

# **PENGEMBANGAN OBJEK WISATA CANDI MUARA TAKUS DI KABUPATEN KAMPAR**

**Oleh :**  
**Eka Anggia Anglan**  
**Pembimbing : Rosyetti dan Mardiana**

*Faculty Of Ekonomi Riau University, Pekanbaru Indonesia*  
*Email : [ekaanggia.anglan@yahoo.co.id](mailto:ekaanggia.anglan@yahoo.co.id)*

*Tourism Development Of Candi Muara Takus In Kampar Regency*

## **ABSTRACT**

*In today's world of tourism development, the type of tourism in Indonesia is environment based tourism (nature) and tourism based history. However, management and development in Indonesia is still lacking attention. One of these attractions Muara Takus located in Kampar regency. In a development needs to be carried out in depth study to determine the current situation and the development of effective strategies so that their potential can be utilized as much as possible. This research problem formulation is the development strategy of attraction in the village of Muara Takus. The purpose of this study was to determine the development strategy attractions Muara Takus in District XIII Koto Kampar regency. The method used in this research is SWOT analysis. SWOT Analysis is used to determine the situation of attraction Muara Takus to identify the internal and external factors that affect attraction. The results based on SWOT analysis showed attractions Muara Takus are in quadrant 1 with a intersection of 1.74; 1.18 where the situation can be done by having the opportunities and strengths that can take advantage of existing opportunities in order to enhance the growth of attraction Muara Takus. It describes the situation attraction Muara Takus in a position to support an aggressive strategy means in a favorable situation.*

*Keywords : development strategy, attraction, SWOT Analysis*

## **PENDAHULUAN**

Pengembangan pariwisata sangat penting artinya disamping dapat memperkenalkan budaya daerah juga telah banyak membawa kemajuan bagi umat manusia dan daerah yang bersangkutan. Pengembangan pariwisata dengan sasaran wisatawan nusantara maupun mancanegara juga akan memacu lajunya pertumbuhan ekonomi

daerah, karena pariwisata tidak berdiri sendiri. Meningkatnya arus wisatawan yang datang ke Indonesia juga semakin banyak pendapatan negara, khususnya daerah-daerah tujuan wisata. Disamping itu, tujuan lain adalah untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam serta budaya Indonesia, meningkatkan persaudaraan ataupun persahabatan nasional dan internasional. Menurut Yoeti ( 2008 : 14), hampir selama dua

dekade terakhir pariwisata menunjukkan kinerja yang mantap dan stabil sebagai penghasil devisa negara dan bila dikembangkan dengan baik diharapkan dapat membantu sebagai katalisator pembangunan (*agent of development*) di Indonesia.

Candi Muara Takus adalah Candi peninggalan agama Budha yang didirikan pada masa pemerintahan kerajaan Sriwijaya di Indonesia. Pada masa itu kompleks Candi berfungsi sebagai bangunan suci untuk sarana pemujaan dan ritual keagamaan dalam agama Budha. Kompleks Candi Muara Takus telah dikenal dunia internasional dan banyak dikunjungi para wisatawan mancanegara, khususnya para peziarah Budhis. Ketertarikan para wisatawan tersebut disebabkan karena nilai artistik yang tinggi pada bangunan kompleks Candi, kemiripan struktur dan tata ruang bangunan dengan Candi Asoka di India, serta karena kompleks Candi tersebut merupakan salah satu tempat penting dalam penyempurnaan ritual para biksu komunitas Budhis.

Candi Muara Takus sebagai objek wisata yang memberi ilmu pengetahuan, pengalaman sejarah dan budaya sehingga dapat meningkatkan apresiasi kecintaan pengunjung terhadap warisan sejarah dan budaya bangsa. Dengan keindahan dan keunikan bangunan-bangunan Candi Muara Takus sebagai objek wisata sejarah.

Objek wisata Candi Muara Takus memiliki potensi untuk dikembangkan. Hal tersebut dapat dilihat dari keindahan dan keunikan bangunan Candi Muara Takus sebagai wisata sejarah yang masih kental dengan budayanya yang khas dan

panorama alam sekitarnya. Namun potensi tersebut masih kurang didukung oleh kemudahan akses untuk mencapai lokasi wisata tersebut, di mana jumlah dan frekuensi keberangkatan transportasi umum menuju objek wisata Candi Muara Takus adalah rendah dan cukup jauh dari jalan utama, serta kondisi jalan yang berlubang menyebabkan sedikitnya minat masyarakat untuk berkunjung ke objek wisata ini sehingga menghambat perkembangan objek wisata. Dan belum optimalnya pengembangan objek wisata, baik sarana maupun prasarana (seperti tempat istirahat, tidak ada lokasi parkir khusus, tidak ada permainan bagi anak-anak, dan lain sebagainya), belum adanya TIC (*Tourist Information Center*) yang dapat berperan sebagai ujung tombak pemasaran pariwisata dan promosi yang belum maksimal. Oleh karena itu perlu adanya penerapan sistem pengelolaan yang lebih baik untuk menentukan prioritas strategi pengembangan objek wisata tersebut.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan objek wisata Candi Muara Takus di Desa Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar?

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan objek wisata Candi Muara Takus di Desa Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar.

## TELAAH PUSTAKA

### Pembangunan Ekonomi

Istilah pembangunan ekonomi (*economic development*) biasanya

dikaitkan dengan perkembangan ekonomi di negara-negara berkembang. Sebagian ahli ekonomi mengartikan istilah ini sebagai berikut : *economic development is growth plus change*, yaitu pembangunan ekonomi adalah pertumbuhan ekonomi yang diikuti oleh perubahan dalam struktur dan corak kegiatan ekonomi. Dengan perkataan lain, dalam mengartikan istilah pembangunan ekonomi, ahli ekonomi bukan saja tertarik pada masalah perkembangan pendapatan nasional riil, tetapi juga kepada modernisasi kegiatan ekonomi. Pada dasarnya pembangunan ekonomi merupakan usaha untuk mengubah suatu perekonomian yang kurang maju, sangat tradisional dan berpendapatan rendah menjadi suatu perekonomian yang modern yang mencapai taraf kemakmuran yang tinggi. Pembangunan ekonomi hanya akan tercapai apabila pendapatan perkapita masyarakat terus-menerus bertambah pada tingkat yang cukup cepat (Sukirno, 2011 : 423).

### **Pengertian Pariwisata**

Pada dasarnya ruang lingkup kepariwisataan terdiri atas 3 unsur, yakni : manusia sebagai unsur insani pelaku kegiatan pariwisata, tempat sebagai unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri dan waktu sebagai unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri dan selama berdiam di tempat tujuan wisata (Wahab, 2003 : 18).

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah.

Pariwisata berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Arti pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli bahasa dan pariwisata Indonesia. Kata "pariwisata" berasal dari dua suku kata yaitu "pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau berpergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling (Suwanto, 2004 : 24).

### **Pengertian Objek Wisata**

Objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung (Yoeti, 2006 : 52).

Suwanto menyebutkan objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah. Selanjutnya objek wisata ini dikelompokkan menjadi tiga golongan yaitu:

- a. Objek wisata dan daya tarik wisata alam yaitu objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan dan kekayaan alam.
- b. Objek wisata dan daya tarik budaya yaitu: objek dan daya tarik bersumber pada kebudayaan seperti peninggalan sejarah,

museum, atraksi kesenian, dan objek lain yang berkaitan dengan budaya.

- c. Objek wisata dan daya tarik pada minat khusus yaitu: objek wisata daya tariknya bersumber pada minat khusus wisatawan itu sendiri, misalnya olahraga, memancing dan lain-lain (Pitana, 2009 : 39).

Berdasarkan pengertian diatas mengenai objek wisata maka dapat dikatakan bahwa objek wisata adalah sesuatu yang dapat dilihat, dirasakan serta dinikmati oleh manusia dan yang memiliki daya tarik minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut sehingga menimbulkan perasaan senang dan kepuasan jasmani.

#### **Pengembangan objek wisata**

Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Pengembangan pariwisata tidak lepas dari perkembangan politik, ekonomi, sosial dan pembangunan disektor lainnya. Maka didalam pengembangan pariwisata dibutuhkan perencanaan terlebih dahulu. Pengembangan pariwisata bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Basis pengembangan pariwisata adalah potensi sumber daya, keragaman budaya, seni, dan alam (pesona alam). Pengembangan sumber daya tersebut dikelola melalui pendekatan peningkatan nilai tambah sumber daya secara terpadu antara

pengembangan produk pariwisata dan pengembangan pemasaran pariwisata melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal dalam rangka pengembangan pariwisata (Pradikta, 2013 : 21).

Menurut Wahab (2003 : 110) ada dua hal yang dapat ditawarkan kepada wisatawan sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah tujuan wisata, dimana dua hal tersebut dapat berupa alamiah atau buatan manusia yaitu:

##### a. Sumber-sumber alam

1. Iklim : udara lembut, bersinar matahari, kering dan basah
2. Tata letak tanah dan pemandangan alam : dataran, pegunungan yang berpanorama indah, danau, sungai, pantai, bentuk-bentuk yang unik, pemandangan yang indah, air terjun, daerah gunung berapi, gua dan lain-lain.
3. Unsur rimba : hutan-hutan lebat, pohon-pohon langka dan sebagainya
4. Flora dan fauna: tumbuhan aneh, barang-barang beragam jenis dan warna, kemungkinan memancing, berburu dan bersafari foto binatang buas, taman nasional dan taman suaka binatang dan sebagainya.
5. Pusat-pusat kesehatan: sumber air mineral alam, kolam lumpur berkhasiat untuk mandi, sumber air panas alam untuk penyembuhan penyakit dan sebagainya.

b. Hasil karya manusia yang ditawarkan.

#### **Permintaan Wisata**

Dari sisi ekonomi, pariwisata muncul dari 4 unsur pokok yang saling terkait erat atau menjalin hubungan dalam suatu sistem, yakni :

- a. Permintaan atau kebutuhan
- b. Penawaran atau pemenuhan kebutuhan berwisata itu sendiri
- c. Pasar dan kelembagaan yang berperan untuk memfasilitas keduanya, dan
- d. Pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga elemen tadi (Damanik & Weber, 2006 : 36).

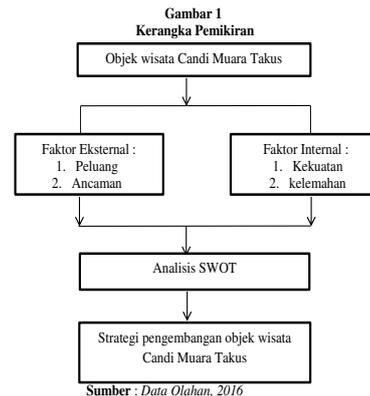
Pendidikan yang semakin meningkat membuat wawasan seseorang semakin luas. Keingintahuan dan minat untuk mempelajari sesuatu yang baru ikut meningkat. Selain itu apresiasi terhadap tempat dan budaya yang berbeda semakin tinggi. Dalam hal tertentu mereka juga sangat kritis menilai lokasi, budaya, atau apa saja yang mereka lihat dan kunjungi. Semua ini menjadi pendorong yang kuat bagi orang untuk berwisata. Jadi kalau kita melihat wisatawan bermain gamelan atau mengamati perilaku satwa, maka hal itu adalah bagian dari pendidikan yang dibutuhkan (Damanik & Weber, 2006 : 37).

### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan,

strategi, dan kebijakan. Dengan demikian, perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini (Rangkuti, 2006:18).

### Kerangka Pemikiran



### Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan tinjauan pustaka di atas maka dapat ditemukan hipotesis sebagai berikut :

“strategi yang efektif dalam pengembangan Candi Muara Takus adalah dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman”

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di objek wisata Candi Muara Takus di Desa Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. Dalam penelitian ini, populasinya adalah pengunjung objek wisata Candi Muara Takus dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Tidak diketahui secara pasti karena pengunjung yang datang setiap hari berbeda jumlahnya sehingga tidak

bisa diprediksikan berapa orang yang akan berkunjung. Teknik pengambilan sampel yang diambil berdasarkan pertimbangan bahwa populasi yang ada tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga menggunakan *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan kepada siapa saja yang kebetulan ada. Jumlah responden sebanyak 100 pengunjung (Arikunto, 2010: 131). Besarnya jumlah sampel ditentukan dengan perumusan Yamane dalam Evi dan Yustina (2003 : 43) sebagai berikut :

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

keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

d<sup>2</sup> : presesi yang digunakan 0,1 (10%)

$$n = \frac{35,431}{35,431(0,1)^2+1}$$

$$n = \frac{35,431}{355,31}$$

$$n = 99,718 = 100 \text{ Orang}$$

Jenis dan sumber data yang diperlukan untuk penelitian ini yaitu meliputi data primer dan data sekunder :

#### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dengan cara menggali dari sumber asli secara langsung. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui teknik wawancara kepada informan yang terdiri dari warga atau masyarakat Desa Muara Takus yang berjualan di taman wisata Candi Muara Takus yang diperkuat dengan informan lain yaitu ketua RW dan Pengelola taman wisata.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk

mendukung data primer yaitu melalui dinas kebudayaan pariwisata, pemuda dan olahraga, studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, dan unit pelaksana teknis dinas (UPTD) Candi Muara Takus.

#### Metode Analisis Data

Metode dan analisis data bertujuan untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikan secara sistematis, kemudian mengolah, menafsirkan, dan memaknai data tersebut. Analisis data merupakan upaya pemecahan permasalahan penelitian untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis adalah metode analisis Deskriptif untuk menjawab faktor-faktor pendorong dan penghambat pengembangan objek wisata Candi Muara Takus, yaitu pertama 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 analisis deskriptif untuk menjelaskan atau mendeskriptifkan fenomena-fenomena yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

Sedangkan untuk menjawab strategi pengembangan objek wisata Candi Muara Takus menggunakan analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* 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 (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*). Strategi yang berasal dari proses analisis SWOT dapat dibedakan dalam empat macam, yaitu : agresif, diversifikasi, turn-around, dan defensif. (Rangkuti, 2006 : 19).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisi SWOT merupakan indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi perusahaan, menurut Rangkuti (2006 : 19). SWOT adalah singkatan dari lingkungan intenal *strengths* (kekuatan) dan *weaknesses* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang dihadapi di dunia bisnis. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

**Tabel 1**  
**Matrik Faktor Internal Dan Faktor Eksternal**  
**Objek Wisata Candi Muara Takus**

Faktor Internal	Faktor Eksternal
1. Kekuatan a. Bangunan candi yang bernilai artistik tinggi dan masih asli. b. Susana objek wisata yang memberikan kenyamanan c. Keramahan masyarakat sekitar d. Objek wisata menarik dan unik dengan keberadaan danau PLTanya e. Memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi	3. Peluang a. Tingginya minat wisatawan yang ingin berkunjung b. Meningkatkan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada c. Menarik investasi swasta d. Menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran e. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata
2. Kelemahan a. Promosi yang belum maksimal b. Keadaan jalan yang kurang baik c. Program pengembangan objek wisata masih sederhana d. Partisipasi masyarakat rendah e. Kurangnya tenaga profesional dalam pengembangan objek wisata	4. Ancaman a. Persaingan antar objek wisata b. Kerusakan alam karena kurangnya kesadaran wisatawan c. Kurangnya transportasi umum menuju objek wisata d. Kerusakan lingkungan akibat pengembangan seenaknya e. Terjadinya bencana / gangguan alam

Sumber: Data Olahan, 2016

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan, misi, tujuan, strategi,

dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi (*strategi palanner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Dalam penyusunan strtagi pengembangan objek wisata Candi Muara Takus peneliti melakukan dengan anlisis SWOT dimana terlebih dahulu mengindintifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

**Tabel 2**  
**Matriks Faktor Strategi Internal Objek Wisata**  
**Candi Muara Takus**

Faktor strategi internal	bobot	Rating	Skor Bobot x rating
Kekuatan	0,1430	4	0,572
a. Bangunan candi yang bernilai artistik tinggi dan masih asli.			
b. Suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan.	0,1154	3	0,3462
c. Keramahan masyarakat sekitar.	0,1154	3	0,3462
d. Objek wisata menarik dan unik dengan keberadaan danau PLTanya	0,1323	3	0,3969
e. Memiliki nilai sejarah, budaya yang tinggi	0,1455	4	0,582
<b>JUMLAH SKOR KEKUATAN</b>			<b>2,2433</b>
Kelemahan	0,0696	1	0,0696
a. Promosi yang belum maksimal	0,0585	1	0,0585
b. Keadaan jalan yang kurang baik	0,0738	2	0,1476
c. Program pengembangan objek wisata masih sederhana	0,0861	2	0,1722
d. Partisipasi masyarakat rendah	0,0597	1	0,0597
e. Kurangnya tenaga profesional dalam pengelolaan objek wisata			
<b>JUMLAH SKOR KELEMAHAN</b>			<b>0,5076</b>
<b>JUMLAH KESELURUHAN</b>			<b>2,7509</b>

Sumber : Data Olahan, 2016

**Tabel 3**  
**Matriks Faktor Strategi Eksternal Objek Wisata**  
**Candi Muara Takus**

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot x Rating
Peluang	0,1269	3	0,3807
a. Tingginya minat wisatawan yang ingin berkunjung			
b. Meningkatkan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada	0,1214	3	0,3642
c. Menarik investasi swasta	0,1105	3	0,3315
d. Menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran	0,1285	4	0,514
e. Otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata	0,1101	3	0,3303
<b>JUMLAH SKOR PELUANG</b>			<b>1,9207</b>
Ancaman	0,0889	2	0,1778
a. Persaingan antar objek wisata	0,0830	2	0,166
b. Kerusakan alam karena kurangnya kesadaran wisatawan	0,0626	1	0,0626
c. Kurangnya transportasi umum menuju objek wisata	0,0732	2	0,1464
d. Kerusakan lingkungan akibat pengembangan seenaknya	0,0944	2	0,1888
e. Terjadinya bencana/ gangguan alam			
<b>JUMLAH SKOR ANCAMAN</b>			<b>0,7416</b>
<b>JUMLAH KESELURUHAN</b>			<b>2,6623</b>

Sumber : Data Olahan, 2016

Pembobotan dalam faktor-faktor strategi objek wisata Candi Muara Takus diperoleh dari bobot ( nilai mutu ) =  $\frac{mx}{mt}$ , mx : mean dari faktor x dan mt : mean total faktor strategi. Sedangkan tujuan rating adalah memberikan skala mulai dari 4 sampai 1 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan objek wisata Candi Muara Takus, dan untuk skor pembobotan untuk memperoleh total skor pembobotan objek wisata Candi Muara Takus. Nilai total ini menunjukkan bagaimana objek wisata Candi Muara Takus bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternalnya

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan melalui analisis SWOT, diperoleh nilai akhir dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman seperti terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 4**  
**Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman**

NO	Uraian	Nilai
1	Faktor internal	
	a. Kekuatan	2,24
2	Faktor eksternal	
	a. Peluang	1,92
	b. Ancaman	0,74

Sumber : Data Olahan 2016

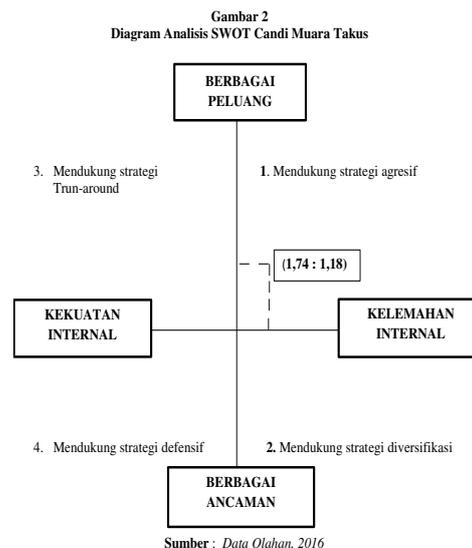
Dari uraian di atas tentang SWOT analisis, bahwa dalam kerangka strategi keseluruhan, strategi dasar yang dapat direncanakan adalah menggunakan kesempatan sebaik-baiknya, mencoba mengantisipasi dan menanggulangi ancaman, menggunakan kekuatan sebagai modal dasar operasi dan memanfaatkannya semaksimal mungkin, serta mengusahakan untuk mengurangi dan menghilangkan

kelemahan yang masih ada. Terlihat dari hasil perhitungan tersebut bahwa objek wisata Candi Muara Takus memiliki kekuatan yang dominan dibanding kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibanding ancamannya dengan nilai sebagai berikut :

Kekuatan–kelemahan (faktor internal)  
: 2,24 – 0,50 = 1,74

Peluang – ancaman (faktor eksternal )  
: 1,92 – 0,74 = 1,18

Apa bila nilai-nilai tersebut dimasukkan dalam diagram analisis SWOT terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di objek wisata Candi Muara Takus berada di posisi strategi pertumbuhan yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki



Berdasarkan gambar pada diagram di atas menunjukkan bahwa titik potong (1,74 ; 1,18) berada pada kuadran 1, dimana situasi tersebut sangat menguntungkan dengan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada agar dapat meningkatkan pertumbuhan objek wisata Candi Muara Takus. Dengan memanfaatkan kekuatan yang

dimiliki seperti bangunan candi yang bernilai artistik tinggi dan masih asli, suasana objek wisata yang memberikan kenyamanan, keramahan masyarakat, objek wisata menarik dan unik dengan keberadaan danau PLTA nya, memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi. Dan peluang yang dimiliki antara lain tingginya minat wisatawan yang ingin berkunjung, meningkatkan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada, menarik investasi swasta, menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran, otonomi daerah memberikan keleluasaan untuk mengembangkan potensi wisata. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif ( *growth oriented strategy* ).

## SIMPULAN DAN SARANS

### Simpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya mengenai Pengembangan Objek Wisata Candi Muara Takus Di Kabupaten Kampar, maka dapat dibuat kesimpulan. Berdasarkan hasil dari matriks SWOT analisis, strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan objek wisata Candi Muara Takus adalah SO (*strength and opportunities*) dengan mengoptimalkan kekuatan ( *strength* ) untuk memanfaatkan peluang ( *opportunities* ) sebesar-besarnya. Berdasarkan analisis faktor internal dan faktor eksternal sub total kekuatan adalah 2,24 dan sub total kelemahan 0,50. Peluang 1,92 dan ancaman 0,74. Pada titik potong (1,74 ; 1,18 ) berada pada kuadran 1, dimana

situasi tersebut dapat dilakukan dengan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada agar dapat meningkatkan pertumbuhan objek wisata Candi Muara Takus. Hal ini menggambarkan situasi objek wisata Candi Muara Takus pada posisi yang mendukung strategi agresif artinya pada situasi yang menguntungkan dan sangat memungkinkan untuk melakukan pengembangan objek wisata.

### Saran

Saran yang dapat dirumuskan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk masyarakat setempat dan pengelola objek wisata diharapkan dapat menjaga kekuatan-kekuatan objek wisata dan memanfaatkan peluang yang ada sebaik mungkin.
- 2) Pemerintah Kabupaten Kampar perlu terus meningkatkan pelayanan publik di daerah wisata seperti kebersihan, kenyamanan, keamanan dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Karena saat ini fasilitas publik objek wisata Candi Muara Takus kurang begitu baik. Selain itu jika jumlah wisatawan dapat meningkat dari tahun ke tahun maka diharapkan pendapatan pariwisata dapat 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 membahas strategi yang tepat dalam pengembangan objek wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik*, Andi, Yogyakarta.
- Damanik, Janianton. dan Weber, H.F. 2006. *Perencanaan Ekowisata – Dari Teori ke Aplikasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Pradikta, Angga. 2013. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pati*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suryawati, Evi dan Yustina. 2003. *Metodologi Penelitian Kependidikan*. Universitas Riau Express, Pekanbaru.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Eksonomi ; Teori Pengantar*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.
- Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2006. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, Dan Implementasi*. Penerbit Kompas, Jakarta.