

Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah Pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru

Riska Febriyanti¹, Dedi Kusuma Habibie²

^{1,2} Administrasi Publik, Universitas Riau

e-mail: riskafebrianti416@gmail.com¹, dedi.kusuma@lecturer.unri.ac.id²

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang memiliki peran yang sangat strategis dalam menumbuhkan kembali perekonomian nasional. Pariwisata juga diakui sebagai sumber pendapatan devisa yang dapat diandalkan, serta semakin berkembangnya pariwisata dapat menarik untuk membuka lapangan pekerjaan dan mendorong untuk meningkatkan investasi dan pembangunan. Provinsi Riau memiliki berbagai macam tempat pariwisata, antara lain wisata kuliner, wisata alam, wisata museum dan wisata budaya. Salah satu tempat wisata di Provinsi Riau yang dijadikan sebagai objek wisata adalah Museum Sang Nila Utama yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman, Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis objek wisata pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru. Metode penelitian menggunakan analisis IFAS-EFAS dan SWOT. Dari hasil analisis IFAS-EFAS dan SWOT bahwa Strategi Pengembangan Objek Wisata Pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru masih terdapat kekurangan dalam mengembangkan museum menjadi tempat yang banyak diminati para pengunjung. Dalam hal ini yang menjadi tantangan untuk mewujudkan pengembangan objek wisata pada Museum Sang Nila Utama yaitu sumber daya manusia, fasilitas yang masih banyak diperbaiki, keterbatasan anggaran, kurangnya minat dan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat, mantap dan dapat diandalkan untuk pengembangan objek wisata pada Museum Sang Nila Utama ini agar dapat menyaingi objek wisata lain yang ada di Kota Pekanbaru salah satunya adalah wisata berbelanja.

Kata Kunci: *Strategi, IFAS-EFAS dan SWOT, Museum, Pengembangan, Wisata*

Abstract

Tourism is one of the activities that has a very strategic role in regenerating the national economy. Tourism is also recognized as a reliable source of foreign exchange earnings, and the growing of tourism can be attractive to create a fieldwork and encourage increased investment and development. Riau Province has a variety of tourism spot, including culinary tourism, nature tourism, museum tourism and cultural tourism. One of the tourism spot in Riau Province which is used as a tourism attraction is the Sang Nila Utama Museum located on Jendral Sudirman avenue, Pekanbaru City. This study aims to analyze tourist attractions at the Sang Nila Utama Museum in Pekanbaru City. The research method uses IFAS-EFAS and analysis of SWOT. From the results of the IFAS-EFAS and SWOT analysis that the Tourism Object Development Strategy at the Sang Nila Utama Museum in Pekanbaru City still has shortcomings in developing the museum into a place that is much sought after by visitors. In this case, the challenges to realize the growing of tourism attraction at the Sang Nila Utama Museum are human resources, facilities that are still being improved, budget limitations, lack of interest and community participation. Therefore, an appropriate, steady and reliable strategy is needed for the growing of tourism attractions at the Sang Nila Utama Museum so that it can compete with other attractions in Pekanbaru City, one of which is shopping tourism.

Keywords: *Strategy, IFAS-EFAS and SWOT, Museum, Development, Tourism*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak potensial dalam kekayaan sumber daya alam, keanekaragaman hayati, warisan budaya dan sejarah. Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas yang unik yang dapat menjadi objek wisata yang baik bagi wisatawan. Objek wisata tersebut dapat meningkatkan perekonomian daerah jika dikembangkan dengan baik. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata terdiri dari berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Provinsi Riau mempunyai tempat pariwisata yang beragam, yaitu wisata budaya, wisata alam, wisata kuliner dan wisata sejarah. Provinsi Riau dikenal sebagai pusat kebudayaan Melayu. Suku melayu mempunyai aneka ragam kebudayaan, diantaranya segi agama, kesenian serta mata pencahariannya. budaya Suku melayu tersebut merupakan salah satu sumber kekayaan Indonesia yang perkembangannya perlu untuk dilestarikan. Salah satu tempat untuk mempelajari tentang kebudayaan adalah Museum yang menjadi bagian dari objek wisata sejarah.

Di Provinsi Riau tepatnya di Kota Pekanbaru terdapat Museum Sang Nila Utama yang terletak di Jalan Sudirman. Museum ini merupakan tempat bersejarah di Kota Pekanbaru. Museum sang Nila Utama merupakan satu-satu objek wisata sejarah yang berada di Kota Pekanbaru yang menampilkan beragam khazanah kebudayaan Melayu dibawah pengelolaan Dinas Kebudayaan Provinsi Riau. Museum Sang Nila Utama menjadi satu-satunya museum di Kota Pekanbaru yang mampu merepresentasikan sejarah dari kebudayaan Melayu Riau. Museum Sang Nila Utama merupakan sebuah museum yang menjelaskan tentang arti pentingnya dari peninggalan sejarah dan budaya Melayu Riau, masyarakatnya dapat mengetahui dan mengenali jati diri dan budaya tempat tinggal mereka sendiri.

Museum Sang Nila Utama juga memiliki keunikan tersendiri karena memperlihatkan barang-barang yang digunakan suku asli di wilayah Riau, seperti Talang Mamak, Bonai, dan Sakai, serta diorama yang menceritakan kisah sehari-hari dari kehidupan sehari-hari suku tersebut. Selain itu, museum ini memiliki banyak tambahan menarik, seperti kerangka ikan paus, sepeda Ontel Soeman HS, dan batu berbentuk siput yang beratnya hampir satu ton. (Butar-Butar, 2015)

Oleh karena itu, museum ini menjadi tempat yang penting dalam melestarikan dan memperkenalkan keindahan sejarah dan budaya Melayu Riau kepada masyarakat lokal maupun pengunjung dari luar daerah. Sehingga, strategi yang tepat dalam pengembangan museum perlu diterapkan agar dapat menarik minat pengunjung dan mengenal lebih baik lagi mengenai Budaya Melayu Riau.

Pengelolaan Museum Sang Nila Utama melibatkan banyak pemangku kepentingan antara lain pemerintah, sumber daya manusia, program, yayasan, dan organisasi. Karena museum dianggap sebagai alat pembelajaran, manajemen museum yang berpengalaman perlu untuk menumbuhkan minat pengunjung dan menjadikan museum sebagai tempat yang menarik bagi komunitas lokal.

Pengembangan museum diperlukan kerjasama di bidang kebudayaan dan pariwisata, ilmu pengetahuan dan teknologi, kemasyarakatan dan pendidikan. Dinas Kebudayaan Provinsi Riau merupakan instansi yang bertanggung jawab atas pengembangan Museum Sang Nila Utama. Dalam pengembangannya, Dinas Kebudayaan Provinsi Riau menghadapi sejumlah kendala, antara lain terbatasnya jumlah tenaga ahli di bidang permuseuman, baik dari bidang pengelolaan dan pengembangan Museum Sang Nila Utama, tenaga pendidik, dan pemandu museum. Kementerian Kebudayaan juga berupaya memperkuat sumber daya manusia Museum Sang Nila Utama.

Perbandingan antara Museum Sang Nila Utama dengan museum-museum yang tersebar di seluruh Indonesia, Museum ini masih kurang menarik dari segi fasilitas yang tersedia. Terutama dalam hal ini minimnya informasi dari koleksi yang ada, kurangnya tingkat pencahayaan ruangan sehingga ada beberapa *spot* peninggalan yang terlihat kurang menarik karena penerangan yang kurang dan juga tidak hidupnya pendingin ruangan dikarenakan listrik yang tidak mampu menanggung *watt* dalam jumlah besar dan kurangnya perhatian terhadap koleksi yang ada.

Namun, dalam beberapa tahun belakangan ada koleksi-koleksi yang telah letakkan kedalam lemari pajangan yang belum terisi dan ada beberapa koleksi juga yang kurang terawat.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dalam pengembangan objek wisata di Museum Sang Nila Utama khususnya dalam pengembangan pemasaran dan promosi museum agar jumlah pengunjung meningkat dari tahun ke tahun dan lebih menata lagi untuk posisi barang peninggalan yang terdapat pada Museum Sang Nila Utama supaya semakin menarik untuk dikunjungi. Oleh karena itu, peneliti menulis penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah Pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang penulis ambil adalah sebagai berikut: bagaimana strategi pengembangan objek wisata sejarah pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru? Apa saja tantangan dalam pelaksanaan mewujudkan pengembangan objek wisata yang baik dan maju pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru? Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: untuk menganalisis strategi pengembangan objek wisata sejarah Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru. Untuk mengetahui tantangan dalam pelaksanaan mewujudkan pengembangan objek wisata yang baik dan maju pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Museum Sang Nila Utama, yang terletak di depan Kantor Dinas Kebudayaan Provinsi Riau di Jalan Jenderal Sudirman No. 194, Pekanbaru, Riau. Menurut Sugiyono (2021) *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan *sample* berdasarkan dari tujuan tertentu, data penelitian ini di peroleh dari individu yang dinilai mengetahui tentang pengembangan objek wisata sejarah Museum Sang Nila Utama dari pihak pengelola dan wisatawan. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu, Kepala UPT. Museum Sang Nila Utama dan Taman Budaya, Kasubbag tata Usaha UPT. Museum Sang Nila Utama dan Taman Budaya, Kasi Pengelola dan pengembangan UPT. Museum Sang Nila Utama, Edukator Museum Sang Nila Utama, serta wisatawan atau pengunjung. Jenis dari penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dan sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara dokumentasi, wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, data dianalisis dalam empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru

Dalam Bidang Museum Sang Nila Utama merupakan tanggung jawab Dinas Kebudayaan Provinsi Riau sebagai pelaksana kebijakan pemerintah dalam mengelola anggaran serta membina sumber daya manusia yang berperan penting dalam pengembangan museum Sang Nila Utama. Sebagai instansi terkait Dinas Kebudayaan Provinsi Riau berupaya untuk melakukan usaha perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan dalam hal pembinaan serta bantuan kepada pegawai pada strategi pengembangan objek wisata sejarah pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru.

Pemerintah Provinsi Riau memberikan dukungan dengan cara memberikan anggaran kepada Dinas Kebudayaan Provinsi Riau sebagai pengelola Museum Sang Nila Utama untuk membantu dalam mengembangkan museum Sang Nila Utama baik sarana maupun prasarana pendukung yang ada di museum. Selain memberikan anggaran, pemerintah Provinsi Riau juga memberikan dukungan dengan cara membantu mengelola pengadaan barang dan jasa yang ada pada Museum Sang Nila Utama melalui bagian ULP (Unit Layanan Pengadaan). Dinas Kebudayaan Provinsi Riau selaku pengelola Museum Sang Nila Utama juga memiliki program ujian sertifikasi yang berguna untuk meng^ugrade ilmu yang dimiliki para edukator agar sumber daya manusia yang dimiliki Dinas Kebudayaan Provinsi Riau lebih meningkat. Dengan adanya pengembangan museum tersebut diharapkan mampu meningkatkan pendapatan daerah.

Strategi dalam pencapaian tujuan organisasi dapat dirumuskan sebelumnya dengan melakukan suatu analisis terhadap keseluruhan indikasi dalam organisasi tersebut. Dengan mengadakan analisis terhadap keseluruhan indikasi dalam organisasi tersebut. Dengan mengadakan analisis maka sang pemimpin mampu menemukan formula (strategi) yang baik untuk mengarahkan seluruh potensi instansi yang ada pada Dinas Kebudayaan Provinsi Riau guna pencapaian tujuan organisasi.

Melihat paparan di atas dapat disimpulkan analisis sangat penting dalam kehidupan organisasi. Salah satu contoh analisis yang sangat mudah dan sangat efisien untuk digunakan adalah analisis SWOT. Dengan menggunakan SWOT, organisasi akan lebih mudah memetakan berbagai potensi internal dan eksternal, serta menemukan strategi yang tepat untuk mengembangkan selanjutnya atau pencapaian tujuan tertentu. Dengan SWOT organisasi mengembangkan kekuatan potensial dengan memanfaatkan peluang, serta menekan pengaruh dari kelemahan yang dapat menjadi ancaman bagi organisasi dalam strategi pengembangan objek wisata sejarah pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori analisis SWOT. SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis sebagai berikut:

1. kekuatan (*Strengths*)
2. kelemahan (*Weaknesses*)
3. Peluang (*Opportunities*)
4. Ancaman (*Threats*)

Berdasarkan teori analisis tersebut peneliti berusaha untuk mengungkapkan secara jelas bagaimana strategi pengembangan objek wisata sejarah pada museum sang nila utama di Kota Pekanbaru. Untuk membahas indikator-indikator tersebut, peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan observasi dan wawancara sebagai pelengkap dalam mendapatkan informasi yang lebih akurat yang menyangkut tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah Pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru.

Museum adalah lembaga tetap untuk melayani masyarakat dan perkembangannya dengan tidak untuk mencari keuntungan. Mereka bertugas merawat, mengumpulkan, melestarikan, meneliti, mengkomunikasikan, dan memamerkan peninggalan sejarah manusia dalam bentuk benda untuk tujuan hiburan, penelitian dan pendidikan.

Persepsi atau tanggapan terhadap Museum Sang Nila Utama dianggap penting untuk diperharikan dalam pengelolaan Museum Sang Nila Utama sebagai daya tarik wisata di Kota Pekanbaru. Keberhasilan dari meningkatnya jumlah wisatawan dilihat dari pengguna (*User*) produk wisata yang ditawarkan. Tingkat permintaan (*demand*) terhadap produk wisata menjadi tolak ukur dan menentukan keberhasilan penawaran (*supply*) produk tersebut.

Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 5 responden dimana tiap-tiap responden yang diwawancarai berbeda tingkat profesi. Wawancara yang telah dilakukan yaitu dengan Kasubbag Tata Usaha Museum Sang Nila Utama, Kepala Seksi Pengelola dan Pengembangan UPT. Museum Sang Nila Utama, Edukator Museum Sang Nila Utama dan beberapa pengunjung Museum Sang Nila Utama yang dibedakan berdasarkan tingkatan profesinya. Perbedaan responden yang diwawancarai berdasarkan tingkatan umur dan profesi ini dilakukan guna melihat perbedaan dari masing-masing tiap individu masyarakat dalam persepsinya mengenai Museum Sang Nila Utama. Adapun potensi dan masalah pokok yang didapat dari hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Museum Sang Nila Utama memiliki ciri khas bangunan yang menggambarkan rumah adat melayu Riau;
2. Museum Sang Nila Utama memiliki keunikan dari koleksi yang memiliki nilai estetika dan budaya seperti tepak sirih, baju adat, senjata dan lain-lain;
3. Adanya Kebijakan dari pemerintah Provinsi Riau untuk penganggaran pengembangan museum melalui pengadaan barang dan jasa;
4. Museum Sang Nila Utama juga dilengkapi dengan media sosial sebagai informasi kepariwisataan seperti *instagram* @museum_sangnila_utama dan melalui website resmi <https://museumsangnilautama.com>;

5. Memiliki sistem berbasis digital (*barcode*) untuk melihat koleksi-koleksi yang lain beserta penjelasan tentang koleksi tersebut;
6. Terdapat program sosialisasi yang diberi nama "Museum Masuk Sekolah". Program untuk mengenalkan wisata museum kepada sekolah-sekolah yang adad di provinsi Riau
7. Adanya fasilitas penunjuang Museum Sang Nila Utama seperti toilet, mushalla, Gedung kesenian dan lain-lain;
8. Dinas Kebudayaan Provinsi Riau dan Museum Sang Nila Utama sering mengadakan pameran untuk mengenalkan koleksi Museum;
9. Adanya perawatan atau peremajaan benda-benda Museum yang dilakukan oleh tim kurator dan tim konservator;
10. Masih belum adanya Kerjasama antara stakeholder terkait untuk pengembangan museum;
11. Rendahnya minat wisatawan khususnya pada bilang ilmu pengetahuan;
12. Keterbatasan sumber daya manusia pada saat adanya peningkatan jumlah pengunjung;
13. Adanya ujian sertifikasi yang dilakukan untuk meningkatkan SDM yang ada di Museum Sang Nila Utama dan juga Dinas Kebudayaan Provinsi Riau;
14. Adanya rencana pembangunan Ruang Tunjuk Ajar Melayu sebagai salah satu daya tarik wisata baru yang nantinya ada di Museum Sang Nila Utama.

Perumusan Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru

Analisis SWOT adalah salah satu jenis analisis yang sangat mudah dan efektif. SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) berguna dalam strategi pengembangan objek wisata Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru karena membantu organisasi mengidentifikasi potensi internal dan eksternal dan menetapkan strategi yang cermat untuk mencapai tujuan. Organisasi dapat menganalisis kekuatan dan kelemahannya untuk memaksimalkan potensinya dan menghindari kelemahan yang dapat menjadi ancaman dengan menggunakan analisis SWOT.

Untuk mewujudkan Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru, yang menjadi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan adalah:

1. Kekuatan Pengembangan Objek Wisata Sejarah Museum Sang Nila Utama
 - a. Museum Sang Nila Utama merupakan orientasi dari rumah adat melayu Riau. Sebagai satu-satunya destinasi wisata yang berlokasi di Pekanbaru, Museum Sang Nila Utama adalah salah satu saksi peninggalan sejarah melayu di Provinsi Riau. Oleh karena itu bangunan Gedung Museum Sang Nila Utama merupakan orientasi dari rumah adat Melayu Riau serta dilengkapi dengan ornamen-ornamen melayu seperti selembayung dan lain-lain.
 - b. Museum Sang Nila Utama mempunyai berbagai koleksi benda-benda yang memiliki nilai estetika dan budaya. Seperti miniatur candi, koleksi peninggalan sejarah dan alat-alat kebudayaan, kemudian ada peninggalan seperti peradaban sejarah seperti pandai besi, songket, alat kebudayaan seperti tepak sirih, congklak, baju adat, piring-piring, koleksi keris dan masih banyak peninggalan menarik yang ada di Museum Sang Nila Utama.
 - c. Adanya media sosial dan sistem berbasis digital untuk kemudahan melihat keterangan dari koleksi yang dipamerkan. Media sosial sebagai alat pemasaran yang jelas berhubungan dengan komunikasi pemasaran. Banyak jenis pemasaran yang digunakan dalam komunikasi ini, promosi adalah salah satunya. Salah satu alasan utama untuk melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan menjadi lebih dikenal oleh semakin banyak orang, sehingga penjualan produk juga akan meningkat. Untuk menarik perhatian pelanggan dan mencapai tujuan promosi, diperlukan strategi komunikasi yang efektif.
 - d. Letak Museum Sang Nila Utama yang sangat strategis yang berada di Jalan Jenderal Sudirman Kota Pekanbaru. Museum Sang Nila Utama berada di Lokasinya berada di Jalan Jenderal Sudirman Pekanbaru. Letak Musuem Sang Nila Utama juga dinilai strategis sehingga dapat di jangkau dengan mudah oleh wisatawan yang ingin berkunjung.
2. Kelemahan Pengembangan Objek Wisata Sejarah Museum Sang Nila Utama
 - a. Dinas Kebudayaan Provinsi Riau masih kekurangan sumber daya manusia. *Museum Sang Nila Utama* ialah salah satu objek wisata edukasi di Provinsi Riau tempat penyimpanan

benda peninggalan masa lalu, oleh karena itu agar wisatawan dapat memahami koleksi yang ada pada Museum diperlukan SDM yang berkompeten dibidangnya khususnya pada bidang kepariwisataan. Selain hal tersebut pada saat terjadinya peningkatan jumlah pengunjung Dinas Kebudayaan Provinsi Riau masih kekurangan sumber daya manusia sebagai pendamping pada saat kunjungan.

- b. Kurangnya promosi mengenai keberadaan Museum Sang Nila Utama sebagai daya tarik wisata sejarah, khususnya promosi ke pihak usaha pariwisata atau *stakeholder* terkait lainnya. Pada saat ini promosi yang diselenggarakan oleh pengelola Museum Sang Nila Utama hanya melalui media sosial Instagram dan website. Belum adanya kerja sama dengan *stakeholder* terkait dalam upaya peningkatan jumlah pengunjung Museum Sang Nila Utama.
 - c. Fasilitas penunjang museum belum dilengkapi dengan fasilitas penunjang seperti fasilitas tempat makan yang menjual makanan tradisional dan tempat penjualan *souvenir*. Sebagai salah satu destinasi wisata selain menawarkan wisata tentang sejarah atau ilmu pengetahuan diperlukan juga fasilitas penunjang untuk dapat menarik perhatian wisatawan seperti disediakannya tempat penjualan *souvenir* dan food court sebagai wisata kuliner. Fasilitas-fasilitas tersebut dapat menjadi penunjang untuk menaikkan wisatawan yang berkunjung.
 - d. Museum Sang Nila Utama merupakan daya tarik wisata sejarah yang masih kalah saing dengan wisata belanja yang berada di Kota Pekanbaru. Pada era globalisasi saat ini, perlunya dilaksanakan kegiatan promosi dengan adanya penyebaran informasi melalui media cetak maupun media elektronik.
 - e. Minimnya anggaran sehingga terbatasnya perawatan atau peremajaan barang-barang museum. Minimnya anggaran yang diberikan kepada pihak Museum Sang Nila Utama sehingga belum bisa maksimal memberikan fasilitas terbaik salah satunya yaitu tata letak koleksi yang masih harus diperbaiki dan perawatan koleksi-koleksi yang ada di Museum belum dapat di maksimalkan.
3. Peluang Pengembangan Objek Wisata Sejarah Museum Sang Nila Utama
- a. Adanya kebijakan dari pemerintah Provinsi Riau untuk penganggaran pengembangan museum melalui pengadaan barang dan jasa. Minimnya anggaran dalam perawatan dan peremajaan benda yang ada di Museum Sang Nila Utama dan rendahnya jumlah pengunjung yang datang menyebabkan kurang dimintasi wisata museum, oleh karena itu hal ini menjadi perhatian yang besar sehingga adanya rencana penganggaran yang akan di alokasikan untuk pengembangan destinasi wisata sejarah yakni Museum Sang Nila Utama agar dapat menarik minat pengunjung.
 - b. Adanya program sosialisasi Museum Masuk Sekolah. Program ini merupakan kegiatan kunjungan ke beberapa sekolah di Kabupaten/Kota terpencil yang sulit untuk datang langsung berkunjung ke Museum Sang Nila Utama. Dalam kunjungan sosialisasi tersebut juga di bawa beberapa koleksi yang dimiliki oleh Museum Sang Nila Utama untuk di perlihatkan kepada siswa-siswa selama kegiatan sosialisasi berlangsung.
 - c. Adanya kemajuan dalam bidang teknologi informasi seperti akses internet yang memudahkan akses wisatawan untuk mengetahui informasi mengenai Museum Sang Nila Utama. Pada era digitalisasi saat ini, Museum Sang Nila Utama yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan Provinsi Riau terus melakukan perubahan dan kemudahan akses dengan menciptakan inovasi-inovasi baru seperti tersedianya sistem *barcode* untuk layanan informasi keterangan dari setiap koleksi yang dipamerkan.
 - d. Adanya rencana Pembangunan ruangan tunjuk ajar melayu sebagai destinasi wisata baru. Museum Sang Nila Utama berencana untuk membangun 1 ruangan khusus dimana ruangan itu berfungsi sebagai tempat untuk tunjuk ajar. Di dalam ruangan tersebut berfungsi untuk menunjukkan lebih detail salah satunya seperti mengajarkan bagaimana cara berpakaian baju melayu yang baik dan benar, dan juga para pengunjung bisa mencoba baju adat melayu yang disediakan dalam ruangan tersebut di Museum Sang Nila Utama.

4. Ancaman Pengembangan Objek Wisata Sejarah Museum Sang Nila Utama
 - a. Pengunjung yang cenderung sedikit atau berkurang. Melihat kondisi eksisting Museum Sang Nila Utama dan minat wisatawan terhadap wisata sejarah lebih sedikit dapat menimbulkan berkurangnya jumlah pengunjung. Hal ini akan berlaku jika tidak diikuti dengan upaya untuk meningkatkan wisatawan yang akan berkunjung.
 - b. Rendahnya minat dan pemahaman masyarakat untuk datang ke museum. Rendahnya keinginan wisatawan berkunjung ke suatu lokasi destinasi wisata dapat dikarenakan salah satu factor yakni kurangnya perawatan terhadap tempat wisata. Di era saat ini khususnya di Kota Pekanbaru lebih tinggi minat wisata belanja seperti makanan dan fasion dari pada wisata sejarah dan budaya. Oleh karena itu hal ini menjadi suatu perhatian yang cukup penting agar wisata sejarah dan budaya dapat diwariskan dengan menggunakan berbagai macam pendekatan sehingga dapat meningkatkan minat dan pemahaman wisatawan untuk berkunjung.
 - c. Banyaknya penawaran wisata yang lebih atraktif dan inovatif di Pekanbaru. Kota Pekanbaru saat ini memiliki berbagai jenis wisata baik wisata buatan maupun wisata alam. Dengan adanya kemajuan teknologi dan kemudahan dalam mendapatkan informasi banyak dari berbagai kalangan penggerak wisata terus berupaya melakukan promosi dalam menyebarkan informasi sehingga dapat menarik wisatawan. Tak banyak promosi wisata tersebut memberikan penawaran-penawaran yang lebih atraktif dan inovatif. Museum Sang Nila Utama belum memiliki langkah serius untuk meningkatkan jumlah pengunjung.
 - d. Hilangnya generasi penerus sejarah. Seiring berjalannya waktu, banyak budaya yang telah dilupakan dan ditinggalkan oleh para remaja dikarenakan semakin berkembangnya teknologi. Di era komputer dan internet saat ini, teknologi memiliki dampak besar pada kehidupan kita. Teknologi memungkinkan kita berkomunikasi jarak jauh dan mengetahui informasi secara cepat dan dimana saja, dan memungkinkan kita berkomunikasi satu sama lainnya dengan mudah. Namun, teknologi juga mempengaruhi generasi muda; sisi negatifnya adalah mereka cenderung mengabaikan budaya sosial dan dapat mengubah budaya dengan cepat. Bahkan, budaya dapat dengan cepat berubah karena teknologi. Faktor sosialisasi merupakan salah satu penyebab berkurangnya minat generasi sekarang terhadap kebudayaan. Hal ini menyebabkan kurang pedulinya generasi sekarang terhadap kebudayaan nasional.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS-EFAS

Analisis IFAS-EFAS adalah pengembangan dari analisis matriks SWOT. SWOT terdiri atas empat aspek (kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman). Dasar-dasar pengembangan dan strategi dimulai dengan penentuan kriteria dan bobot setiap industri dan produk dari analisis SWOT. Hasil tertimbang ditampilkan sebagai kuadran. Bentuk kuadran ini akan menentukan pertumbuhan industri di masa depan berdasarkan bobot nilai.

Untuk itu kriteria *Strength* dan *Opportunity* sebagai berikut: Kriteria I memiliki rating 1 yaitu kondisi yang tidak baik; Kriteria II memiliki rating 2 yaitu kondisi yang cukup baik; Kriteria III memiliki rating 3 yaitu kondisi yang paling baik. Sedangkan kriteria *Weakness* dan *threat* sebagai berikut: Kriteria I memiliki rating 3 yaitu kondisi yang tidak baik; Kriteria II memiliki rating 2 yaitu kondisi yang cukup baik; Kriteria III memiliki rating 1 yaitu kondisi yang baik.

Dalam pembobotan faktor internal terdapat beberapa langkah-langkah penentuan strategi internal (IFAS) pada strategi pengembangan objek wisata pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru sebagai berikut: Dalam kolom 1, menunjukkan faktor yang merupakan peluang dan ancaman di lokasi penelitian menurut hasil identifikasi; Dalam kolom 2, berikan nilai faktor mulai dari bobot 1,0 yang dianggap sangat penting, hingga bobot 0,0 yang dianggap tidak penting. Hal ini mungkin mempengaruhi faktor strategis; Hitung peringkat pada kolom 3 dengan skala mulai dari 4 (outstanding) hingga 1 (poor) pada masing-masing faktor, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pariwisata yang bersangkutan. Untuk faktor peluang pemberian rating bernilai positif, dengan nilai +4 untuk peluang yang lebih besar dan nilai +1 untuk peluang yang lebih kecil. Kemudian rating nilai untuk ancaman yaitu kebalikannya; Untuk memperoleh faktor pembobotan

pada kolom 4, bobot kolom 2 dikalikan dengan rating pada kolom 3. Nilai skor pembobotan untuk masing-masing faktor berkisar dari 4,0 (outstanding) hingga 1,0 (poor); Untuk memperoleh total skor pembobotan wisatawan, tambahkan skor pemobotan (pada kolom 4). Hasilnya menunjukkan bagaimana industry pariwisata tertentu bertindak terhadap faktor strategi eksternal.

Tabel 1. Matriks IFAS

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)			
a. Museum Sang Nila Utama merupakan orientasi dari rumah adat melayu Riau	0,08	2	0,16
b. Museum Sang Nila Utama mempunyai berbagai koleksi benda-benda yang memiliki nilai estetika dan budaya melayu Riau	0,12	3	0,36
c. Adanya media sosial dan sistem berbasis digital untuk kemudahan melihat keterangan dari koleksi yang di pameran (sertakan web dan ig)	0,18	4	0,72
d. Letak Museum Sang Nila Utama yang sangat strategis yang berada di Jalan Jenderal Sudirman Kota Pekanbaru	0,18	4	0,72
TOTAL SKOR KEKUATAN	0,56		1,96
Kelemahan (Weakness)			
a. Dinas Kebudayaan Provinsi Riau masih kekurangan sumber daya manusia	0,10	2	0,2
b. Kurangnya promosi mengenai keberadaan Museum Sang Nila Utama sebagai daya Tarik wisata sejarah, khususnya promosi ke pihak usaha pariwisata atau stakeholder terkait lainnya	0,12	3	0,36
c. Fasilitas penunjang museum belum dilengkapi dengan fasilitas penunjang seperti fasilitas tempat makan yang menjual makanan tradisional dan tempat penjualan souvenir	0,10	2	0,2
d. Museum Sang Nila Utama merupakan daya Tarik wisata sejarah yang masih kalah saing dengan wisata belanja yang ada di Kota Pekanbaru	0,12	3	0,36
TOTAL SKOR KELEMAHAN	0,44		1,12
TOTAL SKOR KESELURUHAN	1		

Berdasarkan tabel 1. Matriks Analisis IFAS Museum Sang Nila Utama diatas diketahui bahwa faktor internal kekuatan (*Strength*) memiliki total skor pembobotan sebesar 1,96 dan factor internal kelemahan (*Weakness*) memiliki total skor pembobotan sebesar 1,12. Maka pada faktor-faktor strategis eksternal EFAS, pada tabel berikut:

Tabel 2. Matriks EFAS

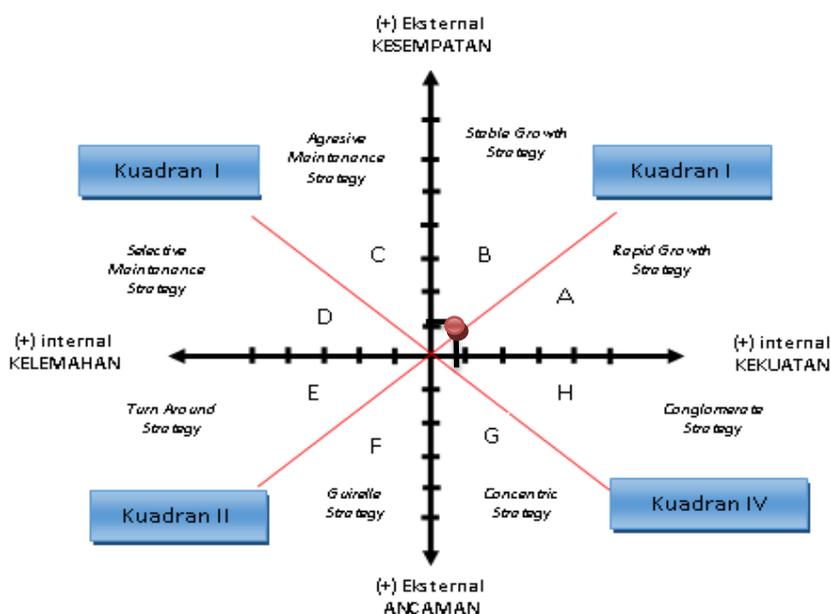
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Oppurtunity)			
a. Adanya Kebijakan dari pemerintah Provinsi Riau untuk penganggaran pengembangan museum melalui pengadaan barang dan jasa	0,18	4	0,72

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
b. Adanya program sosialisasi Museum Masuk Sekolah			
c. Adanya kemajuan dalam bidang teknologi informasi seperti akses internet yang memudahkan akses wisatawan untuk mengetahui informasi mengenai Museum Sang Nila Utama	0,16	3	0,48
d. Adanya rencana pembangunan ruangan tunjuk ajar melayu sebagai destinasi wisata baru	0,13	3	0,39
	0,15	3	0,45
TOTAL SKOR PELUANG	0,62		2,04
Ancaman (Threat)			
a. Pengunjung yang cenderung sedikit atau berkurang	0,10	2	0,2
b. Rendahnya minat dan pemahaman masyarakat untuk datang ke museum	0,11	2	0,22
c. Banyaknya penawaran wisata yang lebih atraktif dan inovatif di Pekanbaru	0,08	2	0,16
d. Hilangnya generasi penerus Sejarah	0,09	2	0,18
TOTAL SKOR ANCAMAN	0,38		0,76
TOTAL SKOR KESELURUHAN	1		

Berdasarkan tabel 2. Matriks Analisis EFAS Museum Sang Nila Utama diketahui skor pembobotan peluang (*Opportunity*) adalah 2,04 dan total pembobotan ancaman (*Threat*) adalah 0,76. Perhitungan IFAS dan EFAS lalu dimasukkan ke dalam Matriks Grand Strategi. Pada Matriks Grand Strategi, titik X dan Y menunjukkan posisi strategi pengembangan objek wisata di Museum Sang Nila Utama Kota Pekanbaru. Kemudian, skor total faktor S dengan W dan faktor O dengan T ditempatkan pada posisinya untuk menentukan posisi strategi pengembangan objek wisata pada Museum Sang Nila Utama Kota Pekanbaru, yaitu:

X = Kekuatan – Kelemahan
 = 1,96 – 1,12
 = 0,84

Y = Peluang - Ancaman
 = 2,04 – 0,76
 = 1,28



Hasil evaluasi faktor eksternal dan internal fasilitas Museum Sang Nila Utama di Pekanbaru menunjukkan bahwa fasilitas tersebut berada di Kuadran I dengan *Stable Growth Strategy*. Berdasarkan grafik, ditemukan nilai X dan Y, dengan nilai X = 0,84 dan untuk nilai Y = 1,28, ini menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan stabil berada di kuadran I, tepatnya di ruang B. Sehingga peningkatan jumlah pengunjung Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru berkembang dan meningkat hingga mencapai tingkat maksimum.

Strategi Pengembangan Objek Wisata pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru

Analisis strategi atau analisis alternatif adalah metode untuk mencari dan menentukan solusi-solusi dari sebuah masalah. Analisis ini dilakukan setelah analisis masalah dan analisis tujuan, dan diperlukan sebagai prasyarat dalam mendesain strategi-strategi kegiatan. Ada beberapa strategi yang sebaiknya diprioritaskan dalam menumbuhkan perkembangan objek wisata Museum Sang Nila Utama, menurut hasil analisis SWOT dan IFAS-EFAS yang telah dilakukan, salah satu strategi tersebut adalah:

1. *Branding*. *Brand* menjadi salah satu bagian dari strategi promosi yang bertujuan untuk menciptakan citra dan membedakan koleksi produk dengan yang lain. Penciptaan *brand* baru ini bertujuan untuk memberikan makna dan arah produk yang memiliki ciri khas yang mewakili suatu produk sehingga dapat diingat dalam memori wisatawan. Seperti misalnya penciptaan *brand* melalui tulisan "*Riau The Homeland of Melayu*" atau "*Ayo Ke Riau*" kemudian diikuti dengan *tagline* "*Museum Budaya Riau*". Pemilihan *tagline* tersebut merupakan identitas yang melekat pada museum yang artinya bahwa Museum Sang Nila Utama memiliki keunikan tersendiri dan memiliki perbedaan dibandingkan museum lainnya yakni pusat edukasi budaya dan sejarah budaya melayu berdasarkan koleksi museum dan pengemasannya. Hal ini tentu akan membuat penasaran calon wisatawan untuk melihat keunikan apa yang ada di Museum Sang Nila Utama.
2. Profil Museum. Nama, sejarah, lokasi, koleksi, pengunjung, dan testimoni pengunjung harus dibuat dan diperbarui secara berkala. Oleh karena itu, profil tersebut akan mengandung informasi apa pun yang berkaitan dengan perubahan keadaan museum. Kemudian, profil tersebut dikemas singkat dan dimasukkan ke dalam leaflet yang menarik dan dibagikan kepada wisatawan. Promosi juga dilakukan melalui baliho dan banner yang menampilkan informasi museum di lokasi strategis seperti bandara, stasiun, perempatan jalan, dan area publik lainnya yang mudah dijangkau oleh pengunjung.
3. *Merchandise*. Keberhasilan promosi dipengaruhi secara signifikan oleh barang kerajinan atau merchandise sebagai souvenir. Barang-barang ini digunakan oleh banyak tempat wisata sebagai media promosi. Wisatawan akan sangat tertarik dengan replika kecil dari koleksi museum. Kerajinan yang simpel dan ringan akan dijadikan sebagai cinderamata untuk para pengunjung. Selain itu, tulisan brand Museum Sang Nila Utama dapat ditempelkan pada souvenir seperti tas, tanjak, hiasan dinding, kaos, gantungan kunci, payung dan barang pecah belah lainnya. Banyak dari wisatawan yang datang biasanya ingin membawakan sesuatu dari tempat yang dikunjunginya sebagai oleh-oleh untuk keluarga ataupun teman-teman, sehingga cara ini menjadi opsi yang bagus untuk media promosi.
4. Pemaksimalan Promosi Via Website dan Sosial Media. Penggunaan dunia digital, atau internet, semakin meningkat seiring perkembangan zaman menjadikan media internet sebagai salah satu opsi media promosi yang paling efektif. Museum Sang Nila Utama menjadi ssatu-satunya museum yang ada di Pekanbaru, jadi harus menarik perhatian pengguna media sosial, terutama generasi muda. Untuk menampilkan informasi yang cepat dan tepat, situs web khusus museum harus dirancang semenarik mungkin. Sejarah, koleksi unik, kontak person, navigasi, aksesibilitas, dan informasi lainnya dapat ditemukan di situs web khusus museum. Selain itu, situs web ini dapat menyediakan kalender event, terutama yang berkaitan dengan event budaya yang berhubungan dengan program museum dan kesenian.
5. Kerjasama dengan *Stakeholder* terkait. Alat transportasi yang tersedia di daerah juga merupakan bentuk promosi yang tak kalah bagusnya. Memasang wallpaper pada angkutan kota seperti Trans Metro akan membantu memperkenalkan Museum Sang Nila Utama

sebagai tempat wisata. Oleh karena itu, untuk menjadikan ini sebagai media promosi diperlukan kerja sama dengan perusahaan transportasi, seperti taksi, angkutan kota dan lainnya. Untuk promosi, brand Museum Sang Nila Utama ataupun beberapa foto koleksi yang paling menarik dapat di tampilkan pada wallpaper di kaca belakang angkutan kota. Wallpaper bergambar koleksi juga akan diupdate sesuai kebutuhan. Bentuk kerjasama ini tidak hanya menguntungkanihak museum saja, kerjasama ini juga dapat memberikan manfaat bagi pelaku transportasi, karena regulasi dibuat untuk menguntungkan kedua belah pihak.

Kerjasama dengan Instansi Pendidikan. Bagi siswa sekolah dan universitas, museum memiliki fungsi sebagai sarana edukasi selain sebagai kunjungan wisata. Ada kemungkinan bahwa barang-barang yang terkandung dalam koleksi museum tersebut berfungsi sebagai bukti nyata yang mencerminkan peradaban bangsa dan perjalanan sejarah. Oleh karena itu, untuk memperkenalkan budaya bangsa kepada generasi penerus bangsa, kerjasama dengan instansi pendidikan dapat dilakukan. Wujud kerjasama tersebut dapat berupa *study tour* oleh para pelajar yang berada di Provinsi Riau dengan berkunjung minimal satu kali pada satuan pendidikan tersebut. Dengan adanya kunjungan pelajar tersebut pihak pengelola museum memberikan pelayanan khusus pelajar sebagai contoh tiket masuk yang khusus untuk para pelajar. Pelayanan lainnya dengan menyediakan pemandu wisata yang memandu pelajar dengan muatan edukasi pembelajaran.

SIMPULAN

Berikut ini adalah beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata pada Museum Sang Nila Utama di Kota Pekanbaru:

1. Dalam pelaksanaan mewujudkan pengembangan objek wisata yang baik dan maju pada Museum Sang Nila Utama, sumber daya manusia, fasilitas yang masih banyak dalam perbaikan, keterbatasan anggaran, kurangnya minat dan partisipasi masyarakat, menjadi tantangan yang harus diperhatikan. Dan dalam hal ini diperlukannya strategi yang tepat, mantap dan dapat diandalkan agar dalam pengembangan objek wisata sejarah yang ada di Museum Sang Nila Utama ini dapat menyaingi objek wisata lain yang ada di Kota Pekanbaru salah satunya adalah wisata berbelanja.
2. Berdasarkan hasil dari pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pengembangan Objek Wisata Sejarah Pada Museum Sang Nila Utama Di Kota Pekanbaru menunjukkan masih terdapat kekurangan dalam mengembangkan museum sebagai tempat yang diminati oleh para wisatawan sebagai tempat objek wisata. Museum Sang Nila Utama telah berusaha untuk mengembangkan dan meningkatkan fasilitas-fasilitas yang tersedia di Museum Sang Nila Utama agar wisatawan yang berkunjung ke Museum Sang Nila Utama merasa nyaman dan aman terhadap fasilitas yang tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M and P. Hardwick (2014), "An Analysis of Corporate Donations: United Kingdom Evidence", *Journal of Management Studies* 35 (5), 641-654.
- Adil Samadani, 2013, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Agustine, I (2016), "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan", *FINESTA* 2 (1), 42-47.
- Anggraini, R.R (2016), Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang, Agustus*, 23-26.
- Cowen, S.S., L.B. Ferreri, and L.D. Parker (2017), "The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency Based Analysis", *Accounting, Organizations and Society*, 12(2), 111-122.
- Cindawati, 2014, *Hukum Dagang dan Perkembangannya*, Putra Penuntun, Palembang.
- Damodaran, A. 2017. *Corporate Finance Theory and practice*. New York: John. Willey & Sons, Inc

- Fatihudin Didin. 2017. Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. Taman Sidoarjo. Penerbit Zifatama Publisher.
- Gamaliel Joshua & Komang Lu Sudjarni. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Transportasi Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Udayana, Bali, Indonesia. Journal.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi kede). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Jogiyanto. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. BPFE. Yogyakarta.
- Harjito Agus. 2016. Manajemen Keuangan Edisi 2. Yogyakarta. Penerbit Ekonosia. Handono, Mardiyanto. 2019. Inti Sari Manajemen Keuangan. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Hemastuti, C.P (2018), "Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan Insider terhadap Nilai Perusahaan", Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi 3 (4), 1-15.
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2017). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Edisi 6 Ce). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kamil, A dan A. Herusetya (2016), "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility", Media Riset Akuntansi2(1), 1-17.
- Kuncoro Mudrajad. 2018. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kurniawan Robert. 2019. Cara Mudah Belajar Statistik: Analisis Data & Eksplorasi. Jakarta. Penerbit Kencana.
- Kurniawan. 2019. Analisis Data menggunakan Stata SE 14 (Panduan Analisis, Langkah Lebih Cepat, Lebih Mudah, dan Paling Praktis). Yogyakarta. Penerbit Deepublish.