



KEMENTERIAN PELANCONGAN MALAYSIA

KENYATAAN MEDIA

MAKLUM BALAS BERKAITAN ISU-ISU DALAM LAPORAN KETUA AUDIT NEGARA 2010

PUTRAJAYA, 7 November 2011 – Kementerian Pelancongan dan Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia (LPPM) sentiasa memandang serius tentang Laporan Ketua Audit Negara dan mengambil langkah memantapkan tadbir urus kewangan dan perolehannya.

Semua pembayaran yang telah dibuat adalah berdasarkan kepada kerja yang telah dilaksanakan dengan sempurna dan disertakan dengan bil-bil dan dokumen-dokumen sokongan yang berkaitan, serta berdasarkan kepada peraturan pembayaran yang telah ditetapkan oleh Kementerian Kewangan.

Secara asasnya, semua aktiviti yang dilaksanakan oleh Kementerian Pelancongan dan LPPM adalah bertujuan meningkatkan pembangunan industri pelancongan negara. Di samping itu, aktiviti-aktiviti ini adalah bagi meningkatkan kedatangan pelancong-pelancong antarabangsa ke Malaysia secara berterusan yang seterusnya dapat membantu merangsang ekonomi negara melalui sektor ini.

Berikut adalah penjelasan lanjut ke atas isu-isu yang dibangkitkan dalam Laporan Ketua Audit Negara 2010 dan juga pihak media cetak dan elektronik:

AKTIVITI PENGIKLANAN 2009 DAN 2010

Aktiviti pengiklanan merupakan medium yang terpenting dalam mempromosikan industri pelancongan negara. Terdapat dua kaedah perolehan pengiklanan yang dibuat oleh LPPM iaitu melalui agensi-agensis pengiklanan yang dilantik melalui tender terbuka atau secara tempahan terus (atau *direct booking*).

Pembelian secara *direct booking* telah menjimatkan kos komisyen agensi (15% dari kos pembelian media) berjumlah RM19.93 juta pada tahun 2009 dan RM9.20 juta pada tahun 2010, berbanding menggunakan khidmat agensi pengiklanan yang dilantik melalui tender terbuka.

Langkah ini juga telah dapat membantu LPPM membuat rancangan perbelanjaan bagi tahun 2009 dan 2010 dengan pengurusan kewangan yang lebih baik dan telah mengurangkan semua defisit yang tertunggak.

Keberkesanan strategi ini dapat dilihat dengan kejayaan Malaysia untuk menarik 23.6 juta pelancong dengan pendapatan sebanyak RM53.4 bilion pada 2009 dan 24.6 juta pelancong dengan pendapatan RM56.5 bilion pada 2010.

Untuk rekod, kaedah pembelian secara tempahan terus (*direct booking*) ini telah dilaksanakan oleh LPPM sejak tahun 1998 mengikut Pekeliling Pengurusan LPPM Bil. 10 Tahun 1998. Pembelian ini hanya dibuat dengan pihak pemilik media seperti CNN,

Discovery Channel, National Geographic, BBC World, Star Channel, Al Jazeera dan lain-lain.

Tempahan terus (*direct booking*) juga turut dilaksanakan ke atas pembelian ruang dalam media cetak, billboard dan juga media *online* di mana kadar harga yang ditawarkan oleh pemilik media melalui kaedah ini adalah lebih rendah berbanding dengan perolehan melalui agensi pengiklanan.

Namun begitu, berdasarkan pemerhatian Ketua Audit Negara bagi tahun 2010, LPPM telah mendapatkan kelulusan daripada Kementerian Kewangan pada 16 Februari 2011 bagi memperkukuhkan tatacara kewangan supaya pembelian media secara *direct booking* dibenarkan dengan merujuk kepada Lembaga Perolehan B untuk kelulusan. Buat masa sekarang, LPPM telah melaksanakan tatacara ini di mana semua *direct booking* perlu mendapatkan kelulusan terdahulu daripada Lembaga Perolehan B.

PENGIKLANAN PAPARAN LUARAN (*BILLBOARD*)

Bagi pemerhatian Audit berhubung lokasi *billboard* yang tumbang, tanpa lampu dan berada di lokasi yang tidak strategik, penjelasan adalah seperti berikut:

Pemilihan Lokasi *Billboard* di Medan, Indonesia

Pemilihan adalah berdasarkan kepada keputusan pihak pengurusan atasan LPPM setelah menjalankan *due diligence* termasuk lawatan tapak. Hasilnya, semua pihak termasuk Pengarah (Luar Negeri) telah bersetuju bahawa ianya adalah tapak yang sesuai dengan mengambil kira aliran trafik (*traffic flow*) yang melalui kawasan ini.

Pemilihan lokasi ini juga memang strategik memandangkan negara Singapura, melalui Singapore Tourism Board, juga turut memilih lokasi papan *billboard* di kawasan yang sama.

Billboard Yang Tumbang

Billboard yang tumbang di KM 50.4 Lebuhraya Utara Selatan berkemungkinan disebabkan oleh hujan lebat dan/atau angin kuat yang berlaku pada malam sebelum lawatan tapak oleh pihak Audit. Pemantauan berkala oleh LPPM dan pihak agensi pengiklanan yang dilantik pada tarikh-tarikh terdahulu mendapati ianya berada dalam keadaan baik. Daripada 67 *billboard* yang dipasang di seluruh negara, hanya satu sahaja yang tumbang iaitu 1.49% daripada jumlah keseluruhan.

Seperti mana yang telah dipersetujui dalam kontrak yang ditandatangani dengan pemilik media, *billboard* ini telah dibina semula dengan kos ditanggung oleh mereka. Manakala bayaran sewaan media (*media rental*) tidak dibuat oleh LPPM bagi tempoh kerosakan tersebut.

Untuk rekod, LPPM telah menetapkan bahawa pihak agensi pengiklanan perlu membuat laporan pemantauan pada setiap bulan bagi membolehkan bayaran pengiklanan *billboard* dibuat kepada mereka.

Billboard Tanpa Pencahayaan

Berdasarkan pemantauan berkala yang dijalankan oleh agensi pengiklanan yang dilantik oleh LPPM, *billboard* di Batu 3 Shah Alam, Selangor mempunyai kemudahan pencahayaan. Namun begitu, semasa pemeriksaan Audit dijalankan, generator elektrik bagi *billboard* berkenaan dipercayai telah dicuri.

Seperti mana yang telah dipersetujui dalam kontrak, pihak kontraktor telah menggantikan generator elektrik tersebut dan LPPM juga tidak membuat sebarang pembayaran ke atas kos elektrik bagi tempoh berkenaan.

Manakala bagi *billboard* di Mid Valley pula, ianya adalah bagi tujuan tarikan serta mendapatkan perhatian pengguna jalan raya pada sebelah siang sahaja. Tapak ini juga tidak mempunyai kemudahan elektrik bagi tujuan pencahayaan. Manakala kontrak dengan pemilik media juga adalah tanpa kos pencahayaan.

RAK RISALAH

Kementerian Pelancongan telah mengambil tindakan ke atas segala teguran pihak Ketua Audit Negara mengenai isu rak risalah Tahun Melawat Malaysia 2007. Pihak Kementerian juga telah menubuhkan Jawatankuasa Siasatan pada 5 Oktober 2011 bagi menyiasat perkara ini. Siasatan sedang dilaksanakan dan laporan penuh siasatan akan dikemukakan kepada Ketua Setiausaha Kementerian Pelancongan pada 18 November 2011.

Untuk rekod, rak risalah ini ditempah bagi tujuan meningkatkan lagi promosi Tahun Melawat Malaysia 2007. Pembayaran telah mendapat kelulusan Kementerian Kewangan iaitu RM1.7 juta untuk 873 unit rak yang diterima sahaja.

CENDERAHATI

Sepertimana yang telah digariskan dalam Pekeliling Perbendaharaan (SPP 12/2007), sebarang pembelian cenderahati bernilai sehingga RM 50,000 adalah dibenarkan secara pembelian terus daripada pembekal.

Walaupun cenderahati yang dibekalkan telah memenuhi spesifikasi dan kualiti yang ditetapkan, laporan kajian pasaran tidak disediakan. Oleh demikian, surat peringatan daripada Ketua Setiausaha Pelancongan bertarikh 6 Julai 2011 agar perkara tersebut tidak diulangi pada masa hadapan dan sentiasa mengikut tatacara perolehan semasa yang berkuatkuasa.

Dato' Dr. Ong Hong Peng
Ketua Setiausaha
Kementerian Pelancongan Malaysia