

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Meningkatnya perhatian terhadap kesehatan dan kebugaran pasca pandemi menunjukkan bahwa *wellness tourism* menjadi salah satu sektor yang kuat dan tanggap terhadap situasi krisis. Tahun 2015 hingga Tahun 2017, pasar *wellness tourism* di Asia Pasifik tercatat adanya lonjakan sebesar 33%. Diperkirakan angka ini akan terus meningkat seiring berakhirnya pandemi Covid-19 (Kemenparekraf, 2021). Indonesia secara signifikan berpotensi untuk pasar wisata kebugaran global. Menurut Global Wellness Institute 2017, pada tahun 2015 Indonesia berada di peringkat 17 dari top 20 spa market sebagai pasar *wellness tourism* dengan jumlah spa sebanyak 2,070 dan pendapatan sebesar \$0.92 (US\$ billions) atau setara dengan 14,9 Triliun Rupiah. Selain itu, di wilayah Asia Tenggara *wellness tourism* Indonesia termasuk pasar terbesar kedua yang menciptakan 1,31 juta lapangan pekerjaan.

Berdasarkan Kemenparekraf (2022), melalui kegiatan International Wellness Tourism Conference & Festival (IWTCF) 2022, Sandiaga Uno, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menyampaikan harapannya bahwa Indonesia diharapkan dapat menjadi top 5 global karena *wellness tourism* dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru yang berkualitas secara luas. IWTCF merupakan salah satu *side event* KTT G20 yang berfungsi

sebagai media atau sarana promosi untuk menampilkan produk kreatif serta *wellness destinations* di Indonesia agar dapat lebih dikenal secara global oleh masyarakat. Selain itu, acara ini juga merupakan sebuah konferensi yang bertujuan untuk mengumpulkan gagasan dan ide yang akan membentuk Rencana Aksi Nasional Tahun 2022-2026. *Event* ini merupakan hasil kolaborasi antara Kemenparekraf/Baparekraf RI, Indonesia Wellness Institute (IWI) dan Pemerintah Kota Surakarta. Menparekraf, Sandiaga Uno, berharap bahwa melalui IWTCF 2022, awareness terhadap layanan wisata kesehatan yang dimiliki akan meningkat, dengan semangat gotong royong yang merupakan bagian dari jati diri bangsa Indonesia.

Kemenparekraf bersama dengan Kemenkes bekerjasama pada tahun 2017-2020 menetapkan Joglosemar (Jogja, Solo, Semarang), Bali, dan Jakarta untuk dapat menjadi pionir *wellness tourism* di Indonesia. Pada saat ini Kemenparekraf dan Kemenkes telah kembali menjalin kerjasama yang akan berlangsung selama 5 tahun (2020-2025), dengan rencana untuk melakukan evaluasi guna meningkatkan penyelenggaraan *wellness tourism* di Indonesia (Rokom, 2021). *Point* yang dibahas pada perjanjian kerjasama pada saat ini, sebagai berikut:

1. Koordinasi dan harmonisasi terhadap kebijakan dan program dalam penyelenggaraan *wellness tourism* di Indonesia.
2. Peningkatan mutu penyelenggaraan *wellness tourism* di Indonesia.
3. Pengembangan strategi pemasaran untuk *wellness tourism*.
4. Melakukan pemberdayaan masyarakat di destinasi *wellness tourism*.

5. Membangun saling pertukaran informasi dan data mengenai pengembangan *wellness tourism*.
6. Melakukan bimbingan teknis, pemantauan, dan evaluasi secara terpadu dalam penyelenggaraan *wellness tourism*.
7. Memberikan upaya kesehatan baik kepada wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Kemenparekraf bersama dengan Kemenkes, telah merekomendasikan tiga lokasi *wellness tourism* di Indonesia, yakni Joglosemar (Jogjakarta, Solo, Semarang), Bali, dan Jakarta. Destinasi tersebut menawarkan nilai-nilai *wisdom, luxurious, and modernity* bagi para wisatawan (Kemenparekraf, 2021b). Berikut adalah alasan di balik pemilihan destinasi tersebut dalam pengembangan *wellness tourism*:

1. Bali

Menyajikan serangkaian *wellness tourism* dengan skenario yang dikenal sebagai "Eat, Beauty, and Love".

2. Yogyakarta

Rancangan skenario wisata yang dikenal sebagai "Tracing the History of Jamu". Hal tersebut dikarenakan tradisi dan budaya keraton yang masih kuat.

3. Solo

Rancangan skenario wisata yang memperkenalkan sejarah jamu dan tradisi herbal Jawa yang sekaligus menjalin interaksi dengan masyarakat setempat

4. Semarang

Sebagai penutup dari skenario wisata "Tracing the History of Jamu"

5. Jakarta

Merancang pengembangan Rejuvenate for Next Life. Dirancang khusus untuk wisatawan dengan jadwal yang padat namun tetap ingin merasakan pengalaman kebugaran.

Berikut 5 destinasi *wellness tourism* yang direkomendasikan oleh Kemenparekraf (Kemenparekraf, 2021a):

1. Pura Mangkunegaran, Solo, Jawa Tengah
2. The Yoga Barn, Ubud, Bali
3. Rumah Atsiri, Karang Anyar, Jawa Tengah
4. Pabrik Jamu Sido Muncul, Semarang, Jawa Tengah
5. Nurkadhatyan, Spa Ambarukmo, Yogyakarta

Dalam mendukung harapan Menparekraf untuk menjadikan Indonesia sebagai top 5 global yang menjadi Rencana Aksi Nasional 2022-2026 tersebut diperlukan kualitas SDM yang unggul. Hal ini searah dengan pernyataan Kemenko PMK (Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan) bahwa melalui SDM yang berkualitas, tangguh, serta unggul baik fisik maupun mental, dapat memberikan dampak positif kepada peningkatan daya saing dalam mendukung pembangunan nasional. Profesionalisme juga dapat membentuk sikap, perilaku, serta kepribadian yang tangguh (Istimewa, 2020).

Berdasarkan Kuruppu et al. (2021) dalam Mohamad muspawi, keberhasilan sebuah organisasi sangat tergantung kepada standar SDMnya. Berdasarkan (Karim, 2019), kualitas SDM sebuah organisasi menjadi faktor kunci dalam mencapai keberhasilannya. Oleh karena itu, setiap organisasi perlu berupaya untuk meningkatkan kualitas tenaga kerjanya, salah satunya yaitu melalui program pengembangan dan juga pelatihan. Menurut (Handoko, 2013) yang dikutip dalam (Juwita, 2019), sebuah perusahaan atau organisasi harus selalu memperhatikan produktivitas, pelatihan, dan pendidikan. Sutono (2019), pengelolaan sumber daya manusia pada bisnis pariwisata harus dapat memastikan bahwa kompetensi dari setiap pegawainya dapat mendorong peningkatan performa hingga daya saing perusahaan.

Sumber daya manusia yang berkualitas adalah sumber keunggulan kompetitif yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan di suatu destinasi. Penting bagi pengelola destinasi untuk memiliki sistem pengukuran yang kredibel untuk menilai kinerja SDM. Hal ini akan memudahkan pengelola destinasi dalam melakukan evaluasi terhadap efisiensi, efektivitas, dan produktivitas SDM di perusahaannya (Rachmayanti, 2006). Oleh karena itu, dibutuhkan penilaian dengan sistem pengukuran kinerja yang kredibel.

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) adalah suatu metode yang digunakan untuk menilai pegawai berdasarkan aktivitas yang dilakukannya dalam menjalankan tugas tanggung jawabnya atau proses untuk menilai prestasi kerja pegawai dalam melakukan pekerjaannya. *Performance appraisal* berfungsi untuk memperbaiki kinerja pegawai, di samping itu juga memberikan umpan balik kepada organisasi. Maka dengan penilaian kinerja yang dilakukan secara benar akan mendorong individu yang dinilai untuk senantiasa memperbaiki diri (Noermijati, 2013).

Metode *360 degree feedback* merupakan suatu penilaian kinerja yang melibatkan berbagai sumber (*multisources*) penilaian berdasarkan perilaku individu terhadap atasan, bawahan, rekan kerja, anggota tim proyek, *supplier*, dan *customer* (Karmawidjadja, 2007). Melalui metode *360 degree feedback* ini dapat diperoleh *feedback* dari berbagai sumber yang berbeda, yang secara keseluruhan dapat memberikan evaluasi yang lebih objektif. Selain itu, penggunaan metode ini juga dapat mengurangi risiko terjadinya diskriminasi dalam penilaian kinerja (*performance appraisal*) (Widya, 2004). Metode *360 degree feedback* dapat digunakan untuk melakukan penilaian kinerja pegawai. Selain itu, metode ini juga dapat berfungsi membantu pihak perusahaan untuk mendapatkan rekomendasi hasil penilaian secara lebih objektif (Susanto & Andriana, 2019).

Rumah Atsiri Indonesia merupakan salah satu destinasi *wellness tourism* yang masuk kedalam 5 destinasi *wellness tourism* yang direkomendasikan

oleh Kemenparekraf. Rumah Atsiri merupakan destinasi *wellness tourism* yang mengusung tema *wellness aromatic destination* dan bertransformasi menjadi rumah bagi berbagai kegiatan yang berkaitan dengan *holistic wellness, essential oil education, recreation, research & development, and production activities*. PT. Rumah Atsiri Indonesia terletak di Jl. Watusambang, Watusambang, Plumbon, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah.

### GAMBAR 1 SEJARAH RUMAH ATSIRI

<p><b>1961</b> The first agreement between two governments, Indonesia and Bulgaria was initiated and created.</p>	<p><b>1962</b> The first Indonesian embassy in Bulgaria was created to support the partnership between the two countries.</p>	<p><b>1963</b> Establishment of 'Citronella' Essential Oil factory in Tawangmangu as an implementation of the collaboration between Techno Export Bulgaria and PNR (Indonesian State-Owned Enterprise) Kimia Yasa Indonesia.</p>	<p><b>1986</b> The liquidation of the Citronella plant was taken over by PT. Intan Purnama Sejati.</p>	<p><b>2015-2018</b> The Citronella Factory was taken over by PT. Rumah Atsiri Indonesia. Renovation began on early 2016.</p>	<p><b>2018-Now</b> Rumah Atsiri Indonesia first opened its door to visitors on mid 2018.</p>
---	---	--	--	--	--

Sumber: rumahatsiri.com

Rumah Atsiri Indonesia merupakan hasil restorasi dari pabrik Indonesian-Bulgaria Citronella dan mulai beroperasi pada bulan Mei 2018. Pada awalnya bangunan PT Rumah Atsiri merupakan proyek kerjasama antara Ir. Soekarno dengan Pemerintah Bulgaria. Pada saat tersebut Bulgaria merupakan negara dengan penghasil minyak atsiri mawar terbesar di dunia. Pada 1 Agustus 1963 didirikan Pabrik Citronella yaitu pabrik minyak atsiri di Tawangmangu, Karanganyar, Jawa Tengah. "Citronella" memiliki arti

serai wangi, pembangunan pabrik ini bertujuan untuk menjadi pabrik minyak atsiri terbesar di Asia, namun karena tidak berjalan sesuai rencana dan kemudian terbengkalai proyek tersebut berhenti pada 4 September 1986.

Rumah Atsiri Indonesia merupakan destinasi *wellness tourism* yang kaya akan sejarah karena tidak terlepas dari *the spirit of place* yang merupakan warisan peninggalan bangunan pabrik hasil kerjasama Indonesia-Bulgaria yang pada saat tersebut memang dibuat untuk menjadi pabrik penyulingan terbesar di Asia. Rumah Atsiri Indonesia menawarkan wisata yang cukup menarik melalui pembelajaran interaktif dengan cara yang dikemas dalam bentuk rekreasi mulai dari pembelajaran tentang tanaman atsiri, proses pembuatan minyak atsiri, produk yang dapat dihasilkan hingga pembelajaran mengenai penggunaan produk secara tepat karena memiliki banyak manfaat.

Dilansir dari website Kementerian Koperasi dan UKM, *aromatic product* merupakan *main product* dari Rumah Atsiri Indonesia. Berdasarkan informasi dari General Manager RAI, Rumah Atsiri Indonesia masih termasuk kedalam UMKM. Produk yang dihadirkan oleh Rumah Atsiri Indonesia mengangkat kekayaan Indonesia dalam industri minyak atsiri dunia melalui varietas minyak atsiri yang dihasilkan oleh tanaman asli Indonesia yang sangat berharga dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Karena keunikannya dilansir dari website Kemenparekraf, Angela

Tanoesoedibjo, Wamenparekraf berharap Rumah Atsiri Indonesia dapat terus berkembang sehingga bisa dijadikan contoh sebagai destinasi wisata kesehatan unggulan sekaligus pemicu pelaku pariwisata lainnya untuk turut berkembang.

Rumah Atsiri Indonesia tidak lagi menggunakan kata-kata Visi dan Misi sebagai arah dan tujuan organisasi melainkan *Purpose and Value* Rumah Atsiri Indonesia. Berikut *Purpose* Rumah Atsiri Indonesia:

*“To transform the “citronella” industrial heritage, to be a Nation Pride and Sustainable Aromatic Wellness Product and Destination”.*

*Value* Rumah Atsiri Indonesia : “WELLNESS”

- 1) W: *Well performance as a Artisan*
- 2) E: *Ensure healthy live and promote well-being through aromatic wellness*
- 3) LL: *Leverage Locality and sustainability, inclusivity and women empowerment and make positive impact on ESG*
- 4) N: *Nurture a culture trust*
- 5) S: *Serve Customer and Colleagues like a beloved friend*
- 6) S: *Senses, Being aware of the six senses*

**GAMBAR 2**  
**LOGO RUMAH ATSIRI INDONESIA**



Sumber: LinkedIn Rumah Atsiri

Rumah Atsiri Indonesia yang berlokasi di Jl. Watusambang, Watusambang, Plumbon, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah terdiri dari:

1. Rumah Atsiri Class
2. LKP Rumah Atsiri Indonesia
3. Area Penyulingan Minyak
4. Riset & Pengembangan
5. Rumah Atsiri Museum
6. Rumah Atsiri Resto
7. Toko Aromatik
8. Rumah Atsiri x Genetika Merchandise Shop
9. Nursery Shop
10. Teater Palmarosa
11. Ruang Pertemuan
12. Rumah Atsiri Nursery
13. Plaza Marigold
14. Kebun Produksi Rumah Atsiri

15. Greenhouse Rumah Atsiri
16. Taman Aromatik
17. Rumah Atsiri Glamping
18. Rumah Atsiri Pool Bar

Selain itu, PT Rumah Atsiri Indonesia juga memiliki 2 outlet, yaitu:

1. Atsiri Jawa yang berlokasi di kaki Gunung Lawu di Desa Nglebak, Tawangmangu, Jawa Tengah.
2. Atsiri Sarinah yang berlokasi di Gedung Sarinah Lt. 5, Jl. M.H. Thamrin No.11, Gondangdia, Kec. Menteng, Jakarta. Atsiri Sarinah merupakan extension dari Rumah Atsiri di Solo.

Metode penyampaian konten Rumah Atsiri melalui pendekatan yang interaktif dan modern untuk memastikan pemahaman yang mudah didapatkan bagi target *audiens* mereka. Berikut Pilar-pilar dari Rumah Atsiri Indonesia:

1. Aroma

Sebagai DNA Rumah Atsiri, identitas dan semangat Rumah Atsiri berasal dari sejarah panjang bangunan Pabrik Citronella.

2. *Wellness*

*Core content* Rumah Atsiri, yang menjadi tulang punggung dan alasan mengenai apa yang mereka melakukan berfokus untuk mengeksplorasi lima elemen penting dari wellness yang meliputi aroma, makanan dan nutrisi, herbal, aktivitas fisik, dan terapi.

### 3. *Sustainability*

Bisnis yang diterapkan Rumah Atsiri sangat bergantung pada keseimbangan alam, sehingga mereka percaya bahwa membangun dan mematuhi pembangunan progresif yang berkelanjutan adalah suatu hal penting yang menjadi keharusan.

Fokus perwujudan Pilar Rumah Atsiri Indonesia:

#### 1. Edu-rekreasi

Edukasi dengan cara yang rekreasi yang dijadikan cara menarik untuk mengenalkan *aromatic wellness*.

#### 2. *Hospitality*

Sebagai situs destinasi pariwisata yang bertanggung jawab dan etis, Rumah Atsiri Indonesia berfokus pada peningkatan kesejahteraan manusia, budaya, dan lingkungan sekitar lokasi Desa Plumbon, dengan menyediakan program *wellness*, servis & spa, serta fasilitas MICE.

#### 3. Produk *Wellness*

Menyediakan pasar berkelanjutan dan menginspirasi inovasi pengembangan produk minyak atsiri dan turunannya. Mengembangkan produk *wellness* berstandar dunia melalui riset, pengembangan, produksi, dan *experience store*.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk menentukan prioritas Rumah Atsiri Indonesia,

mengintegrasikan kegiatan keberlanjutan dalam pendekatan terpadu, dan menetapkan target. Fokus SDG (*Sustainable Development Goals*) mereka adalah:

1. Poin ke-3 SDG, *Good Health and Wellbeing*
2. Poin ke-4 SDG, *Quality Education*
3. Poin ke-5 SDG, *Gender Equality*
4. Poin ke-8 SDG, *Decent Work and Economic Growth*
5. Poin ke-12 SDG, *Responsible Consumption and Production*

Dilansir dari website rumahatsiri.com bahwa Rumah Atsiri memiliki beberapa *impact* positif salah satunya adalah sebesar 81,8% *Middle to Top Management* diduduki oleh wanita dengan keterangan yang memaparkan bahwa wanita dengan kekuatan ekonomi yang cukup dapat memastikan bahwa keluarga mereka tercukupi gizinya. Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang tersebut peneliti mencari tahu mengenai bagaimana pengelolaan SDM di Rumah Atsiri Indonesia melalui penilaian kinerja pegawai *existing* dan menemukan bahwa penilaian kinerja *existing* berupa penerapan *Objectives Key Result* yang kemudian *breakdown* dan diturunkan menjadi *Key Performance Indicator* (KPI) berdasarkan masing-masing posisi. Penilaian kinerja *existing* tersebut dilakukan per triwulan (*quarterly*).

OKR (*Objectives and Key Results*) adalah pendekatan yang digunakan untuk menetapkan dan mencapai tujuan dalam organisasi. OKR terdiri dari dua komponen utama, yaitu *Objectives* (Tujuan) dan *Key Results* (Hasil Utama). Tujuan adalah target yang ambisius dan cenderung kualitatif,

menjelaskan apa yang ingin dicapai oleh organisasi. Sementara itu, Hasil Utama adalah indikator yang menggambarkan keberhasilan dalam proses mewujudkan tujuan tersebut, yang terukur dan kuantitatif (Hidayatul Khoirun Nisa et al., 2024). OKR Lebih dinamis dan dapat diubah berdasarkan kemajuan dan perubahan prioritas. KPI mampu memberikan strategi yang jelas serta dapat membantu dalam melakukan pengawasan pada kinerja suatu perusahaan (Afifah et al., 2022). *Key performance indicator* (KPI) digunakan untuk mengukur tingkat pencapaian tujuan (Ismadhia et al., 2018). KPI yang dipilih haruslah sesuai dengan tujuan akhir dari usulan strategi yang menjadi sebuah target yang ditentukan oleh *top management* (Dipura & Soediantono, 2022).

Penilaian kinerja *360 degree feedback* merupakan penilaian multi-sumber/*raters* yang akan dirahasiakan identitasnya atau anonim (Hidayat, 2022). Menurut ahli yaitu McCarthy & Garavan, penilaian *360 degree feedback* dinilai berfokus pada pengembangan dibandingkan pada evaluasi pegawai. Oleh karena itu, diperlukan perspektif atau pendekatan alternatif berupa penilaian metode *360 Degree Feedback* untuk mendukung penilaian kinerja *existing* di Rumah Atsiri Indonesia.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokuskan pada penerapan penilaian kinerja pegawai metode *360 degree feedback* sebagai sistem pengukuran yang kredibel di

Rumah Atsiri Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang telah paparkan, sehingga peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil penilaian kinerja dari atasan (*top management*), rekan kerja (*middle management*), diri sendiri, dan bawahan (*lower management/staf*) kepada pegawai yang berada pada tingkatan *middle management* divisi Edu-Rekreasi di Rumah Atsiri Indonesia?
2. Bagaimana hasil penilaian kinerja dari atasan (*top management*), diri sendiri dan bawahan (*lower management/staf*) kepada pegawai yang berada pada tingkatan *middle management* Divisi *General Operational Support* di Rumah Atsiri Indonesia?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan penilaian kinerja pegawai dari berbagai sumber atau *raters* (segala arah) yaitu atasan (*top management*), bawahan (*lower management*), rekan kerja, dan diri sendiri yang dilakukan kepada *middle management* Divisi Edu-Rekreasi di Rumah Atsiri Indonesia.
2. Untuk mengetahui penilaian atasan (*top management*), diri sendiri dan bawahan (*lower management/staf*) kepada pegawai yang berada pada tingkatan *middle management* Divisi *General Operational Support* di Rumah Atsiri Indonesia, serta untuk mengetahui apakah metode *360 degree feedback* ini cocok untuk diterapkan di Rumah Atsiri Indonesia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti: menjadi sarana media pembelajaran mengenai manajemen sumber daya manusia melalui penilaian kinerja khususnya metode *360 degree feedback* yang sekaligus menjadi salah satu syarat untuk kelulusan jenjang pendidikan sarjana terapan (D4) Prodi Destinasi Pariwisata dalam bentuk Proyek Akhir (PA).
2. Manfaat bagi pegawai yang dinilai: melalui metode *360 degree feedback*, Mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang hasil kinerjanya yang dievaluasi oleh berbagai pihak, seperti atasan, bawahan, rekan kerja, dan diri sendiri. Selain itu, metode ini juga memungkinkan mereka untuk meningkatkan pengertian tentang nilai-nilai pribadi dan bagaimana nilai-nilai tersebut tercermin dalam kinerja mereka. Diharapkan penilaian ini mampu membantu mereka untuk mengidentifikasi ide-ide yang dapat meningkatkan nilai-nilai pribadi, termasuk pemahaman tentang harapan dan aspirasi antar pegawai sehingga menjadi sarana untuk memperkuat hubungan interpersonal antar pegawai serta meningkatkan kualitas komunikasi.
3. Manfaat bagi perusahaan: dapat membantu memudahkan *top management* suatu destinasi untuk melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas, efisiensi, serta produktivitas SDM di dalam perusahaannya.