

STRATEGI PENGEMBANGAN *WELLNESS TOURISM* MELALUI PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA HIJAU BILEBANTE

Oleh

Saroh Fitriani¹, Francisca Titing Koerniawaty², Firman Sinaga³

^{1,2,3}Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Institut

Pariwisata dan Bisnis International

e-mail: ¹sarohfitriani13@gmail.com, ²francisca@ipb-intl.ac.id, ³firmanstinaga@ipb-int.ac.id

Article History:

Received: 11-06-2024

Revised: 27-06-2024

Accepted: 14-07-2024

Keywords:

Potensi Wellness

Tourism, Strategi

Pengembangan,

Pemberdayaan UMKM

Abstract: Dalam upaya pemulihan sektor pariwisata pasca-pandemi COVID-19, pemerintah fokus mengembangkan *wellness tourism* dari tingkat lokal hingga nasional, menekankan pentingnya integrasi nilai-nilai lokal dalam konsep pariwisata. Desa Wisata Hijau Bilebante, menjadi fokus penelitian ini untuk mengidentifikasi potensi dominan dalam mendukung *wellness tourism* sebagai respons terhadap penurunan kunjungan wisatawan akibat pandemi. Penelitian ini mendeskripsikan potensi *wellness tourism* yang dapat dikembangkan serta menentukan program pengembangan di Desa Wisata Hijau Bilebante. Penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif yang menggunakan analisis Matrik IFE dengan menganalisis faktor internal dan eksternal, mengidentifikasi strengths, weaknesses, opportunities, dan threats di Desa Wisata Hijau Bilebante. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dari hasil analisis Matriks IE, menunjukkan bahwa pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante berada pada sel satu (I) yang dapat dilihat pertemuan antara total nilai lingkungan internal sebesar 3.08 dan total nilai lingkungan eksternal sebesar 3.01. Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan pengembangan bergantung pada pengelolaan SDM dan SDA, kebon herbal, sentra UMKM, serta pemanfaatan warisan pengobatan tradisional, diperkuat dengan terapi berpengalaman dan fasilitas spa alam. Strategi yang dirumuskan mencakup pengembangan paket wisata *wellness* secara holistik dengan memaksimalkan SDM dan SDA melalui media sosial, kerja sama antar lembaga, dan pemberdayaan UMKM lokal. Strategi ini fokus pada pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Bilebante meliputi: (1) pengembangan pasar; (2) penetrasi pasar; (3) pengembangan produk

PENDAHULUAN

Industri pariwisata berperan penting dalam pendapatan devisa negara dan memiliki potensi untuk merangsang pertumbuhan ekonomi nasional dengan cara meningkatkan produktivitas, menciptakan banyak lapangan kerja, serta pemerataan pendapatan ke berbagai lapisan masyarakat. Karena perannya yang signifikan ini, pemerintah fokus untuk memulihkan sektor pariwisata pasca pandemi Covid-19 melalui kebijakan yang dilaksanakan dari tingkat lokal hingga nasional. Salah satu sektor dalam industri pariwisata yang sedang dalam proses pengembangan oleh Pemerintah adalah *wellness tourism*. Pada rentang waktu 2020-2024, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau Kemenparekraf Indonesia telah mengambil langkah-langkah dalam mengembangkan konsep *wellness tourism*. *Wellness tourism* adalah segmen pariwisata yang berfokus pada perjalanan untuk meningkatkan kesejahteraan fisik, mental, dan emosional seseorang (Kemenparekraf, 2021). Kemenparekraf terus berupaya untuk mengembangkan konsep *wellness tourism* sebagai bagian dari upaya untuk mendiversifikasi dan meningkatkan daya tarik pariwisata Indonesia serta memberikan pengalaman yang holistik bagi wisatawan yang mencari perjalanan yang fokus pada kesehatan dan kesejahteraan. Perubahan perilaku masyarakat pasca pandemi Covid-19, yang lebih memperhatikan aspek kesehatan, kebersihan, keamanan, dan perlindungan, menjadi pemicu meningkatnya minat terhadap *wellness tourism* saat ini. Indonesia menduduki peringkat ketujuh sebagai *Top Ten Wellness Tourism Market in Asia-Pacific 2017* dan urutan ketujuh belas dalam pengembangan *wellness* dunia (Global Wellness Institute, 2020). Karena minat yang tinggi dari masyarakat, dampak positif *wellness tourism* terhadap perekonomian global juga tercatat meningkat, dari USD 4,2 triliun pada tahun 2017 menjadi 4,5 triliun pada tahun 2019. Proyeksi untuk *wellness tourism* juga menunjukkan pertumbuhan yang substansial pada tahun 2022, mencapai USD 919,4 miliar dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 7,5%, yang meliputi sekitar 18% dari total industri pariwisata global (Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, 2022).

Dalam mendukung upaya pemulihan pariwisata melalui peningkatan kompetensi dan keahlian berinovasi, beradaptasi, dan berkolaborasi. Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya (Kemenparekraf, 2022). Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian. Indonesia terutama ketika terjadi krisis, UMKM bisa melewati krisis moneter pada tahun 1998 silam dan pada masa pandemi Covid-19. UMKM merupakan bagian dari perekonomian Indonesia yang mandiri dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dilihat dari tiga peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi sarana pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil, sarana mengentaskan kemiskinan dan sarana pemasukan devisa bagi negara.

Lombok memiliki potensi pariwisata yang besar, dan UMKM di sektor ini berkembang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Mulai dari penginapan kecil, warung makan, penyewaan kendaraan, hingga toko oleh-oleh, UMKM di sektor pariwisata tumbuh pesat. UMKM di Lombok memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta melestarikan kekayaan budaya dan alam yang dimiliki pulau tersebut. Dengan dukungan yang tepat dari pemerintah, lembaga, dan masyarakat, UMKM di Lombok dapat terus berkembang dan berperan lebih besar dalam ekonomi lokal dan nasional.

Selain penurunan jumlah wisatawan, pandemi juga mengubah pola perjalanan. Wisatawan cenderung memilih destinasi yang lebih terpencil, lebih terkontrol, atau aktivitas yang lebih individual, yang berdampak pada destinasi yang biasanya ramai seperti pusat-pusat pariwisata di Lombok. Pemerintah setempat bersama dengan para pemangku kepentingan lainnya, seperti pelaku usaha, berupaya untuk melakukan adaptasi terhadap situasi ini. Upaya pemulihan meliputi program stimulus ekonomi, promosi destinasi yang aman dan terkendali, serta peningkatan standar kebersihan dan protokol kesehatan di tempat-tempat wisata. Dalam *wellness tourism*, pengalaman autentik seringkali menjadi daya Tarik utama. UMKM terhubung erat dengan budaya lokal, tradisi, dan kearifan lokal. Konsep pariwisata kesehatan (*wellness tourism*) berbasis kearifan lokal ini merupakan salah satu upaya menarik kembali minat wisatawan untuk berlibur di Desa Wisata Hijau Bilebante. *Wellness tourism* atau wisata kesehatan adalah salah satu konsep wisata yang bertujuan untuk menjaga kebugaran. Jenis pariwisata ini memiliki potensi untuk berkembang selama masa new normal (Koerniawaty dan Sudjana, 2022).

Oleh karena itu, peneliti memfokuskan bagaimana pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan pekerjaan, inovasi, kreativitas dan program-program yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik di Desa Wisata Hijau Bilebante serta model pemberdayaan UMKM. Peneliti dapat melihat dampak yang akan terjadi pada masyarakat setempat termasuk dampak ekonomi dan sosial yang dihadapi dengan pemberdayaan UMKM yang memiliki peran penting dalam mengembangkan konsep *wellness tourism* dengan memanfaatkan potensi lokal, mendukung ekonomi, dan memperkaya pengalaman wisatawan melalui produk dan layanan yang autentik serta berkualitas.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi-potensi dalam mendukung pengembangan pariwisata kesehatan (*wellness tourism*) dan pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Hijau Bilebante Kabupaten Lombok Tengah. UMKM di Lombok masih menghadapi tantangan akses terhadap modal, teknologi, dan pasar. Dukungan lanjutan dalam hal ini menjadi krusial bagi perkembangan lebih lanjut.

LANDASAN TEORI

Strategi pengembangan

Menurut Alfred Chandler (1962); dalam Rangkuti (2016), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Porter (1996) mendefinisikan strategi sebagai serangkaian aktivitas yang berbeda untuk mencapai keunggulan yang unik dan menentukan bagaimana sebuah organisasi akan bersaing dalam lingkungan yang dinamis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2023) pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Gay (2010) mendefinisikan pengembangan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan organisasi atau individu dalam mencapai tujuan mereka.

Tourism Area Life Cycle (TALC)

Teori area Menurut Butler dalam Sukarsa (1999) ada tujuh tahap pengembangan pariwisata yang membawa implikasi serta dampak yang berbeda secara teoretis. Tahapan tersebut adalah sebagai berikut;

1. Tahap eksplorasi, pertumbuhan spontan dan penjajakan (*exploration*)

2. Tahap keterlibatan (*involment*)
3. Tahap pengembangan dan pembangunan (*development*)
4. Tahap konsolidasi (*consolidation*)
5. Tahap kestabilan (*stagnation*)
6. Tahap penurunan kualitas (*decline*) dan
7. Tahapan peremajaan (*rejuvenation*)

Berdasarkan definisi di atas, maka pengembangan merujuk pada serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, pemahaman, dan kapabilitas individu, kelompok, atau organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini dapat mencakup pelatihan, pendidikan, pengembangan keterampilan, peningkatan kapasitas, dan proses-proses yang mendukung pertumbuhan dan perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan individu atau organisasi. Suatu proses atau cara penentuan nilai pilihan dan pembuatan keputusan dalam memanfaatkan sumber daya dan kearifan lokal yang ada di Desa Wisata Hijau Bilebante Kabupaten Lombok Tengah.

Konsep *Wellness Tourism*

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO, 2020), kesehatan adalah kondisi fisik yang utuh, kesejahteraan mental, dan keharmonisan sosial; bukan hanya ketiadaan penyakit atau kelemahan. Sementara itu, *The National Wellness Institute* mendefinisikan kesehatan sebagai proses aktif di mana individu sadar akan kesejahterannya dan membuat pilihan yang mengarah pada keberlangsungan yang lebih sukses. Pendapat serupa juga di katakana oleh Koeniawaty, *wellness tourism* atau wisata kesehatan adalah salah satu konsep wisata yang bertujuan untuk menjaga kebugaran. Jenis pariwisata ini memiliki potensi untuk berkembang selama masa new normal (Koerniawaty & sudjana, 2022). Untuk menjaga atau mencapai kesehatan yang optimal, diperlukan keseimbangan aspek tubuh, pikiran, dan jiwa serta memenuhi dimensi-dimensi di dalamnya (Green *et al.*, 2019; Meikassandra *et al.*, 2020). Dalam aspek tubuh ada dimensi kesehatan fisik, aspek pikiran memiliki dimensi Kesehatan emosional, kesehatan sosial, dan kesehatan intelektual, sementara dalam aspek jiwa ada dimensi kesehatan spiritual (Meikassandra *et al.*, 2020). *Wellness tourism* mengintegrasikan konsep layanan pariwisata dengan konsep “*rest*” dan pelayanan kesehatan selama perjalanan wisata. *Tour* ini dimaksudkan untuk memelihara dan memulihkan kesehatan jasmani dan rohani oleh orang yang sehat, tidak sedang menderita penyakit, atau orang yang sedang dalam masa pemulihan dengan kegiatan seperti *spa therapy*, pijat refleksi, pijat kebugaran, yoga, meditasi, dan lain-lain (Meikassandra dkk., 2020; Pratiwi, 2021). Seperti yang telah dibahas sebelumnya, konsep kesehatan telah dijelaskan secara holistik yang meliputi dimensi-dimensi dalam bidang tubuh, pikiran, roh, dan lingkungan (Dunn, 1959). Pengelolaan konsep *wellness tourism* berbasis kearifan lokal secara optimal diharapkan mampu meningkatkan jumlah wisatawan. Pengembangan konsep *wellness tourism* berbasis kearifan lokal sejalan dengan tujuan Kemenparekraf yang tertuang dalam Permenparekraf Nomor 12 Tahun 2020 perihal Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif rentang tahun 2020-2024, yakni mewujudkan pariwisata berkualitas atau *quality tourism experience*. Pengelolaan konsep *wellness tourism* berbasis kearifan lokal secara berkelanjutan ini mampu memunculkan produk pariwisata baru dan pasar baru di era new normal atau pasca Covid-19.

Konsep Pemberdayaan UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Istilah ini merujuk pada segmen bisnis yang meliputi unit-unit bisnis dengan skala kecil hingga menengah yang memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM dalam perspektif ekonomi memainkan suatu peran yang sangat krusial di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, di negara-negara sedang berkembang dan negara maju. World Bank (2005) menyatakan bahwa usaha kecil merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dan pembangunan ekonomi yang sangat vital dalam menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. Pemerintah, organisasi internasional, lembaga keuangan, dan berbagai organisasi nirlaba seringkali terlibat dalam program-program pemberdayaan UMKM dengan berbagai inisiatif, program pelatihan, bantuan teknis, dan bantuan finansial. Pemberdayaan UMKM merujuk pada serangkaian upaya yang bertujuan untuk

meningkatkan kapasitas, akses, dan kemandirian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat berperan lebih aktif dalam perekonomian. Konsep pemberdayaan UMKM mencakup berbagai strategi dan program untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam hal berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial, dan teknis. Beberapa aspek penting dalam konsep pemberdayaan UMKM antara lain:

1. Peningkatan akses terhadap sumber daya yaitu memberikan akses yang lebih baik terhadap permodalan, infrastruktur, teknologi, dan pasar merupakan langkah penting dalam pemberdayaan UMKM. Ini bisa dilakukan melalui bantuan modal usaha, pelatihan keterampilan, akses ke pasar, dan infrastruktur yang mendukung.
2. Pengembangan kapasitas dan keterampilan yaitu program pelatihan dan Pendidikan untuk pengelolaan bisnis, manajemen keuangan, pemasaran, teknologi informasi, dan keahlian khusus lainnya membantu UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saingnya.
3. Penggunaan teknologi dan inovasi yaitu mendukung UMKM dalam mengadopsi teknologi baru, sistem manajemen, dan inovasi dalam proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan bisnis adalah bagian penting dari pemberdayaan UMKM.
4. dan akses terhadap pasar dan jaringan yaitu membantu UMKM untuk memasarkan produk atau layanan mereka, baik melalui platform daring maupun jaringan *offline*, serta memfasilitasi kolaborasi dengan pemangku kepentingan lainnya seperti pemasok, distributor, atau lembaga keuangan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2020:9) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, Dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data Primer merupakan sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022). Data primer adalah sebuah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran dan menghitung sendiri dalam bentuk observasi, wawancara guna memperoleh data yang akurat dalam menunjang penelitian. Informan dalam penelitian

ini adalah pemangku kepentingan, masyarakat lokal dan pengelola pariwisata termasuk ke dalamnya pokdarwis dan pemerintah desa, pengusaha pariwisata, wisatawan yang mengetahui kondisi dan potensi wilayah Desa Bilebante. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Kuesioner diberikan kepada responden untuk pemberian bobot dan rating mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang benar-benar tahu dan berkompeten dalam bidang pariwisata khususnya wisata kesehatan maupun kondisi internal dan eksternal dalam pengembangan wisata kesehatan sebagai daya tarik di Desa Wisata Hijau Bilebante melalui pemberdayaan UMKM. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan interpretatif. Analisis matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Analisis *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT), dengan menggunakan diagram dan matrik SWOT yang akan menghasilkan strategi alternatif. Analisis berupaya untuk mengorganisasikan dan menginterpretasikan data agar diperoleh pemahaman tentang data sesuai dengan tujuan penelitian. Langkah-langkah yang ditempuh dalam melakukan analisis kualitatif adalah identifikasi, kategorisasi atau klasifikasi, dan sekaligus analisis terhadap berbagai informasi yang diperoleh dari lapangan dan senantiasa mendasarkan pada kajian pustaka dan kajian teori yang telah dilakukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nama "Bilebante" berasal dari gabungan dua kata, "Bile" yang dalam Bahasa Indonesia berarti buah maja dan "Bante" dalam Bahasa Sasak berarti semak belukar, menggambarkan pohon bile yang dikelilingi oleh semak belukar yang erat. Desa Wisata Hijau Bilebante adalah salah satu desa wisata yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Wisata Hijau Bilebante terletak di Kecamatan Pringgarata, Kabupaten Lombok Tengah. Pada tahun 2016, Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) menobatkan Desa Bilebante sebagai salah satu dari tiga desa wisata hijau terbaik, menjadikannya salah satu destinasi utama di Kabupaten Lombok Tengah. Lebih lanjut, pada tahun 2021, pemerintah kabupaten mengakui Desa Bilebante sebagai Desa Wisata melalui Surat Keputusan, bersama dengan 60 desa lainnya di Lombok Tengah, menegaskan posisinya sebagai ikon pariwisata daerah.

Potensi *Wellness tourism*

Dalam upaya mengembangkan suatu destinasi sebagai tujuan wisata, penting untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi yang menjadi keunggulan, sehingga dapat menarik perhatian baik wisatawan lokal maupun internasional. Dalam konteks pengembangan pariwisata, potensi merujuk pada segala hal yang dapat menjadi daya tarik atau keunggulan suatu destinasi wisata. Potensi pariwisata dapat melibatkan berbagai aspek, termasuk alam, budaya, sejarah, keberlanjutan, infrastruktur, dan pelayanan. Berdasarkan hasil observasi, dapat disajikan beberapa aspek yang menjadi potensi unggulan dalam mengembangkan *wellness tourism*:

1. Sumber Daya Manusia: SDM di Desa Wisata Hijau Bilebante memiliki semangat tinggi, aktif dalam mengikuti pelatihan *wellness tourism*, dan memanfaatkan keterampilan tradisional. Mereka memiliki peran krusial dalam mengoptimalkan potensi *wellness tourism* dengan pengetahuan tentang tanaman obat dan praktik kesehatan lokal, menciptakan pengalaman *wellness* unik bagi pengunjung.

2. Sumber Daya Alam: Desa Wisata Bilebante menawarkan keindahan alam asli dengan lahan persawahan yang menarik wisatawan mencari pengalaman autentik pedesaan. Keindahan alam ini menciptakan suasana nyaman dan damai, ideal untuk wisata kesehatan.
3. Kebon Herbal: Kebon Herbal di Desa Bilebante adalah pusat wisata yang menawarkan edukasi tentang tanaman obat dengan 135 variasi tanaman. Pengunjung dapat mempelajari manfaat tanaman melalui scan barcode, serta menikmati produk seperti madu trigona dan berbagai jenis teh herbal.
4. Sentra Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Desa Bilebante dikenal dengan produk UMKM berbahan baku lokal seperti jagung dan rumput laut. Produk-produk seperti keripik rumput laut dan minyak jeleng tradisional diproduksi dan didistribusikan secara luas, mendorong transformasi desa menjadi Desa Wisata Hijau.
5. Warisan Pengobatan Tradisional: Desa Bilebante memiliki metode pengobatan tradisional yang diperkenalkan kepada wisatawan, seperti terapi peretuk dan jamu herbal. Warisan ini mendukung pengembangan desa sebagai destinasi wisata kesehatan. Terdapat beberapa potensi yang menjadi dasar untuk mengembangkan Desa Bilebante menjadi desa wisata kesehatan, salah satunya tanah
6. yang subur yang mendukung pertumbuhan berbagai jenis tanaman herbal. Desa ini juga memiliki beragam produk olahan dari tanaman herbal yang dijadikan sebagai jamu, serta warisan teknik pengobatan tradisional seperti jamu pasca melahirkan, boreh untuk melancarkan peredaran darah, perawatan kulit dan tubuh, popot (terapi/pijat kepala) untuk menghilangkan rasa nyeri dan sakit kepala, dan masih diyakini dapat menyembuhkan penyakit.
7. Terapis Berpengalaman dan Bersertifikat: Di Desa Bilebante, terdapat 40 terapis, di mana 20 di antaranya telah bersertifikat, semuanya perempuan, dan 20 lainnya adalah laki-laki yang melakukan terapi tradisional. Untuk menjalani terapi di desa ini, pengunjung hanya perlu membayar 175 ribu rupiah selama 1 jam, dan jika ingin terapi di luar Desa Bilebante,
8. biaya tambahan hanya meliputi biaya transportasi sesuai dengan jarak yang ditempuh. Pusat terapi berlokasi di rumah Lumbung di Pasar Pancingan, dan bagi pengunjung yang menginap, tersedia fasilitas *homestay* di setiap tempat. Jika pengunjung ingin melakukan terapi di tengah sawah sangat bisa dan sudah ada tempat yang disiapkan.
9. Tempat Spa di Alam Terbuka: Desa Bilebante menawarkan spot pijat di alam terbuka, seperti tepi sawah, yang memberikan pengalaman spa unik dan alami.
10. Pelayanan dari Pengelola: Pelayanan yang diberikan sangat ramah dan nyaman, wisatawan yang berkunjung wajib disuguhkan dengan minuman herbal khas Bilebante yang khasiatnya dipercaya dapat menghangatkan tenggorokan, badan terasa ringan dan bugar. Irmayanti sebagai ketua terapis kebugaran selalu memberikan informasi yang lengkap terkait dengan paket *body treatment* ala Bilebante. Tempat pijatnya bisa sesuai *request*, bisa di ruangan ber-AC atau diluar ruangan seperti sekenem dan tepi sawah yang disesuaikan dengan keinginan wisatawan.

Tourism Area Life Cycle (TALC) *Wellness tourism* di Bilebante

Perkembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante dapat diklasifikasikan berdasarkan *Tourism Area Life Cycle* (TALC) (Butler, 1980). Desa Wisata Hijau Bilebante saat ini berada dalam tahap *rejuvenation* dan *consolidation* menurut teori Butler. Tahap *rejuvenation* mencerminkan upaya untuk menghidupkan kembali dan meningkatkan daya tarik pariwisata setelah mengalami penurunan. Desa ini menerapkan inovasi dalam produk dan pengalaman *wellness tourism*, berfokus pada pengelolaan berkelanjutan, membangun kemitraan dan kolaborasi, menggunakan strategi pemasaran kreatif, serta meningkatkan fasilitas dan infrastruktur yang mendukung *wellness*. Sementara itu, tahap *consolidation* menunjukkan bahwa sektor pariwisata Desa Wisata Hijau Bilebante menunjukkan perkembangan *wellness* selama ini sudah memberikan dampak ekonomi pada masyarakat lokal. Desa wisata ini terlibat dalam kerjasama dengan pemerintah Indonesia dan Jerman pada tahun 2015 untuk mendukung transformasi menjadi desa wisata. Sampai dengan saat ini kemitraan dengan perusahaan Marta Tilaar Group, BI, BCA dan dukungan dari pemerintah pusat, serta pemerintah daerah yang menjadi bagian dari upaya untuk mendukung perkembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante. Kedua tahap ini mencerminkan perjalanan Desa Wisata Hijau Bilebante dalam menghadapi tantangan, mengembangkan potensi *wellness tourism*, dan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan dalam sektor pariwisata.

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Pengembangan *Wellness Tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante

Analisis lingkungan internal dan eksternal merupakan bagian penting dalam pengembangan *Wellness Tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante. Ini dapat membantu dalam merumuskan strategi yang efektif untuk pengembangan *wellness tourism*. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan alat yang sangat berguna untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam konteks pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante. Melalui analisis ini, dapat diidentifikasi langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi hambatan. Selanjutnya responden melakukan penilaian dan memberikan pembobotan, hasil penilaian dan pembobotan dimasukkan ke dalam matrik IFAS dan EFAS. Nilai yang diperoleh dalam matrik IFAS dan EFAS dimasukkan ke dalam Matrik Internal- Eksternal (IE), sehingga dapat diketahui posisi Desa Wisata Hijau Bilebante terhadap faktor internal dan eksternalnya selanjutnya diperoleh suatu strategi umum.

Berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh responden, dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang ada di Desa Wisata Hijau Bilebante. Informasi ini kemudian akan diintegrasikan ke dalam matriks SWOT, yang akan membantu dalam merumuskan strategi alternatif untuk pengembangan *wellness tourism*. Analisis faktor internal mengacu pada indikator faktor internal berupa *attraction* (atraksi), *accessibilities* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas), *ancillaries* (layanan dan fasilitas tambahan). Adapun analisis faktor eksternal mengacu pada indikator faktor eksternal yaitu ekonomi, sosial budaya, politik dan pemerintahan, teknologi, lingkungan, hukum dan etika.

Strategi dan Program Pengembangan *Wellness Tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante

Analisis Matriks Internal-Eksternal *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante Dalam proses penentuan strategi pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau

Bilebante, sebuah analisis komprehensif mengenai faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal telah dilakukan. Faktor-faktor tersebut mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada, yang selanjutnya akan dijadikan dasar dalam melakukan analisis mendalam. Hasil dari analisis terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal sebelumnya, menghasilkan suatu rangkaian skor total yang kemudian diintegrasikan ke dalam Matriks Internal-Eksternal (IE), yang direpresentasikan dalam sebuah diagram yang terdiri dari sembilan sel. Matriks ini dapat menetapkan *grand strategy* atau strategi utama untuk pengembangan *wellness*.

Matrik Internal-External di Desa Wisata Hijau Bilebante

TOTAL NILAI IFAS				
TOTAL NILAI EFEKAS	4	Kuat 3,0- 4,0 (3.08)	Sedang 2,0- 2,99	Lemah 1,0- 1,99
	3 (3.01)	I Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal)	II Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi horizontal)	III Pertahankan dan pelihara (pertumbuhan berputar)
	2	IV Tumbuh dan dibina (berhenti sejenak)	V Pertahankan dan pelihara (strategi tidak berubah)	VI Panen atau divestasi (kawasan terikat)
	1	VII Pertahankan dan pelihara (diversifikasi konsentrasi)	VIII Panen atau divestasi (diversifikasi konglomerasi)	IX Panen atau divestasi (likuidasi)

Dari hasil analisis Matriks IE, menunjukkan bahwa pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante berada pada sel satu (I) yang dapat dilihat pertemuan antara total nilai lingkungan internal sebesar 3.08 dan total nilai lingkungan eksternal sebesar 3.01. Data tersebut menggambarkan kondisi pengembangan agresif yang baik dan berpotensi karena indikator kekuatan serta indikator peluang yang dimiliki di Desa Wisata Hijau Bilebante terbilang sangat bagus sebagai destinasi wisata *wellness*.

Strategi utama yang diimplementasikan meliputi *grow* dan *built* yang mengacu pada *market penetration*, *market development* dan *product development* (David and David, 2017). Desa Wisata Hijau Bilebante memiliki berbagai macam kegiatan *wellness*, pijat tradisional yang turun temurun sebagai warisan budaya, kualitas terapis yang bersertifikat dan berbagai macam produk UMKM dalam mendukung *wellness* ini harus terus berkembang lebih luas (*grow*), dengan mengembangkan paket *wellness* yang mengintegrasikan sumber daya alam dan kebudayaan lokal untuk menarik pasar domestik dan internasional. Investasi pada pembangunan dan renovasi fasilitas seperti *spa*, dan area untuk mendukung kegiatan *wellness*. Peningkatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas desa untuk menerima lebih

banyak wisatawan tetapi juga meningkatkan kualitas pengalaman yang mereka tawarkan, serta membangun kemitraan internasional melalui penggunaan media sosial dan platform digital adalah strategi yang sangat efektif untuk memperluas pangsa pasar internasional (*built*).

Posisi Desa Wisata Bilebante sebagai destinasi *wellness* berada pada kuadran I. Dengan menyesuaikan skor evaluasi faktor internal sebesar 3.08 dan evaluasi faktor eksternal sebesar 3.01. Adapun acuan dalam pengembangan *wellness tourism* yaitu (1) pengembangan pasar; (2) penetrasi pasar; (3) pengembangan produk.

1. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar adalah strategi yang digunakan untuk menjangkau segmen pelanggan baru atau pasar geografis baru guna meningkatkan penjualan dan kesadaran akan pentingnya wisata *wellness* ini. Di Desa Wisata Hijau Bilebante, strategi ini melibatkan berbagai taktik untuk menarik wisatawan melalui beberapa pendekatan yaitu dengan menargetkan segmen pasar baru, menarik wisatawan muda dan aktif dengan paket yang mencakup kegiatan fisik dan edukasi kesehatan, serta menyesuaikan promosi untuk pasar internasional dengan materi multibahasa. Tidak hanya itu perlu menjalin kerjasama dengan agen perjalanan internasional dan partisipasi dalam event pariwisata untuk memperkenalkan Desa Bilebante sebagai destinasi *wellness tourism*. Implementasi strategi ini bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan jumlah pengunjung tetapi juga mengukuhkan posisi Desa Bilebante sebagai pusat utama pariwisata kesehatan, sehingga memperluas pangsa pasarnya baik secara lokal maupun internasional.

2. Penetrasi Pasar

Menurut David and David (2017), strategi penetrasi pasar adalah upaya untuk meningkatkan pangsa pasar atau penetrasi produk atau layanan yang sudah ada di pasar yang sudah ada. Ini dapat mencakup tindakan seperti peningkatan pemasaran, penurunan harga, atau pengenalan produk baru kepada pelanggan yang sudah ada.

Pengelola Desa Wisata Hijau Bilebante dan pemerintah dapat meningkatkan Upaya pemasaran dengan mengadakan kampanye iklan yang lebih agresif di media sosial, situs *web*, dan *platform online* lainnya. Mereka dapat menggunakan konten visual menarik dan cerita pengalaman pelanggan untuk menarik minat lebih banyak pengunjung potensial. Pengelola Desa Wisata Hijau Bilebante juga dapat menawarkan diskon khusus untuk hari-hari tertentu atau dengan paket harga yang lebih terjangkau untuk menarik wisatawan baru yang ingin mencoba layanan *wellness*. Serta menawarkan promosi khusus atau paket yang dirancang untuk meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan. Misalnya, dengan menawarkan diskon untuk pelanggan yang mengunjungi desa dalam periode waktu tertentu atau untuk pelanggan yang melakukan reservasi dalam kelompok dan jumlah yang banyak. Dengan menerapkan strategi penetrasi pasar ini, Desa Wisata Hijau Bilebante dapat meningkatkan penggunaan layanan *wellness* dan memperluas pangsa pasar di sektor pariwisata kesehatan dan kesejahteraan.

3. Pengembangan Produk

Produk pariwisata merupakan serangkaian komponen yang diperlukan oleh wisatawan dari awal perjalanan hingga kembali ke tempat asal (Sukaatmadja, 2000). Untuk menarik minat dan memberikan kepuasan maksimal kepada wisatawan, diperlukan strategi pengembangan produk. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara

memperbaiki kualitas dan mengadaptasi produk dan jasa yang sudah ada sesuai dengan preferensi dan kebutuhan wisatawan. Pengembangan produk harus dilakukan dengan memperhatikan tren dan preferensi wisatawan saat ini serta tetap menjaga aspek keberlanjutan dan kualitas dalam pengembangan pariwisata untuk kepentingan generasi mendatang. Desa Wisata Hijau Bilebante memiliki potensi yang beragam, termasuk berbagai kegiatan *wellness*, keindahan serta kelestarian alam, lokasi yang tenang dan aman, kualitas terapis yang berpengalaman, nilai warisan budaya yang berharga, dan berbagai produk dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendukung konsep *wellness*. Desa Wisata Hijau Bilebante dapat memperluas pilihan paket *wellness* yang ditawarkan kepada pengunjung dengan menambahkan variasi baru yang memenuhi preferensi dan kebutuhan yang berbeda misalnya selain paket *spa* yang sudah ada, dapat menambahkan paket yang menekankan pada diet sehat, termasuk menu makanan organik dan sesi kelas memasak sehat atau *cooking class* dengan menggunakan bahan-bahan herbal yang dimiliki oleh Desa Wisata Hijau Bilebante. Melakukan pelatihan intensif kepada staf *spa* untuk meningkatkan keterampilan dalam teknik pijat atau terapi lainnya, sehingga memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung. Desa Wisata Hijau Bilebante dapat menciptakan paket tematik yang menargetkan segmen pasar tertentu dengan minat khusus, seperti paket kesehatan ibu hamil atau paket *mindfulness* untuk kelompok tertentu.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis konsep TALC (Butler, 1980), Desa Wisata Hijau Bilebante saat ini berada dalam tahap *rejuvenation* dan *consolidation*. Tahap *rejuvenation* mencerminkan upaya untuk meningkatkan daya tarik pariwisata setelah mengalami penurunan, dengan menerapkan inovasi dalam produk dan pengalaman *wellness tourism* serta membangun kemitraan dan kolaborasi. Di sisi lain, tahap *consolidation* menunjukkan bahwa sektor pariwisata Desa Wisata Hijau Bilebante khususnya dalam perkembangan *wellness* memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal, terlihat dari peningkatan jumlah terapis dan kunjungan wisatawan Desa Wisata Hijau Bilebante memiliki potensi unggulan dalam mengembangkan *wellness tourism* yang terdiri dari beberapa aspek. Pertama, sumber daya manusia yang aktif terlibat dalam mendukung *wellness* dan dengan meningkatkan kapasitas serta profesionalisme sebagai terapis melalui berbagai pelatihan. Kedua, suasana alam yang asri mendukung kegiatan *wellness*, dengan adanya kebun herbal wisatawan bisa mendapatkan pengalaman langsung dengan melihat 135 variasi tanaman herbal. Ketiga, sentra UMKM lokal menyediakan produk khas seperti olahan makanan rumput laut, jamu, bumbu/sambal khas Bilebante, serta minyak jeleng khas Bilebante yang dapat mendukung kegiatan *wellness*. Keempat, pengenalan kembali pengobatan tradisional menambah nilai bagi wisatawan. Kelima, terdapat 20 terapis perempuan dan 20 terapis laki-laki berpengalaman, menjamin layanan *spa* berkualitas tinggi. Terakhir, suasana ramah dan akrab di tempat *spa* alam terbuka menambah kenyamanan wisatawan. Berdasarkan posisi Desa Wisata Bilebante yang berada di kuadran I, dengan skor evaluasi faktor internal sebesar 3.08 dan evaluasi faktor eksternal sebesar 3.01, dapat disimpulkan bahwa desa ini memiliki potensi yang kuat untuk berkembang dalam sektor *wellness tourism*. Strategi yang direkomendasikan untuk pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Bilebante

meliputi: (1) pengembangan pasar; (2) penetrasi pasar; (3) pengembangan produk.

Saran

Berdasarkan simpulan hasil penelitian strategi pengembangan *wellness tourism* di Desa Wisata Hijau Bilebante, maka disarankan Potensi unggulan Desa Wisata Hijau Bilebante dalam mengembangkan *wellness tourism* terdiri dari berbagai aspek, yaitu sumber daya manusia yang terampil, sumber daya alam yang melimpah, kebun herbal yang beragam, sentra UMKM yang aktif, layanan pijat dan *spa* tradisional, terapis bersertifikat, *spa* alam terbuka, serta pelayanan dan pengelolaan desa yang profesional dan ramah, maka disarankan agar fasilitas dan infrastruktur yang sudah dibangun oleh pemerintah pusat melalui pemerintah daerah agar dimanfaatkan secara efektif, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih berkualitas kepada wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdurohim, D. (2023). Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis). PT. Refika Aditama. Bandung. ISBN 978-623- 6232 019.
- [2] Andy, H. (2020). Tahap Merintis Desa
- [3] Wisata. Diakses pada 17 November 2023 dari <https://eticon.co.id/tahap-merintis-desa-wisata/>. Backman, S, et al. (2022). *Engaging with restorative environments in wellness tourism*. Current Issues in Tourism.
- [4] Budiarto, R., et al. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press.
- [5] Butler, R, W. (1999). *Sustainable tourism: A state-of-the-art review*. Tourism geographies, 1(1), 7-25.
- [6] Butler, R,W. (1980). *Tourism Destination Development : An Application of Butler's Tourism Area Life Cycle Model to Hammamet, Tunisia*. Thine-Waal University of Applied Sciences B.A. International Business and Social Sciences.
- [7] Chandler, A, D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial empire*. Cooper, C. (1998). *Tourism Planning : Basic concept cases Singapore*. Prentice Hall.
- [8] David, Fred R. dan Forest R. David. 2017. *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concept and Case*. England: Pearson.
- [9] Global Wellness Institute (GWI). (2020). *Asia-Pacific Wellness Tourism Economy*. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/asia-pacific-wellness-tourism/>.
- [10] Kemenko Perekonomian. (2022). Berbasis Kearifan Lokal, Pemerintah Kembangkan Potensi *Wellness Tourism*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4424/berbasis-kearifan-lokal> pemerintah-kembangkan-potensi-wellness-tourism.
- [11] Koerniawaty, F, T., Sudjana, I, M., & Pambudi, B. (2022). Promosi Bukit Kopi: Harapan dan Tantangan dalam Rangka Persiapan Pengembangan Desa Wisata Bongancina di Bali Utara. Jurnal Kajian Bali, 12(1).
- [12] Koerniawaty, Sudjana. (2022). *Prospects of wellness Tourism in Indonesia as Tourism Sector Recovery Effort Post Covid- 19 Pandemic*: Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) Volume 5, No 2.
- [13] Meikassandra, P., Prabawa, I, W, S, W., & Mertha, I, W. (2020). *Wellness tourism in Ubud*.

- A qualitative approach to study the aspects of wellness tourism development.* Journal of Business on Hospitality and Tourism, 6(1), (hal 79-93).
- [14] Menparekraf, (2022). *Wellness Tourism* Kunci Pemulihan Sektor Parekraf Nasional dan Global: <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-wellness-tourism-kunci-pemulihan-sektor-parekraf-nasional-dan-global>.
- [15] Miles, M, B., Huberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis : An Expanded Sourcebook. Second edition Thousand Oaks, CA: Sage Publication Inc.*
- [16] Rangkuti, Freddy (2016). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. Kompas Gramedia. ISBN:978-602-03-0652-6-0.
- [17] Rangkuti, Freddy. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [18] Susanti, H., & Wilyadewi, Y. (2021). *Wellness tourism as a form of adaptation to the dynamics of Bali tourism in the new normal era.* 7 th International Conference of Interreligious and Intercultural Studies (ICIIS). Hal (24-37).
- [19] Susanti, P, H., Suputra, G, A., Premayani, W., & Indriani, I, A. (2023). *Health And Spirituality* Dalam Pengembangan *Wellness Tourism* Berbasis Kepada Masyarakat Di Desa Wisata Kenderan Kabupaten GIANYAR. Journal of Tourism Destination and Attraction, 11(1), 21 30.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN