

---

# FUNGSI DAN PERANAN BALI ORCHID GARDEN DI KESIMAN KERTALANGU SEBAGAI WISATA ALTERNATIF

**I Made Budiasa**

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata,  
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali  
Email: imadebudiasa@yahoo.com

## *Abstract*

*As one of the world tourism destination, Bali is supported by tourism industry components, such as tourist attractions whether they are natural or cultural ones. As a good example of tourist attraction developed by a private company in Bali is Bali Orchid Garden. It is unique in term of its history, product, location, collection, promotion, personnel, and number of visitors. As a tourist attraction, the Bali Orchid Garden is quite relevant with the concept of alternative tourism, in which it is opposed to mass tourism. The alternative tourism lies emphasis on the small scale of development, the active experience of tourists, direct contact between tourists and host community, local community prosperity, providing tourists with a wider choice of tourist products to enjoy, and it cares in preserving the environment. Related to the main function of Bali Orchid Garden as a tourist attraction, its role is to provide a product diversification or innovation to support cultural tourism in Bali. In a wider perspective, the role and function of Bali Orchid Garden could be seen from economic, socio-cultural, and environmental aspects.*

**Key words :** *function, role, tourist attraction, alternative tourism, product diversification, environment.*

## **1. Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sangat luas kurang lebih terdiri atas 13.000 pulau terbentang dari Sabang sampai Merauke. Selain luas, Indonesia juga terkenal karena keindahan kekayaan alam dan budaya yang dimilikinya. Keaneka-ragaman flora dan fauna dan budaya yang dimilikinya merupakan potensi pariwisata yang jika dikelola dengan optimal akan dapat ikut mensejahterakan penduduknya.

Bali sebagai salah satu provinsi di Indonesia sudah terkenal sejak lama sebagai salah satu tempat tujuan wisata dunia. Nama Bali bahkan lebih populer daripada nama 'Indonesia' di kalangan wisatawan Manca Negara. Jumlah kunjungan wisatawan Manca Negara ke Bali cukup berfluktuasi karena disebabkan oleh berbagai faktor seperti tragedi bom Legian dan bom Jimbaran, isu SARA, isu bencana alam dan berbagai isu-isu lainnya. Walau pun demikian, keberlanjutan pariwisata di Bali masih tetap dapat dipertahankan.

Sebagai destinasi, Bali didukung oleh sarana dan prasarana kepariwisataan yang memadai, di antaranya objek dan daya tarik wisata yang jumlahnya 226 buah antara lain yang berlokasi di Denpasar sebanyak 23 buah, Badung sebanyak 29 buah, Bangli sebanyak 22 buah, Buleleng sebanyak 31 buah, Gianyar sebanyak 43 buah, Jembrana sebanyak 13 buah, Klungkung sebanyak 20 buah, Karangasem sebanyak 20 buah, dan Tabanan sebanyak 25 buah (Diparda Provinsi Bali, 2007). Selain itu, untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan daya tariknya, Bali perlu membuat inovasi sebagai diversifikasi produk wisata.

*Bali Orchid Garden* yang disingkat BOG merupakan salah satu objek wisata minat khusus yang berlokasi di jalan Bypass Ngurah Rai, Tohpati Denpasar. Objek ini tergolong masih sangat muda dilihat dari waktu kelahirannya, namun tidak banyak yang tahu bahwa objek ini telah mendapat predikat peringkat ke-10 untuk objek-objek wisata yang favorit di Indonesia berdasarkan *polling* yang

diselenggarakan lewat internet (Bali Orchid Garden, 2007).

Sebagai objek dan daya tarik wisata, *Bali Orchid Garden* ini sebenarnya diciptakan untuk dapat berperan sebagai objek alternatif bagi kunjungan wisatawan baik wisatawan manca negara maupun wisatawan nusantara sehingga dapat menambah variasi produk wisata guna dapat menghindari kejenuhan.

Sepanjang pengetahuan penulis sampai saat ini, belum ada yang membahas taman anggrek wisata *Bali Orchid Garden* ini dalam bentuk karya akademik dan wisata ini sangat menarik dibahas sebagai salah satu wisata alternatif yang ada di Bali.

Dalam artikel ini akan dibahas mengenai bagaimanakah fungsi dan peranan Taman Anggrek Wisata *Bali Orchid Garden* sebagai wisata alternatif. Tujuannya yaitu untuk mengetahui fungsi dan peranan *Bali Orchid Garden* secara lebih luas sebagai wisata alternatif.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada taman anggrek wisata *Bali Orchid Garden* yang berlokasi di wilayah Desa Kesiman Kertalangu, jalan Bypass Ngurah Rai, Tohpati Denpasar. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan kunjungan (*visit*), pengamatan (*observation*), dan wawancara (*interview*) baik dengan pimpinan dan staf/karyawan. Selain itu, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melakukan pencatatan, penyalinan dokumen, pengambilan foto terhadap hal-hal yang berkaitan dengan penelitian dan melakukan studi kepustakaan/ literatur baik lewat buku-buku atau jurnal yang ada maupun *browsing* melalui internet. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu suatu cara analisis dengan memaparkan data penelitian, menganalisis dan menarik simpulan tanpa menggunakan alat statistik (Jennings, 2001: 195).

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1 Deskripsi Hasil**

#### **1) Sejarah *Bali Orchid Garden***

Pemikiran untuk pembuatan sebuah taman anggrek di Bali muncul pertama kali ketika seorang warga New Zealand yang berdomisili di Australia berkunjung beberapa kali ke Bali dan ingin membeli

tanaman anggrek untuk rumahnya di Tabanan. Perbincangannya dengan seorang pramuwisata lokal saat membeli tanaman anggrek tersebut akhirnya melahirkan ide baru yaitu membangun sebuah taman anggrek untuk wisatawan. Proposal pembuatan taman anggrek ini digarap mulai awal tahun 1998. Dimulai dengan pencarian lokasi untuk taman tersebut, mengurus perizinan mulai dari izin prinsip di kantor Walikota Denpasar, dan kegiatan selanjutnya yaitu penggarapan taman. Dalam kurun waktu yang kurang dari 1 tahun, taman ini mulai dioperasikan secara sederhana. Seiring berjalannya waktu, upaya perbaikan-perbaikan terus dilakukan sesuai dengan kebutuhan. Demikianlah taman ini beroperasi sampai saat ini.

#### **2) Produk**

Produk yang diandalkan untuk dijual kepada wisatawan yaitu *orchid garden tour* atau wisata taman anggrek

Kegiatan *garden tour* ini dimulai sejak wisatawan memasuki gapura taman anggrek *Bali Orchid Garden*. Pertama-tama, wisatawan akan disambut oleh seorang *garden guide* (pramuwisata taman) dengan ucapan '*welcome to Bali Orchid Garden*', sambil mempersilahkan untuk membeli tiket masuk terlebih dahulu dan menjelaskan apa saja yang termasuk dalam pelayanan untuk tiket yang sudah dibeli wisatawan. Wisatawan lebih dahulu akan ditanyakan apakah ingin ditemani selama di dalam taman atau tidak.

Jika wisatawan ingin ditemani, maka ketika melangkah demi langkah, pramuwisata taman akan menjelaskan nama-nama jenis bunga dan tanaman yang dilihat serta cerita asal-usul tanaman tersebut secara umum. Pramuwisata akan membantu mengambilkan foto jika biasanya wisatawan berkeinginan berfoto dengan latar belakang bunga-bunga yang indah. Pramuwisata juga akan menjelaskan fasilitas yang ada di taman termasuk juga tempat toilet. Selanjutnya, wisatawan akan diajak berjalan-jalan mengikuti jalan setapak sambil diberikan cerita tentang berbagai koleksi tanaman yang ada. Memasuki *shade house*, wisatawan akan diberikan cerita tanaman dan bunga-bunga yang ada dalam tempat teduh tersebut. Keluar dari *Shade House*, wisatawan akan dituntun ke tempat peristirahatan sejenak berupa restoran kecil untuk menikmati minuman dan *Balinese snack* yang sudah termasuk dalam biaya tiket masuk.

Sebagai tempat terakhir yang dikunjungi wisatawan adalah tempat penjualan cendramata. Wisatawan akan dijelaskan tentang berbagai cendramata yang ada di tempat itu serta harga-harganya. Tawar-menawar biasanya terjadi jika wisatawan berminat berbelanja. Setelah puas dan selesai bertransaksi, maka pramuwisata akan mengucapkan *'thank you for your visit, hope to see you next time'* sambil mengiringi wisatawan keluar area taman. Demikianlah aktivitas pelayanan terhadap wisatawan di dalam taman anggrek *Bali Orchid Garden*.

Selain produk-produk yang dijual di dalam taman, taman anggrek *Bali Orchid Garden* juga menjual *delivery products* (produk yang siap dikirim) di samping yang dipajang di dalam ruang cendramata, juga berupa paket karangan bunga dan paket-paket menghias kamar hotel atau ruang lainnya yang akan dilayani sesuai dengan *order* (permintaan).

Jumlah koleksi tanaman yang ada di Taman Anggrek Bali Orchid Garden saat ini, menurut keterangan dari pemiliknya, berjumlah kurang lebih 820 jenis yang terdiri atas:

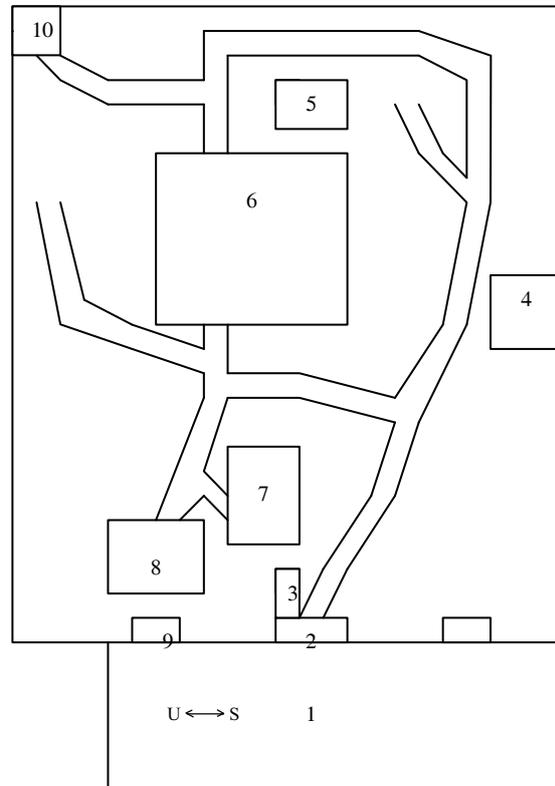
- a) berbagai jenis anggrek baik dari dalam maupun luar negeri yang jumlahnya kurang lebih 500 jenis;
- b) *bromeliad* yang jumlahnya kurang lebih 120 jenis;
- c) *heliconia*, *ginger* dan tanaman hias lainnya yang jumlahnya kurang lebih 200 jenis.

Beberapa jenis tanaman yang diandalkan untuk menjadi tontonan (*displays*) adalah spesies (anggrek asli) daerah tertentu baik dari dalam maupun luar negeri, misalnya anggrek hitam (*coeloegyne pandurata*) dari Kalimantan.

### 3) Promosi

Promosi taman anggrek *Bali Orchid Garden* dilakukan dengan berbagai bentuk di antaranya melalui internet dengan mem-*publish* website : [www.baliorchidgarden.com](http://www.baliorchidgarden.com) dan [www.baliorchidgarden.biz](http://www.baliorchidgarden.biz), menyebarkan brosur kepada seluruh saluran distribusi yang terjangkau, dan mengadakan kontrak kerjasama dengan biro-biro perjalanan wisata, para *tour leader*, pramuwisata, dan pihak-pihak lain yang potensial mendatangkan wisatawan.

### 4) Denah Taman Anggrek Wisata Bali Orchid Garden



Gambar 3: Denah Bali Orchid Garden

Keterangan Denah:

1. *Parking Lot* (tempat parkir)  
Tempat parkir yang cukup memadai untuk menampung kendaraan pengunjung yang datang.
2. *Main Entrance* (gapura/ pintu masuk)  
Gapura sederhana yang menggunakan *style* 'angkul-angkul'
3. *Ticket Office* (tempat tiket)  
Tempat mendapatkan tiket masuk bagi wisatawan yang mengunjungi taman anggrek *Bali Orchid Garden* ini.
4. Toilet (Kamar Kecil)  
Toilet yang selalu terjaga kebersihannya sebagai salah satu komponen yang menunjukkan kualitas taman yang baik
5. *Gazebo* ('bale bengong')  
Tempat istirahat sesaat atau berbincang-bincang bagi wisatawan yang ingin

memanfatkannya. Tempat ini baru-baru ini juga dijadikan tempat melangsungkan 'wedding' (upacara pernikahan).

6. *Shade House* (tempat teduh)  
Koleksi utama berbagai jenis tanaman yang memerlukan tempat yang agak teduh atau yang tidak boleh kena sinar matahari seratus persen.
7. *Restaurant ( restoran )*  
Tempat menikmati minum dan makanan kecil seperti *soft drink*, jus buah dan kopi hangat.
8. *Souvenir House* (tempat Cendramata)  
Tempat koleksi berbagai jenis cendramata seperti kerajinan bunga dari lilin, gelang, kalung, minyak wangi, madu, baju, lukisan, dsb.
9. *Exit* (pintu keluar)  
Pintu keluar dari areal taman anggrek *Bali Orchid Garden*
10. *Hindu Temple* (Tempat Suci)  
Tempat sembahyang atau berdoa bagi karyawan/ karyawan yang beragama Hindu.

#### 5) Personalia (Karyawan)

Staf atau karyawan yang bekerja di taman anggrek wisata *Bali Orchid Garden* seluruhnya berjumlah 20 orang, yaitu 15 orang bekerja di Denpasar dan 5 orang bekerja di Tabanan. Di Denpasar terdiri atas : 1 (satu) orang kepala bagian administrasi, 1 (satu) orang kepala bagian pemasaran, 4 (dua) orang *garden guide* (pramuwisata taman), 2 (dua) orang staf keamanan, dan 7 (tujuh) orang *gardeners* (tukang kebun) orang); Di Tabanan sebagai tempat produksi tanaman dan bunga potong terdapat 1 (satu) orang kordinator dan 4 orang tukang kebun. Seluruh karyawan berada di bawah instruksi pemiliknya selaku *managing director*.

#### 6) Jumlah Kunjungan

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Bali Orchid Garden*, jumlah kunjungan wisatawan selama kurun waktu lima tahun terakhir tercatat seperti pada Tabel 1.

Tabel 1  
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Bali Orchid Garden (2003-2007)

No	Tahun		2003	2004	2005	2006	2007
	Bulan						
1	Januari		25	17	52	32	82
2	Pebruari		22	22	32	24	48
3	Maret		23	32	26	55	68
4	April		28	16	35	66	62
5	Mei		30	22	50	72	65
6	Juni		19	16	36	93	72
7	Juli		32	20	37	82	52
8	Agustus		23	34	59	103	80
9	September		27	29	50	89	73
10	Oktober		22	23	19	30	78
11	Nopember		21	37	22	31	72
12	Desember		15	32	30	45	83
	<b>Total</b>		<b>287</b>	<b>300</b>	<b>448</b>	<b>722</b>	<b>835</b>

Sumber: Bali Orchid Garden, 2007

#### **4.2 Fungsi dan Peranan Bali Orchid Garden sebagai Wisata Alternatif**

Berbicara mengenai fungsi dan peranan berarti membahas tentang sebagai apa dan tugas-tugas apa yang diemban oleh *Bali Orchid Garden*.

Fungsi utama yang diemban *Bali Orchid Garden* yaitu sebagai sebuah taman anggrek yang khusus diperuntukan sebagai tempat rekreasi dan sasaran kunjungan wisatawan atau disebut Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW). Perannya dalam konteks kepariwisataan Bali yaitu sebagai suatu diversifikasi produk wisata karena selama ini Bali mengandalkan produk budaya sebagaimana yang digariskan dalam Perda tentang pariwisata budaya. Diversifikasi dimaksudkan tidak untuk mengubah tetapi menambah keragaman produk wisata yang telah ada untuk menghindari kejenuhan (*saturation*) dan memperpanjang lama tinggal wisatawan di Bali (Pitana, 2006:51).

Dalam *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan*, Bab I, Pasal 1, disebutkan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Pada Bab II, Pasal 2, disebutkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata. Lebih lanjut pada Bab III, Pasal 4 disebutkan bahwa Objek dan daya tarik wisata terdiri atas: 1) objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna; 2) objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan. Selanjutnya pada pasal 16 disebutkan bahwa pengusaha objek dan daya tarik wisata dipilah menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu: (a) pengusaha objek dan daya tarik wisata alam, (b) pengusaha objek dan daya tarik wisata budaya, dan (c) pengusaha objek dan daya tarik wisata minat khusus.

Terkait dengan UU No. 9 tersebut, *Bali Orchid Garden* merupakan objek & daya tarik wisata hasil karya manusia dan pengusaha objek dan daya tarik wisata minat khusus.

*Bali Orchid Garden* merupakan salah satu bentuk dari taman botani (*botanical garden*) yang menonjolkan jenis tanaman anggrek sebagai daya tarik utamanya. Hal ini relevan dengan definisi wisata

taman (*garden tourism*) yaitu kunjungan atau perjalanan ke taman-taman botani (*botanical gardens*) dan tempat-tempat yang penting dalam sejarah pertamanan (Wikipedia; 2006, diakses tanggal 27 April 2007). Contoh lain yang serupa dengan *Bali Orchid Garden* yaitu *Madai Orchid Garden* di Singapura, Taman Anggrek Taman Mini Indonesia Indah di Jakarta, dan masih banyak lagi taman-taman anggrek yang ada baik di luar negeri maupun di dalam negeri. (Perlitz and Elliot, 2001: 150; Ramaini, 1992: 12)

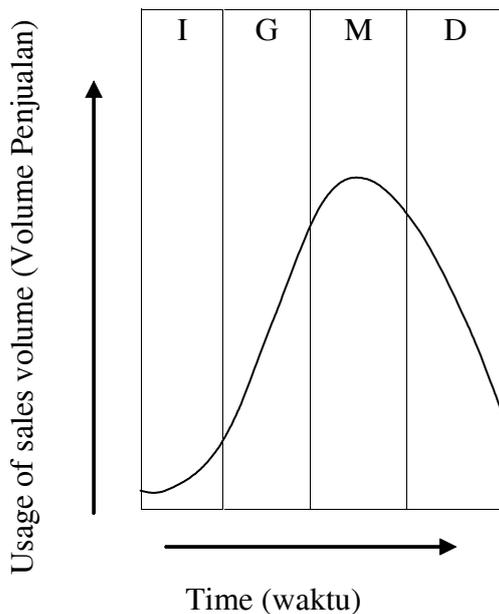
Kehidupan sebuah objek dan daya tarik wisata sebagai suatu produk selalu akan mengalami siklus hidup yang dikenal dengan nama *product life cycle*, yang terdiri atas 4 (empat) tahap atau siklus yaitu: (1) pengenalan (*introduction*), ketika ODTW tersebut baru dibangun; (2) pertumbuhan (*growth*), ketika ODTW tersebut mengalami perkembangan yang pesat; (3) kedewasaan (*maturity*), ketika ODTW tersebut mengalami kejenuhan; dan (4) penurunan (*decline*), ketika ODTW tersebut mengalami penurunan baik jumlah kunjungan maupun pendapatan. Tahapan siklus hidup produk wisata ini dikemukakan oleh Swarbrooke (dalam Page S.J, 2005) seperti tampak pada Gambar 2.4.

Swarbrooke (2002) menyatakan bahwa terdapat 4 (empat) tingkatan atau tahapan dalam pengembangan produk wisata, yaitu:

- 1) **Pengenalan (*Introduction*)**  
Tahapan ini dimulai dari saat pelayanan diberikan kepada publik atau khalayak ramai. Secara tradisional, tahapan ini dianggap sebagai periode keuntungan yang rendah karena tingginya biaya promosi dan biaya-biaya lainnya yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah perusahaan yang mengakar di pasaran. Cukup sering jasa atau produk diberikan harga mahal dan cenderung lebih bersifat petualangan, wisatawan dengan penghasilan tinggi dan 'inovator' lainnya.
- 2) **Pertumbuhan (*Growth*)**  
Pada tahapan ini, penjualan meningkat dengan cepat dan tingkat keuntungan semakin baik. Lebih banyak kompetitor memasuki persaingan, mulai adanya inisiatif masyarakat lokal menyediakan fasilitas wisata, kemudian promosi daerah wisata dimulai dengan dibantu keterlibatan pemerintah. Hasilnya, terjadi peningkatan jumlah wisatawan. Banyaknya wisatawan kemungkinan

membuat tekanan pada lokasi publik untuk menyediakan infrastruktur.

- 3) Kedewasaan (*Maturity*)  
Ciri-ciri tahapan ini adalah lambannya angka pertumbuhan penjualan. Terjadi situasi kelebihan kapasitas yang mana terdapat terlalu banyak suplai sedangkan permintaan sedikit. Terkait dengan ODTW, maka jumlah wisatawan yang datang tidak meningkat tajam. Masalah-masalah rusaknya fasilitas mulai terjadi. Perencanaan dan kontrol perlu dilakukan, bukan saja untuk memecahkan masalah yang terjadi, tetapi juga untuk meningkatkan pemasaran.
- 4) Penurunan (*Decline*)  
Pada tahapan ini tingkat pertumbuhan penjualan sudah mulai menurun, kunjungan wisatawan ke ODTW ini menurun tajam. Berbagai usaha yang bisa dilakukan untuk dapat keluar dari permasalahan ini, antara lain menurunkan harga, memperbaiki produk dan pelayanan.



Keterangan: I (Introduction), G (Growth), M (Maturity), D (Decline).

Sumber: Swarbrooke(2002) dalam Page,S.J. (2005: 237)

Gambar 2.5 Siklus Hidup Produk  
(*The Product Life Cycle*)

Selain itu, bisa juga dengan mencari pelanggan baru, mencari saluran distribusi baru, dan mereposisi atau mengubah persepsi tentang produk ODTW ini. (Morrison, 2002).

Ditinjau dari sejarah berdirinya yang masih tergolong muda dan jumlah kunjungan wisatawan ke *Bali Orchid Garden* seperti pada Tabel 2 yang menunjukkan *trend* (kecendrungan) peningkatan dalam kurun waktu lima tahun terakhir (2003-2007), sehingga kalau dikaitkan dengan teori siklus hidup produk wisata, maka Bali Orchid Garden ini sedang berada pada tahap pertumbuhan (*growth*). Terkait dengan hal ini, fungsi dan peranan *Bali Orchid Garden* masih dapat lebih dimaksimalkan dengan melibatkan partisipasi berbagai pihak.

Pariwisata alternatif atau *Alternative Tourism* adalah sebuah istilah populer yang muncul akhir 1980-an, dan diselaraskan dengan *eco-tourism* (ekowisata), yaitu sebuah konsep perjalanan yang muncul sebagai “iklan populer” pada tahun 1990-an. (Smith, 1992: 135)

Salah satu reaksi atas banyaknya kritik terhadap ‘pariwisata massal’ karena dampak negatif yang ditimbulkannya, maka munculah berbagai bentuk pariwisata alternatif antara lain: ‘*soft tourism*’, ‘*green tourism*’, ‘*responsible tourism*’, ‘*community tourism*’ dan ‘*ecotourism*’. Berlawanan dengan ‘*mass tourism*’ (pariwisata massal), pariwisata alternatif menekankan pengembangan skala kecil, pengalaman aktif untuk wisatawan, kontak langsung antara tamu dengan tuan rumah, dan kontrol lokal terhadap pengembangan. (Gee & Fayos-Sola, 1999: 274)

Definisi pariwisata alternatif secara luas adalah sebagai bentuk pariwisata yang konsisten dengan nilai-nilai alam, sosial dan nilai-nilai masyarakat serta memungkinkan baik masyarakat lokal maupun wisatawan untuk menikmati interaksi yang positif dan wajar serta menikmati indahnya berbagai pengalaman (Eadington & Smith, 1992: 3). Bentuk-bentuk alternatif pariwisata sangat berharga dan sangat tepat dalam beberapa situasi yang dapat memberikan rentang kesempatan yang lebih luas bagi wisatawan untuk menikmatinya. Oleh karena itu, bentuk-bentuk tersebut dapat menjadi diversifikasi serta memperkuat fondasi pariwisata suatu kawasan. Pariwisata alternatif dapat juga menunjukkan nilai dan kepraktisan dalam kegiatan nyata dan produk yang dirancang untuk meminimalkan dampak negatif (Gee & Fayos-Sola, 1999: 275). Jadi konsep Pariwisata

Alternatif adalah segala bentuk pariwisata yang berbeda dengan pariwisata massal.

Mengingat bahwa Bali Orchid Garden mempunyai luasan skala kecil yaitu dengan luas wilayah yang kurang dari satu hektar (0,882 Ha) dan rata-rata kunjungan yang relatif kecil, yaitu 518 (lima ratusan ribu orang per tahun seperti ditunjukkan pada Tabel 2) dibandingkan dengan yang sejenis seperti taman Eka Karya Bedugul yang jumlahnya puluhan ratus ribu (yaitu 80.010 untuk tahun 2005), dan mengingat pula pengalaman aktif untuk wisatawan yang meliputi semua kegiatan selama berada di dalam taman anggrek sebagaimana diuraikan pada bagian 4.1.2 tentang produk dan 4.1.3 mengenai denah BOG, maka jenis wisata ini memenuhi kriteria atau ciri-ciri sebagai wisata alternatif.

*Bali Orchid Garden* dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk alternatif pariwisata yang sangat bernilai dan sangat tepat dalam beberapa situasi dimana dapat menyediakan rentang kesempatan yang lebih luas bagi wisatawan. Artinya bahwa dengan adanya taman anggrek wisata ini maka wisatawan dapat menikmati liburannya di Bali dengan menikmati sebuah objek dan daya tarik wisata baru, yang berbeda dengan yang lainnya. Dengan kata lain, ada pilihan alternatif tambahan bagi wisatawan sehingga dapat tinggal lebih lama atau lebih banyak menikmati jenis objek dan daya tarik wisata di Bali.

Kontak langsung wisatawan dengan masyarakat lokal direpresentasikan oleh staf/karyawan yang sebagian besar berasal dari Bali sebagaimana diuraikan pada bagian 4.1.2 tentang produk. Selain berdampak positif terhadap kesejahteraan bagi karyawan, secara langsung juga bermanfaat bagi para pemilik tanah yang menyewakan tanahnya kepada *Bali Orchid Garden*. Secara tidak langsung pengeluaran wisatawan akan memberikan pengaruh ganda (*multiplier effect*) bagi kesejahteraan perekonomian masyarakat lokal.

*Bali Orchid Garden* dapat dikatakan menunjukkan nilai dan kepraktisan dari kegiatan nyata dan produk yang dirancang untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini berarti bahwa jenis wisata taman anggrek ini dianggap sebagai suatu produk yang mempunyai nilai praktis yang dapat mengurangi atau memperkecil dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan di Bali karena jenis wisata ini memelihara dan mengembangkan tanaman yang berarti secara praktis peduli terhadap kelestarian lingkungan.

Secara lebih luas, fungsi dan peranan yang diemban *Bali Orchid Garden* sebagai ODTW pariwisata alternatif dapat dilihat dari 3 (tiga) aspek, yaitu ekonomi, sosial & budaya, dan lingkungan.

Berdasarkan aspek sosial ekonomi, ODTW *Bali Orchid Garden* ini dapat berperan dalam:

- (1) menciptakan lapangan pekerjaan dimana saat ini BOG baru mampu menampung 20 orang tenaga kerja sebagaimana dijelaskan pada bagian 4.1.5 tentang personalia;
- (2) ikut meningkatkan devisa negara, yakni kegiatan investasi dan ekspor yang dilakukan BOG dapat meningkatkan neraca pembayaran negara RI meskipun kecil angka kontribusinya,
- (3) menciptakan *multiplier effect* (pengaruh ganda) dari pengeluaran wisatawan sehingga dapat ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat Artinya uang wisatawan yang dibelanjakan di BOG dapat memberikan pengaruh langsung kepada para karyawan dan tak langsung kepada para supplier yang menyediakan barang-barang kebutuhan antara lain seperti penyedia cendramata;
- (4) meningkatkan pendapatan dan standar hidup mengingat BOG sebagai salah satu sumber mata pencaharian bagi banyak pihak seperti karyawan, pemilik, supplier, dan yang lainnya;
- (5) menciptakan peluang usaha-usaha baru, mengingat fungsi BOG sebagai *distribution channel* (saluran distribusi) bagi berbagai bentuk barang cendramata seperti perhiasan, lukisan, ukir-ukiran, minyak aroma terapi; dan barang komoditi yang bisa diekspor seperti biji kopi atau kopi bubuk;
- (6) meningkatkan pendapatan pajak (*tax revenues*), mengingat BOG sebagai SME (*small-medium enterprise*) mempunyai kewajiban menyetor pajak kepada instansi terkait;
- (7) ikut menunjang perbaikan infrastruktur seperti jalan dan fasilitas umum lainnya yang terkait, artinya melalui kewajiban menyetor pajak sudah berarti ikut berpartisipasi dalam berbagai bentuk pembangunan termasuk perbaikan infrastruktur dan fasilitas umum.

Berdasarkan aspek sosial-budaya, ODTW *Bali Orchid Garden* ini dapat berperan dalam:

- (1) meningkatkan pengetahuan tentang keanekaragaman hayati (*biological diversity*) anggrek dan flora lainnya baik dari dalam

- maupun luar negeri mengingat fungsinya dapat sebagai media pendidikan dan pembelajaran yakni sebagai ‘perpustakaan hidup’ (dengan 820 jenis tanaman) misalnya bagi sekelompok anak-anak sekolah di Denpasar yang sengaja diajak oleh gurunya untuk mengunjungi BOG;
- (2) memfasilitasi penelitian dan pengembangan mengingat ada yang menggunakan BOG sebagai objek penelitian;
  - (3) menjadi tempat mengembangkan inspirasi seni lukis mengingat BOG sewaktu-waktu digunakan oleh sekelompok seniman lukis untuk berinspirasi menciptakan lukisan;
  - (4) memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang pelayanan wisata minat khusus mengingat BOG digunakan oleh beberapa SMK sebagai tempat *training* bagi siswa-siswinya;
  - (5) ikut mempromosikan pertukaran budaya, memperbaiki pengertian antar masyarakat yang berbeda, dan menumbuhkan toleransi yang lebih baik antar perbedaan sosial meskipun secara tidak terang-terangan karena BOG sebagai tempat bertemunya wisatawan dari berbagai tempat di seluruh dunia;
  - (6) melestarikan dan meningkatkan identitas budaya dan juga penduduk tuan rumah, mengingat BOG akan memberikan pengertian dan kesadaran tentang betapa pentingnya flora bagi kehidupan manusia, dan (7) memuaskan kebutuhan psikologis karena BOG akan menyediakan sarana untuk pemuasan terhadap rasa akan keindahan dan kasih sayang terhadap tanaman.

Sementara itu, dari aspek lingkungan, ODTW *Bali Orchid Garden* ini dapat berperan dalam:

- (1) memperkenalkan dan ikut melestarikan dan mengembangkan keanekaragaman hayati (*biological diversity*) termasuk spesies tanaman langka antara lain berbagai jenis tanaman

- anggrek, misalnya anggrek hitam (*coeloogyne pandurata*) yang berasal dari Kalimantan Timur. Ini mengingat fungsi BOG juga sebagai tempat konservasi karena ‘memelihara’ dan ‘mengembangkan’ berarti ‘melestarikan’.;
- (2) ikut memperbaiki visual dan estetika daerah setempat karena bisnis BOG menyangkut keindahan dan pemandangan yang mengesankan; dan
  - (3) menciptakan industri yang “bersih”, mengingat industri pariwisata dimana BOG termasuk di dalamnya tidak sama dengan industri manufaktur yang dianggap banyak menimbulkan polusi udara.

## V. Simpulan dan Saran

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan sebagai berikut.

- a. Fungsi utama dari *Bali Orchid Garden* yaitu sebagai salah satu objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Wisata Alternatif. Perannya dalam konteks kepariwisataan Bali yaitu sebagai diversifikasi produk wisata untuk menambah keragaman produk wisata yang telah ada untuk menghindari kejenuhan (*saturation*) dan memperpanjang lama tinggal wisatawan di Bali, sekaligus menunjang produk pariwisata budayayang merupakan payung kepariwisataan Bali.
- b. Secara lebih luas, fungsi dan peranan *Bali Orchid Garden* sebagai ODTW pariwisata alternatif dapat dilihat dari 3 (tiga) aspek, yaitu ekonomi, sosial & budaya, dan lingkungan.

### 5.2 Saran

Fungsi dan peranan *Bali Orchid Garden* diharapkan dapat lebih meningkat melalui partisipasi dari berbagai pihak di masa yang akan datang.

**Daftar Pustaka**

- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2007. *Bali Tourism Statistic Dinas Pariwisata Bali. 2006*. Denpasar
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2006. *Data Objek dan Daya Tarik Wisata di Bali*. Denpasar
- Eadington, W. R. and V L. Smith. 1992. Introduction: The Emergence of Alternative Forms of Tourism. *in* Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism. ed by V. L. Smith and W. R. Eadington. pp 1-12. John Wiley & Sons Chichester, New york, Brisbane, Toronto, Singapore
- Gee, C.Y. and Fayos-Sola, E. 1999. *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid, Spain: The World Tourism Organization
- Jennings, Gayle. 2001. *Tourism Research*. Queensland: John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Kreag, Glenn. 2001. The Impacts of Tourism. Minnesota, USA: Minnesota Sea Grant. (cited on 14<sup>th</sup> Dec 2007). [www.seagrant.umn.edu](http://www.seagrant.umn.edu)
- Marrison, A.M. 2002. *Hospitality and Travel Marketing*. Delmar, Albany New York.
- Mason, Peter. 2003. *Tourism Impacts, Planning and Management*. Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Page, S. J. 2005. *Tourism Management: Managing for Change*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Perlitz, L. and Elliot, S. 2001. *International Destinations*. New South Wales, Australia: Matthew Coxhill
- Pitana, I Gde. 2006. *Kepariwisataan Bali Dalam Wacana Otonomi Daerah*. Jakarta: Puslitbang Kepariwisataan Badan Pengembangan Sumber Daya Budpar Departemen Kebudayaan dan Pariwisata
- Ramaini. 1992. *Geografi Pariwisata 2*. Jakarta: PT Grasindo
- Smith, V. L. 1992. Boracay, Philippines: A Case Study in "Alternative" Tourism. *in* Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism. ed by V. L. Smith and W. R. Eadington. pp 135-157. John Wiley & Sons Chichester, New york, Brisbane, Toronto, Singapore.
- The Wikimedia Foundation, Inc. "[http://en.wikipedia.org/wiki/Garden\\_tourism](http://en.wikipedia.org/wiki/Garden_tourism)", This page was last modified 02:22, 11 December 2006, cited on 27<sup>th</sup> April 2007 12:08
- Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan