STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BONO KECAMATAN TELUK MERANTI KABUPATEN PELALAWAN

Oleh :

Heryanto Syahputra

e-mail : Heryanto.syahputra@yahoo.com

Pembimbing :Dr. Febri Yuliani, S.Sos, M.Si

Jurusan Ilmu Administrasi – Prodi Administrasi Negara – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293- Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Department of Tourism Culture Youth and Sports (Disbudparpora) Pelalawan is one of the government agencies that deal with the problems Bono Attractions in Teluk Meranti District, Pelalawan Regency. In Act No 10 of 2009 on tourism, tourism is a wide range of tourist activities and supported by variety of facilities and services provided by the business community, government and local government. Department of Tourism Culture Youth and Sports has the right to develop Bono attractions in Teluk Meranti District, Pelalawan Regency. But the problem that occurs is transportation infrastructure both on land and at sea to reach Bono attractions still experiencing difficulties, especially on damaged roads. The aim of this study was to determine how the strategy adopted by the Government in developing Bono attractions in Teluk Meranti District, Pelalawan Regency. To analyze these problems the author uses the theory of Lina and Lina namely theory of Strategy. This research is a descriptive research with qualitative approach, where data collection technique is by observation and interview with key informants and snowball sampling to determine the continuation informant. The conclusion that can be drawn from this research that the Tourism Development Strategy Bono Attraction Teluk Meranti District Pelalawan Regency there were still many obstacles, especially in the case of damaged roads, infrastructures and financial factors (funding). Thus, the Government focus should priority and contribute to developing Bono Attractions in Teluk Meranti District Pelalawan Regency.

Key words: Strategy, management, Bono Attractions

PENDAHULUAN

Dalam mengembangkan suatu daerah di butuhkan pendayagunaan potensi daerah secara optimal, maka pemerintah daerah harus perlu menggali potensi daerah sesuai dengan penerapan otonomi daerah. Saat ini banyak daerah yang berusaha mencari alternatif untuk meningkatkan pendapatan dalam pembiayaan didaerahnya masing-masing. dalam pandangan lama, potensi hasil kekayaan bumi sekarang seperti minyak, mineral dan gas bumi merupakan andalan utama bagi pendapatan daerah, begitu juga dengan sektor pertanian dan kehutanan.

Sektor pariwisata yang baru saja memainkan peran dalam menambah jumlah pendapatan asli daerah. Pariwisata di Indonesia tumbuh dan berkembang hingga menjadi suatu industri yang berdiri sendiri. Tumbuh dan berkembangnya pariwisata di Indonesia di karenakan dengan sejalannya pogram yang telah dibuat oleh pemerintah. Bahkan dengan pertumbuhan dan perkembangan pariwisata ini telah dapat menambah pendapatan atau penerimaan negara yang cukup besar di luar migas. Sektor pariwisata memiliki arti penting didalam perekonomian nasional dan sebagai salah satu potensi andalan yang baik untuk menambah perekonomian daerah.

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri pembangunan yang diperhatikan oleh pemerintah dan terus harus dikembangkan kedepannya, karena sektor ini dinilai sangatmemiliki potensi yang sangat

devisa ngara. Potensi ini diawali dengan adanya beberapa faktor pendukung yang harus diperhatikan seperti letak geografis dan keindahan alam serta kekhasan budaya masyarakat indonesia sebagai unsur daya tarik para wisatawan untuk mengunjunginya dan juga merupakan modal utama didalam mengembangkan sektor pariwisata . Oleh karenanya pengembangan sektor pariwisata menjadi andalan utama di dalam menambah pendapatan dan meningkatkan pembangunan daerah melalui potensi-potensi yang dimiliki didaerah.

Kabupaten Pelalawan adalah sebuah Kabupaten yang ada di Riau. Kabupaten pelalawan diambil dari nama sebuah kerajaan yaitu kerajaan pelalawan yang daerahnya mencakup sepanjang aliran sungai Kampar dan Pesisir Timur Sumatra dahulunya. Pada tanggal 12 Oktober 1999 Kabupaten Pelalawan terpisah dari Kabupaten Kampar dan secara resmi menjadi salah satu Kabupaten di Provinsi Riau berdasarkan Undang-undang Nomor 53 tahun 1999 dengan ibu kota kabupatennya adalah Pangkalan Kerinci.

Pariwisata merupakan sektor industri yang berkembang di Indonesia dan pertumbuhan ekonomi yang semakin cepat membuka peluang bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pelalawan. Potensi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pelalawan antara lain terdapat pada warisan budaya yang kaya, bentang alam yang indah dan mempesona seperti fenomena alam Gelombang Bono yang dahsyat, Hutan Alam yang alami, Taman Tesso Nilo, Pantai Ogis, Tugu Equator, Sumber Air Panas, Istana Sayap, Danau Tanjung Putus dan lain lain.

Oleh karena itu, perlu adanya

besarbagi masyarakat dan penghasilan

identifikasi berbagai faktor dalam merencanakan serta membuat kebijakakebijakan dalam mengembangkan dibidang sektor pariwisata untuk mencapai suatu tujuan yang ingin di capai. Maka untuk itu, setiap daerah diperlukan adanya strategi-strategi yang baik dan bijaksana yang tercipta dengan catatan perencanaan dan pengelolaan pengembangan pariwisata dapat dipahami secara utuh dan berkesinambungan. Pengembangan pariwisata diharapkan bisa berfungsi sebagai tumpuan utama dalam pembangunan ekonomi, sehingga perlu adanya pengembangan pariwisata. Kabupaten Pelalawan memiliki potensi pariwisata yang besar untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya.

Analisis SWOT adalah suatu pekerjaan yang cukup berat karena hanya dengan itu alternatif-alternatif stratejik dapat disusun. Kegagalan dalam menganalisisnya berarti gagal dalam mencari relasi dan titik temu antara faktor-faktor stratejik dalam lingkungan internal dan yang terdapat dalam lingkungan eksternal, sambil mencari hubungannya dengan misi,tujuan, dan sasaran organisasi , juga merupakan kegagalan dalam mempersiapkan suatu keputusan startejik yang baik. Pekerjaan ini tetap menjadi tugas pokok dari kelompok koalisi eselon atas dan belum bisa didelegasikan kepada eselon bawah. Namun eselon bawah berperan dalam menyediakan data yang diperlukan untuk mempertajam analisis SWOT. Hanya dengan analisis SWOT, keputusan-keputusan stratejik yang baik dapat dihasilkan. (Salusu 1996 : 350).

Menurut Lena dan Lina (2008:9) ada 3 strategi dalam Manajemen Strategi Operasi yaitu :

1. Strategi Teknologi

Hal yang perlu diperhatikan dalam strategi tekonolgi adalah proses perencanaan teknologi adalah menetapkan strategi teknologi dengan melakukan inovasi.

2. Strategi Inovasi

Inovasi mengacu pada pembaharuan suatu produk. Proses dan jasa baru terdapat bebrapa aspek penting dalam perumusan strategi inovasi yang perlu dikaji dengan cermat oleh organisasi perusahaan

3. Strategi Operasi

Boyer dan pegell dalam lena dan lina (2008:56) mengemukakan bahwa efektifitas strategi operasi perusahaan dapat diukur dengan menilai keterkaitan atau konsistensi antara prioritas kompetitif yang menekankan dan merespon perubahan lingkungan berdasarkan struktur dan infrastruktur operasi. Tingkat kesesuaian antara prioritas kompetitif dan keputusan yang terkait dengan struktural memberikan kunci untuk mengembangkan strategi operasi sebagai senjata kompetitif.

METODE

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek. dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara dan observasi dengan menggunakan kunci informan sebagai narasumber. Kunci informan dalam penelitian ini adalah KepalaDinasKebudayaanPariwisataPemandanganOlahraga dan melalui metode *snowball sampling* atau bola salju. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder sesuai dengan klasifikasi atau pengelompokan informasi atau data yang

diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi yang dilakukan Pemerintah dalam Pengembangan Objek Wisata Bono.

Menurut Purwanto(2008 : 73) Strategi dapat dijadikan sebagai suatu kerangka yang fundamental tempat suatu organisasi akan mampu menyatakan kontinuitasnya yang vital sementara pada saat bersamaan ia akan memiliki kekuatan untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang selalu berubah. Jadi secara umum strategi itu adalah suatu seni yang menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Strategi ini sangat penting dan harus bisa dimengerti dan dipahami oleh setiap eksekutif, manajer, kepala atau ketua, direktur, pejabat, pejabat tinggi atau pun menengah dan rendah. Hal ini harus biasa dihayati sebab strategi dilaksanakan oleh setiap orang pada setiap tingkatan bukan hanya oleh pejabat tinggi.

Pembangunan objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki dan kriteria keberhasilan pengembangannya harus meliputi kelayakan sebagai berikut :

1. Kelayakan finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dan pembangunan objek wisata tersebut. Perkiraan untung-rugi sudah harus diperkirakan dari awal. Berapa tenggang

waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal pun sudah harus diramalkan.

2. Kelayakan sosial ekonomi regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional, dapat menciptakan lapangan kerja berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor yang lain seperti pajak, perindustrian, perdagangan, pertanian, dan lain-lain. Dalam kaitannya dengan hal ini pertimbangan tidak semata-mata komersial saja tetapi juga memperhatikan dampaknya secara lebih luas.

3. Layak teknis

Pembangunan objek wisata harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada. Tidaklah perlu memaksakan diri untuk membangun suatu objek wisata apabila daya dukung objek wisata tersebut rendah. Daya tarik suatu objek wisata tersebut membahayakan keselamatan para wisatawan.

4. Layak lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya. Pembangunan objek wisata bukanlah untuk merusak lingkungan, tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia

sehingga terciptanya keseimbangan, keselarasan, dan keserasian hubungan antara manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhannya.

B. Faktor yang menjadi penghambat dalam proses pengembangan objek wisata bono.

1. Infrastruktur

Dalam pengembangan objek wisata bono Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan masih banyak kekurangan-kekurangan dan hambatan yang harus diperhatikan pemerintah setempat. salah satu faktor penghambatnya yaitu infrastruktur jalan. Permasalahan infrastruktur jalan sudah menjadi salah satu faktor penghambatan pengembangan objek wisata bono. Yang mana infrastruktur jalan merupakan akses utama bagi para wisatawan untuk mengunjungi objek wisata bono. Dengan adanya objek wisata bono yang langka di dunia pemerintah pusat menyambut positif berencana menmbangun jalan lintas objek wisata bono sehingga menambah banyak wisatawan yang berkunjung kekawasan itu.

2. Finansial (pendanaan)

Finansial atau pendanaan merupakan faktor yang paling penting dalam melakukan pengembangan objek wisata. Disamping itu pula pemerintah sendiri belum ada hubungan kerja sama dengan investor-investor atau pengusaha guna dalam mewujudkan objek wisata bono yang berkembang pesat baik dalam Nasional maupun Internasional. Eksploitasi secara maksimal potensi Objek Wisata Bono yang ada di Kabupaten Pelalawan masih belum maksimal, ini di sebabkan karena

minimnya anggaran yang dimiliki oleh pemerintahan daerah itu sendiri. Yang mana untuk sementara proses penggunaan anggaran objek wisata bono ini masih dibebani kepada anggaran APBD daerah saja.

C. Strategi Teknologi.

1. Promosi secara langsung

Strategi teknologi merupakan Hal yang perlu diperhatikan dalam strategi tekonolgi adalah proses perencanaan teknologi adalah menetapkan strategi teknologi dengan melakukan inovasi. Strategi teknologi strategi yang sangat penting dalam melakukan promosi pariwisata yang melibatkan pengembangan dan pemeliharaan kemampuan serta pengetahuan. Dalam melakukan pengembangan sebuah strategi teknologi jangka panjang akan memaksa objek wisata tersebut untuk kembali menganalisa apa yang seharusnya dipromosikan dalam objek wisata bono.

2. Promosi secara tidak langsung

promosi secara tidak langsung melalui website khusus, namun pemerintah sudah memiliki website khusus tetapi tidak khusus untuk bono, yang mana website untuk mempromosikan seluruh potensi yang ada di pelalawan. Namun demikian pemerintah seharusnya juga harus memiliki website khusus yang berisikan tentang segala hal tentang bono dan berita tentang bono, karena bono inilah potensi yang sangat besar untuk di kembangkan hingga ke mancanegara.

D. Strategi Inovasi.

Inovasi merupakan sebagai “proses” dan atau “hasil” pengembangan dan/atau pemanfaatan / mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk

keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan/atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial). Inovasi sebagai suatu obyek juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya: suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan (atau agen/aktor), baru bagi pasar, atau negara atau daerah, atau baru secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu aktivitas merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

1. Melakukan Sosialisasi

Strategi inovasi dalam pengembangan objek wisata bono juga harus bisa melakukan sosialisasi terhadap pengembangan objek wisata bono. Karena sosialisasi ini sudah merupakan termasuk dalam melakukan promosi wisata terhadap masyarakat.

2. Event-event khusus

Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai atribut yang ditawarkan oleh pengelola. Wisatawan yang puas akan cenderung menjadi loyal untuk mengulangliburannya dimasa mendatang, dan memungkinan mereka

merekomendasi teman-teman, dan kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama.

E. Strategi Operasi.

Strategi operasi sangat penting dirumuskan dan ditetapkan secara tepat karena strategi tersebut harus mampu menuntun para manajer yang bersangkutan, yaitu para manajer operasional, dalam mengambil keputusan mengenai berbagai hal seperti: sifat dasar dari sistem operasi dalam proses pengembangan, keseimbangan antara berbagai masukan dan keluaran, lokasi berlangsungnya kegiatan operasional, rancang bangun fasilitas kerja, dan perencanaan dan penyusunan program operasional yang terjadi dari hari ke hari. Istilah strategi operasi, berlaku untuk perusahaan manufaktur, tapi juga berlaku perusahaan-perusahaan pelayanan seperti perbankan atau jaringan ritel modern. Setiap bisnis memiliki inti produksinya, yaitu proses utama yang mengubah seluruh bahan baku (input) untuk menghasilkan produk (output). Proses utama inilah yang ingin dikelola dengan strategi operasi.

1. Jasa Transportasi

Pariwisata dapat berkembang dengan baik dan optimal, sudah tentu perlu didukung oleh berbagai faktor atau komponen yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan aktivitas kepariwisataan. Misalnya kondisi objek wisata, fasilitas-fasilitas sosial objek wisata, kemudahan transportasi untuk pencapaian ke objek wisata, keamanan dan ketertiban di objek wisata, dan kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan sector pariwisata. Objek wisata yang baik adalah berbagai objek wisata yang menarik dan memiliki ciri khas,

serta didukung oleh fasilitas-fasilitas sosial yang memadai.

2. Jasa Perhotelan atau Penginapan.

Mengembangkan pariwisata di perkotaan adalah usaha untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak hotel dan restoran, dan sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi di perkotaan. Pengembangan pariwisata apapun jenis dan namanya memerlukan fungsi pengelolaan yang kreatif dan inovatif berdasarkan atas perencanaan yang matang, konsisten, dan evaluasi yang terukur serta konstruktif. Pembangunan wisata kota adalah pembangunan yang terintegrasi dan holistic yang akan mewujudkan kepuasan semua pihak.

3. Fasilitas Penunjang.

Fasilitas penunjang wisata memang belum ada, ini masih menjadi kendala di dalam pengembangan objek wisata Bono di dalam bidang fasilitas penunjang fasilitas utama dan pendukung merupakan atribut amenities yang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan nyaman tinggal lebih lama pada sebuah destinasi. Untuk itu pemerintah harus bisa menyediakan fasilitas penunjang objek wisata Bono bagi para wisatawan ataupun pengunjung.

4. Peran Masyarakat

Peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata berarti masyarakat mengetahui dan menyadari apa yang dikerjakan dan masalah-masalah yang di hadapi untuk membangun pariwisata nasional sehingga turut membantu pemerintah dalam menunjang pembangunan pariwisata (Suwantoro,

2004 : 30).

5. Wisata Kuliner

Dengan adanya pengembangan lanjutan berupa konsep kawasan wisata berikat memberi nilai tambah terhadap potensi wisata yang dimiliki daerah tersebut. Dalam satu kunjungan wisatawan maka wisatawan akan mendapatkan beberapa variasi tujuan wisata dalam lokasi seperti tempat kuliner. Faktor efisiensi menjadi kata kunci dalam pengembangan kawasan wisata berikat. Masyarakat sebagai faktor utama dalam mengembangkan bakatnya dalam membuat wisata kuliner asli khas daerah itu sendiri. Masyarakat menjadi 'tuan rumah' bagi lokasi wisata yang ada di daerahnya dan memiliki kesempatan untuk mengembangkan objek tujuan wisata secara lebih lanjut.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisa yang telah dilakukan dan peneliti uraikan pada bab sebelumnya tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan, maka diperoleh kesimpulan dari indikator yang peneliti gunakan untuk mengukur strategi apa yang telah dilakukan pemerintah dalam pengembangan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan yaitu strategi teknologi, strategi inovasi dan strategi operasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya hambatan dalam pengembangan Objek Wisata Bono sebagai berikut :

A. Infrastruktur jalan

Infrastruktur jalan faktor utama yang paling mempengaruhi terhadap pengembangan objek wisata bono. Guna menunjang sector pariwisata, sejumlah perbaikan dan pembangunan infrastruktur mutlak diperlukan. Infrastruktur jalan perlu diperbaiki, karena banyak jalan menuju lokasi infrastruktur berondisi buruk. Guna menunjang mobilitas didalam suatu daerah/kota, maka diperlukan pula pembangunan transportasi publik, agar memudahkan mobilitas dan meningkatkan kenyamanan parawisatawan.

B. Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana yang menjadikan perhatian utama dalam pengembangan tempat wisata. Jasa transportasi adalah Hal yang paling mendasar adalah akses menuju tempat wisata tersebut. Pengembangan system pelayanan pariwisata yang bisa dilakukan dalam aspek transportasi adalah kelancaran lalu lintas pada akses menuju tempat wisata.

C. Faktor Finansial (pendanaan)

Finansial atau pendanaan merupakan sumber penting dalam melakukan pengembangan objek wisata. Karena segala yang di lakukan dalam melakukan pengembangan seperti melakukan perbaikan infrastruktur, melaksanakan kegiatan-kegiatan dan juga menyediakan sarana dan prasarana itu membutuhkan pendanaan yang sangat besar. Maka Pemerintah harus bisa menyediakan pendanaan atupun finansial guna untuk mencapai suatu tujuan yang di inginkan dalam pengembangan objek wisata bono.

SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Pengembangan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan ,peneliti mencoba memberi saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya Pemerintah hendaknya berprioritas fokus dan berperan guna dalam melakukan pengembangan Objek Wisata Bono Kecamatan Teluk Meranti Kabupaten Pelalawan.
2. Pemerintah juga harus lebih banyak melakukan program pelatihan guna dalam melakukan sadar wisata kepada masyarakat setempat. Peran masyarakat sangat di butuhkan dalam mengembangkan objek wisata bono
3. Pemerintah hendaknya mencari Investor pihak swasta dan juga penanam modal yang ingin berinvestasi dalam melakukan pengembangan objek wisata bono, karena dalam memalakukan pengembangan wisata harus memiliki dana yang sangat besar.
4. Kemudian juga pemerintah juga harus lebih sering melakukan promosi baik di luar daerah, nasional dan tingkat internasional dalam melakukan pengembangan objek wisata bono .

DAFTAR PUSTAKA

- David. Fred. R. Terjemahan Alexander Sindoro. 2004 *Strategic Manajemen Konsep Edisi ketujuh*, jakarta: Salemba Empat.
- Faisal Basri . 2005. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Penerbit PT. Grasindo.
- Fakih Mansour. 2005. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Penerbit

- Pustaka Pelajar.
- Gibson. 1985. *Organizations: Behavior, Structures, Processes*. Business Publication Inc., Plano Texas
- Hariadi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Heene Aime dan Desmidt Sebastian. (dkk). 2010 *Manajemen strategik Keorganisasian Publik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hunger. J. David dan Thomas L. Wheelen terjemahan Julianto Agung. 2003. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2006. *Sistem Informasi Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kuncoro. Mudrajad. 2005. *Startegi "Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif"*. Jakarta : Erlangga.
- Lena dan Lina. 2008. *Manajemen Strategi Operasi Teori dan Riset di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Miftah,Thoha. 2005. *Dimensi-dimensi Prima Ilmu Administrasi Negara*. PT. Raja Grafindo Persada.Jakarta.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Manajemen Strategi Organisasi non Profit Bidang Pemerintahan*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Purwanto Iwan. 2008. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Rangkuti. Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Pembedahan Kasus Bisnis*.Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salusu. J. 1996. *Pengambilan Keputusan Stratejik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Siagian S.P. 2008. *Manajemen Stratejik*. Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung:Alfabeta.
- Supriyono, R.A. 2000. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Sutarto. 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Suwantoro. Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tampubolon P. Manahan. 2004. *Prilaku Keorganisasian*. Ghalia Indonesia.Jakarta.
- Tangkilisan. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Tripmo. Tedjo dan Udan. 2005. *Manajemen Strategi*.Bandung: Penerbit. Rekayasa Sains.
- Ulbert.Silalahi. 2002. *Studi Tentang Ilmu Administrasi : Teori, Konsep dan Dimensi*. Sinar Baru Algesindo.Bandung.
- Umar, Husein. 2001. *Strategik Manajemen in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Winardi. 2006. *Teori Organisasi dan Pengorganisasian*, PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Yoeti. Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*.Bandung: Angkasa.

Dokumen

- UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan
- Undang-undang Nomor 53 tahun 1999 Pembentukan Kabupaten Pelalawan