

JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI



*THE ROLE of CULTURAL VALUES in
MOTIVATING the COMPETENCIES of
HINDU BALINESE HUMAN RESOURCES
in TOURISM to GAIN MANAGER LEVEL
POSITIONS in RATED HOTELS in BALI*
Sulistiyawati

**PENGEMBANGAN PARIWISATA MEDIS
BERBASIS TANAMAN OBAT
di DESA WANAGIRI - BEDUGUL**
Made Handijaya Dewantara

**STUDI FENOMENOLOGI: HARMONISASI PARADOKS
WISATA RAKYAT SEBAGAI AKSELERATOR
PENGENTASAN KEMISKINAN di BALI**
Putu Devi Rosalina



JOURNEY

(Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management)

ISSN 2654-9999

PENGELOLA

PEMBINA

Prof. Dr. Ir. Sulistyawati, M.S., M.M., M.Mis., D.Th., Ph.D., D.Ag.

KETUA DEWAN EDITOR

Adiguna Tumpuan, S.ST.Par., M.Par.

ANGGOTA EDITOR

1. Made Handijaya Dewantara, S.ST.Par., M.Par., M.Pro.
2. I Gusti Ayu Ari Agustini, S.ST.Par., M.M.
3. Syul Rosli Sanam, S.Par., M.Par.
4. A. A. Ketut Sri Candrawati, S.S., M.A.

MITRA BESTARI

1. Prof. Dr. Drs. I Nengah Duija, M.Si, IHDN
2. Prof. Dr. I Nyoman Suarka, M.Hum, UNUD
3. Dr. Ir. Syamsul Alam Paturusi, MSP, UNUD
4. I Ketut Donder, M.Ag., Ph.D, IHDN
5. Dr. A. A. Nyoman Sri Wahyuni, S.E., M.Si.

SEKRETARIAT

1. Bawa Mulyono Hadi
2. Suweca Nata Udayana, S.Kom.
3. Adrileo Butar-Butar, A.Md.

ALAMAT

PIB Press, Politeknik Internasional Bali

Jalan Pantai Nyanyi, Tanah Lot, Desa Beraban, Kec. Kediri,
Kab. Tabanan. 82121. BALI - INDONESIA

Telepon : +62 361-880099, +62 8113995658, +62 81997899889

Email : pibpress@pib.ac.id || lppm@pib.ac.id

Website : <http://lppm.pib.ac.id>

JOURNEY

(JOURNAL of TOURISMPRENEURSHIP, CULINARY,
HOSPITALITY, CONVENTION and EVENT MANAGEMENT)

DAFTAR ISI

Kata Sambutan	ii
The Role Of Cultural Values In Motivating The Competencies Of Hindu Balinese Human Resources In Tourism To Gain Manager Level Positions In Rated Hotels In Bali Sulistyawati	1
Karakteristik Dan Persepsi Wisatawan Di Destinasi Wisata Tanah Lot (Studi Pemetaan Sosial - Budaya) Syul Rosli Sanam	13
Pengembangan Pariwisata Medis Berbasis Tanaman Obat Di Desa Wanagiri - Bedugul Made Handijaya Dewantara	31
Studi Fenomenologi: Harmonisasi Paradoks Wisata Rakyat Sebagai Akselerator Pengentasan Kemiskinan Di Bali Putu Devi Rosalina	55
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Tebing Bar Dan Café Kupang Yudha Eka Nugraha	73

KATA SAMBUTAN

Om Swastiastu,

Puji syukur kita panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa (*Ida Sang Hyang Widhi Wasa*) karena atas berkatnya dan melalui upaya yang sungguh-sungguh dari redaksi maka Jurnal Ilmiah JOURNEY Volume 1 Nomor 1 Desember 2018 dapat diterbitkan sesuai dengan rencana. Saya selaku Direktur Politeknik Internasional Bali (PIB) menyambut baik terbitnya jurnal ilmiah ini, sebagai pelaksanaan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian ilmiah.

Sebagai perguruan tinggi swasta sudah merupakan suatu keharusan memiliki jurnal ilmiah, untuk wadah mempublikasikan hasil-hasil penelitian dan atau pemikiran-pemikiran ilmiah daripada para civitas akademiknya, dalam rangka ikut menyebarkan ilmu pengetahuan tersebut kepada masyarakat luas. Kajian-kajian ilmiah ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa, dosen maupun pihak lain dalam rangka mengembangkan pemikirannya dalam memajukan dunia pendidikan dan kepariwisataan.

Melalui kesempatan ini saya sangat berharap kepada para Dosen di PIB dapat melaksanakan salah satu *dharma* (kewajibannya) dalam fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai dengan yang disyaratkan oleh UU No. 12 Tahun 2005 dan UU No. 14 Tahun 2005. Semua hasil penelitiannya akan dimuat ke dalam jurnal ilmiah ini secara berkesinambungan secara periodik, dan akan terus ditingkatkan sampai menjadi Jurnal Ilmiah yang terakreditasi oleh Dikti.

Sebagai kata penutup, saya sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dewan redaksi yang telah berkerja keras dalam upaya penerbitan jurnal ilmiah PIB yang pertama ini. Demikian juga kepada segenap civitas yang telah menyumbangkan karya ilmiahnya.

Om Shanti Shanti Shanti Om

Tanah Lot, 4 Desember 2018
Politeknik Internasional Bali
Direktur,

Prof.Dr.Ir. Anastasia Sulistyawati, M.S.,M.M.,M.Mis.,D.Th.,Ph.D.,D.Ag

THE ROLE OF CULTURAL VALUES IN MOTIVATING THE COMPETENCIES OF HINDU BALINESE HUMAN RESOURCES IN TOURISM TO GAIN MANAGER LEVEL POSITIONS IN RATED HOTELS IN BALI

Sulistiyawati

Email: prof.sulistiyawati@yahoo.com
POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

In response to the new era of the ASEAN Economic Community (AEC) since year 2015 – Bali, as the primary gateway of Indonesian tourism, must improve the quality of Hindu Balinese human resources in tourism (HB HRT). Winata (2014: 6) explained that adat istiadat (customs and traditions) is one of the cause for their low commitment in their job, as HB HRT often take leave due to adat obligations. Therefore, one of the impact, as in the case of a hotel in Kuta, is that hotels often avoid recruiting HB HRT. Hence, issue to be discussed in this study is to understand the role of Balinese Cultural Values as a potential and as an obstacle in HBHRT's competency to achieve managerial positions in star-rated hotels in Bali. The research will use a concurrent triangulation method on data collected through interviews and questionnaires. While sampling will be done with Purposive Sampling method on star-rated hotels located in Sanur, Kuta and Nusa Dua. Finally, the data analysis will be carried out by referring to Motivation Theory (McClelland, 1976), Competency Theory (Spencer and Spencer, 1993), Value Orientations Theory (Kluckhohn and Strodtbeck, 1961), through a descriptive interpretative qualitative approach as well as a quantitative approach based on Principal Component Analysis (PCA) statistics.

The research results will show that based on the data, HB HRT have good set of competencies, and these good competencies are inseparable from their background of Balinese Cultural Values (BCV), mainly derived from Hindu culture and religion. As part of upholding their culture, a HB HRT is a person with pawongan concept of harmonious relationship between human beings indicated by 79.1% people with tresna (love), the parhyangan concept of harmonious relationship between human beings and God indicated by 75% people engaging in dharma yatra pilgrimages and study, and the palemahan concept of harmonious relationship between human beings and nature indicated by 69.8% people valuing Bali shanti (a peaceful Bali). On the other hand, the obstacles in occupying manager positions in star-rated hotels in Bali are mostly due to internal factors – namely, their own personal motives which are often based on erroneous understandings of BCV. Therefore, in order to increase the Spiritual Quotient (SQ) of HB HRT in achieving managerial

positions, the strategy will be through career development with motivation programs while redefining their Balinese Cultural Values to give positive impact to their living standard, to the company, to the environment, and to God.

Keywords: *Hindu Human Resources, Motivation, Manager Position, Rated Hotels, Bali*

Abstrak

Menghadapi pasar Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang sudah terealisasi sejak 2015, Bali sebagai gerbang utama pariwisata Indonesia harus meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia Pariwisata Hindu di Bali (SDM PHB). Winata (2014: 6) melihat bahwa adat istiadat menyebabkan SDM PHB memiliki komitmen rendah karena sering libur untuk urusan adat. Dampaknya, ada kasus hotel di Kuta yang tidak mau merekrut SDM PHB. Permasalahan yang diteliti adalah bagaimanakah peranan nilai budaya Bali sebagai potensi dan kendala kompetensi SDM PHB dalam mencapai posisi manajer pada hotel berbintang di Bali?. Penelitian ini memakai metode *Triangulasi Konkuren*, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Penentuan sampel secara *purposive sampling*. Lokasi penelitian di Sanur, Kuta, dan Nusa Dua. Data dianalisis dengan teori Motivasi McClelland (1976), teori Kompetensi Spencer dan Spencer (1993) yang dibahas secara deskriptif interpretatif ditunjang dengan perhitungan PCA (*Principal Component Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan SDM PHB memiliki kompetensi yang baik. Kompetensi baik yang dimiliki SDM PHB tidak terlepas dari dukungan latar belakang nilai budaya *Balinese Cultural Values* (BCV) yang dimiliki SDM PHB yang bersumber dari konsep-konsep budaya dan agama Hindu. Dilihat dari variabel budaya, SDM PHB memegang teguh konsep *pawongan* dengan indikator terkuat *tresna* (79,1%), disusul dengan konsep *parahyangan* dengan indikator terkuat *Dharma yatra* (75%) dan terakhir konsep *palemahan* dengan indikator terkuat *Bali shanti* (69,8%). Kendala yang dihadapi SDM PHB untuk menduduki posisi manajer pada Hotel Berbintang di Bali, berasal dari faktor internal yaitu motif dalam diri sebagai akibat dari adanya kesalahan dalam pemahaman dan pemaknaan BCV. Strategi untuk meningkatkan positivisme *Spiritual Quotient* tentang arti penting jabatan manajer bagi SDM PHB seperti itu adalah dengan memberi program motivasi pengembangan karier melalui pelurusan makna *Balinese Cultural Values* yang dimilikinya menjadi bermakna positif bagi peningkatan taraf hidup dirinya, bagi kemajuan perusahaan dan lingkungan serta bagi Tuhan.

Kata Kunci: SDM Hindu, Motivasi, Posisi Manajer, Hotel Berbintang, Bali

INTRODUCTION

Bali, as the primary gateway of Indonesian tourism, is growing rapidly. The rapid development of tourism on the island has become a magnet for job seekers, who come from either Bali, other provinces in Indonesia, or overseas, who have their eyes set on strategic positions in the industry. The activation of the ASEAN Economic Community (AEC) has imposed greater challenge in the tourism human resources market for Balinese. In facing this challenge, the quality of the Hindu Balinese Tourism Human Resources (HB HRT) must be improved. Therefore, strengthening the HB HRT competencies, aspiration, and competitiveness for the top manager positions in star-rated hotels is a priority.

This is certainly an irony given the fact that the majority of hotels in the island employ foreigners for the top manager positions. The reason is mainly because the foreign HR has proven record of competencies and stronger job commitment needed. According to Spencer and Spencer (1993: 9), competent people are those who possess motives, knowledge, skills, a self-concept, and traits in accordance with the job requirements in order to actively participate in the work place.

In respond to the increasing number of foreign workers occupying strategic positions, the local Balinese must begin to change their mindset related to their traditions and religious practices and make greater effort to improve their competencies. They must be encouraged to become hotel leaders or managers, or other decision-making positions, not only the operational level positions. For this, strong motivation is required.

Thus, strong motivation is a very important aspect for HB HRT. With it higher level of productivity, accomplishments and competitiveness in obtaining the top posts can be reached. This study will explore further the role of cultural values in shaping the competencies of Hindu Balinese Tourism Human Resources to achieve the manager level positions in star-

rated hotels in Bali. Specifically, as described in the introduction, and based on theoretical and empirical ideas, it will explore and explain about the role of Balinese cultural values as a potential and obstacle in HBHRT's competency to achieve such positions.

LITERATURE REVIEW

A simple fundamental understanding of competency is an ability or adroitness (Syah, 2000: 229). Spencer and Spencer (1993: 9–11) suggested that there are five types of competency characteristics, which are: (a) motives; (b) traits; (c) self-concept; (d) knowledge, and (e) skills. Each human resource should possess competencies – these abilities or adroitness that point toward a matter which illustrates a person's qualifications or capabilities (Pelly, 1994: 1). Motivation is an important force for a person to improve the competence. The word *motivation* originates from the Latin word *movere* meaning an impulse, desire, cause, or reason for someone to do something. According to Manullang (1982: 150), motivation provides employees passion to work; in other words, it stimulates human resources to optimize their competencies. McClelland (1976) put forth Achievement Motivation Theory which asserts that human beings essentially have ability to excel beyond others (Robbins, 2001: 173). This theory has an assumption that the need for achievement is different and is distinguishable from other types of needs. According to McClelland, there are three types or three behavioral characteristics of human needs, which are related to achievement needs for achievement (N-Ach), need for power (N-Pow), and the need for social relations (N-Aff). The need for achievement (N-Ach) is the impetus of one's behavior to achieve more standards and to strive to succeed. The need for power or strength (N-Pow) is encouragement that can make a person behave to master leadership in such a way that will not behave otherwise. On the

other hand, the need for a friendly and intimate social relationship (N-Aff) is the motivation of one's desire for interpersonal harmony within the organization.

There are a number of cultural values in the human society which are interrelated in such a way that they appear as a system. This system is a guideline for the ideal concept in any culture which influences the direction and orientation of the community. Anthropology experts, Kluckhohn and Strodtbeck (1961) explained that any culture consists of five basic human problems for determining value orientations, namely: 1) the character of human nature; 2) human being's relationship to the nature environment; 3) human beings sense of space and time; 4) the modality of human activity; and 5) the nature of human being's relationship to other people.

METHODOLOGY

A concurrent triangulation design will be used to collect both qualitative and quantitative data through in-depth interviews with twenty-three informants and distribution of questionnaires to respondents. All results will be analyzed with descriptive interpretative method through Principal Component Analysis (PCA) statistics.

The data sampling with purposive technique and sample selections have lead to Three, four, or five-star hotels as 1) The hotels have a structured and detailed managerial system that allows to find the results of the formulation of predetermined problems; 2) The hotels are strategically located in dense tourism areas and easily accessible. The sampling location will be limited to three well-known tourist areas, which are Sanur in the Denpasar municipality, Kuta, and Nusa Dua in the Badung Regency.

THE ROLE OF BALINESE CULTURAL VALUES AS A POTENTIAL AND AS AN OBSTACLE IN HBHRT'S COMPETENCY TO ACHIEVE MANAGERIAL POSITIONS IN STAR-RATED HOTELS IN BALI

HB HRT have good competencies. Based on Spencer and Spencer (1993: 9-11), the results from the interviews show that more than 50% of the informants agree that HB HRT are competent in their self-concept, knowledge, and skills. These three competency characteristics are considered as the key sets of competences for managerial positions. Therefore, HB HRT are supposed to be able to occupy any manager positions in star-rated hotels in Bali.

The good competencies of HB HRT are inseparable from the Balinese Cultural Values (BCV). The result of the analysis shows that most HB HRT firmly uphold the *pawongan* concept of harmonious relationship between human beings evidenced by a weight factor of 94.3%. This is followed with a 92.6% weight factor for the *parhyangan* concept of harmonious relationship between human beings and God and then an 87.9% factor for the *palemahan* concept of harmonious relationship between human beings and nature. HB HRT tend to care most for *pawongan* – harmonious relationships between human beings indicated by 79.1% agreeing to the importance of *tresna* (love) and always serving with smile.

The second strongest cultural value for HB HRT is *parhyangan* - the harmonious relationship between human beings and God indicated by 75% engaging in *dharma yatra* pilgrimages and study of nature. HB HRT self-concept always adheres to *dharma yatra* or value of integrity. By upholding such value, HB HRT strongly avoid any dishonesty in competition to achieve successful career and believe that learning to advance knowledge to achieve such success is a form of worships to God. The third strongest cultural variable for HB HRT is *palemahan* – the

harmonious relationship between human beings and nature, indicated by 69.8% valuing Bali *shanti* (a peaceful Bali). This is evidenced by high HB HRT preference for peaceful work environment where all people feel calm and happy to complete their respective tasks without conflicts, or in simple term, Bali *shanti* (a peaceful Bali), which eventually affects HBHRT's motivation. So, based on the description of these cultural variables, a HB HRT is a person who feels *tresna* (love), shows friendliness, engages in *dharma yatra*-likes to study, and aspires to create Bali *shanti* (a peaceful Bali). These influence the HB HRT's competencies to be good and distinctive and to have outstanding quality to occupy the managerial positions.

However, there is a different way of understanding and applying the Balinese cultural values, which fundamentally affects the competency and impedes of HBHRT's work performance and stops them from achieving the managerial positions. This is mostly influenced by the physical, social, cultural, and educational environment in the place of the HB HRT's childhood origin besides the low exposure to the economies of tourism industry. These factors cause variations in the orientation toward cultural values, which affects the approach of their decision-making. The variations can be classified into three types: immutable, transitional, or mutable in relation to the five basic problems of human beings according to the theory of Kluckhohn and Strodtbeck (1961) described as follows:

1. The first problem concerning the character of human nature of HB HRT

In some cases, there are some HB HRT who misunderstand the conservative cultural values of *karma phala*, *punarbhawa* (reincarnation) and the *tembang* song phrase of *ede ngaden awak bisa, depang anake ngadanin* – which suggests that one should always be humble in this life, which then influence the attitudes and insights of decision-making process

in the work places. This misunderstanding leads to some perception, i.e. that life is bad (conservative), work only adds to a series of reincarnation (*Punarbawa / samsara*), the power as a leader can prevent one from achieving nirvana, and the *tembang* song phrase of *ede ngaden awak bisa* is interpreted as there is no need for competition. This interpretation translates to HB HRT having humble personality, not showing off despite of having good leadership skills, and avoid the competition to occupy the manager position. This no-competition and no-show off value indicator have popular response with a weight value 68%. However, there are some HB HRT who view that when life is bad still it can be transformed into good (cultural transition); these ones have the motivation and passion in working to improve the economic conditions. Strong response to doing good job and working optimally got a weight value of 70.7%, as well as indicators of doing work with all the ability has weight value of 64.5%. There are also many HB HRT that interpret that this life is good (cultural progressive), that all need to work enthusiastically with high creativity to perform well, to improve skills, and have high innovating initiative in the profession. Indicators of the ability to create and innovate have a strong response with a weight value 82.80%.

2. The second problem concerning the relationship of human beings to the nature and environment

HB HRT believe that nature is magnificent, an essential proof of God's power and grace in which human must submit to and respect (conservative culture), this is seen from the strong response to indicators of *dharma yatra* culture (pilgrimage and learn from nature) with a weight of 75%. Some HB HRT like to seek harmony from the nature (transition), so they strongly respond to cultural concepts of *karma phala* with a weight of 73.7% and *Asih* (feeling of love towards nature) with a weight of 68.9%. However, there are also HB HRT who see nature as a mystery to be solved

and to be ruled over as a gift from the God to mankind (progressive), by responding to the strong cultural concept of *dharma karya* with a weight of 73.4%. These three point of views can be seen from the way HB HRT interact with their natural and work environment, in which one or more will be applied appropriately to create the working environment with local talent that is based on the concept of *Tri Hita Karana*.

3. The third problem concerning human beings sense of space and time

One of HBHRT's personalities is to uphold the importance of the ancient culture value (conservative) as an orientation with strong patience and persistence. The HB HRT with such personalities are usually diligent workers who respond strongly to work with a smile (*tresna*) indicator with a weight of 79.1 %, work responsibly (*cucud*) indicator with a weight of 75%, and to the concept of *ngayah* culture with a weight of 56.9%. On the other hand, some HB HRT focus on the present (transition) during their effort to achieve success, these types are usually very resilient, respond strongly to the concept of *jemet* with a weight of 67.6%. Some other HB HRT look far into the future (progressive), select personal progress as their achievement, diligently fulfilling themselves with adding insights through education and training. They strongly respond to three indicators: 1) *jengah* culture (increasing knowledge, skills, experience and insight to advance) with a weight of 70.2%, 2) *karang awake tandurin* culture (hone themselves) with a weight of 68.4%, and 3) the cultural concept of *dharma karya* (work ethic and high creativity) with a weight value of 73.4%.

4. The fourth problem concerning work and work productivity

Some of HB HRT are still very conservative in their view of work, for them working is merely an attempt for survival (survival); therefore, are less interested in hard work. This is evidenced by the lack of response to the indicator 'working for unmet needs' with weight of 45.2%. But other HB HRT embrace transition culture and consider 'hard work to get status,

position, accession of power as a measure of achievement', thus reach the manager's position as a powerful symbol of high status. This can be seen from the strong response to the indicators of *cucud* culture with a weight value of 75%, the concept of *karma phala* with a weight of 73.7%, and cultural concepts *jemet* 67.6%. However, most HBHRT's orientation is progressive culture, working towards the highest achievement, producing work results, not the status, and lacking care for the manager position (weak motivational power). But when given such managerial task, they will perform successfully (do not want the competition). Such HB HRT strongly responds to *dharma karya* culture (work ethic high creativity) indicated by 73.4% weight value.

5. The fifth problem concerning the nature of human relationship to others

Some of HB HRT who emphasize on the importance of vertical relationships prefer to refrain themselves from expressing their personal opinion (*koh ngomong*). This can be seen from the strong response to indicators of *de cara goake ngadanin iba* culture- 'do not like to boast' and the *tembang* song phrase of *ede ngaden awak bisa, depang anake ngadanin*- 'one should always be humble in this life' with a weight of 74.1%. But there are also some of HB HRT who prefer to emphasize on horizontal relationships (collateral) between individuals. Which can be seen from the strong response to the indicators of *tat twam asi* culture with a weight value of 74.1% followed *asta brata* culture with a weight value of 71.8% and supported by *sagilik saguluk salulung sebayantaka* culture (united either in safety or in danger) with a weight value of 71.5%.

Another group of HB HRT believes in individual self-reliance, so their leadership style will be authoritarian. It relates to strong response of *asta brata* culture with a weight value of 71.8%, followed by *karang awake tandurin* culture indicator (hone themselves) with a weight value of 68.4%,

The Role of Cultural Values in Motivating the Competencies of Hindu Balinese Human Resources in Tourism to Gain Manager Level Positions in Rated Hotels in Bali and *jemet* culture with a weight of 67.6%, while *polos* culture (honest and forthright) has a weight of 61.2%. All of which correspond to strong response of *dharma karya* culture (work ethic with high creativity) indicated by 73.4%, and cultural concept of *tri kaya parisudha* (thoughts, words and actions that must be purified in order to be good and right) with a weight of 67.5%.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

The conclusions of this study indicate that HB HRT are equipped with good competences and capability of occupying managerial position at star-rated hotels in Bali. These are inseparable from their BCV background which is derived from the concepts of Hindu Balinese culture. With such unique qualities, most HB HRT has comparable competence and even superior when compared to non-Balinese human resources. HBHRT's BCV will be able to improve CuQ (*cultural quotient*) and SQ (*spiritual quotient*) as a stimulus for the growth of (*social quotient*), AQ (*adversity quotient*), CQ (*creativity quotient*), and XQ (*execution quotient*) that are based for HBHRT's LQ (*leadership quotient*).

However, a misinterpretation of the BCV, specifically about leaders controlling power can translate to low CuQ and SQ about the importance of the manager's position for some HB HRT. A special strategy is required to convince HB HRT about the importance of manager position for HB HRT by strengthening its CuQ and SQ. One approach is to give motivational programs for career development through internal development, such as programs to align the understanding of the role of leadership in their BCV, as contributing factor towards the improvement of living standard, the company's betterment, and the surrounding environment, ultimately fulfilling God's mission for human beings.

Based on this conclusion, we can derive a general theory that with the five criteria of competence specified earlier, as well as with the accurate and positive understanding of the BCV, there are prospective HB HRT for managerial positions. The HB HRT should continuously adapt and integrate Balinese and Hindu religious values with the values of tourism in the development paradigm of cultural tourism in Bali. With this theory, Bali will be able to produce native human resources with high CuQ and SQ, who are broad-minded and thoughtful to the dynamic needs for modern Balinese, and lead to new sets of intelligence as part of growing intelligence of leadership (LQ) in the tourism field in Bali.

BIBLIOGRAPHY

- Harrell, it., and M. Stahl. 1984. "McClelland's trichotomy of need theory and the job satisfaction and work performance of CPA firm professionals". *Accounting Organization and Society* 9.
- Kluckhohn, F.R and F.L. Strodtbeck. 1961. *Variation in Values Orientation: A Theory Tested in Five Culture*. Evanston, Illinois: Row, Peterson and Co.
- Manullang, M. 1982. *Manajemen dan Personalia*. Cetakan ketiga. Jakarta: Aksara Baru
- Pelly, Usman, 1994, *Teori – Teori Sosial Budaya, Proyek Pembinaan Dan Peningkatan Mutu Tenaga Kependidikan*, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Dan Kebudayaan
- Robbins, Stephen P. 2001. *Organizational Behavior, 9th Ed*. Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall International.
- Spencer, Lyle M. and Signe M. Spencer. 1993. *Competence Work: Model for Superior Performance*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Stoltz, P. G. 2000. *Adversity Quotient: Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. terjemahan. Jakarta: PT Grasindo.
- Syah, Muhibbin. 2000. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zohar, Danah dan Marshall, Ian. 2001. *SQ: Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual Dalam Berpikir Integralistik dan Holistik untuk Memaknai Kehidupan*. Jakarta: Mizan Pustaka.
- Internet:
Koswara, Kamaludin. 2016. Kecerdasan Berbudaya. (*serial online*). [cited 2016 Nov. 4]. Available from URL: <http://www.kangkamal.com/2016/01/kecerdasan-berbudaya.html>.

KARAKTERISTIK DAN PERSEPSI WISATAWAN DI DESTINASI WISATA TANAH LOT (Studi Pemetaan Sosial - Budaya)

Syul Rosli Sanam

Email: syul.rosli@pib.ac.id

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

Tanah Lot is one of the leading tourism destinations which is in natural and cultural potential unique and interesting, to attract, both domestic and foreigners to make them visits to this tourist destination. With the increasing number of tourist arrivals to Tanah Lot, it has contributed significantly to the manager, as well as improved the welfare of local communities. In order to know the market segment of tourists visiting Tanah Lot, it is necessary to do a social-cultural mapping, to know the characteristics and perception of tourists about the condition and existence of Tanah Lot. This it should be proposed in maintaining the stages of development of Tanah Lot tourist destination as described by Destination Life Cycle. Demand and product offerings are an important thing that local people need to provide to tourists, so the satisfaction of the service can give a good image in the minds of the tourists.

Keywords: *Characteristics and Perceptions, Tourism Destination, Social Cultural Mapping*

Abstrak

Tanah Lot adalah salah satu tujuan wisata terkemuka yang kaya akan potensi alam dan budaya yang unik dan menarik, sehingga mampu menarik wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk melakukan kunjungan wisata ke tujuan wisata ini. Dengan semakin banyaknya kedatangan wisatawan ke Tanah Lot telah memberikan kontribusi signifikan kepada pengelola, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Untuk mengetahui segmen pasar wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot, perlu dilakukan pemetaan sosial budaya, yaitu untuk mengetahui karakteristik dan persepsi wisatawan tentang kondisi dan keberadaan Tanah Lot, sehingga harus diusulkan dalam mempertahankan tahapannya. pengembangan tujuan wisata Tanah Lot yang dijelaskan oleh Tujuan *Life Cycle*. Permintaan dan penawaran produk adalah hal penting yang perlu diberikan oleh penduduk setempat kepada wisatawan, sehingga kepuasan layanan dapat memberikan citra yang baik di benak para wisatawan.

Kata Kunci: Karakteristik dan Persepsi, Tujuan Wisata, Pemetaan Budaya Sosial

1. Pendahuluan

Tanah Lot merupakan salah satu Destinasi Wisata (DTW) unggulan yang ramai dikunjungi wisatawan domestik dan internasional. Dengan panorama alam yang indah dan keunikan atraksi budaya yang dimiliki, Tanah Lot telah dikelola secara profesional dilengkapi dengan fasilitas parkir, *public toilet*, *art shop*, *restoran*, *hotel*, *open stage*, *tourist information centre*, *security* dan *safety*. Pemandangan khas laut selatan dengan ombak yang bisa disaksikan dari ketinggian tebing di atas 15 meter merupakan atraksi alam yang sangat mempesona dan mampu menahan para pengunjung agar tinggal lebih lama serta termotivasi untuk kembali berkunjung menyaksikan keindahan alam dan keunikan atraksi budaya.

Saat ini Tanah Lot menjadi salah satu DTW yang mengalami peningkatan dalam jumlah kunjungan wisatawan. Hal ini terjadi karena potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki Tanah Lot sudah dikembangkan sesuai standar dengan berbagai produk wisata yang tersedia sehingga kepuasan akan kebutuhan dan keinginan wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot tercapai. Untuk mengetahui jumlah kunjungan wisatawan ke DTW Tanah Lot dalam kurun waktu lima (5) tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Data dari Manajemen Operasional DWT Tanah Lot jumlah Kunjungan wisatawan ke destinasi wisata Tanah Lot Tahun 2007 dari mancanegara sejumlah 517.926 orang dan domestic 779.571, tahun 2008 dari mancanegara sejumlah 620.440 dan domestic 954.368, tahun 2009 dari mancanegara sejumlah 725.665 dan domestic 1.128.355, tahun 2010 dari mancanegara sejumlah 793.330 dan domestic 1.356.563, tahun 2011 dari mancanegara sejumlah 872.876 dan domestic 1.443.090. Total kunjungan dari tahun 2007 sampai 2011 adalah 9.192.364.

Tabel 1 menunjukkan bahwa angka jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Dari tahun 2013 wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot berjumlah 3.145.244 pengunjung dengan tingkat pertumbuhan 19%. Walaupun pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan namun tidak mempengaruhi tingkat persentase yakni 19%. Pada Tahun 2016 tingkat kunjungan wisatawan mencapai 3.524.385 pengunjung dengan persentase 22%. Sementara Tahun 2017 ini jumlah kunjungan ke Tanah Lot sebanyak 3.497.825 pengunjung. Jumlah tersebut turun sekitar 0,78% dibandingkan jumlah kunjungan tahun 2016 sebesar 3.525.335 pengunjung.

Hal tersebut diungkapkan Manajer Operasional Destinasi Wisata Tanah Lot, I Ketut Toya Adnyanan, Senin (1/1). Menurut Toya Adnyana, dibanding tahun sebelumnya jumlah kunjungan wisatawan ke Tanah Lot tahun 2017 ini mengalami penurunan sekitar 0,78 persen. Hal tersebut karena pengaruh dari erupsi Gunung Agung di Karangasem. Dampak dari Erupsi Gunung Agung tersebut sangat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Destinasi Wisata Tanah Lot, dan disertai dengan penutupan Bandara Ngurah Rai. Penutupan Bandara Ngurah Rai dampaknya terasa signifikan terhadap penurunan kunjungan wisatawan ke Tanah Lot. Secara persentase, penurunan kunjungan wisatawan tahun 2017 sebesar 0,78 persen sesungguhnya relatif kecil namun secara kuantitas jumlahnya mencapai ribuan orang yaitu 27.510 orang wisatawan.

(Sumber: <http://balitribune.co.id/content/kunjungan-wisatawan-di-tanah-lot-2017-menurun-078-persen> - akses: Senin, 01 Oktober 2018).

Berdasarkan uraian latar belakang, perlu mengetahui karakteristik dan persepsi wisatawan yang berkunjung ke DTW Tanah Lot. Hal ini bertujuan untuk mengetahui permintaan pariwisata yang dibutuhkan dan diinginkan oleh wisatawan dalam memenuhi tuntutan pasar, dan untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial budaya yang terjadi di DTW

Tanah Lot agar tetap menjadi DTW unggulan dalam menjaga dan melindungi sumber daya pariwisata yang dimiliki.

2. Konsep Karakteristik dan Persepsi Wisatawan

Karakteristik wisatawan yang dibahas pada artikel ini, meliputi: (1) Karakteristik Sosio-Demografis, seperti jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan, pekerjaan, ukuran keluarga atau jumlah anggota keluarga, dan lain-lain yang dielaborasi dari karakteristik tersebut. (2) Karakteristik Geografis, membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggal. Dalam penelitian ini difokuskan pada negara asal wisatawan. (3) Karakteristik Psikografis, membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan motivasi melakukan perjalanan wisata, beragamnya keinginan dan kebutuhan mereka akan suatu produk wisata (Kotler, 1996 dalam Suwena dan Widyatmaja, 2009: 41).

Dalam konteks sosiologis, perubahan persepsi dan motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata terus mengalami perubahan. Menurut Plog (dalam Pitana, 2005), wisatawan dikelompokkan berdasarkan tipologi wisatawan, yaitu: 1) *Allocentris*, yakni wisatawan yang hanya ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan, dan bersedia memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat lokal; 2) *Psychocentris*, yakni wisatawan yang hanya ingin mengunjungi DTW yang sudah memiliki fasilitas yang sama dengan di negaranya; 3) *Midcentris*, yakni tipe wisatawan terletak di antara tipologi *allocentris* dan *psychocentris*. Persepsi wisatawan yang dimaksud adalah suatu aktivitas individu untuk mengenal suatu objek melalui alat inderanya yang kemudian dicerna, sehingga individu dapat memberikan tanggapan terhadap objek tersebut dengan sadar.

Ada beberapa pengertian persepsi. Menurut (Koentjaraningrat, 1980:105), menyebutkan bahwa: “Persepsi merupakan proses fisik dan

psikologis yang menyebabkan berbagai macam getaran dan tekanan yang diolah menjadi suatu susunan yang dipancarkan atau diproyeksi oleh individu menjadi suatu penggambaran tentang lingkungan dengan fokus yang paling menarik perhatian seorang individu”. Sedangkan Walgito (1990:54), memberikan batasan bahwa persepsi adalah suatu kesan terhadap suatu obyek yang diperoleh melalui proses penginderaan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap obyek tersebut yang diterima oleh individu, sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan aktivitas integrated dalam diri individu.

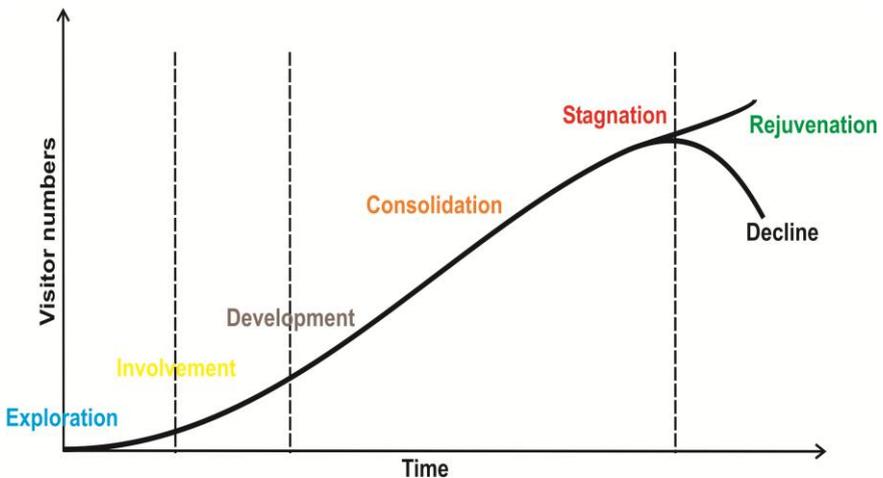
Menurut Hasanudin (2007) dalam konsep dasar pemetaan, mendefinisikan: Peta sebagai representasi grafis dari dunia nyata (*real world*) dari suatu ruang (*space*), sedangkan Pemetaan adalah proses kegiatan untuk mengasilkan suatu peta. Sosial merupakan rangkaian norma, moral, nilai, dan aturan yang bersumber dari kebudayaan suatu masyarakat atau komuniti yang digunakan sebagai acuan dalam berhubungan antar manusia. Pemetaan sosial pada dasarnya adalah usaha untuk menggambarkan, mendeskripsikan, mengidentifikasi norma-norma, moral, nilai dan aturan yang digunakan oleh manusia sebagai anggota masyarakat untuk mengatur hubungan interaksi yang terjadi didalamnya.

3. Teori Siklus Hidup Destinasi Pariwisata

Untuk memahami evolusi dari produk dan destinasi pariwisata yang ada di Tanah Lot, menggunakan siklus hidup destinasi yang dikemukakan oleh Butler (1980). Dalam perkembangan pariwisata, sangat dipengaruhi oleh perjalanan wisata yang dilakukan wisatawan dari *Tourist Generating Area* ke *Tourist Destination Area*. Tahapan pengembangan pariwisata merupakan siklus hidup yang terjadi dalam pembangunan pariwisata, mulai dari suatu DTW baru ditemukan (*disconery*), kemudian

berkembang dan pada akhirnya terjadi penurunan (*decline*). Butler (1980 dalam Sukarsa 1999), mengungkapkan bahwa terdapat enam tingkatan atau tahapan dalam pembangunan pariwisata. Ke-enam tahapan tersebut adalah: 1) *Exploration* (Eksplorasi/Pertumbuhan Spontan dan Penjajakan). 2) *Involvement* (Keterlibatan). 3) *Development* (Pengembangan dan Pembangunan). 4) *Consolidation* (Konsolidasi dan Interelasi). 5) *Stagnation* (Kestabilan). 6) *Decline* (Penurunan Kualitas) atau *Rejuvenation* (Kelahiran Baru).

Gambar 1 *Destination Life Cycle*



Sumber: Butler dalam Cooper and Jackson (1997)

Berdasarkan tahapan siklus hidup daerah pariwisata, yang tertera pada Gambar 1 di atas, jika dikaitkan dengan perkembangan DTW di Tanah Lot dapat diketahui bahwa dengan jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan maka saat ini Tanah Lot berada pada tahapan ke 5 (lima), yaitu tahap *Stagnation* (Kestabilan). Pada tahap ini ditandai dengan tercapainya titik tertinggi dalam jumlah kunjungan wisatawan. Normalnya tahapan ini merupakan tahap terlama dalam siklus hidup produk destinasi wisata. Pada tahap ini pula, pemenuhan inti akan kebutuhan DTW yang bersangkutan tetap ada. Sebagian besar produk yang ada berada di

destinasi tersebut berada pada tahap ini, karena itu sebagian besar pemasaran ditujukan untuk produk dalam tahap ini. Berbagai terobosan dilakukan oleh pelaku pariwisata serta adanya diversifikasi dan komodifikasi fasilitas, serta strategi pemasaran yang digunakan untuk memperpanjang daur hidup DTW.

4. Karakteristik Wisatawan

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survei, yakni menyebarkan 250 kuesioner kepada wisatawan yang sedang berkunjung ke DTW Tanah Lot, yakni Wisatawan mancanegara maupun domestik. Berikut gambaran karakteristik wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian.

4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Tanah Lot mayoritas berjenis kelamin laki-laki yakni 134 orang (54%), sedangkan untuk wisatawan perempuan berjumlah 116 orang (116%). Dalam melakukan aktivitas wisata memang seseorang harus banyak meluangkan waktu. Secara faktual, sebagian besar laki-laki lebih mudah melakukan perjalanan wisata. Sementara, perempuan memang lebih banyak memerlukan waktu untuk mempertimbangkan keputusannya. Berdasarkan jenis kelamin, terlihat perbedaan antara laki-laki dan perempuan, laki-laki tidak banyak berpikir tentang keadaan yang terjadi saat berwisata, namun perempuan biasanya lebih terencana, seluruh aktifitasnya harus direncanakan secara detial.

4.2 Berdasarkan Umur

Wisatawan dengan tingkat umur antara 15-24 tahun merupakan yang paling banyak berkunjung ke Tanah Lot yaitu sebanyak 133 orang (53%). Pada usia ini sebagian besar yang mengunjungi Tanah Lot adalah para pelajar yang melakukan *study tour* dari berbagai daerah. Selain itu,

wisatawan yang berumur 26-35 tahun sebanyak 49 orang (20%). Hal ini disebabkan pada usia-usia seperti ini banyak yang sudah memiliki modal atau memiliki penghasilan sehingga mempermudah dalam melakukan perjalanan wisata. Wisatawan yang pada usia ke 36-45 tahun sebanyak 37 orang (15%) dan usia 46 ke atas berjumlah 31 orang (12%) pada usia-usia seperti ini mereka melakukan kunjungan berdasarkan keinginan masing-masing, dilihat dari faktor jarak dan waktu tempuh yang jauh menuju DTW Tanah Lot sehingga dituntut untuk mempersiapkan stamina yang prima.

4.3 Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot berpendidikan SMA/SMK dengan jumlah 103 orang (41%) dan Universitas (Sarjana) sebanyak 89 orang (36%). Tingkat pendidikan merupakan salah satu unsur yang menggerakkan minat seseorang untuk berwisata. Dengan mengetahui tingkat pendidikan wisatawan ke Tanah Lot dapat mengetahui segmen pasar wisatawan berdasarkan level pendidikan.

4.4 Berdasarkan Pekerjaan

Latar belakang wisatawan berdasarkan pekerjaan digunakan untuk mengetahui apakah Tanah Lot dapat menarik minat wisatawan dari berbagai lapisan pekerjaan. Dengan memiliki pekerjaan yang layak memungkinkan seseorang dapat menyisihkan pendapatannya untuk melakukan kegiatan yang terlepas dari kejenuhan rutinitas sehari-hari. Dominan wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot berdasarkan pekerjaannya adalah pelajar, baik dari tingkat SMP, SMA/SMK, maupun Perguruan Tinggi atau mahasiswa yang berjumlah 85 orang (34%), sebagai wiraswasta berjumlah 64 orang (26%), pekerja biasa sebanyak 48 orang (19%), dan pengangguran sebanyak 22 orang (9%), dan wisatawan yang paling sedikit berkunjung adalah ibu rumah tangga yang berjumlah 7 orang (3%). Dengan mahalnnya biaya perjalanan khusus untuk transportasi dan

jarak tempuh yang jauh menyebabkan wisatawan harus mengalokasikan waktu dan anggaran perjalanan yang cukup agar memudahkan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata.

4.5 Berdasarkan Asal Wisatawan

Adapun tujuan mengkomposisi wisatawan berdasarkan daerah asal yakni, untuk mengetahui wisatawan dari daerah manakah yang mendominasi dalam mengunjungi destinasi wisata Tanah Lot. Wisatawan yang berkunjung ke Tanah Lot ada tipe wisatawan yaitu wisatawan lokal yakni yang berasal dari daerah Bali, wisatawan domestik yakni wisatawan yang berasal dari luar daerah/ provinsi lain, dan wisatawan mancanegara yakni wisatawan yang berasal dari negara lain. Dapat dilihat bahwa wisatawan yang mendominasi dalam berkunjung ke destinasi wisata Tanah Lot adalah wisatawan domestik yaitu sebanyak 145 orang (58%). Sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 105 orang (42%).

Jika dilihat wisatawan mancanegara yang berasal dari Benua Eropa menempati jumlah kunjungan terbanyak dibandingkan wisatawan dari kawasan lain di dunia, yaitu sebanyak 44 orang (18%). Hal ini berkaitan dengan karakteristik dari wisatawan Eropa yang umumnya menyukai daya tarik wisata alam, bersifat petualang, dan cenderung menerima penyediaan fasilitas yang terdapat di DTW. Sedangkan wisatawan dari Australia sebanyak 21 orang (8%), hal ini disebabkan karakteristiknya yang hampir sama dengan wisatawan asal Eropa yakni, menyukai kegiatan wisata alam.

4.6 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Keinginan wisatawan untuk mengunjungi Tanah Lot dilatar belakangi dengan berbagai dasar dan pertimbangan untuk memperoleh kepuasan. Dengan demikian, tidak heran apabila suatu daya tarik wisata dikunjungi oleh wisatawan yang sama berulang kali. Hal ini terjadi karena daya tarik yang dimiliki sangat unik dan menarik, serta pelayanan yang

diberikan sangat memuaskan sehingga menimbulkan kesan yang istimewa bagi para pengunjungnya. Mayoritas wisatawan yang berkunjung antara 1-2 kali ke Tanah Lot adalah sebanyak 145 orang (58%). Sedangkan wisatawan yang sudah berulang kali berkunjung lebih dari 5 kali sebanyak 57 orang (23%). Dan wisatawan yang berkunjung antara 3-4 kali sebanyak 48 orang (19%). Salah satu kendala yang menyebabkan minimnya periode kunjungan adalah jarak dan waktu yang dibutuhkan untuk menjangkau Tanah Lot, namun sebagian besar wisatawan memiliki minat untuk kembali melakukan kunjungan ke Tanah Lot.

5. Persepsi Wisatawan

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada 250 responden, maka dibuat kategori persepsi wisatawan dengan menggunakan metode pengukuran sikap (skala rikert).

5.1 Pemandangan Alam Di Tanah Lot

Pemandangan alam yang indah menjadi salah satu alasan bagi wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Pemandangan alam yang dimiliki Tanah Lot dijadikan sebagai salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. Pemandangan alam yang ada di Tanah Lot sangat menarik minat wisatawan sehingga wisatawan seringkali merasa ketagihan akan keindahan alam yang dimiliki Tanah Lot berupa keindahan pantai dengan batu karang yang sangat unik, serta wisatawan juga bisa menyaksikan terbenamnya matahari (*sunset*). Wisatawan yang memberikan tanggapan sangat indah tentang pemandangan alam Tanah Lot adalah sebanyak 50 persen. Yang memberikan tanggapan indah sebanyak 28 persen. Sedangkan yang memberikan tanggapan cukup indah sebanyak 22 persen. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang memberikan tanggapan tentang pemandangan alam destinasi wisata Tanah

Lot dikategorikan sangat indah, sesuai dengan apa yang dilihat dan dirasakan.

5.2 Kebersihan Lingkungan Tanah Lot

Kebersihan merupakan salah satu unsur yang sangat mempengaruhi dalam menciptakan kesan terhadap suatu tempat. Lingkungan yang bersih dan nyaman menjadikan wisatawan merasa betah untuk tinggal lebih lama. Wisatawan yang memberikan tanggapan sangat bersih sebanyak 20 persen, yang memberikan tanggapan bersih sebanyak 42 persen, dan yang memberikan tanggapan cukup bersih sebanyak 38 persen, dengan alasan masih ada coret-coret pada dinding atau tempat duduk *Bale Bengong*. Hal ini menunjukkan persepsi wisatawan tentang kebersihan lingkungan di sekitar Tanah Lot dikategorikan bersih.

5.3 Tingkat Kepuasan Dalam Mengunjungi Tanah Lot

Tujuan Wisatawan yang mengunjungi suatu DTW adalah untuk kepuasan diri sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan. Apabila kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi maka mereka akan merasa puas dengan kegiatan perjalanan yang mereka lakukan. Persepsi wisatawan tentang tingkat kepuasan yang diperoleh di Tanah Lot yang menyatakan sangat puas adalah sebanyak 23 persen. Yang memberikan tanggapan puas sebanyak 40 persen. Sedangkan yang memberikan tanggapan cukup puas sebanyak 26 orang, dan yang memberikan tanggapan tidak puas sebanyak 11 persen dengan alasan belum terpenuhi kebutuhan dan keinginan yang mereka harapkan. Hal ini menunjukkan persepsi wisatawan tentang tingkat kepuasan yang terdapat di Tanah Lot dikategorikan aman.

5.4 Tingkat Pelayanan

Pada tingkat pelayanan sangat dibutuhkan oleh wisatawan dalam mengunjungi suatu DTW. Dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap wisatawan maka wisatawan akan merasa nyaman ketika berada

di destinasi wisata tersebut sehingga wisatawan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh daerah tuan rumah. Wisatawan yang memberikan tanggapan sangat baik adalah sebanyak 19 persen, yang memberikan tanggapan baik 49 persen. Sedangkan yang memberikan tanggapan cukup baik sebanyak 32 persen, dengan alasan pelayanan yang diberikan sudah cukup baik akan tetapi masih terdapat pelayanan yang belum memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada wisatawan dikategorikan baik.

5.5 Keamanan Di Tanah Lot

Dalam mengunjungi suatu daerah destinasi wisata tentunya akan dilihat dari segi keamanannya. Jika di suatu Daerah Tujuan Wisata dalam keadaan aman maka tidak akan menjadi kendala bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata ke daerah tersebut. Persepsi wisatawan terhadap keamanan di sekitar Tanah Lot yang menyatakan sangat aman adalah sebanyak 27 persen. Yang memberikan tanggapan aman sebanyak 48 persen. Sedangkan yang memberikan tanggapan cukup aman sebanyak 24 persen. Hal ini menunjukkan persepsi wisatawan tentang fasilitas yang terdapat di Tanah Lot dikategorikan aman.

5.6 Amenities/Fasilitas Di Tanah Lot

Sebuah daya tarik wisata disamping harus mempunyai daya tarik berupa keindahan dan keunikan juga harus menyediakan fasilitas yang diperlukan wisatawan. Keberadaan fasilitas penunjang turut membantu dalam mendukung pengembangan suatu daya tarik wisata. Wisatawan yang memberikan tanggapan sangat lengkap adalah sebanyak 19 persen, yang memberikan tanggapan lengkap 38 persen. Sedangkan yang memberikan tanggapan cukup lengkap sebanyak 42 persen, dengan alasan fasilitas yang tersedia sudah cukup membantu wisatawan dan akan menjadi lebih baik jika dikembangkan fasilitas pendukung lain. Dan yang memberikan tanggapan tidak lengkap sebanyak 1 persen, dengan alasan

masih terdapat berbagai fasilitas yang perlu disediakan untuk melengkapi segala fasilitas yang dibutuhkan dan diinginkan wisatawan. Hal ini menunjukkan persepsi wisatawan tentang fasilitas yang terdapat di Tanah Lot dikategorikan cukup lengkap.

5.7 Akses Menuju Tanah Lot

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas yang merupakan hal penting bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata mulai dari daerah asalnya hingga Daerah Tujuan Wisata, dan merupakan jalan masuk atau pintu masuk utama ke DTW. Tanpa akses pariwisata, wisatawan tidak akan bisa melakukan perjalanannya. Wisatawan yang memberikan tanggapan sangat bagus adalah sebanyak 23 persen. Yang memberikan tanggapan bagus sebanyak 42 persen. Sedangkan yang memberikan tanggapan cukup bagus sebanyak 32 persen, dan wisatawan yang memberikan tanggapan tidak bagus sebanyak 3 persen, dengan alasan akses menuju Tanah Lot masih sempit dan ada juga jalan yang masih berlubang sehingga perlu untuk diperbaiki. Hal ini berarti, persepsi wisatawan tentang akses menuju Tanah Lot dikategorikan bagus.

5.8 Kejenuhan Berkunjung Ke Tanah Lot

Jika kita mengunjungi suatu destinasi wisata mungkin kita akan tertarik dan kembali mengunjungi daerah wisata tersebut secara berulang kali. Untuk itu perlu diketahui persepsi wisatawan tentang perasaan yang dirasakan saat mengunjungi sebuah destinasi wisata tentang apa yang dirasakan ketika berkunjung ke tempat yang sebelumnya sudah dikunjungi. Wisatawan yang merasa jenuh atau bosan saat mengunjungi Tanah Lot secara berulang kali adalah sebanyak 11 persen. Dengan alasan tidak ada perubahan tentang keadaan Tanah Lot sehingga perlu disediakan produk lain yang dapat menarik minat wisatawan. Dan wisatawan yang tidak jenuh atau bosan sebanyak 89 persen, dengan alasan keindahan alam

yang eksotik di Tanah Lot sangat menarik sehingga mereka tidak pernah bosan untuk kembali berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan tentang perasaan yang dirasakan ketika berkunjung ke Tanah Lot kebanyakan wisatawan tidak merasa jenuh dalam mengunjungi destinasi wisata tersebut.

5.9 Atraksi Budaya (Tari Kecak) Di Tanah Lot

Dalam suatu DTW tentu memiliki atraksi-atraksi yang disediakan sebagai daya tarik wisata, selain atraksi alam, juga adanya atraksi buatan maupun atraksi budaya. Atraksi budaya yang disediakan di Tanah Lot seperti Tarik Kecak yang dipertunjukkan kepada para wisatawan sebagai hiburan. Oleh sebab itu, perlu adanya tanggapan dari wisatawan tentang atraksi budaya (Tari Kecak) yang dipentas, khususnya bagi wisatawan yang pernah menyaksikannya. Wisatawan yang tertarik menyaksikan atraksi budaya (Tari Kecak) adalah sebanyak 87 persen. Tari Kecak yang dipentaskan mampu menghibur para wisatawan dengan keaslian budaya yang dimiliki pulau Bali pada umumnya dan juga acara pentasnya bertepatan dengan terbenamnya matahari (*sunset*), suasana seperti inilah yang dapat menarik minat wisatawan untuk menyaksikan acara tersebut. Sedangkan wisatawan yang tidak tertarik menyaksikan atraksi budaya (Tari Kecak) sebanyak 13 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap atraksi budaya (Tari Kecak) sebagian besar tertarik dengan atraksi budaya tersebut.

6. PENUTUP

Ditetapkannya Tanah Lot sebagai destinasi wisata unggulan karena keindahan alam dan keunikan budaya yang beraneka ragam, mampu menggalakkan wisatawan dari belahan dunia untuk mengunjungi destinasi ini. Dengan segala produk yang tersedia, mampu memenuhi permintaan dan penawaran atau kebutuhan dan keinginan wisatawan

sehingga kepuasan akan berwisata dapat dinikmati oleh para wisatawan. Sesuai dengan persepsi wisatawan, menunjukkan bahwa mayoritas memberikan tanggapan yang positif terhadap keadaan dan keberadaan Tanah Lot, baik dari aspek Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia, maupun Sumber Daya Sosial-Budaya.

Adapun saran yang diajukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan, di antaranya adalah: (1) Pihak pengelola perlu memberikan penyuluhan dan pembinaan kepada para pedagang di destinasi wisata Tanah Lot tentang bagaimana memberikan pelayanan yang presisi kepada wisatawan, sebagaimana yang tertera dalam komentar dari wisatawan bahwa adanya paksaan dari pedagang acungb untuk membeli barang yang dijual. (2) Perlu dilengkapi berbagai fasilitas-fasilitas yang belum tersedia seperti *wertafel* di toilet, dan pada tempat parkir perlu dibuat penutup atau atap untuk melindungi kendaraan dari panas terik matahari. (3) Perlu dikembangkan produk-produk wisata yang berbeda dengan lainnya agar wisatawan tidak merasa jenuh atau bosan dalam mengunjungi destinasi wisata Tanah Lot.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2011. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Bali Tahun 2007-2011. Renon: DISPARDA Bali.
- _____, 2011. Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Tanah Lot 2007-2011. Tanah Lot: Manajemen Operasional Tanah Lot.
- Arikunto Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Hasanudin Z. 2007. *Konsep Dasar Pemetaan*. Bandung: Kelompok Keilmian Geodesi. (<http://www.google.konsepdasarpemetaan.pdf>.)
- Kusmayadi Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi dalam Bidang Kepariwisataan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mill, Robert Christie. 2000. *The Tourism International Business*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Muriawan, Agus. 2011. *Analisis Pariwisata*. Denpasar: Fakultas Pariwisata Universitas Udayana.
- Pitana, I Gde. 2005. *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pitana dan Diarta Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Ridwan. 2010. *Dasar – Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rudito B dan Famiola M. 2008. *Social Mapping-Metode Pemetaan Sosial*. Bandung: Rekayasa Sains Bandung.
- Sugiarta E dan Kusyadi. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2010, Tentang Kepariwisataaan.

KUESIONER WISATAWAN DI DESTINASI WISATA TANAH LOT

I. Demografi

1. Nama :
2. Asal Wisatawan :
3. Jenis Kelamin :
 Laki-Laki
 Perempuan
4. Umur :
 15-25 Tahun 36-45 Tahun
 26-35 Tahun 46 Tahun ke atas
5. Pendidikan :
 SD SMA/SMK
 SMP Serjana
6. Pekerjaan :
7. Berapa Kali Berkunjung:

II. Mohon Diisi Dan Berikan Informasi

1. Bagaimana persepsi Anda tentang pemandangan alam di Tanah Lot?
 Sangat indah Tidak Indah
 Indah Sangat Tidak Indah
 Cukup Indah
2. Bagaimana persepsi Anda tentang kebersihan di lingkungan sekitar Tanah Lot?
 Sangat Bersih Kurang Bersih
 Bersih Sangat Tidak Bersih
 Cukup Bersih

PENGEMBANGAN PARIWISATA MEDIS BERBASIS TANAMAN OBAT DI DESA WANAGIRI - BEDUGUL

Made Handijaya Dewantara

Email: handi.dewantara@pib.ac.id

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

This study intends to describe the opportunities and threats that could be used as consideration for the development of medical tourism in the village of Wanagiri, Bedugul, as well as to know how the process of managing this type of tourism. The study then conducted through the data collection techniques such as interviews and observations in the village Wanagiri, Bedugul, and analyzed by qualitative descriptive. Medical tourism became the basis of returning the authenticity of tourism in Bali based on cultures and values of their ancestors, in order to face global economy. Through the research process can be concluded that the chances of developing the cultivation of medical plants is still very open broadly in line with the development of herbal industry, medicine, and traditional cosmetics in the village Wanagiri, Bedugul. In relation to tourism, the utilization of medical plants can certainly be an attraction for tourists to know the types, utilization, and processing of medical plants until they are ready for consumption. Through this alternative tourism activities, the benefits are not only felt by tourists who come, but also for the surrounding community in the village Wanagiri, Bedugul.

Keywords: Medical Tourism, Village Wanagiri, Bedugul, Medical Plants

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan peluang dan ancaman yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk pengembangan wisata medis di Desa Wanagiri, Bedugul, serta untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan jenis wisata ini. Penelitian dilakukan melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi di desa Wanagiri, Bedugul, dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Wisata medis menjadi dasar mengembalikan keaslian pariwisata di Bali berdasarkan budaya dan nilai-nilai leluhur masyarakat, dalam rangka menghadapi ekonomi global. Melalui proses penelitian dapat disimpulkan bahwa peluang pengembangan budidaya tanaman obat masih sangat terbuka luas seiring dengan berkembangnya industri jamu, obat-obatan, dan kosmetik tradisional di Desa Wanagiri, Bedugul. Dalam kaitannya dengan pariwisata, pemanfaatan tanaman medis tentu dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengetahui jenis, pemanfaatan,

dan pengolahan tanaman medis sampai siap untuk dikonsumsi. Melalui kegiatan wisata alternatif ini, manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh wisatawan yang datang, tetapi juga bagi masyarakat sekitar di desa Wanagiri, Bedugul.

Kata Kunci: Wisata Medis, Desa Wanagiri, Bedugul, Tanaman Obat

1. PENDAHULUAN

Dalam industri pariwisata, pariwisata medis telah muncul sebagai alternatif pariwisata dari beberapa jenis produk pariwisata. Beberapa negara telah secara aktif mengembangkan jenis industri ini sambil mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah. Diperkirakan bahwa jenis industri pariwisata medis, saat ini menghasilkan pendapatan tahunan hingga US \$ 60 miliar (negatif 40 miliar), memberikan kontribusi bagi pertumbuhan pariwisata tahunan sebesar 20% (Herrick, 2007). Jumlah wisatawan yang tertarik (dikategorikan sebagai wisatawan medis) juga meningkat, dari 19 juta wisatawan pada tahun 2005 menjadi 25,8 juta pada tahun 2007, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 16,5%. Pertumbuhan jumlah wisatawan diduga karena ketidakmampuan obat-obatan biasa dalam menjamin penyembuhan penyakit. Jenis perawatan herbal ini juga tidak mengandung efek samping. Pariwisata medis menjadi semakin populer, ketika banyak orang dari negara berkembang pergi ke negara maju, terutama untuk kategori menengah ke atas, untuk mendapatkan perawatan kesehatan dan fasilitas yang lebih baik. Di sisi lain, beberapa wisatawan dari negara maju pergi ke negara berkembang, untuk memenuhi rasa ingin tahu tentang wisata medis alternatif, yang dikenal menggunakan alam lebih dari sumber mineral obat.

Ada dua definisi "wisata medis" yang dapat ditemukan dalam literatur atau internet. Definisi pertama, pariwisata kesehatan sebagai alternatif pariwisata mengacu pada perjalanan dengan tujuan memperoleh layanan kesehatan. Definisi kedua lebih umum digunakan dalam bisnis dan

media, juga muncul dalam literatur pariwisata dan kesehatan. Organisasi Kesehatan Dunia merumuskan Pariwisata Medis sebagai kegiatan untuk melakukan perjalanan melintasi perbatasan internasional untuk menerima beberapa bentuk perawatan medis, baik untuk mendapatkan perawatan dapat menjangkau berbagai layanan medis, atau yang paling umum: perawatan gigi, bedah kosmetik, operasi elektif, dan perawatan kesuburan (Kelley, 2013: 2).

Sementara itu industri pariwisata memandang pariwisata medis sebagai kombinasi layanan medis dan layanan pariwisata, sementara industri medis kurang optimis pada kombinasi layanan medis dan layanan pariwisata. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan sangat berpengaruh dalam menentukan perspektif yang akan diberikan kepada kegiatan wisata medis. Cara terbaik menggunakan pendekatan dalam bidang ilmu pariwisata adalah dengan menggunakan teori pariwisata, pariwisata dibentuk berdasarkan berbagai disiplin ilmu, oleh karena itu dalam mendekati kegiatan pariwisata akan lebih baik menggunakan berbagai disiplin ilmu yang terkait.

Produk wisata medis dapat didefinisikan sebagai kelompok yang terdiri dari tujuan wisata medis (pasien) atau berbagai jenis layanan yang ditawarkan oleh layanan pariwisata medis (pasokan wisata). Ehrbeck (2008) membedakan produk berdasarkan jenis layanan yang ditawarkan oleh layanan medis menjadi enam bagian: operasi besar, operasi kecil, kosmetik / operasi plastik, layanan diagnostik, perawatan terapi alternatif, dan layanan gaya hidup / kesejahteraan. Menurut Raymon (2008), produk wisata medis dapat dikelompokkan menjadi enam bagian yang dapat dilihat dari tabel 1.

Tabel 1. Produk Utama Pariwisata Medis

<p><i>Cosmetic/Plastic Surgeries</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Facial cosmetic surgery: rhytidectomy, eyelid surgery (blepharoplasty), nose reshaping, brow or forehead lift, ear surgery: otoplasty</i> ✓ <i>Body contouring: liposuction (lipoplasty, tummy tuck (abdominoplasty), breast augmentation (augmentation mammoplasty), breast lift (mastopexy), thigh lift, buttock lift, lower body lift(belt lipectomy)</i>
<p><i>Diagnostic Services</i></p>	
<p><i>Alternative Therapy Treatments</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Chinese medicine, acupuncture, herbal treatments, Ayurvedic treatments,</i> ✓ <i>Pancha Karma, tai-chi</i>
<p><i>Wellbeing/Lifestyle Remodeling Services</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Spa therapy, yoga therapy, meditation therapy, holistic therapy, thermal therapy (mineral springs, balneo therapy), thermos therapy, thalasso therapy,</i> ✓ <i>Algae therapy, aroma therapy, cryo therapy, electro therapy, magneto therapy, -healing mud(fango therapy), occupational therapy(stress management), massage(pampering), diet(nutritional) programs, detox programs, New Age, spiritual tourism</i>
<p><i>Major Surgeries</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Orthopedic surgeries: hip replacement, hip resurfacing, knee replacement</i> ✓ <i>Spinal procedures: spinal fusion, spinal disc replacement</i> ✓ <i>Limited cardiac procedures: angioplasty, cardiac diagnostic procedures</i> ✓ <i>Gynecological surgeries: partial hysterectomy, total hysterectomy, radical Hysterectomy, bilateral salpingo oophorectomy</i> ✓ <i>General surgeries: vascular, stomach and bowel, kidney and urinary, gallbladder removal, Hernia repair, cataract surgery, LASIK surgery, hemorrhoid removal, Endo laser vein surgery</i> ✓ <i>Other medical procedures: bariatric surgery, fertility treatment, Oncology, transplants, stem cell treatments, sex reassignment, addiction treatments</i>
<p><i>Minor Surgeries</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Dental procedures: dental work, cosmetic dentistry, crowns, bonding, veneers, whitening, bridges, bone grafts, root canals, tooth extractions</i> ✓ <i>Eye, ear, nose, and throat treatments</i>

Antara 6 faktor tersebut yang membentuk produk wisata medis masing-masing memiliki empat komponen yang dibutuhkan dan saling mempengaruhi. Keempat komponen terdiri dari fasilitas medis dan layanan terkait, akomodasi dan layanan F & B, fasilitas wisata dan layanan terkait, serta kebijakan pemerintah dan faktor sosiokultural. Membentuk enam wisata medis ini sebenarnya merupakan peluang besar untuk tujuan wisata, di negara tropis, tidak terbatas pada Indonesia, dan bahkan Bali.

Bali telah dikenal sebagai salah satu tujuan wisata internasional terbaik, bahkan TripAdvisor sebagai situs web acuan terkemuka telah menamai Bali sebagai tujuan terbaik di 2016. Pulau ini terkenal dari budaya dan alamnya, yang dapat menarik jutaan pengunjung setiap tahun. Pulau ini tidak hanya terkenal dari pantai, tempat wisata alam, danau, bukit, tetapi juga dari perkebunan. Salah satu desa yang terkenal adalah desa Wanagiri, Bedugul, yang terletak di daerah pegunungan dan dekat dengan pusat studi tanaman di Kebun Raya Eka Karya, tentu saja, memiliki potensi untuk jumlah tanaman Medis yang tersedia.

Sayangnya, desa ini tidak berkembang dengan baik. Kekayaan sumber daya alam medis belum dikelola oleh para pemangku kepentingan pariwisata. Mempertimbangkan lokasi, bisnis medis pariwisata dapat dikembangkan di daerah ini. Selain itu, jenis penyembuhan di usada, yang juga merupakan perawatan khas Bali akan menarik untuk digabungkan menjadi produk wisata medis.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan pariwisata medis di Indonesia khususnya Bali juga memiliki peluang untuk tumbuh lebih besar, dengan potensi Bali sebagai tujuan wisata yang sangat populer di dunia. Maka kreativitas dalam menciptakan produk wisata baru sangat dibutuhkan, salah satunya adalah melalui wisata medis. Bali adalah tujuan wisata yang memiliki

perencanaan pariwisata berbasis budaya, oleh karena itu sangat tepat jika produk wisata yang ditawarkan memiliki keaslian atau keunikan yang berasal dari budaya Bali itu sendiri. Dalam konsep produk pariwisata medis budaya Bali termasuk dalam kelompok alternatif, terapi dan perawatan di mana budaya memiliki istilah Usada.

Usada adalah pengetahuan tentang obat tradisional Bali, sebagai sumber konsep untuk memecahkan masalah kesehatan. Usada adalah alat yang ampuh untuk kampanye pariwisata medis di pulau ini. Ini juga merupakan titik diferensiasi antara pariwisata medis yang akan dilaksanakan di Bali, dibandingkan dengan tujuan wisata medis serupa lainnya seperti Singapura, Kualalumpur, Bangkok, dan Makau. Dengan menguasai konsep usada dan memanfaatkannya dalam kerangka konseptual di bidang pencegahan, pengobatan, rehabilitasi dan penelitian berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang kesehatan. Kata usada berasal dari kata ausadhi (bahasa Sansekerta) yang berarti tumbuhan yang mengandung sifat-sifat Medis. Kata usada tidak asing bagi orang-orang di Bali, karena kata usada sering digunakan dalam percakapan sehari-hari dalam hal merawat orang sakit.

Sehubungan dengan pariwisata medis, usada adalah bagian dari produk wisata medis yang dibagi berdasarkan berbagai jenis layanan yang ditawarkan oleh layanan medis. Dalam pelaksanaannya Usada lebih banyak menggunakan tanaman Medis, di mana tanaman ini tumbuh dan berkembang dengan sangat baik di Bali, terutama di Desa Wanagiri, Bedugul.

3. TANAMAN OBAT DI SEKITAR DESA WANAGIRI

Tanaman obat dan manfaatnya dalam budaya Bali termasuk dalam usada (obat tradisional Bali) yang secara khusus dijelaskan dalam Lontar Usada Taru Pramana. Di lontar, dijelaskan bahwa ramuan obat berasal dari

pertumbuhan tanaman. Mitologi tumbuhan yang bisa berbicara dan bercerita tentang keampuhan dirinya. Penggunaan tanaman medis untuk menyembuhkan penyakit dan mengobati kesehatan telah dilakukan selama berabad-abad. Dari catatan sejarah, orang pada umumnya memahami banyak hal tentang tanaman yang berguna sebagai obat dan cara menggunakannya. Tanaman yang merupakan bahan baku obat tradisional tersebar di seluruh Indonesia. Di hutan tropis Indonesia ada 30.000 spesies tanaman. Dari jumlah ini sekitar 9.600 spesies diketahui berkhasiat obat, tetapi hanya 200 spesies yang telah dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam industri obat tradisional (B. Utomo, 2011:4).

Tanaman medis adalah tanaman yang memiliki sifat medis dan digunakan untuk penyembuhan dan pencegahan penyakit. Pemahaman tentang sifat medis adalah mengandung zat aktif yang berfungsi untuk mengobati penyakit tertentu atau jika tidak mengandung zat aktif tertentu tetapi mengandung efek yang dihasilkan / sinergi dari berbagai zat yang berfungsi untuk menyembuhkan. Tanaman medis didefinisikan sebagai spesies tanaman parsial, tanaman utuh dan atau eksudat tanaman digunakan sebagai obat, bahan, atau jamu. Secara umum, tanaman Medis menjadi tiga kelompok (B. Utomo dkk, 2007:11), yaitu:

1. Tanaman Tradisional adalah jenis tumbuhan yang diketahui atau diyakini memiliki khasiat medis dan telah digunakan sebagai bahan baku obat tradisional.
2. Tanaman medis modern adalah spesies tanaman yang telah terbukti secara ilmiah mengandung senyawa medis atau bahan bioaktif dan penggunaannya dapat dipertanggungjawabkan secara medis.
3. Potensi tanaman medis adalah spesies tanaman yang diduga mengandung atau memiliki senyawa atau bahan bioaktif Medis atau Medis tetapi belum terbukti kegunaan medis-ilmiahnya sebagai agen Medis.

Sedangkan Kementerian Kesehatan RI mendefinisikan tanaman Medis Indonesia seperti yang tercantum dalam Keputusan Menteri Kesehatan Nomor 149 / SK / Menkes / IV / 1978, yaitu:

1. Tanaman atau bagian tanaman yang digunakan sebagai bahan obat tradisional atau jamu.
2. Tanaman atau bagian tanaman yang digunakan sebagai bahan awal bahan baku obat (prekursor).
3. Tanaman atau bagian dari tanaman diekstraksi dan ekstrak tumbuhan digunakan sebagai obat.

Tanaman medis biasanya tumbuh di tanah atau tanah yang dianggap tidak produktif seperti lereng atau jurang, cekungan sungai, dan rumah di halaman belakang. Efek samping obat tradisional relatif kecil bila digunakan dengan benar, termasuk kebenaran materi, ketepatan dosis, ketepatan waktu penggunaan, ketepatan penggunaan, akurasi tinjauan informasi, dan tanpa penyalahgunaan obat tradisional itu sendiri (Raymond, 2008). Meski masih memiliki kelemahan yaitu penggunaan atau pengolahan yang tidak praktis, kelebihan atau manfaat menggunakan tanaman medis menurut Dr. Budi Utomo, antara lain:

1. Tidak ada efek samping yang akan digunakan jika itu seperti yang direkomendasikan.
2. Efektif untuk menyembuhkan penyakit tertentu yang sering sulit disembuhkan oleh obat-obatan kimia.
3. Murah, mengingat itu umumnya ditanam di pekarangan rumah, yang paling umum ditemukan tumbuh liar, di kebun atau sawah sekitar.
4. Perawatan umumnya dapat dilakukan oleh anggota keluarga saja tanpa bantuan medis atau paramedis.

Peluang untuk pengembangan budidaya tanaman obat masih sangat terbuka lebar seiring dengan pertumbuhan jamu industri, obat-obatan, herbal, fitofarmaka dan kosmetik tradisional. Dalam kaitannya

dengan pariwisata, penggunaan tanaman medis tentu bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengetahui jenis, pemanfaatan dan pengolahan tanaman medis untuk siap konsumsi. Selain itu, khasiat tanaman medis untuk menyembuhkan penyakit dan mengobati kesehatan bisa menjadi layanan medis bagi wisatawan.

4. OBJEK WISATA DAN OBJEK WISATA DI DESA WANAGIRI, BEDUGUL

Desa Wanagiri, Bedugul adalah kecamatan Sukasada yang terletak sekitar 15 km di Kabupaten Buleleng Kabupaten Buleleng. Posisinya sangat strategis karena merupakan salah satu kecamatan penyangga lumbung padi Kabupaten Buleleng. Batas-batas Desa Wanagiri, Bedugul dibagian utara berbatasan dengan Desa Gitgit dan Gobleg Buleleng, dibagian timur berbatasan dengan Kebun Raya Bukit Bedugul dan Eka Karya, dibagian selatan berbatasan dengan Kecamatan Baturiti, dan dibagian barat berbatasan dengan Kebun Raya Bukit Bedugul dan Eka Karya

a. Kondisi Fisik

Desa Wanagiri, Bedugul termasuk dalam daerah pegunungan berbukit di utara dan lereng ke arah selatan dengan morfologi dan ketinggian wilayah dengan pembagian berikut : kemiringan 5-40% dengan topografi berbukit yang terletak sebagian besar di wilayah utara, sedangkan dengan tipe morfologi bergelombang (kemiringan 2-5%) terletak sebagian besar di wilayah selatan, untuk lereng 0-2% yang menempati wilayah selatan di sebelah tenggara. Curah hujan relatif besar di wilayah utara (pegunungan dan berbukit), dengan batas-batas seperti yang disebutkan di atas.

b. Kondisi Perekonomian

Penggunaan lahan di Wilayah Desa Wanagiri, Bedugul digunakan untuk sawah dan sisanya digunakan untuk permukiman dan penggunaan lainnya. Struktur ekonomi di Desa Wanagiri, Bedugul masih merupakan pola agraris yang terbukti dengan pemanfaatan lahan basah yang optimal oleh masyarakat.

Potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Wanagiri, Bedugul yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata medis terletak pada keanekaragaman vegetasi tumbuhan, terutama tanaman medis. Hampir semua rumah di Desa Wanagiri, Bedugul membudidayakan tanaman obat di rumah atau tanah yang tidak digunakan. Selain itu, situasi geografis Desa Wanagiri, Bedugul, yang terletak di daerah perbukitan dan kondisi iklim yang dingin menyebabkan tanaman tumbuh liar di jalan desa dan semak-semak, di mana tidak jarang tanaman ini dapat dimanfaatkan sebagai tanaman medis.

Daya tarik lain terletak pada kehidupan sosial masyarakat Desa Wanagiri, Bedugul. Penduduk Desa Wanagiri, Bedugul tidak hanya menanam tanaman Medis tetapi juga memiliki pengetahuan tradisional tentang pemanfaatan dan pengolahan tanaman medis dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk perawatan kesehatan keluarga. Tanaman obat diolah dalam bentuk lolo dan herbal dan ada juga tanaman medis yang diolah menjadi makanan seperti bubur. Selain digunakan untuk perawatan kesehatan, tanaman medis juga digunakan untuk menyembuhkan penyakit, seperti daun binahong, jahe merah, daun wungu, alpukat. Selain vegetasi tanaman medis dan kehidupan sosial masyarakat desa, Desa Wanagiri, Bedugul juga memiliki kondisi alam yang masih alami dan kondisi iklim yang sejuk sehingga ada beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Desa Wanagiri, Bedugul seperti Treking dan tamasya.

c. Aksesibilitas

Lokasi Desa Wanagiri, Bedugul cukup strategis, dapat diakses melalui jalan raya provinsi Bedugul-Singaraja dengan melakukan perjalanan \pm 30 menit dari pusat kota Buleleng menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum. Secara umum kondisi fisik jalan dapat mendukung kegiatan pariwisata di Desa Wanagiri, Bedugul.

d. Fasilitas

Fasilitas yang tersedia di desa Wanagiri, Bedugul secara umum dapat mendukung pengembangan pariwisata di desa. Fasilitas yang terdapat di Desa Wanagiri, Bedugul meliputi penginapan, restoran, pasar tradisional, minimarket, tempat ibadah, namun jumlahnya masih terbatas.

e. Ancillaries

Pemerintah Desa Wanagiri, Bedugul terdiri dari Kepala Desa, yang selanjutnya disebut Perbekel dan perangkat desa sebagai unsur pemerintahan desa. Tugas dan wewenang Perbekel salah satunya adalah urusan masyarakat adalah pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan kehidupan sosial budaya masyarakat yang meliputi bidang kesehatan, pendidikan, kepabeanaan, dan bidang lainnya.

5. TINJAUAN PENGEMBANGAN PRODUK WISATA MEDIS DI DESA WANAGIRI, BEDUGUL

Gambaran perkembangan produk Wisata Medis di Desa Wanagiri, Bedugul, dijelaskan melalui analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pengembangan produk wisata, sebagai berikut :

a. Kekuatan

Desa Wanagiri memiliki 4 kekuatan yang menopang keberadaan desa itu sendiri, yang meliputi :

- 1) Keanekaragaman vegetasi tumbuhan medis yang dimiliki oleh masyarakat Desa Wanagiri, Bedugul. Desa Wanagiri, Bedugul

memiliki kelebihan tersendiri di mana di Desa Wanagiri, Bedugul sendiri banyak ditumbuhi beberapa jenis tanaman medis yang digunakan sebagai bahan utama dalam wisata medis. Jadi ketersediaan dalam memasok bahan utama produk dijamin. Berbagai varietas tanaman obat yang tumbuh di sekitar Desa Wanagiri, Bedugul beberapa diantaranya adalah sejenis tanaman obat yang tumbuh di lokasi dan iklim tertentu sehingga tidak semua tanaman medis dapat tumbuh di berbagai daerah sehingga jenis vegetasinya disesuaikan dengan tekstur tanah, dan iklim sekitar. Ini menjadi kekuatan masyarakat Desa Wanagiri, Bedugul dalam mengembangkan wisata medis.

- 2) Kehidupan sosial budaya masyarakat, dalam menerapkan pengetahuan. Di zaman modern seperti sekarang sangat menarik untuk berbicara tentang kehidupan masyarakat desa karena pola hidup mereka sangat berbeda dari masyarakat saat ini. Ketika kita berbicara tentang komunitas desa tidak akan terlepas dari gaya hidup tradisional baik dari segi interaksi sosial kehidupan dengan orang lain maupun dengan lingkungan sekitarnya yang masih didominasi oleh kebiasaan lama. Bea cukai adalah aturan yang mapan dan mencakup semua konsepsi sistem budaya yang mengatur tindakan atau perbuatan manusia dalam kehidupan mereka. Dengan demikian, masyarakat Desa Wanagiri, Bedugul tradisional dalam menjalankan hidup mereka berdasarkan cara atau kebiasaan lama masih diwarisi dari leluhur mereka. Kehidupan mereka belum begitu dipengaruhi oleh perubahan yang datang dari luar lingkungan sosial mereka. Budaya masyarakat tradisional adalah hasil adaptasi terhadap lingkungan alam dan sosial sekitarnya tanpa menerima pengaruh dari luar. Salah satu contoh yang digunakan untuk tanaman medis yang berfungsi sebagai alternatif dalam pengobatan yang bersifat tradisional yang didasarkan pada

filsafat budaya dan agama Hindu, sumber ajaran yang terkandung dalam lontar husada.

- 3) Lingkungan yang belum rusak. Kondisi lingkungan Desa Wanagiri, Bedugul masih terlihat masih indah dimana Desa Wanagiri, Bedugul belum tersentuh oleh berbagai perkembangan, dimana sebagian besar lahan digunakan untuk sawah. Tanah-tanah rumah dimanfaatkan sebagai pengembangan tanaman medis sehingga vegetasi berbagai jenis tanaman obat yang dikonservasi oleh masyarakat, serta yang tumbuh liar masih dilestarikan di habitatnya, sehingga kebutuhan akan kuantitas tanaman Medis masih terpenuhi. Kondisi fisik jalan di dalam desa sangat mendukung. Jalan ini sangat berpengaruh dalam mengembangkan daya tarik wisata yang potensial. Jika akses jalan untuk berwisata ke tempat wisata tidak mencukupi, pasti orang akan malas mengunjunginya. Akses jalan adalah salah satu kemudahan dalam kegiatan pariwisata dengan kondisi jalan yang baik, wisatawan akan merasa mudah untuk mencapai lokasi yang dimaksud.
- 4) Kondisi iklim dan keamanan yang mendukung. Kondisi iklim Desa Wanagiri, Bedugul stabil sehingga vegetasi tanaman Medis tetap terjaga, selain itu wisatawan dapat mengunjungi Desa Wanagiri, Bedugul tanpa hambatan apapun terhadap perubahan iklim. Selain iklim, faktor keamanan sangat mendukung tujuan untuk terus tumbuh. Stabilitas keamanan Desa Wanagiri, Bedugul sangat kondusif karena keterlibatan warga desa dalam memobilisasi persatuan dan kesatuan dalam semangat kerjasama antar warga desa masih sangat kuat.

b. Kelemahan

Desa Wanagiri juga memiliki beberapa kelemahan, berikut adalah paparan kelemahan Desa Wanagiri:

1) Kualitas Sumber Daya Manusia Lokal.

Sumber daya manusia lokal masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari tingkat pendidikan dan penghidupan mereka sebagian besar penduduk Desa Wanagiri, mata pencaharian Bedugul sebagai petani sehingga ini akan berdampak pada:

Sebuah kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan, potensi wisata masih minim dan tidak merata, dikarenakan; (1) keterampilan bahasa asing yang rendah, (2) kurangnya pengetahuan di bidang pariwisata, (3) kurangnya ahli. Dari beberapa hal di atas akan langsung mempengaruhi produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan.

2) Informasi Terbatas.

Ini biasanya sering dialami oleh masyarakat pedesaan, terutama masyarakat Desa Wanagiri, Bedugul. Keterbatasan informasi baik melalui media elektronik atau media massa tentang semua bentuk perubahan dan perkembangan global, yang dapat menyebabkan kesenjangan dalam berbagai aspek seperti pemahaman yang rendah, kurangnya kreativitas dan langkah-langkah inovatif dalam pengembangan produk pariwisata medis yang potensial. Juga disadari bahwa tidak semua masyarakat pedesaan dapat menggunakan teknologi informasi yang telah dikembangkan saat ini, salah satu contohnya adalah melalui internet.

3) Fasilitas Pendukung Masih Kurang.

Intinya, fungsi fasilitas harus untuk melayani dan memfasilitasi kegiatan atau kegiatan pengunjung / wisatawan yang dilakukan agar mendapat pengalaman rekreasi. Selain itu, fasilitas juga bisa menjadi daya tarik wisata. Fasilitas yang disajikan dengan wisatawan perhotelan yang menyenangkan bisa menjadi trik, di mana keramahan dapat mengangkat penyediaan layanan menjadi daya tarik wisata sehingga wisatawan benar-benar merasa puas tidak hanya dalam hal

perawatan medis tetapi juga dalam hal fasilitas pelayanan pariwisata. Namun ketersediaan fasilitas di Desa Wanagiri, Bedugul masih sangat terbatas dimana fasilitas seperti penginapan dan restoran masih sangat minim. Kelemahan fasilitas pariwisata menjadi kendala yang menjadi faktor pendukung pengembangan pariwisata medis.

c. Kesempatan

Berdasarkan kekuatan dan kelemahan Desa Wanagiri, berikut kesempatan/potensi yang bisa dikembangkan oleh masyarakat sekitar:

1) Produk pariwisata digolongkan baru.

Produk pariwisata medis merupakan salah satu produk wisata alternatif yang baru, walaupun di luar negeri juga memiliki jenis wisata yang sama tetapi jenis kemasan dan nilai filosofi sangat berbeda dan memiliki ciri tersendiri yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan, dan tingkat persaingan di dalam industri pariwisata tidak terlalu ketat.

2) Tren Meningkatnya Pariwisata Medis

Hal ini dapat dilihat telah muncul wisata medis di banyak negara sebagai bentuk perdagangan yang memiliki nilai tambah bagi produk pariwisata. Negara-negara ini telah secara aktif berkembang menjadi industri yang menerima dukungan dan investasi pemerintah. Diperkirakan bahwa industri pariwisata medis global saat ini menghasilkan pendapatan tahunan hingga US \$ 60 miliar (negatif 40 miliar), terhadap pertumbuhan tahunan sebesar 20% (Horowitz, Rosensweig, & Jones, 2007). Saat berada di Indonesia. Karena, selama ini model perawatan alternatif belum banyak digali, sementara banyak wisatawan asing datang ke Indonesia tertarik dengan obat alternatif semacam itu.

"Ini kenyataan. Banyak turis asing datang untuk menikmati perawatan kesehatan alternatif dan bisa menjadi bisnis wisata komersial,"

3) Segmen Pasar Nasional dan Internasional

Daya tarik wisata medis kepada konsumen (wisatawan) baik secara nasional maupun internasional terus berkembang. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan medis, dari 19 juta wisatawan pada tahun 2005. menjadi 25,8 juta pada tahun 2007, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 16,5% (RNCOS, 2008). Mengingat ini membuktikan bahwa saat ini banyak orang yang cukup tertarik dengan munculnya wisata medis. Ini merupakan peluang bagi Desa Wanagiri, Bedugul untuk bergerak di bidang pariwisata dalam mengembangkan pariwisata medis.

Memahami pengertian pasar pariwisata dapat dijelaskan melalui pemahaman permintaan pariwisata oleh (Mathieson dan Wall), adalah jumlah total orang yang bepergian atau ingin bepergian untuk menggunakan fasilitas dan layanan wisata di tempat yang jauh dari tempat mereka tinggal dan bekerja.

4) Budaya Bali

Hal ini didukung oleh pelestarian budaya Bali sebagai budaya lokal yang terus dilestarikan yang menjadi diri masyarakat Bali terutama Desa Wanagiri, Bedugul sehingga unsur-unsur nilai filosofis yang melekat dalam wisata medis tidak hilang dan terpelihara.

a) Sebagai salah satu langkah konservasi

Dengan adanya wisata medis dengan kata lain lingkungan alam yang ada di sekitar Desa Wanagiri, Bedugul banyak tumbuh-tumbuhan yang ditutupi dengan berbagai tanaman Medis akan dijaga.

b) Membuka bidang pekerjaan.

Dengan adanya wisata medis sebagai alternatif wisata di Desa Wanagiri, Bedugul secara otomatis akan diserap juga sejumlah tenaga kerja yang ada, baik dari pengembangan pariwisata

medisnya sendiri maupun dari fasilitas pendukung lainnya seperti akomodasi restoran dan fasilitas transportasi.

d. Ancaman

Selain kesempatan yang sudah dijelaskan di atas, ada juga ancaman-ancaman yang mungkin akan muncul.

1) Pembangunan yang tidak terkendali di Bali pada umumnya

Penetrasi industri pariwisata di Bali membawa dampak dan perubahan yang sangat pesat, terutama dalam hal pengembangan fasilitas infrastruktur pariwisata yang berdampak pada penggunaan lahan, hal ini dianggap mengancam keberlangsungan wisata medis di Desa Wanagiri, Bedugul karena dengan tidak terkontrol dapat mempengaruhi perubahan fungsi lahan pedesaan dari alam akan tersentuh oleh berbagai perkembangan yang pada akhirnya merusak nilai estetika tanah sebelumnya.

2) Adanya persaingan di antara pengembang produk sejenis

Hal ini dianggap sebagai ancaman karena kita menyadari bahwa khususnya di daerah Bali berbagai jenis tanaman medis juga banyak tersebar di beberapa tempat lain, terutama di desa-desa lain selain di Desa Wanagiri, Bedugul, dengan filosofi yang sama akan timbul persamaan atau kesamaan yang akan menyebabkan persaingan yang ketat di dalam wilayah Bali itu sendiri.

6. DESAIN PRODUK WISATA MEDIS DI DESA WANAGIRI

Produk yang kami desain di Desa Wanagiri, Bedugul dibagi menjadi dua jenis:

a. Belajar dan Berlatih Herbal

Paket wisata ini adalah paket wisata yang ditawarkan bagi mereka yang ingin mengetahui jenis tanaman medis dan proses pengolahannya. Kegiatan yang terkandung dalam paket ini dimulai dari pengenalan

tanaman medis untuk berlatih mengolahnya. Wisatawan tidak hanya mendapatkan pengetahuan tentang tanaman medis tetapi juga dapat menjaga kesehatan atau menyembuhkan diri dari stres dan rutinitas.

Sebuah. pengantar

Pada sesi ini wisatawan akan diberikan informasi awal tentang tanaman Medis (filosofi dan kegunaannya). Sesi pengenalan akan dipandu oleh kepala Desa Wanagiri, Bedugul yang didampingi oleh pemandu wisata.

1) Melacak di Sekitar Desa

Wisatawan akan diajak berkeliling desa untuk melihat langsung tanaman Medis ke ladang penduduk dan jalan desa. Waktu perjalanan sekitar 3-4 jam termasuk istirahat dan mengambil foto pemandangan sekitarnya.

2) Pembuatan Jamu (Minuman Herbal)

Dalam kegiatan ini, wisatawan akan diajak melihat proses pengolahan dan pengolahan langsung tanaman Medis menjadi herbal, boreh dan body mask dengan bahan yang telah disiapkan sebelumnya. Pemrosesan dilakukan berdasarkan resep yang telah dirancang oleh masyarakat setempat (tabel 3). Setelah sesi berakhir, wisatawan akan dilayani jamu / minuman herbal dan diberikan hadiah dari jamu.

3) Perawatan Selama Tinggal

Dalam produk kunci ini, pasien dengan tingkat penyakit kritis akan dipelihara di area khusus seperti sebuah penginapan, dengan kepastian untuk mendapatkan penyembuhan. Dalam bisnis perawatan, banyak tanaman medis di sekitar Desa Wanagiri, Bedugul akan ditambahkan dengan pengobatan alternatif Usada. Perawatan dan penginapan akan dipandu oleh dokter khusus, seorang ahli spiritual Bali, dan perawat siaga 24 jam. Jenis perawatan dan fasilitas yang diperoleh disesuaikan dengan harga yang dibayarkan.

b. Perawatan Kesehatan

Paket wisata ini adalah perawatan kesehatan dan penyembuhan penyakit dengan ramuan Medis tradisional. Wisatawan yang ingin melakukan aktivitas perawatan medis, akan dirawat dengan menggunakan ramuan obat tradisional sesuai dengan keluhan. Wisatawan akan dirawat di rumah-rumah penduduk, mengikuti aktivitas penduduk setempat dan dirawat dengan makanan dan minuman tradisional yang disesuaikan dengan keluhan kesehatan para wisatawan. Lama pengobatan 5-10 hari tergantung keluhan yang diderita pasien, biasanya untuk kasus penyakit ringan.

7. PRODUK PARIWISATA MEDIS

Harga produk yang ditawarkan akan sangat bervariasi tergantung pada jenis penyakit, usia, dan fasilitas yang akan dinikmati. Deskripsi harga produk akan dimasukkan dalam tabel di bawah ini.

Deskripsi Harga

Price Types	50\$/night	100\$/night	200\$/night
Time	1 – 3 night	1 – 3 week	1 – 2 month
Type of Disease	Low type of disease (rheumatism, gout, stress, insomnia)	Medium type of disease (addictive substance addiction, mild stroke, sexual dysfunction disorder)	High type of disease (diabetes, heart disease, amnesia, cancer)
Ages	20-40 years old	40-60 years old	60 years old
Facilities	Bedroom, Air conditioner, sport facilities	Bedroom, Airconditioner, medical therapy (1 time per day)	Bedroom with living room, air conditioner, private butler, and medical therapy (3 times in a day)

Kelebihan produk ini antara lain:

- a. Menawarkan konsep pariwisata unik yang menggabungkan kesehatan dan pariwisata, yaitu layanan medis alternatif.

- b. Wisatawan dapat memperoleh pengetahuan baru, terutama tentang tanaman medis dan pengolahannya dan merupakan pengetahuan asli Indonesia.
- c. Produk ini dapat dilaksanakan kapan saja, tidak dipengaruhi oleh musim dan didukung oleh kondisi geografis dan sosial desa dari masyarakat.
- d. Pengembangan produk ini selain memberikan manfaat kepada wisatawan juga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat desa dalam bentuk lapangan kerja dan konservasi alam.

Termasuk produk pariwisata baru, di mana belum banyak pesaing

8. SEGMENT PASAR

Untuk waktu yang lama, pasien mungkin mendapati diri mereka terpaksa membayar harga yang tidak mampu mereka bayar - kadang-kadang untuk operasi yang merupakan kebutuhan. Anda tidak harus membuat pilihan antara membayar sewa dan menjalani biaya medis yang mahal; Berkas pariwisata medis, ini sekarang menjadi kenyataan bagi banyak orang. Terbang ke luar negeri untuk kebutuhan medis Anda dapat sangat mengurangi pengeluaran Anda. Ribuan orang bergabung dengan revolusi pariwisata medis setiap tahun, terkadang menghemat banyak uang dalam prosesnya. Bahkan, laporan terbaru oleh firma konsultan manajemen memimpin, Deloitte, menyatakan bahwa pada tahun 2007 2m pengawas wisata Amerika untuk perawatan, dan tingkat itu kami akan tumbuh menjadi 6 juta pada tahun 2010 dan setinggi 20 juta pada tahun 2015.

Alasan lain untuk menuju ke luar negeri mungkin termasuk kemajuan teknologi atau perputaran yang lebih cepat dari konsultasi hingga prosedur daripada yang tersedia di negara asal pasien. Wisata medis dengan cepat menjadi cara yang diterima untuk memenuhi persyaratan

medis - baik untuk kosmetik, gigi, operasi atau alasan lainnya - sekarang ini adalah fenomena global yang terus berkembang. Analisis terkini dari pasar pariwisata medis menunjukkan:

- a. 45% orang Amerika Utara melakukan perjalanan ke Asia untuk perawatan medis di luar negeri, dengan 26% bepergian ke Amerika Selatan.
- b. 33% orang Eropa melakukan perjalanan ke Amerika Utara, 39% ke Asia dan 10% ke negara lain di benua itu
- c. 87% pasien wisata medis melakukan perjalanan dari Selatan ke Amerika Utara, bersama dengan 33% pasien Eropa dan 58% dari Timur Tengah

Berdasarkan statistik tersebut, program kami untuk pariwisata medis akan berfokus pada Amerika Utara dan Eropa yang ingin melakukan perjalanan ke Asia, untuk melakukan perawatan medis. Mereka memiliki profil unik seperti: biasanya sudah pensiun, bepergian dengan keluarga atau anak-anak, ingin tinggal cukup jauh dari pusat kota, dan tidak ingin menghabiskan banyak biaya transportasi.

Pasar yang kami layani adalah wisatawan asing dari semua lapisan masyarakat serta usia yang ingin melakukan perawatan kesehatan dan wisatawan yang ingin belajar teknik perawatan kesehatan tradisional Bali melalui tanaman medis dan produk susu mereka. Kami memilih pangsa pasar turis asing, terutama turis Eropa dan Amerika, karena di kalangan turis asing, terutama turis Eropa dan Amerika, terapi medis tradisional menggunakan tanaman medis sangat langka dan tentunya ini adalah daya tarik utama bagi segmen pasar ini. Selain itu, ada yang dilihat dari sisi pasar permintaan, pariwisata Back to Nature sangat populer oleh turis Amerika dan Eropa. Dengan kata lain, para wisatawan yang kami layani adalah wisatawan yang memiliki minat di bidang kesehatan, terutama kesehatan

tradisional. Pasar ini merupakan ceruk pasar (niche market), di mana masih belum banyak produk pariwisata yang melirik segmen pasar ini di Bali.

Tabel Segmen Pasar

	Demografi	Area
Main market segment	Retired, age above than 60 years old	Western Europe & North American
Second market segment	At the end of productive age	
Third market segment	Productive Age	

9. KESIMPULAN DAN SARAN

Desa Wanagiri, Bedugul memiliki kelebihan dalam kondisi alamnya yang menarik dan kedekatan posisinya dengan Kebun Raya Eka Karya sehingga memiliki potensi besar untuk industri perjalanan. Tur yang akan dijalankan di desa ini akan lebih spesifik karena akan bergantung pada kekayaan tanaman obat yang tumbuh di sekitar pedesaan ini. Hal lain adalah pengembangan berbagai jenis wisata alternatif dengan jenis wisata selama ini yang dikembangkan di daerah Bedugul.

Peluang untuk pengembangan budidaya tanaman obat masih sangat terbuka lebar seiring dengan pertumbuhan jamu industri, obat-obatan, herbal, fitofarmaka dan kosmetik tradisional. Dalam kaitannya dengan pariwisata, penggunaan tanaman medis tentu bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengetahui jenis, pemanfaatan dan pengolahan tanaman medis untuk siap konsumsi. Selain itu, khasiat tanaman medis untuk menyembuhkan penyakit dan mengobati kesehatan bisa menjadi layanan medis bagi wisatawan.

Setiap turis akan dikenakan biaya berbeda tergantung pada tingkat penyakit dan usia pasien. Selain itu, kegiatan pariwisata yang dipilih akan menentukan diversifikasi harga berikutnya. Diharapkan melalui kegiatan wisata alternatif ini, manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh wisatawan yang datang (tentu saja dalam bentuk penyembuhan penyakit), tetapi juga untuk masyarakat sekitar di Desa Wanagiri, Bedugul.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, N (2006) Horticulture which is considered as Medical plants in some governmental offices in Badung and Denpasar City. *Udayana Medical Journal*, 37 (131): 29-38.
- Atmodjo, Wasti. 2011. *Thriving spas draw tourists to Bali*. The Jakarta Post. February 12, 2011. <http://www.thejakartapost.com/news/2011/02/12/thriving-spas-draw-tourists-bali.html>.
- Bali to Become a Health Tourism Destination*. The Beat. March 10, 2011. <http://beatmag.com/latest-news/bali-to-become-a-health-tourism-destination.html>.
- B. Utomo. 2011. *Pengobatan Herba Kelas Professional*. Malang: School of Traditional Medicine PULE-3
- B. Utomo. 2007. *Dasar-Dasar Penyembuhan Tradisional*. Malang: School of Traditional Medicine PULE-3
- Chitakasem, Parita. 2011. *Spa tourism is big business in Asia Pacific*. Euromonitor Global Market Research Blog. January 11, 2011. <http://blog.euromonitor.com/2011/01/spa-tourism-is-bigbusiness-in-asia-pacific.html>.
- Ehrbeck, T.; Guevara, C.; and Mango, P.D. 2008. *Mapping the Market for Medical Travel*. The McKinsey Quarterly. May 2008. http://www.mckinseyquarterly.com/Mapping_the_market_for_travel_2134.
- Herrick, Devon M. 2007. *Medical Tourism: Global Competition in Healthcare*. National Center for Policy Analysis. November 2007. <http://www.unf.edu/brooks/center/pdfs/Medical%20Tourism%20Herrick.pdf>.
- Keckley, Paul and Underwood, Howard. 2008. *Medical Tourism: Consumers in Search of Value*. Deloitte. [http://www.deloitte.com/assets/DcomCroatia/Local%20Assets/Documents/hr_Medical_tourism\(3\).pdf](http://www.deloitte.com/assets/DcomCroatia/Local%20Assets/Documents/hr_Medical_tourism(3).pdf).
- Kelley, Edward. 2013. *Medical Tourism WHO Patient Safety Programme*. World Health Organization: A World Alliance for Safer Health Care.
- Lunt, Neil., Smith, Richard., Exworthy, Mark., Green, Stephen T. *Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review*. OECD. Directorate for Employment, Labour and Social Affairs.
- McKinsey & Company., 2008. *Effectively Characterizing Medical Travel: Current and Potential State*. Available from: <http://McKinseyQuarterly.com>.

- Raymond, Obomsawin .2008. The efficacy & safety of Traditional plant medicines. *National aboriginal health organization Ottawa, Ontario Canada.*
- Stephano, Renee-Marie and Erazo, Christin. 2009. *Health Tourism – The Integration of Health and Medical Wellness.* Health Tourism Magazine. July 15, 2009. <http://www.healthtourismmagazine.com/article-detail.php?issue=issue-1&article=Integration>.
- Woodman, F., 2007. *Patients Beyond Borders.* Deloitte Development LLC. “Medical Tourism: Consumers in Search of Travel.
- Youngman, Ian. 2009. *Medical tourism statistics: Why McKinsey has got it wrong.* International Medical Travel Journal. 2009. <http://www.imtj.com/articles/2009/mckinsey-wrong-medical-travel>.
- SK Menkes No. 149/SK/Menkes/IV/1978
www. PULE-3.com
www. wikipedia.com /tanaman obat

STUDI FENOMENOLOGI: HARMONISASI PARADOKS WISATA RAKYAT SEBAGAI AKSELERATOR PENGENTASAN KEMISKINAN DI BALI

Putu Devi Rosalina

Email: putudevi31@gmail.com

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BALI INTERNASIONAL

Abstract

This study aims to (1) know the development of popular tourism industry in Bali; (2) know Bali's poverty alleviation program and its constraints; and (3) know the contribution of tourism in poverty alleviation. The research was done through observation data collection technique and literature study, by using populist qualitative tourism analysis. Based on the results of research and literature study, it can be concluded that the Government's poverty alleviation program is currently not very effective with the main focus of material assistance, whereas the most crucial is education and learning so that they can save themselves to get out of the poverty cycle. This is then the main reason for the emergence of the concept of populist tourism by focusing on how society itself becomes the subject of tourism. The basic foothold is that local people who are better informed of their area and through popular tourism can earn a living and reduce the leakage of funds, as well as their initiatives to further preserve the environmental and cultural conditions that are important assets of tourism.

Keywords: *Tourism, Poverty Alleviation, Paradox, and Accelerator*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui perkembangan industri pariwisata populer di Bali; (2) mengetahui program pengentasan kemiskinan Bali dan kendala-kendalanya; dan (3) mengetahui kontribusi pariwisata dalam pengentasan kemiskinan. Penelitian ini dilakukan melalui teknik pengumpulan data observasi dan studi pustaka, dengan menggunakan analisis pariwisata kualitatif populis. Berdasarkan hasil penelitian dan studi literatur, dapat disimpulkan bahwa program pengentasan kemiskinan Pemerintah saat ini tidak terlalu efektif dengan fokus utama bantuan material, sedangkan yang paling penting adalah pendidikan dan pembelajaran sehingga masyarakat dapat menyelamatkan diri untuk keluar dari siklus kemiskinan. Inilah alasan utama munculnya konsep pariwisata kerakyatan dengan memusatkan perhatian pada bagaimana masyarakat itu sendiri menjadi subjek pariwisata. Pijakan dasar adalah bahwa orang-orang lokal yang mendapat informasi lebih baik

tentang daerah dan melalui pariwisata populer dapat mencari nafkah dan mengurangi kebocoran dana, serta inisiatif untuk lebih melestarikan kondisi lingkungan dan budaya yang merupakan aset penting pariwisata.

Kata Kunci: Pariwisata, Pengentasan Kemiskinan, Paradoks, dan Akselerator

1. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi industri terbesar di abad ini, hampir semua negara tertarik dan mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan devisa dan instrumen penting yang menggerakkan perekonomian, serta Indonesia, khususnya Bali. Provinsi Bali adalah provinsi kecil yang tidak memiliki sumber daya alam seperti beberapa daerah lain di Indonesia. Luas wilayah Bali hanya 0,29% (5.632,86 km²) dari seluruh Indonesia dengan populasi lebih dari 5 juta orang. Pemerintah Provinsi Bali menetapkan tiga pembangunan, yaitu: Pertanian dalam arti luas, industri kecil dan kerajinan rumah tangga, dan pariwisata. Pemerintah berupaya menjadikan ketiga prioritas ini bergerak maju secara bersamaan untuk menjadi lokomotif pembangunan Bali. Namun faktanya sektor yang tumbuh paling cepat masih dominan oleh industri pariwisata.

Secara geografis dan demografis, tidak dapat disangkal bahwa Bali memiliki keindahan alam dan keragaman budaya. Keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang unik ini kemudian menjadi daya tarik utama bagi orang luar untuk mengunjungi Bali. Pesatnya perkembangan pariwisata Bali membuat struktur ekonomi Bali menjadi sangat spesifik dan memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan provinsi lain di Indonesia. Ini mempertimbangkan ekonomi Bali yang dibangun dengan mengandalkan industri Pariwisata sebagai sektor terkemuka yang telah mampu mendorong perubahan dalam struktur ekonomi Bali. Perubahan dalam struktur ekonomi Bali juga terjadi ketika dilihat dari segi peluang kerja. Ternyata tren yang sedang terjadi adalah menurunnya pekerja yang

bekerja di sektor pertanian dan sebaliknya semakin banyaknya pekerja di sektor jasa.

Pemerintah Provinsi Bali melihat peran pariwisata dalam pembangunan Bali sangat menentukan. Peran tersebut dapat dilihat dari kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan penyerapan tenaga kerja. Peningkatan kunjungan turis ke Bali memiliki efek tidak langsung pada kontribusi sektor ini terhadap PDRB. Berdasarkan Statistik Pariwisata Bali oleh Kantor Dinas Pariwisata Bali (2013:5-35), meningkatnya jumlah kedatangan wisatawan asing (wisatawan) pada awal pelita pertama yang hanya 11.278 orang menjadi 170.505 pada akhir Pelita III, hingga saat ini telah mencapai 3.278.598 asing. wisatawan yang berkunjung ke Bali, serta pengeluaran sebesar US \$ 147,33 per hari untuk turis asing dan IDR. 494.000 untuk belanja wisatawan nasional Hal ini juga berkorelasi positif dengan peningkatan kontribusi untuk PDRB, yang didasarkan pada Data Bali Build (2013:3-35) kontribusi sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran dari 9,52% pada awal Pelita I (1969) menjadi 13,90% pada akhir Pelita III (1983) dan pada tahun 2013 sektor ini menyumbang 29,89% dari PDB Bali.

Sayangnya, kontribusi pariwisata yang cepat tidak mampu memberikan kesejahteraan yang merata bagi masyarakat. Hal ini disebabkan disparitas distribusi pendapatan yang tidak berpihak pada kelas menengah ke bawah. Bukti paling mencolok terlihat dalam distribusi pendapatan antar kelompok. Berdasarkan Biro Pusat Statistik Bali, persentase pendapatan yang diterima oleh 40% dari penerima pendapatan terendah pada tahun 2013 adalah 16,32%. Ini menunjukkan ketidakmerataan distribusi pada tingkat sedang, karena berdasarkan standar Bank Dunia, distribusi pendapatan dikatakan jika orang miskin menerima antara 12% -17%. Namun demikian, jika dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya, Bali mengalami disparitas yang signifikan dalam

penurunan. Diketahui bahwa pada tahun 2011 Bali mampu memposisikan diri dalam ketimpangan ringan, yaitu sebesar 17,20%, serta dalam dua tahun terakhir, termasuk 22,14% dan 20,75% pada tahun 2009 dan 2010 masing-masing. Padahal, berdasarkan perkembangan pesat pariwisata, sebagai kontributor kontribusi terbesar, pada 2011 pengeluaran per orang per hari untuk wisatawan asing mencapai US \$ 154,87 atau meningkat 5,07%. Demikian pula, pengeluaran per orang per hari untuk wisatawan domestik sebesar IDR 592.000 atau meningkat 17,7%.

Secara awam, tampaknya menegaskan bahwa pariwisata tidak membantu mempercepat pengentasan kemiskinan atau dampaknya tidak cukup signifikan secara langsung terhadap pemerataan kesejahteraan. Jika dilihat secara global, para ahli benar-benar menaruh harapan besar pada pariwisata dalam upaya untuk mengurangi kemiskinan. Bahkan Bank Dunia pada tahun 2000 mulai meluncurkan istilah Pariwisata Berbasis Komunitas untuk mengundang komunitas lokal untuk berpartisipasi aktif dan menikmati hasilnya sendiri. Pariwisata populis adalah apa yang sejauh ini didengungkan sebagai penyelamat paradoksal antara pariwisata dan kemiskinan, sehingga diharapkan akan ada mutualisme simbiosis berkelanjutan antara keduanya.

Meskipun demikian, praktiknya tidak semudah teori wacana, masih banyak kebocoran dana dan pelanggaran aturan yang tidak berpihak pada penduduk setempat, dan hingga akhirnya rantai kemiskinan berputar kembali. Meskipun Hendrayana (2012) mengungkapkan itu harus diakui bahwa tingkat pengangguran di Bali relatif rendah (2,04% pada Agustus 2012) bahkan yang terendah di Indonesia. Namun, ketimpangan pendapatan masih belum mencapai tingkat rendah, seperti yang terlihat dari Provinsi Bali 0,403 (BPS Provinsi Bali, 2013), yang untuk menyeimbangkan ketimpangan, Bali harus bekerja lebih keras untuk mencapai Rasio 0, dianggap efektif melalui pariwisata populer. Tetapi

pemerintah belum percaya pada kekuatan masyarakat lokal dalam mengelola pariwisata secara berkelanjutan, termasuk mengurangi kemiskinan, yang Woodly dalam Pitana (2006:32-37) mengungkapkan bahwa partisipasi masyarakat lokal merupakan prasyarat untuk pariwisata berkelanjutan.

Untuk lebih lanjut mengungkapkan bagaimana paradoks fenomena ini dan mencari solusi untuk mengatasinya diperlukan analisis yang lebih mendalam melalui Teori Fenomenologi. Seperti yang diungkapkan oleh Schutz (1967:21-29) bahwa fenomenologi menguji bagaimana suatu objek benar-benar memiliki makna, dan interpretasi muncul melalui indera yang hanya sebagai media. Lebih lanjut, Schutz (1967:29-36) menekankan bahwa fenomenologi menjelaskan bagaimana seseorang membangun makna dari luar atau dari arus utama pengalaman melalui proses tipifikasi. Meskipun fenomenologi cenderung subjektif, memiliki potensi untuk mengungkapkan apa dan bagaimana realitas itu terjadi lebih baik dan dapat mendukung yang lebih diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan. Dalam hal ini, studi fenomenologi dengan mengambil kasus pengaitan pengentasan kemiskinan melalui pariwisata populer memprioritaskan pandangan dan perspektif untuk kesejahteraan masyarakat sebagai subjek dan pengelola pariwisata berkelanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui perkembangan pariwisata populer di Bali; (2) untuk mengetahui program pengentasan kemiskinan Bali dan kendala-kendalanya; dan (3) untuk mengetahui kontribusi pariwisata dalam pengentasan kemiskinan. Oleh karena itu, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kontribusi pemikiran dan saran kepada semua pemangku kepentingan, seperti pemerintah, praktisi, dan masyarakat dalam rangka mensinergikan dan mengoptimalkan

pelaksanaan pariwisata populer dan kontribusinya dapat membantu mempercepat pengentasan kemiskinan. di Bali.

2. DASAR RELEVANSI PARIWISATA DAN KEMISKINAN

Kontribusi pariwisata tidak diragukan lagi telah membantu mengentaskan kemiskinan. Ini dinyatakan secara tegas oleh Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO) dalam Kode Etik Global bahwa:

Mengakui dimensi penting dan peran pariwisata sebagai instrumen positif menuju pengentasan kemiskinan dan peningkatan kualitas hidup bagi semua orang, potensinya untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dan sosial, terutama negara-negara berkembang, dan kemunculannya sebagai kekuatan vital untuk mempromosikan pemahaman internasional, perdamaian dan kemakmuran.

Jelas sekali bahwa pariwisata adalah instrumen positif untuk mengentaskan kemiskinan yang dapat mengarah pada pembangunan ekonomi dan sosial terutama untuk negara-negara berkembang, dan sangat penting untuk menjaga keharmonisan dan kemakmuran. Ini juga mengacu pada pentingnya peran pariwisata untuk mencapai tujuan Tujuan Pembangunan Milenium (MDGs), terutama untuk empat titik target utama, termasuk: MDG 1 pengentasan kemiskinan, persamaan MDG 3 Gender, MDG 7 kelestarian lingkungan dan MDG 8 pembangunan global kemitraan. Substansi ini kemudian dituangkan kembali ke dalam bab yang paling jelas bagi kesejajaran masyarakat lokal dari bab 1, 2 dan 3, yaitu kontribusi Pariwisata untuk saling pengertian dan rasa hormat antara masyarakat dan masyarakat; Pariwisata sebagai kendaraan untuk pemenuhan individu dan kolektif; Pariwisata, merupakan faktor pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan pernyataan itulah kemudian dirumuskan bagaimana langkah-langkah konkret dan strategis berupa properti pariwisata yang

efektif dan optimal dalam pengentasan kemiskinan di UNWTO tahun 2004 sebagai berikut:

- a. Kegiatan pariwisata dapat masuk ke desa-desa terpencil dan daerah-daerah pinggiran, di mana sebagian besar penduduk miskin berada.
- b. Kegiatan ekonomi dan bisnis pariwisata dapat diakses oleh usaha skala kecil dan menengah dengan modal terbatas dan berbagai tingkat keahlian.
- c. Kegiatan pariwisata juga dapat mendorong pengembangan sektor tradisional lainnya yang miskin, seperti pertanian dan kerajinan tangan, mengolah banyak.
- b. Pekerjaan pengrajin bersifat padat karya, sehingga dapat membuka berbagai peluang kerja bagi orang miskin baik formal maupun informal
- c. Daerah marjinal, tempat tinggal orang miskin, mungkin kaya sumber daya pariwisata, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan daerah lain ketika dikembangkan.

Dalam mengejar perwujudan sifat-sifat ini, perlu juga mengambil langkah-langkah yang dapat diimplementasikan untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang pro-masyarakat miskin oleh UNWTO tahun 2004 berikut:

- a. Bekerja untuk orang miskin dalam bisnis pariwisata
- b. Menyediakan barang dan jasa untuk bisnis pariwisata oleh orang miskin atau oleh perusahaan yang mempekerjakan orang miskin
- c. Menjual barang dan jasa langsung kepada wisatawan oleh orang miskin (ekonomi informal)
- d. Membangun dan menjalankan bisnis pariwisata oleh orang miskin, seperti usaha kecil dan menengah, atau perusahaan berdasarkan komunitas lokal (ekonomi formal)

- e. Pajak dan pungutan atas pendapatan atau keuntungan pariwisata diteruskan kepada orang miskin
- f. Memberikan atau dukungan sukarela oleh bisnis pariwisata dan wisatawan
- g. Investasi dalam pembangunan infrastruktur yang didorong oleh pariwisata juga harus menguntungkan masyarakat miskin di lingkungan, baik secara langsung maupun tidak langsung atau dengan mendukung sektor-sektor lain.

Mengacu pada apa yang telah dirumuskan oleh UNWTO, Indonesia juga telah meratifikasinya berdasarkan UU No. 10 tahun 2009 tentang Pariwisata, di Bab II; Pasal 4 telah secara eksplisit menjelaskan bahwa tujuan pariwisata salah satunya adalah untuk menghilangkan kemiskinan, sehingga ini dapat digunakan sebagai referensi untuk selalu memprioritaskan orang miskin.

3. PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI BALI

Awalnya, istilah pariwisata berbasis komunitas menjadi populer sejak tahun 2000. Bank Dunia meminta ini pada bulan Juli 2000, yang mulai mempertimbangkan bagaimana mengurangi kemiskinan melalui sektor pariwisata. Kemudian, ditemukan rumus dalam bentuk *community based tourism* (CBT), yang selanjutnya mengidentifikasi tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT, yaitu wisata petualangan, wisata budaya dan ekowisata. Dengan memfokuskan akomodasi keluarga kecil yang dimiliki sehingga pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, sambil menjaga dan melestarikan alam, seni, sosial budaya dan gaya hidup yang menjadi daya tarik utama suatu destinasi. Berikut ini diberikan penjelasan tentang pengembangan CBT di Bali dengan mengambil kasus di Jatiluwih, Munduk, Pejeng dan Pemuteran.

Sebagai turunan dari CBT, ada model turunan dari pengembangan pariwisata dalam bentuk Desa Wisata. Salah satu Desa Wisata yang bahkan diakui UNESCO, sebagai Warisan Budaya Dunia adalah Jatiluwih. Desa yang telah ditetapkan sebagai Desa Wisata sejak 1990 menawarkan daya tarik wisata yang sangat menarik yang menampilkan teras yang indah dan alami, serta kehidupan masyarakat yang sebagian besar mata pencaharian petani memainkan peran di dalamnya. Ini seperti siklus yang selalu dipegang oleh Jatiluwih, yaitu petani mendapat penghasilan dengan bekerja di ladang sambil menjaga integritas alam agar dapat disajikan kepada wisatawan. Bahkan, berdasarkan kunjungan Dinas Pariwisata Provinsi Bali tahun 2013 kunjungan ke Jatiluwih semakin meningkat.

Menurut Rukendi (2008:41-44) tiket masuk turis yang kemudian menjadi sumber pendapatan dibagi rata berdasarkan redistribusi sebagai berikut: 30% untuk Kantor Desa, 35% untuk Desa Tradisional Jatiluwih dan 35% untuk Desa Tradisional Gunung Sari. Dengan demikian, masyarakat lokal dapat mengelola pendapatan keuangan sendiri untuk kebutuhan desa, menghasilkan manajemen yang berkelanjutan. Jadi, seperti Zapata et al (2011:203-311) menunjukkan bahwa kebijakan pendukung top-down mungkin berguna untuk mendorong potensi ini untuk pertumbuhan menuju pembangunan yang lebih berkelanjutan. Secara lebih luas, ini juga berdampak baik pada penurunan penduduk miskin di Kabupaten Tabanan pada tahun 2011 hingga 2012 sebesar 13,22%. Namun sayangnya, meskipun peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara bertahap, itu tidak menjamin penurunan tingkat kemiskinan juga, seperti yang terlihat dari kembalinya orang miskin di kabupaten Tabanan sebesar 7,14%. Meski tidak terlalu besar, ini harus dibenahi untuk kemungkinan kebocoran dana atau distribusi pendapatan yang kurang merata, oleh karena itu model top-down ini harus tetap ditonton lagi oleh keberlanjutan pemerintah.

Berbeda dengan yang top-down, sekarang beberapa daerah mulai terlihat berkembang sendiri dengan inisiatif untuk mengelola keunikan alam dan budaya menjadi daya tarik wisata, model ini kemudian disebut sebagai bottom-up. Berdasarkan lokakarya bertajuk IPEC (Indonesia Poverty and Empowerment Conference) 2014 telah diakui Desa yang dapat mengembangkan daerahnya sebagai objek wisata independen, antara lain: Desa Pejeng, Desa Munduk dan Desa Pemuteran. Ini juga tidak dapat dipisahkan dari para pionir dan pengusaha yang berani memadukan potensi lokal dan menyediakan akses ke pariwisata. Salah satu motivasi wisatawan untuk berwisata adalah menikmati suasana baru dan ketiga desa mampu memenuhi dengan karakteristik unik, Desa Munduk dengan pesona alamnya, Desa Pemuteran dengan terumbu karang dan Desa Pejeng dengan situs arkeologi dan pertaniannya.

Desa Munduk terletak di Kabupaten Banjar, Kabupaten Buleleng; desa ini baru dikenal di arena internasional dan dikembangkan pada 1990-an, yang pertama kali dipelopori oleh Nyoman Bagiarta yang juga pemilik penginapan terbaik di Desa Munduk, Puri Lumbung Cottages. Desa, yang berjarak 60 km dari Denpasar, memadukan keindahan alam yang belum tersentuh oleh perkembangan industri dan globalisasi dan dikemas dalam suguhan ekowisata. Memasuki desa Munduk, wisatawan akan dikelilingi oleh perkebunan, sawah dan perbukitan yang lebih luas dari pemukiman warga negaranya. Tidak ada gedung pencakar langit, kebisingan kendaraan bermotor, apalagi polusi udara. Udara sejuk juga menambah kenyamanan wisatawan. Tempat wisata yang dapat dilakukan seperti trekking, interaksi dekat dengan penduduk setempat, belajar memasak makanan Bali, belajar menari, bermain musik tradisional, dan banyak lagi. Desa ini berkembang dengan sendirinya seiring dengan meningkatnya jumlah kedatangan wisatawan dan kesadaran masyarakat setempat untuk mendapatkan penghasilan selain bertani, dengan mengubah rumah menjadi tempat

tinggal bagi wisatawan. Ada juga yang menggunakan seni kreativitas dalam bentuk suvenir yang dapat menghasilkan nilai ekonomi.

Ada juga desa yang belum tersentuh oleh gemerlapnya pariwisata, tetapi desa ini terletak di samping Ubud, yang sebenarnya menjadi salah satu ikon pariwisata Bali, ini adalah Desa Pejeng yang terletak di kabupaten Gianyar. Desa ini penuh dengan keunikan alam, seni dan warisan budaya berupa arkeologi yang semakin gencar mendongkrak pariwisata dan memperkenalkannya kepada wisatawan. Salah satu programnya adalah melalui pertunjukan berjudul Keajaiban Budaya Kinerja Royal Pejeng di Puri Agung Soma Negara Pejeng. Pertunjukan seperti ini rencananya akan rutin diadakan setiap bulan purnama dengan pementasan kesenian, khususnya seni tari topeng tradisional yang sesuai dengan potensi Kelurahan Pejeng. Desa ini cenderung memprioritaskan unsur budaya dan sejarah sebagai daya tariknya, yang tentunya membutuhkan partisipasi masyarakat baik dalam pemeliharaan maupun kinerjanya. Daya tarik tersebut misalnya dalam bentuk pelestarian budaya yang menyimpan arca-arca kuno seperti Pura Kebo Edan, Pura Arjuna Metapa, Candi Kelebutan, Pura Ukur-Ukuran. Ini juga memiliki tradisi yang unik, yaitu upacara perayaan atau odalan di Pura Penataran Sasih. Pada upacara ditampilkan berbagai kesenian seperti Siat Sampian (War of Janur), yang berarti gotong royong dan kebersamaan.

Objek wisata lain yang tidak kalah memesonakan adalah wisata bahari, berdasarkan Laporan dari WWF (World Wide Fund) tahun 2007, sekitar 80 persen pendapatan masyarakat Bali terkait dengan pariwisata, salah satunya adalah wisata bahari (Asdhiana, 2013). Ini juga menjadikan Desa Pemuteran sebagai salah satu Desa yang semakin terkenal. Berawal dari kepedulian I Gusti Agung Prana terhadap kerusakan alam yang terjadi di Pemuteran pada tahun 1990-an, yaitu hutan yang ditebangi dan terumbu karang dihancurkan oleh kegiatan penangkapan ikan yang tidak ramah

lingkungan, tetapi jika itu bisa dikelola dengan baik maka dapat menarik banyak wisatawan. Ini adalah dasar untuk mengajak masyarakat mengelola terumbu karang, kegigihan ini sukses hingga saat ini Pemuteran berhasil meliputi 2,5 hektar yang dibangun dengan teknik bio rock atau teknologi percepatan pertumbuhan terumbu karang dengan listrik. Tapi Prana mengklaim bahwa teknologi hanya pendukung, tetapi inti yang dihargai oleh para ahli ini adalah kesadaran dan partisipasi masyarakat setempat, dan inilah yang dunia ingin menginspirasi dunia. Dengan demikian, partisipasi masyarakat lokal adalah yang utama dan mutlak dalam mempromosikan pengembangan tujuan.

4. PROGRAM PENGENTASAN KEMISKINAN PROVINSI BALI DAN HAMBATANNYA

Indonesia selalu memiliki minat yang besar dalam penciptaan masyarakat yang adil dan makmur sebagaimana tercantum dalam paragraf keempat UUD 1945. Upaya pemerintah untuk berhasil meskipun lambat, menurut Analisis Profil Kemiskinan Nasional tahun 2013 mengungkapkan bahwa jumlah orang miskin pada tahun 2008 sekitar 34,96 juta orang mengalami penurunan sebesar 20,05% menjadi sekitar 28,07 juta orang.

Provinsi Bali memiliki 185.200 orang miskin dengan persentase 5,34% berada di pedesaan. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah, terutama melalui program Bali Mandara, mengurangi pengeluaran orang miskin melalui program jaminan sosial (JKBM, Beasiswa dan Korban) dan memastikan keberlanjutan bisnis miskin melalui program pemberdayaan miskin (Gerbangsadu, Simantri, Jamkrida, PNPM Perdesaan). Program pemerintah ini belum sepenuhnya berhasil, dilihat dari fluktuasi orang miskin di grafik 2.2. Berdasarkan grafik tampak bahwa ada peningkatan jumlah orang miskin, oleh karena itu lebih baik mempertimbangkan alternatif lain yang dapat mendukung dan

mempercepat program pemerintah, seperti yang diungkapkan oleh Korten dalam Pitana (2006:127-129) bahwa:

“Dalam banyak kasus, masyarakat lokal hanya menjadi penerima pasif dari pembangunan, yang pada akhirnya menyebabkan ketergantungan yang berlebihan. Hal ini terjadi karena pemerintah cenderung mematuhi teori modernisasi klasik dengan konsep rasionalisasi dalam pengelolaan sumber daya lokal, sehingga meniadakan pengetahuan dan kemampuan masyarakat lokal”.

Program pemerintah saat ini cenderung memberikan sesuatu yang bersifat amal alih-alih menerapkan bagaimana membantu masyarakat belajar untuk membantu diri sendiri keluar dari kemiskinan, atau membantu orang untuk membantu orang (Soetomo dalam Arieta, 2010:75). Lebih lanjut dijelaskan proses pemberdayaan masyarakat meliputi tahap-tahap berikut: (1) Tahapan penggalian dan penjangkauan masyarakat dengan motivasi dan proses kesadaran kelompok; (2) Tahapan pembentukan dan pemahaman organisasi tentang prinsip-prinsip dan kerjasama yang mendukung diri sendiri; (3) Tahap konsolidasi dan stabilisasi masyarakat yaitu penerapan prinsip manajemen dalam organisasi; (4) Tahap pengembangan produksi dan pemasaran adalah dengan meningkatkan bisnis dan kewirausahaan; (5) Tahap takeoff mampu mempertahankan kontinuitas grup, mampu berpartisipasi dalam upaya pengembangan (Mualifaf dalam Arieta, 2010).

5. KONTRIBUSI PARIWISATA DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN

Pariwisata massal seakan masih prima dona dan fokus utama dari beberapa pelaku pariwisata, tak heran banyak media yang lebih bangga dengan jumlah kunjungan yang fantastis daripada peduli dengan bagaimana dampak serbuan wisatawan ini. Prinsip inilah yang kemudian

semakin mendesak masyarakat lokal untuk terpinggirkan dan hanya menjadi pendukung, bahkan keparahan penonton kemewahan pariwisata semakin berkembang saat ini. Pertanian yang dulunya karakter utama, sekarang hanya ekstra enggan melirik, dan itu menciptakan kebocoran dana. Dengan cepat menyadari pentingnya sinergi dari dua aktor ini, yaitu melalui konsep yang berjudul CBT yang mempromosikan partisipasi masyarakat lokal untuk mengembangkan pariwisata.

Dengan mengambil pariwisata populer, lihat dari jumlah orang miskin yang sebagian besar berada di daerah pedesaan. Berdasarkan data Bali BPS bahwa pada Maret 2014 ada 85.300 orang miskin di daerah pedesaan, yang meningkat 5,34%. Jika dibandingkan dengan penduduk perkotaan yang hanya meningkat sebesar 4,01%. Juga disebutkan bahwa berdasarkan Data Bangunan Bali tahun 2013 meskipun sektor pertanian dalam arti luas menempati posisi teratas sebagai mata pencaharian, tetapi telah menurun secara bertahap dan digantikan dengan posisi pariwisata, dalam hal ini sektor Perdagangan, Restoran dan Layanan Akomodasi.

Bahkan, menurut Biro Pusat Statistik Bali, meskipun pertumbuhan ekonomi Bali mencapai 6,7%, tercatat bahwa penduduk miskin pada Maret 2014 adalah 185.200 orang atau meningkat 0,04% dibandingkan dengan data September 2013. September 2013, jumlah penduduk miskin perkotaan mengalami penurunan sebesar 3,1% sementara penduduk miskin pedesaan meningkat sebesar 6,5%. Ketimpangan distribusi pendapatan masyarakat Bali berada dalam kategori sedang, dilihat dari Rasio Gini di 0,403 pada tahun 2013, lebih baik dari tahun sebelumnya yaitu 0,43. Akhirnya, meskipun kemiskinan adalah masalah kompleks yang tidak dapat diselesaikan dengan satu cara, setidaknya kita masih dapat mengandalkan pariwisata, mengutip dari Zapata dkk (2013):

“Kemiskinan adalah salah satu masalah meta kemanusiaan yang tidak ada jawaban atau solusi unik. Berbagai tindakan diperlukan untuk

memberantas kemiskinan dan, dalam keadaan tertentu seperti yang telah disimpulkan di atas, CBT dapat memberikan kontribusi”.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kontribusi pariwisata memang telah diakui secara internasional, karena UNWTO mengungkapkan bahwa pariwisata menyumbang 9% dari total PDB, 1 dari 11 pekerjaan di seluruh dunia dan merupakan kunci bagi pembangunan ekonomi. Bahkan, pariwisata memiliki dampak yang luar biasa pada sosio-budaya, lingkungan dan ekonomi. Ironisnya, masih ada paradoks, terutama antara pariwisata dan kondisi ekonomi, pariwisata harus dibarengi dengan kesejahteraan rakyat, tetapi masih terlihat peningkatan jumlah penduduk miskin. Program pengentasan kemiskinan Pemerintah saat ini tidak terlalu efektif dengan fokus utama bantuan materi, sedangkan yang paling penting adalah pendidikan dan pembelajaran sehingga masyarakat dapat menyelamatkan diri sendiri untuk keluar dari siklus kemiskinan.

Inilah alasan utama munculnya konsep pariwisata kerakyatan dengan memusatkan perhatian pada bagaimana masyarakat itu sendiri menjadi subjek pariwisata. Pijakan dasar adalah bahwa penduduk lokal yang lebih tahu tentang wilayah dan melalui pariwisata populer dapat memperoleh penghasilan langsung dan mengurangi kebocoran dana, serta inisiatif untuk lebih melestarikan kondisi lingkungan dan budaya yang merupakan aset penting dari objek wisata. Dengan demikian, pariwisata yang pernah dituduh menyebabkan disparitas pendapatan dan meminggirkan masyarakat lokal kini ditolak oleh kehadiran pariwisata populer yang sebenarnya bertindak sebagai akselerator pengentasan kemiskinan.

Ada beberapa contoh pariwisata populer yang telah menuai dampak positif, seperti Desa Jatiluwih, Pejeng, Munduk dan Pemuteran.

Ini juga harus digunakan sebagai contoh untuk desa lain, dari bagaimana mengelola, memasarkan produk dan distribusi pendapat melalui sinergi dan kerja sama antara pelaku pariwisata, pemerintah dan adat istiadat. Selain itu, pemerintah juga harus mengawasi penerapan CBT dengan model top-down dan merangsang area lain, terutama yang belum tersentuh oleh pariwisata, untuk mengembangkan model bottom-up. Jadi pariwisata berkorelasi positif dengan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiani, Nyoman Dini. 2008. *Pengembangan Ekowisata yang Berbasis Masyarakat Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Kelurahan Serangan, Bali*. Jurnal Kepariwisata Indonesia, Vo.3, No.2, hal. 331-339. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata
- Arieta, Siti. 2010. *Community Based Tourism Pada Masyarakat Pesisir: Dampaknya Terhadap Lingkungan dan Pemberdayaan Ekonomi*. Jurnal Dinamika Maritim, Vol.2, No.1. Tersedia di <http://riset.umrah.ac.id/>
- Asdhiana, I Made. 2013. "*Lingkungan Pulih, Potensi Bali Membesar*". Tersedia di: <http://www.balipost.co.id/>
- Badan Pusat Statistik Bali. 2013. *Distribusi Pendapatan Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota Tahun 2013*. Tersedia di <http://bali.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2014. "*Jumlah Penduduk Miskin di Bali*". Tersedia di <http://bali.bps.go.id>
- Budhi, Made Kembar Sri. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengentasan Kemiskinan di Bali: Analisis FEM Data Panel*. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, Vol. 6, No. 1, hal. 1-6. Tersedia di: ojs.unud.ac.id
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2013. *Statistik Pariwisata Bali*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2014. *Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jatiluwih*. Tersedia di: www.disparda.baliprov.go.id
- Kementrian Sosial Republik Indonesia. 2014. *Analisis Profil Kemiskinan Nasional*. Tersedia di: www.slideshare.net
- Pemerintah Provinsi Bali Badan Perencanaan Pembangunan Daerah. 2014. *Data Bali Membangun 2013*. Denpasar: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

- Pitana, I Gde. 2002. *Apresiasi Kritis Terhadap Kepariwisata Bali*. Denpasar: PT The Works
- Pitana, I Gde. 2006. *Kepariwisata Bali dalam Wacana Otonomi Daerah*. Jakarta: Puslitbang Kepariwisata
- Rukendi, Cecep dkk. 2008. *Menanggulangi Kemiskinan Melalui Agrowisata dan Wisata Perdesaan yang Berkelanjutan*. Jurnal Kepariwisata Indonesia, Vo.3, No.4, hal. 503-510. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata
- Schutz, Alfred, 1967, *The Phenomenology of the Social World*. Evanston: Illinois Northwestern University Press.
- UNWTO. 2001. *Global Code of Ethics*. Tersedia di: www.unwto.org
- UNWTO. 2004. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guide Book*. Madrid, Spain: WTO
- UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Zapata, M.J et al. 2011. *Can Community-based Tourism Contribute to Development and Poverty Alleviation? Lessons from Nicaragua*. Current Issues in Tourism, Vol. 01, No. 1, pg. 1–25. Tersedia di <https://www.academia.edu/>

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DI TEBING BAR DAN CAFÉ KUPANG

Yudha Eka Nugraha

Email: yudhaekanugraha@gmail.com

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

The purpose of this research is to determine the effect of service quality on customer satisfaction in Tebing Bar and Cafe Kupang. The population of this study were guests who used the services of Tebing Bar and Cafe Kupang from April 2018 to June 2019, which were 3,424 guests who visited and sought an average of 70 guests per day which were served by Tebing Bar and Cafe employees. Kupang. By using the Slovin formula, the authors took a sample of 97 respondents. Data obtained through questionnaires were then analyzed using quantitative research methods with descriptive analysis and simple linear regression analysis processed using the SPSS program. The results of this research through a simple regression analysis, shows that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction in Tebing Bar and Cafe Kupang services by 62% and the remaining 38% which is influenced by other factors. This means that if the quality of service is improved, customer satisfaction will also increase.

Keywords: *Quality, Tourist Satisfaction, Tourist*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menjawab masalah tersebut, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan di Tebing Bar dan Cafe Kupang. Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang menggunakan jasa Tebing Bar dan Cafe Kupang selama bulan April tahun 2018 sampai dengan bulan Juni tahun 2019 adalah 3.424 tamu yang berkunjung dan dicari rata-rata perhari tamu adalah sebesar 70 orang tamu yang ditangani oleh karyawan Tebing Bar dan Cafe Kupang. Dengan menggunakan rumus slovin, penulis mengambil sampel berjumlah 97 responden. Data yang diperoleh melalui kuesioner kemudian dianalisis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana yang hasilnya diolah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini melalui analisis regresi sederhana, diperoleh hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tebing Bar dan Cafe Kupang sebesar 62% dan sisanya 38% yang di pengaruhi oleh faktor lain. Artinya jika kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Wisatawan, Wisatawan

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang harus dicapai untuk terus mempertahankan kualitas pelayanan perusahaan yang lebih baik ke depannya, tentu bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang komersial sudah pasti memiliki target untuk memperoleh profit yang optimal. Didalam menjalankan sebuah bisnis, umumnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan, yang merupakan elemen penting dan menentukan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama pelayanan. Demikian pula dengan bisnis hospitality merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada asas kenyamanan, sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini dan tujuan perusahaan akan dapat terwujud. Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:119) kualitas berkaitan erat dengan kepuasan konsumen atau pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik konsumen. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dengan cara perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen atau pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan.

Sekalipun upaya mewujudkan keunggulan layanan bukanlah pekerjaan mudah, namun apabila sebuah organisasi mampu

melakukannya, maka manfaat yang didapat sangat besar, baik bagi perusahaan, konsumen, maupun karyawan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:123), kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Organisasi bisnis dan non bisnis pun berlomba- lomba mencanangkan langganan adalah raja "Kepuasan Anda adalah Tujuan Kami", "*We care for customer*" dan sejenisnya.

Tebing Bar dan Cafe Kupang yang merupakan cafe yang baru saja didirikan pada tanggal 15 September 2015 yang terletak di Jalan Yos Sudarso Tenau. Cafe ini memiliki daya tarik berupa pemandangan pantai yang menarik pengunjung yakni dapat melihat sunset yang indah dan tampilan makanan yang menarik. Tebing Bar dan Cafe Kupang memiliki karyawan berjumlah 7 orang diantaranya 2 karyawan perempuan dan 5 karyawan laki-laki. Kapasitas cafe ini dapat menampung kurang lebih 30 orang. Dari data di atas jenis tamu yang menggunakan jasa Tebing Bar dan Cafe Kupang antara lain: dewasa (*adult*) dan anak-anak (*child*)

Tabel 1.1 Data Tamu Tebing dan Bar Cafe 2017

No.	Bulan	Total Tamu
1.	Januari	878
2.	Februari	1.055
3.	Maret	1.056
4.	April	1.094
5	Mei	1.200
6.	Juni	1.201
	TOTAL	6.484

(Sumber: Tebing Bar dan Cafe Kupang,2017)

Berdasarkan observasi awal pada Tebing Bar dan Cafe Kupang, penulis melihat bahwa staf yang melaksanakan tugas dibagian Bartender dan kitchen masih terlihat kurang dalam memberikan kualitas layanan yang unggul untuk meningkatkan kepuasan pelanggan ditandai dengan munculnya berbagai masalah yang berakibat pada komplain oleh konsumen antara lain: kurangnya rasa tanggungjawab dalam memberikan

pelayanan, kurangnya rasa cepat tanggap terhadap pelanggan dalam mengatasi masalah.

Hal-hal seperti ini memerlukan tindakan perubahan yang nyata untuk menjaga kestabilan dan operasional perusahaan. Kualitas layanan yang unggul akan tercipta apabila dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Mengingat begitu pentingnya kualitas pelayanan yang berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Tebing Bar dan Café Kupang”.

2. KONSEP DAN TEORI

Pada konsep diuraikan definisi operasional penelitian agar tidak menimbulkan persepsi yang berbeda antara penulis/peneliti dengan pembaca. Adapun konsep yang digunakan adalah sebagai berikut ini.

2.1 Kualitas Layanan

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat sehingga cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik.

Menurut Tjiptono (2016:59) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang dapat diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Kotler dan Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa diantaranya yaitu

1. Berwujud (*tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan
3. Cepat tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan

pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.

4. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan yang dijanjikan terpercaya dan akurat serta konsisten.
5. Kepastian (*assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan konsumen.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dikutip

Giese dan Cote (Suryadana dan Oktovia, 2015:94) mengemukakan bahwa sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen namun secara umum tetap mengarah pada tiga komponen utama yaitu:

1. Respon tipe dan intensitas kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari sangat puas menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.
2. Fokus: fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual, dan toko.
3. Waktu respon: respon terjadi pada waktu tertentu antara lain setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2.3 Model Kualitas Layanan

Model kualitas layanan adalah suatu model yang menekankan pada pentingnya kualitas pelayanan yang diterapkan dalam rangka memberikan atau memenuhi kepuasan pelanggan ini juga dikemukakan oleh Gordon (Payangan,2014:147) yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah suatu mode pelayanan yang diterima pelanggan berdasarkan adanya hubungan interaksi, terciptanya lingkungan fisik, dan berorientasi tujuan. Dasar pemikiran ini berkembang menjadi satu model sebagai berikut:

1. Model kualitas interaksi yaitu suatu model yang diperkenalkan dalam memberikan suatu pelayanan berkualitas yang dapat mengubah sikap perilaku dan kemampuan (keahlian) dalam memberikan bentuk pelayanan memuaskan.
2. Model kualitas lingkungan fisik yaitu suatu model pemberian pelayanan sesuai dengan kondisi kenyataan fisik berdasarkan kondisi yang stabil (*abient contion*) sesuai dengan fisik (*phsycal desain*) dan adanya kondis lingkungan sosial (*environment social*).
3. Model kualitas hasil yaitu suatu model pemberian pelayanan yang diterima berdasarkan hasil tepat dursi waktu, penampakan fifik yang nyata dan valance (memberi kesan).

3. METODE

Sugiyono (2014: 6) menyatakan bahwa metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Metode penelitian meliputi prosedur dan teknik penelitian. Metode penelitian sangat penting untuk membantu memecahkan masalah-masalah penelitian. Dengan menguasai metode penelitian, bukan hanya dapat

memecahkan berbagai masalah penelitian, namun juga dapat mengembangkan bidang keilmuan yang digeluti.

Sebelum dilakukan penelitian, disiapkan rancangan penelitian dengan cakupan komponen-komponen yang diperlukan. Menurut Moleong (2000: 236), rancangan penelitian dapat membimbing peneliti dalam proses pengumpulan data, analisis, dan interpretasi yang dicapai dapat digeneralisasikan terhadap situasi-situasi yang berbeda. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2014: 21) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif yang diperoleh dari sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung suatu makna. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa: a) data gambaran umum lokasi penelitian, b) data informasi mengenai profi Tebing Bar dan Café Kupang, c) data hasil wawancara mengenai pelayanan di Tebing Bar dan Café Kupang. Data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka-angka atau perhitungan-perhitungan. Data kuantitatif yang digunakan berupa: a) data tabulasi hasil kuisisioner, b) data jumlah wisatawan yang mengunjungi Tebing Bar dan Café Kupang, dan c) data hasil olahan SPSS.

Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri yang dilengkapi dengan alat-alat bantu seperti alat tulis, alat rekam, kamera, kuisisioner dan pedoman wawancara. Kuisisioner disusun sesuai tinjauan pustaka yang digunakan, yaitu diturunkan dari variabel x : kualitas layanan dan variabel y : kepuasan wisatawan. Kuisisioner ini adalah instrument yang harus diisi

oleh responden untuk mengetahui hasil dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Tebing Bar dan Café Kupang.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013:115), populasi dari penelitian awal tamu berkunjung dari data tamu 3 bulan terakhir (April, Mei, Juni) adalah 3.424 orang. Bila menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan/presisi (e) sebesar 10%, maka diperoleh jumlah sampel yang layak dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis pendahuluan terdapat tiga uji diantaranya uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas data disertakan dengan hasil pengujian diantaranya:

a. Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui score masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka diterapkan kriteria statistik sebagai berikut: Instrumen dikatakan valid apabila semua indikator memiliki angka diatas nilai batas 0,30. Berikut adalah hasil uji validitas melalui SPSS I6 pada indikator-indikator kualitas pelayanan.

Tabel 4.1 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	KET
X	P1	0,938	0,30	VALID
	P2	0,973	0,30	VALID
	P3	0,951	0,30	VALID
	P4	0,973	0,30	VALID
	P5	0,976	0,30	VALID
	P6	0,936	0,30	VALID
	P7	0,962	0,30	VALID
	P8	0,948	0,30	VALID
Y	P1	0,792	0,30	VALID
	P2	0,782	0,30	VALID
	P3	0,795	0,30	VALID
	P4	0,743	0,30	VALID
	P5	0,788	0,30	VALID

(Sumber: Olahan Data Kuesioner 2018)

b. Uji Reliabilitas

Digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur

Tabel 4.2. Reliability Statistics Kualitas Layanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	8

(Sumber: Diolah Penulis melalui SPSS V.16 2018)

Dari perhitungan SSPS v.16 maka diperoleh nilai Cronbach's Alpha kualitas Layanan 0,986. Dengan demikian semua pernyataan dari kepuasan konsumen dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,60 (Sugiyono,2013).

Tabel 4.3 Reliability Statistics Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	5

(Sumber: Diolah Penulis melalui SPSS v.16 (2019))

Dari perhitungan SSPS v.16 maka diperoleh nilai Cronbach's Alpha kepuasan pelanggan 0,648. Dengan demikian semua pernyataan dari

kepuasan konsumen dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,60 (Sugiyono,2013)

Berdasarkan tabel di atas dari 97 orang responden presentase responden memilih sangat setuju 8 orang (8%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (31%) memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (11%), dan presentase tertinggi sebanyak 48 orang (49 %) memilih setuju. Total nilai rata-rata keseluruhan berjumlah 3,55

Tabel 4.4. Total Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel X

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	TOTAL	RERATA
1	Karyawan Tebing Bar Café memiliki kinerja yang baik saat melayani pelanggan.	10	30	40	17	0	97	3,3
2	Karyawan Tebing Bar Cafe memiliki karakter layanan yang berbeda dengan pesaing lainnya	20	35	30	12	0	97	3,0
3	Karyawan Tebing Bar Cafe dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan yang cepat.	18	42	17	20	0	97	4
4	Karyawan Tebing Bar Café memberikan pelayanan yang sesuai	23	32	40	2	0	97	4

	dengan yang di inginkan							
5	Karyawan pada Tebing Bar Café tergolong masih muda	20	32	27	18	0	97	4
6	Karyawan Tebing Bar Cafe dapat menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap	10	40	40	7	0	97	3,55
7	Karyawan Tebing Bar Cafe memiliki penampilan yang baik dan menarik.	12	40	35	10	0	97	3,56
8	Karyawan Tebing Bar Cafe memiliki kualitas yang berbeda dan membuat pelanggan datang kembali.	8	48	30	11	0	97	3,55
	TOTAL							28,96
	RATA-RATA							3,62

(Sumber: Data Olahan Kuesioner (2018))

Berdasarkan hasil dari total rekapitulasi penilaian responden di atas, menunjukkan bahwa nilai tertinggi berada pada pernyataan empat rata-rata sekur 4 yaitu Karyawan Tebing Bar Cafe dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan yang cepat, Karyawan Tebing Bar Cafe memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang di inginkan, dan Karyawan yang ada pada Tebing Bar Cafe tergolong masih muda.

Berdasarkan tabel di atas dari 97 orang responden presentase responden memilih sangat setuju 14 orang (14%), ragu-ragu sebanyak 24 orang (25%), tidak setuju 27 orang (28%) dan presentase tertinggi sebanyak 32 orang (33 %) memilih setuju. Total nilai rata-rata keseluruhan berjumlah 3,34.

Tabel 4.5 Total Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Y

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS	TOTAL	RERATA
1	Pelanggan merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan	12	38	32	15	0	97	3,5
2	Keluhan dan saran pelanggan selalu ditanggapi dengan baik	10	44	27	16	0	97	3,49
3	Pelanggan tidak complaint karena karyawan selalu melayani dengan profesional	7	38	35	17	0	97	3,42
4	Karyawan Tebing Bar Café memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang di inginkan	9	33	40	15	0	97	3,37
5	Pelanggan merasa nyaman dan senang saat berada di	14	32	24	27	0	97	3,34

Tebing Bar Cafe							
TOTAL							13,78
RATA-RATA							2,75

(Sumber: Data Olahan Kuesioner (2018))

Berdasarkan hasil dari total rekapitulasi penilaian responden di atas, menunjukkan bahwa nilai tertinggi berada pada pernyataan satu rata-rata skor 3,5 yaitu pelanggan merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan.

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana model summary, maka nilai Rsequare sebesar 62,0 yang diartikan variabel kualitas layanan (X) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) pada Tebing Bar dan Cafe Kupang sebesar 62,% . Sedangkan nilai R atau hubungan sebesar 0,787 yang berarti positif , yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.769	1.388		.554	.581
Totally	.591	.048	.787	12.374	.000

(Sumber: Data Olahan SPSS.V 16 2018)

Berdasarkan output SSPS Diatas menunjukkan bahwa model persamaan regresi yang diperoleh koefisien konstanta dan koefisien variabel yang berada di Unstandardized Coefficients B dengan taraf signifikan 0,00 maka diambil persamaan linear sederhana sebagai berikut

$Y = a + bx$ $Y = 769 + 591x$ jika nilai kualitas layanan sama dengan nol maka kepuasan pelanggan sebesar 769 Jika nilai kualitas layanan berubah atau dinaikan sebesar 1 poin maka kualitas layanan akan ikut naik sebesar 591 . Melalui hasil perhitungan uji regresi linear sederhana di ketahui bahwa ada hubungan positif antara kepuasan

pelanggan dan , semakin tinggi nilai variabel maka kualitas layanan semakin meningkat. Pengambilan keputusan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ maka hipotesis diterima dan dikatakan ada hubungan, demikian sebaliknya. Bisa juga dengan membandingkan nilai alpha (0,1) atau 10% dengan nilai signifikan (p-value), yakni: jika $p\text{-value} \geq 0,1$ maka H_0 diterima atau tidak terdapat pengaruh, sebaliknya jika $p\text{-value} \leq 0,1$ maka H_a diterima atau terdapat pengaruh.

d. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.769	1.388		.554	.581
Totally	.591	.048	.787	12.374	.000

(Sumber: Data Olahan SPSS.V 16 2018)

Dari hasil analisis SSPS diperoleh nilai t hitung sebesar 12.374 sedangkan t tabelnya 1.66071 pada tabel sig menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,1 % dengan demikian penulis mengambil kesimpulan H_0 di tolak dan H_a di terima maka hasil dari uji hipotesis adalah: pengaruh. variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu di tabing bar dan cafe kupang.

Dari semua indikator mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan diberi skor 1-5 yang menggambarkan tanggapan responden yang berjumlah 97 orang pelanggan Tebing Bar dan Cafe . Untuk mengolah data dari responden, penulis menggunakan alat bantu SSPS V.16 . Dari hasil olah data mengenai tanggapan responden menunjukkan bahwa nilai rata-rata berpengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 5, dinyatakan positif yang artinya mempunyai hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Instrumen dikatakan valid apabila semua indikator memiliki angka diatas nilai batas 0,30 dan dikatakan realibel apabila hasil uji yang didapat semua

pernyataan dari variabel X dan Y lebih besar dari 0,60. Dari pembahasan diatas maka dapat disimpulkan nilai rata-rata uji Validitas X sebesar 3,62 dan rata-rata validitas Y adalah sebesar 2,75.

Berdasarkan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang paling dominan atau tertinggi adalah laki-laki 59%, profesi terbanyak adalah mahasiswa 40 orang dengan presentase 51 %, dan berdasarkan usia paling tertinggi adalah responden yang berusia 15-25 tahun sebanyak 45 orang dengan presentase 36%. Sedangkan berdasarkan hasil nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($12.374 \geq 1.66071$) maka hipotesis diterima. Dan pada tabel signifikan/ p-value yang di peroleh adalah 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,1. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak H_a diterima. Maka hasil uji hipotesis adalah: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Tebing Bar dan Cafe Kupag sebesar 62,0% dan sisa 38% di pengaruhi oleh faktor lain seperti promosi dan harga .

5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dari pembahasan dan analisis di atas tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tebing Bar dan Cafe Kupang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, Dari perhitungan skor rata-rata tanggapan 97 responden terhadap variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 indikator yaitu Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), Empati (*emphaty*) dan 8 item pernyataan untuk variabel X nilai rata-rata sebesar 3,65 dengan skala interval 3,40- 4,19 kategori baik (B), pada variabel Y dengan 5 item pertanyaan untuk variabel Y nilai rata-rata sebesar 2,75 dengan skala interval 2,60-3,39 kategori

cukup baik (CB). Serta memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen serta peduli dengan setiap kebutuhan konsumen dinilai paling kecil dan membutuhkan perhatian khusus sehingga dapat ditingkatkan menjadi lebih baik.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Tebing Bar dan Cafe Kupang. Dengan demikian apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, telah diketahui bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh dan masuk dalam kategori yang baik. Namun ada beberapa hal yang masih dinilai belum memuaskan, oleh karena itu penulis mengajukan beberapa rekomendasi, yaitu: Diharapkan pihak staf pada Tebing Bar Dan Cafe Kupang terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam beberapa hal:

1. Karyawan Tebing Bar dan Cafe Kupang harus lebih meningkatkan aspek empati (*emphaty*) dan ketanggapan (*responsiveness*) dikarenakan kedua hal tersebut dapat menjadi tolak ukur dalam penilaian kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada para konsumen.
2. Karyawan Tebing Bar Dan Cafe Kupang harus mengurangi aspek ketidaksesuaian (*disprepancy*), khususnya dalam hal pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen bukan sebaliknya. Sehingga tidak terjadi keluhan bahkan kritik yang dapat menyebabkan turunnya tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh yang positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Tebing Bar Dan Cafe Kupang dengan demikian pihak Tebing Bar Dan Cafe Kupang harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga tingkat kepuasan pelanggan lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol.17, No. 2, (diakses Mei 2018).
- Bahaire T. & Elliott White, M. (1999). *Community Participation In Tourism Planning And Development In The Historic City Of York*. England. *Current Issues in Tourism* 2. pages 243–276
- BPS. 2018. *Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota se-Bali, 2000-2017*. <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2018/02/02/213/pendapatan-asli-daerah-Kabupaten-kota-se-bali-2000-2016.html>. Diakses 4 Januari 2019
- Getz, D. dan Jamal, T. 1995. The Environment–Community Symbiosis: a Case For Collaborative Tourism Planning. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 2, No.
- Ghozali, Imam. 2005. Analisis Multivariate dengan program SPSS.Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia
- Kotler, Philip. (2005) Manajemen pemasaran jilid 1 (11th ed.) (Benyamin Molan, Trans.). Jakarta, Indonesia: PT. Indeks.
- Kottler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz. (2004). *Service marketing 5th edition people, technology, strategy*. New York: Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi pertama. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education.
- Manullang, Ida. 2008. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Di

- Bandara Polonia Medan”. Tesis. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Mugiono. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) di Pasar Kota Malang”. Jurnal. Vol.13, No. 4, (diakses Oktober 2010).
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murphy, P.E. 1985. *Tourism a Community Approach*. New York: Menthoun.
- Nurhafni. 2017. *Eksistensi Rumah Tradisional Uma Lengge sebagai Destinasi Wisata Budaya di Nusa Tenggara Barat*. Proceedings Education and Language International Conference. Vol 1 No. 1. 2017.p. 575-585
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research and development*. Cetakan kedua. Bandung, Indonesia: CV Alfabeta
- Tjoanoto. (2013). Pengaruh service quality terhadap customer satiffaction di restoran jade imperial. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. 3 (1). 8
- Umar, H. (2002). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Widjoyo & Rumambi. (2013). *Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan drive thru McDonald’s Basuki Rahmat di Su*
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: pradnya paramita
- Putri, M.S.K. dan Setiya Budiadi. 2013. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lombok Hijau Lamongan”. *Jurnal*. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Rukmini (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Penanaman Modal Kabupaten Deli Serdang*. Jakarta: Indonesia
- Spillane, James J.1997. *Pariwisata Indonesia*. Kanisiua. Yogyakarta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta
- Swarbrooke. 1996. *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Yoeti. Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita

- _____2010. *Dasar-Dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung: PT. Alumni
- Zeithaml, V, et al (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. 5th edition. Mc. Grow Hill.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Jurnal of Marketing*. 60.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Marczyk, G., DeMatteo, D., & Festinger, D. (2005). *Essentials of Research Design and Methodology*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Profil Penulis

Yudha Eka Nugraha adalah alumnus Universitas Udayana Jurusan Magister Kajian Pariwisata. Yudha mulai melanjutkan karir sebagai dosen di Politeknik Internasional Bali sebagai dosen Program Studi Manajemen Perhotelan. Yudha memiliki minat penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan bila ingin berkorespondensi bisa melalui email yang tertera pada artikel ini.

JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

- The Role Of Cultural Values In Motivating The Competencies Of Hindu Balinese Human Resources In Tourism To Gain Manager Level Positions In Rated Hotels In Bali** 1
Sulistyawati
- Karakteristik Dan Persepsi Wisatawan Di Destinasi Wisata Tanah Lot (Studi Pemetaan Sosial - Budaya)** 13
Syul Rosli Sanam
- Pengembangan Pariwisata Medis Berbasis Tanaman Obat Di Desa Wanagiri - Bedugul** 31
Made Handijaya Dewantara
- Studi Fenomenologi: Harmonisasi Paradoks Wisata Rakyat Sebagai Akselerator Pengentasan Kemiskinan Di Bali** 55
Putu Devi Rosalina
- Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Tebing Bar Dan Café Kupang** 73
Yudha Eka Nugraha



PIB Press

Penerbit & Percetakan: PIB Press

Email: pibpress@pib.ac.id

lppm@pib.ac.id

Website: <http://lppm.pib.ac.id>

ISSN 2654-8999

