

Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan *Wellness Tourism* di Desa Adat Bindu, Kabupaten Badung, Bali

Ayu Komang Yessi Prismawati^{a,1}, Ida Bagus Suryawan^{a,2}

¹yessiprismawati@gmail.com, ²idabagussuryawan@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

Abstract

Bindu Traditional Village (Desa Adat Bindu) is an emerging health and wellness tourism destination in Bali that features a variety of spiritual activities and traditional herbs and seasonings. Unfortunately, as a result of a dearth of marketing and the COVID-19 restrictions, the number of tourists visiting the area dropped to as low as zero in 2020. This issued has raised some concerns regarding resilience, necessitating the identification of Bindu Village's wellness tourism product, its visitors' characteristics, and the efforts of stakeholders to increase visitor numbers.

This research employs a qualitative methodology, gathering data through interviews, observations, documentation, and a review of the relevant literature. To obtain primary data, interviews with the head of Bindu Village and the head of Bindu's POKDARWIS Group were conducted. The data are analyzed using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats) framework to structure a promotion strategy.

This research revealed that Bindu Traditional Village's tourism products are comprehensive, encompassing, attraction, amenity, accessibility, and ancillary products. Middle-to-upper class travelers, both international and local, dominated the village. To increase the number of visitors, stakeholders must use social media to promote a healthy, clean, and content lifestyle that is sustained by wellness tourism. This research also suggests collaboration as a promotional strategy.

Keyword: *Wellness tourism, Strategy, Bindu Traditional Village, SWOT, Tourism Recovery.*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang mengalami pukulan keras karena kehadiran pandemi COVID-19. Sektor pariwisata merupakan penyumbang penghasilan negara yang dinilai cukup besar. Pandemi COVID-19 ini memberikan dampak kerugian secara signifikan kepada destinasi-destinasi wisata yang ditafsir mencapai puluhan hingga ratusan juta (Dwina, 2020). Menanggapi fenomena tersebut, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, mendorong Indonesia untuk mengembangkan produk wisata kesehatan (*wellness tourism*) sebagai upaya dalam membangkitkan sektor pariwisata dan ekonomi di Tanah Air. *Wellness tourism* merupakan produk wisata berupa jasa yang dikembangkan maupun diciptakan secara sosial dan ekologis sesuai dengan kondisi destinasi (Kaspar dalam Müller dan Kaufmann, 2007). Produk *wellness tourism* mengutamakan peningkatan kesehatan dan kebugaran fisik serta pemulihan kesehatan spiritual dan mental wisatawan.

Di Indonesia, Bali merupakan destinasi wisata yang tidak asing baik kepada wisatawan domestik maupun internasional. Bali acapkali disebut sebagai rumah kedua bagi para wisatawan. Bali juga diyakini memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang menawarkan produk wisata kesehatan. Bali memiliki banyak desa, salah satunya Desa Adat Bindu yang terletak di Kabupaten Badung. Desa Adat Bindu merupakan desa yang sedang melakukan pengembangan *wellness tourism*. Pengembangan produk wisata kesehatan ini di

dukung dengan lingkungan yang tenang dan terdapat objek wisata minat khusus *Healing Centre*. Desa Adat Bindu menawarkan kegiatan pengobatan herbal dengan tumbuh-tumbuhan maupun rempah-rempah tradisional.

Sejak adanya pandemi COVID-19, kunjungan wisatawan terus mengalami penurunan. Pada akhir tahun lalu, Desa Adat Bindu tercatat tidak memiliki kunjungan wisatawan. Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu mengenai peran elit desa dalam pengembangan *wellness tourism* di Desa Adat Bindu, promosi mengenai produk wisata kesehatan belum dilakukan secara maksimal. Maka dari itu, promosi pengembangan *wellness tourism* perlu dilakukan lebih gencar sehingga lebih banyak diketahui oleh wisatawan.

Berdasarkan uraian diatas, kajian ini ditulis untuk meneliti upaya peningkatan kunjungan wisatawan *wellness tourism* di Desa Adat Bindu. Analisis mencakup tiga rumusan, yaitu bentuk penawaran produk wisata *wellness tourism* di Desa Adat Bindu, karakteristik wisatawan, dan upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan kunjungan dari produk wisata kesehatan di Desa Adat Bindu.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk melakukan *positioning* terhadap penelitian, dilakukan telaah penelitian terdahulu terhadap tiga studi yang membahas fokus penelitian. Penelitian terdahulu dikaji sehingga dapat menjadi referensi bagi peneliti maupun pembaca.

Penelitian pertama dilakukan oleh Suarmadi dkk (2018) mengenai faktor-faktor penyebab terjadinya penurunan jumlah wisatawan serta rangkaian solusi untuk mengatasi masalah tersebut, dengan judul “Upaya Peningkatan Jumlah Wisatawan ke Pemandoan Air Panas Toya Bungkah, Desa Batur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.” Penelitian pertama menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menguraikan upaya-upaya pengelola daya tarik wisata untuk bangkit kembali setelah mengalami penurunan jumlah kunjungan. Persamaan penelitian terdahulu pertama dengan penelitian ini adalah pada objektif penelitian, yaitu membahas langkah-langkah meningkatkan kunjungan wisatawan. Sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian, yang mana penelitian terdahulu dilakukan di Pemandian Toya Bungkah, Desa Batur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, dan penelitian ini dilakukan di Desa Adat Bindu, Kabupaten Badung, Bali.

Penelitian kedua dikaji untuk menelaah strategi pemasaran, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap situs wisata alam, yang dilakukan oleh Arini dkk (2021) dengan judul “Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan ke Danau Dendam Tak Sudah Kota Bengkulu”. Penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis strategi peningkatan kunjungan wisatawan. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada lokasi penelitian, yang mana penelitian terdahulu dilakukan di Kelurahan Dusun Besar, Bengkulu.

Penelitian terdahulu ketiga ditelaah untuk mengetahui upaya-upaya desa dalam mengembangkan *wellness tourism* sebagai daya tarik wisata yang dilakukan oleh Savitri dkk (2019) dengan judul “Peran Elit Desa dalam Pengembangan *Wellness Tourism* di Desa Adat Bindu, Desa Mekar Bhuana, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Penelitian terdahulu mengacu pada peran elit desa dalam pengembangan *wellness tourism*, sedangkan penelitian ini mengkaji upaya peningkatan kunjungan wisatawan *wellness tourism*.

Penelitian ini menggunakan beberapa landasan konsep sebagai basis studi, yaitu: Konsep Produk Wisata (Yoeti, 1995), Konsep *Wellness Tourism* (Barre, 2005; Voigt, 2014), Karakteristik Wisatawan (Seaton dan Bennet, 1996), dan Konsep Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan (Rangkuti, 2005).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Adat Bindu, Desa Mekar Bhuana, Kecamatan

Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali. Ruang lingkup penelitian pada penelitian ini adalah bentuk penawaran produk wisata *wellness tourism* di Desa Adat Bindu yang menggunakan konsep produk pariwisata, yaitu *attraction, accessibility, amenity, ancillary*. Selanjutnya, karakteristik wisatawan di Desa Adat Bindu yang dikaji melalui karakteristik sosio-demografis, karakteristik geografis, karakteristik psikografis, dan upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan kunjungan *wellness tourism* di Desa Adat Bindu dengan menggunakan Analisis SWOT berdasarkan komponen produk wisata *wellness tourism* dan strategi peningkatan kunjungan *wellness tourism* Desa Adat Bindu berbasis SWOT (strategi SO, ST, WO, WT).

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi produk wisata *wellness tourism* di Desa Adat Bindu dilihat dari atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ancillary. Karakteristik sosio-demografis, geografis dan psikografis wisatawan. Data ini dapat diperoleh melalui wawancara di lapangan, observasi, dokumentasi dan penelitian kepustakaan. Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan penelitian kepustakaan. Wawancara merupakan bentuk komunikasi dua orang untuk mendapatkan informasi dari seseorang melalui pertanyaan-pertanyaan tertentu (Mulyana, 2001). Wawancara dalam penelitian ini diperoleh dari informan melalui wawancara langsung terhadap Bendesa dan Ketua POKDARWIS Desa Adat Bindu untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai upaya dalam meningkatkan kunjungan *wellness tourism* di Desa Adat Bindu. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan peninjauan langsung untuk memperoleh gambaran mengenai permasalahan di Desa Adat Bindu. Dokumentasi merupakan metode yang mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada (Riyanto, 2010). Pada penelitian ini, dokumentasi meliputi kegiatan yang dilakukan oleh Desa Adat Bindu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian kepustakaan adalah menggali informasi atau pengetahuan yang berkaitan dengan penelitian melalui sumber-sumber ilmiah.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dan analisis SWOT. Analisis deskriptif kualitatif menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi, dari berbagai

data yang dikumpulkan melalui wawancara atau observasi mengenai masalah yang diteliti (I.M. Winartha, 2006). Dalam penelitian ini, analisis deksriptif kualitatif dengan menguraikan mendeskripsikan secara detail mengenai produk wisata *wellness tourism*, karakteristik wisatawan di Desa Adat Bindu dan upaya meningkatkan kunjungan wisatawan *wellness tourism* dengan mengkaji analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk memkasimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir kelemahan dan ancaman dari Desa Adat Bindu. Analisis ini dilaksanakan dengan mengkaji faktor internal yang meliputi *strengths* dan *weakness*, dan faktor eksternal *opportunities*, dan *threats*. Setelah pengumpulan data, analisis data, langkah selanjutnya adalah perumusan strategi (Ezra, 2012).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Produk *Wellness Tourism* Desa Adat Bindu

a) *Attraction (Atraksi)*

Atraksi wisata *wellness tourism* yang bisa dilihat dan dilakukan wisatawan di Desa Adat Bindu guna meningkatkan dan mempertahankan kesehatan tubuh, antara lain:

1. Atraksi Alam



Gambar 4.1 Jalur *Trekking* Desa Adat Bindu

(Sumber: Dokumentasi Penelitian Lapangan, 2022)

Pada Desa Bindu terdapat sawah seluas 25 hektar dan sungai yang menjadi sumber pengairan bagi sawah. Atraksi wisata alam yang dapat dilakukan di area persawahan adalah trekking, membajak sawah, menanam dan memanen padi saat sudah musimnya. Sedangkan sungai menjadi tempat atraksi wisata tubing.

2. Atraksi Wisata Budaya

Atraksi wisata budaya yang ada di Desa Bindu adalah mencobamakanan tradisional khas Bali, apabila wisatawan tertarik untuk membuat makanan tersebut wisatawan dapat mengikuti kegiatan *cooking class* dengan mempelajari cara memasak makanan tradisional khas Bali. Selain itu, juga terdapat rumah adat Bali yang dimanfaatkan menjadi *homestay* untuk wisatawan. Dengan

dijadikannya rumah adat Bali menjadi *homestay*, wisatawan diberikan pengalaman untuk dapat melihat kehidupan masyarakat lokal secara langsung, sehingga dapat merasakan budaya-budaya atau kebiasaan masyarakat lokal. Atraksi lainnya adalah seni tari dan tabuh, terdapat sanggar seni yang dikelola oleh masyarakat lokal sebagai tempat pelatihan kesenian anak-anak Desa Adat Bindu. Apabila wisatawan tertarik untuk mempelajari seni tari dan tabuh khas Bali, wisatawan dapat mengikuti pelatihan tersebut.

3. Atraksi Buatan

Atraksi buatan manusia yang terdapat di Desa Adat Bindu adalah *healing centre* yang bernama Tanah Hyang Healing Centre. *Healing centre* telah ada sejak tahun 2009 dan dikelola oleh balian atau yang biasa disebut Ajik Healer. Konsep dasar dari *healing centre* ini adalah penyembuhan tradisional. Lokasinya berada di tengah persawahan yang jauh dari jalan raya menyebabkan wisatawan yang datang untuk berobat akan mendapatkan ketenangan jiwa.



Gambar 4.2 Tanah Hyang Healing Centre

(Sumber: Dokumentasi Penelitian Lapangan, 2022)

Kegiatan yang dilakukan di *healing centre*, antara lain pengobatan herbal dengan tumbuh-tumbuhan maupun rempah-rempah tradisional yang berada di Desa Adat Bindu, meditasi, pembersihan diri/melukat guna memberikan ketenangan spiritual kepada wisatawan. *Healing centre* juga menjadi tempat istirahat bagi wisatawan yang sedang melakukan *trekking*. Atraksi lainnya adalah yoga yang dilakukan di yoga centre. Di Desa Bindu wisatawan juga bisa melakukan aktivitas yoga yang berada di tengah-tengah persawahan, sehingga wisatawan bisa menikmati kelas yoga dengan merasakan udara yang segar dan pemandangan yang masih alami.

b) *Accessibility (Aksesibilitas)*

Desa Adat Bindu memiliki lokasi yang cukup strategis dan dilengkapi dengan akses jalan yang masih terbilang cukup baik serta sudah terdapat alat penunjuk arah yang disediakan oleh pemerintah, sehingga wisatawan tidak akan kesusahan untuk mencari lokasi Desa Adat Bindu. Wisatawan yang ingin berkunjung bisa menggunakan mobil atau motor karena tidak adanya angkutan umum yang melayani ke rute Desa Adat Bindu. Jika wisatawan datang dari Denpasar

akan menempuh waktu sekitar 30 menit, tentunya dengan keadaan lalu lintas jalan yang tidak macet.

Selama melakukan kegiatan wisata di kawasan Desa Adat Bindu, wisatawan tidak perlu menggunakan transportasi apapun karena jarak dari satu atraksi wisata ke tempat lainnya memiliki jarak yang dekat. Sehingga bisa dilalui dengan berjalan kaki. Desa Adat Bindu memiliki data informasi yang dapat diakses melalui *website* <https://binduvillageretreat.com/>, yang di dalamnya terdapat navigasi berupa profil, gallery, news, serta attraction yang terdapat di Desa Adat Bindu. Melalui *website* tersebut juga dapat menghubungi contact person yang tertera berupa whatsapp, dan juga no telepon pihak pengelola Desa Adat Bindu.

c) *Amenity* (Fasilitas)



Gambar 4.3 Furama Villa

(Sumber: Dokumentasi Penelitian Lapangan, 2022)

Area Desa Adat Bindu sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang akan menunjang kenyamanan dan mempermudah aktivitas wisatawan saat berkunjung ke Desa Adat Bindu. Fasilitas pendukung pariwisata yang terdapat di Desa Adat Bindu antara lain homestay yang terdapat hampir diseluruh rumah masyarakat lokal, terdapat beberapa villa dan Furama Villa and Spa yang merupakan resort yang menawarkan serangkaian fasilitas kelas dunia sebagai penginapan berbintang lima. Selain akomodasi tersebut, terdapat juga beberapa fasilitas penunjang pariwisata lainnya, yaitu area parkir kendaraan, toilet bersih, tempat cuci tangan yang berada di pinggir jalan guna menerapkan protokol kesehatan. Selain itu, seluruh wilayah Desa Adat Bindu sudah tercover oleh *Wi-Fi*, dan di depan rumah warga terdapat tempat sampah untuk memisahkan sampah organik dan non-organik yang nanti akan dikelola oleh petugas yang bertugas. Sehingga dengan adanya penataan sampah tersebut, lingkungan Desa Adat Bindu mulai tertata kebersihannya.

d) *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Saat ini di Desa Adat Bindu terdapat organisasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), masyarakat yang peduli dengan wisata terutama masyarakat yang bergerak di bidang pariwisata dihimpun dan menjadi bagian dari POKDARWIS Desa Adat Bindu. Pengukuhan Kelompok Sadar Wisata Putra Jenggala Bindu terdapat pada

Keputusan Bupati Badung Nomor: 58/041/HK/2018. Dengan visi terwujudnya Desa Adat Bindu sebagai Desa Wisata Mandiri dan “Dinamis” (Damai, Indah, Nyaman, Menyenangkan dan Istimewa) berwawasan budaya yang berkembang dalam konsep keseimbangan (Tri Hita Karana) menuju Bindu yang sejahtera dan lestari. Sedangkan berikut adalah beberapa misi dari POKDARWIS Desa Adat Bindu :

1. Mewujudkan Bindu sebagai Desa Wisata yang menawarkan suasana kehidupan pedesaan yang asri dengan tradisi budaya serta lingkungan yang lestari.
2. Menciptakan lapangan kerja dan lapangan usaha bagi masyarakat Bindu untuk meningkatkan pendapatan melalui sektor Pariwisata.
3. Meningkatkan wawasan SDM di bidang kepariwisataan dan mendorong semangat generasi muda dalam melanjutkan Pendidikan semaksimal mungkin.
4. Meingkatkan peran aktif masyarakat untuk membiasakan menjaga lingkungan tetap bersih dan asri menuju hidup yang lebih sehat.

Untuk saat ini POKDARWIS Desa Adat Bindu belum memiliki AD/ART. Menurut penuturan Ketua POKDARWIS Desa Adat Bindu Gusti Made Rai Kardita saat diwawancarai penulis pada 16 April 2022, AD/ART tersebut masih dalam proses persiapan. Selain itu, belum adanya *tourist information* di Desa Adat Bindu dan belum ada lagi travel agent yang bekerjasama dengan Desa Adat Bindu setelah pandemi COVID-19. Desa Adat Bindu juga memiliki pemandu lokal yang cukup banyak karena banyak masyarakat setempat yang berkecimpung di bidang pariwisata, terdapat pemandu lokal yang bisa berbahasa Inggris, Percancis, Jepang dan Jerman.

4.2 Karakteristik Wisatawan Desa Adat Bindu

a) Karakteristik Sosio-demografis



Gambar 4.4 Wisatawan di Desa Adat Bindu

(Sumber: Bendesa Adat Bindu, 2019)

Berdasarkan karakteristik sosio-demografis, wisatawan yang datang ke Desa Adat Bindu adalah golongan muda hingga golongan tua yang berusia antara 40-60 tahun, wisatawan yang berusia masih muda atau anak kecil biasanya datang bersama keluarga mereka. Terdapat juga murid-murid yang berasal dari Green School Bali yang diajak untuk mencoba kegiatan-kegiatan, seperti berkebun dan membajak sawah.

b) Karakteristik Geografis

Berdasarkan karakteristik geografis, wisatawan terbagi menjadi kategori wisatawan lokal dan mancanegara, yang mana wisatawan lokal yaitu penduduk Bali. Sedangkan wisatawan mancanegara datang dari berbagai negara, namun akan lebih memungkinkan wisatawan mancanegara yang memiliki masa tinggal lebih lama dan memiliki minat untuk mengunjungi Desa Adat Bindu. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Adat Bindu di dominasi oleh wisatawan yang berasal dari Perancis, Inggris dan Amerika Serikat. "Sebelum pandemi Covid-19 wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Adat Bindu kebanyakan dari negara Perancis, Inggris dan Amerika Serikat", ujar Ketua POKDARWIS Desa Adat Bindu

c) Karakteristik Psikografis

Berdasarkan karakteristik psikografis, wisatawan yang datang biasanya berasal dari golongan kelas sosial menengah ke atas dan memiliki gaya hidup yang tidak terlalu mengarah ke hedonisme karena Desa Adat Bindu terkenal akan *wellness tourism*. Wisatawan yang datang akan lebih banyak memiliki tujuan untuk melakukan kegiatan *self-healing* karena terdapat Healing Centre, kelas yoga, spa dan menjadikan Desa Adat Bindu sebagai destinasi yang menjadi *health and wellness tourism*. "Kalau golongan wisatawan kami juga kurang tahu tapi yang pasti kalau berwisata sudah pasti menengah keatas, yang memilih Desa Bindu biasanya karena mencari kegiatan wisata yang dapat menenangkan pikiran dan melakukan *self-healing*." Ucap ketua POKDARWIS Desa Adat Bindu dalam wawancara (16 April, 2022).

4.3 Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan *Wellness Tourism*

a) Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threats*) digunakan untuk mengkaji komponen produk *wellness tourism* di Desa Adat Bindu. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dengan faktor internal. Faktor internal membahas tentang kekuatan dan kelemahan Desa Adat Bindu. Sedangkan faktor

eksternal mengarah pada faktor peluang dan ancaman. Analisis yang akan dijelaskan berikut ini mengulas mengenai faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang terdapat pada Desa Adat Bindu.

1. *Strength*/ Kekuatan

i)Memiliki atraksi wisata yang menjadi ciri khas Desa Adat Bindu

Desa Adat Bindu merupakan desa yang menawarkan *wellness tourism* kepada wisatawan dan memiliki atraksi wisata yang menjadi ciri khas Desa Adat Bindu, yaitu *healing centre*. Di Desa Adat Bindu wisatawan juga dapat mengikuti kelas yoga dan spa.

ii)Memiliki fasilitas yang memadai

Akomodasi penginapan yang jumlahnya cukup banyak, mulai dari *homestay*, villa, resort, toilet bersih dan tempat parkir. Seluruh area Desa Adat Bindu sudah tercover dengan Wi-Fi dan terdapat fasilitas tempat cuci tangan yang berada di depan rumah warga demi menjaga protokol kesehatan.

iii)Penataan Lingkungan



Gambar 4.5 Tata Lingkungan Rapi

(Sumber: Dokumentasi Penelitian Lapangan, 2022)

Pengelolaan sampah di Desa Adat Bindu yang sudah berhasil, dilihat dari masyarakat lokal yang memisahkan sampah organik dan non-organik yang nanti akan dikelola oleh yang bertugas. Sehingga dengan adanya penataan dan pengelolaan sampah yang baik dan benar tersebut, lingkungan Desa Adat Bindu mulai tertata kebersihannya dan memberikan suasana yang tenang.

iv)Kehidupan Masyarakat

Rumah warga dijadikan *homestay*, memberikan pengalaman kepada wisatawan untuk dapat melihat kehidupan masyarakat lokal secara langsung.

2. *Weakness*/Kelemahan

Kelemahan yang saat ini dimiliki oleh Desa Adat Bindu adalah kurangnya promosi mengenai potensi-potensi wisata yang terdapat di Desa Adat Bindu kepada masyarakat luas. Desa Adat Bindu sudah memiliki wadah promosi di media sosial berupa website resmi (binduvillageretreat.com) dan Instagram ([bindu_update](https://www.instagram.com/bindu_update/)), akan tetapi belum

dikelola secara baik karena belum aktif membuat konten untuk mempromosikan potensi wisata Desa Adat Bindu, dimana konten terakhir yang di buat oleh Desa Adat Bindu di Instagram dan website resmi adalah pada tanggal 5 Desember 2020. Hal tersebut karena belum ada SDM yang bisa membuat konten yang bagus dan menangani sosial media Desa Adat Bindu secara aktif. Akibatnya, terjadi penurunan tingkat kunjungan wisatawan dan sampai saat ini belum adanya wisatawan yang datang kembali ke Desa Adat Bindu.

3. Opportunity/Peluang

i) Wellness tourism menjadi tren berwisata

Peluang yang dimiliki Desa Adat Bindu saat ini adalah wellness tourism. Setelah pandemi COVID-19, perilaku dan minat wisatawan saat berlibur mengalami perubahan. Industri pariwisata juga mengutamakan kondisi kesehatan masyarakat pada negara tujuan. Konsep pariwisata ini, fokusnya bukan lagi kepada kuantitas kunjungan melainkan pada kualitas. Sehingga wellness tourism akan menjadi tren pasca pandemi Covid-19. Salah satu cara dalam menerapkan wellness tourism adalah dengan melakukan kegiatan, seperti trekking, yoga serta jogging. Oleh karena itu, Desa Adat Bindu memiliki peluang yang cukup besar untuk mendatangkan kembali wisatawan dimasa pandemi karena Desa Adat Bindu merupakan desa yang menawarkan konsep wellness tourism yaitu mengedepankan kesehatan dan kebugaran tubuh kepada wisatawan.

ii) Lokasi strategis

Desa Adat Bindu memiliki lokasi yang terbilang cukup strategis, dimana hanya 15 menit dari Central Ubud, 30 menit dari Denpasar dan akses jalan menuju Desa Adat Bindu yang sudah diaspal dan dalam keadaan yang baik.

4. Threat/Ancaman

Ancaman yang dimiliki Desa Adat Bindu saat ini antara lain ancaman kalah daya saing dengan Desa Wisata yang sudah berkembang lebih dulu dan memiliki ciri khas yang berbeda, seperti Desa Wisata yang berada di Ubud yang sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat luas. Ancaman lainnya adalah desa lain yang sudah sah menjadi Desa Wisata secara hukum dan memiliki SK sebagai Desa Wisata, serta ancaman tidak terealisasinya Desa Adat Bindu menjadi Desa Wisata, karena belum adanya kesempatan bagi Bendesa Adat Bindu dalam menjadikan Desa Adat Bindu menjadi Desa Wisata secara resmi.

b) Strategi Berbasis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT di atas, penelitian ini mengembangkan strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta secara langsung meminimalkan kelemahan dan ancaman sebagai upaya dalam meningkatkan kunjungan wisata wellness tourism ke Desa Adat Bindu.

Tabel 4.1 Matriks SWOT dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Wellness Tourism di Desa Adat Bindu

| | | | |
|-----------------------|--|---|---|
| Internal Eksternal | Strengths / Kekuatan (S) 1. Memiliki atraksi wisata yang menjadi ciri khas Desa Adat Bindu 2. Memiliki fasilitas yang memadai 3. Penataan lingkungan Desa Adat Bindu yang tertata rapi dan bersih 4. Melihat kebiasaan kehidupan masyarakat secara langsung | Weaknesses / Kelemahan (W) 1. Belum aktif dalam membuat konten di sosial media yang sudah dimiliki oleh Desa Adat Bindu | |
| | Opportunities / Peluang (O) 1. Wellness tourism yang saat ini menjadi tren berwisata pasca pandemi Covid-19 2. Memiliki lokasi yang cukup strategis | Strategi (S-O) 1. Memiliki atraksi wisata yang menjadi ciri khas, yaitu wellness tourism yang menjadi tren berwisata pasca pandemi (S1, W1) 2. Mengaja fasilitas yang sudah dimiliki (S2, W2) 3. Penataan lingkungan luas tertata rapi karena pariwisata di Desa Adat Bindu dan wellness tourism berawal dari kebersihan (S3, W1) 4. Memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal (S4, O1) | Strategi (W-O) 1. Bekerjasama dengan kampus atau instansi lainnya untuk membantu dalam membuat konten yang mempromosikan wellness tourism sebagai tren berwisata pasca pandemi (W1, O1) 2. Melakukan promosi lebih gencar di sosial media resmi Desa Adat Bindu dengan menonjolkan potensi wellness tourism dan lokasi Desa Adat Bindu yang strategis (W1, O2) |
| | Threats / Ancaman (T) 1. Ancaman kalah daya saing dengan Desa Wisata yang sudah berkembang terlebih dahulu 2. Desa Adat Bindu belum memiliki SK sebagai Desa Wisata | Strategi (S-T) 1. Mengembangkan dan mempertahankan konstanta potensi wisata, fasilitas dan kebersihan. Sehingga mampu bersaing dengan desa lainnya karena memiliki ciri khas tersendiri (S1, S2, S3, T1) 2. Mengalun kerjasama dengan Pemda agar terealisasinya Desa Adat Bindu menjadi desa wisata (S3, S4, T1) | Strategi (W-T) 1. Meningkatkan kualitatif dalam melakukan promosi di sosial media agar bisa bersaing dengan desa lain yang sudah berkembang lebih dulu dan sudah memiliki SK Desa Wisata (W1, T1, T2) |

Sumber: hasil penelitian (2022)

Berdasarkan tabel diatas, maka strategi yang perlu diterapkan dalam upaya meningkatkan kunjungan wellness tourism di Desa Adat Bindu antara lain:

1. Strategi SO

i) Memiliki atraksi wisata yang menjadi ciri khas, yaitu wellness tourism yang menjadi tren berwisata pasca pandemi

ii) Melakukan perawatan dan pengawasan terhadap pembangunan infrastruktur jalan dan penginapan dengan baik agar kegiatan pariwisata di Desa Adat Bindu bisa berjalan dengan baik.

iii) Penataan lingkungan di Desa Adat Bindu harus tertata rapi dan selalu terjaga kebersihannya karena pariwisata di Desa Adat Bindu berawal dari kebersihan, dari kebersihan tersebutlah akan menjadi wisata yang sehat dan mengarah kepada wellness tourism.

iv) Memberikan pelatihan kepada seluruh masyarakat Desa Adat Bindu dalam mengelola desa wisata dan memberikan pelatihan mengenai sikap yang baik saat adanya wisatawan yang berkunjung.

2. Strategi ST

i) Mengembangkan dan mempertahankan keunikan potensi wisata yang menjadi ciri khas dari Desa Adat Bindu dan menjaga fasilitas dan kebersihan yang ada. Desa Adat Bindu memiliki ciri khas sebagai desa yang menawarkan *wellness tourism* kepada wisatawan dan memiliki potensi wisata healing centre yang bisa bersaing dengan desa wisata lainnya.

ii) Menjalin kerjasama yang baik dengan Pemerintah Daerah agar terealisasi Desa Adat Bindu menjadi Desa Wisata karena Desa Adat Bindu sudah memiliki potensi wisata dan fasilitas serta keramahan warga lokal untuk menyambut wisatawan.

3. Strategi WO

i) Desa Adat Bindu sudah memiliki sosial media seperti laman resmi dan Instagram, tetapi belum aktif dalam membuat konten. Hal tersebut karena belum ada SDM yang bisa membuat konten yang bagus dan menangani sosial media Desa Adat Bindu secara aktif. Akan tetapi Desa Adat Bindu juga tidak memiliki budget untuk menyewa orang profesional yang bisa menangani sosial media Desa Adat Bindu, sehingga bisa dilakukan dengan bekerjasama dengan kampus atau instansi lainnya untuk membantu dalam membuat konten di media sosial Desa Adat Bindu.

ii) Melakukan promosi lebih aktif secara online di media sosial Desa Adat Bindu, seperti di Instagram, website resmi Desa Adat Bindu dan membuat social media baru seperti *tiktok* dan lain-lain untuk mempromosikan potensi wisata yang berada di Desa Adat Bindu dan menonjolkan lokasi Desa Adat Bindu yang strategis.

4. Strategi WT

Meningkatkan keaktifan dalam melakukan promosi di sosial media resmi Desa Adat Bindu dan seluruh masyarakat membantu dalam melakukan promosi di sosial media pribadi dan melakukan promosi dari mulut ke mulut kepada saudara ataupun teman, sehingga masyarakat luas dapat mengetahui potensi *wellness tourism* yang dimiliki Desa Adat Bindu dan Desa Adat Bindu bisa bersaing dengan Desa Wisata yang sudah terkenal serta

berkembang lebih dulu serta Desa Wisata yang sudah memiliki SK Desa Wisata.

Berdasarkan analisis SWOT diatas strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kunjungan *wellness tourism* di Desa Adat Bindu adalah mempertahankan kebersihan dan keindahan alam karena *wellness tourism* dapat dimulai dari kebersihan karena dengan lingkungan yang bersih akan membuat wisatawan yang berkunjung menjadi senang melihat lingkungan yang bersih dan tertata rapi. Selanjutnya bekerjasama dengan berbagai pihak dalam melakukan promosi lewat jalur internet maupun brosur untuk memperkenalkan potensi *wellness tourism* Desa Adat Bindu agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Serta menjaga dan mempertahankan keunikan potensi wisata *wellness tourism* yang berada di Desa Adat Bindu, keunikan tersebut harus dijaga karena merupakan sebuah identitas dari Desa Adat Bindu. Apabila tidak dijaga, maka Desa Adat Bindu akan kehilangan ciri khas dan identitasnya sebagai desa yang menawarkan *wellness tourism*.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Adat Bindu merupakan salah satu desa di Bali yang sedang mengembangkan produk *wellness tourism*. Desa Adat Bindu memiliki keunggulan akan lokasinya yang strategis, serta lingkungannya yang tenang. Kehadiran pandemi COVID-19 memberikan dampak buruk terutama terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Adat Bindu. Dalam menghadapi isu tersebut, Desa Adat Bindu fokus mengembangkan produk yang tengah marak di kalangan masyarakat, *wellness tourism*. Desa Adat Bindu fokus pada produk wisata yang mengedepankan kesehatan dan kebugaran pada tubuh wisatawan yang sesuai dengan konsep *wellness tourism*.

Berdasarkan analisis SWOT, Desa Adat Bindu menganalisis upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Adat Bindu saat pandemi COVID-19 ini. Desa Adat Bindu perlu melakukan kegiatan promosi media sosial yang diharapkan dapat menjadi media efektif untuk mempromosikan Desa Adat Bindu. Langkah ini juga sebaiknya perlu diiringi dengan perawatan dan pengawasan terhadap pembangunan infrastruktur, kebersihan lingkungan, memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal, dan menjalin kerjasama untuk membantu dalam membuat konten promosi di media sosial Desa Adat Bindu.

REFERENSI

- Arini, E., Astuti, B., & Sismanto, A. (2021). Strategi Peningkatan Kunjungan Wisatawan Ke Danau Dendam Tak Sudah Kota Bengkulu. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1), 20-28.
- Barre, K. D. L. at all. 2005. *A Feasibility Study for a Yukon Pariwisata health and Wellness Industry. North to Knowledge, Learning Travel Product Club, and The Department of Tourism and Culture, Yukon Territorial Government.*
- Dwina, I. (2020). Melemahnya Ekonomi Indonesia Pada Sektor Pariwisata, Akibat Dampak Dari Pandemi Covid-19.
- Erza, M. (2012). Strategi Pemasaran Wisata Alam Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kawasan Wisata Kabupaten Kediri.
- I Made Wirartha. 2006. Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Andi.
- Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). *Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. Journal of vacation marketing*, 7(1), 5-17.
- Mulyana, Deddy. (2001). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Rangkuti, Freddy. 2001. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Riyanto, 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya : Penerbit SIC.
- Savitri, N. W. G. S., & Arida, I. N. S. (2019). Peran Elit Desa Dalam Pengembangan *Wellness Tourism* Di Desa Adat Bindu, Desa Mekar Bhuana, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(1), 11-17.
- Seaton dan Bennet, (1996:96), Tourist Descriptor
- Suarmadi, I. G. P., Andiani, N. D., & Trianasari, T. (2018). UPAYA PENINGKATAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE PEMANDIAN AIR PANAS TOYA BUNGKAH, DESA BATUR, KECAMATAN KINTAMANI, KABUPATEN BANGLI. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 1(2), 99-106.
- Voigt, C. (2014). Towards a conceptualization of *wellness tourism*. *Wellness tourism: A destination perspective*, 19-44.