

# Strategi Pengembangan Wisata Alam dan Budaya Di Kecamatan Rumbai Timur Kota Pekanbaru Menggunakan Konsep *Place Branding*

Satya Raja Sitompul dan Arwi Yudhi Koswara

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS)

*e-mail:* arwi\_yudhi@urplan.its.ac.id.

**Abstrak**—Setiap daerah memiliki potensi dan daya tarik wisata yang berbeda dan memiliki strategi pengelolaan dan pengembangan yang berbeda pula untuk menarik wisatawan. Kecamatan Rumbai Timur memiliki sumber daya alam yang menarik, termasuk hutan tropis, keindahan Sungai Siak dan keberagaman hayati. Dengan segala potensi pariwisata yang dimiliki, Kecamatan Rumbai Timur membutuhkan strategi pengembangan pariwisata dengan menerapkan konsep *place branding* yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan ciri khas Kecamatan Rumbai Timur sebagai destinasi pariwisata yang strategis. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Proses identifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada pengembangan branding pariwisata dilakukan dengan teknik *Content Analysis*. Selanjutnya, dilakukan identifikasi potensi dan masalah dari setiap objek dan daya tarik wisata di Kecamatan Rumbai Timur menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Setelah itu, dilakukan identifikasi tingkat kepuasan pengunjung terhadap faktor-faktor branding dengan menggunakan teknik statistik deskriptif. Terakhir, untuk merumuskan strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Dalam merumuskan strategi wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur dilakukan 4 tahap sasaran analisis. Berdasarkan hasil sasaran 1 diketahui bahwa terdapat 9 faktor pengembangan branding pariwisata yang terkonfirmasi. Pada sasaran 2 dilakukan kajian terhadap potensi dan masalah dari masing-masing faktor. Pada sasaran 3, dilakukan identifikasi untuk menilai kepuasan pengunjung terhadap faktor branding untuk menentukan tingkat kepentingan strategi pengembangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat total 33 strategi pengembangan pada kelima objek wisata yang diteliti. Strategi pengembangan difokuskan pada objek wisata yang mengalami penurunan kunjungan drastis yakni Danau Buatan, secara spesifik dalam aspek *Brand Communication*, strategi tersebut diantaranya adalah membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang dapat membantu pengelolaan Danau Buatan serta memperkuat peran lembaga kemasyarakatan yang mandiri dan profesional dalam mendukung pengembangan Danau Buatan.

**Kata Kunci**—Kota Pekanbaru; pengembangan pariwisata; *place branding*.

## I. PENDAHULUAN

Menurut Syahriar, berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial, dan budaya [1]. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi dalam penerimaan pendapatan oleh pemerintah pusat maupun daerah yang bersumber dari pajak dan retribusi [2]. Pengembangan kawasan wisata akan memberikan

kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD), membuka peluang usaha, dan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat [3].

Setiap daerah memiliki potensi dan daya tarik wisata yang berbeda-beda. Pemerintah dari masing-masing daerah pun memiliki strategi pengelolaan dan pengembangan yang berbeda-beda untuk menarik wisatawan [4]. Salah satunya Kota Pekanbaru, yang memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan pada sektor pariwisata. Namun disayangkan, beberapa tempat wisata yang berada di Pekanbaru kurang dipublikasikan dengan baik. Padahal, Kota Pekanbaru memiliki sektor unggulan yang dapat dilihat dari banyaknya makanan khas dan budaya Melayu yang masih sangat kental di Kota Pekanbaru [5].

Ginting (2021) menjelaskan bahwa pariwisata di Pekanbaru sangat berpotensi, akan tetapi masih belum mampu dikembangkan dan mendongkrak pendapatan asli daerah (PAD). Menurut data Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru di tahun 2020, pada kenyataannya sektor hiburan dan pariwisata hanya menyumbangkan Rp.8,9 milyar atau sekitar 1,67% dari total Pendapatan Asli Daerah Kota Pekanbaru. Tentunya sektor pariwisata ini apabila dikembangkan dengan serius, masih bisa meningkatkan PAD Kota Pekanbaru secara signifikan, mengingat besarnya potensi pariwisata di Kota Pekanbaru.

Salah satu wilayah dengan destinasi wisata yang paling berpotensi untuk dikembangkan adalah pada Kecamatan Rumbai Timur. Kecamatan Rumbai Timur merupakan salah satu kecamatan yang terletak di sebelah utara Kota Pekanbaru dan memiliki luas 138,28 km<sup>2</sup> [6]. Kecamatan Rumbai Timur memiliki sumber daya alam yang menarik, termasuk hutan tropis yang masih asli, Sungai Siak yang mengalir dengan anggun, dan keberagaman hayati yang kaya. Potensi alam ini menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan yang mencari pengalaman terkait alam terbuka yang autentik dan menenangkan. Selain itu, Rumbai Timur juga memiliki warisan budaya yang unik yang mencakup tradisi daerah, seni tradisional, dan gaya arsitektur yang unik. Meningkatkan dan memperkuat komponen budaya tertentu dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung yang penasaran dengan keragaman budaya dan adat istiadat setempat. Menurut Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Pekanbaru Tahun 2020 – 2040, Kecamatan Rumbai Timur memang diperuntukkan menjadi kawasan pariwisata, ditambah lagi dengan ditetapkannya Kawasan Strategis Pariwisata Pekanbaru Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Bidang Pariwisata, Kawasan Strategis Pariwisata Pekanbaru Kawasan Wisata Danau Bandar Khayangan, dan Kawasan Strategis Pariwisata Pekanbaru Kawasan Kampung Wisata Okura. Ditinjau dari

Tabel 1.  
Hasil *Content Analysis*

Faktor	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	Total
Keunikan Atraksi	3	2	4	2	-	2	2	<b>14</b>
Kegiatan Wisata	1	-	1	2	1	3	2	<b>10</b>
Fasilitas Penunjang	2	-	-	2	1	1	-	<b>6</b>
Kelengkapan Infrastruktur	2	3	1	4	9	2	2	<b>23</b>
Ketersediaan Akomodasi	2	-	-	-	1	2	-	<b>5</b>
Kelembagaan	2	1	3	-	-	-	1	<b>7</b>
Keberadaan Brand Name	1	-	-	-	-	1	-	<b>2</b>
Keberadaan Logo dan Simbol	2	-	1	1	2	2	-	<b>8</b>
Keberadaan Slogan atau Tagline	-	-	-	-	-	-	1	<b>1</b>
Kesan yang Diberikan	1	-	-	-	-	-	-	<b>1</b>
Citra yang Melekat	-	-	-	1	-	-	-	<b>1</b>
Karakteristik Budaya Masyarakat	1	2	2	1	-	1	1	<b>8</b>
Ketersediaan Media Promosi dan Informasi	1	-	6	7	1	1	3	<b>19</b>
Peran Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	5	1	-	5	2	9	2	<b>24</b>

Tabel 2.  
Potensi Masalah Objek Wisata Danau Buatan

Potensi	Masalah
Terdapat pemandangan wisata alam berupa danau dan lingkungan yang asri yang merupakan danau satu-satunya di Kota Pekanbaru	Kebersihan di sekitar danau kurang terjaga, sehingga mengganggu pemandangan
Danau Buatan merupakan venue olahraga ski air pada PON 2012 dan bisa dimanfaatkan untuk sport tourism	Kurangnya perhatian pemerintah Kecamatan Rumbai Timur terhadap pengembangan pariwisata dan pokdarwis sekitar
Terdapat tribun yang dapat menampung pengunjung dalam jumlah banyak	Belum tersedia fasilitas penunjang wisata seperti pusat informasi
Jaringan jalan di sekitar Danau Buatan sudah diaspal dengan kondisi baik	Lahan Parkir yang kurang luas untk menampung pengunjung saat akhir pekan
Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengupayakan seluruh objek wisata di Kecamatan Rumbai Timur masuk ke dalam RPJMD Kota Pekanbaru	Belum adanya sistem persampahan yang jelas, sampah hanya disapu dan dibakar

Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah kota Pekanbaru Tahun 2021 – 2036, destinasi wisata Kecamatan Rumbai Timur meliputi tema agrowisata, wisata minat khusus olahraga, wisata tirta, dan ekowisata.

Kecamatan Rumbai Timur memiliki beberapa titik destinasi wisata utama yakni, Danau Buatan, Danau Bandar Khayangan, Bukit Bintang, Wisata Dakwah Okura dan Taman Bunga Impian. Berbagai obyek wisata di Kecamatan Rumbai Timur ini menjadi destinasi wisata yang ramai dikunjungi warga Kota Pekanbaru pada akhir pekan. Masing-masing objek wisata di Rumbai Timur ini merepresentasikan daya tarik yang unik dan tidak dimiliki oleh destinasi wisata lainnya di Kota Pekanbaru. Branding dalam suatu lokasi merupakan strategi yang penting dalam memperkenalkan identitas suatu daerah sehingga terlihat berbeda dari yang lain [7]. Melalui konsep Place branding, diharapkan dapat membentuk citra positif dibenak wisatawan, karena akan mempengaruhi cara perilaku wisatawan, sebelum, selama dan sesudah mengunjungi suatu destinasi [8].

Place branding sendiri menuntut setiap kawasan untuk berlomba menciptakan citra tertentu yang dibentuk sesuai dengan karakteristik masyarakat, sehingga citra yang melekat sebagai karakteristik suatu kawasan. Dengan segala potensi pariwisata yang dimiliki, Kecamatan Rumbai Timur perlu membuat strategi pengembangan pariwisata dengan menerapkan konsep place branding.

Upaya pengembangan place branding destinasi wisata ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan ciri khas

Kecamatan Rumbai Timur sebagai destinasi pariwisata yang strategis di Kota Pekanbaru. Sehingga, dengan adanya promosi pariwisata yang sesuai dengan identitas atau brand destinasi wisata, serta memanfaatkan sumber daya alam dan budaya daerah yang dimiliki, diharapkan dapat berdampak terhadap jumlah kunjungan wisatawan, meningkatkan kontribusi dari sektor pariwisata terhadap pendapatan daerah dan meningkatkan reputasi Kecamatan Rumbai Timur tersebut sebagai destinasi wisata yang menarik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur dengan menggunakan konsep place branding?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur dengan menggunakan konsep place branding. Untuk mencapai tujuan tersebut, sasaran dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur berdasarkan konsep place branding.
2. Mengidentifikasi potensi dan masalah objek destinasi wisata di Kecamatan Rumbai Timur.
3. Mengidentifikasi tingkat kepuasan pengunjung terhadap faktor-faktor branding objek destinasi wisata di Kecamatan Rumbai Timur.
4. Merumuskan strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur.

Tabel 3.  
Potensi Masalah Objek Wisata Danau Bandar Khayangan

Potensi	Masalah
Terdapat pemandangan wisata alam berupa danau dan lingkungan yang asri	Kebersihan di lingkungan sekitar Danau Bandar Khayangan yang masih kurang terjaga
Adanya kerjasama antar Pemerintah Kota Pekanbaru dan PT Sarana Pembangunan Pekanbaru dalam pengelolaan Danau Bandar Khayangan	Belum tertatanya lahan parkir, masih banyak kendaraan yang parkir langsung di pinggir jalan
Terdapat ampiteater dengan kapasitas tempat duduk untuk ± 1000 pengunjung. Ampiteater ini sering dijadikan tempat diadakannya berbagai festival dan acara di Kota Pekanbaru	Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar akan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Danau Bandar Khayangan
Tersedianya tempat sampah dengan jumlah yang cukup banyak dan sudah dikategorikan menjadi sampah organik, anorganik dan B3	Belum adanya media sosial ataupun website yang dimiliki Danau Bandar Khayangan
Sudah ada lembaga pengelola Danau Bandar Khayangan dan memiliki kantor di gate masuk menuju Danau Bandar Khayangan	Kurangnya kesadaran masyarakat sekitar akan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Danau Bandar Khayangan

Tabel 4.  
Potensi Masalah Objek Wisata Bukit Bintang

Potensi	Masalah
Terdapat keunikan alam berupa pemandangan Kota Pekanbaru yang dilihat dari atas bukit	Kondisi wahana permainan yang ada sudah kurang baik dan perlu dilakukan pemeliharaan
Terdapat tempat duduk yang dapat menampung pengunjung dalam jumlah cukup	Belum tersedia fasilitas penunjang wisata seperti pusat informasi
Sudah ada lembaga pengelola Bukit Bintang	Lahan Parkir yang kurang luas
Adanya sosialisasi dan penyuluhan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Pekanbaru terkait pengembangan pariwisata	Belum adanya sistem persampahan yang jelas, sampah hanya disapu dan dibakar
Adanya dukungan dari pihak pemerintah untuk mengupayakan seluruh objek wisata di Kecamatan Rumbai Timur masuk ke dalam RPJMD Kota Pekanbaru	Pengunjung dominan datang pada malam hari dikarenakan pemandangan yang lebih menarik, namun pada siang hari Bukit Bintang ini sepi peminat terutama dikarenakan sinar matahari yang terik

Tabel 5.  
Potensi Masalah Objek Wisata Dakwah Okura

Potensi	Masalah
Memiliki daya tarik unik yang menyajikan wisata olahraga sunnah berupa olahraga berkuda dan olahraga memanah	Berkurangnya daya tarik kegiatan wisata seperti motorcross dikarenakan tidak beroperasi lagi
Sudah terdapat lembaga pengelola yakni Yayasan Al-Hassanah yang bekerjasama dengan Persatuan Olahraga Berkuda Seluruh Indonesia (PORDASI) Kota Pekanbaru	Kondisi kandang kuda yang kurang terawat
Wisata Dakwah Okura sering menjadi venue event olahraga berkuda yang diadakan Persatuan Olahraga Berkuda Seluruh Indonesia (PORDASI) di Kota Pekanbaru	Adanya pesaing yang memiliki keunikan atraksi yang hampir sama yang merupakan pecahan dari Wisata Dakwah Okura yang berjarak lebih dekat dari Pusat Kota Pekanbaru (De Ranch)
Wisata Dakwah Okura sudah memiliki akun media sosial sendiri seperti Instagram dan Youtube	Kurangnya perhatian pemerintah Kecamatan Rumbai Timur terhadap pengembangan objek Wisata Dakwah Okura
Wisata Dakwah Okura sudah memiliki logo sendiri	Gate atau gapura untuk masuk menuju Wisata Dakwah Okura dalam kondisi rusak

## II. METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan rasionalistik. Metode pendekatan rasionalistik menekankan pada pemahaman secara holistik yang dilakukan melalui konseptualisasi teoritik dan studi literatur sebagai tolok ukur pendekatan uji, hasil analisis, dan pembahasan suatu masalah penelitian untuk menarik kesimpulan dan pemaknaan [9]. Tujuan pendekatan ini yakni untuk membentuk suatu kebenaran teori secara empirik, kebenaran yang bersumber dari fakta empiri yang ada.

### B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki karakteristik sama, bisa berupa

individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti [10]. Sedangkan, sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi [11].

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh stakeholder dalam pengembangan pariwisata dan seluruh wisatawan yang berkunjung di Kecamatan Rumbai Timur. Teknik sampling yang digunakan terhadap penentuan stakeholder dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling.

### C. Variabel Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka sebelumnya, maka didapatkan beberapa 9 variabel yang nantinya akan digunakan untuk mencapai sasaran penelitian.

Tabel 6.  
Potensi Masalah Objek Wisata Taman Bunga Impian

Potensi	Masalah
Memiliki daya tarik utama yakni pemandangan alam yang dihiasi oleh berbagai jenis bunga yang hanya ada satu di Pekanbaru	Belum tersedia fasilitas penunjang wisata seperti kantor pengelola
Terdapat banyak wahana permainan anak dan kegiatan seperti budidaya bunga, rumah burung dan pondok pancing	Kurangnya jumlah tempat sampah yang ada, dan belum dikategorikan menjadi tempat sampah organik, anorganik dan B3
Adanya event tahunan seperti Festiva Okura dan pertukaran pemuda Muslim se-Asia Tenggara yang dilakukan di Taman Bunga Impian	Bunga sendiri adalah tanaman musiman, jadi tidak setiap saat bisa mekar dan menyajikan pemandangan indah bagi pengunjung
Tempat parkir yang sangat luas untung menampung pengunjung dengan jumlah banyak	Cuaca panas Kota Pekanbaru menjadi tantangan tersendiri bagi pengelolaan bunga

Tabel 7.  
Klasifikasi Faktor Objek Wisata Danau Buatan

Faktor	Hasil Skoring	Tingkat Kepuasan Pengunjung	Tingkat Kepentingan Faktor
Peran Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	247	Kurang Memuaskan	Penting
Ketersediaan Media Promosi dan Informasi Objek Wisata	248	Kurang Memuaskan	Penting
Kegiatan Wisata	249	Kurang Memuaskan	Penting
Kelembagaan	250	Kurang Memuaskan	Penting
Karakteristik Budaya Masyarakat	259	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelengkapan Infrastruktur	280	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Keberadaan Logo dan Simbol Objek Wisata	280	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Fasilitas Penunjang Wisata	298	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Keunikan Atraksi	352	Memuaskan	Tidak Penting

#### D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey primer dan survey sekunder. Metode pengumpulan data primer merupakan sebuah metode yang menggunakan teknik survey secara langsung untuk memperoleh data. Survey primer ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi mengenai branding pariwisata di Kecamatan Rumbai Timur. Data dari survey primer diperoleh melalui pengamatan langsung di lapangan dan dari hasil wawancara maupun kuisioner. Sedangkan, metode pengumpulan data sekunder merupakan metode pengumpulan data dan informasi dari literatur atau instansi yang berkaitan dengan penelitian.

#### E. Teknik Analisis Data

Pada tahap pertama, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan place branding disintesa dengan menggunakan metode *Content Analysis*. Selanjutnya, dilakukan identifikasi potensi dan masalah dari setiap objek dan daya tarik wisata di Kecamatan Rumbai Timur menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Setelah itu, dilakukan identifikasi tingkat kepuasan pengunjung terhadap faktor-faktor branding dengan menggunakan teknik statistik deskriptif. Terakhir, untuk merumuskan strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

### III. HASIL DAN DISKUSI

#### A. Gambaran Umum Wilayah

Wilayah administrasi dalam penelitian ini adalah di Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru dengan luas

138,28 km<sup>2</sup>. Batas administratif wilayah Kecamatan Rumbai Timur yakni, Utara: Kecamatan Rumbai; Timur: Kecamatan Perawang dan Kabupaten Siak; Selatan: Kecamatan Senapelan dan Kecamatan Limapuluh; Barat: Kecamatan Rumbai.

#### B. Objek dan Destinasi Wisata

##### 1) Danau Buatan

Danau Buatan merupakan satu-satunya danau yang berada ditengah Kota Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Pramuka, Desa Limbungan, Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru. Danau Buatan sendiri mulai melejit namanya pasca PON tahun 2012 di Provinsi Riau, dimana Danau Buatan ini menjadi lokasi PON untuk cabang olahraga ski air.

##### 2) Danau Bandar Khayangan

Danau Bandar Sri Khayangan Lembah Sari merupakan salah satu dari dua objek wisata danau yang terletak di Jl Pramuka, Kelurahan Sungai Ambang, Kecamatan Rumbai Timur, Kota Pekanbaru. Danau Bandar Khayangan ini dibuka dan diresmikan pada bulan April 2011 oleh Pemerintah Kota Pekanbaru. Kini objek wisata Danau Bandar Khayangan telah menjadi daya tarik bagi warga Pekanbaru maupun wisatawan luar kota bahkan mancanegara untuk berkunjung ke danau ini.

##### 3) Bukit Bintang

Bukit ini menyajikan panorama seluruh kota pekanbaru yang dilihat dari puncak bukit. Jika berada di Bukit Bintang, maka akan terlihat gedung-gedung tinggi yang ada di pekanbaru dengan pemandangan sangat indah.

##### 4) Wisata Dakwah Okura

Wisata Dakwah Okura adalah salah satu desa islami yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan adat istiadat. Tak heran pengunjung akan disajikan beberapa kegiatan yang

Tabel 8.  
Klasifikasi Faktor Objek Wisata Danau Bandar Khayangan

Faktor	Hasil Skoring	Tingkat Kepuasan Pengunjung	Tingkat Kepentingan Faktor
Ketersediaan Media Promosi dan Informasi Objek Wisata	250	Kurang Memuaskan	Penting
Peran Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	291	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kegiatan Wisata	293	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Karakteristik Budaya Masyarakat	294	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelembagaan	299	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Keberadaan Logo dan Simbol Objek Wisata	309	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelengkapan Infrastruktur	322	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Fasilitas Penunjang Wisata	353	Memuaskan	Tidak Penting
Keunikan Atraksi	359	Memuaskan	Tidak Penting

Tabel 9.  
Klasifikasi Faktor Objek Wisata Bukit Bintang

Faktor	Hasil Skoring	Tingkat Kepuasan Pengunjung	Tingkat Kepentingan Faktor
Peran Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	258	Kurang Memuaskan	Penting
Ketersediaan Media Promosi dan Informasi Objek Wisata	280	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Fasilitas Penunjang Wisata	290	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelengkapan Infrastruktur	296	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kegiatan Wisata	301	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelembagaan	311	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Keberadaan Logo dan Simbol Objek Wisata	319	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Karakteristik Budaya Masyarakat	320	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Keunikan Atraksi	354	Memuaskan	Tidak Penting

akrab dengan Rasulullah, SAW. Seperti menyediakan area khusus panahan, berkuda dan berenang.

5) *Taman Bunga*

Masih berlokasi di Desa Okura terdapat taman bunga yang ditumbuhi oleh berbagai jenis tumbuhan bunga yang indah dan membentuk ornamen-ornamen yang menarik dan unik. Semua bunga yang tumbuh di taman ini tersusun dengan rapi. Taman ini sangat indah dengan formasi warna-warni bunga yang menghiasi.

C. *Jumlah Kunjungan*

Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru tahun 2022 tentang jumlah kunjungan wisatawan di Kecamatan Rumbai Timur, objek wisata yang paling ramai dikunjungi dalam 5 tahun terakhir adalah Danau Buatan dengan total 187.850 kunjungan. Sedangkan, objek wisata dengan jumlah kunjungan paling rendah adalah Bukit Bintang dengan total hanya 18.273 kunjungan dalam 5 tahun terakhir. Berdasarkan trend kunjungan wisatawan di Kecamatan Rumbai Timur pada tahun 2018-2019 terjadi peningkatan kunjungan dari total 76.992 kunjungan di tahun 2018 ke 125.955 kunjungan pada tahun 2019. Namun terjadi penurunan yang sangat signifikan dari tahun 2019-2021 dikarenakan pandemi COVID-19 yang terjadi. Pada tahun 2022, trend ini mulai naik kembali dikarenakan mulai pulihnya keadaan dari pandemi COVID-19 dibuktikan dengan meningkatnya jumlah kunjungan dari 35.027 di tahun 2021 menuju 38.427 di tahun 2022.

D. *Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur berdasarkan konsep Place Branding*

Analisis sasaran ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pengembangan branding pariwisata di Kecamatan Rumbai Timur. Identifikasi faktor-faktor ini dilakukan dengan in depth interview dan dianalisis dengan menggunakan metode *content analysis*. Hasil *content analysis* dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan hasil *content analysis* diketahui bahwa terdapat 9 faktor pengembangan branding pariwisata yang terkonfirmasi yaitu Keunikan Atraksi, Kegiatan Wisata, Fasilitas Penunjang Wisata, Kelengkapan Infrastruktur, Kelembagaan, Keberadaan Logo dan Simbol Obyek Wisata, Karakteristik Budaya Masyarakat, Ketersediaan Media Promosi dan Informasi Obyek Wisata, serta Peran Pemerintah, Swasta, dan Masyarakat.

E. *Mengidentifikasi Potensi Dan Masalah Objek Destinasi Wisata Di Kecamatan Rumbai Timur Berdasarkan Faktor Yang Berpengaruh*

Identifikasi potensi dan masalah objek destinasi wisata di Kecamatan Rumbai Timur ini dilakukan melalui metode observasi lapangan. Observasi lapangan digunakan oleh peneliti untuk melihat secara langsung keadaan eksisting faktor-faktor yang terkonfirmasi berpengaruh pada objek dan destinasi wisata di Kecamatan Rumbai Timur. Berdasarkan

Tabel 10.  
Klasifikasi Faktor Objek Wisata Dakwah Okura

Faktor	Hasil Skoring	Tingkat Kepuasan Pengunjung	Tingkat Kepentingan Faktor
Peran Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	253	Kurang Memuaskan	Penting
Kelengkapan Infrastruktur	301	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Keberadaan Logo dan Simbol Objek Wisata	306	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Fasilitas Penunjang Wisata	309	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Ketersediaan Media Promosi dan Informasi Objek Wisata	311	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelembagaan	316	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kegiatan Wisata	325	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Karakteristik Budaya Masyarakat	343	Memuaskan	Tidak Penting
Keunikan Atraksi	347	Memuaskan	Tidak Penting

Tabel 11.  
Klasifikasi Faktor Objek Wisata Taman Bunga Impian

Faktor	Hasil Skoring	Tingkat Kepuasan Pengunjung	Tingkat Kepentingan Faktor
Ketersediaan Media Promosi dan Informasi Objek Wisata	318	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kelembagaan	321	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Peran Pemerintah, Swasta dan Masyarakat	328	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Karakteristik Budaya Masyarakat	336	Cukup Memuaskan	Cukup Penting
Kegiatan Wisata	343	Memuaskan	Tidak Penting
Keberadaan Logo dan Simbol Objek Wisata	345	Memuaskan	Tidak Penting
Kelengkapan Infrastruktur	352	Memuaskan	Tidak Penting
Fasilitas Penunjang Wisata	356	Memuaskan	Tidak Penting
Keunikan Atraksi	384	Memuaskan	Tidak Penting

hasil observasi yang dilakukan, maka diperoleh berbagai potensi dan masalah yang terdapat pada masing-masing objek dan destinasi wisata di Kecamatan Rumbai Timur berdasarkan kondisi eksisting, diantaranya:

1. Potensi Masalah Objek Wisata Danau Buatan (lihat Tabel 2)
2. Potensi Masalah Objek Wisata Danau Bandar Khayangan (lihat Tabel 3)
3. Potensi Masalah Objek Wisata Bukit Bintang (lihat Tabel 4)
4. Potensi Masalah Objek Wisata Dakwah Okura (lihat Tabel 5)
5. Potensi Masalah Objek Wisata Taman Bunga Impian (lihat Tabel 6)

*F. Mengidentifikasi Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Faktor-Faktor Branding Objek Destinasi Wisata Di Kecamatan Rumbai Timur*

Penyebaran kuisiener bertujuan untuk menilai kepuasan pengunjung terhadap faktor-faktor branding yang terkonfirmasi berpengaruh dalam pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur. Pada kuisiener dilakukan metode perhitungan dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuisiener dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Dalam skala likert ini terdapat lima pilihan skala, yaitu: 1. Sangat Tidak Memuaskan 2. Kurang Memuaskan 3. Cukup Memuaskan 4. Memuaskan 5. Sangat Memuaskan. Hasil dari pengisian kuisiener skoring nantinya akan dijumlah total per-faktornya

dan akan diklasifikasikan menjadi 5 kelas tingkat kepentingan. Adapun hasil dari analisis ini diantaranya:

1. Klasifikasi Faktor Objek Wisata Danau Buatan (lihat Tabel 7)
2. Klasifikasi Faktor Objek Wisata Danau Bandar Khayangan (lihat Tabel 8)
3. Klasifikasi Faktor Objek Wisata Bukit Bintang (lihat Tabel 9)
4. Klasifikasi Faktor Objek Wisata Dakwah Okura (lihat Tabel 10)
5. Klasifikasi Faktor Objek Wisata Taman Bunga Impian (lihat Tabel 11)
- G. *Merumuskan Strategi Pengembangan Wisata Alam Dan Budaya Di Kecamatan Rumbai Timur*

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperoleh menggunakan data hasil 3 sasaran sebelumnya, berikut ini merupakan strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan Rumbai Timur menggunakan konsep *place branding*:

- 1) *Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Buatan*
  - a. Membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang dapat membantu pengelolaan Danau Buatan.
  - b. Memperkuat peran lembaga kemasyarakatan yang mandiri dan profesional dalam mendukung pengembangan Danau Buatan.
  - c. Melakukan penyuluhan, pengarahan, dan penjelasan kepada masyarakat, khususnya yang bertempat tinggal di sekitar objek wisata, tentang pentingnya pariwisata atau manfaat pembangunan pariwisata bagi upaya menunjang

- pembangunan perekonomian daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- d. Membuat official account media sosial atau website resmi Danau Buatan dengan menyertakan fasilitas-fasilitas pariwisata yang tersedia di Danau Buatan untuk menarik minat pengunjung.
  - e. Memanfaatkan media sosial dan aplikasi Jendela Informasi Rumbai Timur (JAIN RUTIM) untuk mempromosikan Danau Buatan.
  - f. Menyusun anggaran pengembangan wisata Danau Buatan yang transparan dan terukur secara optimal melalui perencanaan yang matang.
  - g. Bekerja sama dengan pemerintah dan pihak swasta dalam membangun sarana pendukung wisata seperti papan informasi, dan peningkatan kualitas toilet umum untuk menunjang kebutuhan wisatawan yang berkunjung.
  - h. Membangun infrastruktur persampahan berupa tempat pembuangan sementara untuk mengelola sampah secara terpusat.
  - i. Menyediakan papan petunjuk jalan untuk mengarahkan pengunjung menuju lokasi Danau Buatan.
  - j. Menciptakan atraksi wisata baru dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam Danau Buatan melalui kerjasama antar pihak seperti bumi perkemahan, wisata edukasi lingkungan hidup atau wisata outbond.
  - k. Menghidupkan kembali sport tourism di Danau Buatan untuk menarik wisatawan dengan mengadakan berbagai macam kegiatan olahraga air seperti ski air, jetski, kayak dan banana boat.
- 2) *Strategi Pengembangan Objek Wisata Danau Bandar Khayangan*
    - a. Membuat official account media sosial atau website resmi Danau Bandar Khayangan dengan menyertakan fasilitas-fasilitas pariwisata yang tersedia di Danau Bandar Khayangan untuk menarik minat pengunjung
    - b. Menginisiasi program yang melibatkan masyarakat untuk turut serta aktif dalam mempromosikan Danau Bandar Khayangan dengan mengangkat daya tarik yang dimiliki Danau Bandar Khayangan melalui media sosial masing-masing agar menarik wisatawan lainnya untuk berkunjung
    - c. Bekerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah Kota Pekanbaru untuk menjadikan Danau Bandar Khayangan sebagai tuan rumah dari berbagai event besar di Kota Pekanbaru seperti HUT Kota Pekanbaru, Festival Kenduri dan Festival Lampu Colok.
    - d. Mengembangkan kegiatan wisata rekreasi dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam Danau Bandar Khayangan melalui kerjasama antar pihak seperti bumi perkemahan, wisata edukasi lingkungan hidup atau wisata outbond.
    - e. Membangun lahan parkir yang untuk menunjang mobilitas pengunjung dalam melakukan perjalanan wisata
  - 3) *Strategi Pengembangan Objek Wisata Bukit Bintang*
    - a. Melakukan pendekatan kepada pihak swasta untuk bekerjasama dalam pengembangan wisata Bukit Bintang
    - b. Membuat official account media sosial atau website resmi Bukit Bintang dengan menyertakan informasi terkait objek pariwisata Bukit Bintang untuk menarik minat pengunjung
    - c. Membangun fasilitas pendukung seperti pusat informasi dan musholla serta memperluas tempat parkir untuk menunjang aktivitas wisatawan
    - d. Mengembangkan kegiatan wisata rekreasi dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam Bukit Bintang melalui kerjasama antar pihak seperti bumi perkemahan, wisata edukasi lingkungan hidup atau wisata outbond
    - e. Mengadakan pelatihan pengelolaan sampah tambahan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan
    - f. Melakukan revitalisasi objek wisata Bukit Bintang melalui penanaman kembali tanaman dan pohon untuk mengurangi efek cuaca yang panas dan menciptakan suasana teduh di Bukit Bintang
  - 4) *Strategi Pengembangan Objek Wisata Dakwah Okura*
    - a. Mengadakan forum pertemuan rutin antar stakeholder yang terlibat dalam rangka pengembangan objek Wisata Dakwah Okura
    - b. Bekerjasama dengan PORDASI bersama Dinas Pariwisata Pekanbaru dan Dinas Kepemudaan dan Olahraga Kota Pekanbaru, untuk mengagendakan event berkuda rutin seperti Endurance Ride yang diadakan di Wisata Dakwah Okura
    - c. Meningkatkan kualitas fasilitas pendukung seperti gapura dan kandang kuda untuk menciptakan image yang menarik di mata pengunjung
    - d. Memaksimalkan penggunaan official account media sosial resmi Wisata Dakwah Okura dan aplikasi Jendela Informasi Rumbai Timur (JAIN RUTIM) untuk mempromosikan daya tarik wisata kepada masyarakat baik dalam maupun luar Kota Pekanbaru
    - e. Menciptakan atraksi sport tourism baru di Wisata Dakwah dan menghidupkan kembali kegiatan motorcross yang tidak dimiliki objek wisata lainnya untuk menarik wisatawan
  - 5) *Strategi Pengembangan Objek Wisata Taman Bunga Impian*
    - a. Memaksimalkan promosi Festival Okura baik menggunakan media sosial dan website yang dimiliki oleh wisata Taman Bunga Impian ataupun melalui kerjasama dengan berbagai pihak TV Nasional
    - b. Mengadakan pelatihan dalam budidaya dan pengelolaan tanaman dan bunga secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan lingkungan
    - c. Mengadakan kegiatan wisata alternatif yang bisa dilakukan wisatawan disaat bunga belum dalam kondisi mekar
    - d. Meningkatkan kualitas dan menambah jumlah tempat sampah secara menyeluruh di wilayah objek wisata
    - e. Bekerjasama dengan PT. SPP untuk membangun kantor pengelola objek wisata Taman Bunga Impian
    - f. Melakukan revitalisasi objek wisata Taman Bunga Impian melalui penanaman kembali tanaman dan pohon untuk mengurangi efek cuaca yang panas dan menciptakan suasana teduh di Taman Bunga Impian.

#### IV. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

##### A. Kesimpulan

Penelitian ini berupaya untuk merumuskan strategi pengembangan wisata alam dan budaya di Kecamatan

Rumbai Timur Kota Pekanbaru menggunakan konsep Place Branding. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan beberapa tahapan analisis yang terbagi dalam 4 sasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat total 33 strategi pengembangan pada kelima objek wisata yang diteliti. Strategi pengembangan difokuskan pada objek wisata yang mengalami penurunan kunjungan drastis yakni Danau Buatan, secara spesifik dalam aspek Brand Communication, strategi tersebut diantaranya adalah membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang dapat membantu pengelolaan Danau Buatan serta memperkuat peran lembaga kemasyarakatan yang mandiri dan profesional dalam mendukung pengembangan Danau Buatan

### B. Rekomendasi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kota Pekanbaru dalam upaya pengembangan branding pariwisata di Kecamatan Rumbai Timur berdasarkan faktor-faktor yang berpengaruh pada kelima objek wisata yakni; Danau Buatan, Danau Bandar Khayangan, Bukit Bintang, Wisata Dakwah Okura dan Taman Bunga Impian.

Dapat menjadi masukan bagi pengelola-pengelola pariwisata yang ada di Kecamatan Rumbai Timur dalam melakukan branding untuk destinasi wisata yang ada.

Penerapan dari strategi pengembangan branding pariwisata di Kecamatan Rumbai Timur memerlukan penelitian lanjutan berdasarkan partisipasi multistakeholders, karena karakteristik 5 DTW dimiliki oleh pihak swasta, gabungan pihak pemerintah dan swasta, gabungan pihak swasta dan pokdarwis, serta gabungan masyarakat dan pemerintah.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk aktif terlibat dalam upaya pengembangan pariwisata di Kecamatan Rumbai Timur

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. H. Syahriar and D. Darwanto, "Modal sosial dalam pengembangan ekonomi pariwisata (Kasus daerah Obyek Wisata Colo Kabupaten Kudus)," *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*, vol. 10, no. 2, pp. 126–138, Mar. 2015, doi: 10.20884/1.ERJPE.2015.10.2.747.
- [2] D. P. O. Prasiasa, *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- [3] R. A. Kurniawati, N. Shaheerani, B. L. L. Coutrier, and H. Sukmawati, "Peran stakeholder dalam pengembangan Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi sebagai destinasi wisata bahari," *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, vol. 16, no. 1, pp. 52–60, Jun. 2022, doi: 10.47608/JKI.V16I12022.52-60.
- [4] U. Udkiyah, "Perencanaan Jalur Interpretasi 'The Gate Of Secret' Dalam Mengangkat Identitas Cirebon Sebagai Kota Wisata Budaya," *Manajemen Resort dan Leisure*, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2013.
- [5] D. Larasati and M. Nazaruddin, "Potensi wisata dalam pembentukan city branding Kota Pekanbaru," *Jurnal Komunikasi*, vol. 10, no. 2, pp. 99–116, 2016, doi: 10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art1.
- [6] BPS Kota Pekanbaru, *Kota Pekanbaru Dalam Angka 2022*. Pekanbaru: BPS Kota Pekanbaru, 2022.
- [7] M. Zebua, *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- [8] A. Luthfi and A. I. Widyaningrat, "Konsep city branding sebuah pendekatan 'the city brand hexagon' pada pembentukan identitas kota," in *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*, Dec. 2018, pp. 315–323. [Online]. Available: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>
- [9] F. Kondo Lembang, A. C. Leunupun, and M. W. Talakua, "Analisis peta positioning untuk restoran berdasarkan persepsi pelanggan dengan menggunakan Metode Multidimensional Scaling," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, vol. 10, no. 1, pp. 47–54, 2016, doi: 10.30598/barekengvol10iss1pp47-54.
- [10] D. Handayani, D. R. Hadi, F. Isbaniah, E. Burhan, and H. Agustin, "Corona virus disease 2019," *Jurnal Respirologi Indonesia*, vol. 40, no. 2, pp. 119–129, 2020, doi: 10.36497/jri.v40i2.101.
- [11] S. Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung, Indonesia: CV. Alfabeta, 2017.