

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada 13 April 2020, Presiden Joko Widodo secara resmi telah menerbitkan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) sebagai Bencana Nasional (Sekretariat Kabinet RI, 2020).

Keputusan presiden tersebut diikuti oleh berbagai kebijakan pemerintah tentang pengaturan mobilitas masyarakat (Romdiati & Mita, 2021). Baik pandemi COVID-19 dan kebijakan pemerintah mengenai pembatasan mobilisasi tersebut mempengaruhi berbagai sektor di dunia termasuk Indonesia, salah satunya dalam bidang pariwisata. Dilansir dari Badan Pusat Statistik, kunjungan wisman pada awal tahun 2020 mengalami degradasi. Pada Januari 2020, kunjungan wisman menyentuh angka 1,27 juta kunjungan di mana angkanya jatuh sebanyak 7,62 persen jika dibandingkan dengan Desember 2019 sebanyak 1,37 juta. Degradasi jumlah wisman ini dipengaruhi dengan meningkatnya kasus COVID-19 secara pesat di Januari 2020 (Badan Pusat Statistik, 2021).

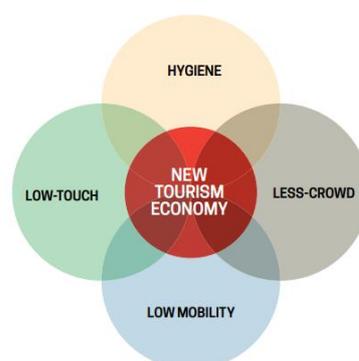
Guna memulihkan sektor pariwisata, dalam Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat (SNPM) Ke-3 Universitas Riau (UNRI) tahun 2021, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno menyampaikan bahwa ada inovasi, adaptasi, dan kolaborasi sebagai kunci pokok dan sistem baru dalam upaya pemulihan pariwisata. Pemerintah

merupakan fasilitator inovasi dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif, di mana sistem ini akan membangun kembali sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Adaptasi dilaksanakan melalui penerapan *Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainable* (CHSE) sekaligus pengujian pasar di setiap destinasi wisata, baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Kolaborasi, diartikan sebagai keterlibatan seluruh pihak (Sandiaga Uno, 2021).

Situasi industri dan kebijakan tersebut mempengaruhi perilaku dan tren masyarakat terhadap berbagai sektor, termasuk pariwisata. Hal ini ditandai dengan 4 karakteristik ekonomi pariwisata baru antara lain yang pertama *hygiene*, di mana CHSE menjadi fokus utama konsumen, yang kedua *less-crowd*, di mana *wellness* dan *mindfulness* di destinasi dan atraksi wisata yang jauh dari keramaian menjadi pilihan utama, yang ketiga *low-touch*, di mana *contactless solution* yaitu digital menjadi solusi, dan yang keempat *low-mobility* di mana masyarakat akan cenderung menggunakan transportasi darat dengan jangka waktu pendek.

GAMBAR 1

4 EKONOMI PARIWISATA BARU



Sumber: Kemenparekraf (2021)

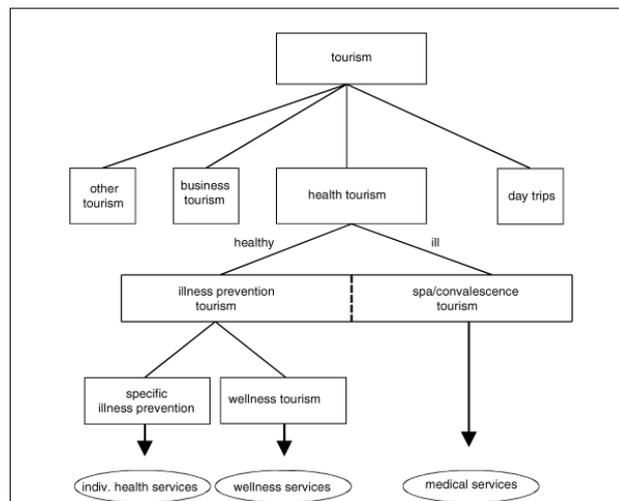
Mengiringi 4 ekonomi pariwisata baru tersebut, muncul gagasan baru dari konsep A3, yaitu *Attraction, Amenity, Access* atau Atraksi, Amenitas, Akses. Di mana pada *attraction*, daya tarik wisata dengan konsep *nature, eco, wellness, adventure* (NEWA) atau alam, eko, kesehatan, petualangan akan lebih diminati dan menjadi kiblat baru di industri pariwisata. Pada *amenity*, keramahtamahan (*hospitality*) akan tetap menjadi “nyawa” dari layanan ke konsumen tetapi dengan mengikutsertakan *cleanliness, health, safety, environment* (CHSE) atau kebersihan, kesehatan, keamanan, lingkungan yang juga harus dilengkapi dengan *hygiene, low-touch, less crowd* (HLL) atau kebersihan, rendah sentuhan, lebih sedikit keramaian menjadi standar pelayanan. Pada *access*, kegiatan wisata domestik menjadi tumpuan dan pilihan utama masyarakat, dengan konsep *micro tourism* atau pariwisata mikro dengan jarak dan waktu berwisata yang lebih singkat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Salah satu solusi bagi kebutuhan masyarakat terhadap ekonomi pariwisata dan konsep A3 baru tersebut adalah *wellness tourism*. *Wellness tourism* adalah wisata yang berupaya menjaga atau memperkuat kesejahteraan pribadi (*personal well-being*) yang meliputi berbagai aspek yaitu fisik, mental, spiritual atau lingkungan (Global Wellness Institute, n.d.). Menurut Kaspar (dalam Mueller & Kaufmann, 2021), *wellness tourism* pada pariwisata adalah sub-bagian dari *health tourism* sejajar dengan bisnis pariwisata lainnya. *Health tourism* dikelompokkan ke dalam *illness prevention tourism* dan *spa/convalescence tourism*. *Health and wellness tourism* masuk pada *illness prevention tourism* yang di dalamnya

dikelompokkan menjadi jasa kesehatan dan jasa kebugaran, berdasarkan yang tertera pada gambar berikut.

GAMBAR 2

DEMARICATION OF WELLNESS TOURISM IN TERMS ON DEMAND



Sumber: Mueller & Kaufmann (2001)

Dikutip dari Siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia tahun 2022, pemerintah sedang dalam usaha pembinaan *wellness tourism* yang berbasis dengan kearifan lokal di tiga daerah yaitu Solo, Yogyakarta, dan Bali. Pengembangan *wellness tourism* ini menandakan adanya potensi besar *wellness tourism* bagi pariwisata Indonesia di masa yang akan datang.

Hal ini juga disokong Sandiaga Uno dalam International Wellness Tourism Conference and Festival (IWTCF) 2022. Beliau menyebutkan bahwa *wellness tourism* adalah kunci pemulihan dari industri parekraf nasional maupun internasional.

Ada berbagai pilihan kegiatan yang dilakukan *wellness tourism* seperti *yoga, spa, hiking, wellness retreat*, berendam di mata air panas, *boot*

camp, dan masih banyak lagi. Wisatawan juga didorong untuk menerapkan pola makan sehat, rutinitas olahraga, praktik pikiran dan tubuh, pengalaman alam, hubungan dengan masyarakat dan budaya setempat, dan lain-lain (Global Wellness Institute, n.d.)

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan pada kegiatan *wellness tourism*, antara lain *body*, termasuk *physical wellness*, *spirit*, termasuk *spiritual wellness*, dan *mind*, termasuk *intellectual*, *social*, dan *emotional wellness* (Koerniawaty & Sudjana, 2022).

GAMBAR 3

ASPEK KEGIATAN *WELLNESS TOURISM*



Sumber: Koerniawaty & Sudjana (2022)

Menanggapi tren *wellness tourism*, biro perjalanan wisata di Indonesia mulai terdorong untuk menyusun paket wisata *wellness*. Menurut Xia (dalam Khanan, 2014), paket wisata adalah “A sequence of attractions, their schedule and target markets”, yaitu diartikan sebagai rangkaian daya tarik, jadwal dan target pasar. Khanan juga menyampaikan bahwa paket

wisata semestinya tersusun dari unsur-unsur rencana perjalanan seperti urutan daya tarik wisata dengan waktu kedatangan yang terjadwal dan durasi kunjungan di setiap daya tarik wisata, yang dikhususkan sesuai preferensi dan karakteristiknya pasarnya.

Salah satu perusahaan yang telah menyusun dan menjual paket wisata *wellness tourism* adalah KLANA. KLANA adalah sebuah biro perjalanan wisata di Jakarta yang telah berdiri sejak tahun 2020, dengan fokus pada *experience* dalam kebudayaan, petualangan, alam, spiritual, serta *wellness and health*. KLANA menawarkan tidak hanya pelayanan, namun juga pengalaman bagi wisatawan melalui paket wisata.

KLANA menawarkan paket wisata *wellness* yang dikenal dengan nama Sukabumi Hill Retreat, yaitu kegiatan bermalam di Desa Ubrug, Sukabumi dengan harga mulai dari Rp 1.450.000/orang.

TABEL 1

ITINERARY SUKABUMI HILL RETREAT

<i>DAY 1</i>	
12.00 WIB	Makan Siang
14.00 WIB	<i>Trekking</i> di Sawah
17.00 WIB	<i>Relaxation Yoga</i>
19.00 WIB	Makan Malam
20.30 WIB	Malam Api Unggun
<i>DAY 2</i>	
05.00 WIB	Meditasi & <i>Sunrise Yoga</i>
08.30 WIB	Sarapan, <i>free time</i> , <i>check out</i>

Sumber: KLANA (2023)

Berdasarkan wawancara dengan *founder* KLANA, Sukabumi Hill Retreat adalah paket wisata yang paling diminati di KLANA pada tahun 2021. Berikut dijabarkan seluruh paket wisata yang dijual di KLANA dengan jumlah peserta pada tahun 2021-2022:

TABEL 2
JUMLAH PESERTA PAKET WISATA DI KLANA TAHUN 2021-2022

No	Nama Paket Wisata	Jumlah Peserta Tahun 2021	Jumlah Peserta Tahun 2022
1	KLANA Your Way	30	214
2	Mentawai	8	-
3	Nuvantara	10	-
4	Paniisan Hill Trekking	28	24
5	Surf Camp	6	-
6	Sukabumi Hill Retreat	142	65
7	Banyuwangi	-	18
8	Komodo Sea Adventure	-	10
Total Peserta		224	331

Sumber: KLANA (2023)

Pada tabel 2, terlihat bahwa pada tahun 2021 paket wisata Sukabumi Hill Retreat adalah paket wisata yang paling diminati di KLANA dengan jumlah 142 peserta atau lebih dari separuh keseluruhan peserta paket wisata yang dijual di KLANA dan pada tahun 2022 paket wisata Sukabumi Hill Retreat mengalami penurunan jumlah peserta menjadi 65.

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan *founder* KLANA, terdapat keluhan terhadap penginapan yaitu Villa TWT yang menjadi salah satu komponen paket wisata Sukabumi Hill Retreat.

Dalam hal ini, diperlukan evaluasi terhadap paket wisata Sukabumi Hill Retreat untuk melihat penilaian peserta terhadap paket wisata Sukabumi Hill Retreat, supaya menghasilkan rekomendasi dan meningkatkan kualitas produk yang dijual.

Evaluasi adalah suatu metode untuk melaksanakan penaksiran dan melakukan perbandingan indikator evaluasi kepada suatu objek evaluasi dengan setahap demi setahap, yaitu menampung, menganalisis, dan menyampaikan data yang dapat membantu dalam mengambil keputusan

mengenai objek yang dievaluasi agar dapat mencapai suatu hasil yang maksimal (Wirawan, 2012).

Evaluasi paket wisata Sukabumi Hill Retreat ini dilakukan berdasarkan 3 aspek paket wisata menurut Xia (dalam Khanan, 2014), yaitu *sequence of attractions, their schedule and target markets* atau rangkaian daya tarik, jadwal dan target pasar yang dikhususkan sesuai preferensi dan karakteristiknya pasarnya.

Oleh karena itu, berdasarkan paparan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi paket wisata Sukabumi Hill Retreat dan meningkatkan kualitas produk di KLANA dengan judul **“EVALUASI PAKET WISATA SUKABUMI HILL RETREAT DI KLANA, JAKARTA”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Paket Wisata Sukabumi Hill Retreat di KLANA?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dijabarkan melalui identifikasi masalah, di antaranya:

1. Bagaimana *sequence of attractions* pada paket wisata Sukabumi Hill Retreat di KLANA?
2. Bagaimana *schedule* pada paket wisata Sukabumi Hill Retreat di KLANA?

3. Bagaimana *targets markets* pada paket wisata Sukabumi Hill Retreat di KLANA?

C. **Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Formal

Tujuan formal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan studi pada program Diploma IV, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Untuk meningkatkan kualitas produk dan memberikan rekomendasi melalui evaluasi paket wisata Sukabumi Hill Retreat di KLANA.

D. **Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Dapat mengembangkan teori-teori dan pemahaman mengenai penelitian terkait dan dapat menjadi acuan bagi penelitian di kemudian hari, secara khusus dalam bidang wisata *wellness*.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Penulis

Melatih pola pikir secara teratur dan metodologis untuk mengidentifikasi suatu persoalan melalui teori-teori dan pemahaman

sehingga dapat menyampaikan solusi dan rekomendasi bagi pihak terkait.

b. Untuk KLANA

Memberikan rekomendasi kepada KLANA dalam upaya meningkatkan kualitas paket wisata Sukabumi Hill Retreat.