

# PROSPEK PENGEMBANGAN WISATA DANAU BANDAR KAYANGAN LEMBAH SARI KOTA PEKANBARU

Oleh :  
Sri Wulandari  
Pembimbing : Tri Sukirno Putro dan Toti Indrawati

*Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia*  
*Email : [Wulandari461@gmail.com](mailto:Wulandari461@gmail.com)*

*Prospects Of Tourism Development Danau Bandar Kayangan Lembah Sari  
In Pekanbaru*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to know the prospects of tourism development Kayangan Lake Bandar Lembah Sari Pekanbaru city, and to identify and analyze the factors driving and inhibiting the development of Bandar Kayangan Lake travel Lembah Sari Pekanbaru. The population in this study are all the visitors who come to Lake City Kayangan Lembah Sari Pekanbaru City in 2015. The sampling technique used is non-probability sampling is a sampling technique that does not give an opportunity or equal opportunity for each element or member of the population to be elected sample. Data is collected when visitors are in Lake City Kayangan Lembah Sari Pekanbaru. Determination of a minimum number of samples for the study was calculated based on a decent sample size between 30 - 500 in this study using a sample of 100 respondents. The results showed that the SWOT analysis in prospect in the development of Lake City Kayangan Lembah Sari is known that as a strength that is: Develop attractions clearly, Pendidikan training in order to reduce costs in the operations of attraction, usage attractions computerized, cooperation with those who need Attraction , As a drawback, namely: Snag a job based on experience, A review of the potential attractions, There are no emergency procedures about tourist attractions, audit results on the attraction was not followed up. As Opportunity namely: The policy change agency to attractions, budget constraints for operational attractions, existence of the latest technology of attractions, attractions obtaining licensing requirement.*

*Keyword : Prospects, Development, SWOT.*

## PENDAHULUAN

Salah satu kawasan obyek wisata di Provinsi Riau yang menarik adalah Danau Buatan Pekanbaru. Namun pemerintah Kota Pekanbaru mengganti nama Danau Buatan menjadi Danau Bandar Kayangan

Lembah Sari atau lebih dikenal dengan Danau Kayangan. Danau ini merupakan *icon* wisata Kota Pekanbaru serta salah satu objek wisata yang mengangkat kepariwisataan Provinsi Riau. (Renstra Dinas Pariwisata dan

Ekonomi Relatif Provinsi Riau, 2015).

Danau Kayangan terletak di Kelurahan Limbung, Kecamatan Rumbai, Pekanbaru dan kira-kira dari pusat kota berjarak sekitar 15 km dan menempuh waktu perjalanan sekitar 15 sampai 20 menit. Bagi kita yang ingin mencoba mengunjungi tempat ini akses jalannya sangat mudah dan kita dapat mengendarai kendaraan pribadi, menyewa kendaraan ataupun menggunakan jasa kendaraan umum. Letak Danau Kayangan ini lebih jelasnya berada di daerah perbukitan lembah sari. (Lakip Dinas Pariwisata dan Ekonomi Relatif Provinsi Riau, 2015)

Namun karena kurangnya perawatan yang dilakukan pemerintah menyebabkan fasilitas di danau buatan ini tidak terawat. Selain itu, promosi yang kurang menyebabkan danau ini sepi pengunjung. Pengunjung yang datang hanya pada saat hari libur.

Kawasannya wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari memiliki luas 14 hektar (Renstra Dinas Pariwisata dan Ekonomi Relatif Provinsi Riau, 2015). Posisi sektor pariwisata Kota Pekanbaru sangat penting sebagai salah satu bisnis inti Kota Pekanbaru. Dengan penetapan pariwisata sebagai salah satu bisnis inti, perhatian pemerintah terhadap pengembangan pariwisata akan bertambah besar dan pembangunan pariwisata menjadi prioritas dalam pembangunan daerah.

Tujuan pengembangan pariwisata Kota Pekanbaru adalah menjadikan pariwisata sebagai bagian dalam mewujudkan dan mengisi pola pembangunan pariwisata nasional, dan salah satu kegiatan ekonomi serta sumber pendapatan daerah.

Tujuan pengembangan pariwisata yang telah ditetapkan ini diharapkan dapat memacu perkembangan pariwisata di Kota Pekanbaru. Pariwisata di Kota Pekanbaru sudah menjadi salah satu kegiatan ekonomi daerah, walaupun sebagian besar belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap *perekonomian daerah*.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut sehubungan dengan keberadaan Danau Buatan Limbung Kota Pekanbaru dengan menuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: "Analisis Prospek Pengembangan Wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru".

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana prospek pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru? 2) Apa saja faktor pendorong dan penghambat pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru?

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui prospek pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis faktor pendorong dan penghambat pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru.

## **TELAAH PUSTAKA**

### **Sektor Pariwisata**

Dalam Undang-Undang RI No. 3 Tahun 1994 dinyatakan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata.

Pada prinsipnya dimaksud dengan objek wisata adalah segala sesuatu yang dapat dilihat atau disaksikan, sedemikian rupa sehingga sesuatu itu menjadi daya tarik bagi orang-orang yang berkunjung ke suatu tempat atau kawasan wisata tertentu. Segala sesuatu yang dapat dijadikan objek wisata itu berupa benda-benda alam (*natural resources*) dan dapat pula berupa hasil karya seni manusia (baik kuno maupun baru) atau adaptasi istiadat/kebiasan-kebiasan suatu masyarakat (*the way of life*) yang khas dan unik (Pangemanan, 2003: 43).

Objek wisata merupakan barang yang tidak berorientasi pada harga pasar atau bersifat non pasar. Barang-barang non pasar biasanya diberi nilai yang lebih rendah dari nilai sebenarnya. Maka berarti bahwa pendekatan penilaiannya memerlukan pendekatan tertentu, yang dikenal sebagai pendekatan terhadap harga (Sinden dan Worrel, 1993: 47).

Suatu objek wisata yang pemanfaatannya tidak dikenakan tarif dapat disebut sebagai barang publik. Nicholson (2009: 37) menyatakan bahwa barang publik (murni) mempunyai sifat *non eksklusif* dan *non rivalry*. Non eksklusif artinya tidak ada seorangpun dalam komunikasi yang dapat dicegah memanfaatkan suatu benefit, baik ia membayar atau tidak. Seandainya ada upaya pencegahan tersebut, maka biasanya akan sangat tinggi. Ciri kedua barang publik adalah tidak mempunyai saingan (*non rivalry*). Suatu barang tersebut tidak mempunyai saingan seandainya unit-unit tambahan dapat dikonsumsi dengan biaya sosial marjinal non ekonomis. Contoh yang dapat dikemukakan misalnya, sekali

jembatan dibangun, setiap mobil bisa lewat tanpa mengeluarkan biaya tambahan berapa kalipun mobil itu lewat.

### **Pengembangan**

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, Pengembangan berasal dari kata dasar *kembang* yang berarti menjadi bertambah sempurna. Kemudian mendapat imbuhan *pe-* dan *-an* sehingga menjadi pengembangan yang artinya proses, cara atau perbuatan mengembangkan.

Jadi pengembangan di sini adalah usaha sadar yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan agar lebih sempurna dari pada sebelumnya. Proses, cara, perbuatan mengembangkan: pemerintah selalu berusaha dalam pembangunan secara bertahap dan teratur yg menjurus ke sasaran yg dikehendaki.

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu : (Nicholson, 2009: 37)

- a. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- b. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari

tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.

- c. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Dalam pengembangan sebuah obyek wisata sarana dan prasarana tersebut harus dilaksanakan sebaik mungkin karena apabila suatu obyek wisata dapat membuat wisatawan untuk berkunjung dan betah untuk melakukan wisata disana maka akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga untuk peningkatan ekonomi baik untuk komunitas di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah.

### **Pariwisata dan Rekreasi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pariwisata dapat diartikan sebagai hal yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan dan turis. Pariwisata terbagi ke dalam pariwisata lokal yaitu kegiatan pariwisata yang ruang lingkungannya terbatas tempat tertentu saja dan pariwisata masa yaitu kegiatan kepariwisataan yang meliputi jumlah orang yang banyak dari berbagai tingkat sosial ekonomi. Rekreasi secara harfiah dapat diartikan sebagai penyegaran kembali badan dan pikiran; sesuatu yang menggembirakan hati dan menyegarkan seperti hiburan, piknik dan lain-lain (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2005: 73).

Pariwisata terkait dengan kegiatan wisata. Wisata adalah kegiatan yang meliputi perjalanan ke tempat tujuan atau komunitas yang

terkenal dalam periode jangka waktu yang singkat, dalam rangka mewujudkan kepuasan kebutuhan konsumen untuk satu atau kombinasi kegiatan (Gilbert, 1990 dalam Vanhove, 2005: 37).

Menurut Vanhove (2005: 39), tipe wisata dalam *tourism satellite account* dapat dibedakan menjadi:

1. Wisata Domestik, yaitu wisata yang dilakukan oleh penduduk suatu Negara dengan tujuan kunjungan kedalam negara mereka sendiri.
2. Wisata *Inbound*, yaitu wisata yang dilakukan di dalam suatu negara oleh pengunjung yang bukan penduduk negara tersebut.
3. Wisata *Outbound*, yaitu wisata yang dilakukan dengan tujuan kunjungan ke luar negeri.
4. Wisata Internal, yaitu kombinasi wisata domestik dan wisata *inbound*.
5. Wisata Nasional, yaitu wisata oleh penduduk suatu negara dengan tujuan kunjungan ke luar negeri.
6. Wisata Internasional, yaitu kombinasi dari wisata *inbound* dan wisata *outbound*.

### **Taman Wisata Alam**

Pengertian taman wisata alam menurut Undang-Undang RI No.5 tahun 1990 tentang konservasi sumber daya alam hayati dan ekosistemnya, taman wisata alam adalah kawasan pelestarian alam yang terutama dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam. Kriteria taman wisata alam berdasarkan keputusan menteri pertanian No.681/KPTS/UM/1981 dalam Dewi (2005: 29) adalah:

- 1) Kawasan yang ditunjuk memiliki keadaan alam yang menarik dan indah baik secara alamiah maupun buatan manusia, dan
- 2) Memenuhi kebutuhan manusia akan rekreasi dan terletak dekat pusat-pusat pemukiman penduduk. Modal dasar dalam pengembangan wisata alam. Menurut Departemen Kehutanan (1982: 17) pada hakekatnya adalah sumberdaya dan tata lingkungan berupa:
  - 1) flora, baik jenis maupun keragamannya,
  - 2) fauna, baik jenis maupun keragamannya,
  - 3) tata lingkungan alam yaitu bentuk dari sistem hubungan timbal balik antara unsur dalam alam baik hayati maupun non hayati yang saling tergantung dan saling mempengaruhi,
  - 4) gejala alam yaitu bentuk sumberdaya alam yang dipengaruhi oleh kondisi fisik bumi, seperti susunan geomorfologi, air terjun, sumber air panas dan kawah, dan
  - 5) pemandangan alam yaitu bentuk sumber daya alam dan tata lingkungannya yang ditentukan oleh ciri khasnya.

#### **Permintaan Rekreasi dan Wisata**

Permintaan rekreasi terbagi kedalam dua bagian yaitu: 1) permintaan potensial (*potential demand*), yaitu seseorang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan rekreasi karena mempunyai uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum memiliki waktu luang untuk bepergian sebagai wisatawan. 2) permintaan aktual (*aktual demand*), yaitu seseorang yang sedang

melakukan perjalanan rekreasi ke suatu daerah tujuan tertentu (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1990). Middleton, 2001 dalam Vanhove, 2005 merangkum faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata kedalam sembilan faktor, antara lain: faktor ekonomi, perbandingan harga, factor demografi, faktor geografi, kondisi sosial dan budaya, mobilitas, pemerintah/peraturan pemerintah, media komunikasi, dan teknologi informasi dan komunikasi.

Syaukani, 2006 menyatakan bahwa "ekoturisme" atau wisata alam kini telah menjadi tren pariwisata dunia dengan tujuan wisata untuk jelajah alam, melihat tumbuhan dan satwa liar, memasuki gua, berdialog dengan masyarakat asli, menikmati pemandangan alam, dan lain-lain. Semua ini menunjukkan betapa "alam yang asli" sebetulnya bisa dijual ke sektor pariwisata dan Indonesia sebagai negara yang memiliki keanekaragaman hayati dan budaya dapat memanfaatkan kekayaan alamnya untuk pengembangan pariwisata selanjutnya. Prinsip pokok dari pengembangan dan pengelolaan objek wisata alam adalah tetap mempertahankan kelestarian objek itu sendiri. Dikatakan pula bahwa pengembangan objek wisata alam bertujuan untuk didatangi masyarakat sehingga masyarakatlah yang berkepentingan dalam konservasi ini.

#### **Analisis SWOT**

Fred R. David (2006: 113) mendefinisikan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan

keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan.

Menurut Fred R. David(2002), teknik perumusan strategi yang penting dapat diintegrasikan ke dalam kerangka kerja pengambilan keputusan tiga tahap. Alat yang disajikan dalam kerangka kerja ini dapat digunakan untuk semua ukuran dan tipe organisasi dan dapat membantu penyusun strategi mengidentifikasi dan memilih strategi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru yang terletak di Kelurahan Limbungan, Kecamatan Rumbai, Pekanbaru. Alasan pemilihan lokasi ini karena tempat wisata pertama yang ada di Kota Pekanbaru yang membutuhkan perhatian khusus dan perawatan adalah Danau Buatan ini. Selain itu, danau ini membutuhkan promosi khusus agar dapat menarik wisatawan kembali sebab awal pendirian danau, pengunjung cukup ramai tetapi saat ini pengunjung mengalami penurunan.

Menurut Roscoe dalam Sugiono (2011: 91) penentuan jumlah minimal sample untuk penelitian dihitung berdasarkan ukuran sampel yang layak antara 30 – 500. maka dalam penelitian ini menggunakan sample sebesar 100 responden.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh penulis langsung dari lokasi objek penelitian dengan menyebar kusioner. Data penilaian pengunjung secara umum terhadap Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru yang meliputi umur, pendapatan, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan responden dan dari mana saja pengunjung berasal.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua atau data yang diperoleh dari instansi atau Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Pekanbaru dan hasil publikasi pihak lain dan kepustakaan yang dianggap relevan didalam penelitian ini. Data sekunder seperti sejarah perkembangan danau, Jumlah Pengunjung, Tingkat pendapatan dari danau.

Menurut Rangkuti (2008: 78) metode ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan melalui analisis SWOT dengan cara menganalisis faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan matriks EFE dan IFE. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi. Data faktor eksternal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan persoalan ekonomi, budaya, sosial, lingkungan, demografi, politik, hukum, pemerintahan, teknologi, dan persaingan pasar. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Data faktor internal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan

dengan beberapa fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, sistem informasi, dan produksi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sehubungan dengan penerapan strategi SWOT dalam Prospek Pengembangan Wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru, maka dapat digambarkan strategi yang dapat dilaksanakan agar hasil pengembangan ini benar-benar dapat berjalan sebagai mana mestinya. Pengembangan yang berhasil apabila ada perkembangan dari Objek Wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru.

Lokasi kawasan objek Wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru secara geografi terletak di wilayah Kecamatan Rumbai Pesisir, berjarak kurang lebih 7 Km dari pusat Kota Pekanbaru. Kontur letak objek wisata ini memiliki keunikan karena lahan yang kurang lebih seluas 14 ha ini dirancang dengan danau ditengahnya untuk wahana permainan air dan tempat olahraga air.

Berikut akan digambarkan Stategi SWOT dalam Prospek Pengembangan Wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru.

### **Matriks Faktor Strategi Eksternal**

Sebagaimana telah diungkapkan bahwa sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal. Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal:

- a. Susunlah dalam kolom 1 daftar faktor-faktor utama yang mempunyai dampak penting pada kesuksesan atau kegagalan usaha yang terdiri berbagai peluang (*opportunities*) dan ancaman(*threats*).
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2. Jumlah seluruh bobot harus sebesar 1,0. Nilai bobot dicari dan dihitung berdasarkan rata-rata industrinya. Nilai bobot yang ditentukan adalah :
  - 0,20 atau 20% : Kuat atau tinggi
  - 0,15 atau 15% : Diatas rata-rata
  - 0,10 atau 10% : Rata-rata
  - 0,05 atau 5% : Dibawah rata-rata
  - 0,00 atau 0% : Tidak terpengaruh.
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (sangat lemah) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4. Rating ditentukan berdasarkan efektivitas strategi objek wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Pekanbaru. Dengan demikian, nilainya didasarkan pada kondisi objek wisata tersebut.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor.
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka disajikan tabel matrik EFE pengunjung sebagai berikut:

Tabel.1  
Matriks IFE Pengunjung Danau Bandar Kayangan Lembah Sari

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Rating (R)	Bobot (B)	B x R
<b>I. KEKUATAN</b>				
a.	Pemandangan alam yang indah, berhawa sejuk dan asri	3.41	0.164	0.55924
b.	Objek wisata yang menarik dan unik	2.99	0.143	0.42757
c.	Keramahan masyarakat sekitar	2.91	0.118	0.34338
d.	Paket wisata yang lengkap dengan beberapa pilihan fasilitas (kuliner, edukasi, outbond)	2.91	0.118	0.34338
<b>II. KELEMAHAN</b>				
a.	Kurangnya atraksi wisata	2.39	0.0835	0.19957
b.	Promosi belum maksimal	2.34	0.087	0.20358
c.	Kurangnya toko souvenir	2.13	0.1025	0.21833
d.	Harga dalam fasilitas objek wisata maupun harga makanan menurut pengunjung terlalu mahal	2.64	0.1	0.264
e.	SDM Rendah kualitasnya	2.6	0.084	0.2184
<b>TOTAL</b>			<b>1</b>	<b>2.77744</b>

Sumber : Data Olahan, 2016

Berdasarkan Matriks EFE pengunjung di atas, total nilai

tertimbangnya adalah 2,77827. Hal ini menunjukkan bahwa Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru merespons dengan cukup baik terhadap faktor-faktor eksternalnya yaitu objek wisata ini cukup baik dalam memanfaatkan peluang serta menghindari ancaman yang ada.

### Matriks Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. Tahapnya adalah :

- a. Susunlah dalam kolom 1 yang terdiri dari faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2. Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (sangat lemah) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya.

Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri, nilainya adalah 4. Rating mengacu pada kondisi objek wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari, sedangkan bobot mengacu pada industri pariwisata di mana objek wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari berada.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4 sampai dengan 1.
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka disajikan tabel matrik IFE pengunjung sebagai berikut:

Tabel.2  
Matriks IFE Pengunjung Danau Bandar Kayangan  
Lembah Sari

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Rating (R)	Bobot (B)	B x R
<b>I. KEKUATAN</b>				
a.	Pemandangan alam yang indah, berhawa sejuk dan asri	3.41	0.164	0.55924
b.	Objek wisata yang menarik dan unik	2.99	0.143	0.42757
c.	Keramahan masyarakat sekitar	2.91	0.118	0.34338
d.	Paket wisata yang lengkap dengan beberapa pilihan fasilitas (kuliner, edukasi, outbond)	2.91	0.118	0.34338
<b>II. KELEMAHAN</b>				
a.	Kurangnya atraksi wisata	2.39	0.0835	0.19957
b.	Promosi belum maksimal	2.34	0.087	0.20358
c.	Kurangnya toko souvenir	2.13	0.1025	0.21833
d.	Harga dalam fasilitas objek wisata maupun harga makanan menurut pengunjung terlalu mahal	2.64	0.1	0.264
e.	SDM Rendah kualitasnya	2.6	0.084	0.2184
<b>TOTAL</b>			<b>1</b>	<b>2.77744</b>

Sumber: Data Olahan, 2016

Total nilai tertimbang Matriks IFE Pengunjung sebesar 2,77744. Hal ini menunjukkan nilai di atas 2,5 berarti mengindikasikan posisi internal yang kuat yang dimiliki Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru.

### Matrik SWOT

Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Berikut disajikan matrik SWOT Hasil penelitian.

Tabel.3  
formulasi Strategi Swot

FKK INTERNAL	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
FKK EKSTERNAL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemandangan alam yang indah, berhawa sejuk dan asri.</li> <li>2. Objek wisata yang menarik dan unik.</li> <li>3. Keramahan masyarakat sekitar</li> <li>4. Paket wisata yang lengkap dengan beberapa fasilitas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya atraksi wisata seperti pergelaran kesenian</li> <li>2. Promosi belum maksimal</li> <li>3. Kurangnya toko souvenir</li> <li>4. Harga dalam fasilitas objek wisata maupun harga makanan menurut pengunjung terlalu mahal.</li> <li>5. SDM rendah kualitasnya</li> </ol>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sektor Pariwisata yang semakin berkembang dan semakin diminati.</li> <li>2. Menyerap tenaga kerja di daerah sekitar objek wisata yang dapat mengurangi pengangguran.</li> <li>3. Melestarikan budaya</li> <li>4. Teknologi yang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga kebersihan lingkungan dan keindahan alam.</li> <li>2. Menjaga kelestarian keunikan objek wisata.</li> <li>3. Meningkatkan sarana-prasarana dan fasilitas objek wisata.</li> <li>4. Menjaga nama baik dari opini positif wisatawan.</li> </ol>

semakin berkembang		
5. Omongan atau opini positif dari wisatawan ke orang lain.		
<b>Threats (Ancaman)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Persaingan pariwisata antar objek wisata</li> <li>Terjadinya bencana/gangguan alam</li> <li>Kondisi jalan raya yang rusak</li> <li>Kurangnya alat transportasi umum</li> <li>Kurangnya dukungan Pemerintah dalam promosi maupun sarana-prasarana.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mengadakan kerja sama dengan objek wisata yang berdekatan.</li> <li>Menuntut kepedulian Pemerintah dalam mengatasi kondisi jalan raya yang rusak.</li> <li>Menawarkan alat transportasi umum yang langsung ke objek wisata.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kualitas keunggulan objek wisata untuk mengatasi persaingan pariwisata.</li> <li>Kerja sama dengan Pemerintah untuk membantu promosi atau memasarkan objek wisata.</li> </ol>

Sumber: Data Olahan, 2016

Dalam penelitian ini, diperoleh Strategi SWOT dalam prospek pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembagah Sari Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

a. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan dalam prospek pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembagah Sari Kota Pekanbaru adalah:

- Lokasi dan potensi alam dari objek wisata
- Pengalaman cukup dalam bidang kepariwisataan
- Pelatihan dan kemampuan mengenai kepariwisataan
- Komunikasi dan jalinan kelompok kerja yang baik

b. *Wakness* (Kelemahan)

Kelemahan dalam prospek pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru adalah:

- Halangan pekerjaan berdasarkan pengalaman
- Kaji ulang terhadap potensi objek wisata.
- Belum ada prosedur tanggap darurat mengenai objek wisata.
- Hasil audit terhadap objek wisata tidak ditindaklanjuti

c. *Opportunities* (Peluang)

Peluang dalam prospek pengembangan wisata Danau

Bandar Kayangan Lembagah Sari Kota Pekanbaru adalah:

- Perubahan kebijakan instansi terhadap objek wisata;
- Keterbatasan anggaran untuk operasional objek wisata;
- Adanya teknologi terkini tentang objek wisata.
- Kebutuhan objek wisata memperoleh perizinan

d. *Threats* (Ancaman)

Ancaman dalam prospek pengembangan wisata Danau Bandar Kayangan Lembagah Sari Kota Pekanbaru adalah:

- Objek wisata sebagai sarana hiburan untuk jangka panjang bagi wisatawan luar maupun mancanegara maka persyaratan sarana dan prasarana objek wisata harus diperhatikan.
- terjadinya kerusakan sarana dan prasarana objek wisata.
- Peraturan pemerintah yang belum memihak dalam perkembangan kepariwisataan.
- Dengan tidak adanya aturan tersebut maka secara langsung membuat investor sanksi untuk menginvestasikan modalnya dalam objek wisata.

Menurut Freddy Rangkuti (2005), alat analisis yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

- Strategi Kekuatan dan Peluang (SO)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Sehubungan dengan analisis SO diperoleh hasil:

1. Kembangkan objek wisata secara jelas.
2. Pendidikandan pelatihan agar dapat menekan biaya dalam operasional objek wisata.
3. Penggunaan objek wisata yang terkomputerisasi
4. Kerjasama dengan pihak yang membutuhkan objek wisata.

- Strategi Kekuatan dan Ancaman (ST)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

Sehubungan dengan analisis ST diperoleh hasil:

1. Bentuk gugusan inovasi dalam melaksanakan objek wisata.
2. konsolidasi dengan pihak-pihak yang membutuhkan objek wisata
3. Perizinan yang diberikan sesuai dengan hasil penelitian yang menggunakan teknologi sehingga tidak dapat direkayasa hasil objek wisata. Sarana dan prasarana jelas adanya.
4. pemeriksaan secara berkala terhadap sarana dan prasarana objek wisata.

- Strategi Kelemahan dan Peluang (WO)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Sehubungan dengan analisis WO diperoleh hasil:

1. Susunan jabatan fungsional dalam pelaksanaan operasional objek wisata
2. Standarisasi objek wisata
3. Penerapan standar keberadaan objek wisata.
4. Akurasi yang dapat dipertanggung jawabkan.

- Strategi Kelemahan dan Ancaman (WT)

Strategi ini didasarkan pada meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

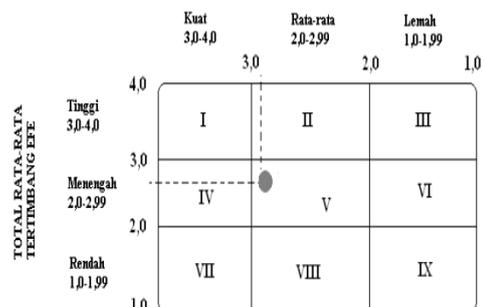
Sehubungan dengan analisis WT diperoleh hasil:

1. Tingkatkan forum kajian tentang kepariwisataan.
2. Mantapkan budaya dalam penggunaan objek wisata.
3. Membuat prosedur dalam operasional objek wisata
4. Perawatan sarana dan parasaran objek wisata.

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka dapat disajikan matrik penelitian sebagai berikut:

Matriks internal-Eksternal (IE) Danau Bandar Kayangan Lembah Sari Kota Pekanbaru

Gambar.1  
TOTAL RATA-RATA TERTIMBANG IFE



Sumber : Data Olahan, 2016

Dari hasil Matrik Internal- Eksternal dapat diketahui bahwa perkembangan objek wisata Danau Bandar Kayangan Lembah Sari memiliki skor total rata-rata tertimbang IFE sebesar 2,82297 artinya posisi internal Danau Bandar Kayangan Lembah Sari memiliki posisi rata-rata terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada. Skor total rata-rata tertimbang EFE sebesar 2,775885 yang menunjukkan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap peluang dan ancaman yaitu memiliki posisi yang sedang. Oleh karena itu, strategi yang cocok digunakan adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Penilaian Pengunjung Secara Umum Terhadap Danau Bandar Kayangan Lembah Sari adalah cukup baik. Maka dari itu, perlu dilakukan peningkatan agar pengunjung dapat lebih puas dan melakukan promosi untuk keberadaan Danau Bandar Kayangan Lembah Sari ini. Asal Pengunjung mayoritas masih berasal dari dalam Kota Pekanbaru. Untuk itu perlunya promosi agar keberadaan taman ini dapat diketahui oleh masyarakat umum yang berada di luar Kota Pekanbaru.
2. Analisis SWOT dalam prospek pengembangan Danau Bandar Kayangan Lembah Sari diketahui bahwa sebagai kekuatan yaitu : Kembangkan objek wisata secara jelas, Pendidikan dan pelatihan agar dapat menekan biaya dalam

operasional objek wisata, Penggunaan objek wisata yang terkomputerisasi, Kerjasama dengan pihak yang membutuhkan objek wisata. Sebagai Kelemahan yaitu: Halangan pekerjaan berdasarkan pengalaman, Kaji ulang terhadap potensi objek wisata, Belum ada prosedur tanggap darurat mengenai objek wisata, Hasil audit terhadap objek wisata tidak ditindaklanjuti. Sebagai Peluang yaitu: Perubahan kebijakan instansi terhadap objek wisata, Keterbatasan anggaran untuk operasional objek wisata, Adanya teknologi terkini tentang objek wisata, Kebutuhan objek wisata memperoleh perizinan. Sebagai ancaman yaitu : Objek wisata sebagai sarana hiburan untuk jangka panjang bagi wisatawan luar maupun mancanegara maka persyaratan sarana dan prasarana objek wisata harus diperhatikan, terjadinya kerusakan sarana dan prasarana objek wisata, Peraturan pemerintah yang belum memihak dalam perkembangan kepariwisataan, Dengan tidak adanya aturan tersebut maka secara langsung membuat investor sanksi untuk menginvestasikan modalnya dalam objek wisata.

### **Saran**

1. Sebaiknya pemerintah Kota Pekanbaru lebih meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana yang dapat menunjang keberadaan Danau Bandar Kayangan Lembah Sari agar keberadaan taman ini dapat benar-benar berfungsi sebagai tempat wisata yang

- diperuntukkan untuk seluruh masyarakat terutama warga pengunjung Kota Pekanbaru. Dengan demikian, dapat dijadikan Icon Kota Pekanbaru.
2. Sebaiknya sebagai tempat wisata, taman ini hendaknya menyediakan berbagai sarana untuk kebutuhan pengunjung. Dengan demikian, pengunjung dapat merasa puas untuk berada dalam waktu yang lama ditempat ini.
  3. Sebaiknya diterapkan retribusi masuk, karena pengunjung rela mengeluarkan uang untuk membeli tiket masuk apabila terpenuhi keinginan pengunjung untuk berekreasi alam. Selain itu, hendaknya kebersihan dan keamanan di Danau Bandar Kayangan Lembah Sari lebih ditingkatkan agar pengunjung dapat merasa nyaman berada di taman ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Departemen Kehutanan. 2002. *Konsep Pola Pengembangan Wisata Alam*. Direktorat Jenderal Perlindungan dan Pengawetan Alam Departemen Kehutanan. Cipayung.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Edisi kedua. Balai Pustaka. Jakarta.

Dewi, R.K. 2005. *Fungsi Permintaan Taman Safari Indonesia (TSI) dengan Metode Biaya Perjalanan*. Skripsi. Departemen Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor.

Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan, Teori dan Aplikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Fred R. David. 2006. *Pembangunan Sektor Pariwisata*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Nicholson, 2009, *Perekonomian Internasional*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Pangemanan, A.P. 2003. *Aplikasi Model Biaya Perjalanan untuk Menduga Fungsi Permintaan dan Manfaat Rekreasi di Taman Nasional Bunaken Sulawesi Utara*. Tesis. Program Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.

Rangkuti, Fredy, 2008, *Analisis SWOT*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sinden dan Worrel, 1993, *Ekonomi Pembangunan*, Edisi Revisi, Andi Offset. Yogyakarta.

Syaukani. 2006. *Wisata Alam, Otonomi Daerah, PAD*. Dalam situs Sinar Harapan. [www.sinarharapan.co.id/berita/0405/06/nas06.html](http://www.sinarharapan.co.id/berita/0405/06/nas06.html). [11 Maret 2009 ].

Vanhove, N. 2005. *The Economy of Tourism Destinations*. Burlington: Elsevier Butterworth.