik perlu dilakukan oleh pihak agensi pelancongan.

OBJEKTIF DAN PERSOALAN KAJIAN

Kajian ini adalah bertujuan untuk mengenalpasti strategi persediaan agensi pelancongan dalam menawarkan perkhidmatan pelancongan dalam tempoh pasca pandemik Covid-19. Persoalan kajian yang dikenalpasti ialah “apakah bentuk strategi yang digunapakai oleh agensi pelancongan di Malaysia sepanjang tempoh pasca pandemik Covid-19?.

METODOLOGI KAJIAN

Pendekatan yang digunakan bagi kajian ini adalah pendekatan kualitatif di mana pendekatan ini memerlukan dan menggunakan kaedah temu ramah bersama responden. Temu ramah ini membolehkan responden disoal dengan soalan yang terperinci dan berkaitan serta dapat mengumpul maklumat secara langsung daripada agensi pelancongan di Malaysia bagi menepati objektif kajian.

Selain itu, kajian ini juga menggunakan data daripada pengumpulan maklumat yang diambil melalui buku-buku atau dokumen yang berkaitan seperti penulisan tesis dan artikel yang diperolehi dari laman sesawang berkaitan. Analisis data ini dilakukan apabila sesi temu ramah bersama responden selesai untuk disimpulkan sebagai proses mengurus data dan mensintesis data seterusnya mengkaji hasil dapatan. Hasil data dianalisis seterusnya diringkaskan tetapi padat untuk memudahkan proses membuat rumusan dan kesimpulan kajian.

Agensi	Jawatan Responden	Tahun Syarikat Beroperasi
A	Pengarah Urusan	32 tahun
B	Eksekutif Pelancongan & Pemasaran	22 tahun
C	Pengarah Eksekutif	28 tahun
D	Pengurus Operasi	39 tahun

Jadual 1: Maklumat Responden Kajian

HASIL KAJIAN

Industri pelancongan terutamanya agensi pelancongan tidak terkecuali dalam menghadapi masalah ketika fasa pandemik covid-19 di Malaysia. Pandemik sememangnya memberikan impak besar kepada industri pelancongan, pelancongan inbound mencatatkan penurunan sebanyak 61.7 peratus dengan jumlah RM 17.1 billion pada tahun 2020. Oleh itu hasil kajian telah merumuskan lima persediaan yang dilaksanakan oleh agensi pelancongan dalam menawarkan perkhidmatan dalam tempoh pasca pandemik Covid-19.

Kesiapsiagaan Dalam Menawarkan Perkhidmatan Mengikut Arahan Semasa Kerajaan

Hampir semua agensi menyatakan keperluan dalam kesiapsiagaan diperlukan bagi membolehkan agensi mampu menawarkan perkhidmatan dari semasa ke semasa mengikut arahan semasa kerajaan. Pada September 2021, Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC) telah mengumumkan pembukaan semula destinasi pelancongan pertama negara iaitu Langkawi. Destinasi ini merupakan salah satu strategi kerajaan dalam Pelan Pemulihan Negara, Fasa Satu yang memberi peluang kepada pelancong domestik seluruh negara untuk melancong ke destinasi yang dibuka dan mengikut kepada ketetapan SOP yang dikeluarkan (Muhammad Yusri Muzamir, 2021). Seiring dengan kenyataan media pada peringkat Fasa Satu, Pelan Pemulihan Negara (PPN) tidak hanya tertumpu kepada gelembung pelancongan

domestik Pulau Langkawi malahan aktiviti perkelahan dan perkhemahan dalam daerah yang sama dibenarkan. Begitu juga kunjungan ke premis dan fasiliti awam kebudayaan dan pelancongan dibenarkan untuk beroperasi bermula 1 Oktober 2022 (Majlis Keselamatan Negara, 2021). Jika sebelum ini kebanyakan agensi terpaksa melaksanakan Bekerja Dari Rumah (BDR) kini agensi perlu bijak dalam menggunakan sumber yang ada bagi membolehkan penawaran dapat dibuat dan kos pentadbiran juga berada pada tahap minimum. Kenyataan ini selari dengan kenyataan yang dikeluarkan oleh United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) yang meramalkan pemulihan sektor pelancongan akan dijangka berlaku pada tahap 60 peratus tahun 2020 dan akan pulih sepenuhnya pada tahun 2023 (UNWTO, 2022). Oleh itu, agensi perlu bijak dalam menggunakan sumber yang ada bagi membolehkan penawaran dibuat dan dalam masa yang sama perbelanjaan agensi berada tahap minimum bagi membolehkan proses pemulihan dapat berlaku seperti yang dijangka oleh UNWTO.

Penyediaan Pakej dan Perkhidmatan Baru Mengikut Keperluan Semasa

Kesemua agensi menyatakan bahawa penyediaan pakej dan perkhidmatan kini lebih mengikut kepada trend semasa. Ini kerana selepas pandemik Covid-19 trend pelancongan dilihat telah berubah serta-merta. Trend terkini dalam pelancongan adalah pelancong lebih memilih destinasi yang menawarkan pengalaman yang menarik dan unik. Destinasi percutian berasaskan alam semula jadi mula menjadi pilihan utama pelancong dan aktiviti berfokuskan hobi seperti mendaki, fotografi dan berkayak mula mendapat tempat dikalangan pelancong di Malaysia (Azlie Halim, 2022). Pada tahun 2021, agensi dilihat lebih memfokuskan kepada pelancongan domestik. Ini kerana pada tahun 2021 gelembung pelancongan domestik mula diperkenalkan oleh kerajaan dengan menjadikan Pulau Langkawi sebagai lokasi gelembung fasa pertama, ini menguatkan lagi keperluan agensi dalam menyediakan pakej dan perkhidmatan domestik mengikut keperluan semasa. Ini kerana garis panduan (SOP) pada masa itu tidak membenarkan pergerakan persendirian dan hanya aktiviti pelancongan yang dibuat tempahan dari syarikat pelancongan yang berdaftar dari MOTAC yang dibenarkan. Walau bagaimanapun gelembung pelancongan domestik hanya dilaksanakan setakat Pulau Langkawi sahaja kerana aktiviti rentas negeri secara persendirian dibenarkan bermula 10 Oktober 2021. MOTAC juga melihat tiada keperluan bagi mewujudkan gelembung-gelembung domestik lain dengan membenarkan aktiviti rentas negeriseiring dengan kejayaan negara mencapai kadar vaksinasi 90 peratus populasi dewasa. Oleh itu, lebih peluang kepada pengiat industri untuk menyediakan pakej dan perkhidmatan domestik yang tidak membataskan destinasi kepada pelancong (Aslinda Nasir, 2021). Agensi pelancongan menyatakan mereka terus agresif mencari dan menyediakan pakej dan perkhidmatan kepada pelancong domestik antara pakej yang disediakan merangkumi pakej ke pulau-pulau dan negeri-negeri di Malaysia. Agensi pelancongan dilihat giat dalam mempromosikan perkhidmatan jualan e-voucher pakej penginapan dalam negara, ini kerana keperluan pada tahun 2021 hanya terhad kepada pelancongan domestik sahaja. Di bawah merupakan perkhidmatan yang disediakan oleh agensi pelancongan pada tahun 2022:

Agensi	Domestik	Luar Negara	Umrah	Perkhidmatan Lain
A	✓	✓	✓	✗

B	✓	✓	✓	✓
C	✓	✓	✓	X
D	✓	✓	✓	✓

Jadual 2: Perkhidmatan dan Pakej Ditawarkan Agensi Pelancongan

Kebanyakan agensi pelancongan merupakan jenis agensi pelancongan penuh di mana mereka menawarkan perkhidmatan tanpa mengira jenis pelanggan dan juga pakej yang ditawarkan kepada pelanggan lebih menyeluruh. Ada juga agensi pelancongan jika sebelum ini dilihat hanya memfokuskan kepada pakej umrah semata-mata tetapi kesan daripada pandemik Covid-19, agensi mula menawarkan perkhidmatan dan pakej pelancongan domestik dan pakej ini masih diteruskan kerana permintaan daripada pelanggan. Perkhidmatan lain yang disediakan oleh agensi adalah perkhidmatan dari industri berbeza antara perkhidmatan yang disediakan agensi pelancongan ialah perkhidmatan kesihatan (klinik), farmasi dan logistik.

Inisiatif Lain Dalam Memastikan Kelangsungan Agensi Pelancongan Dalam Industri

Tidak dinafikan pandemik Covid-19 telah merubah corak agensi pelancongan beroperasi. Salah satu inisiatif kerajaan yang dilihat membantu agensi pelancongan untuk menghadapi krisis pandemik Covid-19 antaranya ialah pengecualian fi kepada pengusaha pelancongan yang dilesenkan di bawah Akta Pelancongan 1992 (Akta 482), di mana syarikat pengendali pelancongan mendapat kebenaran untuk menjalankan perniagaan lain dalam premis berkuatkuasa 18 Mac 2020 sehingga 30 Jun 2021 (MOTAC, 2021). Perkara ini telah memberikan peluang kepada agensi untuk menerokai bidang baru. Antara bidang yang diterokai oleh agensi pelancongan sepanjang Covid-19 antaranya ialah industri makanan dan minuman, perkhidmatan logistik, perunding hartanah, pertanian, perkhidmatan pembaikan alat elektrik, perkhidmatan ibadah qurban, perkhidmatan penyelenggaraan kenderaan dan penjualan produk makanan sunnah, pakaian, alatan rumah dan kesihatan. Ada juga agensi yang dilihat bijak mengambil peluang dimana turut sama bekerjasama dengan Kementerian Sumber Manusia dan menawarkan kursus jangka pendek yang menjadi keperluan pasaran dalam kerana kerajaan mula memperkenalkan program *reskilling* dan *upskilling* bagi membolehkan sumber manusia sedia ada mendapat permintaan di pasaran. Selain daripada menerokai bidang baru, agensi turut menggunakan strategi seperti Bekerja Dari Rumah (BDR), mengurangkan jumlah pekerja, memberikan cuti tanpa gaji kepada pekerja dan menutup cawangan. Ini dilihat selari dengan kenyataan Jabatan Perangkaan Malaysia (2021) yang menyatakan bahawa sebanyak 100, 000 individu dalam sektor pelancongan hilang pekerjaan pada tahun 2020, ini kerana terdapat penyusutan guna tenaga pelancongan sebanyak 2.9 peratus iaitu 3.6 juta orang guna tenaga pada 2019 berbanding 3.5 juta orang guna tenaga pada 2020 . Strategi-strategi ini dirangka bagi membolehkan agensi terus bertahan sepanjang pandemik dan setelah kerajaan mula membuka industri pelancongan, agensi dilihat telah mula beroperasi mengikut keperluan industri dan keperluan semasa agensi. Melihat kepada trend terkini Kebanyakan agensi telah mula beroperasi dan dilihat peluang pekerjaan telah banyak dibuka bagi memenuhi kelompongan terdahulu.

Hubungan Berterusan Antara Agensi Dan Pelanggan

Semasa pandemik Covid-19, agensi tidak hanya berdiam diri sahaja tanpa mempromosikan perkhidmatan mereka. Banyak agensi yang melibatkan diri dalam industri lain tetapi masih

menggunakan nama agensi itu sendiri. Ini adalah kerana kerajaan memberikan pengecualian fi kepada pengusaha pelancongan yang dilesenkan di bawah Akta Pelancongan 1992 (Akta 482), di mana syarikat pengendali pelancongan mendapat kebenaran untuk menjalankan perniagaan lain dalam premis berkuatkuasa 18 Mac 2020 sehingga 30 Jun 2021 (MOTAC, 2021). Demi menyambut baik saranan kerajaan kebanyakan agensi mengambil inisiatif ini dengan melibatkan diri dengan industri yang dilihat dapat membantu kelangsungan agensi itu sendiri. Oleh itu, agensi menggunakan strategi hubungan pelanggan dan agensi dalam mempromosikan produk dan perkhidmatan semasa dengan menggunakan medium sedia ada. Hubungan berterusan ini diteruskan kerana kebanyakan agensi menyatakan keperluan untuk terus membina reputasi syarikat walaupun agensi pelancongan tidak beroperasi sepenuhnya dalam tempoh pandemik. Agensi juga menyatakan bahawa mereka perlu sentiasa berhubung dengan pelanggan sedia ada dan pelanggan terdahulu bagi memberitahu maklumat terkini mengenai pakej yang terpaksa diberhentikan semasa pandemik dan dalam masa yang sama memberikan maklumat berkaitan pakej yang terpaksa ditunda dari semasa ke semasa status pakej tersebut agar pelanggan dapat mengetahui status pakej tersebut. Rata-rata agensi menyatakan bahawa strategi hubungan berterusan dengan pelanggan dilihat bermanfaat kepada agensi. Ini kerana kebanyakan pelanggan sedia ada akan turut mempromosikan dan memberikan saranan kepada keluarga dan rakan mereka tentang perkhidmatan agensi yang mereka gunakan dalam mendapatkan perkhidmatan pelancongan. Di Malaysia kebanyakan agensi menyatakan bahawa kebanyakan pelanggan baru adalah daripada saranan pelanggan sedia ada yang berpuas hati dengan perkhidmatan agensi. Dapat dilihat bahawa agensi di Malaysia sememangnya bekeperluan dalam membina hubungan baik dengan pelanggan agar reputasi dan promosi secara tidak langsung terlaksana.

Pemain Industri Ke arah Digitalisasi

Peralihan kaedah tradisional kepada digital dilihat mula mendapat tempat terutamanya semasa pandemik Covid-19. Ketua Pengarah Perbadanan Produktiviti Malaysia (MPC) menyatakan keperluan pemain industri pelancongan mengguna pakai pendigitalan bagi meningkatkan produktiviti dan memperoleh kelebihan daya saing dalam pasaran (Bernama, 2021). Peralihan ini dilihat hanya berlaku dalam promosi agensi dan tidak kepada operasi keseluruhan agensi. Antara inisiatif yang dijalankan kerajaan Negeri Selangor dengan Tourism Selangor melalui kerjasama erat menerusi Pelan Pemulihan Ekonomi Negeri. Inovasi dan strategi yang dilaksanakan ialah webinar bersama penggiat industri pelancongan, siri ‘Virtual Tour’ ke tempat pelancongan Selangor, program CSR, sesi Tik Tok Live dan penganjuran Focus Tourism Talk. Kempen yang dinyatakan menerima sambutan dengan lebih 20 juta capaian semenjak pelancaran kempen (Nadiyah Zamlus, 2021). Di bawah merupakan promosi digital yang diguna pakai oleh agensi bermula daripada pandemik Covid-19. Di bawah merupakan platform promosi digital yang digunakan oleh agensi pelancongan:

Agensi	Facebook	Instagram	Twitter	Laman Sesawang	Tik Tok
A	✓	✓	✓	✓	✗
B	✓	✓	✗	✓	✓
C	✓	✓	✓	✗	✗

D	✓	✓	✓	✓	✓
---	---	---	---	---	---

Jadual 3: Platform Digital Yang Diguna pakai Oleh Agensi Pelancongan

Setelah industri pelancongan dibuka secara keseluruhan dan Malaysia telah berada dalam fasa pandemik trend penggunaan platform digital dilihat 50-50. Di mana agensi pelancongan mula menggabungkan platform tradisional dan digital dalam mempromosikan perkhidmatan mereka. Hal ini kerana agensi menyatakan bahawa pelanggan sedia ada lebih menghargai jika mereka diakses dan diberikan bahan promosi melalui kaedah terdahulu iaitu pemakluman pakej melalui whatsapp, email dan surat ke rumah.

KESIMPULAN

Sektor pelancongan antara sektor paling terkesan sejak penularan Covid-19 merebak di Malaysia. Langkah persediaan yang dilaksanakan oleh agensi pelancongan dalam menawarkan perkhidmatan dalam tempoh pasca pandemik Covid-19 merupakan strategi yang bijak kerana agak sukar dengan menunggu pandemik untuk pulih sepenuhnya.

Merujuk kepada tinjauan yang dilakukan oleh agensi di bawah Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya Malaysia (MOTAC), Tourism Malaysia yang membabitkan 13,797 individu di negara ini untuk mengetahui persepsi mereka mengenai pelancongan domestik selepas PKP, 'Survey On Domestic Travel In Malaysia After MCO', segmen persepsi menunjukkan 50.9 peratus responden mempercayai selepas PKP melancong dalam negara lebih selamat, 84.2 peratus mempercayai Covid-19 mempengaruhi sikap mereka untuk mengembara dan 71.3 peratus memilih Malaysia sebagai destinasi pelancongan berbanding ke luar negara (Hafiz Ithnin, 2020).

Projek rintis gelembung pelancongan di Pulau Langkawi, Kedah, mencapai kejayaan membanggakan selepas merekodkan ketibaan 38,748 pelancong dan menjana pendapatan lebih RM15 juta sejak dibuka pada 16 September 2021. Ia merupakan salah satu langkah awal memulihkan semula industri pelancongan yang sangat memberangsangkan kerana sasaran awal hanyalah 30,000 orang (Norzilawati Sidek, 2021). Aktiviti perkelahan dan perkhemahan dalam daerah yang sama dibenarkan namun mereka perlu mematuhi ketetapan beberapa prosedur operasi standard (SOP).

Pemain industri yang tidak berpeluk tubuh membiarkan syarikat perniagaan terus merundum semasa krisis Covid-19 dengan menjalankan perniagaan lain dalam premis memberikan peluang kepada agensi untuk menerokai bidang baru. Apabila sempadan ditutup, aktiviti pelancongan tidak rancak dan ia adalah waktu yang terbaik bagi pemain industri melihat semula produk yang mereka tawarkan adakah masih relevan untuk diketengahkan. Sektor pelancongan adalah sektor dinyatakan sebagai sektor dinamik kerana ia begitu sensitif kepada persekitaran. Maka langkah kedepan oleh pemain industri perlu dilakukan agar mereka dapat terus bertahan sehingga krisis pulih sepenuhnya.

Penggunaan teknologi di Malaysia terserlah setelah kemunculan pandemik pada awal tahun 2020. Perubahan kepada operasi berasaskan digital perlu dilakukan oleh agensi pelancongan kerana persaingan di era digital ini sangat tinggi semasa krisis Covid-19. Kita perlu melalui kehidupan norma baharu dan agensi perlu kreatif dan inovatif mengikut perkembangan semasa

dan ia tidak dapat dicapai jika masih mengekalkan kaedah operasi secara tradisional seperti mempromosi menggunakan pelbagai platform media sosial dan secara tidak langsung mewujudkan hubungan berterusan antara agensi dengan pelanggan.

Krisis kesihatan yang berlaku pada tahun 2020 telah memberi kejutan kepada banyak industri. Negara kerugian berbillion ringgit akibat penutupan sempadan selama 2 tahun. Justeru strategi yang telah dilaksana perlu sentiasa ditambahbaik agar agensi pelancongan kekal relevan dan terus maju serta dapat memulihkan industri ini seperti sedia kala walaupun negara telah beransur daripada fasa pandemik ke endemik.

RUJUKAN

- Aslinda Nasir (2021, Oktober 27). [Parlimen] Tiada Keperluan Wujud Gelembung Pelancongan Domestik Lain. *Utusan Malaysia Online*. Diakses di: <https://www.utusan.com.my/terkini/2021/10/tiada-keperluan-wujud-gelembung-pelancongan-domestik-lain/>
- Azlie Halim. (2022, Januari 3). Cari kaedah terbaik rancakkan semula sektor pelancongan. *Berita Harian Online*. Diakses di: <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2022/01/907108/cari-kaedah-terbaik-rancakkan-semula-sektor-pelancongan>
- Bernama. (2021, Oktober 13) Syarikat sektor pelancongan dan kebudayaan dibenar beroperasi tanpa CIMS. Diakses di: <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2021/10/765734/syarikat-sektor-pelancongan-dan-kebudayaan-dibenar-beroperasi-tanpa-cims>
- Fadzlin Shuib. (2021, November 4). Temu bual Atas Talian [Google Meet]
- Farah Suhaidah Othman. (4 Jun 2021). Proses kebenaran melalui CIMS merumitkan peniaga, ambil masa lama. Diakses di: <https://www.melakahariini.my/proses-kebenaran-melalui-cims-merumitkan-peniaga-ambil-masa-lama/>
- Hafiz Ithnin. (2020, Mei 14). Percutian Selepas Pandemik. *Harian Metro*. Diakses di: <https://www.hmetro.com.my/santai/2020/05/578177/percuteian-selepas-pandemik>
- Jabatan Perangkaan Malaysia. (2021). Kenyataan Media Akaun Satelit Pelancongan Malaysia, 2020: Terimaan Pelancongan Mencatatkan Kejatuhan 71.2 peratus, Merekodkan Sebanyak RM 52.4 Billion Pada Tahun 2020. Diakses di: https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/5_Gallery/2_Media/4_Stats%40media/4-Press_Statement/2021/9.%20Sept/TSA%202020%20-COMBINE.pdf
- Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC). (5 Jun 2021). Permohonan Surat Kebenaran Beroperasi Bagi Sektor Perhotelan Untuk Tujuan Kuarantin, Pengasingan Dan Pekerjaan Perkhidmatan Dibenarkan Sepanjang Tempoh Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) Melalui Portal CIMS 3.0. Diakses di: <https://www.motac.gov.my/media2/siaran/permohonan-surat-kebenaran-beroperasi-bagi-sektor-perhotelan-untuk-tujuan-kuarantin,-pengasingan-dan-pekerjaan-perkhidmatan-dibenarkan-sepanjang-tempoh-perintah-kawalan-pergerakan-ppk-melalui-portal-cims-3-0>
- Kementerian Pelancongan, Seni dan Budaya (MOTAC). (13 Oktober 2021) Pemakluman Terkini Pengoperasian Sektor Pelancongan Dan Kebudayaan Tanpa Melalui Sistem CIMS 3.0. Diakses di: <https://www.motac.gov.my/en/media/release/pemakluman-terkini-pengoperasian-sektor-pelancongan-dan-kebudayaan-tanpa-melalui-sistem-cims-3-0>

- Majlis Keselamatan Negara. (2021, September 24). Pelan Pemulihan Negara (PPN) - SOP Fasa 1. Diakses di:
<https://www.mkn.gov.my/web/ms/pelan-pemulihan-negara-fasa-1/>
- Mohd Nasaruddin Parzi. (2021, Mei 18). Industri pelancongan makin tenat. *Berita Harian*. Diakses di:
<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/05/817981/industri-pelancongan-makin-tenat>
- Muhammad Yusri Muzamir. (2021, September 10). Agensi pelancongan dibenar beroperasi serta-merta. *Berita Harian Online*. Diakses di:
<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/09/862268/agensi-pelancongan-dibenar-beroperasi-serta-merta>
- Norzilawati Sidek. (2021, Oktober 3). Langkawi Terima Lebih 38,000 Pelancong Sejak Dibuka - Menteri. *Bernamea*. Diakses di:
<https://selangorkini.my/2021/10/langkawi-terima-lebih-38000-pelancong-sejak-dibuka-menteri/>
- Pemain industri pelancongan perlu beralih ke digital untuk tingkatkan produktiviti - MPC. (2021, Disember 15). *Bernamea*. Diakses di:
<https://www.astroawani.com/berita-malaysia/pemain-industri-pelancongan-perlu-beralih-ke-digital-untuk-tingkatkan-produktiviti-mpc-336458>
- Rohana Othman. (2021, Oktober 30). Temu bual Atas Talian [Google Meet]
- Shahrulnezam Mohd Daud. (2021, November 20). Temu bual Bersemuka
- Tajuzzaman Amaluddin. (2021, November 3). Temu bual Atas Talian [Google Meet]