
POTENSI PENGEMBANGAN *WELLNESS HOSPITALITY TOURISM* DI TAWANGMANGU

Rizal Yuwono

Program Studi Arsitektur
Universitas Muhammadiyah Surakarta
rizalyuwono23@gmail.com

Dyah Widi Astuti

Program Studi Arsitektur
Universitas Muhammadiyah Surakarta
dyahwidi.wd@gmail.com

ABSTRAK

Berkembangnya trend gaya hidup sehat berpengaruh terhadap pendekatan pariwisata sehingga muncul pendekatan *wellness tourism* pada industri pariwisata, pendekatan tersebut terus berkembang sehingga berpengaruh positif secara ekonomi dan diperhitungkan secara global. Indonesia dengan kekayaan budaya dan sumber daya alam yang mendukung dapat memanfaatkan perkembangan industri pariwisata tersebut. Tawangmangu dengan letak geografis, bentang alam, dan perkembangan industri pariwisata dapat memanfaatkan peluang besar dan berkontribusi dalam pengembangan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa secara umum terkait potensi pengembangan *hospitality tourism* dengan pendekatan *wellness hospitality* di kawasan Tawangmangu. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif dengan pengambilan data sekunder, observasi, dan wawancara. Hasil yang diperoleh merupakan perpaduan antara observasi dan wawancara sehingga didapat gambaran umum dan rekomendasi terkait penerapan *wellness hospitality tourism* secara teknis maupun non teknis. Kesimpulannya, pendekatan *wellness tourism* sebagai inovasi dan bermanfaat secara pendekatan ekonomi pada pengembangan *hospitality industry*, serta kawasan Tawangmangu berpotensi dalam pengembangan *wellness hospitality tourism* dengan beberapa rekomendasi dan dukungan pemerintah yang positif terhadap pengembangan industri pariwisata.

KATA KUNCI : *Hospitality, Wellness Tourism, Tawangmangu*

PENDAHULUAN

Hospitality merupakan bentuk pelayanan antara pengunjung dengan pengelola. Pada industri pariwisata istilah *hospitality* identik dengan perhotelan, resort, club house, restoran, villa.

Pada pendekatan *wellness hospitality*, merupakan fokus dalam pelayanan maupun fasilitas guna meningkatkan/merawat gaya hidup berdasar aktivitas/kegiatan (proses yang aktif) yang mengarah kepada kesehatan secara keseluruhan (fisik maupun mental) dan bersifat individu (*Global Wellness Institute*).

Fasilitas/pelayanan yang bersifat individu diterapkan dari segi non fisik antara lain ; pengalaman tidur, kenyamanan ruang, perasaan yang mendukung untuk gaya hidup, hingga kebiasaan yang terbentuk. Sedangkan penerapan aktivitas antara lain; spa, yoga, tea

time, meditasi, jacuzzi, hingga menu makanan yang sehat (*Well Building Institute, Europe Spa*).

Segmentasi kelas konsumen berpengaruh positif terhadap pengembangan ekonomi sektor pariwisata, *Global Wellness Institute* pada tahun 2018 mengestimasi pasar global sebesar 4.5 triliun dollar, dengan *wellness tourism* sebesar 639 milyar dollar dan terbesar merupakan aktivitas fisik sebesar 828 milyar dollar.

Indonesia dengan kekayaan alam dan budaya serta didukung daerah wisata dengan kualitas alam yang mendukung *wellness hospitality* dapat memanfaatkan momentum tumbuhnya ekonomi pariwisata secara global secara berkelanjutan.

Pesatnya industri pariwisata di Kawasan Tawangmangu dan didukung bentang alam serta letak geografis yang mudah diakses oleh kota besar terdekat membuka peluang bagi

kawasan Tawangmangu untuk terus berkembang dan bermanfaat secara ekonomi bagi industri pariwisata. Perlu dukungan pemerintah daerah dalam perkembangan industri pariwisata secara umum maupun *hospitality industry* khususnya. Dari latar belakang diatas, didapati permasalahan yang muncul dalam potensi *hospitality industry* dengan pendekatan *wellness hospitality* di Kawasan Tawangmangu, yaitu respon terhadap *trend wellness hospitality* dan kemungkinan pengembangan *hospitality industry* di kawasan Tawangmangu.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka muncul pertanyaan pada penelitian sebagai berikut :

- a. Seberapa dampak pendekatan *wellness hospitality* pada *hospitality tourism*?
- b. Apakah kawasan tawangmangu berpotensi dalam penerapan *wellness hospitality tourism*?

Pembahasan yang dilakukan adalah observasi secara umum pada *hospitality industry* dengan pendekatan *wellness hospitality* yang sudah dan akan berjalan, pandangan oleh praktisi terkait, pendekatan arsitektural pada *wellness hospitality*, dan peninjauan lebih lanjut terkait dukungan pihak terkait (Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Karanganyar) pada pengembangan pariwisata di Tawangmangu.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut A.J. Burkat dalam Damanik (2006), pariwisata merupakan pindahnya orang untuk sementara dalam jangka waktu tertentu ke tujuan diluar tempat dimana mereka terbiasa berkegiatan sehari-hari.

Menurut Matheison dan Wall dalam Pitana dan Gyatri (2005), bahwa pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Selanjutnya dari definisi diatas, terbagi menjadi 2 kelas (jenis) wisatawan, yaitu : (1) Wisatawan yang menginap setidaknya 24 jam di destinasi. Seperti wisata rekreasi, Kesehatan,

olahraga, berlibur, maupun kunjungan religi. (2) Wisatawan dengan kunjungan kurang dari 24 jam, sehingga lebih ditujukan kepada wisatawan domestik.

Faktor Wisatawan Berwisata

menurut Sharpley (1994) faktor yang mendorong untuk berwisata juga terdapat faktor internal maupun eksternal. Dorongan eksternal pada wisatawan seperti butuhnya individu untuk mengurangi/menghindari beban psikis dan memilih untuk menenangkan diri pada lingkungan wisata. Kemudian pada faktor internal dalam dorongan untuk berwisata yakni dari diri sendiri, kebutuhan psikologis, ataupun kebutuhan untuk berkumpul dengan kerabat yang lain.

Tabel 1. Faktor Pendorong Berwisata

Kategori	Dorongan
Fisik	Rekreasi untuk fisik maupun pikiran yang lebih baik (kesehatan fisik maupun mental). Seperti; olahraga, hiburan, maupun belanja.
Budaya	Keingin tahaun tentang budaya tertentu. Seperti; minat pada seni musik daerah, cerita rakyat, arsitektur, tempat-tempat bersejarah, dan lainnya
Personal	Kegembiraan pribadi saat berpergian. Seperti; mengunjungi teman lama, pengalaman baru pada lingkungan baru, maupun hal yang terkait agama seperti ziarah maupun haji/umroh
Gengsi/ Pengaku an Sosial	Pengakuan status secara social dapat berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang, dalam perihal pariwisata seperti; fashion terkini, eksklusifitas wisata, hobi eksklusif, maupun peningkatan ego individu.

Sumber : Thal, Karen Irene. 2015

Hospitality Industry

Definisi

Hospitality industry identik dengan kepuasan pelanggan/wisatawan. Cakupan *hospitality industry* sangatlah luas dengan berbagai macam kategori yaitu mulai dari jasa penginapan, event planning/event organizer, tempat rekreasi, transportasi, hingga restoran. Menurut Haris Gunawan (*Le Corden Bleu*, 2017) *hospitality* adalah hubungan antara tamu dan tuan rumah, atau tindakan yang bersikap ramah. Hal ini termasuk dalam penerimaan dan hiburan tamu, pengunjung, ataupun orang asing. Jadi, *hospitality industry*

sendiri merupakan sektor yang berhubungan dengan kegiatan pelayanan pengunjung/tamu.

Untuk sektor *hospitality* seperti *hotel/resorts*, restoran, atau taman rekreasi memiliki pemeliharaan fasilitas dan operasional langsung seperti server, housekeepers, porter, chef, bartender, manajemen, marketing, dan sumber daya manusia terkait.

Akomodasi

Akomodasi wisata menurut Burkart dan Medlik (1974) mengacu pada dua komponen yang tidak terpisahkan. Dua komponen tersebut yaitu adanya penawaran dan permintaan. Hal ini menunjukkan bahwa akomodasi mengacu pada siapa yang melayani kebutuhan maupun konsumen jasa pariwisata. Selanjutnya, menurut Wikitravel (2015) Akomodasi merupakan hal yang menjadi faktor utama yang harus dipersiapkan oleh wisatawan sendiri, dalam arti wisatawan mencari pelayanan sesuai kebutuhan dan harapan wisatawan tersebut. Bentuk-bentuk akomodasi wisata menurut Wikitravel yaitu ; (1) Hotel (2) hostel (3) capsule hotel (4) *bed and breakfasts gusehouse* (5) *camping*, dan (6) villas.

Wellness Hospitality

Definisi

Pengertian *wellness tourism* menurut Mueller dan Lanz Kaufman (2001), *wellness tourism* merupakan perpaduan antara fenomena hidup sehat dengan hubungan tentang harapan tiap individu untuk menjaga maupun mengembangkan kesehatan mereka, mereka tinggal / berwisata dengan jangka waktu tertentu dengan pelayanan yang komprehensif (menyeluruh) yang bersifat individu terdiri dari kebugaran jasmani, kedamaian mental, relaksasi, diet sehat, maupun segala aktifitas berorientasi individu yang mempengaruhi terhadap kebaikan secara fisik maupun mental.

Global Wellness Institute mendefinisikan *wellness* sebagai aktivitas/kegiatan, maupun gaya hidup yang mengarah kepada kesehatan secara keseluruhan (fisik maupun mental) dan bersifat individu. Disebabkan sifat *wellness* yakni individu, diperlukan pendekatan khusus

secara personal dalam pendekatan *wellness hospitality* pada *hospitality industry*.

Jenis

Terdapat tiga jenis yang identik, tetapi secara harfiah berbeda dengan *wellness tourism*.

Antara lain :

- a. *Health tourism* (wisata kesehatan) secara sederhana yakni penyediaan fasilitas kesehatan pada suatu wilayah / daerah tertentu (destinasi) dengan dukungan sumber daya yang ada (Hall, 2011).
- b. *Medical tourism* (wisata medis) merupakan respon terhadap vonis dokter terkait penyakit tertentu, berbeda dengan *health tourism* maupun *wellbeing tourism*. *Medical tourism* merupakan proses terhadap penanganan penyakit secara langsung (tidak secara preventif). *Medical tourism* bertujuan bagi pasien untuk mendapatkan penanganan medis, seperti penanganan operasi maupun rawat jalan. Perihal ini menjadi produk wisata tersendiri bagi beberapa negara dengan fasilitas kesehatan yang maju, seperti Singapura maupun India.
- c. *wellbeing tourism*, tidak jauh dari *wellness tourism*, yakni kegiatan wisata yang ditujukan untuk menjaga ataupun mengembangkan kesehatan individu secara *holistic* (menyeluruh) termasuk fisik, mental, dan jiwa (Konu & Laukkanen, 2009). Kegiatan wisata berbasis kegiatan luar dan berhubungan dengan alam secara langsung merupakan karakteristik dari *wellbeing tourism*. Menjadi pembeda antara *wellbeing tourism* dengan *wellness tourism* adalah dimana *wellbeing tourism* dilakukan dengan lingkungan disekitarnya dan secara komunitas (Hjalager & Flagested, 2012). Sedangkan *wellness tourism* lebih bersifat individual dan pribadi.

Jenis Pelayanan

- a. *Spa*, merupakan salah satu segmen paling beragam dalam *wellness tourism industry*. Dengan adanya asosiasi internasional merujuk pada pelayanan spa yakni *International Spa Association* (ISPA), juga pada setiap regional dan terpengaruh historis /

lokalitas pada tiap regional. Pada *spa*, pelayanan professional dapat berpengaruh positif terhadap fisik, mental, dan jiwa.

- b. *Retreats*, menjadi media dalam kepentingan spiritual baik secara sendiri secara sepi, maupun secara komunitas. Dalam pengembangannya *retreats* berhubungan dengan yoga dengan makna dan konotasi yang sama sekaligus memperdalam aspek spiritual (Lehto, Brown, Chen, & Morrison, 2006).
- c. Gaya Hidup Sehat. Merujuk kepada pengertian *wellness tourism*, dimana aspek yang aktif dalam *wellness tourism* adalah gaya hidup. Kegiatan maupun aktifitas dalam *wellness tourism* berdampak kepada kesehatan fisik, mental, dan jiwa.

Menurut Lebe (2006) kesehatan fisik pada *wellness tourism* biasanya ditangani dengan olahraga didukung dengan makanan yang sehat serta pelayanan yang memenuhi aspek *wellness*, termasuk seperti *spa* serta beberapa tindakan pelayanan yang mempunyai unsur terapi.

Kemudian pada aspek mental dan jiwa, ditangani melalui kegiatan wisata seperti yoga ataupun yang lain dengan sifat personal dengan tujuan kebaikan mental dan jiwa, seperti sesi konseling psikologi. Spiritualitas dapat didorong melalui kegiatan meditasi pada umumnya ataupun ritual-ritual keagamaan secara individu. Hal pelayanan tersebut disediakan dan difasilitasi secara professional dalam *wellness hospitality*.

Manfaat

Menurut Voigt (2011), pelayanan dan aktifitas *wellness tourism* dapat berdampak kepada kebaikan individu, keseimbangan psikologis dan perbaikan terhadap gaya hidup, maupun pencarian makna pada sifat-sifat yang *transcendental* (kerohanian).

Pada hakikatnya, *wellness tourism* berdampak kepada kebaikan fisik, mental, dan jiwa berdasar kegiatan yang bersifat personal dalam aktifitas wisata.

Dorongan Wisata

Dorongan yang utama pada wisatawan adalah untuk menghilangkan stress maupun guna memfasilitasi relaksasi psikologis.

Demografi Wisatawan

Seperti yang dilaporkan pada studi sebelumnya bahwa sebagian besar wisatawan adalah wanita dengan umur mencapai kemandirian, status pendidikan dan kemampuan finansial diatas rata-rata (Gustavo, 2010; Kelly, 2012; Mak et al., 2009; Smith & Puckzo, 2008). Namun, usia bervariasi antara 20-an dan pertengahan 40-50an pada *wellness hospitality tourism* (Kelly, 2008). Hal tersebut tidak menutup kemungkinan dalam perkembangan trend gaya hidup sehat dapat mengarah kepada generasi lebih muda dengan kemandirian individu yang beragam.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif. Berdasarkan pendekatan kualitatif maka dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara studi literatur, pengambilan data sekunder, observasi, dan wawancara. Studi Literatur dilakukan dengan cara mengumpulkan referensi baik jurnal, buku, data diagram, publikasi kementerian maupun asosiasi internasional, dan berita yang mendukung aspek penelitian.

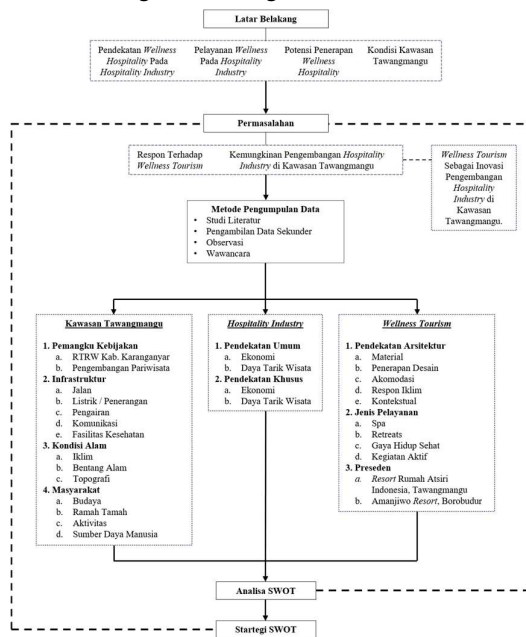
Subyek penelitian ini adalah fokus terhadap potensi *hospitality industry* (hotel, dan *resort*) pada kawasan Tawangmangu dengan pendekatan *wellness hospitality*. Dalam tumbuh kembangnya industri pariwisata yang berfokus kepada pengembangan *hospitality industry* memunculkan tuntutan adanya aspek khusus dalam operasional maupun sifat pelayanan.

ANALISA

Metode analisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, treathness*) yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah melalui penguraian dan pemetaan SWOT.

Pada analisa berikut menitikberatkan pada garis besar penelitian, sehingga terdapat beberapa point yang berpengaruh terhadap studi potensi wellness hospitality tourism di kawasan Tawangmangu. Point tersebut meliputi pemangku kebijakan, infrastruktur, kondisi alam, masyarakat, pendekatan umum dan pendekatan khusus pada *hospitality industry*, pendekatan arsitektur pada *wellness tourism*, pelayanan pada *wellness tourism*, dan preseden terkait *wellness tourism*.

Bagan 1 : Kerangka Penelitian



Sumber : Analisa Penulis, 2020

Strategi S.O. (Strength dengan Opportunity)

- a. Mendukung Konsep Pengembangan INTANPARI

Investor / pengembang / konsultan pariwisata dalam penerapan pengembangan pariwisatanya di kawasan Tawangmangu harus sejalan dengan kosenp utama pengembangan Kabupaten Tawangmangu yaitu INTANPARI. Begitu juga dengan

pemerintah kabupaten dan pihak terkait juga mendukung langkah pengembangan pariwisata dengan keberpihakan, dan dipermudah izin, maupun pelaksanaannya selama tidak melanggar peraturan.

- b. *Wellness Hospitality Tourism* Dengan Pendekatan Kondisi Alam.

Dengan topografi berbukit pada kawasan Tawangmangu, pendekatan yang dilakukan dalam wellness tourism yang ada lebih baiknya merujuk kepada kondisi eksisting, sehingga dalam perancangan teknisnya tidak terlalu riskan. Adapun kondisi alam sendiri mendukung untuk dijadikan salah satu atraksi pada pengembangan pariwisata.

- c. Pendekatan Arsitektur Pada *Wellness Hospitality Tourism* Sebagai Salah Satu Unsur Utama Pengembangan.

Arsitektur mengambil peran pada kesan hotel / resort yang ada. Wellness hospitality tourism sendiri unsur utamanya terletak pada pelayanannya, akan tetapi kehadiran arsitektur dapat mendukung secara signifikan dalam perencanaan pariwisata. Arsitektur secara tepat dapat memberikan kesan positif kepada pengunjung hotel / resort mendatang.

- d. Fokus Pelayanan *Wellness Hospitality Tourism* Dengan Konsentrasi Tertentu.

Banyaknya aspek wellness dari kesehatan hingga *wellbeing* menjadikan catatan tersendiri dalam pengembangan. Adapaun hal tersebut dapat dimaksimalkan pada konsentrasi pelayanan secara umum dan dapat menjadi "landmark" pariwisata

- e. Kegiatan Penunjang *Wellness Hospitality Tourism* Bersama Masyarakat Sekitar.

Kegiatan penunjang seperti eksplorasi daerah sekitar, menikmati budaya, hingga keramahtamahan bersama masyarakat. Hal ini juga untuk menghindari kesenjangan antara wisata premium dengan masyarakat sekitar.

Strategi W.O. (*Weakness* dengan *Opportunity*)

- a. Menghindari Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Lindung.

Pada RTRW Kab. Karanganyar diperbolehkan dengan catatan tidak merubah bentang alam, akan tetapi untuk menghindari efek jangka panjang dari pengembangan pariwisata sebaiknya dihindari.

- b. Memperhatikan Kondisi Alam Dalam Pengembangan.

Hal ini menindaklanjuti topografi Tawangmangu yang berbukit, pendekatan yang bisa diambil salah satunya penerapan masa bangunan jamak ataupun *split level* pada bangunan. Rawannya tanah longsor juga dapat diatasi dengan keterlibatan profesional teknis dalam perencanaan dan pengembangannya.

- c. Pendekatan Arsitektur Sebagai Penunjang Akomodasi *Wellness Hospitality Tourism*.

Akomodasi yang ada dalam *wellness hospitality tourism* ditunjang secara menyeluruh oleh perencanaan dan perancangan arsitektur. Oleh karena itu pendekatan arsitektur yang dilakukan antara lain kontekstual, sesuai fungsi, dan memberikan pengalaman baik ruang maupun aktivitas bagi pengguna.

- d. Peningkatan Kualitas Masyarakat Sekitar.

Peningkatan kualitas SDM sekitar dapat dilakukan dengan pendekatan dan sosialisasi. Seperti memberikan arahan masyarakat terkait keramahmatamaan maupun sosialisasi terkait program pariwisata yang ada.

Strategi S.T. (*Strengths* dengan *Threats*)

- a. Peran Aktif Pemangku Kebijakan Dalam Pengawasan dan Inovasi Industri Pariwisata.

Pengawasan yang aktif dilakukan oleh pihak terkait mengingat banyaknya zona kawasan lindung pada kawasan pariwisata Tawangmangu

demi menjaga keberlanjutan ekosistem kedepan. Inovasi di industry pariwisata juga harus dikembangkan mengingat tumbuh pesatnya pariwisata tetapi disayangkan pendekatan yang dilakukan sebatas konvensional, pendekatan *wellness tourism* menjadi salah satu solusi dalam pengembangan inovasi industry pariwisata.

- b. Bentang Alam Sebagai Salah Satu Unsur Utama Penarik Wisatawan.

Bentang alam dapat dimanfaatkan sebagai karakter dari pariwisata, menindaklanjuti RTRW Kab. Karanganyar terkait pengembangan pariwisata di zona kawasan lindung, hal itu dapat sebagai karakter wisata dengan catatan jenis wisata merupakan wisata alam. Wisata alam juga termasuk dalam pendekatan *wellness tourism*.

- c. Pendekatan Arsitektur Dapat Memberikan Prestige Dan Privasi Pada *Wellness Hospitality Tourism*.

Mengingat segmen konsumen dan demografi wisatawan pada *wellness hospitality tourism* adalah berpenghasilan diatas rata-rata maka kebutuhan privasi tinggi tidak dapat dielakkan dalam pengembangan pariwisata. Kesan prestige tidak dapat dilepaskan pada pariwisata dengan sifat wisatawan yang eksekutif.

- d. Pemanfaatan Sumber Daya Guna Pelayanan *Wellness Hospitality Tourism*.

Sumber daya manusia berupa ketrampilan dalam pelayanan baik itu masyarakat sekitar maupun profesional dibidangnya, maupun sumber daya alam yang dimanfaatkan sebaik dan sebijak mungkin. Seperti penggunaan bahan-bahan alami yang didapat dari petani sekitar, bahan-bahan alami yang dapat ditemukan pada kawasan Tawangmangu yang dapat digunakan dalam pelayanan *wellness hospitality tourism* seperti ; *lemon grass* (sereh) dan tanaman turunan atsiri lainnya.

- e. Masyarakat Dilibatkan Aktif Dalam Pariwisata.

Kerjasama antara pengembang pariwisata dengan masyarakat dapat dilakukan dengan pendekatan keterlibatan aktif masyarakat. Seperti Kerjasama pertanian guna bahan pangan pada *hospitality*, kerjasama pementasan budaya, dan lain sebagainya.

Strategi W.T. (*Weakness dengan Threats*)

- a. Pengembangan Gagasan Maupun Panduan Pada *Wellness Hospitality Tourism* Dalam Skala Nasional.

Terjalannya kerjasama pada kementerian terkait (kementerian pariwisata dan kementerian kesehatan) merupakan sebuah dukungan dari pemerintah pusat, panduan maupun organisasi yang mendukung akan berkembangnya *wellness hospitality tourism* perlu dikembangkan secepat mungkin guna mendukung inovasi pada industri pariwisata.

- b. Keterlibatan Professional Teknis Dalam Pengembangan *Wellness Hospitality Tourism*.

Dengan topografi perbukitan dan pada beberapa wilayah termasuk rawan longsor, maka perlu di perhatikan terkait pelaksanaan teknis dalam pengembangan pariwisata di kawasan Tawangmangu. Keterlibatan professional konstruksi / struktur menjadi satu acuan dalam proses pengembangan pariwisata.

- c. Penerapan Tarif Yang Sesuai Antara Kompetitif, Operasional, Dan Pelayanan Hospitality.

Pelayanan *wellness tourism* yang bersifat personal dan eksekutif harus melalui perhitungan ekonomi yang matang, agar tidak terjadi harga yang terlalu tinggi atau sebaliknya. Dengan letak strategis Tawangmangu yang waktu tempuh maksimal 2 jam dari kota terdekat (Solo) dapat menjadi salah satu *barometer* penentuan harga.

- d. Keterlibatan Arsitek Secara Menyeluruh, Dari Awal Perencanaan Hingga Bentuk-Bentuk Akomodasi *Wellness Hospitality Tourism*.

Arsitek mengambil peran kunci dalam pelaksanaan perencanaan dan perancangan pengembangan pariwisata. Arsitek harus mempunyai komunikasi yang sejalan dengan gagasan *wellness tourism*, pelayanan akomodasi, hingga operasional sebuah hotel / resort.

PEMBAHASAN

Kawasan Tawangmangu

Kawasan Tawangmangu merupakan kawasan dengan batas administrasi Kecamatan Tawangmangu, kawasan yang dimaksud adalah pengembangan wisata alam, budaya, dan buatan/binaan manusia (RTRW Kab. Karanganyar pasal 38 ayat (1)).

Kawasan Tawangmangu memiliki potensi bentang alam guna industri dan pariwisata, jenis tanah yang subur mendukung berbagai macam tanaman dari bahan pokok hingga tanaman herbal maupun tanaman turunan atsiri. Berkembangnya industri pariwisata di Tawangmangu sejalan dengan konsep pengembangan Kabupaten Karanganyar yaitu INTANPARI (Industri, Pertanian, dan Pariwisata) dimana sebagai salah satu daerah tujuan utama wisata Jawa Tengah maupun tingkat nasional.

Dukungan pemerintah daerah dalam pengembangan industri pariwisata tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 19 Tahun 2019 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Karanganyar Tahun 2013-2032. Secara umum peraturan terkait pengembangan pariwisata bersifat memihak pelaku usaha pariwisata dengan pendekatan konservasi alam, dukungan pemerintah daerah juga tertuang dalam pasal 4 ayat (2) huruf e dimana pemerintah daerah mendukung pengembangan dengan menyediakan fasilitas penunjang dari sektor lain. Arah kebijakan publik pemerintah Kab. Karanganyar menekankan kepada pengembangan pariwisata dalam konsep INTANPARI.

Hospitality Industry

Berkembangnya industri pariwisata di Tawangmangu terbukti dengan banyaknya hospitality industry. Maraknya pertumbuhan *hospitality industry* di Tawangmangu tidak didukung dengan peningkatan inovasi pariwisata dibidang hospitality. Penerapan *hospitality industry* dengan pendekatan konvensional dianggap merupakan langkah yang paling mudah dan cepat dalam penerapan operasional *hospitality*, hal tersebut membuat minimnya inovasi pada pendekatan operasional.

Salah satu *hospitality industry* dengan pendekatan khusus adalah Greenhost Boutique Hotel di Parwirotaman, Yogyakarta. Hotel tersebut melakukan pendekatan khusus berupa pendekatan lingkungan baik secara arsitektural maupun pelayanan. Greenhost menerapkan *Agricafture* yaitu perpaduan antara pertanian, dan kerajinan/seni dari komunitas seniman lokal. Secara aktif hotel tersebut mengadakan acara kolaboratif bekerja sama dengan seniman dan komunitas terkait.

Wellness Tourism

Wellness tourism menjadi salah satu inovasi dalam pengembangan *hospitality industry*, pendekatan *wellness tourism* pada *hospitality industry* dapat berpengaruh terhadap pendekatan ekonomi, didukung dengan data global pertumbuhan *wellness economy*. Dimana sejak 2015 mengalami *trend* peningkatan dalam segi ekonomi/*economy growth*. *Global Wellness Institute* (GWI) pada tahun 2018 mengestimasi pasar global pada *wellness economy* sebesar US\$ 4.5 Triliun, sebesar 5.3% ekonomi global pada tahun 2017. Sejak 2015-2017 *wellness economy* tumbuh 6.4% setiap tahun, sekitar dua kali lipat dari pertumbuhan ekonomi global sebesar 3.6% saat itu. Berikut tabel pertumbuhan *wellness economy* termasuk beberapa sektor didalamnya :

Tabel 2. *Global Wellness Economy Report 2018*

Sectors	Market Size (US\$ Billions)		Average Annual Growth Rate
	2015	2017	2015-2017
<i>Healty Eating, Nutrition, & Weight Loss</i>	\$647.8	\$702.1	4.1%
Wellness Tourism	\$563.2	\$639.4	6.5%
<i>Spa Economy (Spa Facilities)</i>	\$98.6 (\$77.6)	\$118.8 (\$93.6)	9.8% (9.9%)
<i>Fitness & Mind-Body</i>	\$542.0	\$595.4	4.8%
<i>Preventive & Personalized Medicine And Public Health</i>	\$534.3	\$574.8	3.7%
<i>Traditional & Complementary Medicine</i>	\$199.0	\$359.7	-
<i>Wellness Real Estate</i>	\$118.6	\$134.3	6.4%
<i>Thermal/Mineral Sprins</i>	\$51.0	\$56.2	4.9%
<i>Workplace Wellness</i>	\$4113.3	\$47.5	4.8%
<i>Personal Care, Beauty & Anti-Aging</i>	\$999.0	\$1,082.9	4.1%
Wellness Economy	\$3,724.4	\$4,220.2	6.4%

Sumber : *Global Wellness Institute, 2018*

Sebelum pandemic covid-19, GWI mengestimasi pasar global pada pertumbuhan *wellness tourism* di tahun 2022 sebesar US\$ 919.4 Milyar (7,5% dari tahun 2017). Dengan rincian beberapa sektor sebagai berikut :

Tabel 3. *Projected Global Wellness Economy 2017-2022*

Sectors	Projected Market Size (US\$ Billions)		Projected Average Annual Growth Rate
	2017	2022	2017-2022
<i>Wellness Real Estate</i>	\$134.3	\$197.4	8.0%
<i>Workplace Wellness</i>	\$47.5	\$65.6	6.7%
Wellness Tourism	\$639.4	\$919.4	7.5%
<i>Spa Facilities</i>	\$93.6	\$127.6	6.4%
<i>Thermal/Mineral Sprins</i>	\$56.2	\$77.1	6.5%

Sumber : *Global Wellness Institute, 2018*

Menurut GWI, Asia-Pasifik pada tahun 2017 terjadi kapitalisasi pasar terkait wellness tourism sebesar US\$ 136.7 milyar (10.9% dari 2015-2017) dan Indonesia masuk dalam daftar *Top Ten Wellness Tourism Markets in Asia-Pacific 2017* dengan nilai pasar sebesar US\$ 6.9 milyar pada peringkat ke-7 dibawah Korea Selatan dan diatas Malaysia, Vietnam, dan New Zealand.

Perihal pandemic covid-19 yang memberikan efek negative pada pertumbuhan pariwisata, *wellness tourism* diprediksi sebagai sektor yang akan cepat pulih. Berdasarkan *Global Wellness Tourism Economy Report 2017* dimana *health tourism* sekitar setengah triliun dollar dan 14% dari total *global tourism* (Amelia, Gitta 2020). Menyikapi pandemic covid-19, ini menjadi momentum bagi *wellness sectors* sebagai bentuk kampanye hidup sehat mulai dari makanan hingga pariwisata. Dengan penerapan *wellness tourism* dengan segala bentuk pelayanan dan aktivitasnya menjadi focus masyarakat akan pentingnya kesehatan, hal ini juga yang menjadi dasar bahwa *wellness tourism* sebagai sektor industry pariwisata yang akan cepat pulih.

Sebagai preseden pendekatan *wellness tourism* di Tawangmangu adalah Rumah Atsiri Indonesia, dalam pengembangannya menambahkan fungsi pendukung berupa fasilitas *lodging* (penginapan) dengan pendekatan *wellness tourism* pada operasionalnya. Bentuk-bentuk pelayanan *wellness* pada fasilitas terbut, antara lain spa, tour alam, yoga, aromaterapi, makanan sehat, artisan tea, dan lain sebagainya. Pada paket wisata yang ada adalah wisatawan dapat menikmati selama 3 atau 5 hari, 7 hari, bahkan untuk jangka Panjang selama 30 hari dengan program *wellness* yang akan dinikmati wisatawan.

Pandangan Wisatawan pada *Wellness Hospitality*

Pendekatan *wellness tourism* sebelumnya sudah diaplikasikan secara menyeluruh oleh Amanjiwo Resort, Borobudur. Resort tersebut memberikan pelayanan istimewa dengan menghadirkan pengalaman lebih personal kepada pengunjung. Amanjiwo dikelilingi bentang alam yang indah didukung budaya dan

keramahan khas masyarakat sekitar. Dengan view candi Borobudur tepat saat matahari terbit serta bentang alam Perbukitan Menoreh menambah kesan ketenangan jiwa sesuai namanya.

Pada situs travel terkait, wisatawan memberikan peringkat 85% menyebutkan luar biasa, 10% menyebut sangat bagus, dan 5% menyebut mahal dengan biaya hampir Rp. 50.000.000,- per malam (Azzam, kompasiana 2021). Harga tersebut bisa dikatakan sebanding mengingat *prestige* yang didapat sekaligus pelayanan yang bersifat privat yang menyeluruh. Review positif serupa juga tertulis pada *platform tour and travel*, Tripadvisor. Pada review tersebut tertulis bagai mana pengunjung disambut dengan hangat oleh segenap pimpinan dan pelayan Amanjiwo resort, sekaligus menceritakan pengalamannya selama 5 hari 4 malam di Amanjiwo resort. Dimulai dari penjelasan Amanjiwo resort disambung dengan mendeskripsikan unit villa dengan pemandangan yang dapat langsung dinikmati, kemudian diceritakan bagaimana aktivitas *wellness hospitality* pada Amanjiwo mulai dari Yoga yang dilakukan dua kali dalam sehari (pagi dan sore) hingga pengalaman tour sejarah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, dimana *trend* pertumbuhan *wellness tourism* dari segi ekonomi dan daya wisatawan menunjukkan *trend* dan indikasi positif dalam perkembangannya. *Wellness tourism* merupakan salah satu pendekatan yang dapat diimplementasikan pada *hospitality industry* (hotel/resort). Dengan pertumbuhan pada *wellness economy* berdasarkan *Global Wellness Tourism Economy Report 2018* yang diterbitkan oleh *Global Wellness Institute* (GWI) mengestimasi pasar global pada *wellness economy* sebesar US\$ 4.5 triliun, 5.3% dari ekonomi global pada tahun 2017 dengan pertumbuhan setiap tahun dari tahun 2015-2017 sebesar 6.4%, sekitar dua kali lipat dari pertumbuhan ekonomi global sebesar 3.6% (2017). Pertumbuhan *wellness economy* secara global juga berdampak pada pasar *wellness economy* di Asia-Pasifik termasuk Indonesia. Di pasar Asia-Pasifik *wellness tourism* (bagian dari

sektor *wellness economy*) pada tahun 2017 terjadi pertumbuhan 10.9% (2015-2017) atau sebesar US\$ 136.7 milyar. Industri pariwisata dengan pendekatan *wellness tourism* di Indonesia menduduki peringkat ke 7 dalam daftar *Top Ten Wellness Tourism Markets in Asia-Pacific 2017* dengan nilai/kapitalisasi pasar sebesar US\$ 6.9 milyar. Sebelum pandemic covid-19, GWI mengestimasi pertumbuhan *wellness tourism* di tahun 2022 terjadi pertumbuhan 7,5% (dari tahun 2017) atau sebesar US\$ 919.4 milyar. Pandemic covid-19 yang terjadi telah menjadikan momentum untuk urgensi terkait gaya hidup sehat, termasuk kegiatan wisata yakni *wellness tourism*. Masyarakat mulai sadar artinya gaya hidup sehat yang menyeluruh, hal ini menjadi sentiment positif terkait pulihnya industri pariwisata terutama *wellness tourism* yang berkaitan dengan *health tourism*.

Dengan penjelasan diatas, *hospitality industry* dapat menerapkan pendekatan *wellness tourism* sebagai inovasi pengembangan industri pariwisata. *Trend* positif terkait *wellness tourism*, data global dan pertumbuhan positif *wellness economy*, iklim bisnis, *wellness tourism* di Indonesia yang diperhitungkan pada taraf global dan regional Asia-Pasifik, kesadaran masyarakat terkait gaya hidup sehat, dan didukung sentiment positif dari berbagai pihak dapat memberikan dampak perkembangan positif pada *hospitality industry* dari segi ekonomi, dan pemanfaat pertumbuhan *wellness economy* yang bersifat global.

Selanjutnya, kawasan Tawangmangu yang telah memiliki potensi alam dan infrastruktur terkait dapat memanfaatkan momentum perkembangan *wellness economy* terutama *wellness tourism* yang memiliki *trend* positif setiap tahun. Dukungan pemerintah baik daerah maupun pusat diperlukan dalam pengembangan industri pariwisata, khususnya kawasan Tawangmangu. Kabupaten Karanganyar dengan konsep pengembangan utama yaitu sebagai salah satu daerah tujuan utama wisata di Jawa Tengah maupun tingkat nasional, serta dengan peraturan terkait pariwisata yang bersifat terbuka dan mendukung atas kerjasama bergbagai pihak guna pengembangan pariwisata di Kabupaten

Karanganyar. Selanjutnya dukungan pada kementerian terkait dimana Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan guna mengembangkan wisata kesehatan, medis, kebugaran, dan herbal di Indonesia dengan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS). Secara singkat disimpulkan bahwa kawasan Tawangmangu berpotensi dalam pengembangan *wellness hospitality tourism* dengan dukungan pemerintah daerah berupa konsep pengembangan, peraturan terkait, dukungan kementerian terkait yang telah melakukan perjanjian kerja sama, serta keterlibatan berbagai pihak termasuk masyarakat untuk pengembangan industri pariwisata di kawasan Tawangmangu.

DAFTAR PUSTAKA

- Camilleri, M. A. (2018). The Tourism Industry: An Overview. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (Chapter 1, pp. 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Catherine Kelly (2012) Wellness Tourism: Retreat Visitor Motivations and Experiences, *Tourism Recreation Research*, 37:3, 205-213, DOI: 10.1080/02508281.2012.11081709
- Global Wellness Institute, *Defining the Mental Wellness Economy*, November 2020.
- Global Wellness Institute, *Global Wellness Economy Monitor*, October 2018.
- Global Wellness Institute, *Global Wellness Tourism Economy*, November 2018.
- Global Wellness Institute, *Move to be Well: The Global Economy of Physical Activity*, October 2019.
- Global Wellness Institute, *Move to be Well: The Global Economy of Physical Activity*, October 2019.
- Inran Y. Lehto (Assistant Professor), Sally Brown (President and Founder), Yi Chen (Graduate Student) & Alastair M. Morrison (Distinguished Professor) (2006) Yoga Tourism as a Niche Within the Wellness Tourism Market, *Tourism Recreation Research*, 31:1, 25-35, DOI: 10.1080/02508281.2006.11081244
- Johanson, Misty M. (2004) "Health, Wellness Focus within Resort Hotels,"

- Hospitality Review*: Vol. 22 : Iss. 1 , Article 3.
- Karen, I. A. (2015). *Self-Determination Theory And Wellness Tourism:How Do Wellness Facilities Contribute To Wellbeing?*. South Carolina: University of South Carolina.
- Lutfiyani, Yulia N., & Astuti, Dyah W. (2019) *Laporan Seminar Penelitian Public Private Community Partnership: Potensi Keterlibatan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Edukasi (Studi Kasus: Rumah Atsiri Indonesia)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Melanie Smith (Senior Lecturer in Cultural Tourism) & Catherine Kelly (Senior Lecturer in Cultural Tourism) (2006) *Wellness Tourism, Tourism Recreation Research*, 31:1, 1-4, DOI: 10.1080/02508281.2006.11081241
- Yeung, O., and Johnston, K. (2020). *Resetting the World with Wellness: A New Vision for a Post COVID-19 Future*. Miami, FL: Global Wellness Institute.
- Amelia, Gitta. (2020). The Arrival of the Wellness Economy in Indonesia (online). <https://www.linkedin.com/pulse/arrival-wellness-economy-indonesia-gitta-amelia/?trackingId=FepzY%2Fm4PT831BiXJf4qOg%3D%3D>. (diakses 25 Januari 2021).
- Azzam, A. A. (2021) *Resort Amanjiwo Teras Damai di Jawa Tengah* (online). <https://www.kompasiana.com/abdurrofi50157/5fff2f75d541df302e2cdd73/resor-amanjiwo-terasa-damai-di-jawa-tengah>. (diakses 15 Januari 2021).
- Karanganyarkab. (2019). *Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 19 Tahun 2019* (online).<http://jdih.karanganayarkab.go.id>. (diakses 13 Januari 2021)
- Tripadvisor. (2021). *Amanjiwo* (online). https://www.tripadvisor.co.id/Hotel_Review-g790291-d307832-Reviews-Amanjiwo-Borobudur_Magelang_Central_Java_Java.html. (diakses 15 Januari 2021).