

Trend Kedatangan Pelancong dan Implikasi terhadap Strategi Pemasaran di Bandar Diraja Kuala Kangsar, Perak

Tourist Arrival Trends and Implications on Marketing Strategy at the Royal Town of Kuala Kangsar, Perak

Fauziah Che Leh¹, Nek Kamal Yeop Yunus², Baharudin Omar³ & Ahmad Zainal Abidin Abd Razak²

¹Jabatan Geografi dan Alam Sekitar, Fakulti Sains Kemanusiaan, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900 Tanjung Malim, Perak, Malaysia

²Jabatan Pengurusan dan Kepimpinan, Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900 Tanjung Malim, Perak, Malaysia

³Jabatan Perakaunan dan Kewangan, Fakulti Pengurusan dan Ekonomi, Universiti Pendidikan Sultan Idris, 35900 Tanjung Malim, Perak, Malaysia
e-mel: fauziah@fsk.upsi.edu.my

Abstrak

Artikel ini bertujuan meneliti trend kedatangan pelancong tempatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar dan mengaitkannya dengan implikasi terhadap strategi pemasaran sedia ada. Dengan mengedarkan 100 borang soal selidik kepada pelancong tempatan yang ditemui di lokasi pelancongan di pusat bandar Kuala Kangsar didapati Kuala Kangsar mempunyai kekuatannya sendiri sebagai pusat pelancongan berdasarkan tarikan konsep Bandar Diraja. Namun, tarikan ini perlu melalui proses penambahbaikan di samping memperkenalkan faktor lain sebagai tarikan baharu. Kajian menunjukkan status Kuala Kangsar sebagai Bandar Diraja yang pertama di Malaysia masih belum cukup kuat menjadikan Kuala Kangsar dikenali sepenuhnya dalam kalangan masyarakat Malaysia apatah lagi di peringkat antarabangsa.

Kata Kunci

Trend, strategi pemasaran, Bandar Diraja

Abstract

The aim of the article is to examine the trends of local tourists in the royal town of Kuala Kangsar and its implications for marketing strategies that is already exist. By distributing 100 questionnaires to local tourists in the study area of the city center in Kuala Kangsar, it is found that Kuala Kangsar has own strengths especially the existing concept of the royal town that attracted to the tourists. However, this attraction has to go through via process improvement and the introduction of the other factors as a new attraction. The findings of the article showed that the status of royal town of Kuala Kangsar as the first place of Malaysia was not strong enough to become well known to locally and internationally.

Keywords

Trend, marketing strategy, Royal Town

Pengenalan

Di peringkat global, Malaysia telah diiktiraf sebagai salah sebuah negara yang menjadi destinasi pelancongan utama dalam kalangan pelancong antarabangsa. Salah satu daya tarikan pelancongan di Malaysia ialah pelancongan berasaskan konsep Bandar Diraja dan warisan. Di Malaysia, Kuala Kangsar merupakan antara bandar yang terkenal sebagai sebuah pusat pelancongan Diraja dan warisan. Konsep pelancongan bandar Diraja dikaitkan apabila terdapat kediaman rasmi kerabat Diraja di bandar berkenaan dan dimanfaatkan sebagai elemen tarikan pelancongan. Kesultanan Perak memilih Kuala Kangsar sebagai lokasi mendirikan Istana Iskandariah dan dilengkapi oleh 20 bangunan warisan yang berusia dalam lingkungan 75-100 tahun yang menjadi simbol utama kepada konsep pelancongan Diraja dan warisan. Artikel ini bertujuan mengenal pasti trend kedatangan pelancong ke Kuala Kangsar sebagai salah satu pusat pelancongan berkonsepkan sejarah dan warisan. Apakah faktor utama yang mendorong kedatangan pelancong tempatan ke Kuala Kangsar? Sejauh manakah pengetahuan sedia ada para pelancong tempatan terhadap lokasi pelancongan di daerah Kuala Kangsar? Daripada mana sumber maklumat diperoleh tentang lokasi pelancongan yang terdapat di Kuala Kangsar? Kedatangan para pelancong ke Kuala Kangsar boleh dikaitkan dengan usaha pihak bertanggungjawab bagi menarik kemasukan para pelancong secara berterusan dan mampu menentukan masa depan sektor pelancongan pada masa hadapan.

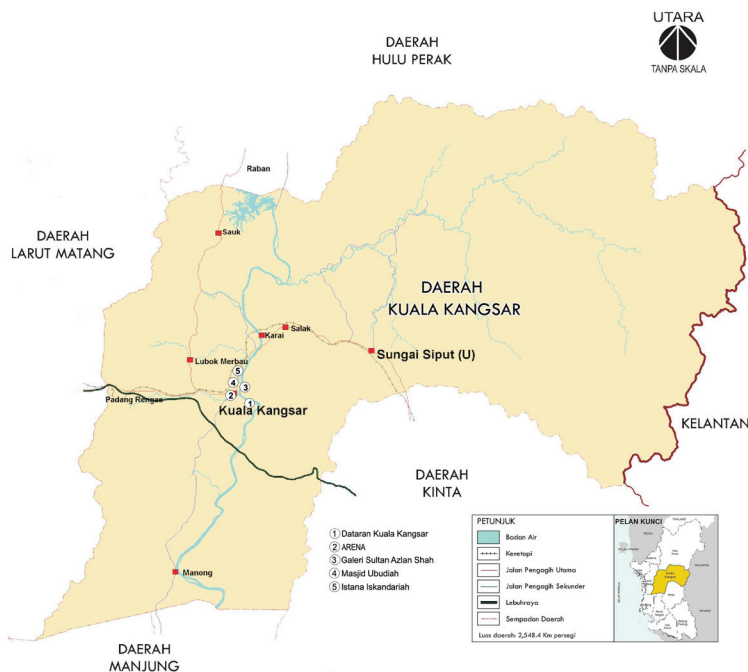
Latar Belakang Kajian

Secara umumnya, status Kuala Kangsar sebagai Bandar Diraja di Negeri Perak yang disokong dengan pembangunan Bandar Warisan diketahui oleh masyarakat Malaysia. Namun, pengetahuan tentang Kuala Kangsar dikatakan tidak begitu meluas yang menyebabkan Kuala Kangsar mampu menjadi destinasi pelancongan yang terkenal dengan identitinya tersendiri. Tidak hairanlah kegiatan pelancongan di Kuala Kangsar sinonim dengan kawasan yang tertumpu di sekitar pusat bandar Diraja Kuala Kangsar sahaja yang mana ia hanya meliputi keluasan sebanyak 1,630 hektar atau kira-kira seluas 25 km radius sahaja daripada keluasan keseluruhan daerah sebenar iaitu seluas 254 078 hektar (Rajah 1).

Berdasarkan sumber daripada Laporan Awal I & II, Mesyuarat Penyelarasan, Rancangan Tempatan Daerah Kuala Kangsar 2020 pada 19 Januari 2011, telah menyenaraikan bahawa terdapat beberapa kawasan di Kuala Kangsar yang berpotensi dimajukan sebagai daya tarikan di luar kawasan Bandar Diraja Kuala Kangsar. Pihak berkuasa daerah Kuala Kangsar telah menggariskan beberapa matlamat pembangunannya iaitu "*Menjadikan Daerah Kuala Kangsar sebagai daerah pembangunan Diraja dan warisan berasaskan sumber jaya sejarah dan alam semula jadi yang disokong oleh pembangunan ekonomi dan sosial yang mapan*". Penekanan ini menjadikan daya tarikan pelancongan di Kuala Kangsar seolah-olah terarah kepada pelancongan berdasarkan statusnya sebagai Bandar Diraja dan warisan. Ini dapat

dibuktikan apabila terdapat kediaman rasmi kerabat-kerabat Diraja Kesultanan Perak iaitu Istana Iskandariah yang diperlengkapkan lagi dengan terdapat 25 bangunan warisan iaitu 11 bangunan berusia lebih 100 tahun dan 9 bangunan antara 90 hingga 99 tahun, 5 bangunan antara 75 hingga 89 tahun. Ini ditambah lagi dengan keunikan Sungai Perak iaitu terdapatnya pelancongan Sungai Perak Indah (SUPERI).

Walau bagaimanapun, pelancong dari luar bandar Kuala Kangsar kurang mengetahui tentang wujudnya kawasan pelancongan sekitar daerah Kuala Kangsar iaitu selain kawasan Bandar Diraja Kuala Kangsar. Antaranya, tapak monumen seperti makam Sultan Ali Al Mukammal Syah dan makam Sultan Yusuf Ibni Almarhum Sultan Abdullah Muhammad Syah di Sayong serta makam Sultan Mansur Syah di Kota Lama Kanan, Kuala Kangsar. Terdapat juga hab pelancongan perikanan seperti Penternakan Ikan Hiasan Arowana di Kampung Ketior, Ulu Kenas dan penternakan ikan patin dan baung di Sungai Perak dari Kampung Sementa hingga Semat. Terdapat juga eko pelancongan seperti Gunung Yong Yap dan Korbu serta sukan air lasak melalui jeram di Sungai Pelus ke Sungai Siput dan jeti perikanan untuk nelayan di Pekan Manong.



Rajah 1 Kedudukan lokasi pelancongan dalam Bandar Diraja Kuala Kangsar

Sumber: Majlis Perbandaran Kuala Kangsar (2011)

Produk seperti barangan dan makanan kurang difokuskan menjadi identiti Kuala Kangsar seperti laksa, cendol, tempoyak dan kuih-kuih tempatan. Selain itu, terdapat juga tapak arkeologi seperti Gua Pondok, Gua Kerbau, Padang Rengas, Sungai Kerbau, Kampung Jalong, Sungai Siput Gua Baik dan Sungai Siput. Namun, adakah

tempat-tempat seperti ini berjaya memikat para pelancong untuk datang berkunjung dan sekaligus menyumbang kepada kemajuan sosioekonomi masyarakat setempat?

Kedatangan para pelancong ke Kuala Kangsar boleh berkait rapat dengan usaha pihak bertanggungjawab bagi menarik kemasukan para pelancong secara berterusan. Berdasarkan maklumat, hanya terdapat satu agensi pelancongan dan seorang pemandu pelancong yang bertanggungjawab menguruskan aktiviti pelancongan di Bandar Kuala Kangsar dan keadaan ini dirasakan tidak mencukupi dalam usaha melonjakkan nama Kuala Kangsar sebagai destinasi pelancongan yang menjadi pilihan.

Kawasan Kajian

Kuala Kangsar adalah salah satu destinasi pelancongan domestik di negeri Perak yang mampu menyumbang kepada kemajuan industri pelancongan negara. Ia terletak kira-kira 48 km dari Bandaraya Ipoh. Kuala Kangsar sangat sinonim dengan status atau gelarannya sebagai “Bandar Diraja”, yang mana Kuala Kangsar adalah bandar pertama yang menggunakan status nama tersebut. Daerah yang mempunyai 9 buah mukim mempunyai sejarah yang panjang apabila menjadi sebagai singgahsana kerabat Kesultanan Perak dan pernah menjadi pusat pentadbiran Sistem Residen Inggeris selepas Perjanjian Pangkor pada tahun 1874. Malah, Kuala Kangsar pernah dipilih sebagai tempat Persidangan Raja-Raja yang pertama atau dikenali sebagai Mesyuarat Durbar pada tahun 1897.

Bandar Diraja Kuala Kangsar terletak di pinggir sungai Perak yang dikatakan mendapat nama sempena pohon kangsar yang tumbuh di sepanjang tebing sungai dan ada versi lain mengatakan Kuala Kangsar berasal daripada perkataan “Kuala Kurang Sa”, yang membawa maksud 99 buah anak sungai yang mengalir ke sungai perak sekitar daerah Kuala Kangsar. Setiap kali banjir besar berlaku istana sering ditenggelami air. Sehingga selepas banjir terbesar atau “air bah” pada tahun 1926. Istana Iskandariah yang tersergam indah sehingga hari ini menjadi simbol penempatan keluarga Diraja Perak. Menurut Malim Ghazali (2011), antara tempat yang menjadi tarikan di Kuala Kangsar seperti Masjid Ubudiah, Istana Kenangan, Istana Hulu (kini Galeri Sultan Azlan Shah), Pokok Getah Tertua Negara, dan Kolej Melayu Kuala Kangsar (MCKK) dan Sekolah Clifford Kuala Kangsar. Antara perusahaan pembuatan yang terkenal diusahakan di Kuala Kangsar seperti tekad benang emas, golok, rebana, dan gasing.

Kuala Kangsar juga sering kali dikaitkan dengan labu sayong. Sayong merupakan perkampungan di seberang sungai bertentangan dengan kawasan istana. Sayong atau pun nama asalnya sai-ong. Sayong terkenal dengan pembuatan labu daripada tanah liat yang dikenali sebagai labu sayong. Pada asalnya labu sayong merupakan bekas air tradisional untuk menyimpan air minuman. Sekiranya diminum ia memberikan rasa yang sejuk dan kaya dengan mineral. Pada hari ini ia telah dikomersialkan untuk dijadikan hiasan seperti lampu tidur, air pancut, buah tangan dan lain lain lagi. Jika diperkatakan tentang makanan yang terkenal di Kuala Kangsar ialah laksa dan cendol. “Laksa Kuala” tidak sama dengan laksa di tempat-tempat lain. Manakala, cendol

dikatakan mempunyai kelainan iaitu daripada rasa asli cendol yang mempunyai pelbagai pilihan seperti cendol pulut dan cendol kacang. Setiap tahun pasti ada acara tahunan di bandar yang bersejarah ini seperti pesta air dan pesta panjut sempena Ulangtahun Sultan Perak.

Secara keseluruhannya, Kuala Kangsar mempunyai tarikannya yang unik dan tersendiri. Di sini terdapat beberapa faktor tarikan yang sedia ada sejak dahulu lagi. Namun, faktor-faktor sedia ada ini perlu dibuat penambahbaikan di samping mendedahkan faktor lain sebagai tarikan baharu. Faktor ini perlu dibangunkan dengan suntikan strategi pemasaran bagi melonjakkan lagi kemajuan industri pelancongan khususnya buat negeri Perak di samping mengekalkan imej Kuala Kangsar sebagai destinasi pelancongan yang beridentiti sendiri.

Analisis Trend Kedatangan Pelancong ke Kuala Kangsar

Persoalan sejauh mana pengetahuan pelancong tempatan tentang lokasi pelancongan yang terdapat dalam Bandar Diraja Kuala Kangsar perlu ditentukan kerana ia mampu mempengaruhi trend kedatangan pelancong dan seterusnya memberi implikasi terhadap strategi pemasaran yang dipraktikkan. Analisis trend kedatangan pelancong ke Kuala Kangsar yang dibentangkan dalam bahagian ini meliputi umur, bangsa, jantina, status perkahwinan, pendapatan, kekerapan lawatan, saiz kumpulan lawatan dan juga mod pengangkutan yang digunakan semasa berkunjung ke lokasi pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar. Secara puratanya, umur pelancong tempatan yang disoal selidik sepanjang kajian lapangan menunjukkan kategori umur pelancong dalam lingkungan 26-30 sebagai kumpulan umur paling ramai ditemui sedang melancong di bandar Diraja Kuala Kangsar dan diikuti oleh kategori umur 16-20 tahun (rujuk

Jadual 1 Jadual silang umur responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

	Kekerapan ke lokasi				Jumlah
	Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Umur					
	10-15 Tahun	1	2	0	3
	16-20 tahun	10	2	2	20
	21-25 tahun	8	2	2	17
	26-30 tahun	13	2	2	25
	31-35 Tahun	6	0	1	8
	36-40 Tahun	1	2	1	6
	41-45 Tahun	0	0	0	2
	46-50 Tahun	3	3	0	7
	51-55 tahun	5	1	0	8
	61 dan ke atas	2	0	0	4
	Jumlah	49	14	8	100

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Jadual 1). Data menunjukkan kategori umur pelancong muda paling mudah ditemui di lokasi pelancongan berbanding dengan kumpulan umur yang lain. Ia berlaku mungkin bersesuaian dengan jiwa dan perwatakan golongan muda yang mempunyai semangat berkobar-kobar ingin tahu dan mendapat pengalaman di lokasi pelancongan yang mereka kunjungi di samping mempunyai faktor ekonomi kukuh kerana sudah mempunyai kerjaya tetap.

Sementara bangsa Melayu merupakan bangsa paling ramai ditemui dan disoal selidik sepanjang kajian lapangan dijalankan di lokasi kajian (rujuk Jadual 2).

Jadual 2 Jadual silang bangsa responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

		Kekerapan ke lokasi				Jumlah
		Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Bangsa	Melayu	44	12	8	25	89
	Cina	4	1	0	1	6
	India	0	0	0	1	1
	Jawa	1	1	0	2	4
	Jumlah	49	14	8	29	100

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Jadual 3 Jadual silang jantina responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

		Kekerapan ke lokasi				Jumlah
		Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Jantina	Lelaki	35	11	7	22	75
	Perempuan	14	3	1	7	25
	Jumlah	49	14	8	29	100

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Keadaan ini bersesuaian dengan tarikan atribut tempat pelancongan di Kuala Kangsar yang berbentuk tarikan istana, masjid, makanan mahupun peralatan mampu menarik bangsa Melayu untuk mendekati dan menyelami produk pelancongan yang terdapat di Kuala Kangsar. Malahan penduduk di Kuala Kangsar didominasi oleh kaum Melayu sejak dahulu lagi dan tidak hairanlah jika produk pelancongan yang terdapat di Kuala Kangsar juga lebih berjaya menawan hati pelancong Melayu lebih daripada bangsa lain. Daripada segi jantina, didapati lebih ramai pelancong lelaki ditemui di lokasi kajian berbanding dengan pelancong wanita (rujuk Jadual 3). Ini bersesuaian dengan kemudahan pengangkutan awam yang terdapat di Kuala Kangsar yang sangat terhad. Kebanyakan pelancong tempatan yang ditemui menggunakan kenderaan sendiri untuk pergi ke lokasi pelancongan di Kuala Kangsar kerana lebih mudah untuk bergerak di samping terhadnya pengangkutan awam yang terdapat di situ. Perkara ini merupakan

satu halangan kepada perkembangan sektor pelancongan di Kuala Kangsar kerana bukan semua pengunjung mempunyai kenderaan sendiri terutamanya dalam kalangan pelancong wanita. Jadi pergantungan kepada mod pengangkutan awam sangat tinggi.

Status responden menunjukkan tidak wujud perbezaan dalam kalangan pelancong tempatan sama ada yang berkeluarga atau bujang semasa membuat keputusan berkunjung ke lokasi pelancongan di Kuala Kangsar. Jadual 4 menunjukkan jadual silang status perkahwinan responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar yang nampak seimbang.

Jadual 4 Jadual silang status perkahwinan responden dengan kekerapan Lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

		Kekerapan ke lokasi				Jumlah
		Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Status	Berkahwin	23	7	3	12	45
	Bujang	25	7	5	17	54
	Janda/Duda	1	0	0	0	1
	Jumlah	49	14	8	29	100

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Jadual 5 Jadual silang pendapatan responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

		Kekerapan ke lokasi				Jumlah
		Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Pendapatan Responden	Tidak dinyatakan	1	0	0	0	1
	RM 0 - RM 500	16	3	2	8	29
	RM 501 - RM 1000	5	2	2	7	16
	RM 1001 - RM 1500	7	3	2	3	15
	RM 1501 - RM 2000	5	1	1	5	12
	RM 2001 - RM 2500	5	0	1	0	6
	RM 2501 - RM 3000	5	3	0	3	11
	RM 3001 - RM 3500	0	0	0	2	2
	RM 3501 - RM 4000	3	1	0	0	4
	RM 4001 - RM 4500	0	1	0	0	1
	RM 4501 - RM 5000	1	0	0	0	1
	RM 5001 dan ke atas	1	0	0	1	2
Jumlah	49	14	8	29	100	

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Sementara Jadual 5 menunjukkan kekerapan lawatan responden ke kawasan pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar berdasarkan jumlah pendapatan. Didapati, meskipun pendapatan responden kecil (<RM1000) namun jumlah kekerapan lawatan ke lokasi pelancongan tinggi. Keadaan ini mungkin dipengaruhi oleh beberapa faktor

contohnya bayaran kemasukan ke lokasi pelancongan yang rendah, kos keseluruhan semasa melancong rendah berbanding dengan kunjungan ke lokasi pelancongan lain dan lokasi tempat tinggal responden berhampiran dengan Bandar Diraja Kuala Kangsar.

Lawatan responden ke lokasi pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar menunjukkan kedatangan pelancong secara berkeluarga dan dalam kumpulan rombongan lebih dominan berbanding dengan bentuk pelancongan bersendirian (rujuk Jadual 6). Keadaan ini pastinya memberi cabaran kepada infrastruktur sedia ada agar ia seimbang dengan keperluan dan kehendak pelancong.

Jadual 6 Jadual silang saiz kumpulan lawatan responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

		Kekerapan ke lokasi				Jumlah
		Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Siapa yang datang bersama responden ke lokasi	Bersendirian	0	0	2	4	6
	Berpasangan/berdua	8	1	2	1	12
	Berkeluarga	23	8	2	9	42
	Rakan-rakan/Rombongan	18	5	2	15	40
	Jumlah	49	14	8	29	100

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Sementara itu, Jadual 7 menunjukkan mod pengangkutan yang digunakan oleh pelancong semasa berkunjung ke lokasi kajian. Penggunaan kenderaan sendiri yang bersifat lebih praktikal banyak digunakan oleh responden semasa soal selidik dijalankan. Terdapat juga pelancong yang berpandangan kesukaran mendapatkan kemudahan perkhidmatan awam yang murah dan pelbagai pilihan mendorong mereka menggunakan kenderaan sendiri. Keadaan ini merupakan satu cabaran kepada agensi pembangunan sektor pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar untuk merangka pelan dan strategi yang bersesuaian meningkatkan kapasiti dan kecekapan sistem pengangkutan awam agar ia responsif dengan permintaan pelancong.

Jadual 7 Silang mod pengangkutan responden dengan kekerapan lawatan ke Bandar Diraja Kuala Kangsar

Jenis pengangkutan yang digunakan untuk ke lokasi	Kekerapan ke lokasi				Jumlah
	Pertama Kali	Kedua Kali	Ketiga Kali	Melebihi Tiga Kali	
Kereta sendiri	37	11	5	19	72
Menumpang kereta kawan	7	1	2	5	15
Bas rombongan	1	0	0	3	4
Motosikal	4	2	1	2	9
Jumlah	49	14	8	29	100

Sumber: Kajian Lapangan, Disember (2012)

Hakikatnya, status Kuala Kangsar sebagai Bandar Diraja yang pertama di Malaysia masih belum cukup kuat menjadikan Kuala Kangsar dikenali sepenuhnya dalam kalangan masyarakat Malaysia apatah lagi di peringkat antarabangsa. Ini dapat diperhatikan apabila penekanan lebih kepada pengukuhan pasaran produk beridentiti khusus iaitu labu sayong dan dikatakan kekuatan utama produk pelancongan daerah Kuala Kangsar adalah sejarah (Diraja), seni, budaya dan warisan. Terdapat tempat yang berpotensi tidak diketengahkan seperti kawasan rekreasi Lake Retreat, Kem Intan Suraya dan Air Terjun Kati, Pusat Kraftangan Enggor, Hutan Lipur dan Lata Ulu Kenas. Sebenarnya, produk pelancongan diklasifikasikan kepada pelancongan sejarah, seni, budaya dan warisan, akua-pelancongan, agro-pelancongan, sukan dan rekreasi, dan pendidikan. Antara sukan air yang boleh diketengahkan sebagai daya tarikan pelancongan di Kuala Kangsar ialah seperti Sukan Air dan Pesta Panjut Sempena Keputeraan DYMM Paduka Seri Sultan Perak. Sementara Karnival Vespa dan Motor Klasik, Kejohanan Petanque Terbuka Kebangsaan, Sambutan Hari Peladang Peringkat Negeri Perak serta Acara ragbi MCOBA dan lumba basikal (Kuala Kangsar MTB Jamboree) juga merupakan antara tarikan yang boleh diketengahkan sebagai produk pelancongan. Kebergantungan kepada produk pelancongan yang sedia ada perlu seiring dengan usaha bersifat proaktif untuk mengukuhkan persepsi para pelancong terhadap imej Kuala Kangsar. Berdasarkan situasi ini, ia menarik minat penulis untuk mengenal pasti sejauh manakah pengetahuan sedia ada para pelancong terhadap tempat-tempat pelancongan di daerah Kuala Kangsar.

Implikasi Trend Kedatangan Pelancong Tempatan kepada Strategi Pemasaran di Bandar Diraja Kuala Kangsar

Secara ringkasnya, trend kedatangan pelancong tempatan di Bandar Diraja Kuala Kangsar telah dihuraikan dengan menggunakan kaedah jadual silang seperti di bahagian sebelumnya. Perbincangan bahagian ini akan memfokuskan kepada implikasi trend kedatangan pelancong kepada strategi pemasaran yang dijalankan oleh pihak bertanggungjawab membangunkan sektor pelancongan berasaskan elemen Diraja dan warisan di Kuala Kangsar. Implikasi boleh dibincangkan daripada perspektif berikut:

- a. Mempelbagaikan produk pelancongan yang boleh memberi pengalaman sebenar kepada pelancong
Kebanyakan tujuan pelancongan dibuat sejak akhir-akhir ini untuk memperoleh pengalamansebenardi lokasi atausebagai peserta aktif. Pelancong ingin memperoleh pengalaman sebenar di lokasi terutamanya melalui produk pelancongan tradisi yang sukar didapati pada zaman ini. Ia akan menjadi kenangan terindah apabila kembali semula ke tempat asal mereka dan mungkin boleh mempengaruhi orang lain untuk berkunjung ke lokasi tersebut pada masa akan datang.

b. Menaik taraf infrastruktur sedia ada

Infrastruktur asas di sesuatu lokasi pelancongan memainkan peranan sangat dominan dalam menarik sejumlah pengunjung dan memastikan berlakunya kunjungan semula selepas itu. Ini kerana infrastruktur yang tidak mencukupi dan tidak diselenggarakan dengan baik akan mengurangkan minat pengunjung ke lokasi pada masa akan datang. Di Bandar Diraja Kuala Kangsar didapati infrastruktur asas seperti papan tanda penunjuk arah lokasi pelancongan tidak mencukupi dan mengelirukan pelancong. Papan tanda arah lokasi pelancongan sepatutnya dibezakan dengan warna yang berlainan agar pelancong dapat mengesan dengan cepat tanpa perlu melakukan kesilapan semasa memandu. Di Bandar Diraja Kuala Kangsar juga didapati mempunyai sistem pengangkutan awam yang terhad dan tidak mencukupi. Keadaan ini mungkin ada kaitan dengan jumlah pengguna yang kecil di Bandar Diraja Kuala Kangsar. Namun, untuk memastikan sektor pelancongan di Bandar Diraja ini berkembang pada masa hadapan ia harus disokong oleh kemudahan infrastruktur pengangkutan yang menyeluruh, lengkap dan tepat pada masa.

c. Menambah jumlah agensi dan pemandu pelancong dan meningkatkan promosi terhadap produk pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar

Terdapat satu agensi pelancongan dan seorang pemandu pelancong yang bertanggungjawab menguruskan aktiviti pelancongan di Bandar Kuala Kangsar setakat kajian ini dijalankan dan jumlah ini tidak mencukupi. Promosi terhadap produk pelancongan juga tidak meluas dan pelancong sukar memperoleh maklumat. Terdapat banyak produk tempatan yang berpotensi diketengahkan sebagai produk pelancongan namun ia memerlukan proses penjenamaan semula terutamanya melibatkan peningkatan dan pengekalan kualiti serta pembungkusan.

Kesimpulan

Status Kuala Kangsar sebagai Bandar Diraja yang pertama di Malaysia masih belum cukup kuat menjadikan Kuala Kangsar dikenali sepenuhnya dalam kalangan masyarakat Malaysia apatah lagi di peringkat antarabangsa. Penekanan pendekatan pemasaran sedia ada lebih kepada pengukuhan pasaran produk beridentiti khusus iaitu labu sayong dan dikatakan kekuatan utama produk pelancongan daerah Kuala Kangsar adalah sejarah (Diraja), seni, budaya dan warisan. Kebergantungan kepada produk pelancongan yang sedia ada perlu seiring dengan usaha proaktif untuk mengukuhkan persepsi para pelancong terhadap imej Kuala Kangsar. Faktor ini perlu dibangunkan dengan suntikan strategi pemasaran baharu bagi melonjakkan lagi kemajuan industri pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar khususnya dan di negeri Perak secara amnya. Ini kerana, kedatangan para pelancong ke Kuala Kangsar boleh dikaitkan dengan usaha pihak bertanggungjawab bagi menarik kemasukan pelancong secara berterusan. Hakikatnya, strategi pemasaran produk pelancongan yang lemah menyumbang kepada

jumlah kemasukan pelancong yang rendah ke sesebuah destinasi pelancongan. Usaha penambahbaikan yang berterusan melalui penelitian terhadap aspek strategi pemasaran paling bersesuaian dengan kekuatan tempat bagi meningkatkan kedatangan para pelancong mengunjungi Kuala Kangsar perlu diperhebatkan.

Rujukan

- Fauziah Che Leh, Nek Kamal Yeop Yunus, Baharudin Omar & Ahmad Zainal Abidin Abd Razak. (2013). Issues and Problems of Marketing of Tourism Product at Royal Town of Kuala Kangsar, Perak. *4th Social, Development and Environmental Studies International Conference 2013*. Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, UKM, 19 Mac 2013.
- Fauziah Che Leh, Nek Kamal Yeop Yunus, Baharudin Omar & Ahmad Zainal Abidin Abd Razak. (2013). Pemasaran Tempat sebagai Strategi Persaingan dalam Sektor Pelancongan Warisan dan Diraja, Kajian Kes: Bandar Diraja Kuala Kangsar, Perak. *Seminar Sehari Penyelidikan Fakulti Sains Kemanusiaan 2013*. Fakulti Sains Kemanusiaan, UPSI, 3 Jun 2013.
- Majlis Perbandaran Kuala Kangsar. (2011). Laporan Awal I & II, Mesyuarat Penyelarasan, Rancangan Tempatan Daerah Kuala Kangsar 2020.
- Kotler, P. Armstrong, G. Wong, V. & Saunders, J.A. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Education: Prentice Hall, United State.

