

BERKALA PERIKANAN TERUBUK

Volume. 38 No. 1

Februari 2010

Distribusi Makrozoobenthos Di Perairan Aek Manis Kabupaten Sibolga Sumatera Utara Irvina Nurrachmi, Zulkifli, Esra Waty	1-7
Pangsa Pasar Dan Efisiensi Pemasaran Ikan Jambal Siam Dari Desa Padang Mutung Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar Tince Sofyani	8 - 22
Strategi Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Indragiri Hilir (<i>Studi Kasus Kawasan Panglima Raja Kecamatan Concong</i>) Zulkarnain dan Amrizal	23 - 38
Identifikasi Dan Inventarisasi Ikan-Ikan Dari Waduk PLTA Koto Panjang Kabupaten Kampar, Riau Sampe Harahap, Syafriadiman dan Eryan Huri	39 - 47
Pengorganisasian dan analisis usaha perikanan keramba di waduk PLTA Koto Panjang Kabupaten Kampar Tibrani dan Tince Sofyani	48-61
Potensi Penggunaan Acepromazine Sebagai Sediaan Transquilizer Pada Transportasi Ikan Patin Andriyanto, A. Sutisna, W. Manalu, L. Andini, R. Hidayat, K. Suanda, S. Valinata	62 - 70
Pengaruh Suhu Terhadap Kelangsungan Hidup Dan Pertumbuhan Larva Ikan Mas (<i>Cyprinus carpio</i>) Dominggas M. Kelabora	71 - 81
Studi Bahan Dan Konstruksi Kapal Perikanan Jaring Insang Di Kota Dumai, Propinsi Riau Jonny Zain	82 - 94
Toksistas Limbah Cair Minyak Kelapa Sawit Dan Uji Sub Lethal Terhadap Ikan Nila (<i>Oreochromis sp.</i>) Syafriadiman	95-106
Domestikasi Dan Pematangan Gonad Ikan Tapah (<i>wallago sp</i>) Dari Perairan Sungai Kampar, Riau Yurisman , Sukendi dan Ridwan Manda Putra	107-117

Jurnal Penelitian	Volume. 38	No.1	Halaman 1-117	Pekanbaru, Februari 2010	ISSN 126-4265
-------------------	------------	------	---------------	--------------------------	---------------

Diterbitkan Oleh:
**HIMPUNAN ALUMNI
 FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
 UNIVERSITAS RIAU**

ANALISIS PERMINTAAN REKREASI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BAHARI DI KAWASAN WISATA LAGOI, KECAMATAN TELUK SEBONG, KABUPATEN BINTAN

By

Tince Sofyani¹⁾

Diterima: 15 Agustus 2009 / Disetujui: 30 Agustus 2009

ABSTRACT

The aims of the research are : 1). to measure both the potential and feasibility of marine tourism development at Lagoi area tourism , 2). to identify the characteristic and preferences of tourist at Lagoi area tourism 3). to find the demand curve of tourist against recreation of marine tourism at Lagoi area tourism, and 4) to determine the strategic for marine tourism development at Lagoi area tourism.

The number of respondents is 40 deriving from domestic tourist. The data were then analyzed by using linear regression analysis with model of travel cost method and also SWOT analysis.

The results of assessment the potential of Lagoi area tourism that location was suitable for recreation because the nature of beautifulnes of the beach and proper to development. Demand curve depicted to follow constant elasticity model with price elasticity value equal to $-0,8823$, meaning all changes in traveling expense equal to 1 %, hence mount tourist visit will change equal $0,8823$ % Result from SWOT analysis is support aggressive development policy.

Keywords : potential, feasibility, marine tourism, beautifulnes, domestic tourist

PENDAHULUAN

Rekreasi merupakan salah satu produk yang tidak dapat dipertukarkan di dalam pasar. Sistem harga sendiri tidak dapat berfungsi secara langsung untuk mengukur keinginan relatif penduduk dalam mengkonsumsi dan kesediaan untuk memproduksi.

Penilaian secara kuantitatif terhadap produk yang tidak memiliki sistem harga lebih sulit dilakukan. Hal ini disebabkan alat analisis yang tersedia tidak semuanya memuaskan. Salah satu pendekatan yang dirasa cukup memadai untuk menilai

manfaat *intangible* adalah pendekatan kesediaan membayar (*willingness to pay*) dari konsumen yang bersangkutan. Pendekatan ini pada prinsipnya sama dengan kurva permintaan yang merupakan tempat kedudukan besarnya keinginan membayar dari sekelompok konsumen pada berbagai tingkat manfaat *intangible* yang digunakan atau dikonsumsi.

Keberadaan infrastruktur yang memadai, baik berupa sarana transportasi, komunikasi maupun akomodasi menjadi masalah yang cukup serius bagi pengembangan kawasan rekreasi. Kondisi infrastruktur berkaitan dengan kemudahan untuk menjangkau yang

¹⁾ Staf Pengajar Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau Pekanbaru

pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan aktivitas rekreasi.

Pantai Lagoi merupakan salah satu obyek wisata bahari di Provinsi Kepulauan Riau yang mulai dibangun pada tahun 1991 dengan luas areal lebih kurang 11.000 hektar. Kawasan wisata bahari di Lagoi berkembang dengan pesatnya, saat ini terdapat beberapa resort di Lagoi antara lain : Angsana Resort, Bintang Resort Cakrawala, Club Med Ria Bintang, Mana-Mana Beach Club & Cabanas, Mayang Sari Resort, Nirwana Gardens, Ria Bintang Resort, Sedona Bintang Lagoon, Sol Elite dan lain-lain (Dinas Pariwisata Daerah Kepulauan Riau, 2006). Kawasan pantai Lagoi dibangun dengan konsep wisata bahari yang digabungkan dengan wisata petualangan dan olahraga laut.

Pembangunan kawasan wisata bahari di pantai Lagoi dalam bentuk penyediaan infrastruktur dan berbagai fasilitas penunjang mengeluarkan biaya yang cukup besar, bagaimanakah manfaat dari fasilitas rekreasi yang ada bagi masyarakat yang berkunjung ke pantai Lagoi tersebut ? Oleh karena itu menarik untuk melakukan penelitian mengenai model permintaan rekreasi wisata bahari di pantai Lagoi, yang kemudian ditindaklanjuti dengan menyusun strategi pengembangan wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi tersebut.

Masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

- 1). Bagaimanakah potensi dan kelayakan pengembangan obyek wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi ?
- 2). Bagaimanakah karakteristik dan preferensi pengunjung

obyek wisata di Kawasan Wisata Lagoi ?

- 3). Bagaimanakah permintaan masyarakat terhadap rekreasi wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi ?
- 4). Bagaimanakah alternatif strategi pengembangan wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi yang perlu dilakukan ?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mengukur potensi dan kelayakan pengembangan obyek wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi.
- b. Mengidentifikasi karakteristik dan preferensi pengunjung obyek wisata di Kawasan Wisata Lagoi
- c. Menduga Kurva Permintaan masyarakat terhadap rekreasi wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi
- d. Merumuskan alternatif strategi pengembangan wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi pihak investor dan pihak penyelenggara obyek wisata bahari, hasil studi ini berguna sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas fasilitas dari obyek wisata bahari Kawasan Wisata Lagoi di masa yang akan datang.
- b. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan dalam menentukan kebijakan pengembangan wisata bahari yang berkelanjutan di Kepulauan Riau pada umumnya, khususnya di Kawasan Wisata Lagoi pada masa yang akan datang.
- c. Bagi para peneliti dalam bidang ekonomi lingkungan, hasil

pendugaan kurva permintaan masyarakat terhadap rekreasi wisata bahari dapat digunakan sebagai proksi nilai (*value*) manfaat minimum dari obyek wisata bahari Kawasan Wisata Lagoi dan bahan informasi pembanding untuk penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Wisata Lagoi, Kecamatan Teluk Sebong Kabupaten Bintan pada bulan Juli 2009 dengan menggunakan metoda survei. Data penelitian bersumber dari 40 responden (wisatawan domestik) yang berkunjung ke Kawasan Wisata Lagoi saat penelitian

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan meliputi karakteristik pengunjung, daerah asal, banyaknya kunjungan rekreasi, seluruh biaya rekreasi yang dikeluarkan oleh tiap-

tiap individu, dan penilaian pengunjung terhadap potensi obyek wisata di Kawasan Wisata Lagoi. Data sekunder dikumpulkan dari Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan, Pengelola Obyek Wisata pantai Lagoi serta instansi lain yang terkait dengan penelitian ini.

Analisis Data

Untuk memecahkan permasalahan dan mencapai tujuan penelitian, maka digunakan beberapa analisis yaitu :

a. Analisis Potensi Wisata dan Kelayakan Pengembangan Obyek Wisata

Untuk mengukur potensi pengembangan obyek wisata dilakukan penilaian potensi secara kuantitatif berdasarkan Tabel Baku Penilaian Potensi dan Pengembangan Obyek Wisata Alam yang ditetapkan Direktorat Jenderal Pariwisata (1998) dalam Wahyudi *et al* (2000), sebagaimana terlihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Penilaian Potensi Wisata

No.	Potensi	Nilai Maksimum (i)	Bobot (ii)	Skor Maksimum (i x ii)
1.	Daya Tarik	200	6	1.200
2.	Potensi Pasar	200	5	1.000
3.	Kadar Hubungan	200	5	1.000
4.	Kondisi Lingkungan	200	5	1.000
5.	Pengelolaan Perawatan dan Pelayanan	200	4	800
6.	Kondisi Iklim	200	4	800
7.	Akomodasi	200	3	600
8.	Prasarana dan Sarana Penunjang	200	2	400
9.	Tersedianya Air bersih	200	2	400
10.	Hubungan dengan Obyek Wisata Lain	200	1	200
	Jumlah	2.000	37	7.400

Sumber : Ditjen Pariwisata 1998 dalam Wahyudi *et al* (2000)

Tabel 2. Kriteria Penilaian Kelayakan Pengembangan Wisata

No.	Kriteria	Skor
1.	Layak	
	• Baik sekali	6495 – 7400
	• Baik	5560 – 6494
	• Cukup	4635 – 5559
2.	• sedang	3710 - 4634
	Tidak layak	
	• Kurang	2785 – 3709
	• Kurang sekali	1850 – 2784
	• Buruk	< 1850

Sumber : Ditjen Pariwisata (1998) dalam Wahyudi et al (2000)

b. Karakteristik Pengunjung

Karakteristik pengunjung yang dilihat meliputi daerah asal pengunjung, umur, jenis kelamin, status perkawinan, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, lama kunjungan, aktivitas yang dilakukan, transportasi yang digunakan.

c. Analisis Preferensi Wisatawan terhadap Obyek Wisata

Analisis preferensi digunakan untuk mengetahui tingkat keindahan dan kenyamanan obyek wisata dengan menggunakan konsepsi Direktorat Jenderal Pariwisata (1998) dalam Rizal (2003)

1. Keindahan Alam (*Natural Beauty*)

Merupakan nilai relatif yang diberikan oleh manusia kepada alam yang mempunyai ciri tertentu dan mendatangkan rasa ketertarikan atau kekaguman.

$$Ka = Ers / Era \times 100 \%$$

2. Kenyamanan (*Amenity / Comfortability*)

Merupakan nilai yang diberikan oleh manusia terhadap suatu rasa

kelapangan, ketentraman dan keamanan.

$$Na = Ers / Era \times 100 \%$$

Keterangan:

Ka = nilai keindahan alam dalam persen

Na = nilai kenyamanan alam dalam persen

Ers = jumlah responden yang sepakat mengatakan indah / nyaman

Era = Jumlah seluruh responden

Nilai (skor) dari keindahan / kenyamanan :

>80 % = sangat indah/sangat nyaman

60 % - 79 % = lebih dari indah/lebih dari nyaman

40 % - 59 % = indah / nyaman

20 % - 39 % = kurang indah/kurang nyaman

< 20 % = tidak indah/tidak nyaman

Karakteristik dan preferensi pengunjung disajikan dalam bentuk tabel dan dianalisis secara deskriptif.

d. Pendugaan Jumlah Pengunjung

Model penduga tingkat kunjungan Tahun 2009 adalah sebagai berikut :

$$Y_i = \alpha + \beta X_i + e$$

dimana :

- Y_i = tingkat kunjungan tahun ke i
- X_i = waktu berkala (tahun ke i)
- α = intersep
- β = koefisien regresi
- e = kesalahan pengganggu
- I = 1,2,3, ... dst

e. Metode Biaya Perjalanan (Travel Cost Method)

Metode biaya perjalanan secara umum dapat dirumuskan :

$$BP = BTr + (BKr - BKh) + BDk + BLn$$

dimana :

- BP = total biaya perjalanan (Rp)
- BTr = biaya transportasi selama rekreasi (Rp)
- BKr = biaya konsumsi di tempat rekreasi (Rp)
- BKh = biaya konsumsi harian (Rp)
- BDk = biaya dokumentasi (Rp)
- BLn = biaya lain-lain (Rp)

Biaya perjalanan rata-rata pengunjung dari tiap-tiap zona dihitung dengan rumus :

$$BPR = \frac{\sum_{i=1}^n BP_i}{n_i}$$

dimana :

- BPR i = biaya perjalanan rata-rata tiap zona (Rp/orang/hari/kunjungan)
- BP i = biaya perjalanan total tiap zona
- n = jumlah pengunjung tiap zona
- i = 1,2,3,...,n

f. Model Kurva Permintaan Rekreasi

Persamaan permintaan rekreasi didapatkan dengan meregresikan jumlah kunjungan Tahun 2009 (Q) dengan biaya perjalanan masing-masing zona (P). Persamaan permintaan rekreasi diasumsikan mengikuti kurva permintaan *constant elasticity models* (model elastisitas konstan). Model persamaan regresi kurva permintaan rekreasi menurut Gujarati (1991) yaitu :

$$Q = \alpha P^\beta e^\epsilon$$

persamaan di atas ditransformasikan ke dalam bentuk log natural :

$$\ln Q = \ln \alpha + \beta \ln P + \epsilon$$

dimana :

- Q = jumlah kunjungan tahun 2009 (orang)
- P = biaya perjalanan rata-rata (Rp)
- α = intersep
- β = koefisien regresi
- ϵ = kesalahan pengganggu

Untuk menguji ketepatan persamaan regresi yang telah diperoleh, dilakukan uji F, dengan hipotesis:

- Ho : Biaya perjalanan rata-rata tidak mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan
- Ha : biaya perjalanan rata-rata mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan

Dengan kriteria :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka terima Ho.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka terima Ha.

g. Analisis SWOT.

Strategi pengembangan objek wisata bahari pantai Lagoi dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT : dengan memilah, menilai unsur-unsur SWOT dan menghitung selisih antara total nilai tertimbang kekuatan dengan total nilai tertimbang kelemahan dan menghitung selisih antara total nilai tertimbang peluang dengan total nilai tertimbang ancaman.

Analisis SWOT digunakan dengan pendekatan lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pendekatan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Dalam analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi akan efektif dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matrik SWOT menghasilkan empat kemungkinan

alternatif strategi untuk diterapkan, yaitu :

- 1). SO (*Strength – Opportunity*) : menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil peluang yang ada.
- 2). ST (*Strength – Threat*) : menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi.
- 3). WO (*Weakness – Opportunity*) : berusaha mencapai keuntungan dari peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada.
- 4). WT (*Weakness – Threat*) : berusaha meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Dalam menggambarkan hasil analisis SWOT, digunakan matriks SWOT seperti pada Tabel 3 (Rangkuti, 1997).

Tabel 3. Matrik SWOT Yang digunakan Dalam Penelitian

	Internal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Eksternal			
Peluang (Opportunity)		SO	WO
Ancaman (Threat)		ST	WT

Sumber : Rangkuti (1997)

Analisis SWOT juga dapat digambarkan dalam bentuk diagram untuk mengetahui posisi dari situasi industri pariwisata pantai Lagoi dan

mendukung strategi yang tepat untuk pengembangan kawasan wisata bahari pantai Lagoi (Rangkuti, 1997).



Diagram 1. Analisis SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedaaan Umum Kawasan Wisata Lagoi

Pulau Bintan yang terletak di Propinsi Kepulauan Riau mempunyai potensi yang dapat menunjang kegiatan perekonomian antar pulau dengan pengembangan kegiatan wisata. Sebagai langkah nyata terdapatnya potensi yang perlu dikelola maka pemerintah Indonesia dan pemerintah Singapura melakukan kerja sama dalam bidang pariwisata yang ditanda tangani pada tanggal 28 Agustus 1990. Dalam kerja sama tersebut Pulau Bintan bagian Utara (Kecamatan Teluk Sebong) dipergunakan sebagai daerah pariwisata. Pada tahun 1996, daerah ini resmi dibuka dengan nama Kawasan Wisata Lagoi (*Bintan Resort*). Pengelola Bintan Resorts mengubah lahan seluas 23.000 hektar menjadi kawasan pariwisata berstandar internasional, mulai dari infrastruktur, pelayanan, hingga keamanan.

a. Obyek Wisata

Pada Kawasan Wisata Lagoi saat ini telah tersedia resort-resort,

villa-villa dan hotel-hotel eksklusif sebanyak 12 unit, serta 3 (tiga) lapangan golf yang bertaraf internasional. Kawasan ini mempunyai daya tarik tersendiri sehingga, banyak wisatawan mancanegara yang tergabung dalam kelompok wisata maupun perseorangan datang ke kawasan tersebut. Selain itu dengan adanya lapangan golf bertaraf internasional hampir setiap akhir pekan Kawasan Wisata Lagoi tidak sepi dari para *golfer* dari berbagai wilayah (terutama) Singapura untuk menjelajahi permainan golf di lapangan yang indah yang telah ditata secara rapi. Berdasarkan daya tarik tersebut kurang lebih terdapat 25.000 wisatawan mancanegara yang datang setiap bulannya ke Kawasan Wisata Lagoi, dengan rata-rata setiap tahunnya dikunjungi lebih kurang 350.000 wisatawan. Sebagian besar (lebih kurang 90 %) dari wisatawan yang datang ke Kawasan Wisata Lagoi adalah wisatawan mancanegara, seperti Singapura, Korea Selatan, dan Jepang hanya sebagian kecil (sekitar 10 %) yang merupakan wisatawan domestik.

Berbagai potensi pariwisata yang terhampar di kawasan ini

dikelola dengan sangat baik. Obyek wisata yang menjadi andalan Kawasan Wisata Lagoi dapat dilihat pada Tabel 4.

Dari data pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa obyek wisata yang terdapat di Kawasan Wisata Lagoi

berupa obyek wisata alam dan atraksi wisata. Berdasarkan jenisnya obyek wisata di Kawasan wisata Lagoi merupakan wisata bahari, wisata budaya bahari dan pemandangan alam (pegunungan).

Tabel 4. Obyek Wisata di Kawasan Wisata Lagoi, Kecamatan Teluk Sebong

No.	Obyek Wisata	Nama Obyek Wisata	Jenis Obyek Wisata
1.	Wisata alam	1. Resort Lagoi 2. Tur Petualangan Mangrove S. Sebong 3. Tur Petualangan Gunung Bintan	wisata bahari wisata bahari pemandangan alam
2.	Atraksi wisata	1. Tur Memancing Tradisional S. Sebong 2. Tur Kampung Sri Bintan	wisata budaya bahari wisata budaya bahari

Sumber : PT.Bintan Cakrawala Resort

b. Fasilitas Wisata

Sarana pelengkap/penunjang (fasilitas) kegiatan pariwisata yang

tersedia di Kawasan Wisata Lagoi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Fasilitas Pariwisata di Kawasan Wisata Lagoi, Kecamatan Teluk Sebong

No.	Fasilitas Pariwisata	Jumlah (unit)
1.	Hotel	12
2.	Spa	10
3.	Lapangan Golf	3
4.	Restoran & Bar	37
5.	Karaoke & Discotic	6
6.	Plaza	1
7.	Pertokoan	9
8.	Biro Perjalanan	4

Sumber : PT.Bintan Cakrawala Resort

2. Potensi dan Kelayakan Obyek Wisata

Berdasarkan hasil penilaian terhadap potensi obyek wisata di

Kawasan Wisata Lagoi diperoleh skor 6.290, menurut kriteria penilaian kelayakan pengembangan obyek wisata yang ditetapkan Direktorat Jenderal Pariwisata Tahun

1998, skor yang diperoleh tersebut termasuk kriteria baik untuk dikembangkan sebagai salah satu obyek wisata alam.

3. Karakteristik Wisatawan

Karakteristik pengunjung Kawasan Wisata Lagoi sebagai berikut : dari 40 wisatawan domestik yang diteliti, terdiri dari laki-laki sebanyak 72,50 % dan wanita sebanyak 27,50 %. Berdasarkan status perkawinan, 80 % dari wisatawan berstatus menikah, 20 % wisatawan belum menikah. Sebanyak 87,50 % berusia di bawah 50 tahun. Tingkat pendidikan wisatawan yang dominan adalah sarjana yaitu 47,50 %. Sebanyak 92,50 % wisatawan mempunyai pekerjaan, jenis pekerjaan yang dominan adalah bekerja pada perusahaan swasta (55 %). Sebanyak 50 % dari wisatawan mempunyai pendapatan lebih dari Rp 8.000.000 per bulan. Daerah asal wisatawan berasal dari Tanjung Pinang, Batam, Pekanbaru dan Jakarta, sebanyak 47,50% wisatawan berasal dari Jakarta.. Lama kunjungan wisatawan yang dominan di Kawasan Wisata Lagoi berkisar antara 1-2 hari (57,%).

4. Preferensi Wisatawan Terhadap Obyek Wisata di Kawasan Wisata Lagoi

Preferensi wisatawan terhadap keindahan alam obyek wisata di Kawasan Wisata Lagoi adalah 85 % wisatawan menyatakan sangat indah. Preferensi wisatawan terhadap kenyamanan obyek wisata, sebanyak

90 % wisatawan menyatakan sangat nyaman.

5. Pendugaan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Lagoi

Wisatawan yang mengunjungi Kawasan Wisata Lagoi berasal dari wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Menurut informasi yang diperoleh dari pengelola Bintang Resort, wisatawan mancanegara yang dominan mengunjungi Kawasan Wisata Lagoi, dimana hampir 90 % dari wisatawan yang datang ke Kawasan Wisata Lagoi berasal dari turis mancanegara, sedangkan wisatawan domestik hanya sekitar 10 % dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke kawasan ini. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kawasan Wisata Lagoi terutama berasal dari negara Singapura, Malaysia, Korea Selatan dan Jepang. Jumlah wisatawan mancanegara yang dominan berasal dari negara tetangga Singapura, sekitar 70 % dari jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kawasan ini. Pada Tabel 6 disajikan data jumlah kunjungan wisatawan ke Kawasan Wisata Lagoi dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2008.

Untuk mengetahui perkiraan jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Kawasan Wisata Lagoi pada tahun 2009 dilakukan analisis dengan menggunakan Trend Kuadrat Terkecil terhadap jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Kawasan Wisata Lagoi dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2008.

Tabel 6. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kawasan Wisata Lagoi dari Tahun 2003 – Tahun 2008

Tahun	Wisatawan Domestik (orang)	Wisatawan Mancanegara (orang)	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)	Pertumbuhan (%)
2003	26.342	261.724	288.066	-
2004	28.995	292.654	321.649	11,66
2005	28.409	282.137	310.546	-3,59
2006	29.887	295.999	325.886	4,94
2007	31.112	309.181	340.293	4,42
2008	32.174	342.565	374.739	10,12

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bintan.

Dari hasil analisis didapatkan model persamaan regresi penduga jumlah kunjungan wisatawan domestik tahun 2009 sebagai berikut :

$$Y_i = 29486,50 + 528,41 X_i + \epsilon$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diduga jumlah

kunjungan wisatawan domestik ke Kawasan Wisata Lagoi pada tahun 2009 sebesar 33.185 orang.

Distribusi wisatawan domestik di Kawasan Wisata Lagoi menurut daerah asal Tahun 2009 dapat dilihat data pada Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Wisatawan di Kawasan Wisata Lagoi Menurut Daerah Asal Tahun 2009.

Daerah Asal	Jumlah Kunjungan (orang)	Persentase Pengunjung (%)	Jumlah Kunjungan Tahun 2009 (orang)	Jumlah Penduduk (orang)	Jumlah Kunjungan per 1000 Penduduk (orang)
Tanjung Pinang	6	15,00	4.978	182.741	27
Batam	11	27,50	9.126	737.533	12
Pekanbaru	4	10,00	3.318	799.312	4
Jakarta	19	47,50	15.763	9.146.181	2
Jumlah	40	100,00	33.185		

Sumber : Data Hasil Penelitian

6. Biaya Perjalanan

Biaya perjalanan terkecil dikeluarkan oleh wisatawan yang berasal dari Tanjung Pinang yakni rata-rata sebesar Rp 256.875, karena mereka tidak bermalam di Kawasan Wisata Lagoi, sedangkan biaya perjalanan terbesar dikeluarkan wisatawan yang berasal dari Jakarta, yaitu rata-rata sebesar Rp 2.576.250.

Untuk menduga kurva permintaan masyarakat terhadap

rekreasi wisata bahari di Kawasan Wisata Lagoi dilakukan analisis regresi jumlah kunjungan Tahun 2009 dengan biaya perjalanan rata-rata wisatawan dari masing-masing daerah asal wisatawan. Hasil analisis regresi hubungan antara jumlah kunjungan dengan biaya perjalanan rata-rata sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \ln Q &= 15,6190 - 0,8823 \ln P \\ \text{atau} \\ Q &= 6,0709 \times 10^6 P^{-0,8823} \end{aligned}$$

Dari persamaan yang digambarkan mengikuti Model Elastisitas Konstan memberikan taksiran elastisitas harga $-0,8823$. yang berarti jika terjadi perubahan biaya perjalanan sebesar 1 %, maka jumlah kunjungan akan berubah sebesar 0,8823 %. Hubungan antara biaya perjalanan rata-rata (P) dengan jumlah kunjungan (Q) diperoleh koefisien korelasi sebesar $-0,96$. Nilai koefisien korelasi tersebut menunjukkan bahwa hubungan yang cukup erat antara biaya perjalanan (P) dengan jumlah kunjungan (Q). Nilai negatif dari koefisien korelasi menunjukkan arah yang berlawanan yang berarti jika biaya perjalanan (P) meningkat, maka jumlah kunjungan (Q) akan menurun, dan sebaliknya.

Untuk mengetahui ketepatan model, maka model regresi di atas diuji dengan menggunakan uji F. Hasil dari uji F didapat nilai F_{hitung} sebesar 24,55 dan nilai F_{tabel} sebesar

18,50 pada selang kepercayaan 95 %, sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut signifikan untuk menjelaskan hubungan antara biaya perjalanan dengan jumlah kunjungan wisatawan. Hasil uji F menunjukkan bahwa hipotesa H_0 ditolak dan menerima hipotesa H_1 yang menyatakan bahwa biaya perjalanan individu mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan ke Kawasan Wisata Lagoi.

7. Strategi Pengembangan Obyek Wisata di Kawasan Wisata Lagoi

Berdasarkan identifikasi terhadap unsur SWOT, baik untuk faktor-faktor internal maupun faktor-faktor eksternal maka diperoleh matrik SWOT strategi pengembangan Kawasan Wisata Lagoi yang disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Matrik SWOT Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Lagoi

Internal	<p>Kekuatan (Strength)</p> <p>S1. Sumberdaya alam yang berpotensi besar bagi pengembangan sektor pariwisata bahari.</p> <p>S2. Letak obyek wisata yang strategis.</p> <p>S3. Tersedianya fasilitas transportasi dan akomodasi dengan baik</p> <p>S4. Sumberdaya manusia yang cukup dalam kualitas dan kuantitas.</p> <p>S5. Preferensi pengunjung terhadap obyek wisata yang sangat baik</p>	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <p>W1. Kurangnya promosi di sektor pariwisata</p> <p>W2. Obyek wisata kurang dilengkapi dengan atraksi wisata</p> <p>W3. Kurangnya dukungan masyarakat disekitar obyek wisata</p> <p>W4. Kawasan Wisata Lagoi terkesan eksklusif</p> <p>W5. Harga/biaya akomodasi menurut pengunjung terlalu mahal</p>
Eksternal		
Peluang (Opportunity)	SO	WO
O1. Dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional	SO1. Mempertahankan kondisi	WO1. Meningkatkan promosi

<p>maupun internasional</p> <p>O2. Peluang untuk meningkatkan kerjasama antara pengelola Kawasan wisata Lagoi dengan Pemerintah Provinsi Kepri dan Pemerintah Kabupaten Bintan.</p> <p>O3. Kebijakan pemerintah dalam memberi kemudahan-kemudahan dalam penanaman modal</p> <p>O4. Perkiraan pada tahun 2010 stabilitas politik dan ekonomi mulai stabil</p> <p>O5. Adanya obyek wisata budaya Pulau Penyengat yang berada dalam satu jalur lintas wisata.</p>	<p>dan keadaan alam dan fasilitas yang telah ada sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional dan internasional (S1,S3,S4, ,O1,O3,O5).</p> <p>SO2. Memanfaatkan potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan fasilitas penunjang pariwisata dan mempertahankan preferensi pengunjung terhadap Kawasan Wisata Lagoi sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional, dan internasional(S1,S3,S4,S5,O1, O2,O3,O4)</p> <p>SO3. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata budaya Pulau Penyengat sekaligus mempromosikan potensi alam serta fasilitas yang ditawarkan (S1,S2,S3,S4,O2,O3,O4,O5)</p>	<p>dan kerjasama dengan pemerintah sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional dan internasional (W1,W2,W4,O1,O2,O4).</p> <p>WO2. Meningkatkan atraksi wisata dan menambah fasilitas sarana akomodasi serta meningkatkan promosi kawasan wisata Lagoi dalam menghadapi perkiraan stabilitas politik dan ekonomi pada tahun 2010.(W1,W2,W4,W5,O1, O3,O5).</p> <p>WO3. Meningkatkan dukungan masyarakat di sekitar obyek wisata dengan melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk dapat menjadi pariwisata bahari nasional dan internasional.(W3,O1,O2,O5).</p>
<p>Ancaman (Threat)</p> <p>T1. Kurangnya kerjasama antara dinas-dinas atau instansi-instansi yang terkait dengan pengembangan pariwisata bahari.</p> <p>T2. Jumlah pengunjung yang bersifat musiman</p> <p>T3. Pengembangan obyek wisata lain yang sejenis dengan obyek wisata di Lagoi. Kurangnya kerjasama antara dinas-dinas atau instansi-instansi yang terkait dengan pengembangan pariwisata bahari.</p> <p>T4. Tingkat kedisiplinan wisatawan yang rendah sehingga dapat merusak obyek wisata yang ada.</p>	<p>ST</p> <p>ST1. Menjalin hubungan dan komunikasi dengan instansi terkait untuk mengembangkan potensi sumberdaya yang ada (S1,S2,S3,S4,T1,T3,T4).</p> <p>ST2. Memperbaiki citra obyek wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan(S1,S2,S3,S4,S5,T2, T3).</p> <p>ST3. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas obyek wisata dengan menggunakan sumberdaya manusia yang untuk mengawasi serta meningkatkan kedisiplinan (S1,S3,S4,S5, T2,T3)</p>	<p>WT</p> <p>WT1. Mengantisipasi persaingan antara obyek wisata dengan meningkatkan atraksi wisata budaya daerah dengan melibatkan masyarakat disekitar obyek wisata, menyediakan berbagai fasilitas dan sarana dengan harga yang terjangkau bagi pengunjung serta meningkatkan promosi pariwisata.(W1,W2,W4,W5, T1,T2)</p> <p>WT2. Meningkatkan penanganan pengaturan dan mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat setempat dan petugas-petugas pariwisata. (W3, T3,T4).</p>

Sumber : Diolah dari Data Hasil Penelitian Lapangan

Berdasarkan analisis matrik SWOT pada Tabel 8 diperoleh strategi SO yang merupakan perpaduan dari faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif strategi berikut : 1). Mempertahankan kondisi dan keadaan alam dan fasilitas yang telah ada sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional dan internasional. 2). Memanfaatkan potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan fasilitas penunjang pariwisata dan mempertahankan preferensi pengunjung terhadap Kawasan Wisata Lagoi dengan sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional, dan internasional. 3). Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata budaya Pulau Penyengat sekaligus mempromosikan potensi alam serta fasilitas yang ditawarkan.

Strategi WO merupakan perpaduan dari faktor kelemahan dan peluang, memberikan alternatif strategi sebagai berikut : 1). Meningkatkan promosi dan kerjasama dengan pemerintah sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional dan internasional. 2). Meningkatkan atraksi wisata dan menambah fasilitas sarana akomodasi serta meningkatkan promosi kawasan wisata Lagoi dalam menghadapi perkiraan stabilitas politik dan ekonomi pada tahun. 3). Meningkatkan dukungan masyarakat di sekitar obyek wisata dengan melakukan kerjasama dengan

pemerintah untuk dapat menjadi pariwisata bahari nasional dan internasional.

Strategi ST merupakan perpaduan faktor kekuatan dan ancaman, memberikan alternatif strategi : 1). Menjalinkan hubungan dan komunikasi dengan instansi terkait untuk mengembangkan potensi sumberdaya yang ada. 2). Memperbaiki citra obyek wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. 3). Mempertahankan dan meningkatkan kualitas obyek wisata dengan menggunakan sumberdaya manusia yang untuk mengawasi serta meningkatkan kedisiplinan.

Strategi WT merupakan perpaduan faktor kelemahan dan ancaman dengan alternatif strategi 1). Mengantisipasi persaingan antara obyek wisata dengan meningkatkan atraksi wisata budaya daerah dengan melibatkan masyarakat disekitar obyek wisata, menyediakan berbagai fasilitas dan sarana dengan harga yang terjangkau bagi pengunjung serta meningkatkan promosi pariwisata. 2). Meningkatkan penanganan pengaturan dan mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat setempat dan petugas-petugas pariwisata.

Untuk menentukan strategi yang akan diimplementasikan, maka masing-masing strategi diberi nilai dan ditentukan rankingnya berdasarkan urutan nilai tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Penentuan Alternatif Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Lagoi Yang Akan Diimplementasikan

Alternatif Strategi	Keterkaitan	Kepentingan	Ranking
SO			
1. Mempertahankan kondisi dan keadaan alam dan fasilitas yang telah ada sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional dan internasional.	S1,S3,S4, O1,O3,O5	20	4
2.Memanfaatkan potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan fasilitas penunjang pariwisata dan mempertahankan preferensi pengunjung terhadap Kawasan Wisata Lagoi sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional, dan internasional	S1,S3,S4,S5, O1,O2,O3,O4	25	1
3. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata budaya Pulau Penyengat sekaligus mempromosikan potensi alam serta fasilitas yang ditawarkan	S1,S2,S3,S4, O2,O3,O4,O5	22	3
WO			
1. Meningkatkan promosi dan kerjasama dengan pemerintah sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional dan internasional	W1,W2,W4, O1,O2,O4,O5	16	6
2. Meningkatkan atraksi wisata dan menambah fasilitas sarana akomodasi serta meningkatkan promosi kawasan wisata Lagoi dalam menghadapi perkiraan stabilitas politik dan ekonomi pada tahun 2010.	W1,W2,W4, W5,O1,O3,O4	17	2
3. Meningkatkan dukungan masyarakat di sekitar obyek wisata dengan melakukan kerjasama dengan pemerintah untuk dapat menjadi pariwisata bahari nasional dan internasional.	W3,O1,O2,O5	11	9
ST			
1. Menjalin hubungan dan komunikasi dengan instansi terkait untuk mengembangkan potensi sumberdaya yang ada.	S1,S2,S3,S4, T1,T3,T4	17	7
2. Memperbaiki citra obyek wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.	S1,S2,S3,S4, S5,T2,T3,T4	22	5
3. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas obyek wisata dengan menggunakan sumberdaya manusia yang untuk mengawasi serta meningkatkan kedisiplinan.	S1,S3,S4,S5, T2,T3,T4	19	7
WT			
1. Mengantisipasi persaingan antara obyek wisata dengan meningkatkan atraksi wisata budaya daerah dengan melibatkan masyarakat disekitar obyek wisata, menyediakan berbagai fasilitas dan sarana dengan harga yang terjangkau bagi pengunjung serta meningkatkan promosi pariwisata.	W1,W2,W3, W4,W5 T1,T2,T3	12	8

2. Meningkatkan penanganan pengaturan dan mengadakan penyuluhan sadar wisata kepada masyarakat setempat dan petugas-petugas pariwisata.	W3, T3,T4	4	10
---	-----------	---	----

Sumber : Diolah dari Data hasil Penelitian

Dari Tabel 9 dapat dilihat urutan ranking dari 1 sampai 10 merupakan alternatif strategi terpilih. Untuk penentuan strategi yang akan diimplementasikan dipilih ranking 1 sampai 3.

Berdasarkan tingkat kepentingan dari masing-masing alternatif strategi, maka dipilih tiga strategi yang akan diimplementasikan. Pemilihan ke tiga strategi terpilih tersebut berdasarkan nilai skor kepentingan tertinggi, yaitu ranking 1, 2 dan 3. Tiga alternatif strategi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan obyek wisata di Kawasan Wisata Lagoi adalah sebagai berikut :

Alternatif strategi pertama yaitu : Memanfaatkan potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan fasilitas penunjang pariwisata dan mempertahankan preferensi pengunjung terhadap Kawasan Wisata Lagoi sehingga dapat

menjadi pasar pariwisata bahari nasional, dan internasional

Alternatif strategi kedua yaitu : Meningkatkan atraksi wisata dan menambah fasilitas sarana akomodasi serta meningkatkan promosi kawasan wisata Lagoi dalam menghadapi perkiraan stabilitas politik dan ekonomi pada tahun 2010.

Alternatif ketiga yaitu : Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata budaya Pulau Penyengat sekaligus mempromosikan potensi alam serta fasilitas yang ditawarkan

Untuk mempertajam analisis digunakan Matrik Space yang bertujuan mengetahui posisi Kawasan Wisata Lagoi dan mempertimbangkan perkembangan selanjutnya. Pada Gambar 1 dapat dilihat Matrik Space posisi Kawasan Wisata Lagoi.

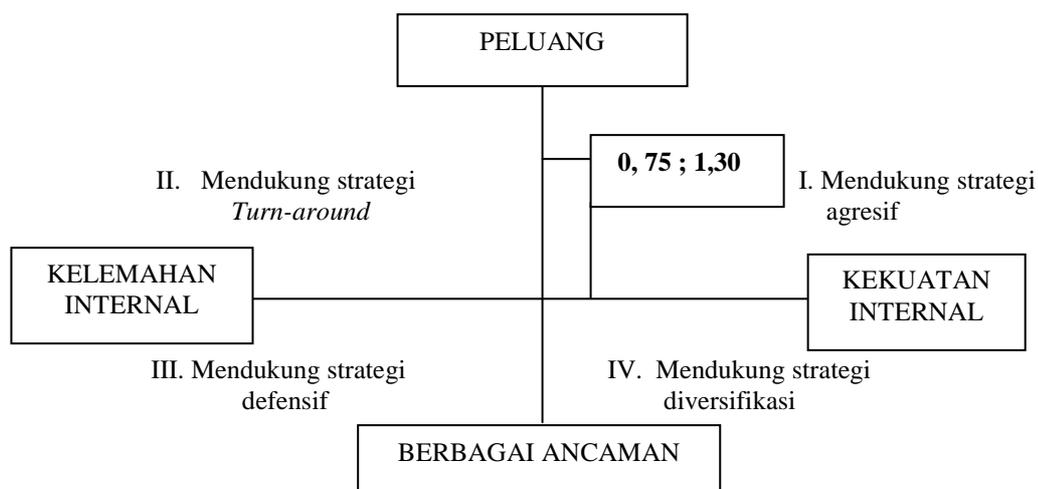


Diagram 1. Analisis SWOT Kawasan Wisata Lagoi Tahun 2009

Hasil dari analisis SWOT digambarkan pada Diagram analisis SWOT (Gambar 1). Berdasarkan perhitungan diperoleh titik absis dan ordinat (0,75 ; 1,30) yang terletak pada kuadran 1. Posisi kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan, dimana pengelola Kawasan Wisata Lagoi memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan baik. Strategi yang tepat untuk kondisi ini adalah mendukung kebijakan pengembangan yang agresif.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penilaian potensi Kawasan Wisata Lagoi yang dianalisis berdasarkan Penilaian dan Pengembangan Obyek Wisata Alam yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata (1998), Kawasan Wisata Lagoi dikategorikan baik dan layak untuk dikembangkan sebagai obyek wisata alam.
2. Karakteristik pengunjung Kawasan Wisata Lagoi sebagai berikut : dari 40 wisatawan domestik yang diteliti, terdiri dari laki-laki sebanyak 72,50 % dan wanita sebanyak 27,50 %. Berdasarkan status perkawinan, 80 % dari wisatawan berstatus menikah, 20 % wisatawan belum menikah. Sebanyak 87,50 % berusia di bawah 50 tahun. Tingkat pendidikan wisatawan yang dominan adalah sarjana yaitu 47,50 %. Sebanyak 92,50 % wisatawan mempunyai pekerjaan, jenis pekerjaan yang

dominan adalah bekerja pada perusahaan swasta (55 %). Sebanyak 50 % dari wisatawan mempunyai pendapatan lebih dari Rp 8.000.000 per bulan. Daerah asal wisatawan berasal dari Tanjung Pinang, Batam, Pekanbaru dan Jakarta, sebanyak 47,50% wisatawan berasal dari Jakarta.. Lama kungkungan wisatawan yang dominan di Kawasan Wisata Lagoi berkisar antara 1-2 hari (57,%) %).

Preferensi wisatawan terhadap keindahan alam obyek wisata di Kawasan Wisata Lagoi adalah 85 % wisatawan menyatakan sangat indah. Preferensi wisatawan terhadap kenyamanan obyek wisata, sebanyak 90 % wisatawan menyatakan sangat nyaman.

2. Hasil pendugaan jumlah kunjungan wisatawan Tahun 2009 ke Kawasan Wisata Lagoi adalah 33.185 orang. Berdasarkan metode pendekatan biaya perjalanan (Travel Cost Method) didapatkan persamaan kurva permintaan rekreasi Kawasan Wisata Lagoi Tahun 2009 :

$$\ln Q = 15,6190 - 0,8823 \ln P$$

atau

$$Q = 6,0709 \times 10^6 P^{-0,8823}$$

Dari hasil uji F ternyata biaya perjalanan mempunyai hubungan nyata dengan jumlah kunjungan wisatawan ke Kawasan Wisata Lagoi.

4. Analisis SWOT menghasilkan tiga alternatif strategi yang menjadi prioritas utama , yaitu : Pertama, memanfaatkan potensi sumberdaya alam, sumberdaya manusia dan fasilitas penunjang pariwisata dan mempertahankan

preferensi pengunjung terhadap Kawasan Wisata Lagoi sehingga dapat menjadi pasar pariwisata bahari nasional, dan internasional. Kedua, meningkatkan atraksi wisata dan menambah fasilitas sarana akomodasi serta meningkatkan promosi kawasan wisata Lagoi dalam menghadapi perkiraan stabilitas politik dan ekonomi pada tahun 2010. Ketiga, meningkatkan kerjasama dengan pemerintah daerah dalam mempromosikan wisata budaya Pulau Penyengat sekaligus mempromosikan potensi alam serta fasilitas yang ditawarkan.

Wahyudi, S. Pinem dan A. Fahrudin. 2000. Perencanaan Strategi Obyek Wisata Pantai Matahari Caritaria, Pandeglang, Jawa Barat. Buletin Ekonomi Perikanan. Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan. Vol. IV, No.1, Tahun 2000. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Institut Pertanian Bogor

DAFTAR PUSTAKA

- Bintan Resort Cakrawala, PT. 2008. Profil Bintan Resort. Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bintan. 2008. Profil Pariwisata Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau.
- Gujarati, D. 1991. Ekonometrika Dasar. Erlangga. Jakarta.
- Rangkuti, F. 1997. Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rizal, M. 2003. Strategi Pengelolaan Objek Wisata Taman Nasional Tanjung. Thesis Program Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor.