STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PUSAT BUDAYA PETALANGAN DANAU BETUNG KECAMATAN PANGKALAN KURAS KABUPATEN PELALAWAN

Fadli¹⁾, Eriyati²⁾, Yusni Maulida²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : fadli.f@student.unri.ac.id

*Tourism Development Strategy Of Pusat Budaya Petalangan Lake Betung
Pangkalang Kuras District Pelalawan Regency*

ABSTRACT

This research was conducted in the area of Lake Betung, Betung Village, Pangkalan Kuras District, Pelalawan Regency, Riau Province. The purpose of this study was to determine the most appropriate strategy to develop the Tourism Object of the Petalangan Lake Betung Cultural Center, Pangkalan Kuras District, Pelalawan Regency. The data used in this study are primary data obtained using a sample questionnaire involving as many as 73 respondents consisting of tourism office staff, managers, and visitors to the Petalangan Cultural Center, Danau Betung. The analysis method used in this research is descriptive method and SWOT analysis. Based on the results of this study, it is known that from the analysis of internal factors and external factors, the sub total strength is 2.976 and the sub total weakness is 0.684. Odds 3,110 and odds 0,667.

Keywords: Strategy, Tourism Object Development

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata. Pariwisata juga merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya, karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu,

kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan meningkatnya waktu luang sebagai akibat lebih singkatnya hari kerja dan didukung oleh meningkatnya penghasilan maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat (Yuwana, 2010).

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi di Indonesia, yang memiliki banyak tempat pariwisata yang bagus dan tidak kalah menarik dengan Provinsi yang lain. Melalui Dinas Pariwisata, Provinsi Riau telah meluncurkan *brand* yang bertajuk “*Riau The Homeland of Melayu*”, dan merupakan salah satu bentuk dukungan lanjutan dari Pemerintah Pusat tersebut dalam memperkenalkan Riau dengan

memfasilitasi peluncuran (*launching*) pariwisata Riau yang dihadiri Bapak Menteri Pariwisata Bapak Arif Yahya didalam Gedung Sapa Pesona Kementerian Pariwisata RI di Jakarta beberapa waktu yang lalu dengan tema “Riau Menyapa Dunia”.

Kabupaten Pelalawan merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Riau, memiliki potensi wisata cukup banyak dengan prospek ke depan sangat menjanjikan. Salah satu objek wisata yang cukup potensial di kabupaten Pelalawan yaitu wisata Pusat Budaya Petalangan yang terletak di Desa betung yang berada di sekitaran objek wisata Danau betung di kecamatan Pangkalan Kuras kabupaten Pelalawan, merupakan objek wisata budaya yang berjarak sekitar 58 Km dari Kota Pangkalan Kerinci sebagai Ibukota Kabupaten Pelalawan, masuk dalam wilayah administrasi kecamatan Pangkalan Kuras. Desa Betung merupakan desa yang penduduk aslinya terdiri dari masyarakat Adat Melayu Petalangan. Pusat Budaya Petalangan di desa Betung merupakan miniature dari masyarakat Petalangan yang menjadi daya tarik jika mengunjungi danau Betung yang ukurannya relatif kecil.

Objek dan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Pelalawan berdasarkan jenis wisatanya yaitu: wisata alam, wisata sejarah/budaya. Wisata alam Kabupaten Pelalawan memanfaatkan potensi wisata air misalnya objek wisata danau Betung, danau Kajuid, danau Tanjung Putus, wisata Bono, wisata air panas di Pangkalan Lesung dan objek wisata alam lainnya. Sedangkan objek wisata sejarah/budaya adalah istana sayap, masjid hibbah, makam

keluarga kerajaan pelalawan, pusat budaya petalangan dan objek wisata sejarah/budaya lainnya.

Perkembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung juga ditandai dengan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata ini mengalami fluktuasi, ini tidak sesuai dengan apa yang apa yang diharapkan pemerintah kabupaten Pelalawan yang tercantum dalam Peraturan Daerah Kabupaten Pelalawan Bab V Pasal 13 Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan dimana poin b Objek Wisata Budaya antara Lain; Istana Sayap, Masjid Hibbah, Makam Keluarga Kerajaan Pelalawan, Makam Tuan Guru Muahammad YusufAlkhalidi, Makam Tuanku Lintau, Makam Tuanku Saleh Al Khalidi, Makam Jauh, Pasanggrahan Panglima Kudin, Meriam Peninggalan Kerajaan Pelalawan, Makam Dekat, Makam Syah Al Idrus Mempusun, Makam Cik Dayang, Makam Sultan Mahmud Syah 1, Makam Maharaja Sinda, Benteng Mempusun, Makam Datuk Serapung Setia Diraja, Makam Datuk Laksamana Mangku Diraja, Pusat Budaya Petalangan Danau Betung, Makam Datuk Kampar Samar Diraja, Makam Panjang (Sultan Pemenggie), Makam Datuk Engku Raja Lela Putra, Rumah Datuk Engku Raja Lela Putra, dan Objek Wisata Lainnya. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan tahun 2015 sampai tahun 2018

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan tahun 2015 sampai tahun 2018

NO	TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG
1.	2015	1.522
2.	2016	2.328
3.	2017	940
4.	2018	276

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pelalawan tahun 2019

Dari tabel 1 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung sejak tahun 2015 hingga 2018 mengalami fluktuasi yaitu mengalami penurunan yang cukup drastis dari tahun 2016 ke tahun 2017 kemudian mengalami Penurunan Yang sangat signifikan lagi di pada tahun 2018. Inilah yang menjadi permasalahan terhadap objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung, karena walaupun sudah adanya bantuan yang diberikan pemerintah terhadap objek wisata tersebut berupa pembangunan sarana prasarana ataupun fasilitas penunjang, tetapi justru jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ketahun tidak mengalami kenaikan.

Pengembangan obyek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung masih belum optimal. Terdapat sarana prasarana atau fasilitas yang terbengkalai karena kurang perawatan dan pemeliharaan menjadi salah satu penyebab jumlah pengunjung mengalami penurunan. Objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung

memerlukan suatu strategi yang dengan pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun agar potensi yang dimiliki bisa dikembangkan secara optimal sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan terus meningkat sehingga pemasukan terhadap objek wisata ikut meningkat. Dari penjelasan tersebut, peneliti ingin mengetahui Bagaimana strategi yang dilakukan dalam melakukan pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan

Objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat dari potensi, adat budaya yang mana budaya melayu berawal dari sini dan keindahan panorama alamnya, namun dalam proses pengembangannya objek wisata ini masih belum optimal. Atas dasar permasalahan tersebut maka dapat dirumuskan rumusan masalah yaitu, Apakah strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan ?

TELAAH PUSTAKA

Defenisi Strategi

Dalam buku teknik membedah kasus bisnis analisis swot karangan Rangkuti (2018) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Menurut Chandler dalam Rengkuti (2018) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

menurut Hamel dkk dalam Rangkuti (2018) strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat), dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut Markides dalam Fandy (2015) strategi merupakan pengambilan keputusan menyangkut tiga parameter utama : (1) Siapa yang menjadi target pelanggan dan siapa yang tidak akan ditarget (dimensi who); (2) Produk dan jasa apa yang bakal ditawarkan kepada para pelanggan sasaran dan produk/jasa apa yang tidak akan ditawarkan (dimensi what); dan (3) Aktivitas apa yang akan dilakukan dalam rangka mewujudkan itu semua (dimensi how). Markides menekankan pentingnya pilihan strategik menyangkut apa yang bakal menjadi fokus organisasi dan apa yang tidak akan dilakukan.

Pengembangan

Menurut Pitana (2009), pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung akan menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat, bisa dampak positif maupun negative Bagi masyarakat pengembangan

pariwisata memiliki potensi manfaat yang sangat besar bagi ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan namun terkadang sering terjadi pengembangan pariwisata yang salah justru membawa banyak kerugian bagi masyarakat lokal itu sendiri. Suwantoro (2004) pengembangan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Menurut Poerwadarminta (2009). Lebih menekankan kepada suatu proses atau suatu cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik sempurna dan berguna

Pariwisata

a. Pengertian pariwisata

Menurut Theobald dalam Judisseno (2017). Arti kata pariwisata merujuk pada kata *tourism* yang berasal dari bahasa latin *tornare* dan Yunani *tornos* yang berarti memutar; pergerakan mengitari titik pusat. Sedangkan kata *tourism* sendiri, yang merupakan bahasa Inggris modern, memiliki arti suatu proses perilaku orang yang melakukan perjalanan dari satu titik ketitik lainnya dan kembali ketitik semula.

b. Permintaan Pariwisata

dalam buku Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata karangan Judisseno (2017) Permintaan Wisatawan adalah sensasi yang terkait dengan kebutuhan akan atraksi, aksesibilitas dan amenities. Menurut Coccossins dkk dalam Judisseno (2017) karakteristik permintaan wisatawan adalah “*focuses on the motives and the characteristics of the travel made by the tourist and it includes criteria*

like psychological, economic, social etc., factors. artinya sensasi yang diminta oleh wisatawan didorong oleh berbagai factor motivasi dan psikologis yang didukung oleh kemampuan ekonomi dan status social dan faktor pendorong lainnya. Sedangkan dalam buku Manajemen Kepariwisataan (Salah Wahab Penerjemah Gromang 2013) Permintaan Pariwisata dapat dibagi menjadi permintaan yang potensial memenuhi anasir-anasir pokok suatu perjalanan dan karena itu mereka berada dalam kondisi siap untuk bepergian; sedangkan permintaan yang nyata (*actual*) adalah orang-orang yang secara nyata bepergian ke suatu daerah tujuan wisata.

c. Penawaran Pariwisata

dalam buku Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataan Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisataan karangan Judisseno (2017) yang harus ditawarkan oleh semua pemangku kepentingan pariwisata di suatu Negara adalah semua keinginan wisatawan yang pada dasarnya terdiri atas atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

d. Manfaat Pariwisata

Pendit (2003) Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan-kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan-pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program-program kebersihan atau kesehatan, proyek sarana budaya dan kelestarian lingkungan, dan sebagainya, yang semuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi wisatawan dalam lingkungan wilayah yang bersangkutan, maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar. Kepariwisataan juga dapat

memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, di mana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan di tengah-tengah industri lainnya. Adapun yang menjadi manfaat Pariwisata adalah Pendit (2003):

- 1) Meningkatkan hubungan yang baik antar bangsa dan negara.
- 2) Membuka kesempatan kerja serta perluasan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.
- 3) Merangsang dan menumbuhkan aktivitas ekonomi masyarakat.
- 4) Meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat, pendapatan daerah, dan devisa negara.
- 5) Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan
- 6) Membantu dan menunjang gerak pembangunan, seperti penyediaan sarana dan prasarana yang diperlukan.
- 7) Menjaga kelestarian flora, fauna, dan lingkungan Objek Wisata

Definisi Objek wisata

Ridwan (2012) mengemukakan pengertian objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Suwantoro (2012) obyek wisata adalah merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan tersebut maka daya tarik

wisata harus dirancang dan dibangun serta dikelola secara professional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang

Defenisi Danau

Danau adalah air yang terjebak di dalam cekungan yang ada di tengah daratan, diantaranya ada yang amat luas hingga sering disebut laut (Yoeti, 2004). Menurut Faisal (2014), danau dibedakan menjadi dua yaitu danau buatan dan danau alami. Danau buatan disebut danau bendungan atau waduk adalah danau yang terjadi karena adanya aliran air yang tertimbun baik secara alami maupun buatan manusia. danau alami dibedakan menjadi 5 yaitu Faisal (2014):

- a. Danau Tektonik yaitu danau yang terjadi karena adanya tenaga tektonik yang menyebabkan bentuk permukaan lebih rendah daripada daerah di sekitarnya.
- b. Danau Vulkanik adalah danau yang terjadi karena adanya aktivitas gunung api. Daerah bekas letusan gunung, terbentuk cekungan yang kemudian terisi oleh material vulkanik yang tidak tembus air sehingga air hujan yang jatuh di cekungan itu tertampung dan terbentuklah danau vulkanik. Apabila telah terbentuk danau, kemudian vulkan aktif kembali dan aktivitas vulkan ini bersamaan dengan peristiwa tektonik, danau yang terbentuk disebut danau vulkano tektonik.
- c. Danau karst adalah danau yang terjadi di daerah karst. Danau ini terjadi karena adanya lapisan yang tidak tembus air menutup dasar dan pipa karst, sehingga air

hujan yang jatuh di tempat itu tidak dapat meresap dan terbentuklah danau. Biasanya danau ini kecil dan bersifat temporer.

- d. Danau gletser adalah danau yang terjadi karena adanya pencairan es. Danau gletser biasanya terdapat di kaki gunung atau pegunungan bersalju.
- e. Danau tapal kuda (oxbow lake) adalah danau yang terbentuk karena meander yang terputus. Danau ini bentuknya seperti tapal kuda atau melengkung.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah dilokasi objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. Waktu yang digunakan dalam Penelitian ini dari bulan Februari- Maret 2020

Sampel Pelitian

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2010). Teknik yang digunakan adalah sampling aksidental.

Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka

orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel Riduwan,(2013). Maka dari populasi yang telah diketahui diatas digunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan nilai presisi 10 % sebagai berikut Riduwan (2013):

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = presisi 10 % (0.1)

Maka :

$$n = \frac{276}{276(0.1)^2+1}$$

n = 73,4 dibulatkan menjadi

73 responden

Jadi banyaknya sampel yang diambil dari jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 73 responden.

Jenis dan Sumber Data

Data dalam penilitan ini dibutuhkan

2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Kuesioner

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya guna mendapatkan keterangan yang diperlukan

b. Wawancara

Yaitu merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan melalui komunikasi langsung antara informan untuk mengetahui hal-hal awal mengenai masalah maupun hal yang lebih mendalam dan wawancara langsung dalam

pertanyaan yang diajukan secara lisan kepda instansi dan dinas pemerintah yang terkait

Metode Analisis

Metode Deskriptif

Metode Deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menjawab faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung, yaitu pertama tama penulis akan mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dan menyusun data-data tersebut dalam bentuk tabulasi kemudian penulis akan menganalisis data-data tersebut dengan berpedoman pada teori-teori yang berhubungan. Data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisa dengan metode deskriptif untuk menjelaskan atau mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, Sehingga data yang dihasilkan merupakan data deskripif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari perilaku yang diamati.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). (Rangkuti,freddy 2018:19)

SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weakneas serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang

dihadapi dunia bisnis. analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) Rangkuti, (2018). Untuk menentukan pertanyaan kuisioner dengan metode analisis SWOT, peneliti melibatkan dua orang informan kunci atau key person yang paham tentang perkembangan dan pengelolaan Pusat Budaya Petalangan Danau Betung ini. Key person dalam penelitian ini yaitu kepala pengelola objek wisata dan kepala bidang pariwisata di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan olahraga Kabupaten Pelalawan

Tabel 2 Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor- faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor- faktor kelemahan internal
Opportunitis (O) Tentukan 5- 10 faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5 - 10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti, 2018

Sebelum membuat matrik SWOT

seperti diatas terlebih dahulu membuat matrik strategi internal dan eksternal. Cara-cara penentuan faktor strategi internal (IFAS) antara lain :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan pada kolom 1.
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.(semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi Skor total 1,00.)
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan.(semua variable yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4(sangat baik).
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4.

Cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) :

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh 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) .

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan kolom 4. Rangkuti, (2018).

Cara-cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) :

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh 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) .
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan kolom 4. Rangkuti, (2018).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis lingkungan internal dan eksternal tersebut, maka kebijakan pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung adalah :

1. Mengembangkan potensi suasana alami objek wisata pusat budaya petalangan danau betung, serta menjaga peninggalan sejarah melayu kondisi kebersihan dan keamanan agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Meningkatkan fasilitas penunjang ,wahana di kawasan wisata dengan memanfaatkan dukungan dari lembaga terkait sehingga nantinya pengunjung tidak merasa bosan di lokasi objek wisata ini membuat mereka merasa nyaman dilokasi wisata dan mencoba berbagai macam wahana melalui dukungan pemerintah melalui dinas pariwisata dengan demikian diharapkan bisa memaksimalkan kekuatan yang ada sehingga meningkatkan jumlah kunjungan ke objek wisata.
3. Peningkatan kualitas produk wisata dan potensi yang ada sehingga dapat menarik investor lokal maupun asing agar meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan menambah pendapatan.

1. Faktor Kekuatan

- a. Suasana wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung yang masih alami dengan skor sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang sangat tinggi
- b. Biaya yang murah untuk wahana permainan di area wisata seperti sepeda air,banana boat dengan skor sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang sangat tinggi
- c. Lokasi wisata tidak jauh dari pusat kota dengan skor sebesar 3 artinya mendapatkan nilai lumayan tinggi

- d. Banyaknya peninggalan sejarah budaya melayu petalangan dengan skor sebesar 4 artinya mendapatkan nilai yang tinggi
- e. Kondisi keamanan dan kebersihan yang baik dengan skor sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang sangattinggi

2. Kelemahan

- a. Kurangnya tenaga professional dalam pengelolaan objek wisata dengan skor sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang tinggi
- b. Hak kepemilikan tanah di sekitar objek wisata masih milik penduduk dengan skor sebesar 2 artinya mendapatkan nilai yang rendah
- c. Kondisi jalan rusak/belum memadai dengan skor sebesar 2 artinya mendapatkan nilai yang rendah
- d. Kurang terawatnya fasilitas disekitar wisata seperti toilet,musholla dan wahana dengan skor sebesar 2 artinya mendapatkan nilai yang rendah
- e. Fasilitas wisata masih sangat terbatas seperti wahananya dengan skor sebesar 1 artinya mendapatkan nilai yang sangat rendah

3. Faktor Peluang :

- a. Pariwisata merupakan sektor unggulan bagi pemerintah untuk meningkatkan pendapatan daerah dengan skor sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang sangat tinggi
- b. Letak objek wisata yang dekat dengan jalan lintas provinsi sehingga memudahkan wisatawan dari luar daerah untuk berkunjung dengan skor sebesar 4 artinya mendapatkan nilai yang tinggi
- c. Kurangnya objek wisata di Kabupaten Pelalawan dengan skor

sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang sangat tinggi

- d. Dukungan dari lembaga pemerintahan terhadap pengembangan pariwisata dengan skor sebesar 4 artinya mendapatkan nilai yang tinggi
- e. Tingginya minat wisatawan untuk berwisata dan berekreasi dengan skor sebesar 5 artinya mendapatkan nilai yang sangat tinggi

4. Faktor Ancaman :

- a. Kurangya kesadaran masyarakat tentang pentingnya objek wisata dengan skor sebesar 2 artinya mendapatkan nilai yang rendah
- b. Berkembangnya objek wisata di Daerah lain dengan skor sebesar 2 artinya mendapatkan nilai yang rendah
- c. Tidak adanya transfortasi umum mapun khusus menuju lokasi wisata dengan skor sebesar 3 artinya mendapatkan nilai yang lumayan tinggi
- d. Kurangnya kesadaran wisatawan untuk menjaga wisata dengan skor sebesar 1 artinya mendapatkan nilai yang sangat rendah
- e. Kemarau yang berkepanjangan berpotensi terhadap berkurangnya debit air dengan skor sebesar 2 artinya mendapatkan nilai yang rendah

Tabel 3 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kekuatan, Kelemahan,Peluang, dan Ancaman

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Internal ➤ Kekuatan ➤ Kelemahan	2,97 0,68
2	Faktor Eksternal ➤ Peluang ➤ Ancaman	3,11 0,66

Sumber : *Data olahan ,2020*

Setelah dilakukan analisis faktor internal dan eksternal maka dilakukan pemaduan antara kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman melalui analisis SWOT. Hal ini untuk mengetahui strategi yang akan dipilih untuk mengembangkan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.

Dari hasil analisis matriks SWOT diatas menghasilkan empat (4) kemungkinan strategi alternatif yaitu :

1.Strategi SO (Strength and Opportunities), yaitu strategi yang mengoptimalkan kekuatan (Strength) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities) ialah :

- a. Mengembangkan potensi suasana alami onjek wisata pusat budaya petalangan danau betung, serta menjaga peninggalan sejarah melayu kondisi kebersihan dan keamanan agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
- b. Meningkatkan fasilitas penunjang ,wahana di kawasan wisata dengan memanfaatkan dukungan dari lembaga terkait
- c. Peningkatan kualitas produk wisata dan potensi yang ada sehingga dapat menarik investor lokal maupun asing agar meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan menambah pendapatan daerah.

2.Strategi WO (Weakness and Opportunities), yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weakness) untuk memanfaatkan peluang (Opportunities), ialah :

- a. Meningkatkan pembangunan dan perawatan fasilitas dan sarana prasarana pendukung

objek wisata seperti wahana agar meningkatkan jumlah kunjungan.

- b. Peningkatan kualitas sumberdaya manusia dalam pengelolaan objek wisata dari pemerintah maupun pengelola melalui program program pemerintah melalui pelatihan sehingga tenaga pengelola bisa melakukan pengembangan yang terarah dan terukur .

- c. Memaksimalkan pengelolaan dan mengawasi terhadap objek wisata oleh pihak pengelola, lembaga pemerintah dan pihak terkait. Dan memperjelas status ataupun melakukan pembebasan lahan supaya lokasi wisata menjadi luas

3.Strategi ST (Strength and Threats), yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (Strength) untuk mengatasi ancaman (Threats), ialah:

- a. Mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki agar memiliki daya saing dengan objek wisata lain
- b. Meningkatkan pelayanan jasa wisata untuk mempertahankan minat wisatawan dan menjaga kondisi lingkungan dikawasan wisata dan melakukan pelatihan dari lembaga terkait baik pengelola maupun masyarakat sekitar supaya mereka mengerti pentingnya keberadaan objek wisata.
- c. Meningkatkan kerjasama antara pemerintah dan pihak pengelola dalam mendukung pengembangan objek wisata

4.Strategi WT (Weakness and Threats) yaitu strategi yang meminimalkan kelemahan (Weakness) dan menghindari ancaman (Threats) ialah :

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan dan memperbaiki kekurangan yang dimiliki saat ini.
- b. Peningkatan kualitas tenaga kerja profesional dalam pengelolaan wisata melalui lembaga terkait seperti pelatihan sehingga mengurangi resiko kerusakan lingkungan akibat aktivitas yang dilakukan dikawasan objek wisata.

Analisis strategi yang di gunakan adalah strength and opportunities (SO) dengan nilai masing masing strength (kekuatan) 2,976 dan opportunities (peluang) 3,110 dengan pertimbangan bahwa objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung mempunyai potensi alam yang bagus untuk dikembangkan, akan tetapi belum dimanfaatkan secara optimal, Oleh karena itu atas dasar hasil analisis lingkungan internal dan eksternal tersebut, maka kebijakan pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung adalah :

1. Mengembangkan potensi suasana alami objek wisata pusat budaya petalangan danau betung, serta menjaga peninggalan sejarah melayu kondisi kebersihan dan keamanan agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Meningkatkan fasilitas penunjang,wahana di kawasan wisata dengan memanfaatkan dukungan dari lembaga terkait sehingga nantinya pengunjung tidak merasa bosan di lokasi objek wisata ini membuat mereka merasa nyaman dilokasi wisata dan mencoba berbagai macam wahana melalui dukungan pemerintah melalui dinas pariwisata dengan demikian

diharapkan bisa memaksimalkan kekuatan yang ada sehingga meningkatkan jumlah kunjungan ke objek wisata.

3. Peningkatan kualitas produk wisata dan potensi yang ada sehingga dapat menarik investor lokal maupun asing agar meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan menambah pendapatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis matriks SWOT, strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten pelalawan adalah SO (strength and opportunities) dengan mengoptimalkan kekuatan (strength) untuk memanfaatkan peluang (opportunities) sebesar-besarnya. Yaitu :

Mengembangkan potensi suasana alami dengan mempertahankan pepohonan objek wisata pusat budaya petalangan danau betung, serta menjaga peninggalan sejarah melayu kondisi kebersihan dan keamanan agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Meningkatkan fasilitas penunjang,wahana di kawasan wisata dengan memanfaatkan dukungan dari lembaga terkait

Peningkatan kualitas produk wisata dan potensi yang ada sehingga dapat menarik investor lokal maupun asing agar meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan menambah pendapatan daerah

Saran

Saran yang dapat dirumuskan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk pihak pengelola objek wisata diharapkan dapat menjaga kekuatan-kekuatan objek wisata, mengembangkan potensi yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin, serta selalu menjaga kebersihan dan merawat kondisi alami pusat budaya petalangan danau betung agar tidak terjadi kerusakan lingkungan dan menjaga aset sejarah budaya melayu petalangan danau betung serta menjaga fasilitas yang ada.
2. Bagi pemerintah Kabupaten Pelalawan perlu terus memberikan perhatian terhadap objek wisata pusat budaya petalangan danau betung seperti meningkatkan pelayanan publik di daerah wisata seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Karena saat ini fasilitas yang ada di objek wisata pusat budaya petalangan danau betung masih belum memadai apalagi kalau hari libur besar karena akan banyak pengunjung yang datang sehingga perlu adanya peningkatan infrastruktur dan penambahan wahana permainan bagi pengunjung. Selain itu jika jumlah wisatawan dapat meningkat dari tahun ke tahun maka diharapkan pendapatan sektor pariwisata akan meningkat juga.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar meneliti lebih lanjut mengenai masalah pengembangan objek wisata, dan di sarankan untuk menambah variabel dengan analisis

yang sama-sama atau menggunakan metode lain yang dapat digunakan untuk membahas strategi yang tepat dalam pengembangan objek wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Faisal, 2014, Ilmu Sains, Pengertian dan Penjelasan Danau, [https://sainsmini.blogspot.co/2014/11/pengertian-danpenjelasan](https://sainsmini.blogspot.co/2014/11/pengertian-danpenjelasan-danau.html) danau.html. Diakses pada tanggal 8 September 2019.
- Judisseno, R.K, 2017, Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kunjungan Wisatawan ke objek wisata Pusat Budaya Petalangan Danau Betung Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. Tahun 2015-2018. 2019. Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kabupaten pelalawan.
- Pitana, I G. dan Diarta I K, 2009, Pengantar Ilmu Pariwisata, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Pendit, N.S, 2003, Ilmu Pariwisata. Sebuah Pengantar Perdana, PT Penebar Swadaya, Jakarta
- Ridwan, N, 2015, Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Guruh Gemurai Desa Kasang Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi. Jom

FEKON Vol. 2 No.2.
Universitas Riau

Rangkuti, F, 2018, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yoeti, O.A, 2004, Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Pradnya Paramita. Jakarta.

Yuwana, D.M.S, 2010, Analisis

Permintaan Kunjungan Objek Wisata Kawasan Dataran Tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara. Skripsi. Universitas Diponegoro

Suwantoro, G. 2004. Dasar-Dasar Pariwisata. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta

Poerwadarminta, W.J.S. 2009. Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga. Balai Pustaka, Jakarta