



AKTIVITAS YOGA SEBAGAI PRODUK PEMASARAN JASA WISATA SPIRITUAL

Pradna Lagatama¹, Nyoman Danendra Putra²

¹STAHN Mpu Kuturan, Singaraja, Indonesia, pradnalagatama@gmail.com:

²STAHN Mpu Kuturan, Singaraja, Indonesia, danenp76@yahoo.com:

ABSTRACT

Spiritual tourism is one of the attractions of tourism developed into a trend in the world of tourism which tends to continue to increase. Spiritual tourism is one of the destinations as a psychiatric recreation option that can be done by individuals or groups of people. Anyone both foreign and domestic tourists want to visit spiritual tourism as an alternative attraction and special interest. The potential of existing spiritual tourism is a natural tourist capital as a tourist attraction. The potential for existing spiritual tourism, is the capital in developing the tourism sector. Spiritual tourism objects need to be continuously built and developed in accordance with the wishes and expectations that can meet the needs of tourists so that tourists are moved to buy and use it if the products they market are in accordance with their needs. In the development of spiritual tourism there needs to be a breakthrough to attract more tourists who visit. One of them is by marketing yoga activities in the development of spiritual tourism. This marketing is done so that product producers can satisfy the wants and needs of consumers. With the marketing of yoga activities it is expected to be an added value for visitors so that they get what visitors need and want by introducing and offering yoga activities as one of the attractions of spiritual tourism.

Keywords : *Yoga activities, Product Marketing Services, Spiritual tours*

Copyright ©2020. IHDN Denpasar. All Right Reserved

I. PENDAHULUAN

Keberadaan pariwisata dalam dekade saat ini sangat mendunia, banyak Negara berkembang termasuk Indonesia menaruh perhatian khusus terhadap industri pariwisata. Hal ini jelas terlihat dengan banyaknya program pengembangan kepariwisataan di negara masing-masing, seolah-olah negara yang satu hendak melebihi negara yang lain, untuk menarik kedatangan lebih banyak wisatawan yang membelanjakan uangnya di negara yang sedang dikunjungi.

Dalam perkembangan pariwisata, ada kecenderungan pada negara-negara berkembang untuk menjadikan wisata spiritual, budaya, keindahan alam, tradisi sebagai daya tarik dari suatu daerah tujuan wisata. Potensi wisata ini seharusnya dikelola dengan baik untuk dapat memberikan

manfaat secara ekonomi, sosial, budaya bagi masyarakat setempat, dan pelestarian lingkungan.

Wisata spiritual merupakan salah satu daya Tarik wisata yang dikembangkan. Siapapun baik wisatawan mancanegara ataupun nusantara ingin mengunjungi wisata spiritual sebagai daya Tarik alternative dan minat khusus. Potensi wisata spiritual yang ada merupakan modal wisata alam sebagai daya tarik wisata. Potensi wisata spiritual yang ada, merupakan modal dalam mengembangkan sektor pariwisata. Objek wisata spiritual perlu terus dibangun dan dikembangkan sesuai dengan keinginan dan harapan yang dapat memenuhi kebutuhan para wisatawan sehingga para wisatawan tergeraak hatinya untuk membeli dan menggunakannya apabila produk yang dipasarkannya sesuai dengan kebutuhannya.



Dalam pengembangan wisata spiritual perlu adanya terobosan untuk menarik kedatangan lebih wisatawan yang berkunjung. Salah satunya dengan pemasaran aktivitas yoga dalam pengembangan wisata spiritual. Pemasaran ini dilakukan agar penghasil produk dapat memuaskan keinginan maupun kebutuhan dari konsumen. Dengan adanya pemasaran aktivitas yoga diharapkan dapat menjadi nilai tambah bagi pengunjung sehingga mendapat apa yang pengunjung butuhkan dan inginkan dengan mengenalkan dan menawarkan aktifitas yoga sebagai salah satu daya Tarik wisata spiritual.

Manahati (2008) menjelaskan bahwa pemasaran mencari tahu kebutuhan dan keinginan konsumen yang belum terpenuhi, mencari tahu dengan mengukur serta menghitung ukuran pasar dan potensi laba, menunjukkan segmen pasar yang dapat dilayani, serta merancang dan meningkatkan produk/jasa yang tepat. Dengan demikian pemasaran merupakan strategi dalam konsep bisnis untuk mengenalkan serta pengembangan yang strategik dari sebuah usaha yang melakukan sebuah kegiatan transaksi.

Maka perlu adanya acuan baru dalam pengaplikasian pemasaran pariwisata yaitu dengan cara menciptakan perencanaan, penyusunan, pendistribusian dan evaluasi kegiatan kemudian, diharapkan dengan adanya pemasaran aktifitas yoga sebagai pemasaran wisata spiritual akan memberikan daya ungkit untuk menyediakan objek dan daya Tarik wisata serta dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para wisatawan. Tujuannya untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata spiritual dengan adanya terobosan pemasaran aktivitas yoga pada wisata spiritual.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Aktivitas yoga dalam pengembangan wisata spiritual

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, aktivitas merupakan segala bentuk keaktifan dan kegiatan. Aktivitas adalah keaktifan,

kegiatan-kegiatan, kesibukan atau bisa juga berarti kegiatan kerja yang dilakukan tiap bagian dalam tiap suatu organisasi atau lembaga.

Kehidupan sehari-hari banyak sekali kesibukan atau kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Namun bermanfaat atau tidaknya kegiatan yang dilakukan tergantung dari individu tersebut. Aktiivitas dalam kehidupan sehari-hari dipandang sebagai usaha untuk mencapai atau memenuhi kebutuhan individu maupun kelompok.

Dari pemaparan tersebut dapat dijelaskan aktivitas merupakan kegiatan, kesibukan yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok untuk memenuhi atau mencapai sesuatu serta menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Sedangkan yoga merupakan ilmu yang dapat menjadikan manusia mencapai sistem kesehatan menyeluruh yang kaitannya antara fisik, mental dan spiritual manusia. Istilah yoga berasal dari bahasa Sansekerta yang artinya yuj yang berarti penyatuan diri. Dimana makna kunci yang dipakai yaitu meditasi (dyana) dan penyatuan (yukti). Yoga merupakan penyatuan antara jiwa universal dengan jiwa spiritual dalam melakukan latihan rohani untuk mencapai ketenangan batin serta latihan fisik untuk mencapai kesehatan jasmani dan rohani.

Dari penjelasan aktivitas dan pengertian yoga dapat diartikan bahwa aktivitas yoga merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dengan melaksanakan gerakan melalui sebuah penyatuan antara jiwa spiritual dengan jiwa universal sehingga tercapai ketenangan batin serta dengan adanya latihan fisik tercapainya kesehatan jasmani dan rohani.

Aktifitas yoga dalam pengembangan daya Tarik wisata spiritual pada dewasa ini sangatlah perlu. Untuk menarik para wisatawan berkunjung ke objek pariwisata spiritual perlu adanya terobosan baru dimana selain mengunjungi objek wisata spiritual para wisatawan disuguhkan dengan aktifitas

yoga. Sehingga para wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Dengan adanya aktivitas yoga akan memberikan nilai tambah bagi objek wisata tersebut karena diketahui dengan melakukan yoga banyak sekali manfaat yang didapat selain ketenangan batin, kesehatan jasmani dan rohani juga diperoleh.

Menurut Sindhu (2004:34) yoga memiliki manfaat yang baik jika dilakukan secara rutin dan teratur, yaitu:

1. Meningkatkan fungsi kerja kelenjar endokrin (hormonal) di dalam tubuh.
2. Meningkatkan sirkulasi darah ke seluruh sel tubuh dan otak.
3. Membentuk postur tubuh yang lebih tegap, serta otot yang lebih lentur dan kuat.
4. Meningkatkan kapasitas paru-paru saat bernafas.
5. Membuang racun dari dalam tubuh (detoksifikasi)
6. Meremajakan sel-sel tubuh dan memperlambat penuaan.
7. Memurnikan saraf pusat yang terdapat di tulang punggung.
8. Mengurangi ketegangan tubuh, pikiran dan mental serta membuatnya lebih kuat saat menghadapi stress.
9. Memberikan kesempatan untuk merasakan relaksasi yang mendalam.
10. Meningkatkan kesadaran pada lingkungan.
11. Meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan untuk berfikir positif.

Jadi dapat ditarik kesimpulan dengan adanya aktivitas yoga dalam pengembangan wisata spiritual akan mendapatkan nilai tambah bagi pengunjung. Selain menikmati objek wisata spiritual pengunjung dapat melaksanakan yoga dengan mengetahui manfaat melakukan gerakan yoga sehingga pengunjung mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan selain berwisata ke objek wisata spiritual.

2. Pemasaran Jasa Yoga Pada Wisata Spiritual

Jasa mengandung pengertian sebagai kinerja aktivitas yang sebagian besar dapat

diberikan kepada pihak lain, secara esensial tidak dapat diraba dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu (rust et al : 1996). Sementara menurut Kotler (2003) jasa mengandung pengertian sebagai tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Dari penjelasan tersebut bahwa terdapat dua aspek yang sangat penting yaitu aspek sosial dan aspek fisik. Dimana aspek sosial menjelaskan tentang hubungannya dengan rasa menghargai yang menyangkut pertukaran dengan menarik perhatian. Sedangkan aspek fisik sangat penting untuk menjalankan strategi yang akan digunakan.

(Payangan : 2013) menjelaskan pemasaran jasa semestinya mencakup visi strategi dari sistem jasa yang terdiri atas sistem operasi dan penyajian jasa. Sedangkan menurut mudrick (1990) visi strategi jasa dengan cakupan yang lebih luas terdiri atas penentuan segmen pasar sasaran, konsep jasa, strategi operasi, dan sistem penyajian jasa.

Pada pemasaran jasa yang dilakukan perlu adanya partisipasi dimana pada dunia pariwisata khususnya wisata spiritual partisipasi sangat penting karena semua pelaku memainkan penyajian jasa untuk dapat mempengaruhi persepsi wisatawan.

Pemasaran jasa yoga yang diberikan dalam pengembangan wisata spiritual untuk memenuhi kebutuhan dan tawaran produk wisata yang baru bagi wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Daya Tarik wisata spiritual merupakan salah satu komponen dalam pembangunan pariwisata. Hal ini terdapat dalam Peraturan Daerah nomor 2 tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya. Pada pasal 3 menjelaskan bahwa, Kepariwisata Budaya Bali bertujuan untuk: a. melestarikan kebudayaan Bali yang dijiwai oleh nilai-nilai Agama Hindu; b. meningkatkan pertumbuhan ekonomi; c. meningkatkan kesejahteraan masyarakat; d. menciptakan kesempatan berusaha; e. menciptakan lapangan kerja; f. melestarikan alam,

lingkungan, dan sumber daya; g. mengangkat citra bangsa; h. memperkuat rasa cinta tanah air dan kesatuan bangsa; dan i. mempererat persahabatan antarbangsa.

Daya Tarik wisata spiritual memiliki daya Tarik yang luar biasa, salah satunya dikaitkan dengan yoga. Dengan adanya potensi wisata yang besar seharusnya dipertimbangkan dan dibuat terobosan baru diambil dari sudut pariwisata masal.

Dalam pengembangan wisata spiritual di Bali yang bisa dikembangkan salah satunya adalah yoga. Dewasa ini yoga telah berkembang samapai ke seluruh Negara. Dimana selain diyakini sebagai spiritual yoga juga untuk kesehatan.

Dimana aktivitas yoga yang diberikan sebagai nilai tambah dalam pengembangan wisata spiritual sebenarnya untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan para wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata spiritual. Jasa yoga sebagai nilai tambah yang diberikan harus didesain dengan baik sehingga dapat menentukan tambahan pengalaman wisatawan. Pada akhirnya pemasaran jasa yoga yang diberikan dapat menjamin kualitas dan konsistensi jasa pada wisatawan yang berkunjung. Sehingga pengelola wisata spiritual harus dilibatkan dalam mendisain proses yoga yang diberikan/ditawarkan, perlu bertanggung jawab dan selalu melakukan pengawasan pada kualitas jasa yoga.

Daya Tarik wisata spiritual memiliki daya Tarik yang luar biasa, salah satunya dikaitkan dengan yoga. Dengan adanya potensi wisata yang besar seharusnya dipertimbangkan dan dibuat terobosan baru diambil dari sudut pariwisata masal. Dalam pengembangan wisata spiritual di Bali yang bisa dikembangkan salah satunya adalah yoga. Dewasa ini yoga telah berkembang samapai ke seluruh Negara. Dimana selain diyakini sebagai spiritual yoga juga untuk kesehatan.

I Made Suradnya (1999) dalam penelitiannya dengan judul faktor-faktor

yang melatarbelakangi persepsi wisatawan mancanegara mengunjungi daerah tujuan wisata Bali dan implikasinya terhadap segmen pasar dan strategi memposisikan. Hasilnya menunjukkan bahwa: a) (Sembilan faktor daya Tarik wisata yang mempresentasikan 35 (tiga puluh lima) variable manfaat yang dicari wisatawan mancanegara mengunjungi Bali, yaitu kenyamanan, citra, budaya, belanja, pantai, harga, rekreasi, keindahan alam, dan penduduk local; dan b) hasil analisis cluster (K Mean Cluster Analysis) mengungkapkan bahwa tiga segmen pasar yang potensial bagi daerah tujuan wisata Bali, yakni segmen pasar citra (50 persen), segmen pasar budaya (25 persen), dan segmen pasar pantai kurang lebih (25 persen).

Sejalan dengan penelitian diatas, (Sutarya: 2016) dalam penelitiannya yang berjudul daya Tarik yoga dalam pariwisata Wellnes menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi daya Tarik wisman untuk melakukan latihan yoga adalah daya Tarik alam, budaya, dan etnis. Pantai Mertasari, sanur merupakan asset yang tak ternilai untuk mendukung aktivitas yoga. Pembangunan pariwisata Bali dalam beberapa aspeknya harus tetap menjaga citra Bali yang harmonis, sebab hal itu yang mendorong wisman datang ke Bali. yoga adalah salah satu aktivitas yang memerlukan citra seperti itu, karena itu memelihara citra Bali sangat diperlukan dalam mengembangkan yoga sebagai aktivitas pariwisata di Bali. tetapi menjaga citra harus diikuti dengan mengembangkan sumber daya manusia.

Dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa yang dicari wisatawan datang ke Bali salah satunya keindahan alam. Dari keindahan alam yang dimiliki pulau Bali wisatawan tertarik untuk melakukan latihan yoga sehingga mendorong wisatawan datang ke Bali. diikuti dengan pengembangan sumber daya manusia dalam aktivitas yoga. Objek wisata spiritual yang terdapat di Bali perlu ditambah dengan aktivitas yoga sebagai pemasaran jasa dari wisata spiritual sehingga

akan menjadi nilai tambah dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata spiritual.

Terhadap Segmen Pasar Dan Strategi Memposisikan.

Sindhu, Pujiastuti. 2014 *Panduan Lengkap Yoga*. Bandung: Qanita.

III. SIMPULAN

Wisata spiritual merupakan salah satu daya Tarik wisata yang dikembangkan. Siapapun baik wisatawan mancanegara ataupun nusantara ingin mengunjungi wisata spiritual sebagai daya Tarik alternative dan minat khusus. Dalam pengembangan wisata spiritual perlu adanya terobosan untuk menarik kedatangan lebih wisatawan yang berkunjung. Salah satunya dengan pemasaran aktivitas yoga dalam pengembangan wisata spiritual. Pemasaran ini dilakukan agar penghasil produk dapat memuaskan keinginan maupun kebutuhan dari konsumen. Dengan adanya pemasaran aktivitas yoga diharapkan dapat menjadi nilai tambah bagi pengunjung sehingga mendapat apa yang pengunjung butuhkan dan inginkan dengan mengenalkan dan menawarkan aktifitas yoga sebagai salah satu daya Tarik wisata spiritual.

REFERENSI

- Drs. Manahati Zebua. 2018. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta : DEEPUBLISH (Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Kotler P, Kevin LK. 2006. *Marketing Management 12e. Person Internasional Edition, Upper Saddle River*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.
- Otto R. Payangan. 2013. *Pemasaran Jasa Pariwisata*: PT Penerbit IPB Press
- Peraturan Daerah nomor 2 tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya.
- Sutarya, I Gede SSST.Par, M.ag (2016) *Daya Tarik yoga dalam Pariwisata Wellnes*
- Suradnya, I Made. 1999. *Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Persepsi Wisatawan Mancanegara Mengunjungi Daerah Tujuan Wisata Bali Dan Implikasinya*