

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam Undang-Undang Kepariwisataan No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, SPA masuk dalam salah satu usaha pariwisata. Di era sekarang SPA masuk dalam kategori wisata minat khusus yaitu *Health and Wellness Tourism*. Wisata minat khusus (*Special Interest Tourism*) merupakan bentuk kegiatan dengan wisatawan individu, kelompok atau rombongan kecil yang bertujuan untuk belajar dan berupaya mendapatkan pengalaman tentang suatu hal di daerah yang dikunjungi (Fandeli, 2002:107). Sedangkan definisi menurut *Global Wellness Institute* (2014, p: ii), *wellness tourism* adalah perjalanan yang terkait dengan upaya mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan pribadi seseorang.

Indonesia mencetak prestasi gemilang dibidang pariwisata pada awal tahun 2019. Indonesia mendapat penghargaan *ASEAN Tourism Awards 2019* dalam empat kategori yang berbeda. Ajang ini diadakan oleh ASEAN Tourism Forum (ATF). Keempat kategori tersebut adalah *Community Based Tourism, Homestay, SPA, dan Public Toilet*. Menteri Pariwisata, Arief Yahya, menerima langsung penghargaan ini di Ha Long Bay, Vietnam, pada Jumat 18 Januari 2019. Pada kategori SPA ada lima tempat yang mendapat penghargaan, yakni Bhava SPA, Heaven SPA by Westin, Martha Tilaar SPA, Taman Sari Royal

Heritage SPA, dan Ubud Traditional SPA di Bali. SPA Indonesia juga menjadi salah satu pilihan wisata minat khusus di dunia, terbukti dari penghargaan *Best Agent Choice Award* dalam kategori *Destination for SPA & Wealthness* yang diselenggarakan oleh majalah *Selling Travel*. (travelkompas.com, 2017).

Nurkadhatyan SPA adalah salah satu dari sekian tempat SPA di Yogyakarta. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2012 dan tidak memiliki cabang di daerah lain. Nurkadhatyan SPA didirikan oleh lima puteri Sri Sultan HB X, berusaha menjadi ikon SPA dengan tradisi dan budaya di kota Yogyakarta. Konsep Nurkadhatyan SPA dibangun tematik dan cukup unik yaitu kental dengan nuansa Jawa baik dari segi bangunan hingga perawatan yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen yang dituju adalah para peminat SPA baik dalam dan luar negeri. Nurkadhatyan SPA berpartisipasi dalam setiap kegiatan pariwisata dengan minat SPA yang diselenggarakan oleh pemerintah. Kementerian Pariwisata dan Kementerian Kesehatan telah menggelar kegiatan Uji Trail Wisata Kesehatan Joglosemar (Jogja-Solo-Semarang) pada 13-16 Mei 2019. Salah satu lokasi yang dipilih untuk provinsi DIY adalah Nurkadhatyan SPA. (Kapanlagi.com, diakses 18 Oktober 2019 pukul 8:44)

Tren *Health and Wellness Tourism* semakin meningkat. Pada tingkat global dan regional untuk *health and wellness (medical service, leisure and recreation SPAS, medical surgical clinic, medical wellness centers or SPA) tourism* menyebar hampir merata di beberapa kawasan seperti Eropa, Amerika, Asia, dan Australia serta Selandia Baru.

Tabel 1. *International Analysis of Health and Wellness Assets.*

Source : *Smith and Puckz O (2009)*

	<i>Existing assets for health and wellness tourism</i>					<i>Use of existing assets</i>					
	<i>Natural Healing Assets</i>	<i>Indigenous Healing Traditions</i>	<i>Medical Services</i>	<i>Nature</i>	<i>Spiritual Traditions</i>	<i>Leisure and recreation SPAs</i>	<i>Medical (therapeutic) Hotel, SPA, or Clinic</i>	<i>Medical (surgical) Clinics or hospitals</i>	<i>Medical Wellness centres or SPAs</i>	<i>Holistic Retreats</i>	<i>Hotel and resort</i>
Europe											
<i>Northern</i>	+			+							+
<i>Western</i>	+		+	+			+		+	+	+
<i>Central and Eastern</i>	+		+					+			+
<i>Southern</i>	+			+					+		+
America											
<i>North</i>		+	+	+			+			+	+
<i>Central</i>	+	+	+	+				(+ ²)			+
<i>South</i>	+	+	+	+							+
Africa	+	+	+	+			+	(+ ⁴)			+
Asia											
<i>Middle-East</i>			+	(+ ⁵)				+	+		+
<i>South-East</i>		+	+		+		+	+	+	+	+
<i>Far East</i>	+	+	+		+		+	+	+	+	+
Australia, New Zealand, and South Pasific	+	+		+			+			+	+
⁷ Iceland only ² Caribbean ³ Cuba ⁴ South Africa, Kenya ⁵ Jordan, Israel ⁶ Japan											

Menurut Smith dan Puczko, (2009: p253) *health and wellness tourism* dapat dikembangkan berdasarkan bahan-bahan atau aset yang telah tersedia pada suatu destinasi (*Existing assets for health and wellness tourism*) dan/atau diadakan berdasarkan kebutuhan atau permintaan (*use of existing assets*). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa keberadaan aset untuk pariwisata kesehatan dan kebugaran yang bersifat alami (*nature*) sudah menyebar dan merata di hampir semua kawasan dunia. Sedangkan *existing asset spiritual traditions* hanya tersedia di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara saja. Hal ini dimungkinkan karena negara-negara dalam kawasan tersebut masih eksis untuk mempertahankan aset-aset budaya yang dimiliki. Tetapi, data juga menunjukkan bahwa untuk pengadaan berdasarkan tipe *leisure and recreation SPA* (rekreasi SPA) tidak tersedia pada kawasan Asia. Ada kemungkinan bahwa masyarakat dunia belum berminat atau tidak menginginkan rekreasi SPA di kawasan Asia. Masyarakat dunia justru tertarik untuk pada tipe *hotel and resorts* karena data menunjukkan pengadaan berdasarkan kebutuhan atau permintaan tipe tersebut menyebar di seluruh kawasan (Eropa, Amerika, Afrika, Asia, Australia, New Zealand, dan South Pasific).

Berdasarkan data-data yang telah dipaparkan sebelumnya maka peneliti melihat bahwa aset tradisi dan spiritual yang menjadi salah satu aset kesehatan dan kebugaran dunia, masih belum dikenal dan diminati oleh masyarakat dunia. Sehingga potensi tradisi spiritual masih bisa dikembangkan dengan maksimal dalam bidang kesehatan dan kebugaran.

Pariwisata di Provinsi DIY dikenal oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia maupun dunia. Nilai tradisi dan spiritual di DIY masih terus diusahakan untuk dilestarikan. Keraton Yogyakarta memegang peranan penting baik dalam sistem pemerintahan provinsi maupun sebagai benteng budaya. Sri Sultan Hamengku Buwono X adalah raja Keraton Yogyakarta sekaligus Gubernur provinsi DIY.

Lima puteri Sri Sultan Hamengku Buwono X, yaitu GKR Mangkubumi, GKR Condrokirono, GKR Maduretno, GKR Hayu, dan GKR Bendara memiliki tanggungjawab dalam membantu raja untuk menyelenggarakan pemerintahan di dalam keraton. Mereka melihat bahwa banyak potensi budaya, tradisi, dan spiritual di dalam keraton yang perlu dikembangkan. Salah satu hasil dari pengembangan potensi-potensi itu adalah mendirikan perusahaan SPA berbasis spiritual dan tradisi. Nurkadhtayan SPA didirikan pada 10 November 2012 dengan semangat melestarikan tradisi Jawa. Peneliti melihat Nurkadhtayan SPA mampu memanfaatkan peluang dan potensi bisnis SPA tradisi dengan persaingan yang ketat, khususnya di Yogyakarta. SPA dengan *branding* tradisi, baik produk maupun perawatan (*treatment*) yang ditawarkan cukup beragam ditemui di berbagai perusahaan SPA di Yogyakarta. Namun hal istimewa yang ditawarkan Nurkadhtayan SPA adalah melayani segmen konsumen menengah ke atas. Nurkadhtayan SPA menawarkan pengalaman bagi para calon konsumen untuk mendapatkan pelayanan seperti anggota keluarga istana atau keraton Jawa dengan tradisi dan nilai-nilai spiritual Jawa.

Peneliti telah mewawancarai GKR Bendera, selaku salah satu pemilik dari Nurkadhatyan SPA. Ia mengatakan bahwa Nurkadhatyan SPA belum memiliki rencana jangka pendek, menengah, dan panjang. (Wawancara dilakukan pada Senin, 8 Juli 2019, 17.00-18.30 di Nurkadhatyan SPA). Peneliti akan mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi bisnis yang dilakukan Nurkadhatyan SPA pada saat ini. Termasuk juga tentang bagaimana perusahaan ini dapat bertahan dan menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan penyedia jasa serupa serta keberhasilan bisnis SPA.

Yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu terdapat tiga tahapan proses manajemen strategis oleh David (2011) di antaranya adalah perumusan strategi (*strategy formulation*), implementasi strategi (*strategy implemented*), monitoring dan evaluasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bisnis yang diterapkan Nurkadhatyan SPA saat ini?
2. Bagaimana formulasi strategi bisnis yang mendukung keberlanjutan di Nurkadhatyan SPA?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan umum yang ingin dicapai didalam penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengevaluasi strategi bisnis yang dilakukan Nurkadhatyan SPA saat ini.
2. Untuk manfaat formulasi strategi bisnis Nurkadhatyan SPA dan untuk mengembangkan keberlanjutannya.

4. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa strategi bisnis dan formulasi manajemen strategi bisnis pariwisata minat khusus yaitu *health and wellness tourism* dengan aset spiritual dan tradisi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen Nurkadhatyan SPA, yaitu untuk melengkapi manajemen strateginya. Dan memberikan manfaat praktis bagi pebisnis SPA lainnya.