

**CORAK DAN IMPAK PERBELANJAAN PELANCONG TIMUR TENGAH
KEPADA EKONOMI MALAYSIA**
**THE IMPACT OF MIDDLE EAST TOURISTS EXPENDITURE PATTTTERNS ON MALAYSIAN
ECONOMY**

*NORLIDA HANIM MOHD SALLEH, REDZUAN OTHMAN, EMILIANA RAMLI, ABDUL HAMID
JAAFAR*

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan meneliti corak perbelanjaan pelancong dari Timur Tengah dan menganalisis kesannya kepada ekonomi Malaysia. Analisis corak perbelanjaan pelancong adalah penting bagi melihat kecenderungan perbelanjaan pelancong daripada rantau Timur Tengah. Sementara analisis kesan kepada ekonomi melalui kaedah Input-Output (I-O) bertujuan menganggar kekuatan atau magnitud impak perbelanjaan pelancong kepada ekonomi Malaysia. Magnitud impak digambarkan oleh nilai pengganda antaranya pengganda output, hasil cukai kerajaan, import dan gunatenaga. Dengan mengetahui nilai pengganda, impak kepada keseluruhan ekonomi yang terhasil daripada perbelanjaan pelancong dapat dihitung. Hasil kajian mendapati perbelanjaan pelancong daripada Timur Tengah pada tahun 2009 adalah sebanyak RM1,424.30 juta. Hasil dari peningkatan perbelanjaan telah membawa impak yang signifikan kepada ekonomi dengan peningkatan output kepada RM 2,215.92 juta. Selain berjaya meningkatkan hasil cukai kerajaan iaitu RM24.158 juta ia juga telah merangsang tambahan keseluruhan sejumlah 127,932 gunatenaga pada tahun 2009. Ini jelas membuktikan kemampuan industri pelancongan sebagai penjana pertumbuhan ekonomi Malaysia sungguhpun tidak dapat disangkal berlakunya bocoran melalui import pelbagai barangan dan perkhidmatan yang diperlukan oleh para pelancong.

Kata Kunci: Pelancong Timur Tengah, Perbelanjaan Pelancong, Input-Output, Nilai Pengganda, Impak Ekonomi Keseluruhan.

ABSTRACT

This study attempts to examine the spending patterns of Middle East tourists and its impact on the Malaysian economy. This analysis of tourist expenditure pattern is important in order to inspect the tendency of spending among the Middle East tourists. For the purpose of analysis, Input-Output technique is applied to estimate the magnitude of the impact of tourist expenditure on Malaysian economy. The magnitude of impact is explained by the multiplier value such as output multiplier, government tax revenue, imports and level of employment. By knowing the value of the multiplier, the total impact of tourist expenditure on the economy can be measured. The empirical findings show that the total expenditure of Middle East tourists in 2009 is RM 1, 424.30 million. The increased in expenditure of tourists has led to a significant impact on the economy by output to RM 2,215.92 million. Besides successfully increasing the government tax revenue to RM24, 158 million, it has boosted additional employment of 127, 932 in 2009. This clearly demonstrates the ability of the tourism industry as an engine of economic growth in Malaysia despite the inevitable occurrence of leakage through imports of various goods and services required by tourists.

Keywords: Middle East Tourist, Tourist expenditure, Input-output, Multiplier value, Total economic impact.

PENDAHULUAN

Pelancong dari negara yang berlainan menunjukkan corak perbelanjaan yang berlainan untuk pelbagai aktiviti yang berkaitan dengan pelancongan yang mereka lakukan. Ini termasuk dari segi destinasi

perjalanan yang dipilih, aktiviti rekreasi yang dilakukan, pilihan atau keutamaan pembelian dan lain-lain komponen perbelanjaan (Wang dan Ryan, 1999). Walau apa pun corak perbelanjaan yang dilakukan, perbelanjaan adalah penting dan sangat mempengaruhi pertumbuhan industri pelancongan.

Dianggarkan diperingkat antarabangsa pada tahun 1950 sejumlah US\$2.1 bilion telah dibelanjakan oleh seramai 25.3 juta ketibaan pelancong antarabangsa. Jumlah perbelanjaan ini telah meningkat kepada US\$944 bilion pada tahun 2008 dengan ketibaan 922 juta orang pelancong. Ini bermakna dalam tahun 2008 setiap hari hampir 2.5 juta orang membuat perjalanan antarabangsa dan membelanjakan sejumlah lebih daripada US\$2.6 bilion. Dijangka jumlah ketibaan pelancong antarabangsa akan terus meningkat dan memberikan sumbangan sebanyak US\$1,561 juta pada tahun 2020. Ini turut merancakkan lagi sumbangan pendapatan pelancongan dan merupakan rangsangan positif kepada ekonomi keseluruhan (WTO, pelbagai tahun). Malah, senario ini menjadikan pelancongan sebagai industri pengeksport terbesar di dunia.

Menyedari kepentingan dari sudut ekonomi ini, banyak negara termasuk Malaysia membangunkan industri pelancongan masing-masing. Malaysia telah terlibat dalam industri pelancongan bermula pada tahun 1959 dengan penubuhan Jabatan Pelancongan dan ditempatkan di bawah Kementerian Perdagangan. Bagaimanapun, industri pelancongan Malaysia hanya aktif digerakkan bermula pada 1986 dengan wujudnya Kemeterian Kebudayaan Kesenian dan Pelancongan. Pada 2004 kementerian tersebut dirombak menjadi Kementerian Pelancongan dan Kementerian Kesenian, Kebudayaan dan Warisan dalam usaha memantapkan lagi industri pelancongan.

Kemajuan industri pelancongan Malaysia sangat memberangsangkan kerana keterlibatan bukan sahaja daripada pihak kerajaan tetapi juga daripada pihak swasta dan perseorangan, serta ketersediaan alam semulajadi yang menyokong pembangunan produk-produk pelancongan yang berdaya maju. Kemajuan terbukti dengan meningkatnya bilangan ketibaan dan pendapatan yang berkembang pada kadar yang sangat menggalakkan. Antara tahun 1975 hingga 2008 ketibaan pelancong dan pendapatan pelancong Malaysia telah meningkat masing-masing daripada 1.5 juta pelancong kepada 22 juta pelancong dan daripada RM390 juta kepada RM2,253 juta. Dalam konteks pertumbuhan secara purata ketibaan dan pendapatan pelancongan meningkat masing-masing pada kadar 8.6% dan 15.8% setahun bagi jangka masa ini.

Dari segi bilangan ketibaan, lebih daripada 50 peratus ketibaan Pelancong ke Malaysia adalah dari negara jiran terdekat iaitu Singapura, diikuti oleh Indonesia dan Thailand. Bagaimanapun, dari segi pertumbuhan ketibaan, Malaysia kebelakangan ini mulai mendapat tumpuan ramai pelancong dari Timur Tengah. Ini berkemungkinan kerana kesukaran pelancong ini untuk memasuki negara Eropah berikutan berlakunya peristiwa September 11, 2001. Tidak dinafikan juga signifikannya aktiviti promosi yang dilakukan oleh kerajaan Malaysia ke negara-negara ini. Walau apa juga alasan yang menyokong ketibaan pelancong Timur Tengah ini, ketibaan mereka memberikan impak yang positif kepada industri pelancongan Malaysia khususnya dan ekonomi Malaysia amnya.

Ini kerana pelancong dari Timur Tengah merupakan pelancong yang bernilai komersil kepada industri pelancongan dan ekonomi Malaysia. Mereka bukan sahaja datang dalam jumlah yang ramai (pertumbuhan ketibaan yang tinggi) tetapi tinggal lebih lama semasa berada di Malaysia. Signifikan dengan tempoh tinggal yang lama, mereka juga merupakan pelancong yang sangat tinggi perbelanjaannya semasa berada di Malaysia. Pada tahun 2000 jumlah perbelanjaan perkapita pelancong dari Timur Tengah adalah sekitar RM3,318.30, meningkat kepada RM4,054.10 pada tahun 2005 dan RM6,070.70 pada tahun 2007. Jumlah ini mengatasi jumlah perbelanjaan perkapita pelancong lain dan purata perbelanjaan pelancong keseluruhan iaitu RM2,196.70 (Profil perbelanjaan Pelancong, 2008).

Melihat kepada potensi permintaan yang cerah bagi industri pelancongan Malaysia daripada pasaran Timur Tengah ini, adalah signifikan kajian ke atas pasaran ini dilakukan. Kajian bagi meneliti corak perbelanjaan pelancong dari Timur Tengah dan menganggarkan impak perbelanjaan pelancong kepada ekonomi Malaysia. Impak ekonomi yang menjadi keutamaan kajian adalah dari segi output (keluaran), hasil cukai kerajaan, gunatenaga dan import.

Kerangka perbincangan keseluruhan kajian/kertas ini adalah : II) Kepentingan Pelancongan Timur Tengah ; III) Kaedah Kajian ; IV) Kajian Lepas ; V) Hasil Kajian Empirikal ; VI) Kesimpulan dan Implikasi Dasar.

KEPENTINGAN PELANCONGAN TIMUR TENGAH

Timur Tengah adalah sebuah wilayah yang secara politik dan budaya merupakan bahagian dari benua Asia, atau Afrika-Eurasia. Pusat wilayah ini adalah di antara Laut Mediteranian dan Teluk Parsi serta wilayah

yang memanjang dari Anatolia, Semenanjung Arab dan Semenanjung Sinai. Kadangkala disebutkan juga kawasan tersebut meliputi wilayah dari Afrika Utara di sebelah barat dengan Pakistan di sebelah timur dan Kaukasus atau Asia Tengah di sebelah utara. Negara-negara dalam rantau Timur Tengah terdiri daripada negara-negara seperti Afghanistan, Algeria, Bahrain, Cyprus, Djibouti, Egypt, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait Lebanon, Libya, Mauritania, Morocco, Oman, Pakistan, Qatar, Turkey, Saudi Arabia, Somalia, Sudan, Syria, Tunisia, UAE, Yemen dan Gaza.

Pelancong daripada Timur Tengah terkenal dengan budaya melancong pada musim panas, iaitu pada bulan Jun hingga September. Sebahagian besar pelancong daripada Timur Tengah yang melancong ke Malaysia datangnya daripada beberapa buah negara utama dari rantau ini. Ketibaan pelancong daripada Timur Tengah semakin menggalakkan. Pada tahun 1995 bilangan pelancong daripada rantau ini hanya berjumlah 28,923 orang sahaja. Pada tahun 1998 jumlah ketibaan pelancong menurun kepada 19,571 sebelum melonjak kepada 38,859 pelancong pada 2000. Jumlah ini terus meningkat pada tahun berikutnya 2001-2002 (107,775 dan 126,239 pelancong) sebelum mencatat penurunan pada 2003. Jumlah ketibaan pelancong berkurangan sebanyak 37.96% pada 2003 berbanding tahun 2002 berikutan berlakunya serangan sindrom akut pernafasan teruk (SARS) pada tahun tersebut. Keadaan ini bagaimanapun kembali pulih pada tahun 2004. Jumlah ketibaan pelancong daripada Timur Tengah yang dicatatkan pada tahun tersebut (2004) melonjak kepada 124,331 ketibaan atau dengan pertumbuhan sekitar 58.7%. Jumlah ketibaan yang dicatatkan terus meningkat sehingga tahun 2007 dengan catatan sejumlah 153,643 ketibaan atau dengan purata pertumbuhan tahunan sekitar 7.31%, rujuk JADUAL 1.

Daripada lapan pasaran utama rantau ini seperti ditunjukkan di JADUAL 1, pasaran daripada negara Arab Saudi merupakan pasaran tertinggi yang menyumbang kepada jumlah ketibaan pelancong daripada Timur Tengah ke Malaysia diikuti oleh pasaran dari UAE dan negara lain seperti Oman, Kuwait serta Lebanon. Pada 2007 umpamanya, sejumlah 50% bahagian pasaran dikuasai oleh Arab Saudi, 24.8% dikuasai oleh UAE dan masing-masing 12.7% serta 11.5% oleh Oman dan Kuwait.

Kehadiran pelancong yang positif dari negara Timur Tengah ini bukan sahaja memberikan kesan yang signifikan dari segi jumlah ketibaan pelancong ke Malaysia, tetapi yang lebih penting lagi mencatatkan pulangan pendapatan pelancongan yang tinggi. Ini kerana ciri pelancong Timur Tengah ini lebih suka berbelanja dan pada umumnya tinggal lebih lama semasa berada di Malaysia (lanjutan dibincangkan di bahagian hasil kajian). Pada tahun 2007 pelancong Timur Tengah khususnya dari Arab Saudi dan UAE telah menyumbang sejumlah RM623.9 juta dan RM239.8 juta masing-masing kepada pendapatan pelancongan Malaysia. Atau secara perkapita kedua-dua negara mencatat perbelanjaan sejumlah RM7968.6 dan RM6283.3. Jumlah ini jauh lebih tinggi daripada perbelanjaan yang dicatatkan oleh purata perbelanjaan pelancong keseluruhan RM2196.7 (Kementerian Pelancongan, 2008). Perbelanjaan yang tinggi selain peningkatan dalam ketibaan pelancong jelas menunjukkan kepentingan pasaran ini dan pasti membawa impak yang signifikan kepada ekonomi Malaysia.

METODOLOGI KAJIAN

Dua kaedah akan digunakan bagi kajian ini. Bagi meneliti corak perbelanjaan pelancong dari Timur Tengah, satu kaji selidik telah dilakukan di sekitar bandaraya utama Malaysia iaitu di Kuala Lumpur dan Pulau Pinang. Seramai 876 orang responden dipilih secara rawak, yang merupakan pelancong daripada Timur Tengah. Soalan-soalan dalam borang soal selidik dibahagikan kepada lima bahagian. Bahagian a) Latar belakang pelancong; b) Maklumat perjalanan seperti tempoh masa tinggal, jenis pengangkutan yang digunakan dan destinasi sebelum ketibaan ke Malaysia; c) Tujuan dan aktiviti lawatan serta faktor pemilihan Malaysia sebagai destinasi pelancongan; d) Corak perbelanjaan pelancong dan e) Faktor-faktor yang menjadi tarikan pelancong memilih Malaysia sebagai destinasi pelancongan. Bagaimanapun, dalam kertas kerja hanya corak perbelanjaan pelancong akan dipersembahkan selain sedikit latar belakang pelancong.

Bagi melihat kesan perbelanjaan pelancong ke atas ekonomi Malaysia pula, kaedah Input-Output (I-O) digunakan. Melalui kaedah I-O, impak ekonomi dari segi output (keluaran), hasil cukai kerajaan, gunatena dan import dipersembahkan melalui nilai pengganda masing-masing. Selain turut dianggarkan impak ekonomi keseluruhan (total economic impact).

Analisis I-O akan menggunakan jadual urusan I-O Malaysia tahun 2000 yang diperolehi dari Jabatan Perangkaan Malaysia. Jadual I-O Malaysia mengandungi 94 X 94 sektor. Sektor-sektor ini diaggregatkan kepada 97 X 97 sektor dan kemudian diaggregatkan pula kepada 18 X 18 sektor untuk

memberikan pengkhususan yang terperinci kepada sektor yang berkaitan dengan sektor pelancongan. Klasifikasi pengagregatan sektor pelancongan adalah mengikut klasifikasi oleh *International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities* (United Nation, 1999).

Kerangka Teori Analisis Input-Output

Terdapat beberapa kaedah boleh digunakan bagi menentukan nilai pengganda dan seterusnya menganggarkan impak kepada ekonomi keseluruhannya. Namun, kaedah I-O tetap dan masih mendapat tempat dikalangan penyelidik. Ini kerana kekuatan yang dimiliki kaedah ini, di mana ia dapat menyediakan maklumat terperinci untuk melihat kesan langsung dan kesan tidak langsung yang wujud dalam sebuah sistem ekonomi akibat perubahan yang berlaku dalam sesebuah sektor. Selain melihat keterkaitan antara sektor-sektor tersebut (Loomis dan Walsh, 1997). Dalam kajian ini perubahan tersebut merujuk kepada perbelanjaan pelancongan Timur Tengah.

Antara penyelidik yang menggunakan kaedah I-O dalam penyelidikan adalah seperti Summary (1987), Archer (1995) Henry dan Deany (1997), Surendra (2000), Raja Albqami (2000) dan Kweka et. al. (2003). Di Malaysia, penggunaan model I-O juga mendapat tempat dalam kajian oleh Zakariah dan Bashir (2004) dan Muhammad et. al. (2000). Kajian-kajian yang dilakukan oleh penyelidik ini adalah bertujuan menganggarkan impak terhadap ekonomi kesan daripada perbelanjaan akhir pelancong dan seterusnya melihat adakah pendapatan daripada pelancongan itu memberi kesan yang positif atau negatif terhadap ekonomi.

Melihat kepada sejarah kaedah ini dipelopori oleh Wassily Leontief. Kaedah ini dapat menganalisa struktur ekonomi dan sektor yang saling mempunyai hubung kait dalam ekonomi (Miller dan Blair, 1985). Dalam rangka kerja I-O, hubungan antara sektor-sektor ekonomi boleh diterangkan dalam satu persamaan linear di bawah.

$$X - AX = F \quad (1)$$

dengan X dan F adalah masing-masing vektor bagi output dan permintaan akhir. Sementara A adalah matrik koefisien teknikal. Dengan memasukkan matrik identiti (I) ke dalam persamaan, persamaan (1) menjadi persamaan (2) dan (3).

$$(I - A) * X = F \quad (2)$$

$$\text{Atau } X = [I - A]^{-1} F \quad (3)$$

Dengan $[I - A]^{-1}$ adalah matrik songsang yang juga dikenali sebagai matrik saling pergantungan antara sektor, di mana elemen dalam matrik ini menunjukkan pembelian input oleh suatu sektor daripada sektor lain untuk menghasilkan seunit output akibat peningkatan dalam permintaan akhir. Selain menunjukkan rantaian kehadapan dan kebelakang/pengganda output bagi setiap sektor. Manakala hasil darab antara matrik ini dengan vektor permintaan akhir (F) akan menghasilkan/menunjukkan output kepada negara (X) bagi setiap sektor dan output keseluruhan negara.

Dengan menggunakan perbelanjaan pelancong, anggaran impak industri pelancongan terhadap output sesuatu sektor dapat dilakukan dengan mendarabkan vektor permintaan/perbelanjaan pelancong dengan matrik songsang Leontief tersebut seperti persamaan (3).

Impak perbelanjaan pelancong terhadap gunatenaga, hasil cukai dan import juga dapat diterbitkan menggunakan matrik songsang ini dengan sedikit modifikasi. Di sini, matrik songsang perlu terlebih dahulu didarabkan dengan koefisien pepenjur (diagonal coefficients) bagi gunatenaga, cukai dan import. Hasil darab ini akan menghasilkan pengganda bagi gunatenaga, cukai dan import. Sementara hasil darab kedua-dua matrik ini dengan vektor perbelanjaan pelancong dapat menganggarkan impak ekonomi dari segi gunatenaga, cukai dan import yang terjana mengikut sektor mahupun keseluruhan.

Lebih jelas adalah seperti ditunjukkan oleh persamaan (4), (5) dan (6) di bawah.

$$GNT = \overset{A}{W} (I - A)^{-1} F \quad (4)$$

dengan GNT adalah vektor gunatenaga dan W^A adalah matrik pepejuru yang koefisyennya menunjukkan gunatenaga bagi setiap ringgit output mengikut sektor.

$$HC = C^A (I - A)^{-1} F \quad (5)$$

dengan HC adalah vektor jumlah hasil cukai kerajaan dengan C^A adalah matrik pepejuru yang koefisyennya menunjukkan hasil cukai setiap ringgit output mengikut sektor.

$$IMP = M^A (I - A)^{-1} F \quad (6)$$

dengan IMP adalah vector import dan M^A adalah matrik pepejuru yang koefisyennya adalah import bagi setiap ringgit output mengikut sektor.

HASIL KAJIAN EMPIRIKAL

Hasil empirikal dalam kajian ini akan dipersembahkan mengikut urutan berikut : perbincangan corak perbelanjaan dan profil demografi pelancong Timur Tengah, anggaran nilai pengganda dan analisis impak ekonomi.

Corak Perbelanjaan Pelancong

Berdasarkan maklumat data soal selidik, didapati sebahagian besar perbelanjaan pelancong dari Timur Tengah adalah dibelanjakan untuk tujuan membeli belah (39.4%), penginapan (27.3%), pengangkutan tempatan (10%), makanan dan minuman (12.1%), hiburan (3%) dan rekreasi (7.1%), rujuk Rajah 1.

Hasil kajian mendapati barangan yang menjadi keutamaan pelancong ini adalah barangan kraftangan, hadiah dan cenderamata iaitu sekitar 35.0%. Komponen utama membeli-belah yang lain adalah batik, kain dan tekstils 16.8%, kesihatan dan rawatan kesihatan 16.6%, alatan sukan 16.0% dan lain-lain 15.6%.

Dari aspek perbelanjaan untuk penginapan pula didapati jenis penginapan hotel bertaraf empat bintang merupakan pilihan utama pelancong (75.6%). Lain-lain adalah apartment (6.8%), budget hotel/motel bertaraf tiga bintang (6.1%), dorm/hostel (3.1%) dan menumpang kenalan atau saudara mara (2.9%).

Jenis pengangkutan utama yang digunakan oleh pelancong juga dapat menyumbang kepada penghasilan tinggi kepada ekonomi kerana majoritinya menggunakan pengangkutan awam. Hanya sekitar 24.0% sahaja pelancong menggunakan kereta persendirian yang di sewa.

Majoriti pelancong berbelanja menggunakan matawang dolar Amerika (USD), iaitu sekitar 55.8%, diikuti 32.2% menggunakan Ringgit Malaysia dan 12.0% menggunakan lain-lain matawang termasuk kad kredit.

Perbelanjaan yang tinggi dikalangan pelancong juga ada kaitannya dengan aktiviti utama yang dilakukan mereka. Aktiviti utama pelancong dari Timur Tengah adalah melawat sekitar bandaraya (32%). Pilihan utama adalah di sekitar Kuala Lumpur seperti ke Kuala Lumpur City Centre (KLCC) dan Bukit Bintang. Lain-lain aktiviti utama adalah melawat pantai (26.4%), tanah tinggi (21.3%) dan kawasan alam semulajadi (20.3%).

Profil Demografi Pelancong

Kumpulan pelancong yang berkunjung terdiri daripada pelbagai peringkat umur dengan majoriti adalah golongan muda iaitu dalam lingkungan 20-40 iaitu seramai 76%. Majoriti mereka juga adalah lelaki dan berstatus telah berkahwin iaitu sekitar 75%.

Dari segi tujuan percutian dilihat alasan bercuti merupakan tujuan utama bagi kebanyakan pelancong Timur Tengah yang berkunjung ke Malaysia iaitu sebanyak 61%. Lain-lain tujuan bercuti ialah motif berbulan madu, perniagaan, melawat saudara mara, mesyuarat, insentif pelancongan, persidangan, pameran, mendapatkan rawatan kesihatan dan perubatan serta pendidikan. Secara keseluruhan, pelancong yang datang untuk tujuan ini adalah kecil dari segi peratusannya iaitu sekitar 1.0% sehingga 12.2% sahaja.

Golongan akademik dan ahli perniagaan adalah paling ramai yang berkunjung ke Malaysia iaitu melebihi 20%, 11.5% adalah pengurus dan 4.9% adalah profesional. Pesara, penganggur dan kakitangan sokongan hanya 5.2% sahaja. Statistik ini menunjukkan pelancong yang berkunjung ke Malaysia mempunyai tingkat pendapatan dan kuasa beli yang tinggi. Pelancong ini merupakan penyumbang kepada pendapatan pelancongan yang tinggi kepada negara. Perincian rujuk LAMPIRAN 1.

Hasil kajian di atas yang menunjukkan ciri pelancong Timur Tengah yang suka berbelanja, tinggal di hotel mewah, terdiri dari golongan muda yang datang untuk bercuti, mempunyai kerjaya yang baik adalah petanda baik kepada industri pelancongan Malaysia. Ini kerana ciri ini mencerminkan kemampuan pendapatan dan kuasa beli yang tinggi dikalangan pelancong. Apatah lagi majoriti (65.2%) pelancong Timur Tengah adalah dari negara kaya iaitu Arab Saudi. Diikuti oleh negara-negara lain seperti Qatar, Jordan, United Arab Emirates (UAE), Sudan, Syria, Bahrain, Egypt dan Iraq. Impak perbelanjaan pelancong akan menjadi lebih besar lagi sekiranya pelancong lebih terangsang untuk membeli barangan domestik. Ini kerana dapat mengurangkan bocoran keluar pendapatan pelancongan ke negara asing.

Analisis Impak Ekonomi

Analisis impak ekonomi akan dipermudahkan kepada dua bentuk analisis iaitu analisis pengganda dan analisis impak ekonomi keseluruhan.

Analisis Pengganda

Nilai pengganda bagi kesemua 18 sektor dalam ekonomi adalah ditunjukkan oleh JADUAL 2. Daripada jadual ini didapati:

- a. Nilai pengganda output tertinggi adalah disumbangkan oleh sektor makanan dan minuman (2.170) diikuti oleh sektor perhotelan (1.747) dan sektor hiburan (1.624). Nilai pengganda ini menunjukkan setiap ringgit (RM1.00) yang dibelanjakan oleh pelancong Timur Tengah akan meningkatkan output dalam sektor makanan dan minuman sebanyak RM2.17, output daripada sektor perhotelan meningkat sebanyak RM 1.747 dan output dari sektor hiburan meningkat sebanyak RM624. Di sini jelas sektor yang berkait dengan industri pelancongan adalah yang paling terangsang dengan meningkatnya perbelanjaan pelancong Timur Tengah.
- b. Dari segi hasil cukai pula didapati bagi setiap RM10 output dihasilkan sebanyak 53 sen akan disumbangkan kepada pendapatan dalam bentuk cukai kerajaan. Didapati 0.033 adalah sumbangan daripada sektor perbankan disebabkan berlakunya transaksi dan 0.053 di dalam perkhidmatan swasta.
- c. Guna tenaga juga didapati dapat dijana dengan baik dengan meningkatnya perbelanjaan pelancong Timur Tengah. Sektor paling terangsang adalah sektor borong dan runcit yang mana bagi setiap RM10,000 output dihasilkan akan menjana 2 gunatenaga didalam sektor tersebut. Sektor lain termasuk sektor pertanian dan perkhidmatan awam, namun bilangan guna tenaga adalah agak sederhana.
- d. Dari aspek import didapati tiga sektor utama yang paling terangsang menyebabkan kenaikan dalam import adalah sektor hiburan, pembuatan dan perhotelan. Bahan-bahan untuk sektor pembuatan, hiburan dan perhotelan akan menyumbangkan kepada nilai import yang tinggi yang mana bagi setiap RM1.00 perbelanjaan pembuatan atau output perbelanjaan pembuatan akan menghasilkan bocoran sebanyak 0.592. Ini kerana perbelanjaan pembuatan akan meningkatkan import dari segi bahan-bahan yang diperlukan. Justeru itu, penggunaan bahan-bahan/produk tempatan diperlukan bagi mengurangkan bocoran di dalam sektor pembuatan dan pelancongan. Daripada jadual ini didapati nilai import perhotelan adalah sebanyak 0.476 dan nilai import hiburan adalah sebanyak 0.484.

Analisis Impak Ekonomi

Perbelanjaan pelancong khususnya dari Timur Tengah secara langsungnya membawa pendapatan kepada industri pelancongan Malaysia. Bagaimanapun, impak sebenar kepada ekonomi (total economic impact) daripada perbelanjaan adalah melebihi jumlah perbelanjaan pelancong. Ini kerana berlakunya kesan limpahan (spillover effect). Berapa besar kesan limpahan kepada ekonomi negara adalah bergantung kepada pengganda yang wujud. Bahagian selanjutnya akan menganggarkan empat kesan keseluruhan kepada ekonomi iaitu dari segi output, hasil cukai kerajaan, gunatenaga dan import yang terjana dalam ekonomi, rujuk JADUAL 3.

JADUAL 3 menunjukkan impak perbelanjaan pelancong terhadap output sektor pelancongan dan sektor-sektor lain secara keseluruhan. Selama di Malaysia secara keseluruhan pelancong Timur Tengah telah berbelanja sejumlah RM7091.00. Dengan jumlah kedatangan pelancong daripada Timur Tengah meningkat kepada 200,854 pada tahun 2009, bermakna keseluruhan sejumlah 7091.00 telah dibelanjakan oleh mereka selama berada di Malaysia. Dengan wujudnya kesan limpahan ekonomi, sejumlah RM1,424.30 juta pendapatan telah dijanakan oleh pelancong Timur Tengah 2009 kesan perbelanjaan yang mereka lakukan.

Impak terhadap Output

Jumlah perbelanjaan meningkat kepada RM929.4 juta pada 2008 dan RM1,424.30 juta pada 2009 (hasil kajian 2009) turut meningkatkan lagi impak terhadap ekonomi keseluruhan. Dianggarkan berlaku kenaikan output kepada RM2,215.92 juta pada tahun 2009 setelah dicampurkan keseluruhan 18 sektor dalam ekonomi seperti yang ditunjukkan di JADUAL 3. Sektor yang mengalami peningkatan yang ketara adalah sektor perdagangan dan runcit (RM576.84 juta), diikuti oleh sektor hotel (RM403.410 juta) dan sektor makanan dan minuman (RM389.95 juta).

Impak terhadap hasil cukai kerajaan

Impak perbelanjaan pelancong terhadap hasil cukai kerajaan pula ditunjukkan seperti di JADUAL 3. Peningkatan dalam output pastinya menjana pendapatan melalui cukai kepada kerajaan. JADUAL 3 menunjukkan kesan perbelanjaan pelancong menjana sejumlah RM24.158 juta pendapatan hasil cukai kepada kerajaan untuk tahun 2009. Sektor utama pembekal hasil cukai kepada kerajaan adalah dari sektor perdagangan runcit (RM5.512 juta) diikuti oleh sektor hotel (RM5.343 juta), rekreasi (RM3.953 juta) dan makanan & minuman (RM2.522 juta).

Impak terhadap Gunatenaga

Peningkatan perbelanjaan pelancong Timur Tengah menjana dalam peningkatan permintaan terhadap gunatenaga dalam semua sektor ekonomi. JADUAL 3 menunjukkan sektor perdagangan runcit merupakan sektor utama yang menjana gunatenaga. Pada tahun 2009, kesan daripada perbelanjaan pelancong yang berjumlah RM1,424.30 juta telah merangsang tambahan keseluruhan sejumlah 127,932 gunatenaga. Sektor utama pembekal gunatenaga adalah dari sektor perdagangan runcit (88.499), makanan & minuman (8.202), hotel (6.373), pembuatan (4.792), dan pengangkutan (4.207).

Impak terhadap Import

Sebahagian daripada keperluan barangan dan perkhidmatan pelancong tidak dapat disediakan di dalam negara. Barangan ini perlu diimport. Kegiatan pengimportan ini menyebabkan berlakunya bocoran dalam sistem ekonomi. Kesan perbelanjaan pelancong terhadap import barangan dan perkhidmatan pula ditunjukkan seperti di Jadual 3. Keseluruhannya sejumlah RM474.615 juta barangan import diperlukan untuk memenuhi keperluan pelancong bagi tempoh masa 2009.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI DASAR

Hasil kajian menjelaskan terdapat peningkatan dalam perbelanjaan pelancong telah menyebabkan berlakunya tambahan dalam output, gunatenaga, hasil cukai kerajaan dan import bagi barangan dan

perkhidmatan dari luar negara. Sungguhpun dorongan peningkatan dalam permintaan akhir adalah dari sektor yang terlibat dengan sektor pelancongan, namun rantaian antara sektor yang wujud dalam sebuah sistem ekonomi telah menyebabkan sektor lain daripada sektor pelancongan juga telah terangsang untuk meningkatkan sama ada output, gunatenaga, hasil cukai mahupun nilai importnya. Keadaan ini akhirnya membawa kepada impak ekonomi yang lebih besar dan menyeluruh. Dapatan kajian menunjukkan berlaku impak terhadap ekonomi keseluruhan dengan kenaikan kepada output, hasil cukai kerajaan, import dan gunatenaga masing-masing berjumlah RM2,215.92, RM24.158 juta, RM474.615 juta dan tambahan keseluruhan sejumlah 127,932 gunatenaga pada tahun 2009.

Peningkatan ketibaan pelancong Timur Tengah juga meningkatkan jumlah perbelanjaan mereka semasa melawat Malaysia. Ini akan membawa impak yang besar kepada ekonomi keseluruhannya. Pelbagai kaedah promosi yang lebih meluas dan kerap perlu dilaksanakan supaya pelancong Timur Tengah memilih Malaysia. Pelbagai strategi perlu difikirkan untuk menarik lebih ramai kedatangan mereka. Pihak kementerian luar dan pelancongan Malaysia perlu berperanan lebih agresif untuk memasarkan Malaysia di luar negara. Penglibatan di dalam pelbagai expo perdagangan antarabangsa perlu dipertingkatkan. Pada masa ini, Malaysia telah mempromosikan pelancongan kesihatan, program Malaysia sebagai rumah kedua, kempen "Feel at Home" dan pelancongan pendidikan kepada pelancong dari Timur Tengah. Malaysia juga telah menyertai Arabian Travel Market (ATM), untuk memperkukuhkan kerjasama dengan lebih 240 agensi pelancongan di rantau ini.

Pihak-pihak yang berkepentingan dalam industri ini seharusnya mengambil peluang yang ada dengan meningkatkan lagi kualiti perkhidmatan dan menyediakan pelbagai pilihan produk pelancongan yang besesuaian dengan citarasa dan kehendak pelancong dari rantau ini. Oleh sebab latar belakang mereka berbeza, kajian sosiobudaya masyarakat Timur Tengah juga harus dilakukan supaya dapat disediakan kemudahan yang sesuai bagi mereka. Ini kerana peningkatan ketibaan pelancong dari rantau ini akan memberi impak yang positif kepada ekonomi negara apabila mereka berbelanja dengan lebih banyak dan tinggal lebih lama di negara ini. Ini juga akan memberi manfaat kepada sektor-sektor rantaian yang lain selain sektor pelancongan itu sendiri. Sektor-sektor yang lain juga akan terangsang dan ini akan meningkatkan jumlah gunatenaga serta membuka peluang pekerjaan yang banyak.

Bagi meneroka pasaran Timur Tengah yang menyediakan pelancong bernilai tinggi kepada industri pelancongan negara kerajaan perlu menyediakan khidmat sokongan yang baik untuk memastikan kemudahan kebolehsampaian yang baik misalnya penunjuk jalan di dalam bahasa Arab disamping menggalakkan sektor perkhidmatan menyediakan lebih ramai pekerja yang mahir berkomunikasi di dalam bahasa tersebut bagi meningkatkan ketibaan dan keselesaan pelancong dari rantau ini. Disamping itu, kadar pengangguran juga dapat dikurangkan kesan daripada pelaburan yang dilaksanakan oleh sektor-sektor perkhidmatan bagi memenuhi keperluan dan kehendak pelancong Timur Tengah yang melancong ke negara ini. Kesimpulannya pelbagai faktor yang menyumbang kepada ketibaan pelancong Timur Tengah ke Malaysia dan memberikan impak ekonomi keseluruhannya di dalam pelbagai sektor perkhidmatan dan rantaianya.

RUJUKAN

- Archer B. and J. Fletcher, (1996) "The economic impact of tourism in the Seychelles", *Annals of Tourism Research*, 23 (1), 32-47.
- Archer, B.H. (1982), "The Value of Multipliers and their Policy Implications," *Tourism Management*. 3(4): 236-41.
- Archer, B.H. (1989), "Tourism and Island Economies: Impact Analyses," in C.P. Benefits and Costs, State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- Archer, B.H. (1995). "Important of Tourism for the Economy of Bermuda". *Annal of Tourism Research*. 22: 918-930.
- Fletcher, J. E. and B. H. Archer (1991) "The development and application of multiplier analysis". In the book: *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*.
- Fletcher, J.E. (1989), "Input-Output Analysis and Tourism Impact Analysis," *Annals*
- Frechtling, D.C., and Horvath, E. (1999). "Estimating the Multiplier Effects of Tourism Expenditures on a Local Economy through a Regional I-O Model". *Journal of Travel Research*. 37: 324-332.
- Freeman D. and E. Sultan, (1997) "The economic impact of tourism in Israel: a multi-regional input-output analysis", *Tourism Economic*. 3 (4): 341-359.

- Fletcher J. E. (1989) "Input-output analysis and tourism impact studies", *Annals of Tourism Research*, 16, 514-529.
- Hansen, R., (1970) *General Equilibrium System*, McGraw-Hill, New York.
- Harmston, K.F. (1969). The Importance of 1967 Tourism to Missouri. *Business and Government Review*, 10(3), 5-12.
- Henry, E.W., and Deany, B. (1997). "The Contribution of Tourism to the Economy of Ireland in 1990 and 1995". *Tourism Management*, 18(8): 535-553.
- Kweka, J., Morrisey, O. and Blake, A. (2003). The Economic Potential of Tourism in Tanzania. *Journal of International Development*, 15: 335- 351.
- Miller, R.E. and Blair, P.D. (1985). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Malaysia. (Pelbagai tahun). *Rancangan Malaysia Pelbagai Tahun*. Unit Perancang Ekonomi Jabatan Perdana Menteri, Kuala Lumpur.
- Mohammad, N.H.M., Elsadig, M.A., and Abul Quasem, A. (2009). Does Tourism Contribute Significantly to the Malaysian Economy? Multiplier Analysis Using I-O Technique. *International Journal of Business and Management*, 4(7): 146-159.
- Redzuan. O., dan Norlida Hanim M.S. (2006). Kesesuaian dan Keceragaman Insentif kepada Pembangunan Industri Pelancongan, dalam Nor Aini Idris, Ishak Yusoff dan Basri Abdul Talib. (penyunting), *Ekonomi Malaysia ke Arah Pasca Industri*. Penerbit UKM, Bangi.
- Sinclair, M.T. (1998). Tourism and economic development: A Survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1-51.
- Summary, R. (1987). "Tourism Contribution to the Economy of Kenya". *Annals of Tourism Research*, 14: 531-540.
- Surendra, B.P. (2000). *Tourists' Consumption Pattern and its Economic Impact in Nepal*. Adroit Publishers, New Delhi India.
- Tourism Malaysia (2009). On line pada 14 Oktober 2009, dari laman sesawang (<http://www.tourism.gov.my/en/contact/overseas.asp>)
- WTTC: Travel and Tourism – The 1998 WTTC Report – Research Edition, World Travel and Tourism Council.
- Zakariah, R., and Bashir, M.B. (2004). "Economic Impacts of Changing Tourist Profile in Malaysia: An Inter-Industrial Analysis". *Asean Journal on Hospitality and Tourism*, 3: 29-39.

LAMPIRAN 1

Profil Demografi Pelancong Timur Tengah

| Butiran | Bilangan (orang) | Peratus (%) |
|---------------------------|------------------|-------------|
| Kumpulan Umur | | |
| 20-<30 | 397 | 45.3 |
| 30-<40 | 271 | 30.9 |
| 40-<50 | 152 | 17.4 |
| 50-<60 | 50 | 5.7 |
| 60 dan ke atas | 6 | 0.7 |
| Jantina | | |
| Lelaki | 664 | 75.8 |
| Perempuan | 212 | 24.2 |
| TarafPerkahwinan | | |
| Berkahwin | 657 | 75.0 |
| Bujang | 208 | 23.7 |
| Janda/dua | 11 | 1.3 |
| Kumpulan Pekerjaan | | |
| Ahli Akademik | 242 | 27.6 |
| Usahawan | 189 | 21.6 |
| Pengurus | 104 | 11.9 |

| | | |
|---------------------------------------|-----|-------|
| Profesional | 46 | 5.3 |
| Pesara | 25 | 2.9 |
| Penganggur | 21 | 2.4 |
| Kakitangan Sokongan | 8 | 0.91 |
| Lain-lain | 242 | 27.6 |
| Pasaran Utama | | |
| Arab Saudi | 571 | 65.2 |
| Qatar | 112 | 12.8 |
| Yemen | 43 | 4.9 |
| Jordan | 43 | 4.9 |
| UAE | 26 | 3 |
| Kuwait | 19 | 2.2 |
| Sudan | 18 | 2 |
| Egypt | 18 | 2 |
| Syria | 10 | 1.2 |
| Bahrain | 8 | 1 |
| Iraq | 8 | 1 |
| Tujuan Perjalanan | | |
| Bercuti | 661 | 61.43 |
| Berbulan madu | 133 | 12.36 |
| Membeli belah | 104 | 9.67 |
| Pendidikan | 82 | 7.62 |
| Perniagaan | 41 | 3.81 |
| Melawat kenalan/saudara mara | 33 | 3.07 |
| Mesyuarat dan Insentif pelancongan | 11 | 1.02 |
| Rawatan kesihatan dan perubatan | 11 | 1.02 |

* Nota : Bagi tujuan perjalanan seorang pelancong mempunyai lebih daripada satu tujuan.

Sumber : Kajian pengarang

JADUAL 1 : Ketibaan Pelancong Timur Tengah ke Malaysia, 1995 – 2007

| Negara | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Saudi Arabia | | | | 8,925 | 11,564 | 27,694 | 39,815 | 45,007 | 20,077 | 39,432 | 53,682 | 67,679 | 78,298 |
| United Arab Emirates (UAE) | | | | 4,637 | 2,909 | 2,436 | 13,735 | 14,124 | 6,047 | 21,161 | 29,606 | 35,118 | 38,170 |
| Kuwait | | | | | | 1,083 | 7,399 | 10,470 | 3,599 | 12,063 | 11,506 | 13,369 | 17,650 |
| Oman | | | | | | 1,134 | 7,092 | 8,634 | 5,703 | 7,983 | 9,228 | 11,905 | 19,525 |
| Jordan | | | | | | 2,870 | 3,653 | 3,611 | 2,143 | 2,029 | 2,086 | | |
| Lebanon | | | | | | 883 | 4,284 | 5,336 | 7,787 | 9,838 | 8,522 | | |
| Syrian Arab Republic | | | | | | 2,759 | 18,180 | 21,109 | 16,776 | 8,367 | 5,613 | | |
| Egypt | | | | | | | | | 3,299 | 4,408 | 4,888 | | |
| Lain-lain negara Timur Tengah | 28,923 | 27,580 | 16,460 | 6,009 | 4,655 | 5,487 | 13,617 | 17,948 | 12,893 | 19,050 | 20,730 | 20,996 | |
| TOTAL | 28,923 | 27,580 | 16,460 | 19,571 | 19,128 | 38,859 | 107,775 | 126,239 | 78,324 | 124,331 | 145,861 | 149,067 | 153,643 |

Sumber : World Tourism Organization (Annual)

JADUAL 2: Kesan pengganda output, hasil cukai, gunatenaga dan import

| Bil. Sektor | Sektor/ industri dalam Ekonomi | Pengganda Output | | | | Pengganda Hasil Cukai | | | | Gunatenaga | | | | Import | | | |
|-------------|--|-------------------|-------------------------------|----------------------------|--------|-----------------------|-------------------------------|----------------------------|--------|-------------------|-------------------------------|----------------------------|--------|-------------------|-------------------------------|----------------------------|--------|
| | | Initial effect | Kesan peringkat pertama | Kesan Tidak Langsung | Jumlah | Initial effect | Kesan peringkat pertama | Kesan Tidak Langsung | Jumlah | Initial effect | Kesan peringkat pertama | Kesan Tidak Langsung | Jumlah | Initial effect | Kesan peringkat pertama | Kesan Tidak Langsung | Jumlah |
| 1 | Pertanian | 1 | 0.075 | 0.296 | 1.37 | 0.00 | 0.002 | 0.003 | 0.005 | 0.03 | 0.006 | 0.011 | 0.047 | 0.081 | 0.081 | 0.105 | 0.185 |
| 2 | Perlombongan | 1 | 0.015 | 0.095 | 1.109 | 0.00 | 0.001 | 0.001 | 0.002 | 0.00 | 0.001 | 0.0001 | 0.001 | 0.103 | 0.103 | 0.025 | 0.128 |
| 3 | Makanan dan Minuman | 1 | 0.469 | 0.701 | 2.17 | 0.01 | 0.001 | 0.005 | 0.016 | 0.01 | 0.008 | 0.009 | 0.027 | 0.198 | 0.198 | 0.145 | 0.343 |
| 4 | Pembuatan | 1 | 0.193 | 0.224 | 1.418 | 0.01 | 0.001 | 0.002 | 0.013 | 0.00 | 0.005 | 0.001 | 0.006 | 0.562 | 0.562 | 0.03 | 0.592 |
| 5 | Utiliti | 1 | 0.062 | 0.334 | 1.396 | 0.02 | 0.005 | 0.004 | 0.029 | 0.00 | 0.003 | 0.001 | 0.003 | 0.363 | 0.363 | 0.091 | 0.454 |
| 6 | Pembinaan | 1 | 0.007 | 0.6 | 1.607 | 0.00 | 0.006 | 0.006 | 0.012 | 0.01 | 0.008 | 0.012 | 0.029 | 0.071 | 0.071 | 0.199 | 0.271 |
| 7 | Perdagangan Borong dan Kenderaan | 1 | 0.008 | 0.23 | 1.238 | 0.00 | 0.007 | 0.003 | 0.01 | 0.03 | 0.004 | 0.008 | 0.042 | 0.082 | 0.082 | 0.051 | 0.132 |
| 8 | Perdagangan Runcit | 1 | 0.003 | 0.235 | 1.238 | 0.01 | 0.001 | 0.003 | 0.014 | 0.015 | 0.007 | 0.037 | 0.194 | 0.212 | 0.212 | 0.051 | 0.263 |
| 9 | Hotel | 1 | 0.007 | 0.74 | 1.747 | 0.01 | 0.003 | 0.006 | 0.01 | 0.01 | 0.003 | 0.011 | 0.023 | 0.344 | 0.344 | 0.132 | 0.476 |
| 10 | Pengangkutan Pengangkutan Lain dan Perkhidmatan | 1 | 0.094 | 0.504 | 1.598 | 0.00 | 0.007 | 0.006 | 0.013 | 0.02 | 0.001 | 0.011 | 0.031 | 0.189 | 0.189 | 0.135 | 0.323 |
| 11 | Pelancongan | 1 | 0.043 | 0.555 | 1.598 | 0.01 | 0.007 | 0.006 | 0.023 | 0.00 | 0.008 | 0.004 | 0.012 | 0.194 | 0.194 | 0.143 | 0.336 |
| 12 | Komunikasi | 1 | 0.024 | 0.264 | 1.288 | 0.01 | 0.001 | 0.003 | 0.014 | 0.00 | 0.002 | 0.001 | 0.003 | 0.085 | 0.085 | 0.084 | 0.169 |
| 13 | Bank | 1 | 0.048 | 0.192 | 1.239 | 0.03 | 0.001 | 0.002 | 0.033 | 0.01 | 0.001 | 0.002 | 0.012 | 0.005 | 0.005 | 0.042 | 0.048 |
| 14 | Hartanah Perkhidmatan | 1 | 0.077 | 0.115 | 1.192 | 0.01 | 0.002 | 0.001 | 0.013 | 0.00 | 0.002 | 0.0002 | 0.002 | 0.319 | 0.319 | 0.026 | 0.345 |
| 15 | Swasta | 1 | 0.055 | 0.309 | 1.364 | 0.03 | 0.002 | 0.003 | 0.035 | 0.03 | 0.005 | 0.011 | 0.044 | 0.005 | 0.005 | 0.078 | 0.084 |
| 16 | Hiburan | 1 | 0.037 | 0.587 | 1.624 | 0.01 | 0.003 | 0.008 | 0.021 | 0.000 | 0.0004 | 0.0002 | 0.001 | 0.357 | 0.357 | 0.127 | 0.484 |
| 17 | Rekreasi Perkhidmatan | 1 | 0.037 | 0.426 | 1.464 | 0.04 | 0.009 | 0.004 | 0.053 | 0.00 | 0.003 | 0.001 | 0.005 | 0.007 | 0.007 | 0.105 | 0.112 |
| 18 | Awam | 1 | 0.014 | 0.309 | 1.323 | 0.01 | 0.009 | 0.004 | 0.023 | 0.05 | 0.001 | 0.016 | 0.067 | 0.244 | 0.244 | 0.075 | 0.321 |

Sumber : Hasil Kajian, 200

JADUAL 3: Kesan Ekonomi keseluruhan terhadap output, hasil cukai, gunatenaga dan import

| Bil. Sektor | Sektor/industri dalam Ekonomi | Impak Ekonomi Keseluruhan | | | |
|-------------|--|---------------------------|-------------|------------|---------|
| | | Output | Hasil Cukai | Gunatenaga | Import |
| 1 | Pertanian | 134.570 | 0.269 | 2.597 | 10.121 |
| 2 | Perlombongan | 8.950 | 0.010 | 0.380 | 0.909 |
| 3 | Makanan dan Minuman | 389.950 | 2.522 | 8.202 | 52.680 |
| 4 | Pembuatan | 139.040 | 1.363 | 4.792 | 65.525 |
| 5 | Utiliti | 54.040 | 0.785 | 2.514 | 18.472 |
| 6 | Pembinaan | 16.480 | 0.098 | 1.089 | 1.167 |
| 7 | Perdagangan Borong dan Kenderaan | 35.880 | 0.246 | 1.084 | 2.922 |
| 8 | Perdagangan Runcit | 576.840 | 5.512 | 88.499 | 122.111 |
| 9 | Hotel | 403.410 | 5.343 | 6.373 | 137.791 |
| 10 | Pengangkutan | 189.680 | 1.269 | 4.207 | 32.717 |
| 11 | Pengangkutan Lain dan Perkhidmatan Pelancongan | 15.110 | 0.254 | 0.537 | 2.804 |
| 12 | Komunikasi | 26.000 | 0.275 | 1.742 | 2.169 |
| 13 | Bank | 12.210 | 0.366 | 1.085 | 0.062 |
| 14 | Hartanah | 27.060 | 0.294 | 2.625 | 8.003 |
| 15 | Perkhidmatan Swasta | 33.090 | 1.000 | 1.600 | 0.170 |
| 16 | Hiburan | 45.400 | 0.575 | 0.049 | 15.655 |
| 17 | Rekreasi | 105.460 | 3.953 | 0.370 | 0.672 |
| 18 | Perkhidmatan Awam | 2.750 | 0.024 | 0.187 | 0.665 |

Sumber: Hasil kajian, 2010