



Pusat pentadbiran Putrajaya sebagai destinasi pelancongan : Satu analisis SWOT produk pelancongan

Nur Amirah Kamarus Zaman¹, Habibah Ahmad¹, Er Ah Choy¹, Nur Atiqah Kamarus Zaman¹, Hamzah Jusoh¹

¹Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi, Malaysia

Correspondence: Habibah Ahmad (email: ha@ukm.edu.my)

Abstrak

Putrajaya sebagai pusat pentadbiran Malaysia mempunyai potensi yang besar untuk menjadi salah sebuah destinasi pelancongan. Kepelbagaian produk pelancongan sedia ada telah menjadi tulang belakang kepada kejayaan Putrajaya dalam peta pelancongan domestik dan antarabangsa. Kajian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Putrajaya mengekalkan aliran kedatangan pelancong yang berterusan melalui tarikan produk pelancongannya. Analisis SWOT terhadap produk pelancongan iaitu Sukan dan Rekreasi, Mesyuarat, Insentif, Persidangan, Pameran (MICE), Persekitaran Semula jadi, Persekitaran Bangunan Buatan Manusia, Kebudayaan dan Warisan, Makanan dan Pusat Membeli-belah serta Perubatan dan Kesihatan telah dilakukan untuk mengenal pasti aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Putrajaya sebagai destinasi pelancongan. Hasil kajian mendapati produk pelancongan Putrajaya mempunyai keunikannya yang tersendiri dalam menarik kedatangan pelancong iaitu dari segi reka bentuk bangunan dan jambatan, keindahan landskap taman dan tasik serta memberi kesan yang memuaskan kepada pelancong. Walau bagaimanapun terdapat juga ancaman dan kelemahan yang perlu diatasi kerana terlalu banyak produk pelancongan diperkenalkan sehingga menyebabkan Putrajaya tidak mempunyai satu produk utama yang khusus untuk memperkenalkan Putrajaya secara keseluruhan atau mutlak.

Kata kunci : Analisis SWOT, destinasi pelancongan, imej destinasi, pelancong, produk pelancongan, pusat pentadbiran

Putrajaya Administrative Centre as Tourism Destination : A SWOT Analysis tourism product

Abstract

Putrajaya as Malaysia administrative centre has great potential to become one of the tourism destination. Diversification of existing tourism products have become the backbone of the success of Putrajaya in the domestic and international tourism map. This study aimed to see how Putrajaya maintain continuous flow of tourist arrivals through interesting tourism products. SWOT analysis of the tourism product like Sports and Recreation, Meetings, Incentives, Conferences, and Events (MICE), Natural Environment, Man Made Built Environment, Culture and Heritage, Food and Shopping and Medical and Health has been done to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by Putrajaya as a tourism destination. The study found Putrajaya tourism product has its own uniqueness in attracting tourists in terms of the design of buildings and bridges, the beauty of the gardens and lakes landscape and affects the satisfaction of the tourists. However there are also threats and weaknesses that need to be addressed because too many tourism products introduced so that Putrajaya did not have key product that is specific to introduce Putrajaya as whole or absolute.

Keywords: SWOT analysis, tourism destination, destination image, tourist, tourism product, administrative centre

Pengenalan

Pelancongan telah menjadi kegiatan penting di kebanyakan pusat pentadbiran dunia. Rentetan itu, pusat pentadbiran negara juga dihujahkan perlu membentuk persekitaran pelancongan yang unggul selain daripada menonjolkan fungsi simbolik politik, menjana ekonomi vibrant dan mempertingkatkan jalinan sosial (Hall 2002). Oleh kerana statusnya sebagai pusat pentadbiran negara, bandar pentadbiran berhadapan dengan pelbagai cabaran bagi mengelakkan bandar ini yang tidak hanya dikenali sebagai bandar politik semata-mata dan bandar yang membosankan. Pengalaman di negara-negara maju, pusat pentadbiran negara seperti Canberra (Australia), Washington D.C (Amerika Syarikat), Ottawa (Kanada) dan Brasilia (Brazil) telah menjadi destinasi pelancongan popular yang berjaya menarik kedatangan pelancong dari dalam dan luar negara (Habibah et al. 2013; Nur Amirah et al. 2014). Pengalaman di negara-negara maju tersebut menunjukkan bahawa imej yang positif dengan penyediaan produk pelancongan yang unik serta memenuhi piawaian antarabangsa mampu menjamin pusat pentadbiran negara tersebut menjadi sebuah destinasi pelancongan. Malah, pembangunan pelancongan yang dimajukan secara tidak langsung mampu menyumbang kepada pendapatan, pekerjaan dan peluang-peluang perniagaan yang luas terhadap penduduk setempat dan penduduk pinggir. Kebanyakan pusat pentadbiran negara mempunyai tarikan produk pelancongan yang sama dengan sedikit perbezaan bagi tujuan menarik pelancong dan menjana pendapatan negara. Pembangunan produk pelancongan yang baik akan dapat menarik kedatangan lebih ramai pelancong dari dalam dan luar negara ke destinasi bagi menentukan pilihan kunjungan mereka. Hal ini kerana, produk pelancongan adalah asas bagi sesebuah destinasi pelancongan dalam memenuhi keperluan dan harapan daripada pelancong. Walau bagaimanapun, hanya beberapa destinasi memberi perhatian terhadap pembangunan dan penyampaian pelbagai tarikan yang membentuk produk pelancongan. Oleh itu, sesuatu dasar pelancongan yang dirangka bagi sesebuah destinasi pelancongan perlu mengambil kira mengenai hala tuju pembangunan produk serta penyelenggaraannya (Goeldner & Ritchie 2006). Malah, pembangunan produk pelancongan yang lebih inovatif amat digalakkan bagi memenuhi minat dan cita rasa pelbagai segmen pelancong (Habibah et al. 2013). Di kebanyakan pusat pentadbiran negara luar, agensi kerajaan dan swasta menyediakan sokongan sepenuhnya dalam pembangunan produk pelancongan mereka. Produk pelancongan yang dibangunkan perlulah secara komprehensif dan efektif dalam menjadikan destinasi tersebut terkenal di mata dunia. Justeru, perancangan, pembangunan dan pengurusan sesuatu produk pelancongan di pusat pentadbiran memerlukan penelitian dari pelbagai aspek bermula daripada formulasi dasar, strategi serta program pembangunan pelancongan yang merangkumi pemasaran, penganjuran aktiviti dan penyelenggaraan pada masa akan datang.

Pembangunan pelancongan di pusat pentadbiran sedang dirintis di Putrajaya ekoran dari beberapa keistimewaan yang dimilikinya terutama dari segi tarikan produk pelancongan (Habibah et al. 2013; Nur Amirah et al. 2014). Sebagai pusat pentadbiran, pelbagai tarikan produk pelancongan kian rancak dibangunkan bagi mencapai hasrat dalam menjadikan Putrajaya sebagai destinasi pelancongan unggul. Kini Putrajaya menjadi destinasi yang semakin popular dan sering menjadi tumpuan pelbagai pihak kerana keunikan reka bentuk bangunan, keindahan landskap, tarikan produk, serta penganjuran acara-acara di peringkat kebangsaan dan antarabangsa. Rentetan itu, Putrajaya tidak terkecuali untuk menjadi salah sebuah destinasi pelancongan yang berupaya menjana pelbagai kesan ekonomi, sosial dan persekitaran yang terus menguasai imej destinasi ini. Statistik terkini menunjukkan Putrajaya telah berjaya merekodkan peningkatan kedatangan pelancong seramai 7.36 juta orang pada tahun 2014 berbanding 6.59 juta orang pada tahun 2013 (Utusan Online 2015, Perbadanan Putrajaya 2014). Pada tahun 2016, Putrajaya mensasarkan 8 juta pelancong dari dalam dan luar negara melalui penambahbaikan produk pelancongannya (Utusan Online 2016. Menurut Nur Amirah et.al. (2014) pelancong telah menyuarakan imej yang positif mengenai produk pelancongan Putrajaya secara keseluruhannya, namun terdapat juga imej negatif yang turut diutarakan. Justeru, Putrajaya perlu mengetahui segala kekuatan dan kelemahan yang ada untuk memastikan kedudukannya sebagai destinasi pelancongan terus kukuh dalam pasaran pelancongan. Sehubungan dengan itu, dalam memenuhi permintaan pelbagai segmen pelancong, tarikan produk pelancongan Putrajaya yang diketengahkan perlulah bersifat “*liveable*” dan “*vibrant*”.

Maka, pembangunan produk pelancongan Putrajaya digalakkan untuk meningkatkan daya tarikan dan pemasaran pakej pelancongan dengan memberikan perhatian terhadap minat tertentu, kualiti dan harga bagi memenuhi permintaan segmen pelancong yang pelbagai. Malah, kewujudan tarikan produk pelancongan yang menarik dan unik ini mampu meningkatkan imej Putrajaya sebagai destinasi pelancongan yang unggul dan wajib dilawati (Nur Amirah 2013).

Oleh itu, makalah ini bertujuan untuk melihat perkembangan tarikan produk pelancongan Putrajaya dengan mengenal pasti aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Putrajaya dalam mengekalkan aliran kedatangan pelancong yang berterusan serta menjadi destinasi pelancongan unggul.

Ulasan karya

Pusat pentadbiran sebagai Destinasi Pelancongan

Pusat pentadbiran merupakan sebuah bandar yang istimewa kerana menempatkan kerajaan rasmi sesebuah negara. Pusat pentadbiran mewakili status utama dalam negeri, negara, wilayah atau rantau lain sebagai tempat yang menempatkan kerajaan sesebuah negara. Secara fizikalnya, pusat pentadbiran merangkumi pejabat dan tempat pertemuan kerajaan masing-masing yang biasanya ditetapkan oleh undang-undang atau perlembagaan. Malah ia merupakan sebuah lokasi istiadat negara yang berupaya mewujudkan identiti global sesebuah negara. Menurut Hall (2002), pusat pentadbiran adalah komponen penting sebagai fabrik nasional hampir setiap negara di dunia ini. Campbell (2003) turut menyatakan bahawa pusat pentadbiran adalah unik daripada bandar-bandar lain kerana menjadi lokasi khas untuk penumpuan, pentadbiran dan perwakilan kuasa politik negara. Bagi ahli politik, pusat pentadbiran adalah tempat kuasa dan pentadbiran sesebuah negara. Bagi ahli ekonomi, pusat pentadbiran adalah tempat penawaran pekerjaan di sektor awam, perdagangan, pelaksanaan dasar perindustrian dan kewangan. Bagi ahli arkitek, pusat pentadbiran adalah tempat berharga untuk mempersembahkan hasil rekaan bangunan, monumen dan taman-taman yang menarik. Secara ringkasnya pusat pentadbiran adalah tempat yang menempatkan pentadbiran kerajaan sesebuah negara dan peranannya sangat luas.

Secara umumnya, pusat pentadbiran mempunyai potensi yang besar sebagai destinasi pelancongan. Bagi kebanyakan negara, pusat pentadbiran sering menjadi tumpuan pelbagai pihak bagi menjalankan urusan politik dan dalam masa yang sama melancong ke destinasi tersebut. Dalam konteks pusat pentadbiran dunia seperti Canberra, Wellington dan Ottawa pelancongan memainkan peranan penting dalam meningkatkan imej pusat pentadbiran bagi menarik kedatangan pelancong selain sebagai tempat letaknya kerajaan sesebuah negara (Maitland & Ritchie 2010; Page & Hall 2003; Campbell 2003). Bagi menarik kedatangan pelancong ke pusat pentadbiran tersebut, pelbagai negara telah berusaha untuk mempromosi dan mewujudkan imej destinasi pelancongan yang positif dan unik. Menurut Pike (2002), kebanyakan pusat pentadbiran kini dihujani dengan pelbagai kempen pelancongan baru yang lebih agresif bagi memberi pilihan yang luas kepada pelancong untuk merancang percutian mereka. Malah, pelancongan pusat pentadbiran adalah kunci utama pertumbuhan ekonomi negara dan boleh dieksploitasi sewajarnya (Roland Berger European 2012). Justeru, tarikan produk pelancongan yang unik dan menarik adalah penting dalam meningkat sektor pelancongan pusat pentadbiran negara.

Kesignifikanan pelancongan dalam pusat pentadbiran pada mulanya diketahui dalam bidang pelancongan bandar. Hall (2002) telah membentangkan gambaran beberapa dimensi pelancongan pusat pentadbiran yang merupakan satu bentuk khusus pelancongan bandar yang menerima pengiktirafan dalam kesusasteraan pelancongan. Kajian dalam pelancongan bandar telah menjelaskan keunikan pusat pentadbiran ini yang kebanyakannya memberi faedah kepada pembangunan negara dan telah berkembang pesat. Page dan Hall (2003) juga menyatakan pelancongan di pusat pentadbiran sama seperti bandar pelancongan secara amnya, namun ianya telah mengalami kekurangan penyelidikan dan analisis yang telah mengehadkan pemahaman tentang bagaimana kualiti bandar-bandar berinteraksi dengan perubahan permintaan pelancongan. Mereka juga menyatakan pusat pentadbiran memperlihatkan keistimewaan pelancongan bandar walaupun ada sesetengah kajian gagal mengakui peranan unik pusat pentadbiran

dalam menarik kedatangan pelancong. Walau bagaimanapun, masih kurang kajian yang telah dilakukan mengenai kesignifikan pusat pentadbiran dalam pelancongan bandar. Pendapat Hall ini telah disokong oleh Campbell (2003), Milroy (1993) dan Rapport (1993) yang turut mengatakan bahawa keadaan ini berlaku mungkin disebabkan oleh kepelbagaian peranan pusat pentadbiran yang jelas perbezaannya dari segi budaya, sejarah, struktur politik dan ideology.

Pusat pentadbiran menghadapi cabaran pelancongan yang lebih besar dan unik daripada bandar-bandar lain dari segi pemasaran, perancangan dan pembangunan (Ritchie & Peirce 2007). Selain berfungsi sebagai pusat pentadbiran, bandar juga berpotensi untuk menjadi destinasi pelancongan. Kebanyakan bandar kini bercita-cita untuk menjadi sebuah destinasi pelancongan dan pelancongan telah menjadi satu keutamaan untuk pemaju dan pembuat dasar negara. Malah, pusat pentadbiran juga bertindak sebagai pintu masuk bagi sesebuah negara dalam peta pelancongan dunia. Kajian yang dilakukan oleh Canada's National Capital Commission (NCC) mendapati kombinasi fungsi politik, budaya, simbolik dan pentadbiran merupakan keunikan pusat pentadbiran. Malah, berdasarkan kajian kes mengenai Ottawa yang merupakan pusat pentadbiran Kanada, NCC memersetujui bahawa fungsi pusat pentadbiran sebagai pusat politik dan simbol jantung negara menjadi tapak penting dalam membuat keputusan dan akan menjadi tempat pelancongan sejarah dan budaya negara dengan menyerlahkan masa lalu, memaparkan masa sekarang dan membayangkan pada masa akan datang. Tambahan pula, kajian yang dilakukan oleh Roland Berger Strategy Consultants (2011) mendapati pelancongan pusat pentadbiran telah menjadi enjin pertumbuhan ekonomi di Eropah. Seterusnya, Maitland dan Ritchie (2010) menjelaskan status pusat pentadbiran telah menarik dan mendorong meningkatkan kemunculan sebuah bandar kepada pelancongan dan bertaraf antarabangsa.

Secara keseluruhannya, pusat pentadbiran adalah sebuah bandar yang mempunyai pelbagai fungsi dan peranan yang dimainkan. Hal ini menunjukkan bahawa pusat pentadbiran bukan hanya semata-mata berperanan sebagai tempat letaknya kerajaan sesebuah negara sebaliknya mempunyai pelbagai peranan lain. Peranan-peranan ini telah menjadikan pusat pentadbiran sangat unik berbanding bandar-bandar lain. Pusat pentadbiran memainkan peranan penting dalam mewujudkan imej dan identiti kebangsaan. Setakat ini kajian-kajian tentang tarikan produk pelancongan masih kurang dilakukan oleh para sarjana khususnya di pusat pentadbiran negara. Dalam konteks kajian ini, Putrajaya merupakan sebuah pusat pentadbiran yang mendukung fungsi pelancongan sebagai pemangkin kepada pembangunan keseluruhan destinasi ini. Prinsip asal pembangunan Putrajaya bukanlah sebagai destinasi pelancongan, namun pusat pentadbiran Putrajaya sering menjadi tumpuan pelbagai pihak kerana kepelbagaian produk dan ikon pelancongan yang menarik. Oleh itu, Putrajaya berupaya mempamerkan secara langsung dan tidak langsung peranannya sebagai bandar pentadbiran yang vibrant dan bertaraf dunia. Malah dalam masa yang sama Putrajaya akan menjadi satu medan yang akan mengelompokkan tuan rumah dan pelancong di satu pusat serta menjadi contoh bagi bandar-bandar pentadbiran lain.

Tarikan produk pelancongan

Perkembangan sektor pelancongan diwakili oleh tarikan produk pelancongan di sesebuah destinasi. Produk pelancongan adalah semua objek atau komponen yang mempunyai daya penarik yang mendorong pelancong untuk berkunjung ke destinasi berkenaan (Gunn 1994; Murphy et al. 2000; Gunn & Var 2002; Mill & Morrison 2002; Weaver & Lawton 2006). Menurut Kotler et al. (2012), produk adalah elemen pertama dan penting dalam campuran pemasaran yang ditakrifkan sebagai "apa-apa yang boleh ditawarkan kepada pasaran/destinasi untuk memenuhi kemahuan atau keperluan termasuk barangan fizikal, perkhidmatan, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, sifat, organisasi, maklumat dan idea. Tarikan produk pelancongan di sesebuah destinasi adalah berbeza antara satu sama lain disebabkan oleh faktor seperti saiz lokasi, iklim destinasi, warisan budaya, keindahan alam semula jadi dan ketersediaan sumber. Oleh itu, amat sukar untuk mana-mana destinasi yang mempunyai keinginan untuk diiktiraf sebagai destinasi pelancongan dalam menarik kedatangan pelancong jika tidak mempunyai produk pelancongan.

Malah Leiper (2004) turut menyatakan kepentingan produk pelancongan bagi mengetahui apakah yang menyebabkan pelancong berminat dengan destinasi tersebut. Hal ini kerana produk pelancongan

merupakan salah satu faktor penarik pelancong untuk melakukan kunjungan. Pelancong tidak mempunyai sebab untuk berkunjung ke destinasi yang tidak menawarkan sebarang tarikan. Gunn (1998) menyatakan bahawa tanpa tarikan produk pelancongan tidak akan ada pelancongan, manakala Lew (1987) menambah bahawa sebaliknya juga berlaku, iaitu tanpa pelancongan tidak akan ada tarikan pelancongan. Para penyelidikan pelancongan telah menyatakan bahawa kajian tarikan produk pelancongan amat perlu dalam memahami unsur-unsur yang menggalakkan pelancong untuk melakukan kunjungan. Mereka telah mengiktiraf kepentingan tarikan pelancongan sebagai salah satu penentu paling penting dalam menarik kedatangan pelancong dan daya saing sesebuah destinasi (Lew 1987; Gunn 1979; Gartner 1996; Charles 2003; Hu & Wall 2005; Cracolici & Nijkamp 2009; Leask 2010; Krešić & Prebežac 2011). Kajian yang dilakukan oleh Wan Suzita et al. (2015) juga telah meneliti kepentingan produk ekopelancongan di Taman Royal Belum dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam model perancangan dan pembangunan pelancongan wilayah. Manakala Main Rindam & Fatani (2014) turut menjalankan analisis SWOT (C) bagi mengenal pasti aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau cabaran yang dihadapi oleh Orang Asli Lanoh berhubung dengan sektor pelancongan.

Metodologi kajian

Kawasan kajian ini adalah di sekitar tarikan produk pelancongan pusat pentadbiran Putrajaya. Data kajian ini diperolehi daripada bacaan jurnal, Draf Rancangan Struktur Putrajaya 2025, Laporan Tahunan Perbadanan Putrajaya 2013, Laporan Tahunan Perbadanan Putrajaya 2014, dan laman web Perbadanan Putrajaya. Data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengenal pasti aspek kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dihadapi oleh pelancongan Putrajaya sebagai destinasi pelancongan unggul. Penggunaan kaedah analisis SWOT ini berupaya memberi gambaran yang jelas tentang perkembangan produk pelancongan Putrajaya dalam menarik kedatangan pelancong dalam dan luar negara.

Hasil kajian dan perbincangan

Kepelbagaian Produk Pelancongan Putrajaya

Produk pelancongan merupakan aspek penting dalam melengkapkan sesebuah sektor pelancongan. Peranan pihak berkepentingan adalah penting dalam menawan dan membekalkan produk pelancongan yang mampu menarik kedatangan pelancong. Produk pelancongan Putrajaya tertumpu kepada tujuh produk khusus iaitu Sukan dan Rekreasi, Mesyuarat, Insentif, Persidangan, Pameran (MICE), Persekitaran Semula jadi, Persekitaran Buatan Manusia, Budaya dan Warisan, Pusat Membeli-Belah dan Makanan serta Kesihatan dan Perubatan. Kepelbagaian produk pelancongan yang ditawarkan tersebut merangkumi pelbagai segmen pelancong iaitu daripada pencinta alam semula jadi, pengembara perniagaan, penggemar membeli belah sehinggalah kepada percutian seisi keluarga. Oleh itu, berdasarkan tarikan produk pelancongan yang ditawarkan di Putrajaya ternyata ianya telah berjaya meningkatkan kedatangan pelancong walaupun Putrajaya merupakan sebuah pusat pentadbiran tetapi pelancongan masih dianggap perlu dalam meningkatkan ekonomi bandar pada masa hadapan.

Jadual 1. Produk Khusus Pelancongan Putrajaya

Bil	Produk Pelancongan	Tarikan Utama
1	Sukan dan Rekreasi	<ul style="list-style-type: none">• Sukan Air di Kelab Tasik Putrajaya• Sukan Air di Pusat Rekreasi Air• Melompat kuda di Pusat Equestrian• Perlumbaan kereta, basikal, lumba lari di Boulevard dan sekitarnya

-
- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Memancing di Tasik Putrajaya• Futsal di Kompleks Sukan Putrajaya• Sukan X-treme di Taman Cabaran• Kembara Berjalan Kaki di Taman Wetland• Pertandingan permainan tradisional di Kompleks Sukan Putrajaya• Triathlon di Tasik Putrajaya Lake &Jalan/Taman |
| 2 Mesyuarat, Insentif, Persidangan, Pameran (MICE) | <ul style="list-style-type: none">• PICC• Hotel Shangri-La, Marriot & Pullman• Pusat Ekspo Antarabangsa |
| 3 Persekitaran Semula jadi | <ul style="list-style-type: none">• Taman Wetland• Taman Botani• Taman Wawasan• Taman Putera Perdana• Taman Cabaran |
| 4 Persekitaran Buatan Manusia | <ul style="list-style-type: none">• Taman Tema• Pejabat Perdana Menteri• Kompleks Seri Perdana• Bangunan Pejabat Kerajaan• Jambatan• Masjid• Dataran Putra• Istana Melawati• Monumen |
| 5 Budaya dan Warisan | <ul style="list-style-type: none">• Bangunan Pejabat Kerajaan• Hotel Pullman• Kompleks Karyaneka• Kedai Batik Malaysia• Kompleks Budaya (Permainan Tradisional, Fesyen, Seni dan Muzik) |
| 6 Pusat Membeli-Belah dan Makanan | <ul style="list-style-type: none">• Alamanda• Selera Putra• Cruise Tasik• Souq• Kelab Tasik Putrajaya• Pasar Seni• Kedai Warisan |
| 7 Kesihatan dan Perubatan | <ul style="list-style-type: none">• Medan Selera• Hospital Putrajaya• Klinik Pakar• Klinik Kesihatan• Pusat Spa dan Kecantikan• Pusat Perubatan Alternatif |
-

1. Sukan dan Rekreasi

Produk pelancongan Sukan dan Rekreasi telah menarik ramai pelancong berkunjung ke Putrajaya bagi mengisi masa lapang mereka. Pusat-pusat sukan dan rekreasi Putrajaya sering menjadi tumpuan pelancong untuk melakukan aktiviti sukan (bersenam, berkayak, berbasikal, memancing), berkhemah, berkelah dan banyak lagi. Keadaan ini menjadikan Putrajaya destinasi popular dalam menarik kedatangan pelancong untuk bersukan dan berekreasi kerana penawaran perkhidmatannya yang setaraf dengan kebanyakan negara maju yang lain. Malah dengan menjadi tuan rumah bagi acara sukan di peringkat antarabangsa, Putrajaya dapat menaikkan imejnya sebagai pusat pentadbiran yang berprestij di dunia.

2. Mesyuarat, Insentif, Persidangan, Pameran (MICE)

Produk pelancongan Mesyuarat, Insentif, Persidangan, Pameran (*MICE*) merupakan antara produk utama dalam pelancongan di Putrajaya selain sukan dan rekreasi. Sebagai Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan, Putrajaya sering dikunjungi oleh pelbagai pihak bagi menjalankan urusan-urusan rasmi mereka sambil melancong. Hal ini kerana, pelancongan berasaskan MICE ini perlu dipromosikan secara agresif kerana Putrajaya menawarkan kemudahan-kemudahan yang canggih dan terkini untuk menganjur dan mengadakan mesyuarat, persidangan dan pameran.

3. Persekitaran Semula jadi

Produk pelancongan Persekitaran Semula jadi yang terdapat di Putrajaya seperti Taman Botani, Taman Warisan, Taman Wetlands dan Taman Wawasan telah berjaya menggalakkan kemasukan pelancongan domestik dan antarabangsa ke Putrajaya. Di dapati, kebanyakan pelancong gemar dan berminat dengan kehijauan dan keindahan alam semula jadi dan ternyata ia mendapat sambutan yang menggalakkan dari pelancong. Persekitaran semula jadi yang baik ini perlu dikekalkan dalam meningkatkan kedatangan pelancong di Putrajaya.

4. Persekitaran Buatan Manusia

Persekitaran Buatan juga merupakan salah satu daripada produk pelancongan Putrajaya. Di mana, seni bina buatan manusia di Putrajaya setaraf dengan negara maju yang lain seperti Canberra dan Washington DC. Pelancong yang berkunjung ke Putrajaya dapat menyaksikan seni bina bangunan yang menarik dan unik seperti di Kompleks Putra Perdana, Seri Perdana, Bangunan Pejabat Kerajaan, Jambatan-Jambatan, Masjid Putra, Dataran Putra dan Istana Melewati. Setiap seni bina ini berjaya mencuri perhatian pelancong yang ternyata mempunyai identiti yang tersendiri.

5. Budaya dan Warisan

Budaya dan Warisan merupakan salah satu produk yang memberi peluang kepada pelancong yang berminat dengan seni dan budaya masyarakat setempat. Putrajaya kini giat membangunkan aset budaya dan warisan seperti mempromosi Batik Malaysia, permainan tradisional, seni (seni persembahan, seni halus, seni visual) dan kebudayaan (kraf tangan, songket, barangan perak, dan lain-lain). Pelancongan budaya dan warisan didapati bukan sahaja membantu untuk menjadikan persekitaran hidup yang menarik tetapi ia juga boleh meningkatkan imej negara yang mementingkan sejarahnya. Beberapa bandar raya seperti London, New York, Sydney dan Frankfurt telah berjaya menjadikan muzik, teater dan kesenian sebagai aktiviti komersil yang berdaya maju dan dengan kejayaan ini telah menarik kehadiran para pelancong dan pelabur-pelabur antarabangsa.

6. Pusat Membeli-Belah dan Makanan

Produk pelancongan Membeli-Belah dan Makanan merupakan salah satu produk pelancongan di Putrajaya. Bagi menggalakkan ramai lagi kedatangan pelancong, Putrajaya telah membina pelbagai kawasan dan tempat bagi membolehkan pelancong membeli-belah dan menikmati makanan. Contohnya, Pusat Membeli-Belah Alamanda, IOI Mall Putrajaya, Galeria, Souq, Medan Selera, Selera Putra, Dining Cruise, Kelab Tasik Putrajaya dan banyak lagi.

7. Kesihatan dan Perubatan

Akhirnya, produk pelancongan Kesihatan dan Perubatan juga telah menarik ramai pelancong domestik dan antarabangsa berkunjung ke Putrajaya. Putrajaya semakin mengekalkan kedudukannya sebagai pusat perubatan yang unggul di Malaysia. Hospital Putrajaya, Klinik Kesihatan dan Pusat Spa amat popular dalam menarik kedatangan pelancong untuk berubat dan merawat kesihatan mereka. Hal ini kerana, perkhidmatan yang ditawarkan di Putrajaya setaraf dengan kebanyakan negara maju yang lain. Walau bagaimanapun, pelancongan kesihatan bukanlah produk utama di Putrajaya dan menjadi produk baru dalam menarik kedatangan pelancong.



Rajah 1. Produk Pelancongan Pusat Pentadbiran Putrajaya

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) tarikan produk pelancongan Putrajaya

Sepanjang penubuhan Putrajaya sebagai pusat pentadbiran selama 10 tahun terdapat pelbagai kesan yang dapat diperhatikan sama ada yang mendatangkan kebaikan mahupun keburukan terhadap Putrajaya sebagai destinasi pelancong. Analisis SWOT adalah analisis yang mengintegrasikan faktor strategi dalaman dan luaran. Analisis ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (luaran) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan (dalaman) yang dimiliki. Analisis SWOT untuk perkembangan pelancongan pusat pentadbiran Putrajaya dapat dilihat pada Jadual 2 seperti berikut.

Jadual 2. Analisis SWOT Tarikan Produk Pelancongan Putrajaya

Kategori Produk	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)	Peluang (Opportunity)	Ancaman (Threat)
Sukan dan Rekreasi	Mempunyai kemudahan pelancong yang mencukupi Sangat menarik kerana mempunyai pelbagai aktiviti yang boleh dilakukan Sesuai untuk pelbagai segmen pelancong Kemudahan sukan yang disediakan berada dalam keadaan baik	Kurang papan tanda Kurang tempat letak kereta Ketiadaan infrastruktur perniagaan seperti gerai dan pusat jualan sebagai sumber ekonomi kepada penduduk setempat	Berpotensi menjadi lokasi strategik untuk penganjuran aktiviti/acara sukan pelancongan Mempromosi aktiviti pelancongan acara di Pusat Pentadbiran	Laluan pejalan kaki/basikal sunyi dan membahayakan pelancong Kemudahan asas tidak di selenggara dengan baik Bayaran masuk yang mahal
Mesyuarat, insentif, persidangan, pameran (MICE)	Mempunyai infrastruktur yang lengkap	Sewa yang mahal	Menggalakkan kunjungan delegasi luar dan kehadiran pengusaha perniagaan dari dalam dan luar negara	Kemasukan orang asing dan kebocoran maklumat
Persekitaran Semulajadi	Mempunyai sumber jaya yang pelbagai -hutan simpan -flora fauna Kawasan tarikan yang menarik pelancong tempatan dan antarabangsa Berpotensi untuk berkembang sebagai destinasi ekopelancongan	Ketiadaan nic produk utama Kurang papan tanda Kurang tempat letak kereta Ketiadaan infrastruktur perniagaan seperti gerai dan pusat jualan sebagai	Keindahan dan suasana semula jadi dapat menarik pelancong untuk berkunjung ke Putrajaya Boleh dimajukan secara bersepadu dan komprehensif.	Pasangan dengan destinasi yang mempunyai pelbagai sumber semula jadi untuk ditawarkan

		sumber ekonomi kepada penduduk setempat		
Persekitaran Buatan Manusia	<p>Seni bina yang unik dan menarik</p> <p>Reka bentuknya yang berkonsepkan moden dan tradisional</p> <p>Lokasi yang strategik</p> <p>Serlahan pencahayaannya dan keunikan reka bentuknya yang sangat menarik perhatian pelancong.</p>	<p>Kos penyelenggaraan yang tinggi</p> <p>Memerlukan tenaga kerja yang ramai untuk penyelenggaraan bangunan</p>	<p>Perkembangan yang positif dari industri pelancongan</p> <p>Mempamerkan kekuatan serta kehebatan teknologi</p>	<p>Pertumbuhan produk pelancongan baru yang lebih menarik</p> <p>Pelancong yang hadir sangat berpuas hati dengan sokongan komponen pelancongan yang ditawarkan</p>
Budaya dan Warisan	<p>Mempromosikan seni budaya dan warisan bangsa Malaysia dengan mengadakan acara persembahan pertunjukan kebudayaan</p> <p>Mempamerkan adat-adat warisan pelbagai bangsa dalam seni bina bangunan</p>	<p>Kebanyakan persembahan kebudayaan dan kesenian dilakukan ketika penganjuran festival tertentu sahaja.</p>	<p>Disediakan secara berpakej dan pelancong boleh menghayati, merasai dan turut serta di mana-mana lokasi baik di ibu negara atau di daerah-daerah lainnya.</p> <p>Program kebudayaan dan kesenian yang diadakan bersama oleh pihak kerajaan dan swasta dapat merencanakan lagi pelancongan di Malaysia.</p> <p>Mampu menaikkan nama Malaysia di mata dunia</p>	<p>Penyerapan budaya asing</p>
Pusat Membeli-Belah dan Makanan	<p>Mempunyai pelbagai barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan</p>	<p>Kurangnya barangan yang menggambarkan identiti Putrajaya</p>	<p>Terletak di lokasi yang strategik dan mudah dikunjungi</p>	<p>Memerlukan lebih banyak promosi</p> <p>Perlu disediakan</p>

	Reka bentuk yang unik	Harga barangan yang mahal		barangan yang menarik agar ia lebih ceria dan mampu menjadi tarikan pelancong domestik dan antarabangsa
Kesihatan dan Perubatan	Mempunyai kelengkapan prasarana yang baik Pelancong boleh mendapatkan rawatan kesihatan yang terbaik Mempunyai kelebihan dari segi kecanggihan aset bidang perubatan, kepakaran dan	Kekurangan kemudahan rawatan terhadap penduduk setempat Kurang tempat letak kereta Kurang doktor pakar	Berpotensi untuk berkembang di masa hadapan Membantu pertumbuhan ekonomi negara Menawarkan kos kesihatan yang rendah, pakar bedah terlatih, pakar gigi dan pakar lain yang terbaik dan diiktiraf badan antarabangsa.	Masih belum di promosikan secara meluas seperti produk pelancongan lain

Sumber : Olahan pengkaji 2016

Analisis SWOT keseluruhan produk pelancongan Putrajaya

Setelah meneliti senario keadaan semasa produk pelancongan Putrajaya, berikut dikenal pasti beberapa analisa SWOT pelancongan Putrajaya secara keseluruhannya :