

## STRATEGI PENGEMBANGAN TAMAN MARGA SATWA DENGAN MENGGUNAKAN QUALITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) MODEL. STUDI KASUS TAMAN MARGA SATWA DAN BUDAYA KINANTAN KOTA BUKITTINGGI

Rusydi Fauzan<sup>1)</sup> dan Reni Puspita Sari<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Manajemen, STIE Haji Agus Salim, Bukittinggi, Indonesia

email: [rusydifauzan@gmail.com](mailto:rusydifauzan@gmail.com)

[renipuspita95@gmail.com](mailto:renipuspita95@gmail.com)

### ABSTRACT

*This research aims to determine the factors that led to the decline of the visit to the Kinantan Wildlife and Cultural Park (TMSBK) of the City of Bukittinggi, even though the city of Bukittinggi continued to improve infrastructure and services from TMSBK. This study uses the IFE Matrix analysis approach, EFE Matrix, SWOT Matrix and QSP Matrix. Data collection techniques are carried out by interview and observation. The results of the study show that to develop TMSBK, strategies can be used by adding attractive spots in TMSBK, carrying out routine events every month, and carrying out art competitions for students in the city of Bukittinggi.*

**Keywords:** EFE Matrix; IFE matrix; QSP Matrix; SWOT Matrix; Tourism Development; Wildlife Park.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang menyebabkan turunnya kunjungan ke Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan (TMSBK) Kota Bukittinggi, padahal pemerintah kota Bukittinggi terus menerus melakukan perbaikan infrastruktur dan pelayanan dari TMSBK. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisa Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT dan Matriks QSP. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya untuk mengembangkan TMSBK maka dapat digunakan strategi dengan menambah spot menarik yang ada di dalam TMSBK, melaksanakan even rutin setiap bulan, dan melaksanakan lomba kesenian untuk siswa yang ada di kota Bukittinggi.

**Kata kunci:** matriks EFE; matriks IFE; matriks QSP; matriks SWOT; pengembangan pariwisata; taman margasatwa.

---

*Detail Artikel:*

*Diterima: 4 Juli 2019*

*Disetujui: 3 Agustus 2019*

---

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara yang mempunyai berbagai ragam kebudayaan dan sumber daya alam yang merupakan modal utama untuk meningkatkan taraf hidup bangsa. Salah satu kekayaan yang dimiliki Indonesia yaitu ditemukannya berbagai macam tempat objek wisata dengan daya tarik dan ciri khas tersendiri sehingga dapat menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung, khususnya di Provinsi Sumatera Barat.

Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia karena terkenal dengan keindahan alamnya dan keunikan budayanya sehingga Sumatera Barat termasuk kedalam 10 besar daerah tujuan wisata (DTW) di Indonesia. Objek wisata ini tersebar di seluruh daerah kota / kabupaten yang ada di Sumatera Barat. Salah satu kota yang terkenal dengan berbagai objek dan destinasi wisata di Sumatera Barat adalah Kota Bukittinggi.

Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota tujuan destinasi di Sumatera Barat. Perkembangan objek wisata di Kota Bukittinggi saat ini sudah mengalami beberapa peningkatan dengan cara memperbaiki infrastruktur dan fasilitas bagi pengunjung. Objek wisata di Bukittinggi terdiri dari objek wisata alam, sejarah serta budaya. Salah satu objek wisata sejarah dan budaya yang sering dikunjungi dan terkenal di Bukittinggi yaitu Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan.

Taman Margasatwa dan budaya Kinantan atau sering disingkat menjadi TMSBK dan sering disebut sebagai kebun binatang ini merupakan objek wisata yang sering dikunjungi. Di dalam kebun binatang ini berisikan aneka satwa dan fauna serta adanya rumah adat. Dan memiliki keistimewaan yaitu taman margasatwa ini memiliki museum Zoologi sebagai tempat koleksi binatang yang sudah mati dan adanya peninggalan sejarah berupa Benteng Ford De Kock.

Taman Margasatwa dan budaya kinantan dibangun oleh pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1900-an yang pada awalnya hanya merupakan taman bunga (Stompark). Kemudian pada tahun 1929 mulai dikembangkan sebagai kebun binatang. Demi menambah koleksi pihak pengelola bertukar hewan dengan kebun binatang Surabaya.

Perkembangan kebun binatang saat ini terus mengalami perbaikan supaya pengunjung yang berkunjung akan merasa lebih nyaman. Perbaikan dan pembenahan yang telah dilakukan seperti pengecatan pagar, perbaikan kandang satwa serta pembuatan taman. Selain itu pihak TMSBK juga melakukan kerja sama dengan kebun binatang lain seperti Bali ZOO seperti tukar menukar berbagai jenis hewan

Saat ini Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan di kelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bukittinggi. Namun dalam beberapa tahun terakhir terjadi penurunan jumlah kunjungan. Adapun data kunjungan pada Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dalam beberapa tahun terakhir yaitu dari tahun 2010 sampai tahun 2014 adalah sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Jumlah kunjungan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Bukittinggi**  
**Tahun 2011-2014 (data terbaru, belum dirilis oleh pemerintah kota bukittinggi)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah kunjungan</b>
2011	623.711
2012	658.790
2013	646.226
2014	632.724

Sumber: dinas pariwisata dan olahraga Bukittinggi

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari tahun 2011 sampai tahun 2012 jumlah kunjungan ke TMSBK meningkat akan tetapi dari tahun 2013 sampai tahun 2014 terjadi

penurunan jumlah kunjungan. Menurut Agustini (2010) penyebab penurunan kunjungan ke taman margasatwa atau kebun binatang adalah karena menurunnya kepuasan pengunjung yang disebabkan oleh pengelolaan taman margasatwa, variasi hewan, kesehatan hewan, harga karcis, pelayanan dan kenyamanan pengunjung. Menurut Whitworth (2012) ada empat penyebab tingginya kunjungan taman margasatwa atau kebun binatang yaitu: aspek demografi atau kedekatan lokasi dengan kota besar, aspek usia pengunjung dimana pengunjung mayoritas usia 30-44 tahun, aspek ekonomi suatu kota dimana jika ekonomi tidak terlalu aktif maka kunjungan akan semakin besar, dan aspek sosial dimana semakin besar jumlah penduduk yang berkeluarga dan memiliki anak maka tingkat kunjungan akan semakin tinggi.

Menurut Amanah (2015) ada lima saran utama untuk pengembangan taman margasatwa dan kebun binatang yaitu: peningkatan kesehatan binatang, menjaga kebersihan kebun binatang baik fasilitas untuk binatang dan fasilitas untuk pengunjung, peningkatan pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan, penambahan area bermain, dan menciptakan suatu kunjungan yang menyenangkan. Menurut Ward, Sherwen, dan Clark (2018) ada sembilan upaya yang bisa dilakukan oleh pengelola taman margasatwa dan kebun binatang untuk meningkatkan kualitas pengelolaan dengan cara: meningkatkan kualitas hubungan pengunjung dengan binatang, selalu memperhatikan perilaku positif dan negatif dari binatang, memberikan pelatihan kepada penjaga binatang, mengelola populasi dan manajemen reproduksi binatang, pengelompokan binatang sesuai dengan karakter, peningkatan kualitas kandang, pengecekan kesehatan binatang dan pembiayaan. Menurut Ryan dan Saward (2010) taman margasatwa atau kebun binatang banyak sekali memberikan dampak sosial terutama untuk mengakrabkan suasana kekeluargaan, sarana rekreasi, dan sebagai sarana penting untuk meningkatkan hubungan interaksi positif antara orang tua dan anak-anak. Sehingga keberadaan kebun binatang memberikan andil yang cukup besar untuk meningkatkan kebahagiaan dan mengurangi tingkat stress penduduk di suatu kota.

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi pengembangan TMBSK dengan menggunakan QSPM Model sehingga bisa meningkatkan jumlah kunjungan tiap tahunnya.

Manfaat dari penelitian adalah untuk memberikan masukan mengenai faktor-faktor apa yang mempengaruhi tingkat kunjungan dan pemilihan strategi yang tepat untuk pengembangan TMBSK.

## TELAAH LITERATUR

Menurut David (2015) strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa strategi integrasi, strategi intensif, strategi integrasi dan strategi defensif.

Menurut Siagian (2004) menyatakan bahwa strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang di buat oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam jangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Sedangkan menurut Umar (2010) berpendapat bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa) meningkat dan terus-menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Menurut Salusu (2015) strategi merupakan suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Menurut Ohmae (2000) definisi strategi tidak jauh dengan tujuan dari strategi, seperti pendapat dari para relatif ahli bahwa strategi mengenei keunggulan kompetitif. Satu-satunya tujuan strategi adalah memungkinkan perusahaan memperoleh seefisien mungkin keunggulan yang dapat mempertahankan atas saingan mereka. Strategi korporasi dengan demikian

mencerminkan usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap saingan dengan se efisien mungkin.

Sedangkan para ahli lain berpendapat bahwa strategi di sesuaikan dengan kondisi masing-masing bidang atau unit pekerjaan. Penyusunan strategi bisa dilakukan dengan model tertentu seperti analisis SWOT.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan studi deskriptif menurut Sekaran (2007) adalah memberikan kepada peneliti sebuah riwayat atau untuk menggambarkan aspek-aspek relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri, atau lainnya.

### Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah pada Taman Margasata dan Budaya Kinantan Bukittinggi yang beralamat di Jalan Cindua Mato, Benteng Pasar Atas, Guguk Panjang Kota Bukittinggi.

### Metode Penelitian

Menurut David (2015) untuk menentukan strategi yang tepat untuk sebuah perusahaan maka peneliti dapat menggunakan 4 metode penelitian yang berurutan yaitu yang meliputi :

1. Analisa Matriks IFE
2. Analisa Matriks EFE
3. Analisa Matriks SWOT
4. Analisa Matriks QSP

### Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara menurut Suliyanto (2006) merupakan teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dokumentasi menurut Sugiyono (2012) adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Wawancara dilakukan kepada stakeholder yaitu pengelola, karyawan dan pengunjung TMBSK., .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Matriks IFE didapatkan dari menganalisa seluruh faktor yang ada di dalam perusahaan yang menggunakan variabel marketing mix.

Tabel 2  
Matrik IFE

	Variabel	Bobot	Skor	Total Skor
S1	Satu –satunya Taman Margasatwa dan budaya di Sumbar khususnya di Bukittinggi	0.043	3.75	0.162
S2	Adanya peninggalan sejarah / Benteng For de kock	0.04	2.3	0.092
S3	Lokasi strategis yang terletak di pusat kota Bukittinggi	0.044	3.567	0.157

<b>S4</b>	Adanya unsur Budaya Adat Minangkabau / Rumah Adat Baaunjuang di bandingkan dengan objek wisata yang lain	0.042	2.45	0.103
<b>S5</b>	Lahan dan area yang luas	0.047	3.334	0.157
<b>S6</b>	Tempat konservasi bagi satwa yang di lindungi	0.042	2.85	0.12
<b>S7</b>	Sarana pendidikan bagi pengunjung khususnya anak-anak	0.043	2.994	0.129
<b>S8</b>	Adanya Jembatan Limpapeh	0.041	2.684	0.11
<b>S9</b>	Adanya museum Zoologi	0.037	2.584	0.096
<b>S10</b>	Adanya Museum Ikan	0.037	2.5	0.092
<b>Jumlah skor Strength</b>				1.218
<b>W1</b>	Minimnya promosi	0.045	2.067	0.093
<b>W2</b>	Tarif masuk relatif mahal	0.037	2.517	0.093
<b>W3</b>	Adanya biaya tambahan saat memasuki objek wisata Rumah Adat dan museum Ikan (untuk masuk pada wisata rumah adat ditambahkan biaya sebesar Rp.10.000 dan pada museum ikan sebesar Rp.3.000)	0.029	3.117	0.09
<b>W4</b>	Area parkir yang tidak memadai	0.048	1.7	0.081
<b>W5</b>	Jumlah tenaga SDM yang tidak sesuai dengan luas lokasi dan jumlah pengunjung	0.043	2.117	0.091
<b>W6</b>	Kurangnya perawatan fasilitas tempat wisata (seperti kondisi jalan yang rusak , lampu taman yang rusak)	0.045	2.734	0.123
<b>W7</b>	Fauna yang tidak beragam dan jumlahnya terbatas	0.044	2.517	0.111
<b>W8</b>	Tidak adanya papan informasi serta petunjuk jalan di kebun binatang	0.042	2.2	0.092
<b>W9</b>	Lingkungan yang tidak bersih	0.046	2.817	0.13
<b>W10</b>	Kurangnya kuantitas toilet	0.045	2.25	0.101
<b>W11</b>	Kurangnya kualitas toilet	0.044	2.584	0.114
<b>W12</b>	Kurangnya kualitas pelayanan yang di berikan oleh pegawai (hanya di berikan pada saat pintu masuk saja)	0.04	2.4	0.096
<b>W13</b>	Pengelolaan manajemen yang belum optimal	0.038	2.884	0.11
<b>W14</b>	Tidak adanya souvenir cirri khas kebun binatang	0.038	1.634	0.062
<b>Jumlah skor Weakness</b>				1.387
<b>TOTAL</b>		1	2.605	

**Matriks External Factor Evaluation (EFE)**

Matriks IFE didapatkan dari menganalisa seluruh faktor yang ada di dalam perusahaan yang menggunakan variabel porter five force model dan variabel PESTLE-DR.

**Tabel 3**  
**Matrik EFE**

Variabel	Bobot	Skor	Total Skor
<b>O1</b> Bukittinggi kota wisata	0.154	3.417	0.526
<b>O2</b> Perkembangan teknologi yang pesat, seperti pemanfaatan media social	0.123	2.034	0.25
<b>Jumlah Skor Opportunity</b>			0.776
<b>T1</b> Tidak adanya partisipasi masyarakat sekitar untuk pengembangan objek wisata	0.125	2.284	0.285
<b>T2</b> Tidak adanya kerja sama dengan pihak swasta	0.104	2.317	0.24
<b>T3</b> Kurangnya partisipasi pengunjung untuk menjaga kebersihan	0.128	2.234	0.285
<b>T4</b> Bencana alam seperti longsor, angin ribut, banjir	0.118	2.684	0.316
<b>T5</b> Tingginya tingkat persaingan saat liburan (banyak pilihan objek wisata)	0.135	3	0.405
<b>T6</b> Pengunjung cenderung bosan karena tidak ada hal yang menarik (seperti diadakannya event, lomba)	0.113	2.134	0.241
<b>Jumlah Skor Threat</b>		1	1.772
<b>TOTAL</b>			2.548

**Matriks Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT)**

Matriks SWOT merupakan variasi strategi yang didapatkan dengan mengkombinasikan seluruh indikator yang ada pada faktor internal dan eksternal seperti yang ditampilkan pada Tabel 4 dibawah:

**Tabel 4**  
**Matrik SWOT**

	<i>OPPORTUNITY</i>	<i>THREAT</i>
<i>S</i>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi ST</b>
<i>T</i>	<b>SO1</b> Memanfaatkan lokasi yang strategis yang terletak di pusat kota dengan cara mengadakan event setiap tiga bulan sekali seperti pameran dan lomba setingkat pelajar baik itu seputar budaya adat, nilai-nilai sejarah dengan tujuan meningkatkan kecintaan	<b>ST1</b> Mengadakan kegiatan kesenian adat minangkabau setiap seminggu sekali agar ketertarikan pengunjung semakin tinggi. kegiatan tersebut dapat berupa lomba tari, lomba puisi, lomba nyanyi tingkat pelajar (SD,SMP,SMA) sehingga pengunjung tidak akan cepat
<i>R</i>		
<i>E</i>		
<i>N</i>		
<i>G</i>		
<i>T</i>		
<i>H</i>		

	terhadap nilai budaya dan nilai sejarah sehingga nantinya akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. (S2 , S3 , S4 , S7 , O1)		bosan serta mengadakan beberapa event setiap seminggu sekali. (S4 , S7 , T5 , T6)
		<b>ST2</b>	Menambah spot-spot yang lebih unik dan lebih menarik seperti menyediakan spot foto yang bertema binatang, kebun, monumen serta abstrak yang di sebar di seluruh area TMSBK serta menyediakan tempat istirahat yang nyaman sambil menikmati keindahan alam di lokasi objek wisata sehingga pengunjung tidak cepat bosan. (S3 , S5 , T5 , T6)
<b>Strategi WO</b>		<b>Strategi WT</b>	
<b>W E A K N E S S E S</b>	<b>WO1</b> Memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada seperti perkembangan media sosial Facebook serta Instagram untuk mempromosikan bahwa akan ada kegiatan yang akan di lakukan oleh pihak TMSBK sehingga banyak minat pengunjung untuk membuka situs tersebut dan otomatis jumlah follower kebun binatang akan meningkat.(W1 , O2)	<b>WT1</b>	Memperbanyak tempat sampah dengan membuat slogan yang menarik serta slogan himbauan tentang kebersihan agar kesadaran pengunjung lebih tinggi akan kebersihan lingkungan.(W9 , T3)
	<b>WO2</b> Melakukan penurunan harga tiket masuk serta tidak menambahkan biaya tambahan lagi pada saat berada di lingkungan TMSBK sehingga akan menambah minat pengunjung untuk berkunjung ke bukittinggi khususnya pada wisata TMSBK ini.(W2 , W3 , O1)	<b>WT2</b>	Memperbanyak jumlah tenaga SDM yang di sertai dengan kualitas pelayanan yang baik serta membuat program dimana pengunjung bisa ber interaksi dengan binatang seperti program memberi makan hewan, cara memandikan hewan, berfoto dengan hewan serta cara memberlakukan hewan dengan baik sehingga pengunjung akan cenderung meningkat dan tidak bosan.(W5, W7, W12 , T5 , T6)
		<b>WT3</b>	Memberikan souvenir secara gratis/Cuma-Cuma kepada setiap pengunjung yang masuk. Souvenir yang diberikan berupa gantungan kunci binatang yang beraneka ragam.sehingga

membuat setiap anak-anak ingin melengkapi koleksi binatangnya yang disediakan yang hanya bisa di dapatkan di pintu masuk kebun binatang tanpa di jual di manapun. Jadi kalau anak-anak ingin dapat banyak koleksi binatang maka harus sering-sering ke TMSBK. Yang mana membuat souvenir ini harus melakukan kerja sama dengan pihak swasta. (W14 , O1)

**Matriks Qualitative Strategic Planning (QSP)**

Matriks QSP merupakan nilai rating seluruh strategi yang terdapat pada Matriks SWOT, nantinya 3 strategi dengan skor tertinggi akan menjadi strategi prioritas untuk kegiatan pengembangan TMSBK, sebagaimana disajikan pada tabel 5 dibawah:

**Tabel 5**  
**Pemeringkatan matrik QSP**

Variabel	Total Skor	Pering Kat
S01 Memanfaatkan lokasi yang strategis yang terletak di pusat kota dengan cara mengadakan event setiap tiga bulan sekali seperti pameran dan lomba setingkat pelajar baik itu seputar budaya adat , nilai-nilai sejarah dengan tujuan meningkatkan kecintaan terhadap nilai budaya dan nilai sejarah sehingga nantinya akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung (S2,S3,S4,S7,O1)	2.268	2
ST1 Mengadakan kegiatan kesenian adat minangkabau setiap seminggu sekali agar ketertarikan pengunjung semakin tinggi. kegiatan tersebut dapat berupa lomba tari, lomba puisi, lomba nyanyi tingkat pelajar (SD,SMP,SMA) sehingga pengunjung tidak akan cepat bosan serta mengadakan beberapa event setiap seminggu sekali. (S4,S7,T5,T6)	2.229	3
ST2 Menambah spot-spot yang lebih unik dan lebih manarik seperti menyediakan spot foto yang bertema binatang, kebun, monumen serta abstrak yang di sebar di seluruh area TMSBK serta menyediakan tempat istirahat yang nyaman sambil menikmati keindahan alam di lokasi objek wisata sehingga pengunjung tidak cepat bosan (S3,S5,T5, T6)	2.333	1
WO1 Memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada seperti perkembangan media sosial Facebook serta Instagram untuk mempromosikan bahwa akan ada kegiatan yang akan di lakukan oleh pihak TMSBK sehingga banyak minat pengunjung untuk membuka situs tersebut dan otomatis jumlah follower kebun binatang akan meningkat.(W1,O2)	1.847	5
WO2 Melakukan penurunan harga tiket masuk serta tidak menambahkan biaya tambahan lagi pada saat berada di lingkungan TMSBK sehingga akan menambah minat		



	pengunjung untuk berkunjung ke bukittinggi khususnya pada wisata TMSBK ini.(W2,W3,O1)	1.796	6
WT1	Memperbanyak tempat sampah dengan membuat slogan yang menarik serta slogan himbauan tentang kebersihan agar kesadaran pengunjung lebih tinggi akan kebersihan lingkungan.(W9,T3)	1.674	7
WT2	Memperbanyak jumlah tenaga SDM yang di sertai dengan kualitas pelayanan yang baik serta membuat program dimana pengunjung bisa ber interaksi dengan binatang seperti program memberi makan hewan, cara memandikan hewan, berfoto dengan hewan serta cara memberlakukan hewan dengan baik sehingga pengunjung akan cenderung meningkat dan tidak bosan.(W5,W12,T5,T6)	2.094	4
WT3	Memberikan souvenir secara gratis / Cuma-Cuma kepada setiap pengunjung yang masuk. Souvenir yang diberikan berupa gantungan kunci binatang yang beraneka ragam. Sehingga membuat setiap anak-anak ingin melengkapi koleksi binatangnya yang disediakan yang hanya bisa di dapatkan di pintu masuk kebun binatang tanpa di jual di manapun. Jadi kalau anak-anak ingin dapat banyak koleksi binatang maka harus sering-sering ke TMSBK.Yang mana membuat souvenir ini harus melakukan kerja sama dengan pihak swasta (W14 , T2)	1.355	8

Untuk tabel formulasi Matriks QSP dapat dilihat pada lampiran 1

## SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan oleh penulis pada Taman Margasatwa daan Budaya Kinantan Bukittinggi dapat di ambil kesimpulan yaitu:

1. Sebagai satu-satunya Taman Margasatwa dan budaya di Sumbar khususnya di Bukittinggi, kebun binatang telah banyak mendatangkan banyak pengunjung karena sampai saat ini tidak ada kebun binatang selain TMSBK hal ini menyebabkan apabila mereka berkunjung ke bukittinggi makan mereka akan berkunjung ke kebun binatang.
2. Kota Bukittinggi sebagai kota wisata berpotensi besar untuk di kunjungi salah satu wisata yang akan dikunjungi yaitu Taman margastwa dan budaya kinantan ini. Dengan memanfaatkan bukittinggi sebagai kota wisata maka pengunjung akan lebih banyak masuk ke taman margasatwa ini.
3. Memanfaatkan lokasi yang strategis yang terletak di pusat kota dengan cara mengadakan event setiap tiga bulan sekali seperti pameran dan lomba setingkat pelajar baik itu seputar budaya adat , nilai-nilai sejarah dengan tujuan meningkatkan kecintaan terhadap nilai budaya dan nilai sejarah sehingga nantinya akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung
4. Strategi prioritas yang sebaiknya dilakukan oleh pihak Taman margasatwa yaitu membuat dan menambah spot-spot yang lebih unik dan lebih manarik seperti meyediakan spot foto yang bertema binatang, kebun, monumen serta abstrak yang di sebar di seluruh area TMSBK serta menyediakan tempat istirahat yang nyaman sambil menikmati keindahan alam di lokasi objek wisata sehingga pengunjung tidak cepat bosan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka penulis menyarankan agar Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan Bukitinggi :

1. Sebaiknya pihak Taman Margasatwa dan Budaya kinantan menyediakan cendera mata khusus yang di buat sendiri seperti membuat cendera mata berupa souvenir berbentuk binatang, kebun maupun monumen sehingga pengunjung yang datang merasa senang karena cendera mata tersebut dikeluarkan langsung oleh pihak kebun binatang tanpa diperjualbelikan.
2. Sebaiknya pihak Taman Margasatwa dan Budaya kinantan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada saat ini seperti perkembangan teknologi media sosial berupa *facebook* maupun *instagram* untuk mempromosikan kebun binatang sehingga pengunjung yang akan berkunjung mengetahui semua informasi yang ada tentang kebun binatang tersebut.
3. Sebaiknya pihak Taman Margasatwa dan Budaya kinantan Memperbanyak tempat sampah dengan membuat slogan yang menarik serta slogan himbauan tentang kebersihan agar kesadaran pengunjung lebih tinggi akan kebersihan lingkungan.
4. Sebaiknya pihak Taman Margasatwa dan Budaya kinantan Memberikan souvenir secara gratis / Cuma-Cuma kepada setiap pengunjung yang masuk. Souvenir yang diberikan berupa gantungan kunci binatang yang beraneka ragam. Sehingga membuat setiap anak-anak ingin melengkapi koleksi binatangnya yang disediakan yang hanya bisa di dapatkan di pintu masuk kebun binatang tanpa di jual di manapun. Jadi kalau anak-anak ingin dapat banyak koleksi binatang maka harus sering-sering ke TMSBK. Yang mana membuat souvenir ini harus melakukan kerja sama dengan pihak swasta.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Hellyyani, SE, MM selaku Ketua STIE Haji Agus Salim dan Ibu Dr. Anne Putri, SE, M.Sc selaku Ketua P3M STIE Haji Agus Salim karena telah memberikan dorongan sebesar-besarnya hingga tulisan ini berhasil diselesaikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, F. (2010). Pengelolaan Pariwisata kebun Binatang Medan (KBM) Ditinjau dari Para Wisatawan Pengunjung. *Inovasi, Jurnal Politik dan Kebijakan*. Volume 7. Nomor 3. September 2010.
- Amanah, D. (2015). *SWOT Analysis of The Wildlife Park of Medan, Indonesia*. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. Volume 3. Issue 10. October 2015
- Amanah, D. (2016). Product Development Strategy of The Wildlife Park of Medan, Indonesia. *The International Journal of Business & Management*. Volume 4. Issue 7. July 2016
- David, F, & David, F. (2015). *Strategic Management. Concept and Case*. 15th Edition. Pearson Education Limited
- Ohmae, K. (2000). *The Invisible Continent: Four Strategic Imperatives of The New Economy*. Harper Business
- Ryan, C & Saward, J. (2010). *The Zoo as Ecotourism Attraction - Visitor Reactions, Perceptions and Management Implications*. The Case of Hamilton Zoo, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*. Volume 4. Issue 3. March 2010.
- Salusu, J. (2015). *Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non-Profit*. Jakarta. Grasindo
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Siagian, S,P. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Stratejik*. Jakarta: Rajawali Pers

Ward, S.J, Sherwen, S, & Clark, F.E. (2018). *Advances in Applied Zoo Animal Welfare Science*. Journal of Applied Animal Welfare Science. Volume 21. Issue 1. October 2018

Whitworth, A.W. (2012). *An Investigation Into the Determining Factors of Zoo Visitor Attendances in UK Zoos*. Journal PLOS ONE. Volume 7. issue 1. January 2012

Lampiran 1. Tabel Formulasi Matriks Qualitative Strategic Planning

Variabel	Bobot	SO		ST				WO				WT					
				ST1		ST2		WO1		WO2		WT1		WT2		WT3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
S1	0.021	3	0.063	3	0.063	3	0.063	3	0.063	3	0.063	3	0.063	2	0.042	3	0.063
S2	0.02	4	0.08	2	0.04	3	0.06	2	0.04	2	0.04	1	0.02	1	0.02	1	0.02
S3	0.022	4	0.088	3	0.066	4	0.088	3	0.066	3	0.066	1	0.022	2	0.044	2	0.044
S4	0.021	4	0.084	4	0.084	3	0.063	2	0.042	2	0.042	1	0.021	2	0.042	1	0.021
S5	0.024	3	0.072	3	0.072	4	0.096	2	0.048	2	0.048	2	0.048	4	0.096	1	0.024
S6	0.021	3	0.063	2	0.042	2	0.042	1	0.021	1	0.021	1	0.021	2	0.042	1	0.021
S7	0.022	4	0.088	4	0.088	3	0.066	1	0.022	3	0.066	1	0.022	3	0.066	2	0.044
S8	0.02	1	0.02	2	0.04	2	0.04	1	0.02	1	0.02	1	0.02	1	0.02	1	0.02
S9	0.018	1	0.018	1	0.018	2	0.036	1	0.018	1	0.018	4	0.072	1	0.018	1	0.018
S10	0.019	1	0.019	1	0.019	2	0.038	1	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019
W1	0.023	2	0.046	2	0.046	2	0.046	4	0.092	1	0.023	1	0.023	2	0.046	1	0.023
W2	0.019	2	0.038	2	0.038	2	0.038	1	0.019	4	0.076	1	0.019	1	0.019	1	0.019
W3	0.015	1	0.015	1	0.015	1	0.015	1	0.015	4	0.06	1	0.015	1	0.015	1	0.015
W4	0.024	1	0.024	1	0.024	1	0.024	1	0.024	1	0.024	1	0.024	1	0.024	1	0.024
W5	0.022	2	0.044	2	0.044	2	0.044	2	0.044	2	0.044	1	0.022	4	0.088	1	0.022
W6	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	3	0.066	2	0.044	1	0.022
W7	0.022	2	0.044	1	0.022	3	0.066	1	0.022	2	0.044	2	0.044	4	0.088	1	0.022
W8	0.021	2	0.042	2	0.042	2	0.042	1	0.021	2	0.042	1	0.021	1	0.021	1	0.021
W9	0.023	1	0.023	1	0.023	1	0.023	1	0.023	1	0.023	4	0.092	1	0.023	1	0.023
W10	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	4	0.088	2	0.044	1	0.022	1	0.022
W11	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	1	0.022	2	0.044	1	0.022	1	0.022
W12	0.02	3	0.06	3	0.06	3	0.06	1	0.02	2	0.04	2	0.04	4	0.08	1	0.02
W13	0.019	2	0.038	2	0.038	2	0.038	2	0.038	2	0.038	2	0.038	2	0.038	1	0.019
W14	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019	1	0.019	4	0.076
O1	0.077	4	0.308	3	0.231	3	0.231	3	0.231	2	0.154	2	0.154	3	0.231	1	0.077
O2	0.062	3	0.186	3	0.186	3	0.186	4	0.248	2	0.124	1	0.062	2	0.124	1	0.062
T1	0.062	2	0.124	2	0.124	2	0.124	1	0.062	1	0.062	1	0.062	1	0.062	1	0.062
T2	0.052	2	0.104	2	0.104	2	0.104	1	0.052	1	0.052	1	0.052	2	0.104	4	0.208
T3	0.064	1	0.064	1	0.064	1	0.064	1	0.064	1	0.064	4	0.256	1	0.064	1	0.064
T4	0.059	1	0.059	1	0.059	1	0.059	1	0.059	1	0.059	1	0.059	1	0.059	1	0.059
T5	0.067	3	0.201	4	0.268	4	0.268	3	0.201	3	0.201	2	0.134	4	0.268	1	0.067
T6	0.056	3	0.168	4	0.224	4	0.224	3	0.168	2	0.112	1	0.056	4	0.224	2	0.112
Jumlah	1		2.268		2.229		2.333		1.847		1.796		1.674		2.094		1.355
Peringkat		2		3		1		5		6		7		4		8	