

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DI OBJEK WISATA  
ALAM AIR PANAS SEMURUP KABUPATEN KERINCI  
PROVINSI JAMBI**

**Jurnal**



**FADHILLAH REZKIA**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWSATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2017  
Wisuda Periode September 2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DI OBJEK WISATA  
ALAM AIR PANAS SEMURUP KABUPATEN KERINCI  
PROVINSI JAMBI

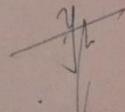
Fadhillah Rezkia

Jurnal ini Disusun berdasarkan Skripsi Fadhillah Rezkia Untuk Persyaratan  
Wisuda Periode September 2017 Dan Telah Diperiksa/Disetujui Oleh Kedua  
Pembimbing

Padang, Mei 2017

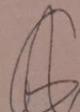
Disetujui oleh,

Pembimbing I,



Dr. Yuliana, SP., M.Si.  
NIP. 19700727 199703 2003

Pembimbing II,



Pasaribu S.ST. Par, M.Si. Par.  
NIP. 19870520 201504 1001

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA DI OBJEK WISATA  
ALAM AIR PANAS SEMURUP KABUPATEN KERINCI  
PROVINSI JAMBI**

**Fadhillah Rezkia<sup>1</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Pasaribu<sup>2</sup>**  
**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan**  
**Jurusan Pariwisata**  
**FPP Universitas Negeri Padang**  
**Email: [rezkiafadhillah@gmail.com](mailto:rezkiafadhillah@gmail.com)**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menentukan strategi pengembangan produk wisata yang mempunyai indikator berupa jasa hiburan dan rekreasi, jasa akomodasi, dan jasa *souvenir* yang dilihat dari faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Strategi pengembangan produk wisata yang dapat dilakukan adalah berupa: 1) Mengoptimalkan fungsi lahan dengan merenovasi jasa hiburan dan rekreasi yaitu dengan konsep sauna dan membuat sanggar seni 2) Mengembangkan jasa akomodasi dengan mengajak masyarakat sekitar untuk menyediakan tempat penginapan untuk wisatawan serta membuka usaha jasa makan minum 3) Dinas Pariwisata melakukan koordinasi dan kerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM dalam hal pemberian modal dan pembinaan masyarakat agar produk *souvenir* dapat berkembang.

**Kata Kunci: strategi, pengembangan, produk wisata**

---

<sup>1</sup> Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda September 2017

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP

**TOURISM PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY AT NATURAL  
HOT WATER OBJECT SEMURUP KERINCI REGENCY  
JAMBI PROVINCE**

***Abstract***

*This research aims to determine the strategy of the promotion of tourist destinations that have indicators in the form of bulk sales, sales promotions and direct marketing are seen from the internal factors of the strengths and weaknesses as well as the external factors in the form of opportunities and threats. This research is descriptive research with qualitative data. Engineering data collection done by the method of interview, observation, and documentation involving the informant by using purposive sampling technique. The strategy of the promotion of tourist destinations that can be done is in the form of: 1) cooperation with several companies such as civilian airlines to promote tourist destinations in the inflight magazine. 2) cooperating with the Office of tourism in other provinces to barter in conducting promotional activities tourist destinations. 3) maximize the use of the media promotion in open areas such as billboards or billboards. 4) follow more tourism promotion activities at the national and international levels.*

***Keywords: development, strategy, tourism product***

## A. Pendahuluan

Dunia pariwisata merupakan suatu hal yang memiliki pengaruh penting dalam perkembangan dan pembangunan suatu negara. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pembangunan serta pengembangan dalam sektor pariwisata di berbagai wilayah di Indonesia. Oleh karena itu pengembangan di sektor pariwisata gencar dilakukan di berbagai wilayah Indonesia saat ini. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan disebutkan bahwa "Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah". Keberadaan produk wisata sangatlah penting untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan dalam upaya pengembangan pariwisata.

Menurut Suwanto (2004: 48), "Produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula". Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang melakukan kegiatan wisata diperlukan serangkaian upaya yang saling terkait dan terpadu oleh dunia usaha, masyarakat dan pemerintah. Sedangkan menurut Muljadi (2009: 46),

"Produk wisata adalah suatu bentukan yang nyata dan tidak nyata, dalam suatu rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi yang melakukan perjalanan tersebut, produk wisata memiliki delapan macam unsur pokok yaitu, jasa transportasi wisata, jasa penyediaan akomodasi, jasa makanan dan minuman, jasa hiburan dan rekreasi, jasa *travel agent*, jasa *souvenir*, daya tarik wisata, dan jasa perusahaan pendukung".

Saat ini pengembangan pariwisata secara maksimal kebanyakan berfokus di daerah Jawa, Bali dan daerah timur Indonesia karena dianggap memiliki potensi alam dan nilai pasar yang tinggi. Provinsi Jambi yang merupakan bagian dari Pulau Sumatera adalah wilayah yang kurang terdengar dalam sektor pariwisata melainkan diketahui sebagai wilayah yang kaya akan hutan lebat, tambang, dan kelapa sawit. Namun, luput dari hal itu kenyataannya Jambi memiliki potensi wisata yang beragam dan indah.

Kabupaten Kerinci khususnya sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang strategis dan potensial untuk dikelola, dikembangkan dan dipasarkan. Salah satu objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Objek Wisata Alam Air Panas Semurup. Namun potensi yang dimiliki Objek Wisata Alam Air Panas Semurup belum dikelola secara optimal sehingga keberadaan aset wisata belum mendapat respon positif wisatawan dalam bentuk kunjungan wisatanya.

Setelah peneliti melakukan pra penelitian pada tanggal 18 Mei 2016, ada beberapa permasalahan yang ditemui dalam pengembangan produk wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup. Pertama tidak adanya atraksi dan permainan yang ditawarkan di kolam renang yang ada di dalam kawasan objek wisata dan kondisi air kolam renang yang kotor, sehingga tidak adanya wisatawan yang berminat untuk berenang disana.

Permasalahan yang kedua dari jasa hiburan dan rekreasi adalah belum adanya hiburan pertunjukan seni seperti tarian tradisional dan pertunjukan *teater* yang dapat ditampilkan di panggung terbuka yang tersedia di Objek

Wisata Alam Air Panas Semurup. Disamping itu permasalahan yang ketiga adalah pemandian air panas yang tidak terawat dan tidak dikelola dengan baik sehingga sedikit sekali wisatawan yang berkunjung melakukan kegiatan berendam di pemandian air panas tersebut.

Masalah keempat adalah jasa akomodasi, tempat penginapan yang terdapat di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup belum pernah difungsikan, dan tidak dirawat dengan baik. Terbukti dengan kondisi bangunan tempat penginapan yang sudah lapuk dan rusak. Sehingga banyak wisatawan yang kesulitan untuk menemukan akomodasi ketika berkunjung ke Objek Wisata Alam Air Panas Semurup. Serta masalah yang kelima minimnya *souvenir* yang dijual di dalam kawasan objek wisata, kebanyakan dari pedagang hanya menjual tas anyaman sebagai *souvenir* dan jagung goreng sebagai makanan khas, sehingga pengunjung tidak menemukan variasi *souvenir* khas Kerinci yang bisa dijadikan kenang-kenangan.

Berdasarkan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) pengembangan produk wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup, serta menentukan strategi pengembangan produk wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi.

## B. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Penelitian ini dilakukan di dua lokasi penelitian, yaitu di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Kerinci dan kawasan Objek Wisata Alam Air Panas Semurup. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sumber data/ informan dalam penelitian ini adalah pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Kerinci sebanyak 2 orang, UPTD objek wisata sebanyak 1 orang, masyarakat sebanyak 3 orang, wisatawan sebanyak 2 orang melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan *Purposive Sampling* dan *Snowball Sampling*. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan alat bantuan pedoman wawancara, panduan observasi dan pengambilan dokumentasi. Teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Alat analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi *strength*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*. Alat yang dipakai untuk menyusun strategi adalah matrik SWOT.

**Table 1. Matriks SWOT**

IFAS EFAS	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
<b>Peluang</b> ( <i>Opportunity</i> )	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Ancaman</b> ( <i>Threats</i> )	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

#### a. Jasa Hiburan dan Rekreasi

##### 1) Aktivitas

Berdasarkan wawancara mengenai aktivitas jasa hiburan dan rekreasi menyatakan bahwa aktivitas jasa hiburan dan rekreasi Objek Wisata Air Panas Semurup untuk saat ini masih minim. Aktivitas jasa hiburan dan rekreasi perlu untuk dikembangkan di Objek Wisata Air Panas Semurup karena memiliki daya dukung untuk mengembangkannya yaitu fasilitas hiburan dan rekreasi sudah ada dan keunikan pemandian air panasnya yang bisa menyembuhkan penyakit kulit, penyakit rematik, dan penyakit stroke.

**Tabel 2. Penentuan Bobot SWOT Aktivitas Jasa Hiburan Dan Rekreasi Objek Wisata Air Panas Semurup**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Kekuatan</b>			
a. Panorama alam yang indah, berhawa sejuk, dan masih asri.	0.15	2	0.30
b. Fasilitas hiburan dan rekreasi sudah ada	0.20	3	0.75
c. Objek wisata yang unik dan menarik	0.25	4	1.00
d. Beragamnya tarian-tarian dan cerita legenda daerah objek wisata yang bisa dipertunjukkan	0.10	2	0.20
<b>Kelemahan</b>			
a. Kurangnya kegiatan aktif (berinteraksi dengan objek) di Objek Wisata Alam Air Panas	0.10	1	0.10
b. Anggaran pendapatan belanja daerah masih terbatas untuk pengembangan produk wisata.	0.10	1	0.10
c. Terbatas dan rendahnya kualitas SDM	0.10	1	0.10
<b>Total</b>	1.00		2.55
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot score</b>
<b>Peluang</b>			

a. Adanya investor dari luar.	0.25	4	1.00
b. Melestarikan budaya dengan menampilkan berbagai tarian atau pertunjukan tradisional.	0.15	2	0.30
c. Sektor pariwisata yang semakin berkembang dan diminati	0.20	3	0.60
d. Adanya rencana pemerintah daerah dalam mengembangkan objek wisata ini	0.25	4	1.00
<b>Ancaman</b>			
a. Terjadinya insiden bunuh diri di sumber air panas semurup	0.05	1	0.05
b. Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	0.05	1	0.05
c. Lunturnya budaya masyarakat karena banyaknya budaya asing yang masuk ke daerah wisata.	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	1.00		3.05

## 2) Variasi

Berdasarkan wawancara mengenai variasi jasa hiburan dan rekreasi bahwa variasi jasa hiburan dan rekreasi saat ini sudah cukup bagus, namun belum dioptimalkan dan difungsikan, seperti kolam renang dan pentas seni. Variasi jasa hiburan dan rekreasi seperti pemandian air panas perlu untuk dikembangkan karena memiliki daya dukung untuk mengembangkannya yaitu lahan yang luas, lingkungan yang nyaman, jarak tempuh wisata yang mudah dijangkau.

**Tabel 3. Penentuan Bobot SWOT Variasi Jasa Hiburan dan Rekreasi Objek Wisata Air Panas Semurup**

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot Score
<b>Kekuatan</b>			
a. Panorama alam yang indah, dan sejuk.	0.10	2	0.20
b. Rencana pengembangan produk wisata oleh pemerintah daerah	0.15	3	0.45
c. Lahan yang luas yang belum dimanfaatkan	0.20	4	0.80
d. Sumber air panas yang dekat dan melimpah.	0.10	2	0.20
<b>Kelemahan</b>			
a. APBD masih terbatas	0.05	1	0.05

b. Terbatasnya diversifikasi produk dan pengemasan daya tarik wisata.	0.05	1	0.05
c. Terbatasnya tenaga profesional objek wisata	0.05	1	0.05
d. Terbatasnya pegawai kebersihan objek wisata	0.15	3	0.15
e. Kurangnya perencanaan tata ruang oleh pemerintah dan pengelola objek wisata	0.15	3	0.15
<b>Total</b>	1.00		2.10
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Peluang</b>			
a. Adanya kerjasama instansi pemerintah pusat dan pemerintah daerah	0.20	3	0.60
b. Kerjasama dengan pihak ke-3	0.20	3	0.60
c. Potensi yang belum dioptimalkan	0.20	3	0.60
<b>Ancaman</b>			
a. Kurangnya kesadaran pengunjung untuk ikut menjaga dan memelihara objek wisata	0.20	2	0.40
b. Sulitnya perijinan dalam mengadakan kegiatan atraksi wisata	0.10	1	0.10
c. Berkembangnya objek wisata lain yang meningkatkan persaingan	0.10	1	0.10
<b>Total</b>	1.00		2.40

## **b. Jasa Akomodasi**

### **1) Lokasi**

Berdasarkan wawancara mengenai lokasi jasa akomodasi mengatakan bahwa jasa akomodasi perlu untuk dikembangkan di Objek Wisata Air Panas Semurup karena memiliki daya dukung untuk mengembangkannya yaitu lokasi objek wisata yang berada dekat dengan rumah masyarakat sehingga bisa dijadikan tempat penginapan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

**Tabel 4. Penentuan Bobot SWOT Lokasi Jasa Akomodasi Objek Wisata Air Panas Semurup**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Kekuatan</b>			
a. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau	0.15	3	0.45

b. Lahan yang luas yang belum dimanfaatkan	0.20	4	0.80
c. Pemandangan yang masih alami dan indah.	0.10	2	0.20
<b>Kelemahan</b>			
a. APBD masih terbatas	0.05	1	0.05
b. Belum adanya investor yang menanamkan modalnya	0.10	2	0.20
c. Belum adanya organisasi dan administrasi pengelolaan jasa akomodasi yang jelas.	0.10	2	0.20
d. Tata ruang objek wisata yang masih buruk	0.10	2	0.20
e. Tidak adanya promosi yang dilakukan	0.05	1	0.05
f. Tidak adanya petugas security	0.15	3	0.45
<b>Total</b>	1.00		2.60
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Peluang</b>			
a. Rumah penduduk bisa dijadikan tempat penginapan alternatif untuk para wisatawan	0.20	4	0.80
b. Tersedianya jasa makan minum untuk pelengkap kebutuhan wisatawan	0.20	4	0.80
c. Adanya investor dari luar.	0.20	4	0.80
d. Menaikkan pendapatan masyarakat sekitar objek wisata	0.20	4	0.80
e. Belum adanya tempat penginapan terdekat	0.05	1	0.05
<b>Ancaman</b>			
a. Sulitnya perijinan dalam membuat tempat penginapan	0.05	1	0.05
b. Ketidak sesuaian perilaku pengunjung dengan adat sekitar.	0.05	1	0.05
c. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk menjaga keamanan dan kebersihan	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	1.00		3.40

## 2) Harga

Berdasarkan wawancara tentang harga akomodasi bahwa harga dari jasa akomodasi Objek Wisata Alam Air Panas Semurup untuk saat ini masih belum bisa ditetapkan. Jasa akomodasi perlu untuk diperbaiki lagi baik itu fisik bangunannya maupun fasilitas di dalamnya sehingga bisa menentukan harga yang pas, terjangkau dan *reasonable* untuk wisatawan.

**Tabel 5. Penentuan Bobot SWOT Harga Jasa Akomodasi Objek Wisata Air Panas Semurup**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Kekuatan</b>			
a. Kebijakan pemerintah menetapkan harga yang terjangkau untuk wisatawan	0.20	3	0.60
b. Kebijakan pemerintah menetapkan harga yang <i>reasonable</i> untuk wisatawan.	0.15	2	0.30
<b>Kelemahan</b>			
a. Tempat penginapan sudah lama tidak difungsikan.	0.20	2	0.40
b. Belum adanya manajemen yang jelas untuk mengelola tempat penginapan	0.20	2	0.40
c. Kurangnya promosi yang dilakukan pihak pengelola	0.05	1	0.05
d. Fasilitas di dalam penginapan belum memenuhi standar sebuah penginapan	0.20	2	0.40
<b>Total</b>	1.00		2.15
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Peluang</b>			
a. Penduduk di sekitar objek wisata bisa menawarkan varian harga jasa akomodasi	0.15	2	0.30
b. Meningkatnya tingkat kunjungan ke objek wisata	0.20	3	0.60
c. Menaikkan pendapatan masyarakat	0.25	4	1.00
<b>Ancaman</b>			
a. Ketidak sesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan masyarakat	0.25	2	0.50
b. Adanya tempat penginapan di tempat lain yang menawarkan harga dan fasilitas yang lebih baik	0.15	1	0.15
<b>Total</b>	1.00		2.55

### c. Jasa Souvenir

#### 1) Cinderamata

Berdasarkan wawancara mengenai cinderamata bahwa cinderamata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup masih belum bervariasi. Padahal banyak sekali yang bisa dijadikan sebuah barang kreatif untuk dijadikan cinderamata, minimnya kuantitas dan variasi

cinderamata yang dijual disebabkan kurang baiknya kerjasama antara pemerintah dan dinas terkait beserta masyarakat untuk sama-sama mengembangkannya menjadi lebih baik.

**Tabel 6. Penentuan Bobot SWOT Cinderamata Jasa *Souvenir* Objek Wisata Air Panas Semurup**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Kekuatan</b>			
a. Banyak bahan dan barang-barang yang bisa dijadikan menjadi cinderamata khas	0.25	4	1.00
b. Lokasi toko cinderamata sangat strategis karena berada di dalam kawasan objek wisata.	0.20	3	0.60
<b>Kelemahan</b>			
a. Kuantitas dan kualitas cinderamata yang dijual di objek wisata masih terbatas.	0.10	1	0.10
b. Belum adanya kerjasama antara Dinas Pariwisata dengan Dinas Koperasi	0.25	3	0.75
c. Kemampuan SDM yang rendah dalam segi kreativitas dan berinovasi	0.10	1	0.10
d. Pemasaran cinderamata yang masih kurang	0.10	1	0.10
<b>Total</b>	1.00		2.65
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Peluang</b>			
a. Rencana pemerintah untuk mengadakan pembinaan kepada masyarakat	0.15	3	0.45
b. Kebijakan pemerintah daerah dibantu dengan pemerintah pusat untuk memberikan modal	0.15	3	0.45
c. Menaikkan pendapatan masyarakat sekitar	0.25	4	1.00
d. Eksistensi UMKM sangat membantu dalam penyerapan tenaga kerja	0.25	4	1.00
e. Mendatangkan kerajinan-kerajinan khas kerinci dari berbagai daerah	0.05	1	0.05
<b>Ancaman</b>			
a. Banyaknya pusat oleh-oleh lain di daerah lain	0.05	1	0.05
b. Pelaku UKM yang tidak mengurus izin usaha mikro kecil (IUMK)	0.05	1	0.05
c. Kurangnya kesadaran masyarakat	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	1.00		3.10

## 2) Makanan Ringan Khas

Berdasarkan wawancara mengenai makanan ringan khas bahwa makanan khas di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup masih belum bervariasi dan tidak adanya inovasi rasa. Hal ini karena kurangnya kerjasama antara pemerintah dan dinas terkait beserta masyarakat untuk sama-sama mengembangkannya menjadi lebih baik. Jasa *souvenir* kurang diminati juga disebabkan oleh kurangnya promosi dan pemasarannya serta kemasan produk yang kurang menarik.

**Tabel 7. Penentuan Bobot SWOT Makanan Ringan Khas Jasa *Souvenir* Objek Wisata Air Panas Semurup**

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Kekuatan</b>			
a. Makanan ringan khas kerinci menjadi produk unggulan di Provinsi Jambi	0.20	4	0.80
b. Makanan ringan khas diproses dan dikemas tanpa bahan kimia dan bahan pengawet	0.15	3	0.45
c. Rasa makanan ringan khas yang dijual memiliki rasa yang unik dan enak.	0.10	2	0.20
<b>Kelemahan</b>			
a. Tidak tahan lama karena tidak memakai pengawet	0.20	4	0.80
b. Varian rasa yang masih terbatas	0.15	3	0.45
c. Pemasaran produk yang kurang luas	0.05	1	0.05
d. Belum adanya kerjasama antara Dinas Pariwisata dengan Dinas Koperasi	0.10	2	0.20
e. Kemampuan SDM yang rendah	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	1.00		3.00
<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot Score</b>
<b>Peluang</b>			
a. Rencana pemerintah untuk mengadakan pembinaan kepada masyarakat sekitar	0.15	3	0.45
b. Kebijakan pemerintah daerah dibantu dengan pemerintah pusat untuk memberikan modal	0.15	3	0.45
c. Menaikkan pendapatan masyarakat sekitar	0.25	4	1.00
d. Eksistensi UMKM sangat membantu dalam	0.25	4	1.00

penyerapan tenaga kerja			
<b>Ancaman</b>			
a. Banyaknya pusat oleh-oleh di daerah lain	0.10	2	0.20
b. Pelaku UKM yang tidak mengurus izin usaha	0.05	1	0.05
c. Kurangnya kesadaran masyarakat	0.05	1	0.05
<b>Total</b>	1.00		3.20

## 2. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dilapangan, maka hal yang dapat dilakukan dalam kegiatan strategi pengembangan produk wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi.

**Tabel 8. Formulasi Strategi Pengembangan Produk Wisata Di Objek Wisata Air Panas Semurup Menggunakan Matriks SWOT**

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
EFAS	1. Lahan yang luas yang belum dimanfaatkan 2. Produk khas kerinci menjadi produk unggulan di Provinsi Jambi 3. Fasilitas penunjang sudah ada di objek wisata 4. Objek wisata yang unik dan menarik dengan pemandian air panasnya yang bisa menyembuhkan beberapa penyakit	1. Kurangnya kegiatan aktif di objek wisata 2. APBD masih terbatas 3. Kualitas dan kuantitas SDA, SDM, masih terbatas 4. Terbatasnya diversifikasi produk dan pengemasan daya tarik wisata. 5. Kurang optimalnya promosi dan pemasaran yang dilakukan pemerintah dan masyarakat
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Adanya investor dari luar 2. Rencana pemerintah daerah untuk mengembangkan objek wisata 3. Mengikutsertakan masyarakat dalam hal	1. Mengoptimalkan fungsi lahan untuk mengembangkan produk wisata di objek wisata 2. Merenovasi fasilitas yang sudah dengan memanfaatkan investor yang ada agar bisa menawarkan produk	1. Meningkatkan diversifikasi produk dan pengemasan daya tarik wisata 2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDA, SDM di objek wisata 3. Meningkatkan pemasaran dan

penyediaan akomodasi dan jasa makan minum 4. Meningkatkan ekonomi masyarakat 5. Penyerapan tenaga kerja sehingga jumlah pengangguran berkurang dan mengentas kemiskinan	wisata yang menarik untuk wisatawan 3. Dinas Pariwisata melakukan koordinasi dan kerjasama dengan Dinas Koperasi danUMKM dalam hal pemberian modal dan pembinaan masyarakat	memelihara mutu apa yang menarik yang ditawarkan oleh objek wisata
<b>TREATH (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
1. Insiden bunuh diri yang memperburuk citra objek wisata 2. Berkembangnya objek wisata lain 3. Ketidaksadaran masyarakat untuk ikut berperan dalam mengembangkan produk wisata 4. Ketidak sesuaian perilaku pengunjung dengan adat istiadat yang berlaku 5. Sulit mengurus perijinan dalam penyelenggaraan atraksi wisata maupun perijinan membuka sebuah usaha	1. Pemerintah lebih banyak lagi mempromosikan produk lokal daerah supaya produk yang ada mampu bersaing dengan produk lain 2. Memanfaatkan kerjasama dengan pihak ke-3, untuk mempermudah dalam hal perijinan, penyelenggaraan atraksi wisata serta agar kondisi keamanan yang kondusif tetap terpelihara sehingga tidak memperburuk citra objek wisata	1. Melakukan program kampanye dan pembentukan kelompok sadar wisata agar dapat bersama menjaga keamanan, ketertiban dan mengkondisikan kegiatan wisatawan selama berada di objek wisata. 2. Mengikuti setiap event pasar wisata, agar dapat membandingkan produk pariwisata yang dimiliki objek wisata lain sehingga dapat memberikan inspirasi untuk mengembangkan produk wisata.

Dari tabel formulasi di atas, dapat dilihat bahwa strategi (*Strengths, weakness, opportunities, threats*) yang dapat dilakukan untuk pengembangan produk wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup Kabupaten Kerinci adalah:

- a. Mengoptimalkan fungsi lahan untuk mengembangkan produk wisata seperti merenovasi jasa hiburan dan rekreasi yaitu kolam renang dengan konsep yang lebih matang. Penambahan dan merenovasi pemandian air

panas dengan menawarkan berbagai pilihan *aromatherapy* untuk memberikan kenyamanan untuk wisatawan ketika berendam. Menurut Bukart dan Medlik (1974: 133), “Fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat mensitimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata”. Teori tersebut menunjukkan bahwa aspek aktifitas dan fasilitas dalam pengembangan sebuah objek wisata sangat dibutuhkan sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam.

- b. Memaksimalkan fungsi panggung terbuka dengan membuat sanggar seni yang menampilkan tarian asyik khas daerah objek wisata sehingga dapat melestarikan budaya dan setiap harinya bisa menampilkan pertunjukan seni dari daerah objek wisata agar wisatawan memiliki kesan ataupun kenangan ketika mengunjungi objek wisata Air Panas Semurup. Menurut Yoeti (1985: 164) “Obyek wisata harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata”. Teori tersebut menunjukkan obyek wisata harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di objek tersebut.

## **D. Simpulan dan Saran**

### **1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kekuatan dalam pengembangan produk wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup adalah produk khas

kerinci menjadi produk unggulan di Provinsi Jambi, kelemahannya adalah APBD masih terbatas. Peluang dalam pengembangan produk wisata di objek wisata ini adalah adanya investor dari luar, ancamannya adalah berkembangnya objek wisata lain di daerah dekat objek wisata. Strategi Pengembangan Produk Wisata di Objek Wisata Alam Air Panas Semurup adalah mengoptimalkan fungsi lahan, penambahan dan merenovasi pemandian air panas, memaksimalkan fungsi panggung terbuka, mengembangkan jasa akomodasi dengan mengajak masyarakat sekitar untuk menyediakan tempat penginapan

## **2. Saran**

Disarankan agar penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait dan menjadi bahan pembelajaran khususnya mahasiswa Jurusan Pariwisata.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan Pembimbing I Dr. Yuliana, SP., M.Si, dan Pembimbing II Pasaribu, S.ST. Par, M.Si.Par

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Burkart, and Medlik. 1974. *Tourism: Past, Present, And Future Second Edition*, Heinemann. London.
- Muljadi, A.J. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisata.
- Yoeti, Oka A., 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset.