

## Identifikasi Pengelolaan Usaha Wisata Health And Wellness Di Samadi International Bali

Jasmine Nabila Putri<sup>a,1</sup>, Gde Indra Bhaskara<sup>a,2</sup>

<sup>1</sup> jasmine.nabilap@gmail.com, <sup>2</sup> gbhaskara@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali

### Abstract

*This research is motivated by the growing global trend of Health and Wellness tourism. The continuously expanding tourism sector offers various activities for incoming tourists. Bali is one of the cities in Indonesia that offers many Health and Wellness attractions, and one of the popular destinations in the Canggu area is Samadi International Bali. This study utilizes qualitative data obtained through interviews, observations, documentation, and literature review. The analysis technique employed is qualitative data analysis, which involves analyzing data collected from qualitative records. The results of the research indicate that Samadi International Bali offers a variety of tourism products with high potential for continuous growth. These products include yoga classes, wellness workshops, organic food markets, and holistic health treatments, which attract a diverse group of health-conscious tourists. Moreover, the study identifies various factors that influence the management of the tourism business at Samadi International Bali. Positive factors, such as the high demand for wellness services and the reputation of Bali as a health tourism destination, can be further developed and maintained.*

*On the other hand, factors that cannot be changed, such as local regulations and economic fluctuations, require innovative strategies to ensure the business's sustainability. The management at Samadi International Bali has been proactive in adapting to these challenges by continuously updating their service offerings and incorporating feedback from visitors to enhance their experience. Overall, Samadi International Bali exemplifies a successful model in Health and Wellness tourism by leveraging its diverse offerings and adapting to various influencing factors. The findings suggest that with strategic development and innovative approaches, similar destinations can achieve sustained growth and enhance their appeal in the competitive tourism market. This research highlights the importance of continuous innovation and adaptability in the ever-evolving tourism industry.*

*Keywords: Health and Wellness; Management; Tourism Business*

### I. PENDAHULUAN

Wisata kesehatan, bagian dari wisata alternatif, adalah perluasan dari wisata kesehatan, kadang-kadang dikenal sebagai wisata kebugaran atau wisata kesehatan, dengan tujuan membantu pengunjung mencapai keadaan harmonis antara fisik, mental, dan spiritual (Voigt et al. 2010). Health and wellness tourism kini semakin banyak diminati oleh wisatawan dan semakin mendunia.

Sektor pariwisata di Indonesia kian meningkat setiap tahunnya. Salah satu faktor peningkatan tersebut adalah karena Indonesia menyediakan berbagai macam wisata alternatif, yang salah satunya adalah health and wellness tourism. Banyak wisatawan yang datang untuk mengambil paket healing, khususnya di Bali. Dilansir dari Kompas.com, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) tengah mempersiapkan Bali destinasi wisata kesehatan dan kebugaran kelas dunia. "Health Tourism ini sangat besar potensinya dan Bali sekarang diproyeksikan untuk menjadi destinasi unggulan Health Tourism," jelas Sandiaga Uno dalam Weekly Press Briefing Kemenparekraf secara daring, Senin (28/11/22).

Salah satu pusat health and wellness di Bali adalah Samadi International Bali yang terletak di

salah satu daerah wisata yang belakangan ini sedang ramai dikunjungi oleh wisatawan, yaitu kawasan Canggu, Kabupaten Badung. Beberapa usaha wisata yang menyediakan layanan serupa dengan Samadi Bali belum memiliki keragaman aktivitas wisata yang disediakan, namun disini dapat terbilang sudah sangat variatif. Namun, masih terdapat beberapa kendala yang dapat mempengaruhi pengelolaan usaha wisata Samadi Bali di masa depan. Penelitian ini akan meneliti lebih lanjut mengenai pengelolaan usaha wisata dalam bidang *health and wellness* terkhusus pada Samadi International Bali.

### II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Identifikasi

Istilah "identifikasi" berasal dari kata bahasa Inggris, menurut Hakim (2010). "Untuk mengidentifikasi" pertama kali muncul dalam bahasa Inggris sebagai kata kerja dan objek. Mengenali adalah definisi paling sederhana dari mengidentifikasi. "Identifikasi kebutuhan pembelajaran" sangat penting untuk menghubungkan; istilah ini mengacu pada proses menentukan pendidikan apa yang dibutuhkan oleh individu, komunitas, atau kelompok demografis tertentu.

Kata "identifikasi" dan "kesetaraan" mempunyai akar bahasa Latin, menurut Komarudin dan Yooke

Tjupanah (2000: 92). 1) Penentu identitas, seperti fakta, bukti, indikator, atau petunjuk. 2). Lihatlah fitur-fitur yang hadir pada saat yang bersamaan. 3. Mengidentifikasi suatu objek atau benda berdasarkan tanda atau kualitasnya yang khas. Poerwadarminto (1976:369) menyatakan identifikasi adalah proses mencari tahu siapa atau apa sesuatu itu.

### **Pengertian Pengelolaan**

Untuk mencapai tujuan dan menerapkan kebijakan, manajemen merupakan prosedur yang diperlukan. Manajemen dalam arti luas adalah proses memperbaiki dan meninggikan suatu objek atau entitas yang ada. Membuat sesuatu lebih sesuai dan disesuaikan dengan tuntutan guna meningkatkan kegunaannya adalah cara lain dalam memandang manajemen. Manajemen menurut Nugroho (2003:119) adalah kata yang digunakan dalam bidang ilmu manajemen. Akar kata "manajemen" dalam bahasa Inggris adalah "mengelola", yang biasanya berarti tindakan membimbing atau mengendalikan suatu entitas menuju tujuan yang telah ditentukan. Manajemen, kemudian, adalah cabang ilmu manajemen yang berkaitan dengan seni dan ilmu memimpin sekelompok orang atau entitas lain menuju tujuan bersama.

Menurut Terry (2009:9), manajemen paling baik dipahami sebagai suatu proses yang melibatkan perbedaan antara perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Proses ini memanfaatkan ilmu pengetahuan dan seni.

### **Produk Usaha Wisata**

Badan usaha yang bergerak di bidang penyediaan jasa wisata, kepemilikan atau pengoperasian barang dan daya tarik wisata, pengelolaan fasilitas wisata, dan badan usaha sejenis secara bersama-sama disebut sebagai pariwisata. Oleh karena itu, usaha pariwisata adalah setiap usaha yang tujuan utamanya melayani industri pariwisata, baik melalui penciptaan, pemeliharaan, atau penyewaan daya tarik wisata, bangunan, dan jasa.

Penyediaan penginapan, khususnya kamar dan fasilitas lainnya serta pelayanan penting, merupakan bagian dari industri fasilitas wisata. Baik itu bagian dari operasi penginapan yang lebih besar atau usaha mandiri, mengantarkan makanan dan minuman memerlukan persiapan, penyediaan, dan penyajian bahan habis pakai tersebut. Dalam industri transportasi, baik itu layanan bersama atau khusus, terdapat bisnis khusus yang melayani wisatawan. Salah satu contohnya adalah operator tur. sebagai badan air (sungai, danau, rawa, dan waduk), serta tempat meluncurkan perahu, berlayar, berselancar, menyelam, dan memancing. Perusahaan yang membangun atau mengelola bagian-bagian di suatu

kawasan untuk memenuhi permintaan wisatawan disebut penyediaan kawasan pariwisata.

### **Pengertian Health and Wellness**

*Wellness* dapat digambarkan sebagai sebuah proses di mana individu membuat pilihan dan terlibat dalam kegiatan dengan cara mempromosikan mengarahkan gaya hidup yang sehat, yang pada gilirannya berdampak positif bagi kesehatan individu itu sendiri, (Barre, 2005).

Pariwisata *health and wellness* mengacu pada kegiatan perjalanan seseorang ke dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan biasa mereka untuk tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk tujuan *health and wellness* dan tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan, dan dibayar dari tempat yang dikunjungi. Juga hal ini berasosiasi dengan perjalanan ke health spa atau destinasi-destinasi resort di mana tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kebugaran fisik melalui latihan fisik dan terapi, kontrol diet dan pelayanan medis yang relevan dengan pemeliharaan fisik, at all. (Romulo, et al. 2007).

### **Pengertian SWOT**

Sebagai metode perencanaan strategis, analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) membagi pertimbangan menjadi dua kategori: eksternal dan internal. Mengawasi lingkungan ekonomi mikro dan makro organisasi, termasuk peluang dan tantangan, melibatkan faktor-faktor yang datang dari luar. Elemen internal, sebaliknya, dapat dianggap sebagai kekuatan atau kelemahan, tergantung pada situasinya (Kotler & Keller, 2012).

Analisis SWOT, yang berupaya mengidentifikasi peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan, dapat berguna dalam mengidentifikasi elemen pembangunan. Komponen SWOT:

#### **Strength atau Kekuatan**

David dan R (2005) menyatakan bahwa kekuatan perusahaan terletak pada sumber dayanya, yang dapat didefinisikan sebagai kemampuan, keterampilan, dan sumber dayanya. Mereka juga menyebutkan bahwa kekuatan dapat memiliki keterkaitan dengan pesaing perusahaan. Di pasar, kekuatan perusahaan memberikan keunggulan dibandingkan pesaingnya.

#### **Weakness atau Kelemahan**

Kinerja perusahaan menurun ketika sumber dayanya, termasuk keterampilan dan kapabilitasnya, tidak mencukupi, kata David dan R (2005). Beberapa contoh dari kekurangan ini adalah pendanaan yang tidak mencukupi, administrasi yang tidak efektif, dan kurangnya kemampuan pemasaran.

#### **Opportunities atau Peluang**

Peluang adalah situasi yang menguntungkan bisnis, kata David dan R (2005). Peluang bagi perusahaan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, termasuk kemajuan teknologi dan ikatan

yang lebih kuat antara perusahaan dan pelanggannya.

#### **Threats atau Ancaman**

Bahaya didefinisikan sebagai “situasi apa pun yang tidak menguntungkan perusahaan” oleh David dan R (2005). Hambatan paling signifikan terhadap posisi organisasi saat ini atau posisi idealnya adalah ancaman. Di antara hambatan yang dapat menghalangi organisasi mencapai tujuannya adalah peraturan pemerintah yang baru diberlakukan atau dicabut.

### **III. METODE PENELITIAN**

Untuk membantu proses penelitian, penelitian ini menggunakan data kualitatif. Pernyataan, bukan angka, menjadi ciri data kualitatif semacam ini. Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui kondisi pengelolaan usaha wisata yang ada di Pantai Batu Mejan.

Penelitian dengan judul “Identifikasi Pengelolaan Usaha Wisata *Health and Wellness* di Samadi International Bali” mengambil lokasi penelitian langsung di di Samadi Bali yang berlokasi pada kawasan Pantai Batu Mejan di Jl. Canggu Padang Linjong No.39, Canggu, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali, 80361. Jarak tempuh untuk sampai ke kawasan tersebut adalah 17 km dari Kota Denpasar. Kawasan Pantai Batu Mejan bersebelahan dengan Pantai Canggu, sedangkan garis pantainya serupa dengan Pantai Kuta dan Legian.

Metode seperti dokumentasi, tinjauan pustaka, wawancara, dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Istilah "observasi" mengacu pada analisis kejadian yang metodis dan disengaja yang dapat dipelajari secara real-time melalui penggunaan indera, khususnya mata. Manajer HRD Samadi Bali menjadi subjek wawancara. Untuk menjamin keakuratan data yang digunakan untuk penelitian, dokumentasi disiapkan dengan cermat. Untuk memasukkan fakta-fakta lama ke dalam temuan penelitian, tinjauan literatur dan upaya serupa lainnya sangat membantu.

Teknik analisis data melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data tersebut kemudian diorganisasikan ke dalam kategori-kategori, dideskripsikan ke dalam unit-unit, disintesis, disusun dalam pola, diprioritaskan berdasarkan kepentingannya, dan akhirnya diambil kesimpulan bersama (Zakariah, dkk, 2020:52). Perlu diketahui bahwa penelitian ini menggunakan teknik penelitian ini terdapat satu jenis data untuk membantu dalam melakukan penelitian, yaitu data kualitatif.

### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Gambaran Samadi Bali Secara Umum**

Bali memiliki salah satu kawasan yang sedang ramai pengunjung, baik wisatawan lokal maupun mancanegara, yaitu kawasan Canggu. Terdapat beberapa titik keramaian pada kawasan Canggu, salah satu yang paling terkenal adalah kawasan Pantai Batu Mejan. Pantai ini terkenal terutama pada kalangan peselancar karena memiliki ombak yang besar. Selain itu, pantai ini juga menawarkan suasana yang tenang sehingga tidak jarang banyak wisatawan datang untuk waktu luang mereka seperti dengan hanya sekedar bersantai. Wisatawan dapat menikmati berbagai macam aktivitas di wilayah ini, salah satu yang paling terkenal adalah melakukan yoga.

Samadi Bali merupakan pusat *wellness & retreat* yang berada di sekitar kawasan daya tarik wisata Pantai Batu Mejan, Canggu. Pada tahun 2013, perusahaan ini bernama PT. Sinar Jiwa Dewata, lalu kemudian diubah menjadi PMA, PT. Samadi International Group pada tahun 2020. Konsep usaha wisata Samadi Bali berawal dengan fokus pada *wellness and retreat*, orang dapat datang untuk mencari ilmu sekaligus memaintain kesehatan dan kebahagiaan. Seiring berjalannya waktu Samadi Bali telah melakukan beberapa inovasi, perusahaan ini memperluas variasi produk yang ditawarkan. Awal fokus dari perusahaan ini adalah menyediakan jasa untuk para wisatawan dapat melakukan aktifitas yoga, yang diajarkan dengan guru yang telah memiliki sertifikasi dan pengajaran lebih lanjut oleh pihak perusahaan. “Dengan banyaknya masukan dari para pengunjung yang datang, PT Samadi Internasional merealisasikan apa yang telah didapat dari pengunjung menjadi kenyataan, dimulai dari penyediaan money changer milik perusahaan, hingga membuat toko dengan fokus makanan serta barang-barang untuk kesehatan serta *healing*,” sebut Ibu Lidya selaku narasumber penelitian ini.

Ibu Lidya juga menyebutkan target pemasaran usaha wisata ini adalah seluruh dunia baik wisatawan lokal maupun mancanegara, dari semua kalangan umur. Namun, 95% yang datang merupakan *foreigner* yang rata-rata berasal dari Amerika, Rusia, Australia, serta ada special class untuk wisatawan Cina.

#### **Potensi produk pariwisata *Health and Wellness* yang ada di Samadi International Bali Atraksi (*Attraction*)**

Terdapat beragam aktivitas yang ditawarkan pada Samadi Bali. Pertama, yang utama merupakan penyediaan kelas yoga. Disini, terdapat berbagai macam kelas yoga yang dapat dipilih serta dapat dikonsultasikan terlebih dahulu dengan para ahli sesuai dengan kebutuhan para pelanggan. Jenis kelas yoga yang tersedia yakni, *Ashtanga Yoga, Traditional Mysore Style of self-practice, Power Vinyasa, Creative Vinyasa, Vinyasa Flow, Hatha, Yin, Yin Unwinding, Yin*

and Sound Healing, Fly High Yoga and Yoga Therapy. Selain yoga, jenis kegiatan yang masih berhubungan dengan *health & wellness*, meliputi *Sound Healing* yang merupakan kegiatan meditasi dimana seseorang “dimandikan” oleh gelombang bunyi. Gelombang tersebut dihasilkan dari berbagai macam sumber, seperti gong, *singing bowls*, perkusi, lonceng, hingga suara manusia sendiri. Kemudian juga terdapat aktivitas *Breathwork* yang merupakan “latihan pernapasan” atau teknik pernapasan yang dapat mengubah pola pernapasan seseorang. Biasanya, seseorang melakukan hal ini untuk *improve* kesehatan fisik, mental, serta spiritual yang contohnya adalah melepaskan energi negatif dalam tubuh seseorang. Selanjutnya terdapat aktivitas *Wellness Dance Movements* dimana gerakan menari yang dilakukan berasal dari elemen terapi yang terdiri dari *Tai Chi, Qigong, Chinese Dance, dan Body Percussion*. Terdapat juga aktivitas *Chanting Circle* yang merupakan kelas beramai-ramai membentuk lingkaran dengan menyebutkan “mantra” tradisional dari seluruh dunia diiringi dengan iringan gitar, harmonica, harpa, dan drum. Mantra disini merupakan frase dengan signifikansi spiritual yang “dinyanyikan” biasanya berulang-ulang kali.

Selain *daily classes* yang disediakan tersebut, terdapat juga *weekly events* yang disediakan oleh Samadi Bali. Terdapat pasar setiap sabtu & minggu yang biasa disebut dengan “Sunday Market”. Berdasarkan hasil wawancara dengan HRD Manager Samadi Bali, Ibu Lidya, pasar tersebut menjadi salah satu strategi marketing yang idenya didapatkan dari salah satu customer. Pasar tersebut menjual berbagai macam makanan serta barang-barang yang berhubungan dengan kesehatan fisik maupun mental, seperti buah-buahan, sayur-sayuran, biji-bijian, kristal, lilin aroma, hingga obat-obatan herbal serta aksesoris dengan batu-batuan yang dipercaya dapat menyerap energi positif kedalam tubuh seseorang. Kemudian juga terdapat beberapa kelas yang dapat diikuti oleh para pengunjung diluar kelas yoga dan kelas aktivitas “healing” lainnya, seperti kelas membuat keramik, kelas *plant base cooking*, “Blue Lotus Tea Ceremony”, kelas membuat jus detox untuk tubuh, hingga kelas membuat kerajinan tangan untuk terapi.

#### **Amenitas (Amenities)**

Fasilitas yang terdapat di Samadi Bali tergolong cukup lengkap. Pertama, PT. Samadi International Bali memiliki tempat makan yang terbagi menjadi tiga, yaitu Samadi Resto, Warung Indo, dan Velato Ice. Samadi Cafe Restaurant menyediakan makanan yang 100% vegetarian dengan menciptakan *Gourmetarian’ Experience*. Sedangkan Warung Indo menciptakan pengalaman makan autentik khas Indonesia atau biasa dikenal dengan “Warteg” di Pulau Jawa. Harga ditentukan berdasarkan berapa lauk yang dipilih dimana per sendok makan lauk dihargai dengan Rp. 5.000,- yang kemudian

dihidangkan dengan nasi merah, kerupuk, dan sambal yang wajib ada pada hidangan tradisional Indonesia. Untuk Velato merupakan tempat makan es krim dengan bahan-bahan 100% vegan dan organik dengan pilihan berbagai rasa.

Selain tempat makan, Samadi Bali juga memiliki supermarket serta *concept shop* yang organik serta *sustainable*. Produk utama yang dijual disana adalah buah-buahan serta sayur-sayuran dari perkebunan lokal yang juga sekaligus membantu pekebun lokal secara langsung. Untuk mendukung konsep perusahaan, toko juga sepakat untuk sama sekali tidak menggunakan plastic serta menggunakan tempat penyimpanan dari kaca yang dapat dikembalikan lagi. Untuk pembelanjaan lebih dari Rp. 200.000,- akan diberikan bonus *tote bag* yang dapat digunakan berkali-kali. Selain itu juga tersedia perabotan rumah *handmade* dari bahan-bahan *recycle*. Toko dibuka setiap hari dari pukul 08.00 WITA hingga 22.00 WITA.

Samadi Bali juga menyediakan tempat penginapan dengan sebutan “Samadi Homes”. Tempat menginap disini terdiri dari sembilan kamar dengan empat kamar king-size bed, empat kamar dengan single bed dengan garden view, dan satu kamar ekstra yang memiliki akses langsung ke spa dan kolam renang. Semua kamar dilengkapi dengan fasilitas AC, Wifi, kamar mandi, dan *housekeeping* secara berkala. Suasana disekitar penginapan tenang dan nyaman, di desain khusus untuk *luxury living* dengan lingkungan hijau dan pemandangan langsung ke persawahan. Diluar itu, terdapat juga fasilitas umum yang dapat digunakan oleh semua pengunjung seperti lahan parkir, kawasan untuk merokok, dan juga toilet.

#### **Aksesibilitas (Accessibilities)**

Proses menuju suatu tempat usaha wisata memegang peranan penting dalam keunggulan usaha wisata tersebut. Transportasi yang dapat digunakan untuk mengunjungi Samadi Bali dapat berupa mobil, sepeda motor, sepeda, ojek online, atau berjalan kaki. Untuk sekarang belum ada transportasi umum yang dapat langsung sampai ke lokasi Samadi Bali. Sebagian besar akses jalan yang ditempuh merupakan jalan besar dengan keadaan yang baik. Kebanyakan area di Canggü memiliki jalan yang relatif sempit, namun masih dapat dilalui oleh mobil besar sekalipun. Jadi, dapat disimpulkan bahwa akses menuju Samadi Bali memadai dan dapat dilewati oleh jenis kendaraan mulai dari sepeda, hingga mobil besar.

#### **Pelayanan Tambahan (Ancillary)**

Pemerintah daerah Desa Padang Linjong memberikan beberapa bantuan terhadap pelaku usaha PT. Samadi International Bali. Informan menyebutkan bahwa pengurusan surat-surat perizinan dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, khususnya pada acara-acara yang dilaksanakan di Samadi Bali, pihak Pecalang dari kawasan tersebut

membantu terutama terkait parkir dan keamanan. Ketersediaan tempat parkir Samadi Bali tidak terlalu banyak, namun didekat sana, yaitu di kawasan persis sebelum pantai, terdapat parkir umum yang dikelola oleh pemerintah daerah. Tempat tersebut dapat menjadi opsi lahan parkir bila di Samadi Bali penuh, namun dikenakan biaya terpisah. Pemerintah daerah tidak memberikan bantuan berupa pemasaran atau pembangunan fisik, namun menyalurkan bantuan terkait sumber daya manusia demi mendukung aktivitas wisata yang terjadi.

#### **Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat)**

Faktor yang mempengaruhi pengelolaan suatu usaha wisata dapat berasal dari berbagai hal. Pada pembahasan ini, faktor pertama akan dilihat melalui upaya yang dilakukan oleh pengelola usaha wisata PT. Samadi International Bali terlebih dahulu. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, upaya utama yang dilakukan oleh pengelola usaha wisata merupakan sistem marketing yang tepat. PT. Samadi International Bali tidak hanya berpatok melakukan marketing melewati platform sosial media, Samadi Bali menggunakan website internasional yang dapat diakses dari seluruh dunia dengan Bahasa Inggris. Website tersebut memiliki informasi lengkap terutama mengenai berbagai macam aktivitas yang disediakan di Samadi Bali, serta kontak untuk dihubungi jika berminat bergabung atau sekedar menanyakan informasi lebih lanjut. Selain itu, untuk system marketing dari sisi internal, dijelaskan bahwa Samadi Bali menuntut pemberian pelayanan atau *service* yang maksimal melalui para pekerja disana. "Disaat staff melakukan yang terbaik, mereka akan dating kembali kesini.", jelas Ibu Lidya selaku *HRD Manager* di Samadi Bali. Beliau juga turut menjelaskan mengenai proses seleksi staff yang ketat serta diadakannya pelatihan atau training terlebih dahulu sebelum terjun langsung ke lapangan kerja. Terdapat juga guru Bahasa Inggris yang siap melatih para calon staff yang belum terlalu fasih agar mendapat pengetahuan serta pengalaman untuk pekerjaan yang akan dilakukan kedepannya.

Selanjutnya dengan mengkaji faktor internal dan eksternal maka dapat diketahui faktor pengelolaan suatu usaha pariwisata melalui analisis SWOT. Analisis ini mengklasifikasikan suatu situasi berdasarkan potensi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya. Terkait dengan perusahaan pariwisata Samadi Bali, berikut kajian SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats).

Kekuatan suatu organisasi terletak pada situasi internalnya, yang mencakup keahlian, kemampuan, dan sumber dayanya. Aset-aset ini dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan saat ini. Usaha wisata PT. Samadi International Bali memiliki kekuatan yang sudah teridentifikasi melalui hasil

wawancara dan observasi, yaitu kekuatan finansial dari pengelola usaha wisata. Modal dari pengelola usaha wisata lancar, dapat terus bertahan melalui masa pandemi Covid-19. Selain itu, narasumber juga menyebutkan bahwa tim dan staf kompak bekerjasama dalam menjalankan tugasnya masing-masing sehingga dapat mencapai target perusahaan. Samadi Bali juga mengaku memiliki strategi marketing unik melalui pembuatan event-event yang dapat menarik lebih banyak pengunjung untuk datang, terutama pasar yang diadakan setiap akhir pekan. Mereka juga sudah memiliki pengalaman pada industri yang telah berlangsung lama. Produk/jasa yang ditawarkan berkualitas serta memiliki kontinuitas produk/jasa yang terjamin. Alasannya adalah dengan maraknya wisata health & wellness dikalangan yang luas, semakin banyak wisatawan dengan minat yang tinggi terhadap produk-produk yang ditawarkan disini. Samadi Bali juga memiliki keberagaman pada produk/jasa yang ditawarkan, serta kualitas sumber daya manusia yang baik dengan melewati berbagai proses seleksi dan pelatihan.

Pada sisi lain, terdapat kelemahan, yaitu masalah internal keahlian, kapabilitas, dan sumber daya organisasi yang menyulitkan dalam menangani peluang dan hambatan. Tentukan kekurangan PT. Produk dan jasa di Samadi International Bali dibandrol dengan harga yang relatif tinggi, berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Harga yang tergolong tinggi ini berhubungan dengan pemilihan lokasi usaha wisata, serta target pemasarannya yang rata-rata merupakan wisatawan mancanegara. Selain itu terdapat ketersediaan bahan baku produk organik yang masih terbatas dan harganya tinggi. Samadi Bali juga memiliki lahan parkir yang terbatas, dengan volume pengunjung yang tinggi. Hal ini menjadi salah satu kendala yang perlu ditanggapi serius, mengingat akses jalanan yang kecil sehingga dapat menyebabkan kemacetan. Terakhir, walaupun Samadi Bali memiliki strategi marketing yang unik melalui beberapa event, promosi melalui sosial media masih belum penting dalam marketing suatu perusahaan, namun Samadi Bali belum memperhatikan secara lebih dalam mengenai promosi melalui sosial media yang mereka miliki.

Selain itu, ada kemungkinan kejadian di luar perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan. Ketika faktor-faktor luar ini dipertimbangkan, bisnis yang beroperasi di sektor yang sama sering kali merasa bahwa merekalah yang unggul. Cari tahu apa yang PT dapat lakukan untuk Anda. Berdasarkan temuan wawancara dan observasi yang dilakukan di Samadi International Bali, keunggulan pertama adalah lokasinya yang strategis. Samadi Bali terletak pada pusat wisatawan, daerah Canggu, terutama wisatawan mancanegara yang mencari produk/jasa

yang dijual. Permintaan pasar serta daya jual beli masyarakat terus meningkat. Semakin banyak wisatawan yang datang ke Bali, khususnya daerah dimana Samadi Bali berada untuk melakukan aktivitas yang ditawarkan disana. Terakhir, narasumber menyebutkan bahwa adanya kepercayaan dari konsumen yang telah datang dan dilayani, yang kemudian datang kembali lagi.

Terakhir, kita mempunyai bahaya, yaitu faktor luar yang dapat menimbulkan masalah bagi organisasi; ketika dihadapkan pada faktor ini, organisasi merasa dirugikan, rumit, atau terancam. Identifikasi berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap ancaman yang ada di PT. Samadi International Bali adalah memiliki pesaing dengan konsep usaha yang sama ada banyak terutama pada kawasan wisata lokasi Samadi Bali berada, dan harga produk sama dari pesaing yang lebih rendah. Selain itu, tidak ada bantuan atau kerjasama dari pemerintah, semuanya berasal dari pengelola usaha wisata sendiri.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Samadi Bali menawarkan berbagai kegiatan menarik bagi pengunjungnya. Produk-produk yang ditawarkan oleh Samadi Bali memiliki potensi yang tinggi untuk menjadikan usaha wisata ini terus maju. Kegiatan utama yang ditawarkan disana adalah kelas yoga dengan variasi yang beragam. Selain itu, Samadi Bali juga mengadakan *weekly events* serta kelas-kelas yang beragam, termasuk pasar minggu yang menjual makanan sehat, barang-barang kesehatan, dan produk-produk terapi lainnya. Ada juga kelas-kelas seperti membuat keramik, memasak makanan berbasis tumbuhan, serta acara-acara seperti "Blue Lotus Tea Ceremony" dan kelas membuat jus detoks. Narasumber menyebutkan bahwa acara serta kelas yang diadakan di Samadi Bali merupakan salah satu strategi marketing yang mereka lakukan. Terdapat banyak wisatawan yang datang Kembali setelah mengikuti acara yang diadakan di Samadi Bali. Hal tersebut menjadikan potensi yang dimiliki oleh Samadi Bali untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Produk pariwisata *health and wellness* yang ditawarkan disini juga memiliki potensi kontinuitas yang tinggi, akibat maraknya wisata *health and wellness* pada masyarakat, yang menjadikan produk/jasa yang ditawarkan disini terus dicari.

Terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengelolaan usaha wisata di Samadi Bali, terdapat beberapa kekuatan yang dapat memperkuat pengelolaan usaha wisatanya, diantaranya kekuatan finansial dari pengelola usaha wisata, adanya strategi marketing unik melalui pembuatan event-event yang dapat menarik lebih banyak pengunjung untuk datang, produk/jasa yang ditawarkan berkualitas, serta adanya sumber daya manusia yang baik. Samadi Bali juga memiliki peluang berupa

lokasi yang strategis, yaitu pusat wisatawan terutama mancanegara yang mencari produk/jasa yang dijual. Sedangkan untuk kekurangan yang juga dapat menjadi kendala, diantaranya harga produk/jasa yang tergolong tinggi, lahan parkir yang terbatas dengan volume pengunjung yang tinggi, serta promosi melalui sosial media masih belum terstruktur.

### Saran

Penelitian yang disajikan memungkinkan untuk dirumuskan beberapa rekomendasi untuk perluasan usaha pariwisata PT. Samadi Bali Barat Terbaik: Pengembangan fasilitas: Mengingat Samadi Bali adalah pusat *wellness dan retreat*, perluasan fasilitas seperti spa, sauna, kolam renang, atau ruang relaksasi tambahan dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan daya tarik wisata. Dengan menyediakan fasilitas yang lengkap, Samadi Bali dapat menjadi tempat tujuan yang lebih komprehensif untuk menjaga kesehatan dan kebahagiaan dengan keberagaman produk yang ditawarkan. Pengembangan lain yang harus dilakukan terkait fasilitas adalah menyediakan lahan parkir yang lebih luas atau menyediakan layanan shuttle bus untuk mengatasi keterbatasan lahan parkir yang ada.

Mengatasi kelemahan internal: Untuk mengatasi harga produk/jasa yang tinggi, Samadi Bali dapat mempertimbangkan strategi penetapan harga yang lebih fleksibel atau menawarkan paket promo untuk meningkatkan daya tarik harga. Mengatasi keterbatasan bahan baku produk organik dapat dilakukan dengan mempertimbangkan sumber bahan baku alternatif. Sementara itu, masalah lahan parkir yang terbatas dapat diatasi dengan menyediakan alternatif parkir di sekitar area atau mengkoordinasikan dengan pemerintah setempat untuk mengembangkan fasilitas parkir yang lebih luas.

Meningkatkan promosi dan pemasaran: Selain menggunakan website internasional, Samadi Bali dapat memanfaatkan media sosial dan kolaborasi dengan influencer, serta kerjasama dengan agen perjalanan atau hotel di sekitar Bali untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik wisata. Pemasaran melalui konten visual menarik dan cerita inspiratif juga dapat membantu menarik perhatian potensial pengunjung.

Mencari kerjasama dengan pemerintah dan pesaing: PT. Samadi International Bali dapat menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan dukungan dalam pengembangan infrastruktur dan promosi pariwisata di kawasan Canggu. Selain itu, menjalin kemitraan atau kolaborasi dengan pesaing yang memiliki konsep serupa namun tidak saling bersaing secara langsung dapat menghasilkan sinergi yang saling menguntungkan dan meningkatkan daya saing.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, PT. Samadi International Bali dapat terus berkembang sebagai destinasi wisata yang menarik, menawarkan pengalaman yang unik dan memenuhi kebutuhan pengunjung yang mencari kesehatan, kebahagiaan, dan relaksasi di kawasan Canggu, Bali.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia dan Rendra, 2018, 'Faktor Penghambat dan Pendukung Pengembangan Usaha Wisata di Pantai Marina Kabupaten Bantaeng'
- David dan Fred, 2005, 'Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat'
- Indriantoro, Nur dan Supono, 2013, 'Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen' Yogyakarta: FEB Universitas Gajah Mada
- Kotler dan Keller, 2012, 'Manajemen Pemasaran, Edisi 12' Jakarta: Erlangga.
- Kristanto dan Andri, 2018, 'Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya, Vol. 1, Ed. Revisi, Yogyakarta'
- Mardalis, 1999, 'Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal' Jakarta: Bumi Aksara
- Pitana dan Gayatri, Putu, G, 2005, 'Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi Sarwono, J. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Semiawan, C.R, 2010, 'Metode Penelitian Kualitatif' Jakarta: Grasindo
- Sugiyono, 2010, 'Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D' Bandung: Alfabeta
- Sukadji, S, 2000, 'Psikologi Pendidikan dan Psikologi Sekolah Jakarta : Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Fakultas Psikologi Universitas Indonesia
- Umar, H, 2013, 'Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis' Jakarta: Rajawali
- Yusuf, M, 2014, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan' Jakarta: Prenadamedia Group
- Zakaria, M. Askari, Dkk, 2020, 'Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development' Sulawesi: Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warramah Kolaka
- Zed, M, 2004, 'Metode Penelitian Kepustakaan' Jakarta: Yayasan Obor Indonesia