repository.ub.ac.id

ANALISIS PENGEMBANGAN SPA BATIMUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MINAT KHUSUS DI KOTA BANJARMASIN

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

RIZKA RAMAYANTI SOFRIDA
NIM. 145030801111010

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGAM STUDI PARIWISATA
MALANG
2018

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 03 Desember 2018

Jam : 08.00 – 09.00

Skripsi atas nama : Rizka Ramayanti Sofrida

Judul : Analisis Pengembangan Spa Batimung sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Kota Banjarmasin

dan dinyatakan **LULUS**

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D
NIP. 19741227 200312 1 002

Anggota

Edriana Pangestuti, S.E., M.Si., D.B.A
NIP. 19770321 200312 2 001

Anggota

Aniesa Samira Bafadhal, S.AB., M.AB
NIP. 19880706 201803 2 001

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 1 November 2018

METERAI TEMPEL
TGL. 20
1F6B1ADF615532582
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Nama : Rizka Ramayanti Sofrida
NIM : 145030801111010

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Daftar Riwayat Hidup

Nama	: Rizka Ramayanti Sofrida
Tempat, Tanggal Lahir	: Banjarmasin, 16 Januari 1997
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Universitas	: Brawijaya
Fakultas	: Ilmu Administrasi
Program Studi	: Pariwisata
Konsentrasi	: Destinasi
NIM	: 145030801111010
Email	: rizka.sofrida3@gmail.com
No. Telpon	: 085751074883
Riwayat Pendidikan Formal	: 1. (2002-2008) SD Negeri Pemurus Dalam 7 Banjarmasin 2. (2008-2011) SMP Negeri 3 Banjarmasin 3. (2011-2014) SMA Negeri 7 Banjarmasin 4. (2014-2018) S1 Universitas Brawijaya
Pengalaman Magang	: Kementerian Pariwisata

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada doa yang paling khusyu selain doa yang dipanjatkan kedua orang tua.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

RINGKASAN

Rizka Ramayanti Sofrida, 2018, **Analisis Pengembangan Spa Batimung sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Kota Banjarmasin.** Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D., 129 Halaman + xvi

Beberapa tahun yang lalu Pemerintah Kota Banjarmasin mulai mengembangkan sektor pariwisata sebagai pengganti sektor pertambangan yang mulai melemah. Namun selama ini pengembangan pariwisata hanya berkutat di satu jenis wisata saja yakni wisata susur sungai, hal tersebut menyebabkan jenis daya tarik wisata yang tersedia kurang bervariasi. Sehubungan dengan hal tersebut, Pemerintah Kota Banjarmasin perlu mengembangkan daya tarik wisata lain seperti Spa Batimung. Spa Batimung merupakan tradisi perawatan tubuh khas masyarakat Banjar dan saat ini telah dikenali oleh penggemar spa (*spa-goers*) Indonesia dan para pelaku usaha spa nasional, sehingga sangat disayangkan apabila Kota Banjarmasin sebagai daerah dimana Spa Batimung berasal tidak memanfaatkannya untuk menarik kunjungan wisatawan ke daerah. Oleh karena hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang terdiri dari dua rumusan masalah, yakni (1) bagaimana perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin, dan (2) apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin. Sumber data penelitian ini diperoleh dari informan, observasi, dan dokumentasi. Analisis data penelitian dilakukan dengan empat tahapan yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin terjadi pada peralatan yang digunakan untuk batimung dan pemanfaatan batimung oleh penduduk Kota Banjarmasin, disisi lain hingga saat ini pengembangan Spa Batimung baik oleh pelaku usaha spa maupun Pemerintah Kota Banjarmasin belum diarahkan untuk menarik kunjungan wisatawan ke daerah. Selain itu, (2) faktor penghambat pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin antara lain yakni perizinan usaha, kompetensi tenaga kerja, keengganan pengelola untuk melakukan pengembangan usaha, kesalahpahaman mengenai Batimung, dan pemerintah kota masih fokus pada pengembangan wisata lain, sedangkan faktor pendukung antara lain yakni kemudahan memperoleh bahan baku, lokasi rumah spa yang berdekatan dengan objek wisata, pengembangan Spa Batimung merupakan bagian dari program pemerintah pusat, serta tren kesehatan dan kebugaran.

Kata Kunci: Pengembangan Destinasi Pariwisata, Spa Batimung, Daya Tarik Wisata Minat Khusus.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

SUMMARY

Rizka Ramayanti Sofrida, 2018, ***Analysis of Batimung Spa Development as A Special Tourist Attraction in Banjarmasin*.** Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D., 129 pages + xvi

A few years ago Local Government of Banjarmasin has started developing tourism sector as the mining sector was getting weaker. So far, the development only work on river-based tourism, that causes the availability of tourist attraction in Banjarmasin is less varied. In relation to that, Local Government of Banjarmasin need to develop another type of tourist attraction, such as Batimung Spa. Batimung Spa is Banjar Tribe tradition in doing body treatment, and have been recognized by Indonesian Spa-Goers and leading spa companies, so it is such a waste if local government is not developing Batimung Spa in order to attract tourist visiting Banjarmasin. Therefore the writer is interested to conduct a study related to the development of Batimung Spa as A Special Tourist Attraction in Banjarmasin.

This study was conducted using a qualitative approach, and consisting two questions, that is (1) how is the development of Batimung Spa in Banjarmasin going and (2) what are the barriers and enablers for developing Batimung Spa as A Special Tourist Attraction in Banjarmasin. The data was obtained from informants, and by observation, and documentation. Data analysis was carried out with four stages, that is data collection, data reduction, data display, and draw conclusion or verification.

This study reveals that (1) Batimung Spa undergoes a development in equipment used and the utilization, in the other hand, the development of Batimung Spa has not been directed to attract tourist visiting Banjarmasin. Furthermore, (2) the barriers of developing Batimung Spa as A Special Tourist Attraction in Banjarmasin are business licensing, labor competency, reluctance of entrepreneur to expanding the business, misunderstanding about Batimung Spa, and the local government is still focusing on other development. Whilst the enablers are the ease of obtaining raw Batimung potion ingredients, the location of Batimung Spa service providers is not that far from some well-known tourist attraction, Batimung Spa is one of the spa being promoted by Ministry of Tourism of The Republic Indonesia, and the wellness trend.

Keywords: Tourism Destination Development, Batimung Spa, Special Tourist Attraction

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, serta shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabat beliau, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengembangan Spa Batimung sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Kota Banjarmasin**".

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. **Bapak Prof. Dr. Bambang Supriono, MS** selaku Dekan Fakultas Ilmu Aministrasi Universitas Brawijaya
2. **Bapak Dr. Mochammad Al Musadieq, MBA** selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. **Ibu Dr. Sunarti, S.Sos., M.Si** selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. **Bapak Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D** selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran, memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

5. **Segenap Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya, khususnya Dosen Pengajar Program Studi Pariwisata** yang telah membimbing, memberikan ilmu dan pengetahuan, serta pengalaman kepada peneliti. Selain itu, juga **seluruh karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya** yang telah membantu dalam segala kepentingan akademik.
6. **Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin**, yang telah bersedia diwawancara dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. **Pengelola, karyawan, dan pengunjung Rumah Cantik Umi dan Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi** yang menjadi informan, berkat kesediannya diwawancara sehingga dapat membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
8. **Bapak Sofyan Sury dan Ibu Farida Ariyani** sebagai orang tua peneliti yang selalu memberikan dukungan, nasehat, doa, ilmu, dan kasih sayangnya, serta kedua kakak yakni Muhammad Rheza Sofrieda dan Reva Sagita Sofrieda yang senantiasa memberikan doa dan dukungan demi memperlancar penyusunan skripsi ini.
9. **Teman-teman Program Studi Pariwisata angkatan 2014 terutama Cimori, Detyani, Aulia, dan Febryanti** yang selalu mendukung, membantu, dan memberikan kenangan selama masa perkuliahan.
10. **Almira Ditha dan Ayu Sekar Rini** yang selalu memberikan motivasi dan menghibur peneliti selama melakukan penyusunan skripsi.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

11. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang,
Peneliti

Rizka Ramayanti Sofrida
NIM. 145030801111010

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSEMBAHAN ..... **ii**
MOTTO ..... **iii**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iv**
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **v**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **vi**
RINGKASAN ..... **vii**
SUMMARY ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I **PENDAHULUAN**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Kontribusi Penelitian..... 8
E. Sistematika Pembahasan 9

BAB II **TINJAUAN PUSTAKA**
A. Penelitian Terdahulu 11
B. Tinjauan Teoritis 16
1. Pengembangan Destinasi Pariwisata 16
a. Definisi Pariwisata 16
b. Sistem Pariwisata 17
c. Definisi Destinasi Pariwisata 18
d. Definisi Pengembangan Destinasi Pariwisata 21
e. Unsur Pengembangan Destinasi Pariwisata ... 21
f. *Stakeholder* Pengembangan Destinasi Pariwisata 24
2. Pariwisata Minat Khusus 27
a. Definisi Pariwisata Minat Khusus 27
b. Unsur Pariwisata Minat Khusus 29
c. Wisatawan Minat Khusus 30
d. Jenis Pariwisata Minat Khusus 31
3. Spa 33
a. Definisi Spa 33

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

b. Jenis Spa 33
4. Spa Batimung..... 36
C. Kerangka Pemikiran 38

BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 40
B. Fokus Penelitian 40
C. Lokasi dan Situs Penelitian 41
D. Sumber Data 42
E. Teknik Pengumpulan Data 43
F. Instrumen Penelitan 44
G. Analisis Data 45
H. Keabsahan Data 46

BAB IV SETTING SOSIAL LOKASI PENELITIAN
A. Gambaran Umum Kota Banjarmasin 48
B. Kota Banjarmasin sebagai Destinasi Pariwisata 51

BAB V PERKEMBANGAN SPA BATIMUNG DI KOTA BANJARMASIN
A. Perkembangan Spa 58
B. Perkembangan Spa Khas Indonesia 63
C. Perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin .. 67
1. Perkembangan Konsep Spa Batimung 67
2. Perkembangan Industri Spa 78

BAB VI PENGEMBANGAN SPA BATIMUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MINAT KHUSUS DI KOTA BANJARMASIN
A. Faktor Penghambat 84
B. Faktor Pendukung 101

BAB VII PENUTUP
A. Kesimpulan 108
B. Saran 109

DAFTAR PUSTAKA 112

LAMPIRAN 120

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Daftar Objek Wisata di Kota Banjarmasin pada Tahun 2016 ……	3
2.	Triangulasi dengan Metode ……	47
3.	35 Titik Destinasi Wisata Sungai di Kota Banjarmasin ……	51
4.	Persebaran Hotel di Banjarmasin Berdasarkan Kecamatan ……	54
5.	Pertumbuhan Industri Spa Secara Global Tahun 2007-2015 …….	60
6.	Persentase Jenis Pengunjung Usaha Spa per Provinsi Berdasarkan Kewarganegaraan Pengunjung Tahun 2015……	61
7.	Preferensi Penduduk Kota Banjarmasin terhadap Tempat Berobat Jalan……	73
8.	Persebaran Rumah Spa di Kota Banjarmasin Menurut Kecamatan…	81
9.	Identifikasi Lokasi Strategis Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi di Kota Banjarmasin ……...	103

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	*Whole System Tourism* …….	18
2.	Kerangka Pemikiran ……	39
3.	Letak Kota Banjarmasin pada Peta Provinsi Kalimantan Selatan ……	48
4.	Sektor Pertambangan Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2013-2016	50
5.	Alat Steam dan Batimung Dahulu dengan Menggunakan Tikar Purun	68

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan selama 5 tahun terakhir. Jumlah wisatawan asing sejak Tahun 2012 hingga Tahun 2016 terus mengalami peningkatan, terutama pada Tahun 2016 yang mengalami peningkatan hampir 12% dari jumlah wisatawan asing pada Tahun 2015 (Badan Pusat Statistik, 2017).

Peningkatan tersebut merupakan sebuah cerminan dari keseriusan pemerintah Indonesia untuk mengelola sektor pariwisata. Keseriusan ditunjukkan melalui instruksi Presiden Republik Indonesia Joko Widodo yang disampaikan dalam sebuah rapat terbatas kabinet pada awal Tahun 2016 agar seluruh Menteri mendukung program Kementerian Pariwisata untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan (beritasatu.com, 2015). Instruksi tersebut bukan tidak beralasan, Yoeti (2008:20) menyebutkan ada banyak dampak positif dari pengembangan pariwisata bagi perekonomian suatu negara. Dampak positif tersebut beberapa diantaranya adalah dapat meningkatkan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, mempercepat pemerataan pendapatan masyarakat, meningkatkan penerimaan pajak pemerintah dan retribusi daerah, meningkatkan pendapatan nasional serta mendorong peningkatan investasi. Beberapa manfaat tersebut tentu menjadikan sektor pariwisata layak dikembangkan bahkan menjadi sektor unggulan (*leading sector*).

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Saat ini, sektor pariwisata tidak hanya menjadi sektor unggulan pada lingkup nasional, akan tetapi juga mulai dikembangkan oleh masing-masing pemerintah daerah baik pada lingkup provinsi maupun kabupaten/kota. Banjarmasin yang merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Selatan diketahui saat ini sedang mengembangkan sektor tersebut. Beberapa upaya pengembangan sektor pariwisata diantaranya ditunjukkan pada pembangunan Menara Pandang dan Patung Bekantan di Siring Sungai Martapura (travel.kompas.com, 2015), penetapan 35 (tiga puluh lima) titik destinasi wisata yang telah disahkan dengan Peraturan Walikota Banjarmasin Nomor 25 Tahun 2016 (banjarmasin.tribunnews.com, 2016), pembukaan jalur wisata susur Sungai Kelayan (banjarmasin.tribunnews.com, 2017), pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di tiga titik destinasi wisata (kalsel.antaranews.com, 2017), dan pembangunan Kampung Hijau di pemukiman tepian Sungai Bilu (Banjarmasin Post, 20 Juni 2018, hlm 13).

Pengembangan pariwisata oleh pemerintah kota Banjarmasin selama hampir 4 (empat) tahun terakhir dapat dikatakan masih terfokus pada wisata berbasis sungai. Kemunculan Patung Bekantan dan Menara Pandang di Siring Sungai Martapura, Pasar Terapung Tendean, dan Jalur Wisata Susur Sungai Kelayan serta Kampung Hijau di tepian Sungai Bilu memang menunjukkan kemajuan pariwisata di Kota Banjarmasin. Namun, hal tersebut menjadikan kegiatan wisata yang dapat dilakukan wisatawan hanya berkutat di satu jenis wisata saja atau kurang variatif yakni wisata berbasis sungai. Di samping itu, hasil survei Badan Pusat Statistik (2017) juga menunjukkan kekurangan variasi jenis

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

wisata yang tersedia di Kota Banjarmasin. Pada Tabel 1.1 berikut disajikan daftar objek wisata di Kota Banjarmasin pada Tahun 2016.

Tabel 1.1. Daftar Objek Wisata di Kota Banjarmasin pada Tahun 2016

Kecamatan	Obyek Wisata
Banjarmasin Selatan	Dok Kapal Rumah Makan wan Resto Rumah Makan Sederhana
Banjarmasin Timur	Makam Al-Amah Muhammad Amin Rumah Makan Tambak Yuda Rumah Makan Pondok Bambu Pura Agung Jagat Natha Screen House Soto Abang Amat Rumah Makan Asian Soto Bawah Jembatan
Banjarmasin Barat	Makam Habib Basirih Rumah Makan Cucu Nini Makam Habib Al-Habsy Pelabuhan Trisakti Soto Rina Kuin
Banjarmasin Tengah	Duta Mall Mesjid Raya Sabilal Muhtadin Rumah Makan Idah Rumah Makan Cendrawasih Klenteng Soetji Nurani Sentra Antasari Siring Sungai Martapura Kampung Sasirangan Seberang Mesjid Lontong Orari Rumah Makan Kaganangan Warung Mila Hadi Rumah Makan Rudi Hermanto Pondok Bahari Pasar Terapung Siring Sungai Martapura Kampung Ketupat Gedung Menara Pandang Siring Sudirman Siring Pierre Tandean Balaikota Banjarmasin Wisata Kuliner Jl Pos Taher Square Maskot Bekantan Banjarmasin Rumah Makan Sambal Acan Raja Banjar Gereja Katedral Tempat Ibadat Tri Dharma Karta Raharja Po An Kiong
	Pasar Terapung Pembuatan Kapal Pembuatan Tajau

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

lanjutan Tabel 1.1…

Banjarmasin Utara	Pembuatan Tanggui Makam Sultan Suriansyah Mesjid Sultan Suriansyah Mahligai Al-Quran Taman Agro Wisata Soto Yana Yani Museum Wasaka Makam Tumenggung Ronggo Abdurrahman Surya Kesuma Rumah Makan Sari Patin Rumah Makan Pondok Patin Makam Surgi Mufti (K.H. Jamaluddin) Makam Pahlawan Nasional Pangeran Antasari Kebun Binatang Sungai Jingah

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017

Berdasarkan daftar objek wisata pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jenis wisata yang tersedia antara lain wisata berbasis sungai, wisata kuliner, wisata religi, dan wisata buatan. Data tersebut menunjukkan daya tarik wisata yang tersedia di Kota Banjarmasin bisa dibilang kurang variatif apabila dibandingkan dengan kota-kota lainnya yang telah lebih dulu mengembangkan sektor pariwisata. Untuk mengatasi permasalahan tersebut pemerintah kota dapat mengembangkan lagi jenis wisata lain. Pemerintah kota dapat mengembangkan spa khas Banjar yaitu Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus spa sekaligus menanggapi perkembangan industri spa saat ini.

Istilah pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan proses, cara atau perbuatan mengembangkan. Dalam kepariwisataan, pengembangan diartikan sebagai suatu strategi yang disusun baik untuk memperbaiki maupun memajukan kondisi kepariwisataan (Paturusi, 2001 dalam Hidayat, 2016). Pengembangan daya tarik wisata atau yang disebut pada Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 sebagai perintisan pengembangan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

daya tarik wisata dapat dilakukan baik dalam rangka mendorong pertumbuhan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), pengembangan daerah, ataupun mengembangkan peluang pasar yang ada. Pada penelitian yang dilakukan oleh Žužić (2016) terkait pariwisata minat khusus mengemukakan bahwa pengembangan jenis pariwisata tersebut secara signifikan dapat membantu menggantikan penawaran *mass tourism* yang ada. Selain itu pariwisata minat khusus juga memiliki fokus yang lebih jelas dalam memenuhi kebutuhan individu wisatawan dan dapat menjadi faktor pendukung pengembangan pasar pariwisata di suatu daerah. Sehubungan dengan pernyataan terkait pengembangan tersebut, pemerintah Kota Banjarmasin dapat mengembangkan potensi daya tarik wisata minat khusus yang ada di Kota Banjarmasin, seperti salah satunya Batimung yang dapat dikategorikan sebagai daya tarik wisata minat khusus spa.

Batimung yang berasal dari kata 'timung' merupakan salah satu tradisi perawatan tubuh khas Indonesia yang berasal dari masyarakat Banjar. Batimung adalah perawatan tubuh yang dilakukan melalui mandi uap dengan membungkus seluruh tubuh dengan alat pembungkus membentuk kerucut dan menyebarkan di dalamnya uap ramuan yang berasal dari bahan alami yang telah direbus (Seman, 1997). Batimung biasa dilakukan oleh masyarakat Banjar sebagai metode pengobatan tradisional serta ritual mandi sebelum melaksanakan pernikahan adat, sehingga dari batimung dapat dilihat nilai budaya lokal yang sangat kental mulai dari awal hingga akhir proses perawatan.

Disamping itu, Batimung telah dikenal secara nasional melalui salah satu program Kementerian Pariwisata (Kemenpar) yang bernama Etno Wellness

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Indonesia. Etno Wellness Indonesia merupakan tradisi pengobatan dan perawatan kecantikan dengan ramuan tradisional dari rempah-rempah (beritasatu.com, 2015). Pada Tahun 2015, Etno Wellness Indonesia yang terdiri dari Batimung dan 8 (delapan) spa lainnya diperkenalkan oleh Kemenpar sebagai daya tarik unggulan wisata kesehatan internasional. Selain itu, melalui program tersebut Batimung juga dipromosikan pada pameran pariwisata internasional di London, Inggris, *World Travel Market* (WTM) yang dilaksanakan pada November 2014 (antaranews.com, 2014), dan pada sebuah event berskala internasional yang digelar di Yogyakarta pada Tahun 2017 yakni *Ethno Spa Indonesia 2017* (cnnindonesia.com, 2017).

Di sisi lain, sejumlah manfaat yang diperoleh dengan batimung seperti melancarkan peredaran darah, memperbaiki metabolisme tubuh, mengangkat sel kulit mati hingga merangsang pertumbuhan kulit baru, menyebabkan Batimung baik dilakukan oleh siapa saja, tidak terbatas hanya untuk seorang pengidap penyakit tertentu atau calon pengantin (majalahkartini.co.id, 2017). Oleh karena hal tersebut, saat ini banyak usaha spa yang mengadopsi Batimung untuk ditawarkan kepada pelanggannya seperti Martha Tilaar Day Spa (lifestyle.kompas.com, 2011), Gaya Spa & Wellness (lifestyle.kompas.com, 2018), Eastern Garden Martha Tilaar Spa, dan The Dharmawangsa Hotel Jakarta.

Pada Martha Tilaar Day Spa dan Gaya Spa & Wellness, Batimung digolongkan sebagai perawatan khas (*signature treatment)* atau perawatan tradisional yang disediakan bersama beberapa spa khas daerah lainnya. Sementara pada Eastern Garden Martha Tilaar Spa, Batimung disediakan dalam paket yang

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

lebih khusus yakni dengan adanya *morning* dan *afternoon session*. Eastern Garden Martha Tilaar Spa merupakan usaha spa berjenis *destination spa*, sehingga di dalam paket Batimung tersebut telah terorganisir segala kegiatan atau perawatan pelengkap lainnya di sepanjang sesi untuk dapat mengoptimalkan perawatan tersebut. Selain itu, Batimung saat ini juga dapat ditemukan pada salah satu hotel bintang lima di Jakarta Selatan yakni The Dharmawangsa. Pada hotel tersebut juga terdapat menu spa khas daerah lainnya.

Sayangnya hingga saat ini peneliti belum menemukan upaya dari pemerintah Kota Banjarmasin untuk menarik kunjungan wisatawan melalui pengembangan Batimung. Pernyataan tersebut didukung oleh Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Banjarmasin yang menyatakan bahwa pengembangan spa di Kota Banjarmasin hanya sebatas untuk memenuhi kebutuhan penduduk Kota Banjarmasin (Hasil wawancara pra-penelitian pada tanggal 16 Januari 2018). Hal tersebut menunjukkan bahwa Batimung sebagai bagian dari Spa belum dikembangkan untuk kebutuhan kepariwisataan daerah.

Padahal secara nasional Batimung telah dikenal oleh penggemar spa (*spa-goers*) Indonesia melalui program Etno Wellness Indonesia, selain itu keberadaan Batimung pada *day spa, hotel spa* dan *destination spa* yang disebutkan di atas juga mengindikasikan bahwa Batimung memiliki daya tarik bagi wisatawan, sehingga berpotensi untuk mendatangkan wisatawan ke daerah. Hal tersebut sangat disayangkan apabila Kota Banjarmasin sebagai daerah dimana Batimung berasal tidak mengembangkan Batimung lebih jauh. Oleh karena itu, peneliti

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

tertarik untuk menganalisis perkembangan Batimung di Kota Banjarmasin saat ini serta faktor penghambat dan faktor pendukung yang mempengaruhi untuk dapat berkembang sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan antara lain sebagai berikut.

1. Bagaimana perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin?
2. Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

D. Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada berbagai aspek, antara lain seabgai berikut.

1. Aspek Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah Kota Banjarmasin sebagai bahan masukan yang membangun dan kedepannya dapat

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam mengembangkan pariwisata daerah.

2. Aspek Akademis

   Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan disiplin kepariwisataan. Selain itu juga menjadi salah satu sumber informasi bagi semua pihak yang hendak melaksanakan penelitian serupa.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penulisan skripsi ini dikelompokkan menjadi bab-bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi uraian latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi uraian tinjauan kembali pustaka-pustaka terkait yang meliputi penelitian terdahulu dan tinjauan teoritis serta sebuah kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian berisi uraian metode yang digunakan pada penelitian yang meliputi jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, serta metode analisis data yang digunakan.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab setting sosial lokasi penelitian menguraikan profil Kota Banjarmasin yang meliputi karakteristik wilayah, kondisi perekonomian, dan Kota Banjarmasin sebagai destinasi pariwisata.

BAB V PERKEMBANGAN SPA BATIMUNG DI KOTA BANJARMASIN

Bab ini berisi penguraian hasil penelitian mengenai perkembangan spa yang meliputi perkembangan spa secara global dan perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin.

BAB VI PENGEMBANGAN SPA BATIMUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MINAT KHUSUS DI KOTA BANJARMASIN

Bab ini berisi penguraian hasil penelitian mengenai faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

BAB VII PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan gagasan inti yang ditemukan dari hasil penilitian, sedangkan saran merupakan masukan-masukan yang diberikan peneliti terkait permasalahan yang ditemukan dari hasil penelitian.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai referensi sekaligus sumber informasi untuk memperkaya bahan kajian, selain itu hasil dari penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk mengarahkan penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan objek pada penelitian ini.

1. Hepi (2015)

   Penelitian oleh Hepi yang berjudul "Analisis Pengembangan Wisata Pandai Indah Popoh sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Tulungagung" disusun dengan maksud agar analisis pengembangan tersebut dapat menjadikan Popoh sebagai daerah tujuan wisata di Kabupaten Tulungagung yang berdaya saing dengan kabupaten lain. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan dua fokus penelitian yaitu menganalisis dan menguraikan pengembangan dan tata kelola Wisata Pantai Indah Popoh serta faktor penghambat dan pendorong pengembangan tersebut.

   Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan dan tata kelola Wisata Pantai Indah Popoh dilakukan melalui peningkatan mutu pelayanan pariwisata dan kelestarian lingkungan, peningkatan pengetahuan masyarakat akan pariwisata serta pelibatan dalam pengelolaan, promosi dan publikasi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Tulungagung, kerjasama antara pemerintah

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

dengan swasta seperti PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan BPW (Biro Perjalanan Wisata) di Kabupaten Tulungagung, serta penyediaan sarana dan prasarana pariwisata. Faktor penghambat pengembangan tersebut antara lain sinergisitas antara pemangku kepentingan belum terselenggara dengan baik, masyarakat masih kekurangan pemahaman akan kepariwisataan sehingga belum bisa mandiri dan masih bergantung kepada pemerintah. Di sisi lain, pengembangan tersebut didukung oleh upaya pemerintah untuk perbaikan sarana dan prasarana serta promosi pariwisata, sedangkan dari pihak swasta telah membantu memenuhi kebutuhan wisatawan seperti akomodasi, rumah makan, pusat oleh-oleh, dan fasilitas umum lainnya.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada tujuan dan fokus penelitian. Kesamaan tujuan penelitian tersebut yakni menganalisis pengembangan suatu potensi untuk dijadikan sebuah daya tarik wisata di suatu kawasan. Dalam penelitian ini, analisis pengembangan dilakukan pada wisata spa tradisional batimung yang kemudian diharapkan dapat menjadi daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin. Sementara perbedaaan terletak pada lokasi dan jenis objek wisata yang dikembangkan yaitu pada penelitian tersebut adalah wisata alam di Kabupaten Tulungagung, sedangkan pada penelitian ini adalah wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

2. Jin (2017)

Penelitian oleh Jin (2017) yang berjudul "*Barriers to offering Special Interest Tour Products to The Chinese Outbound Group Market".* Penelitian

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana produk wisata minat khusus diminati, serta faktor pendorong dan penghambat pengembangan produk tersebut. Penelitian ini tergolong jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dengan 20 (dua puluh) operator perjalanan outbound di China berkaitan perjalanan wisata minat khusus yang dilakukan rombongan wisatawan asal China ke Australia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan pengalaman pribadi informan dalam aktivitas wisata minat khusus, informan tergolong pada jenis wisatawan minat khusus *novice* (pemula) dan *dabbler* (amatir). Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan dalam menggabungkan kegiatan wisata minat khusus dalam *itinerary* perjalanan terdiri dari; (a) risiko dan kendala operasional seperti karakteristik pasar yang tidak loyal pada suatu perusahaan dan cukup sensitif terhadap harga, sehingga apabila aktivitas wisata minat khusus disertakan pada *itinerary* perjalanan dan harga semakin naik, dapat menyebabkan wisatawan memilih operator lain, dan perusahaan dapat kehilangan daya saing di pasar; (b) risiko fisik dan keuangan seperti kurangnya keterampilan wisatawan dalam kegiatan seperti *snorkeling* menyebabkan tingkat risiko yang ditanggung perusahaan menjadi sangat tinggi, walaupun perjalanan telah dijamin oleh perusahaan asuransi, akan tetapi perusahaan khawatir apabila biaya tersebut tidak dapat menutupi kerugian dari kecelakaan tersebut; (c) rendahnya permintaan pasar terhadap kegiatan wisata minat khusus ditunjukkan oleh banyaknya wisatawan yang tidak mengetahui keberadaan beragam jenis kegiatan wisata minat khusus di

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Australia, serta operator perjalanan yang juga tidak begitu paham mengenai produk wisata minat khusus sehingga terkadang terjadi kesalahpahaman dan kekhawatiran untuk mengembangkan produk tersebut; (d) rendahnya tingkat kognitif dan afektif terhadap kegiatan wisata minat khusus yang meliputi ketidaksadaran wisatawan akan nilai yang didapat melalui kegiatan tersebut sehingga kegiatan kurang diapresiasi, ketidaktahuan atau kurang familiarnya wisatawan akan kegiatan dengan setting seperti itu.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mencoba menganalisis pengembangan wisata minat khusus, akan tetapi pada penelitian tersebut analisis lebih mengarah pada pengembangan wisata minat khusus sebagai suatu produk perjalanan wisata yang disediakan *tour operator*. Sementara penelitian ini mencoba menganalisis pengembangan potensi wisata minat khusus agar dapat berkembang menjadi suatu daya tarik wisata di suatu destinasi pariwisata.

3. Pyke (2016)

Penelitian oleh Pyke (2016) yang berjudul "*Exploring Well-being as A Tourism Product Resource*" dilakukan untuk mengetahui bagaimana pandangan investor mengenai konsep kegiatan kesehatan dan kebugaran (*well-being*) dalam kaitannya dengan kepariwisataan dan potensinya untuk dimanfaatkan sebagai sumber daya produk pariwisata. Penelitian ini tergolong jenis penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD) atau biasa disebut juga *group interview*. Pihak-pihak yang terlibat dalam FGD tersebut antara lain adalah *stakeholder* pariwisata

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

yang meliputi para pelaku usaha pariwisata (penyedia akomodasi, hiburan, restoran, dan perjalanan wisata) dan pembuat kebijakan. Pemikiran dan opini para *stakeholder* tersebut kemudian dikategorisasikan ke dalam faktor penghambat dan faktor pendukung dalam mengimplementasikan kegiatan kesehatan dan kebugaran menjadi sebuah produk pariwisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah faktor penghambat lebih banyak daripada jumlah faktor pendukung. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha pariwisata menemukan kesulitan untuk memasukkan strategi kegiatan kesehatan dan kebugaran ke dalam pengoperasian usaha yang sedang mereka jalankan. Meski demikian, investor pariwisata merasa konsep kesehatan dan kebugaran penting dan bernilai dalam kaitannya dengan strategi pariwisata. Kedua pihak baik pelaku usaha pariwisata maupun pembuat kebijakan melihat kegiatan kesehatan dan kebugaran sebagai peluang pertumbuhan bisnis yang signifikan dan nilai tambah bagi konsumen dan masyarakat.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mencoba menganalisis faktor penghambat dan faktor pendukung pengembangan wisata minat khusus, akan tetapi cakupan pada penelitian tersebut jauh lebih luas yakni pengembangan kegiatan kesehatan dan kebugaran (*well-being*) secara umum. Sementara penelitian ini mencoba menganalisis pengembangan Spa Batimung yang merupakan salah satu bagian dari kegiatan kesehatan dan kebugaran.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

B. Tinjauan Teoritis

1. Pengembangan Destinasi Pariwisata

a. Definisi Pariwisata

World Tourism Organization (WTO) dalam Pitana dan Diarta (2009:46) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain untuk sementara tinggal di luar tempat tinggalnya dengan tujuan bukan untuk mencari nafkah. Selain itu, secara keseluruhan pariwisata memiliki tiga elemen dasar yakni *domestic tourism* (penduduk yang mengadakan perjalanan wisata dalam wilayah negaranya), *inbound tourism* (bukan penduduk yang mengadakan perjalanan wisata ke dalam negeri), *outbound tourism* (penduduk yang melakukan perjalanan wisata ke negara lain). Seorang individu atau sebuah kelompok yang melakukan perjalanan tersebut disebut wisatawan.

Ada berbagai macam tipologi wisatawan, dua diantaranya diklasifikasikan berdasarkan tingkat familiarisasi dengan daerah yang akan dikunjungi serta tingkat pengorganisasian perjalanan dan perilaku wisatawan pada destinasi pariwisata. Berdasarkan perilaku wisatawan di destinasi pariwisata, Gray (1970) dalam Pitana dan Diarta (2009:49) membagi wisatawan menjadi dua jenis yakni *sunlust* dan *wanderlust*. Wisatawan jenis *sunlust* adalah wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi dengan tujuan untuk beristirahat atau relaksasi, *sunlust tourist* cenderung mencari destinasi dengan kondisi iklim, makanan dan fasilitas yang sesuasi dengan standar di negaranya. Sebaliknya wisatawan jenis

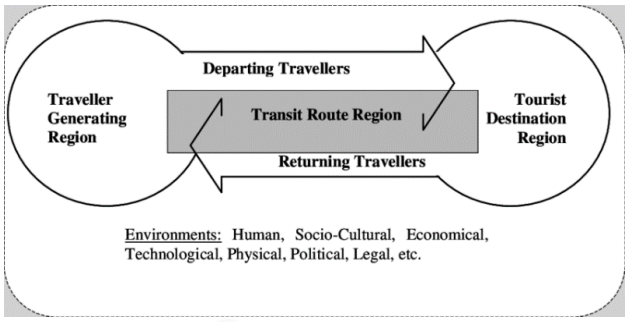
repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

wanderlust cenderung mengunjungi destinasi yang dapat menawarkan pengalaman baru baginya, sehingga *wanderlust tourist* lebih tertarik pada destinasi wisata yang menyediakan keunikan budaya, pemandangan alam dan nilai pembelajaran yang tinggi.

b. Sistem Pariwisata

Adanya sistem pariwisata berguna untuk memahami komponen-komponen yang terkandung dalam sebuah kegiatan pariwisata. Ada banyak ahli yang telah mengemukakan model sistem pariwisata, salah satunya Neil Leiper yang mencoba menjelaskan sistem pariwisata secara menyeluruh (*whole tourism system*). Leiper (1990) dalam Pitana dan Diarta (2009:58) mengemukakan tiga elemen dalam sistem pariwisata yang saling berkaitan yakni elemen wisatawan, elemen geografis, dan elemen industri pariwisata. Elemen wisatawan merupakan aktor dalam sistem pariwisata, elemen geografis meliputi *traveler-generating region* (daerah asal wisatawan), *tourist destination region* (daerah tujuan wisata), dan *transit route region* (daerah yang menjadi tujuan wisata antara), sedangkan elemen industri pariwisata merupakan bisnis dan organisasi yang terlibat menghasilkan produk pariwisata. Gambar 2.1 berikut menyajikan gambaran lima komponen pada sistem pariwisata yang dikemukakan oleh Leiper (1990).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA



Gambar 2.1. *Whole Tourism System* oleh Leiper (1990)
Sumber: Pitana dan Diarta (2009:58)

Secara keseluruhan, lima komponen dasar dalam sistem pariwisata tersebut merupakan komponen penting untuk dikaji dalam sebuah penelitian pariwisata, akan tetapi pada penelitian ini pengkajian akan lebih dititikberatkan pada *tourist destination region* yang merupakan daerah tujuan wisata atau juga sering disebut destinasi pariwisata. Hal tersebut dilakukan untuk membantu peneliti lebih fokus mendalami objek pada penelitian ini yang terkait dengan pengembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin.

c. Definisi Destinasi Pariwisata

Istilah destinasi di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai tempat tujuan. Sementara menurut Pitana dan Diarta (2009:126) destinasi merupakan tempat yang dikunjungi oleh seseorang. Tempat tersebut dikunjungi dengan waktu yang lebih siginifikan dibandingkan tempat lain yang dilalui selama perjalanan. Istilah destinasi sering digunakan dalam kepariwisataan sebagai destinasi pariwisata.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 yang mengatur tentang Kepariwisataan, destinasi pariwisata

merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif. Kawasan tersebut dapat berupa negara, provinsi, kabupaten/kota, bahkan lingkup yang lebih kecil. Beberapa komponen yang harus dimiliki dalam sebuah destinasi pariwisata antara lain; daya tarik wisata, sarana dan prasarana pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pada saat ini di Indonesia, destinasi pariwisata berskala nasional atau disebut Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) telah ditetapkan pada Rencana Induk Pengembangan Kepariwisataan Nasional (RIPPARNAS) 2010-2025. Sekitar 50 DPN telah ditetapkan dan tersebar di seluruh provinsi. Akan tetapi, pemerintah daerah baik provinsi maupun kabupaten/kota pada prinsipnya boleh menambah dan menetapkan destinasi pariwisata di wilayahnya masing-masing (Sunaryo, 2013:113).

Agar suatu destinasi wisata dapat unggul dan bersaing dengan destinasi lainnya, destinasi harus memiliki sesuatu yang khas untuk ditawarkan ke wisatawan. Seperti yang dikemukakan oleh Damanik dan Weber (2006) dalam Hidayat (2016:27) bahwa keunikan, keotentisitasan, keoriginalitasan, dan keragaman merupakan unsur yang mencerminkan kualitas destinasi wisata, sehingga dengan penekanan pada unsur-unsur tersebut, suatu destinasi wisata dapat dibedakan dengan destinasi wisata lainnya.

Berdasarkan pernyataan Damanik dan Weber tersebut menunjukkan betapa pentingnya peran daya tarik wisata dalam sebuah

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

destinasi. Sunaryo (2013:25-27) mengemukakan tiga jenis daya tarik wisata yakni;

1) Daya tarik wisata alam, yaitu daya tarik wisata berbasis pada keindahan dan keanekaragaman bentuk yang telah tersedia di alam seperti pantai, gunung, sungai, air terjun dan hutan.
2) Daya tarik wisata budaya, yaitu daya tarik wisata berbasis pada hasil karya manusia baik berupa peninggalan seperti candi, monumen, dan benteng juga nilai budaya yang masih hidup seperti upacara adat dan pertunjukan seni.
3) Daya tarik wisata minat khusus, yaitu daya tarik wisata berbasis pada kegiatan-kegiatan tertentu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tertentu. Beberapa contoh kegiatan pada wisata minat khusus antara lain *birds watching*, berbelanja *(shopping)*, berburu kuliner khas daerah, dan kegiatan kesehatan dan penyegaran seperti spa.

Kebijakan pembangunan daya tarik wisata di Indonesia telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011. Kebijakan tersebut meliputi pembangunan daya tarik wisata, pemantapan daya tarik wisata serta perintisan pengembangan daya tarik wisata. Dalam RIPPARNAS tersebut, perintisan pengembangan dilakukan dalam rangka mendorong pertumbuhan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dan pengembangan daerah serta mengembangkan peluang pasar yang ada. Strategi perintisan pengembangan daya tarik wisata meliputi: pengembangan daya tarik wisata baru di destinasi pariwisata yang belum berkembang

kepariwisataannya dan mengupayakan potensi kepariwisataan dan lingkungan untuk mendukung upaya perintisan daya tarik wisata tersebut.

d. Definisi Pengembangan Destinasi Pariwisata

Istilah pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan proses, cara atau perbuatan mengembangkan. Dalam kepariwisataan, pengembangan diartikan sebagai suatu strategi yang disusun baik untuk memperbaiki maupun memajukan kondisi kepariwisataan. Pengembangan perlu dilakukan agar destinasi wisata menjadi layak dikunjungi oleh wisatawan sekaligus mampu memberi manfaat kepada masyarakat sekitar (Paturusi, 2001 dalam Hidayat, 2016).

e. Unsur Pengembangan Destinasi Pariwisata

Sunaryo (2013:22-32) mengemukakan enam komponen yang perlu diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata sebagai sub sistem produk kepariwisataan (sisi penawaran) yakni sebagai berikut.

1. Atraksi dan Daya Tarik Wisata

   Atraksi dan daya tarik wisata merupakan komponen yang sangat penting dalam destinasi pariwisata. Hal tersebut dikarenakan dari sisi produk wisata, atraksi dan daya tarik wisata merupakan komponen yang sangat berpengaruh untuk menarik kunjungan wisatawan ke destinasi. Oleh karena itu, pengembangan atraksi dan daya tarik wisata sangat diperlukan untuk mendukung pengembangan suatu destinasi pariwisata.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2. Amenitas atau Akomodasi

   Akomodasi merupakan fasilitas yang dapat digunakan untuk beristirahat dan bersantai serta menginap oleh wisatawan selama berkunjung ke destinasi. Akomodasi biasanya dilengkapi oleh beberapa fasilitas lainnya seperti restoran, kolam renang, bar, tempat hiburan, dan fasilitas lainnya. Akomodasi dibagi menjadi beberapa jenis dan tingkatan yakni *home stay*, hotel non bintang, hotel berbintang mulai bintang 1 (satu) hingga bintang 5 (lima), dan jenis akomodasi lain seperti *resort* dan *caravan*.

3. Aksesibilitas dan Transportasi

   Aksesibilitas dan transportasi merupakan segala fasilitas yang memungkinkan wisatawan untuk pergerakan dari suatu tempat ke tempat lainnya. Aksesibilitas dan transportasi meliputi moda angkutan baik angkutan darat, laut, maupun udara.

4. Infrastruktur Pendukung

   Infrastruktur pendukung merupakan segala fasilitas umum berupa prasarana seperti komponen pendukung perhubungan seperti bandara dan pelabuhan, serta jaringan telekomunikasi, jaringan listrik, air, dan prasarana lainnya.

5. Fasilitas Pendukung Wisata Lainnya

   Fasilitas pendukung wisata lainnya merupakan fasilitas yang diadakan untuk memberikan kenyamanan pada wisatawan selama berkunjung ke

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

destinasi. Komponen ini meliputi pusat informasi wisata, toko cinderamata, biro perjalanan, perbankan, dan fasilitas lainnya.

6. Kelembagaan dan Sumberdaya Manusia Pariwisata

   Kelembagaan dan Sumberdaya Manusia Pariwisata merupakan keseluruhan unsur organisasi atau institusi pengelola kepariwisataan serta sumber daya manusia pendukungnya. Komponen ini meliputi pemerintah, swasta/industri, dan masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan kepariwisataan di destinasi pariwisata. Beberapa contoh Lembaga kepariwisataan antara lain Dinas Pariwisata beserta Unit Pelaksana Teknis, Asosiasi Industri Perjalanan Wisata (ASITA), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan lembaga lainnya.

Daya tarik wisata memang merupakan komponen penting untuk menarik minat berkunjung wisatawan ke suatu daerah. Akan tetapi, ketersediaan daya tarik wisata saja tidak cukup, ada beberapa komponen lain yang harus diadakan agar wisatawan dapat berkunjung lebih lama dan mengeluarkan uang lebih banyak di suatu destinasi pariwisata. Yoeti (1982:164-167) mengemukakan beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh suatu destinasi apabila ingin mewujudkan dua tujuan tersebut, yakni;

1. Suatu destinasi harus memiliki unsur "*something to see*". Unsur tersebut merupakan daya tarik khusus yang dapat dilihat dan dinikmati oleh wisatawan saat berkunjung ke destinasi. Dengan kata lain

destinasi harus memiliki daya tarik wisata yang berbeda dengan daerah lain.

2. Selain itu, destinasi juga harus memiliki unsur "*something to do".* Setiap destinasi pariwisata sebaiknya menyediakan suatu fasilitas atau wahana untuk wisatawan beraktivitas.
3. Terakhir, destinasi harus memiliki unsur "*something to buy".* Di destinasi pariwisata harus tersedia fasilitas untuk wisatawan berbelanja, terutama souvenir dan oleh-oleh.

f. *Stakeholder* Pengembangan Destinasi Pariwisata

Dalam pengembangan pariwisata, diperlukan keterlibatan para pemangku kepentingan atau biasa disebut *stakeholder* pariwisata. Hal tersebut perlu dilakukan agar pengembangan membuahkan hasil yang optimal. Nugroho (2011:79) mengemukakan bahwa *stakeholder* meliputi siapa pun yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh sebuah sektor. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa *stakeholder* pada sektor pariwisata merupakan pihak-pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh sektor tersebut.

Nugroho juga menyebutkan pihak-pihak yang termasuk *stakeholder* antara lain pemerintah, peneliti, sektor swasta, wisatawan, penduduk lokal, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan media massa. Di sisi lain, istilah *stakeholder* atau pemangku kepentingan di dalam Undang Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan meliputi pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Pemerintah memegang peranan yang sangat penting baik dalam perencanaan, pengembangan maupun pengelolaan pariwisata selaku badan tertinggi di Indonesia. Berdasarkan KBBI, pemerintah yang merupakan badan tertinggi dalam sebuah negara memiliki kewenangan untuk mengatur kehidupan sosial, ekonomi, politik dan bidang-bidang lainnya.

Terdapat dua istilah pemerintah yakni pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pemerintah pusat memegang peranan sebagai regulator utama dengan menetapkan norma, standar, pedoman, prosedur, kriteria, dan pengawasan dalam penyelenggaraan kepariwisataan. Selain itu, pemerintah pusat juga berfungsi sebagai koordinator pembangunan kepariwisataan lintas sektor dan lintas provinsi. Sementara pemerintah daerah memegang peranan sebagai pengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan di daerah kewenangannya masing-masing. Kewenangan pemerintah daerah beberapa diantaranya adalah;

a) menyusun Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten/Kota (RIPPARKAB/KOTA),
b) menetapkan daya tarik wisata dan destinasi pariwisata kabupaten/kota,
c) mendata daftar usaha pariwisata,
d) melakukan promosi destinasi dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya,
e) memudahkan pengembangan daya tarik wisata baru

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

f) mengadakan pelatihan dan penelitian tentang kepariwisataan serta memberikan bimbingan masyarakat sadar wisata,

g) memelihara dan melestarikan daya tarik wisata

Kemudian pemerintah daerah tersebut menyusun peraturan yang memuat tugas pokok, fungsi dan tata kerja yang lebih spesifik di wilayah kewenangannya.

Sementara dunia usaha pariwisata berisi pelaku usaha yang menyediakan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Usaha pariwisata meliputi 13 (tiga belas) jenis usaha antara lain adalah daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*), jasa informasi pariwisata, jasa konsultasi pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

Dalam penelitian terkait pengembangan spa ini, peran usaha pariwisata jenis spa dalam membantu pengembangan Spa Batimung cukup besar. Pada umumnya pengalaman Batimung bisa didapatkan di usaha pariwisata berjenis spa tersebut, sehingga pada penelitian ini para pelaku usaha spa bisa jadi merupakan narasumber yang tepat untuk memperoleh data mengenai pengembangan Batimung di Kota Banjarmasin.

Sementara masyarakat atau dalam UU No 10 Tahun 2009 yang menggunakan istilah masyarakat setempat adalah masyarakat yang

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

bertempat tinggal di dalam wilayah destinasi pariwisata. Selain itu masyarakat setempat diprioritaskan untuk mendapatkan manfaat dari kegiatan pariwisata di tempat tersebut serta masyarakat berhak menjadi pekerja/buruh atau terlibat dalam pengelolaan pariwisata. Sedangkan menurut Nugroho (2011:88-89) partisipasi masyarakat atau penduduk lokal selain pada pengelolaan pariwisata, juga terdapat pada interaksi sosial dengan pengunjung atau wisatawan. Interaksi tersebut dapat memberi dampak positif dalam hal kesepahaman budaya antara wisatawan dan penduduk lokal. Keempat pihak tersebut yakni pemerintah, pemerintah daerah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat memiliki peran yang saling melengkapi, oleh karena itu diperlukan sinergisitas agar pengembangan pariwisata dapat membuahkan hasil yang optimal.

2. Pariwisata Minat Khusus

a. Definisi Pariwisata Minat Khusus

Konsep pariwisata minat khusus memang tergolong baru di Indonesia. Akan tetapi sebenarnya konsep pariwisata minat khusus telah diperkenalkan sejak tahun 1980an. Hall dan Weiler (1992) sebagaimana dikutip oleh Ali-Knight (2011) mengemukakan bahwa suatu kegiatan wisata dapat disebut wisata minat khusus apabila motivasi wisatawan dan keputusan berkunjung sebagian besar ditentukan oleh suatu minat khusus tertentu. Trauer (2006) dalam Ali-Knight (2011) mengemukakan bahwa pertumbuhan pariwisata minat khusus merupakan cerminan dari keanekaragaman minat masyarakat zaman sekarang, seperti kepedulian

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

terhadap konservasi lingkungan yang semakin meningkat, keinginan untuk memperbaiki diri, pemenuhan pribadi dan pengalaman baru serta memenuhi rasa keingintahuan.

Lebih jauh Derrett (2001) dalam Ali-Knight (2011) mengemukakan karakteristik pariwisata minat khusus sebagai berikut;

1) Didorong oleh keinginan berpartisipasi pada minat yang baru atau yang telah ada di lokasi yang baru atau yang telah dikenal (familiar).
2) Bertolak belakang dengan *mass tourism*.
3) Pariwisata dijalankan dengan alasan khusus atau berbeda.
4) Muncul karena keinginan untuk menghasilkan atau mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan.

Selain itu, untuk beberapa jenis pariwisata minat khusus seperti wisata kuliner dan wisata spa, terdapat satu kelebihan yakni tidak bergantung pada musim sehingga dapat dilakukan setiap saat, seperti yang dikemukakan oleh Diaconescu et al. (2016) bahwa perjalanan wisata kuliner tidak tergantung pada musim apapun. Selain itu, menurut Mitchell dan Hall (2006) dalam Lopez-Guzman (2014) makanan adalah bagian warisan budaya, dan mencerminkan gaya hidup masyarakat di daerah tertentu, sehingga melalui *gastronomy tourism* wisatawan dapat mengenal lebih baik destinasi yang dikunjungi. Pernyataan tersebut didukung oleh Cohen dan Avieli (2004) dalam Lopez-Guzman (2014) yang mengemukakan bahwa melalui makanan lokal, wisatawan dapat merasakan keterlibatan yang lebih dalam dengan lingkungan destinasi.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Beberapa karakteristik tersebut menunjukkan bahwa pariwisata minat khusus membawa banyak dampak atau manfaat baik bagi wisatawan maupun destinasi wisata. Sehingga pariwisata minat khusus baik untuk dikembangkan oleh daerah-daerah yang mulai menggeluti sektor pariwisata.

b. Unsur Pariwisata Minat Khusus

Hall dan Weiler (1992) dalam Hendratno (2002:10) mengidentifikasi motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata minat khusus yang kemudian dikenal dengan *REAL Travel*. *REAL Travel* merupakan singkatan dari empat aspek penting yakni;

1) *Rewarding* (penghargaan), merupakan penghargaan terhadap destinasi wisata yang dikunjunginya.
2) *Enriching* (pengkayaan), merupakan aspek pengkayaan kemampuan yang diperoleh melalui kegiatan yang dilakukannya.
3) *Adventuresome* (petualangan), merupakan kegiatan yang diikuti yang memiliki risiko secara fisik.
4) *Learning* (proses belajar) merupakan aspek pendidikan yang diperoleh melalui kegiatan yang diikuti yang bersifat mendidik (edukatif).

Hendratno (2002) menjelaskan bahwa *rewarding* diwujudkan pada keinginan wisatawan untuk dapat belajar memahami atau bahkan mengambil bagian dalam aktivitas terkait minat khusus tersebut, sedangkan *enriching* mengandung aspek pengkayaan atau penambahan kemampuan pada suatu bentuk kegiatan yang diikuti. Sementara kegiatan

yang bersifat *adventure* atau petualangan menurut Muller dan Cleaver (2000) dalam Wilson et al. (2017) didefinisikan sebagai kegiatan yang secara fisik menguatkan, mendorong adrenalin, cukup berisiko, disertai momen-momen menggembirakan yang diselingi oleh kesempatan untuk menilai kembali apa yang baru saja dilakukan atau dicapai. Sementara berdasarkan Patterson dan Pan (2007) dalam Wilson et al. (2017) yang menjadi motif wisatawan melakukan kegiatan petualangan adalah kebutuhan untuk keluar dari rutinitas dan untuk melihat pemandangan yang berbeda. Aspek *learning* dicontohkan pada sebuah taman yang tidak hanya menyediakan area yang menarik untuk dikunjungi, akan tetapi juga terdapat alat interpretasi dinamis, dan film edukasi yang berfungsi mendidik pengunjung tentang sumber daya yang terkandung di setiap area (Wilson et al., 2017).

c. Wisatawan Minat Khusus

Read (1980) dalam Sojung dan Bai (2015) mendefinisikan wisatawan minat khusus sebagai wisatawan yang berkunjung ke sebuah destinasi untuk mengikuti kegiatan minat khusus di daerah atau destinasi tertentu. Selain itu Sojung dan Bai (2015) juga mengemukakan bahwa para wisatawan minat khusus pada umumnya menjalankan profesi atau hobi yang sama. Stebbins (1982) dalam Sojung dan Bai (2015) menganggap pariwisata minat khusus berbentuk *serious leisure*, sehingga wisatawan minat khusus cenderung mengikuti kegiatan sesuai minatnya

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

dengan manfaat yang dapat bertahan lama seperti aktualisasi diri, interaksi sosial dan rasa memiliki melalui kegiatan tertentu.

Terdapat perbedaan antara wisatawan minat khusus dengan wisatawan pada umumnya. Pariwisata minat khusus dianggap memberikan keuntungan lebih besar dibanding jenis pariwisata pada umumnya dengan kecenderungan wisatawan tinggal lebih lama, mengeluarkan uang lebih banyak, dan partisipasi pada banyak kegiatan (Keefe, 2002 dalam Ali-Knight, 2011), sedangkan Leask dan Yeoman (1999) dalam Ho (2006) mengemukakan beberapa karakteristik wisatawan minat khusus terutama wisatawan budaya yang cukup berbeda dengan wisatawan pada umumnya. Karakteristik tersebut antara lain adalah; (a) merupakan wisatawan dengan pendapatan lebih tinggi, (b) tingkat pendidikan yang lebih tinggi, (c) melakukan perjalanan dengan durasi yang lebih lama, (d) kemungkinan besar tinggal di hotel, (e) lebih tertarik dan cenderung untuk berbelanja, (f) daya beli lebih tinggi, (g) proporsi wisatawan perempuan lebih tinggi, dan (h) lebih tua.

d. Jenis Pariwisata Minat Khusus

Pariwisata minat khusus yang sifatnya berbasis pada minat seseorang atau kelompok wisatawan tertentu menyebabkan tersedianya berbagai macam jenis wisata minat khusus. Richardson dan Fluker (1994) sebagaimana dikutip oleh Pitana dan Diarta (2009:76-78) mengidentifikasi kegiatan yang merupakan sumber daya pariwisata minat khusus dan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

diklasifikasikan menjadi 10 (sepuluh) kelompok, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut.

1. *Adventure* seperti *trekking, off-road adventure,* dan mendaki gunung.
2. *Nature and Wildlife* seperti ekowisata, menjelajah taman nasional dan hutan hujan tropis.
3. *Romance* seperti bulan madu, *nightlife,* dan spa/hot spring.
4. *History/Culture* seperti mengunjungi bangunan-bangunan khas daerah dan pameran kesenian.
5. *Spiritual* seperti ziarah ke makan seorang tokoh agama, yoga, mengikuti pola perjalanan seorang tokoh agama.

Sementara sebagaimana dikutip dalam artikel *20 Niche Tourism* (2014), terdapat 20 (dua puluh) kelompok pariwisata minat khusus, 10 (sepuluh) diantaranya adalah sebagai berikut.

1. *Ancestry tourism* bertujuan mempelajari lebih banyak mengenai leluhur mereka dengan misalnya menelusuri jejak perjalanannya.
2. *Architourism* menjadikan desain dan bangunan suatu destinasi menjadi daya tarik wisata utama.
3. *Gambling tourism* meliputi kegiatan seperti mengunjungi destinasi-destinasi kasino.
4. *Gastronomy tourism* menjadikan makanan sebagai faktor utama yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi.
5. *Military tourism* meliputi kegiatan seperti mengunjungi monumen peringatan perang, benteng, museum perang dan lokasi-lokasi terjadinya perang.
6. *Nostalgia tourism* merupakan perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang ke suatu tempat yang menyimpan kenangan pribadi seperti kota yang pernah ia kunjungi atau tinggali saat kecil.
7. *Spa tourism* merupakan jenis wisata yang tidak dibatasi oleh suatu musim. Kapanpun wisatawan dapat melakukan wisata jenis ini dengan destinasi berupa *mineral* atau *hot springs*.
8. *Wellness or spiritual tourism* bertujuan memberikan rasa rileks dan kenikmatan pada tubuh, pikiran, dan jiwa melalui berbagai perawatan tubuh, salah satunya pijat.
9. *Wildlife tourism* memperbolehkan wisatawan berpartisipasi pada kegiatan seperti mengamati dan memotret binatang liar di suaka margasatwa baik suaka darat maupun laut.
10. *Wine tourism* meliputi kegiatan seperti mengunjungi daerah-daerah penghasil anggur, kebun anggur, kilang anggur, bahkan festival anggur dengan tujuan mengonsumsi atau membeli anggur. Destinasi anggur

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

kelas dunia yakni Adelaide di Australia, Western Cape di Afrika dan Napa Valley di Amerika Serikat.

3. Spa

a. Definisi Spa

Spa didefinisikan oleh *International Spa Association* (ISPA) (2010) sebagai tempat yang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan pribadi (*well-being*) secara keseluruhan. Spa dilakukan melalui berbagai layanan professional yang mendorong pembaharuan pikiran, tubuh dan jiwa. Apabila spa secara global diartikan sebagai sebuah tempat, lain halnya dengan di Indonesia.

Di Indonesia, spa diartikan sebagai cara perawatan tubuh. Kementerian Kesehatan selaku lembaga negara yang menaungi pengelolaan spa di Indonesia, mendefinisikan spa di dalam Permenkes Nomor 1205/MENKES/PER/X/2004 sebagai upaya kesehatan tradisional dalam bidang preventif dan promotif. Spa dilakukan dengan perawatan menyeluruh, menggunakan metode dan bahan alami tertentu, serta bertujuan menyeimbangkan tubuh, pikiran, dan perasaan.

b. Jenis Spa

ISPA (2010) membagi spa ke dalam 8 (delapan) jenis yaitu:

a) *Day Spa* merupakan spa dengan pelayanan terorganisir secara profesional yang ditawarkan dalam satu hari, dengan pelayanan dari penataan rambut hingga perawatan kaki.
b) *Resort/Hotel Spa* merupakan spa yang menjadi satu lokasi dengan sebuah resort/hotel, dengan pelayanan spa secara terorganisir dan professional, selain itu pelayanan bisa dilakukan dalam sehari atau

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

beberapa hari. Di samping itu, *resort/hotel spa* juga menyediakan layanan lainnya seperti makanan sehat.

c) *Medical Spa* merupakan spa secara individual maupun berkelompok, dimana menggabungkan pengobatan medis dan spa tradisional di bawah pengawasan dokter.
d) *Club Spa* biasanya lebih banyak menawarkan fasilitas kebugaran dengan penawaran pelayanan di siang hari.
e) *Destination Spa* fokus pada peningkatan gaya hidup dan perbaikan kesehatan melalui pelayanan yang terorganisir secara profesional, menyediakan fasilitas kebugaran fisik, program edukasi dan fasilitas penginapan, dan biasanya diharuskan menginap selama beberapa hari.
f) *Mineral Spring Spa* merupakan spa dengan perawatan hidroterapi yang menggunakan mineral alami/air panas/air laut yang berada di sumber lokasi tersebut.
g) *Cruiseship Spa* merupakan spa dengan pelayanan profesional yang didapatkan di atas kapal pesiar, tersedia personal training, dan pelayanan kecantikan di salon.
h) *Cosmetic Spa* mengutamakan penawaran kecantikan atau kosmetik dan tata cara serta pelayanan pencegahan/kesehatan seperti facials, peels, waxing, yang berada dalam lingkup keahlian stafnya akan tetapi tidak membutuhkan pengawasan medis di tempat.

Dari jenis-jenis spa di atas menunjukkan bahwa konsep spa semakin luas. Apabila dulu spa hanya dilakukan dengan cara mandi, kini spa dapat dilakukan dengan berbagai macam cara seperti dengan menggunakan fasilitas kebugaran (*club spa*), peralatan medis (*medical spa*), kosmetik (cosmetic spa), dan lain-lain sejauh teknik tersebut dapat mendorong pembaharuan pikiran, tubuh dan jiwa. Selain itu, lokasi pengobatan/perawatan yang tidak hanya terbatas di suatu sumber air panas, sekarang spa dapat dinikmati di hotel, kapal pesiar, klinik kecantikan, bahkan mall.

Sementara di Indonesia, hampir di seluruh daerah memiliki spa atau upaya kesehatan tradisional yang berbeda-beda sehingga menyebabkan Indonesia kaya akan berbagai jenis spa. Namun secara garis

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

besar spa di Indonesia menggunakan teknik perawatan tubuh yang kurang lebih sama. Beberapa teknik perawatan tubuh yang dapat ditemukan di Indonesia antara lain sebagai berikut (Anastasia, 2009):

1) *Body Massage* atau biasa dikenal sebagai pijat dipercaya menghasilkan efek *sensual healing* pada pikiran dan tubuh pasien/pelanggan. *Body massage* atau pijat merupakan tindakan perawatan yang dilakukan terapis dengan melakukan gerakan-gerakan seperti mengusap, meremas, menekan, menakup, menepuk serta menggosok tubuh pelanggan/pasien baik menggunakan bahan seperti minyak dasar maupun tidak.
2) *Body Scrub* adalah teknik perawatan tubuh yang dilakukan dengan memutar sambil mengusap permukaan kulit yang telah dibalur dengan lulur. Lulur merupakan bahan campuran yang berbentuk krem dan bertekstur butiran-butiran kasar yang berfungsi untuk mengangkat sel kulit mati di permukaan kulit tubuh.
3) *Body Mask* dapat memberikan efek lembut, kencang dan cerah pada kulit. *Body mask* atau masker badan dilakukan dengan membalut seluruh permukaan kulit tubuh menggunakan bahan masker, kemudian setelah masker mengering tubuh dibilas dengan air hangat dan diakhiri dengan mandi.
4) *Body Wrap*/*Wrapping* merupakan teknik perawatan tubuh yang dilakukan dengan membungkus seluruh tubuh menggunakan alat pembungkus yang bersifat dapat meningkatkan suhu tubuh. Alat pembungkus tersebut dapat berupa plastik, daun pisang, dan kertas aluminium foil. Saat suhu tubuh meningkat, produk yang dioleskan di permukaan kulit akan diserap lebih mudah oleh tubuh. Terdapat dua teknik wrapping yaitu pembalutan panas yang menggunakan alat bantu pemanas seperti *heating blanket* dan kapsul pemanas, dan pembalutan dingin yang menggunakan cairan dingin sehingga mampu menurunkan suhu tubuh beberapa derajat.
5) *Bath Therapy* merupakan proses penting yang dilakukan setelah melakukan perawatan tubuh lain seperti pijat, luluran, masker, dan *wrapping*. *Bath therapy* dapat dilakukan dengan berendam di *bathub* dengan cairan tertentu, mandi dengan pancuran (*vichy shower*), dimandikan oleh terapis dengan mengguyur dari atas kepala secara perlahan dan teratur dengan menggunakan berbagai macam bunga. Selain itu, *bath therapy* juga dapat dilakukan di kolam baik berupa *whirlpool* maupun sumber air panas (*hot spring water*).
6) Ratus merupakan teknik perawatan tubuh yang dilakukan dengan menguapi bagian tubuh tertentu seperti rambut dan organ intim wanita. Untuk penguapan organ intim wanita, ratus dilakukan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

> dengan bantuan sebuah box/kursi yang memiliki lubang di tengah dan telah didesain khusus untuk ratus.

4. Spa Batimung

Batimung merupakan cara perawatan tubuh khas Indonesia dengan menggunakan teknik *body wrap/wrapping*. Saptandari (2014:21) mengemukakan bahwa Batimung merupakan salah satu spa yang dikembangkan oleh pemerintah bersama 8 (delapan) spa lainnya yang berasal dari berbagai etnik. Batimung merupakan spa yang berasal dari masyarakat Banjar di Kalimantan Selatan.

Dalam masyarakat Banjar, Batimung berperan sebagai metode pengobatan tradisional dan bagian dari tradisi perawatan tubuh pada pernikahan adat Banjar. Sebagai bagian tradisi pernikahan adat, Seman (1997) mengemukakan bahwa Batimung dilaksanakan dua atau tiga hari berturut-turut sebelum pernikahan dilangsungkan. Berdasarkan Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan (2005:88) batimung dilakukan dengan cara sebagai berikut;

> tukang timung atau orang yang membantu calon pengantin batimung merebus air bersama bahan-bahan alami dalam sebuah panci. Kemudian setelah mendidih, panci tersebut diletakkan dibawah kursi. Setelah itu, calon pengantin duduk di kursi tersebut dan seluruh badannya diselimuti dengan tikar membentuk kerucut. Untuk mencegah keluarnya uap panas, tikar dilapisi dengan kain tebal. Sehingga seluruh badan akan dapat menyerap uap air rebusan lebih baik dan dapat menjangkau pori-pori tubuh. Agar uap tersebut dapat menjangkau badan bagian atas maka air rebusan perlu diaduk secara berkala.

Batimung yang dilakukan pada ritual pernikahan adat dan pengobatan tradisional kurang lebih sama. Perbedaannya hanya terletak pada ramuan yang digunakan. Untuk calon pengantin, ramuan yang digunakan pada umumnya

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

adalah lengkuas, daun dilam, pudak, serai wangi, jeruk purut, serta bunga-bungaan seperti mawar, kenanga, cempaka, dan melati (Seman, 1997).

Sementara Batimung sebagai pengobatan tradisional hanya dilakukan oleh ahlinya. Aziddin (1990:113-114) mengemukakan bahwa Batimung dapat mengobati penyakit kuning dan menghilangkan bau badan. Ramuan yang digunakan untuk mengobati penyakit kuning terdiri dari irisan kuku pasien tersebut, pandan, lengkuas dan *tilasan* (pakaian bekas mandi). Setelah badan menyerap uap ramuan yang telah direbus tersebut dan keringat telah terkuras habis, ramuan tersebut kemudian disiramkan pada pasien.

Batimung memberikan banyak efek baik pada bagian luar maupun dalam tubuh. Berikut beberapa manfaat yang diperoleh dengan batimung.

a) Dapat menguras habis keringat, menyehatkan serta mengharumkan tubuh (Seman, 1997).
b) Dapat menghilangkan bau badan (Aziddin, 1990).
c) Dapat mengangkat sel kulit mati, membuka pori-pori kulit dan merangsang pertumbuhan kulit baru (megapolitan.kompas.com, 2011)
d) Dapat melancarkan peredaran darah, mengatasi insomnia, mengeluarkan toksin yang ada dalam tubuh, membakar lemak, serta membantu orang yang tidak mampu berolah raga untuk mengeluarkan keringat karena kecacatan anggota gerak (disampaikan oleh Dr. Tinuk Sitti Nursetiawati, M.Si, seorang anggota Indonesia Wellness Master Association (IWMA) dalam majalahkartini.co.id, 2017)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

e) Dapat menyembuhkan penyakit tertentu melalui ramuan obat-obatan yang diyakini masuk ke dalam tubuh (Syaifullah, 2010)

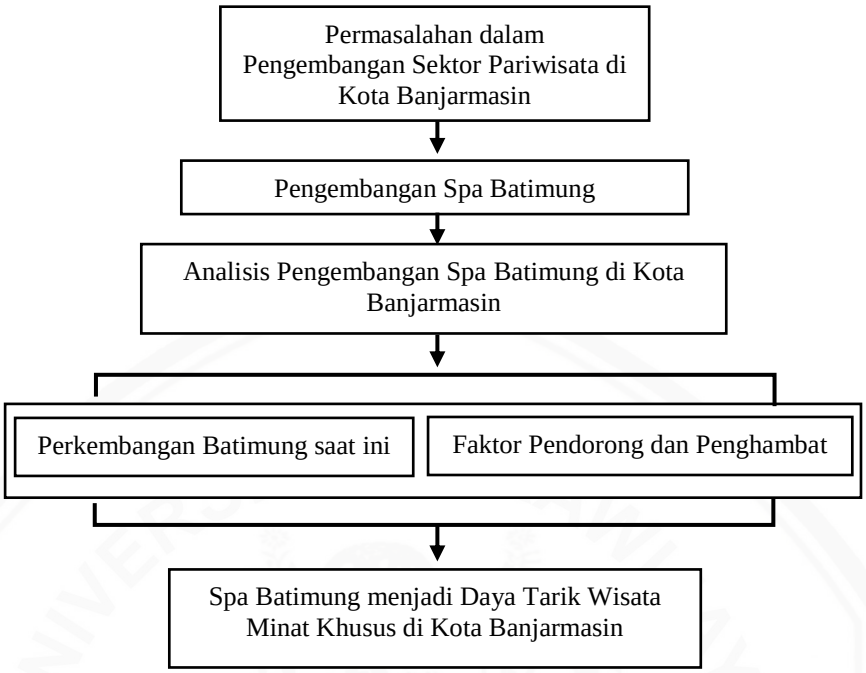
Data mengenai Batimung hingga saat ini memang masih minim, terutama data yang berkaitan dengan kepariwisataan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengembangan Spa Batimung dalam kaitannya dengan kepariwisataan.

C. Kerangka Pemikiran

Perhatian utama pada penelitian ini adalah pengembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin. Pada Gambar 2.1 dapat dilihat alur pemikiran penelitian yang diawali oleh terdapatnya permasalahan dalam pengembangan sektor pariwisata di Kota Banjarmasin. Permasalahan tersebut yakni jenis daya tarik wisata yang tersedia belum cukup bervariasi. Maka, untuk mengatasi permasalahan tersebut pemerintah kota dapat mengembangkan lagi jenis wisata lain seperti Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus. Saat ini pengembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin belum sampai pada pengembangan untuk keperluan pariwisata, sehingga peneliti tertarik untuk menganalisis terlebih dahulu perkembangan Spa Batimung dan faktor penghambat serta faktor pendukung pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin. Dengan mengembangkan Spa Batimung, diharapkan dapat menambah keragaman jenis daya tarik wisata di Kota Banjarmasin dengan menjadi daya tarik wisata minat khusus.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil olahan peneliti, 2018

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan sebuah fenomena terkait pengembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Permasalahan dalam penelitian ini tergolong ke dalam fenomena sosial, sehingga pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang tepat untuk digunakan.

Strauss (1990) dalam Ahmadi (2016) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif akan menghasilkan temuan yang tidak dapat diperoleh melalui prosedur statistik, atau dengan kata lain mengarah pada penelitian kehidupan atau perilaku seseorang. Beberapa karakteristik penelitian kualitatif antara lain adalah mengeksplorasi suatu masalah secara detail, tinjauan literatur sebagai putusan atau pertimbangan untuk menentukan masalah, menganalisis data untuk deskripsi serta menggunakan struktur yang fleksibel (Cresswell, 2012 dalam Ahmadi, 2016:17). Selain itu penelitian dengan metode kualitatif dapat membantu peneliti mengungkapkan atau memahami hal-hal yang ada di balik suatu fenomena (Ahmadi, 2016).

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan masalah pada penelitian kualitatif. Moleong (2014:94) mengemukakan kegunaan fokus penelitian yakni dapat

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

membatasi studi sehingga peneliti terhindar dari pengumpulan data yang bersifat umum dan terlalu luas. Fokus penelitian juga mempermudah peneliti untuk memilih mana data yang relevan dan tidak relevan dengan studi yang akan diteliti. Fokus pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin, yang membahas beberapa hal diantaranya:
   a. Perkembangan spa
   b. Perkembangan spa khas Indonesia
   c. Perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin
      1) Perkembangan konsep Spa Batimung
      2) Perkembangan industri spa
2. Pengembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin.
   a. faktor penghambat
   b. faktor pendukung

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan, sedangkan situs penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan mendapatkan gambaran lebih jelas terkait rumusan masalah guna memperoleh data yang valid dan akurat. Lokasi pada penelitian ini terletak di Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan. Alasan peneliti memilih Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian adalah karena diketahui saat ini Kota Banjarmasin mulai mengembangkan sektor pariwisata, di samping itu Kota Banjarmasin memiliki banyak potensi budaya untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Di sisi

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

lain, Kota Banjarmasin juga telah memiliki aksesibilitas, sarana dan prasarana pariwisata yang memadai.

Situs pada penelitan ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin, Rumah Cantik Umi, dan Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi. Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin peneliti dapat memperoleh data dan informasi terkait perkembangan pariwisata serta upaya pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus. Sementara kedua rumah spa tersebut peneliti pilih dengan pertimbangan:

1) Kedua rumah spa tersebut menyediakan layanan Spa Batimung.
2) Kedua rumah spa tersebut cukup terkenal di Kota Banjarmasin. Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi memiliki 6 (enam) *outlet*, 4 (empat) di antaranya berada di Kota Banjarmasin. Sementara Rumah Cantik Umi memiliki dua *outlet*.
3) Kedua rumah spa tersebut telah cukup lama berdiri di Kota Banjarmasin. Rumah Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi telah berdiri sejak Tahun 2006, sementara Rumah Cantik Umi sejak Tahun 2012.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian menurut Arikunto (1996) adalah subyek dari mana data diperoleh. Data penelitian dibagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

1. Data primer atau data asli merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung di lapangan (Hasan, 2002:82). Data ini akan diperoleh melalui wawancara langsung kepada narasumber atau informan. Dalam penelitian ini

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

yang termasuk kedalam sumber data primer antara lain informan yang terdiri atas:

a) Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin.
b) Pengelola Rumah Cantik Umi.
c) Pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi
d) Pengunjung rumah spa.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari informan terkait. Sumber data sekunder dapat berupa dokumen, buku, majalah, ataupun internet. Dalam penelitian ini, data sekunder yang diperlukan antara lain laporan statistik, jumlah kunjungan wisatawan, daftar objek wisata, daftar usaha spa di Kota Banjarmasin dan artikel-artikel mengenai perkembangan Spa Batimung di Indonesia serta informasi-informasi terkait penelitian lainnya baik berasal dari media cetak maupun online.

E. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data menurut Hasan (2002:83-88) antara lain angket, wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan langsung di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara langsung di Kota

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Banjarmasin dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengembangan Spa Batimung.

2. Wawancara

Hasan (2002:85) mengemukakan bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung atau tidak langsung dengan narasumber. Dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin, pengelola Rumah Cantik Umi, pengelola Rumah Timung Lulur dan Salon Hafabi, dan pengunjung rumah spa.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak dilakukan secara langsung dengan narasumber, akan tetapi melalui dokumen yang dapat berupa arsip, buku, jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan (Hasan, 2002:87). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain laporan hasil survei terkait jumlah kunjungan wisatawan, daftar objek wisata, daftar usaha spa, serta buku literatur dan jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai sumber pengetahuan dan acuan.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (1996:136), instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti. Alat bantu tersebut menyesuaikan dengan teknik pengumpulan data yang dipilih. Pada penelitian ini, instrumen yang akan digunakan antara lain sebagai berikut.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

1. Peneliti merupakan instrumen penting dalam sebuah penelitian kualitatif. Data yang diperoleh melalui penelitian kualitatif sebagian besar berupa kata-kata, tindakan atau bahkan isyarat. Untuk dapat menjabarkan data tersebut, maka manusia atau peneliti itu sendiri merupakan instrumen yang sesuai (Ahmadi, 2016).
2. Pedoman wawancara berisi daftar pertanyaan yang akan diulas pada saat wawancara berlangsung (Ahmadi, 2016).
3. Beberapa peralatan pendukung seperti kamera dan alat perekam.

G. Analisis Data

Analisis data menurut Moleong (2000) dalam Hasan (2002) adalah proses menyusun dan mengurutkan data ke dalam kategori atau pola tertentu. Analisis data berguna untuk menginterpretasikan data yang diperoleh dengan melalui beberapa proses terlebih dahulu. Miles dan Huberman (1984) dalam Yusuf (2014) memperkenalkan Model Alir yang berisi langkah-langkah sebagai berikut.

1. Pengumpulan data

   Pengumpulan data merupakan tahap awal untuk menganalisis sebuah data. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

2. Reduksi data

   Reduksi data merupakan proses memilih, mempertajam, memisah atau membuang data mentah yang berasal dari catatan lapangan (*field notes*), sehingga akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi kesimpulan akhir.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3. Penyajian data

   Setelah melakukan reduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah penyajian sekumpulan informasi yang telah tersusun. Bentuk penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif.

4. Menarik Kesimpulan/Verifikasi

   Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Hal pertama yang dilakukan adalah penarikan kesimpulan sementara untuk kemudian dapat ditarik kesimpulan akhir.

H. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal penting dalam penelitian kualitatif. Keabsahan data dengan kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) dapat diperiksa melalui triangulasi. Berdasarkan pendapat Moleong (2014:324) triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan sesuatu yang lain, baik melalui sumber, metode, maupun teori.

Penelitian ini akan menggunakan teknik pemeriksaan melalui triangulasi dengan metode. Melalui teknik triangulasi dengan metode, Yusuf (2014:395) mengemukakan misal pada tahap pertama peneliti mengumpulkan informasi melalui observasi tentang suatu aspek, maka berikutnya peneliti menggunakan lagi metode lain seperti wawancara untuk mengumpulkan informasi yang sama. Apabila belum yakin terhadap informasi tersebut, peneliti mengumpulkan informasi lagi melalui dokumentasi tentang aspek yang sama dengan aspek yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara. Berikut Tabel 3.1 yang berisi

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

daftar pertanyaan terkait penelitian beserta ketersediaan informasi melalui berbagai metode pengumpulan data yakni melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Tabel. 3.1 Triangulasi dengan Metode

Pertanyaan terkait penelitian	**Wawancara**	**Observasi**	**Dokumentasi**
Apa saja kegunaan Batimung?	✓		✓
Bagaimana pemanfaatan Batimung sebagai metode pengobatan tradisional saat ini?	✓	✓	✓
Bagaimana pemanfaatan Batimung sebagai ritual mandi calon pengantin sebelum melangsungkan pernikahan?	✓	✓	
Apa saja peralatan yang digunakan untuk Batimung?	✓	✓	✓
Apakah pengelola memiliki rencana untuk menyediakan layanan Batimung dengan peralatan tradisional?	✓		
Apa saja manfaat dari melakukan Batimung?	✓	✓	✓
Seberapa populer Batimung di rumah spa?	✓	✓	
Bagaimana perkembangan industri spa di Kota Banjarmasin		✓	✓
Apakah rumah spa pernah dikunjungi oleh wisatawan asing?	✓		
Apa saja upaya pengembangan spa yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata?	✓		✓
Bagaimana proses perizinan usaha spa?	✓	✓	✓
Bagaimana kompetensi tenaga kerja di rumah spa?	✓	✓	
Bagaimana pengelola usaha spa melakukan promosi?	✓	✓	
Adakah upaya atau keinginan memperbesar usaha spa?	✓		
Apa yang menjadi penghambat Batimung sehingga saat ini belum dikembangkan?	✓	✓	
Apa upaya pengembangan pariwisata yang sedang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sedang lakukan?	✓	✓	✓
Bagamana bahan baku untuk membuat ramuan Batimung diperoleh?	✓		
Bagaimana keadaan lingkungan di sekitar rumah spa terkait upaya pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus?		✓	
Bagaimana pelaksanaan Etno Wellness Indonesia dalam kaitannya dengan pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus?		✓	✓
Bagaimana tren kesehatan dan kebugaran saat ini dalam kaitannya dengan pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus?		✓	✓

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2018

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Selatan. Provinsi Kalimantan Selatan terletak di bagian tenggara Pulau Kalimantan (area berwarna hijau pada Gambar 4.1), dengan batas wilayah sebagai berikut:

a) Sebelah Utara: Kalimantan Timur

b) Sebelah Timur: Selat Makassar

c) Sebelah Selatan: Laut Jawa

d) Sebelah Barat: Kalimantan Tengah

Gambar 4.1. Letak Kota Banjarmasin Pada Peta Provinsi Kalimantan Selatan
Sumber: geospasial.bnpb.go.id, 2009

Provinsi Kalimantan Selatan terdiri dari 13 (tiga belas) daerah otonom, yakni 11 (sebelas) kabupaten dan 2 (dua) kota. Daerah berstatus kabupaten antara lain Kabupaten Tanah Laut, Kotabaru, Banjar, Barito Kuala, Tapin, Hulu Sungai Selatan, Hulu Sungai Tengah, Hulu Sungai Utara, Tabalong, Tanah Bumbu dan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Balangan. Sementara daerah yang berstatus kota adalah Banjarmasin dan Banjarbaru.

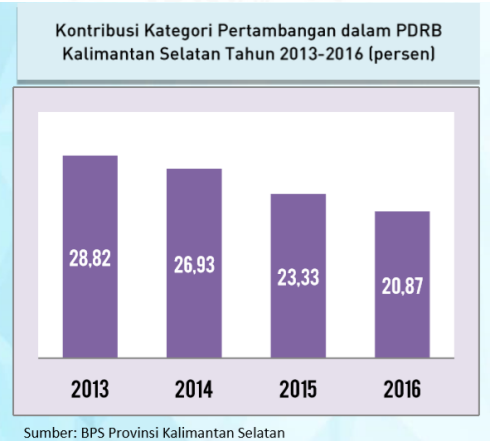
Area yang dilingkari pada Gambar 4.1 merupakan Kota Banjarmasin. Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa Kota Banjarmasin terletak di bagian barat daya Provinsi Kalimantan Selatan. Sebagian besar wilayah Kota Banjarmasin merupakan wilayah dengan karakteristik dataran rendah. Ketinggian wilayah rata-rata 25-100 meter di atas permukaan laut (dapat dilihat pada Gambar 4.1 bahwa sebagian besar area yang dilingkari adalah berwarna hijau tua yang mengindikasikan ketinggian antara 0-100 mdpl) dan kemiringan permukaan berkisar 0-2%. Karakteristik tersebut menyebabkan bentuk alam yang paling banyak ditemukan adalah dataran aluvial, rawa, dan perbukitan (Badan Pusat Statistik, 2017).

Kota Banjarmasin merupakan daerah terkecil di antara kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Selatan. Luas wilayah Kota Banjarmasin adalah sekitar 98 km^2 atau 0,18% dari luas keseluruhan Provinsi Kalimantan Selatan. Wilayah Kota Banjarmasin terbagi menjadi lima Kecamatan yakni Banjarmasin Utara, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Barat yang merupakan kawasan yang didominasi oleh pergudangan, serta Banjarmasin Tengah yang merupakan pusat pemerintahan kota dan perkantoran serta bisnis.

Dalam hal kependudukan, sebagian besar wilayah Kota Banjarmasin dihuni oleh Suku Banjar dengan persentase sekitar 79% dari keseluruhan jumlah penduduk. Selanjutnya diikuti oleh Suku Jawa dengan 10%, Suku Madura 3%, dan selebihnya merupakan suku-suku lainnya (Badan Perencanaan Pembangunan

Daerah Kota Banjarmasin dan Badan Pusat Statistik, 2013). Mayoritas penduduk yang merupakan Suku Banjar berpengaruh besar terhadap cara hidup masyarakat di Banjarmasin, termasuk metode perawatan tubuh Batimung yang hingga kini masih dilakukan oleh penduduk Kota Banjarmasin.

Dari sisi perekonomian, sektor tersier seperti jasa merupakan sektor andalan di Kota Banjarmasin. Selain jasa, masih ada beberapa sektor lain yang ikut menyokong perekonomian seperti sektor pertanian, perdagangan, industri, bangunan, dan pertambangan yang merupakan beberapa sektor terbesar di Provinsi Kalimantan Selatan. Namun, lima tahun terakhir kontribusi sektor pertambangan dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Kalimantan Selatan menunjukkan penurunan. Hal tersebut merupakan imbas dari melemahnya perekonomian Tiongkok yang menjadi negara tujuan ekspor batu bara (Badan Pusat Statistik, 2017). Pada Gambar 4.2 berikut disajikan data dalam bentuk grafik terkait penurunan kontribusi sektor pertambangan dalam PDRB Provinsi Kalimantan Selatan sejak Tahun 2013 hingga Tahun 2016.



Gambar 4.2 Sektor Pertambangan Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2013-2016
Sumber: Statistik Daerah Provinsi Kalimantan Selatan, 2017

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Melemahnya sektor pertambangan dalam perekonomian di Provinsi Kalimantan Selatan mendorong pemerintah provinsi untuk memberdayakan sektor lainnya untuk bertahan, salah satunya dengan membangkitkan sektor pariwisata. Pemerintah provinsi merencanakan pada Tahun 2019 akan lebih memfokuskan anggaran pada sektor pariwisata, dengan harapan pertumbuhan sektor pertambangan akan semakin mengecil sehingga bukan lagi menjadi sektor andalan (Banjarmasin Post, 7 Februari 2018, hlm 17). Oleh sebab itu, saat ini pemerintah kabupaten/kota mulai menggali potensi wisata di daerahnya masing-masing.

B. Kota Banjarmasin sebagai Destinasi Pariwisata

Pemerintah Kota Banjarmasin diketahui saat ini sedang mengembangkan wisata susur sungai. Sesuai visi dan misi Walikota dan Wakil Walikota Banjarmasin 2016-2021 untuk menjadikan Kota Banjarmasin sebagai Kota Berbasis Sungai, ditetapkanlah pengembangan pariwisata yang memberdayakan sumber daya sungai melalui Peraturan Walikota Nomor 25 Tahun 2016 tentang Pengelolaan dan Pengembangan Wisata Berbasis Sungai. Pada peraturan tersebut telah ditetapkan 35 (tiga puluh lima) titik destinasi wisata sungai yang dibagi menjadi tiga zona. Pada Tabel 4.1 berikut disajikan Daftar 35 Titik Destinasi Wisata Sungai di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.1 35 Titik Destinasi Wisata Sungai di Kota Banjarmasin yang Tercantum Pada Peraturan Walikota Nomor 25 Tahun 2016

Zona	Titik Destinasi Wisata
Utara	1. Mesjid Raya Sabilal Muhtadin 2. Rumah Anno 1925 3. Menara Pandang

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

lanjutan Tabel 4.1…

	4. Taman Siring Banjarmasin 0 Km 5. Kampung Sasirangan 6. Rumah Lanting 7. Mesjid Jami Sungai Jingah Makam Surgi Mufti 8. Kampung Banjar Sungai Jingah 9. Taman Satwa Jahri Saleh 10. Tugu 9 Nopember 1945 11. Makam Anggah Amin 12. Museum Wasaka 13. Soto Banjar Bawah Jembatan dan Soto Banjar Abang Amat 14. Keramba Ikan Banua Anyar 15. Hutan Mangrove Sungai Awang/Sungai Andai 16. Kebun Rambutan Sungai Lulut 17. Batas Wilayah Sungai, Sungai Lulut
Barat	1. Kampung Arab dan Kampung Tradisional Banjar 2. Makam dan Mesjid Sultan Suriansyah 3. Kampung Tajau Tradisional 4. Pasar Terapung Kuin 5. Pembuatan Kapal Tug Boat/Tongkang
Selatan	1. Klenteng Soetji Nurani 2. Taman Maskot Bekantan 3. Kampung Ketupat 4. Pelelangan Ikan – RK Ilir 5. Kampung Baras Muara Kelayan 6. Kampung Sungai Kelayan 7. Mesjid Jami Haur Kuning 8. Makam Habib Basirih 9. Kampung Air Tanjung Pandan/Pulau Bromo 10. Pelelangan dan Pasar Ikan Banjar Raya 11. Pelabuhan Trisakti 12. Kuin Kacil Hutan Mangrove Alami

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin, 2018

Sementara objek wisata selain berbasis sungai dapat dilihat pada Tabel 1.1 di bagian Pendahuluan. Karakteristik wilayah Banjarmasin yang tidak memiliki bentuk permukaan bumi yang beraneka ragam menyebabkan jenis wisata yang paling banyak ditemukan adalah berupa wisata buatan dan wisata budaya.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Destinasi wisata buatan tersebut antara lain taman kota, taman tepian sungai (siring), kampung wisata, pasar terapung, museum, kebun binatang (Badan Pusat Statistik, 2017). Sementara jenis wisata budaya yang paling banyak ditemukan adalah wisata religi dan kuliner. Destinasi wisata religi meliputi makam dan masjid sedangkan wisata kuliner berupa rumah makan yang menawarkan makanan khas Banjarmasin. Daftar objek wisata di Banjarmasin pada Tabel 1.1 tersebut merupakan daftar yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik pada dua tahun yang lalu, sehingga tidak menutup kemungkinan jumlah objek wisata yang tersedia saat ini jauh lebih banyak seiring dengan upaya pemerintah kota yang terus mengembangkan sektor pariwisata.

Sebagai destinasi pariwisata, Kota Banjarmasin juga perlu memperhatikan komponen lain untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung. Sunaryo (2013:22-32) mengemukakan enam komponen yang perlu diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata, yakni atraksi dan daya tarik wisata, amenitas atau akomodasi, aksesibilitas dan transportasi, infrastruktur, fasilitas pendukung wisata lainnya, serta kelembagaan dan sumber daya manusia pariwisata.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2017), akomodasi jenis hotel baik berbintang maupun non bintang dapat ditemukan di setiap Kecamatan di Kota Banjarmasin. Pada Tahun 2016, jumlah akomodasi di Banjarmasin adalah sebanyak 99 (sembilan puluh sembilan) buah yang sebagian besar berada di Kecamatan Banjarmasin Tengah yaitu sekitar 71% dari jumlah akomodasi yang

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

ada di Kota Banjarmasin. Pada Tabel 4.2 berikut disajikan data terkait persebaran akomodasi di Banjarmasin yang dibagi berdasarkan Kecamatan pada Tahun 2016.

Tabel 4.2. Persebaran Hotel di Kota Banjarmasin Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Hotel Bintang	Hotel Non Bintang	Jumlah Akomodasi
Banjarmasin Selatan	3	3	6
Banjarmasin Timur	5	5	10
Banjarmasin Barat	3	3	6
Banjarmasin Tengah	17	54	71
Banjarmasin Utara	3	3	6
Kota Banjarmasin	31	68	99

Sumber: Kota Banjarmasin dalam Angka, 2017

Saat ini, persaingan bisnis hotel di Banjarmasin semakin kompetitif. Ada banyak jaringan hotel nasional bahkan internasional yang berekspansi ke Banjarmasin seperti Golden Tulip, Mercure, Aston, SwissbelHotel, Novotel, Best Western, dan G'Sign. Hotel bintang empat lainnya yang berstandar internasional yang hanya ada di Banjarmasin yakni Rattan Inn dan Pyramid Suites. Selain itu, juga terdapat hotel budget seperti Fave Hotel, Tree Park, Amaris Banjar, Summer BnB.

Sementara akses yang dapat digunakan wisatawan untuk melakukan pergerakan selama di Banjarmasin terdiri dari dua jenis akses yakni akses darat dan sungai. Walaupun jumlah sungai di Banjarmasin cukup banyak, akan tetapi hanya beberapa yang dapat dilalui oleh angkutan sungai, sehingga transportasi hanya dapat dilalui di beberapa jalur sungai. Sementara jenis angkutan umum yang tersedia untuk perjalanan darat yakni sepeda motor, taksi, angkot, becak dan bis. Dengan total panjang jalan sekitar 751 km, jalan dengan kondisi rusak dan rusak berat hanya sekitar 18%, sedangkan berdasarkan jenis permukaan jalan,

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

hampir di setiap Kecamatan telah diaspal (Badan Pusat Statistik, 2017). Namun untuk saat ini, Banjarmasin belum dilengkapi angkutan umum berupa kereta api.

Komponen pendukung perhubungan seperti bandara dan pelabuhan telah tersedia dan akses untuk menuju tempat tersebut tidak sulit. Pelabuhan Trisakti masih berada di wilayah Banjarmasin, tepatnya di Kecamatan Banjarmasin Barat. Sementara Bandara Syamsudin Noor berada di Kota Banjarbaru, atau sekitar 26 km dari Banjarmasin. Pada pertengahan Tahun 2017, telah dilakukan pengembangan Bandara Syamsudin Noor yang meliputi pembangunan terminal, apron, landasan pacu, dan bangunan penunjang lainnya (dephub.go.id, 2017).

Terminal atau bangunan utama bandara dari luas terminal saat ini yaitu 9.045 m^2 akan diperluas menjadi 65.284 m^2 sehingga daya tampung penumpang semakin besar yaitu sekitar 6 juta penumpang/tahun. Sedangkan apron yang saat ini mampu menampung 8 pesawat akan dikembangkan menjadi apron berkapasitas 18 pesawat. Selain itu, telah dikembangkan beberapa fasilitas seperti yakni perpanjangan landasan pacu (*runway*) dan bangunan penunjang seperti gedung administrasi, masjid serta bangunan penunjang lainnya. Dengan melakukan pengembangan pada infrastruktur diharapkan dapat berdampak baik pada kegiatan pariwisata di Provinsi Kalimantan Selatan terutama Banjarmasin.

Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik pada Tahun 2016, aspek sarana dan prasarana di Banjarmasin telah mencukupi. Sarana kesehatan yang terdapat di Banjarmasin terdiri dari rumah sakit, rumah sakit bersalin, puskesmas, balai pengobatan/poliklinik, tempat praktek dokter, poskesdes, serta apotek. Di samping itu kebutuhan sehari-hari wisatawan dapat diperoleh melalui

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

supermarket, mini market, toko/warung kelontong hingga pasar yang tersebar di hampir seluruh wilayah kota. Untuk sarana peribadatan yang dapat ditemukan di Banjarmasin antara lain masjid, langgar, gereja, vihara, serta satu pura dan satu klenteng. Jumlah masjid dan langgar menunjukkan angka yang cukup jauh berbeda dengan sarana peribadatan lainnya, hal tersebut dikarenakan mayoritas penduduk Kota Banjarmasin merupakan muslim.

Kelembagaan pariwisata seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang terdiri dari masyarakat setempat mulai dibentuk sejak dua tahun terakhir oleh pemerintah kota. Seiring dengan pengembangan salah satu kawasan pemukiman di sekitar Sungai Jingah sebagai Kampung Banjar, dibentuklah Pokdarwis untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengelolaan kepariwisataan di Banjarmasin (mc.banjarmasinkota.go.id, 2017). Untuk saat ini, Pokdarwis yang akan dibina oleh pemerintah kota hanya di destinasi tertentu yang telah mendapat jumlah kunjungan cukup besar seperti di Siring Sungai Martapura, Makam dan Mesjid Sultan Suriansyah, dan Pasar Terapung (kalsel.antaranews.com, 2017).

Dari segi sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja di sektor pariwisata, pelaku usaha dapat mempekerjakan baik sarjana pariwisata maupun *hospitality*. Akan tetapi, sekolah kejuruan dan perguruan tinggi yang memiliki program keahlian tersebut sangat sedikit. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang memiliki jurusan pariwisata antara lain SMKN 2, 3, dan 4 Banjarmasin. Sementara pada level pendidikan tinggi terdapat Akademi Pariwisata Nasional Banjarmasin (AKPARNAS) dengan Program Studi Diploma III. Akparnas Banjarmasin merupakan perguruan tinggi swasta satu-satunya di

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Banjarmasin yang menyediakan program studi yang berkaitan dengan kepariwisataan.

Dari segi ketersediaan sarana dan prasarana pariwisata, Kota Banjarmasin telah mencukupi atau memadai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung. Walaupun ada banyak objek wisata yang tersedia di Kota Banjarmasin, akan tetapi berdasarkan jenisnya, objek wisata tersebut kurang variatif. Hal ini dapat berdampak pada lama tinggal wisatawan. Jika wisatawan bisa tinggal lebih lama dan mengeluarkan uang lebih banyak, serta mengikuti beragam kegiatan wisata di Kota Banjarmasin, pelaku usaha serta pemerintah kota bisa mendapatkan pendapatan yang cukup besar dari kunjungan wisatawan tersebut. Oleh karena itu, dengan dikembangkannya Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin diharapkan dapat mendorong wisatawan untuk tinggal lebih lama karena kegiatan wisata yang tersedia cukup banyak sehingga tidak dapat habis dilaksanakan selama sehari berkunjung.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

BAB V

PERKEMBANGAN SPA BATIMUNG DI KOTA BANJARMASIN

Bagian ini terdiri dari tiga subbagian, yakni perkembangan spa secara global, perkembangan spa khas Indonesia dan perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin. Subbagian pertama dan kedua merupakan gambaran perkembangan spa di luar lokasi penelitian. Gambaran tersebut diperlukan untuk mengetahui perkembangan spa saat ini di luar Kota Banjarmasin. Subbagian pertama merupakan gambaran perkembangan spa secara global yang meliputi perkembangan konsep dan perkembangan industri. Sementara subbagian kedua berisi gambaran tentang perkembangan daya tarik wisata Spa Indonesia. Terakhir yakni subbagian ketiga yang merupakan bagian utama yang berisi uraian tentang perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin.

A. Perkembangan Spa

Menurut Colonişteanu (2009) istilah dan konsep spa berawal dari Kekaisaran Romawi ketika tentara tempur yang letih mencoba menemukan cara untuk memulihkan diri dari luka dan penyakit yang didapatkan dari tugas ketentaraan mereka. Mereka mencari sumur yang panas dan kemudian membangun bak mandi sehingga dapat menyembuhkan tubuh mereka yang sakit, mereka menyebut tempat tersebut ‘aquae’ dan menamai teknik pengobatan tersebut dengan “Sanus Per Aquam (SPA)”, yang artinya sehat dengan atau melalui air. Selain Sanus Per Aquam, beberapa kepanjangan lain yang sering dikaitkan dengan spa antara lain “Sanitas Per Aquam” dan “Solus Per Aqua”,

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

walaupun sebenarnya ketiga istilah tersebut memilki pengertian yang sama yaitu *health through water*, atau istilah yang dikenal di Indonesia adalah Sehat Pakai Air.

Sejak awal penggunaan istilah spa sebagai pengobatan bagi tentara tempur hingga sekarang di abad ke-21, spa masih eksis dan bahkan semakin berkembang. Konsep spa sejak awal istilah tersebut digunakan hingga saat ini mengalami perubahan cukup banyak. Perubahan tersebut dapat dilihat dari jenis-jenis spa yang ada saat ini. *International Spa Association* (2010) mengemukakan ada delapan jenis spa, yakni *day spa, resort/hotel spa, medical spa, club spa, destination spa, mineral spring spa, cruiseship spa,* dan *cosmetic spa.*

Keberagaman jenis spa tersebut menunjukkan bahwa konsep spa semakin luas. Apabila dulu spa hanya dilakukan dengan cara mandi, kini spa dapat dilakukan dengan berbagai macam cara seperti dengan menggunakan fasilitas kebugaran (*club spa*), peralatan medis (*medical spa*), kosmetik (cosmetic spa), dan lain-lain sejauh teknik tersebut dapat mendorong pembaharuan pikiran, tubuh dan jiwa. Selain itu, lokasi pengobatan/perawatan yang tidak hanya terbatas di suatu sumber air panas, sekarang spa bisa didapatkan di hotel, kapal pesiar, klinik kecantikan, bahkan mall.

Di sisi lain, industri spa secara global sejak Tahun 2007 hingga Tahun 2015 terus mengalami pertumbuhan baik pada jumlah spa, pendapatan maupun penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Global Wellness Institute (2017), jumlah spa pada Tahun 2015 yakni sebanyak 121.595, mengalami peningkatan hampir dua kali lipat dari jumlah spa yang terdapat pada

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Tahun 2007. Jumlah tersebut mencakup berbagai jenis spa seperti *day/club/salon spa, hotel/resort spa, destination spa and health resort, medical spa, thermal springs spa,* dan lainnya. Disamping itu, pendapatan per tahun dari layanan spa (pijat, *facial,* perawatan tubuh, salon, *health assessment*) dan penjualan produk terkait juga terus mengalami peningkatan sejak Tahun 2007 hingga Tahun 2015. Sementara pada penyerapan tenaga kerja terjadi peningkatan kurang lebih 12% dari tahun 2013 hingga pada tahun 2015 industri spa mampu memperkerjakan sebanyak 2,1 juta tenaga kerja yang mencakup terapis, manajer dan pimpinan spa (Global Wellness Institute, 2017). Pada Tabel 5.1 berikut disajikan data terkait pertumbuhan industri spa secara global sejak Tahun 2007 hingga Tahun 2015 tersebut.

Tabel 5.1. Pertumbuhan Industri Spa Secara Global Tahun 2007-2015

Tahun	Jumlah Spa	Pendapatan Spa (dalam miliar US$)	Jumlah Tenaga Kerja
2007	71.672	$46.8	1.223.509
2013	105.591	$74.1	1.909.658
2015	121.595	$77.6	2.150.147

Sumber: Global Wellness Institute, 2017

Namun pertumbuhan industri spa tidak merata di seluruh wilayah. Mayoritas spa dan konsumennya terpusat di tiga wilayah yaitu Asia Pasifik, Eropa dan Amerika Utara. Indonesia yang merupakan salah satu negara di wilayah Asia Pasifik juga mengalami pertumbuhan cukup besar selama 11 (sebelas) tahun terakhir. Pada Tahun 2007, Indonesia berada di peringkat ke-37 di antara 203 negara, kemudian pada Tahun 2013 Indonesia berhasil memasuki jajaran *Top Twenty Spa Markets* hingga Tahun 2015 menempati urutan ke-17 mengungguli Australia (Global Wellness Institute, 2017).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Industri spa di Indonesia berkembang dengan baik di beberapa daerah. Global Spa Summit (2011:60) menyebutkan bahwa usaha spa jenis *hotel/resort spa* dan *destination spa* telah lama berkembang di Bali, sedangkan *day spa* baru mulai berkembang di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Industri spa di Bali telah berkembang sejak lama dan bahkan telah diakui keberadaannya oleh industri spa secara global. Global Spa Summit (2011) menyebutkan bahwa Bali sempat menjadi destinasi wisata unggul untuk *luxury spa* di Asia, selain itu Bali juga pernah dinobatkan sebagai *The Best Spa Destination in The World 2009* oleh majalah Eropa *Senses* (travel.kompas.com, 2009). Bali juga memiliki persentase pengunjung usaha spa yang berkewarganegaraan asing terbesar di Indonesia. Pada Tabel 5.2 berikut disajikan data mengenai persentase jenis pengunjung usaha spa per provinsi berdasarkan kewarganegaraan pengunjung pada Tahun 2015.

Tabel 5.2 Persentase Jenis Pengunjung Usaha Spa per Provinsi Berdasarkan Kewarganegaraan Pengunjung Tahun 2015

No	Provinsi	Kewarganegaraan Pengunjung	
		WNI (%)	WNA (%)
1	Aceh	97,69	2,31
2	Sumatera Utara	99,98	0,02
3	Sumatera Barat	96,57	3,43
4	Riau	100,0	-
5	Jambi	99,79	0,21
6	Sumatera Selatan	99,79	0,21
7	Bengkulu	100,0	-
8	Lampung	99,98	0,02
9	Kep. Bangka Belitung	99,43	0,57
10	Kep. Riau	79,50	20,50
11	DKI Jakarta	92,22	7,78
12	Jawa Barat	95,79	4,21
13	Jawa Tengah	98,52	1,48
14	DI Yogyakarta	91,45	8,55
15	Jawa Timur	98,46	1,54
16	Banten	94,36	5,64
17	Bali	18,49	81,51
18	Nusa Tenggara Barat	81,05	18,95
19	Nusa Tenggara Timur	54,90	45,10

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

lanjutan Tabel 5.2…

20	Kalimantan Barat	98,29	1,71
21	Kalimantan Tengah	98,96	1,04
22	Kalimantan Selatan	99,83	0,17
23	Kalimantan Timur	94,18	5,82
24	Kalimantan Utara	99,71	0,29
25	Sulawesi Utara	99,65	0,35
26	Sulawesi Tengah	96,55	3,45
27	Sulawesi Selatan	95,55	4,45
28	Sulawesi Tenggara	99,77	0,23
29	Gorontalo	99,88	0,12
30	Sulawesi Barat	100,0	-
31	Maluku	95,04	4,96
32	Maluku Utara	100,0	-
33	Papua Barat	78,26	21,74
34	Papua	99,63	0,37
Indonesia		**87,32**	**12,68**

Sumber: Statistik Solus Per Aqua, 2015

Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (2015), persentase pengunjung Warga Negara Asing (WNA) ke usaha spa di Bali jauh lebih besar daripada persentase pengunjung Warga Negara Iindonesia (WNI), yakni dengan persentase sebesar 81%. Hal tersebut bertolak belakang dengan provinsi lainnya yang didominasi oleh pengunjung WNI. Selain Bali, provinsi lainnya yang memiliki persentase pengunjung WNA cukup besar adalah Kepulauan Riau, DI Yogyakarta, DKI Jakarta, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, dan Papua Barat. Kunjungan WNA pada usaha spa di beberapa provinsi selain Bali tersebut menunjukkan bahwa spa di provinsi tersebut juga memiliki daya tarik bagi WNA.

Secara keseluruhan, peningkatan dari jumlah spa, pendapatan dan penyerapan tenaga kerja selama 11 (sebelas) tahun terakhir menunjukkan bahwa industri spa terus mengalami perkembangan dan kemungkinan dapat terus berlanjut kedepannya. Pernyataan tersebut didukung oleh Global Wellness Institure (2014) yang memproyeksikan bahwa ekonomi spa dapat terus tumbuh ke atas didorong oleh beberapa hal, salah satunya adalah perkembangan sektor

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

pariwisata dan semakin banyaknya jumlah wisatawan yang memasukkan kegiatan yang berkaitan dengan kesehatan dan kebugaran pada perjalanannya, seperti memilih hotel yang menawarkan kamar dan menu makanan yang sehat, spa, dan fasilitas kebugaran. Sementara industri spa akan terus mendapatkan keuntungan dari meningkatnya pertumbuhan pariwisata.

Terkait perkembangan spa yang didorong oleh wisatawan yang menjadikannya kegiatan tambahan dalam perjalanan, PricewaterhouseCoopers (PwC) justru beranggapan bahwa spa akan menjadi motivasi utama wisatawan melakukan perjalanan. PwC merupakan sebuah firma konsultasi akuntansi dan bisnis terkenal di dunia, PwC (dalam Joppe, 2010) memprediksikan bahwa spa tidak lagi menjadi sebuah fasilitas yang ditawarkan di hotel-hotel atau resort, melainkan akan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan berkunjung seorang *traveler*. Kedua pernyataan tersebut mengindikasikan terdapat hubungan yang kuat antara perkembangan spa dengan kepariwisataan, yang ditunjukkan dengan prediksi arah perkembangan spa yang menjadi kegiatan tambahan atau menjadi motif utama perjalanan wisatawan.

B. Perkembangan Spa Khas Indonesia

Istilah spa di Indonesia memiliki pengertian yang berbeda dengan istilah spa yang sering ditemukan pada jurnal-jurnal internasional. Pada umumnya spa diartikan sebagai tempat yang ditujukan untuk mewujudkan kesejahteraan pribadi (*well-being*) secara keseluruhan, sementara di Indonesia spa diartikan sebagai upaya kesehatan tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1205/MENKES/PER/X/2004, upaya kesehatan tradisional adalah upaya kesehatan

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

yang diselenggarakan dengan cara lain diluar ilmu kedokteran dengan teknik/metode dan bahan yang mengacu kepada pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan turun temurun, oleh sebab itu, spa di Indonesia memiliki kaitan yang erat dengan tradisi budaya dan etnik.

Tilaar (2011) menjelaskan bahwa spa di Indonesia telah ada sejak zaman kerajaan Hindu Budha. Hal tersebut dapat dilihat pada pemandian kuno (*patirtan*) dan cerita yang tergambar pada relief-relief candi peninggalan pada zaman tersebut. Pada awalnya spa dilakukan dengan mandi berendam pada kolam yang telah ditaburi bunga-bunga segar. Selama berabad-abad spa eksis di Indonesia, teknik spa yang ada menjadi beragam, hingga saat ini teknik spa yang ada diantaranya adalah pijat (*body massage*), lulur (*body scrub*), masker badan (*body mask*), mandi uap (*body wrap*), dan ratus (Anastasia, 2009).

Terkadang dapat ditemukan kesamaan teknik pada spa di daerah satu dengan yang lainnya, akan tetapi bahan baku untuk ramuan atau peralatan yang digunakan sesuai dengan kekhasan daerah masing-masing. Hal tersebut menyebabkan ada banyak spa di Indonesia dengan nama yang berbeda-beda. Beberapa contoh spa khas Indonesia adalah Batangeh dari Sumatera Barat, Oukup dari Sumatera Utara, Tangas dari Jakarta, So'oso dari Madura, Boreh dari Bali, Bakera dari Sulawesi Utara, Tellu Sulapa Eppa dari Sulawesi Selatan, dan Batimung dari Kalimantan Selatan.

Keberagaman dan keunikan Spa Indonesia tersebut kemudian dimanfaatkan pemerintah beserta para pelaku usaha spa untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke dalam negeri dengan mengembangkan spa sebagai daya

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

tarik wisata di Indonesia. Pengembangan Spa Indonesia oleh pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata (Kemenpar) telah dilakukan sejak Tahun 2014. Kemenpar mempromosikan 9 (sembilan) spa yang dikenal sebagai Etno Wellness Indonesia sebagai daya tarik unggulan wisata kesehatan internasional pada Tahun 2015. Promosi dilakukan oleh Kemenpar baik di dalam maupun luar negeri. Melalui Direktorat Pengembangan Minat Khusus Kemenpar, Etno Wellness Indonesia pernah diperkenalkan pada pameran pariwisata Internasional di London, Inggris yakni World Travel Market (WTM) yang dilaksanakan pada November 2014 (antaranews.com, 2014), sedangkan promosi Etno Wellness Indonesia di dalam negeri dilakukan pada Agustus 2017 di Yogyakarta dengan nama *Ethno Spa Indonesia 2017* yang merupakan *event* berskala international dan digelar oleh Deputi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara Kemenpar.

Di sisi lain, para pelaku usaha spa melakukan pengembangan dengan mengadopsi sembilan Etno Wellness Indonesia ke menu layanan spa yang disediakan. Gaya Spa dan Martha Tilaar Spa merupakan dua perusahaan penyedia layanan spa konvensional, dan saat ini diketahui menawarkan perawatan spa khas Indonesia. Gaya Spa bekerja sama dengan Kemenpar untuk mengangkat sembilan Etno Wellness Indonesia dan telah diluncurkan pada Tahun 2015 lalu. Sementara Martha Tilaar Spa baru mengadopsi 4 macam Etno Wellness Indonesia yakni Kendedes Princess Ritual (Jawa), Boreh (Bali), Bakera Body Treatment (Sulawesi), dan Batimung Body Treatment (Kalimantan).

Selain itu, Spa Indonesia juga dapat ditemukan pada kebanyakan *hotel/resort spa* dan *destination spa* di Bali dan Jakarta. Namun dari sekian

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

banyak *hotel spa* tersebut hanya beberapa saja yang secara spesifik menyebutkan jenis Spa Indonesia yang ditawarkan. The Hermitage Hotel Jakarta merupakan hotel yang menyediakan layanan Spa Tangas asal Betawi. Tangas menjadi lebih menarik karena dipadukan dengan arsitektur hotel yang merupakan gedung bersejarah warisan Belanda yang terletak di Jakarta Pusat. Selain itu, The Dharmawangsa Hotel Jakarta juga menyediakan layanan Spa Batimung asal Banjar yakni dengan nama *Batimung Borneo Spa Treatment*. Sementara salah satu contoh *destination spa* di Bali yang menyediakan spa khas Indonesia adalah Eastern Garden Martha Tilaar Spa. Eastern Garden menawarkan beberapa perawatan tradisional yang disediakan dalam bentuk paket yang terdiri dari *morning session* dan *afternoon session*.

Keunikan konsep spa Indonesia memegang peran penting dalam perkembangan spa di Indonesia selama ini. Nilai keunikan spa yang tidak dapat ditemukan di daerah lain menyebabkan banyak wisatawan yang berkunjung ke dalam negeri untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan tentang Spa Indonesia. Oleh sebab itu, pengembangan Spa Indonesia saat ini lebih diarahkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia. Akan tetapi upaya tersebut sepertinya hanya dilakukan di kota-kota dengan perkembangan spa yang telah jauh maju seperti Bali dan Jakarta, dan belum diupayakan di daerah-daerah lainnya. Pengembangan Spa Indonesia bisa saja dilakukan di daerah-daerah lainnya yaitu dengan mengembangkan spa khas daerah masing-masing sehingga wisatawan tertarik untuk mengunjungi daerah tersebut.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

C. Perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin

Pada subbagian ini terdapat dua bahasan yaitu perkembangan konsep Batimung dan perkembangan industri spa di Kota Banjarmasin. Hampir seluruh informasi terkait subbagian ini didapatkan melalui rumah spa yang menyediakan layanan Batimung. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar aktivitas Batimung ditemukan pada rumah spa, sehingga diyakini dapat mewakili keadaan Batimung yang ada di Kota Banjarmasin saat ini. Sementara perkembangan industri spa berisi gambaran perkembangan dan karakteristik usaha spa serta kaitannya dengan upaya pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

1. Perkembangan Konsep Spa Batimung

Berdasarkan literatur yang disusun oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan (2005) beberapa peralatan yang digunakan untuk keperluan batimung antara lain adalah panci, bangku kecil, tikar purun, kain tebal, alat pengaduk ramuan, dan handuk (gambar dapat dilihat pada Lampiran). Sementara batimung yang dibantu dengan peralatan tradisional tersebut sudah sangat jarang ditemukan saat ini. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Cantik Umi

> "…kalau batimung yang dahulu sudah jarang ditemukan, biasanya hanya ditemukan di rumah-rumah" (Hasil wawancara pada tanggal 28 Juni 2018 jam 12.21 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Batimung dalam bentuk asli yaitu dengan menggunakan peralatan tradisional sudah sulit ditemukan dan jika pun ada, hanya dilakukan di rumah oleh orang-

orang tertentu. Sementara Batimung yang ada di rumah spa saat ini telah dibantu oleh peralatan modern. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "batimung di tempat saya ini modern, sudah pakai box (alat steam), sudah pakai ceret listrik. Kalau yang dulu, yang tradisional biasanya menggunakan panci untuk merebus ramuan, menggunakan tikar disekeliling tubuh. Tapi kalau masalah bahan, insya Allah sama saja. Sudah tidak ada lagi kalau sekarang (batimung seperti dahulu)" (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa peralatan modern yang digunakan untuk batimung yakni alat *steam*/sauna (*steam portable*) dan ceret listrik. Peralatan tersebut digunakan untuk menggantikan fungsi peralatan tradisional pada batimung dahulu, seperti ceret listrik untuk menggantikan fungsi panci dan alat pengaduk ramuan, alat steam/sauna (*steam portable*) untuk menggantikan fungsi tikar purun dan kain tebal. Pada Gambar 5.1 berikut dapat dilihat perbedaan batimung dahulu dengan sekarang dari peralatan yang digunakan.

Gambar 5.1. Alat Steam sebagai Peralatan Batimung Saat Ini (kiri), Batimung Dahulu dengan Menggunakan Tikar Purun dan Kain Tebal (kanan)
Sumber: vemale.com, 2018

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Pada Gambar 5.1 di atas dapat dilihat perbedaan peralatan batimung dahulu dengan yang sekarang. Apabila dahulu seluruh badan orang yang batimung perlu ditutupi dengan beberapa lapis kain tebal, sekarang orang yang batimung hanya perlu duduk di dalam sebuah alat *steam* berbentuk kubus dengan ruang gerak yang cukup besar. Gambar tersebut juga menunjukkan bahwa terjadi perkembangan pada peralatan yang digunakan untuk batimung dari yang awalnya berupa peralatan tradisional menjadi peralatan modern.

Berdasarkan bentuk Batimung yang ditemukan saat ini, dapat dikatakan bahwa Batimung mengalami komodifikasi. Komodifikasi merupakan proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditas menjadi sebuah komoditas, sehingga produk mengandung nilai guna dan nilai tukar (Piliang (2011) dalam Raka (2015:21)). Selain itu, Piliang (2005) dalam Raka (2015:27) juga mengemukakan bahwa komodifikasi merupakan salah satu ciri masyarakat postmodern dimana hampir seluruh sisi kehidupan menjadi komoditas untuk diperjualbelikan, tidak terkecuali kebudayaan. Batimung pada hakikatnya merupakan sebuah tradisi perawatan tubuh dan metode pengobatan tradisional masyarakat Banjar, sehingga kini untuk menjadi daya tarik wisata perlu diberikan nilai tambah agar bernilai jual untuk menarik perhatian dan minat wisatawan. Seperti yang terjadi di Bali, demi kepraktisan dan ekonomisasi waktu turis, pelaku budaya rela mempersingkat gerakan tarian, menghilangkan beberapa tahap upacara adat, dan mengurangi alat yang digunakan dalam suatu ritual (Raka, 2015).

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Dalam hal Batimung, peralatan beserta tata cara dan durasi pelaksanaan tidak lagi sama seperti Batimung dahulu. Memang sering terdapat pro dan kontra dalam pengembangan warisan budaya sebagai daya tarik wisata. Kekhawatiran masyarakat akan memudarnya nilai yang terkandung dalam warisan budaya tersebut merupakan salah satu dampak negatif dari komodifikasi warisan budaya. Hal tersebut juga diakui oleh Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin bahwa Batimung sebagai daya tarik wisata merupakan hal yang bertabrakan. Selain itu, dengan cara tersebut tidak tampak keunikan dan keaslian budaya Banjar pada pelaksanaan Batimung. Padahal menurut Damanik dan Weber (2006) dalam Hidayat (2016:27) bahwa keunikan, keotentisitasan, dan keoriginalitasan merupakan unsur yang mencerminkan kualitas destinasi wisata.

Sementara bagi sebagian orang pelaksanaan Batimung dengan menggunakan peralatan tradisional jauh lebih sulit. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola rumah spa yakni sebagai berikut.

> "Batimung seperti yang dulu itu rumit (pelaksanaannya). Saya tidak keberatan sebenarnya, akan tetapi dengan menggunakan peralatan seperti tikar berlapis-lapis, panci, mengaduk ramuan secara manual, mungkin akan menyulitkan pengunjung. Sementara yang sekarang dengan menggunakan ceret listrik pengunjung hanya perlu duduk, kemudian ceret tinggal dipanaskan, tidak perlu mengaduk-aduk ramuan. Selain itu juga dapat memudahkan pekerjaan karyawan" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

> "(batimung) kalau dulu pakai tikar, supaya lebih *simple*, supaya pengunjung nyaman saya menggunakan alat steam" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Cantik Umi tanggal 28 Juni 2018 jam 12.21 WITA)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa bagi pengelola penggunaan peralatan tradisional dianggap lebih rumit. Untuk menguapkan badan secara optimal diperlukan berlapis-lapis tikar purun dan kain tebal, selain itu orang yang batimung sesekali perlu mengaduk ramuan Batimung agar uap dapat menyebar ke seluruh tubuh. Sementara peralatan Batimung sekarang dianggap lebih praktis dan mudah bagi karyawan dan juga orang yang batimung, sehingga pengelola menggunakan peralatan modern untuk batimung. Pernyataan tersebut juga diakui oleh pengunjung Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "lebih praktis yang sekarang, kalau yang dulu memang sedikit rumit, takut ramuan yang ada di dalam panci tumpah, karena kita tidak bisa melihat apa yang ada didalam. Kemudian ramuan perlu diaduk, apabila tidak diaduk ramuan akan menjadi dingin sehingga keringat tidak keluar, sedangkan yang sekarang, kita tidak perlu mengaduk ramuan karena ceret listrik makin lama makin panas apabila didiamkan. Kalau yang tradisional yang menggunakan panci, ramuan yang awalnya panas jadi dingin apabila didiamkan, oleh karena itu perlu diaduk agar uap ramuan tersebar lagi. Selain itu, kerumitan juga dirasakan pada saat memasang tikar. Tikar yang diperlukan ada dua, bahkan kadang 3, kemudian selimut sekitar 2 atau 3 lembar. Hal tersebut perlu dilakukan agar uap tidak keluar. Sesudah memasang tikar dan selimut, diatasnya (leher) dipasang handuk. Supaya tikarnya tidak terbuka, tikar satu dengan yang lain perlu dikaitkan. Rumit sekali" (Hasil wawancara pada tanggal 12 Juli 2018 pukul 12.15 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pengunjung memiliki pendapat yang sama dengan pengelola rumah spa yakni batimung dengan menggunakan peralatan modern lebih praktis. Hal tersebut dikarenakan apabila menggunakan ceret listrik, ramuan semakin lama didiamkan justru akan semakin panas, sedangkan apabila menggunakan panci, ramuan yang didiamkan lama kelamaan akan menjadi dingin, sehingga orang

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

yang batimung perlu mengaduk sendiri ramuan tersebut agar uap panas tetap keluar. Selain itu dikhawatirkan ramuan yang ada di dalam panci tersebut tumpah mengenai kaki saat diaduk. Oleh sebab itu pengelola dan pengunjung rumah spa memiliki pendapat yang sama mengenai penggunaan peralatan modern yaitu lebih praktis dibandingkan menggunakan peralatan tradisional.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komodifikasi tidak selalu berdampak buruk. Dengan mudahnya pelaksanaan Batimung dengan menggunakan peralatan modern, menyebabkan pengelola rumah spa sampai saat ini masih menyediakan layanan Batimung. Selain itu permintaan pengunjung rumah spa selalu ada.

Di sisi lain, Batimung juga mengalami perkembangan dari segi pemanfaatannya. Batimung dimanfaatkan oleh masyarakat Banjar sebagai metode pengobatan tradisional (Aziddin, 1990:113-114) dan tradisi perawatan tubuh pada pernikahan adat Banjar (Seman, 1997), akan tetapi sekarang batimung juga mulai dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan perawatan tubuh biasa.

Batimung sebagai metode pengobatan tradisional khususnya pengobatan penyakit kuning sudah jarang dilakukan oleh penduduk Kota Banjarmasin. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil survei Badan Pusat Statistik pada Tahun 2017 terkait preferensi tempat berobat jalan bagi penduduk Provinsi Kalimantan Selatan. Pada Tabel 5.3 berikut ditunjukkan preferensi tersebut bagi penduduk Kota Banjarmasin.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Tabel 5.3. Preferensi Penduduk Provinsi Kalimantan Selatan terhadap Tempat Berobat Jalan

Tempat Berobat Jalan	Persentase
Rumah Sakit Pemerintah	8,57
Rumah Sakit Swasta	2,73
Praktik Dokter/Bidan	23,85
Klinik/Praktik Dokter Bersama	12,69
Puskesmas/Pustu	43,10
UKBM (Poskesdes, Polindes, Posyandu, Balai Pengobatan)	11,53
Praktik Pengobatan Tradisional	***1,86***
Lainnya	0,76

Sumber: Statistik Kesejahteraan Rakyat Provinsi Kalimantan Selatan, 2017

Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Kota Banjarmasin pergi ke tempat seperti puskesmas, praktik dokter/bidan, klinik, UKBM (posyandu, balai pengobatan), rumah sakit pemerintah, dan rumah sakit swasta untuk mendapatkan pengobatan. Sementara praktik pengobatan tradisional hanya dikunjungi oleh sebagian kecil masyarakat yang ditunjukkan dengan persentase kurang dari 2% dari keseluruhan jumlah penduduk di Kota Banjarmasin.

Sementara Batimung sebagai tradisi perawatan tubuh pada pernikahan adat Banjar masih sering dilakukan oleh penduduk Kota Banjarmasin, akan tetapi cara pelaksanaannya tidak lagi sama seperti dahulu. Cara masyarakat Banjar dahulu melaksanakan Batimung untuk kebutuhan perawatan sebelum pernikahan adalah dengan memanggil tukang timung atau *panimungan* ke rumah untuk membantu calon pengantin batimung. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "Hal tersebut dikarenakan batimung dengan memanggil *panimungan* ke rumah cukup melelahkan, harus menyiapkan *tapih* (sarung), membersihkan dan merapikan kembali isi rumah setelah batimung, membuat minuman untuk *acil*, mengantarkan beliau pulang ke rumah" (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa kebiasaan masyarakat Banjar dahulu untuk batimung adalah dengan memanggil *panimungan* yang biasanya dipanggil dengan sebutan *acil* (bibi) ke rumah. Tuan rumah perlu mempersiapkan segala peralatan salah satunya tapih (sarung). Sebagai bentuk terima kasih, biasanya tuan rumah menjamu *panimungan* dengan minuman dan menjemput serta mengantar *panimungan* ke tempat tinggalnya.

Saat ini, cara pelaksanaan Batimung seperti yang disebutkan di atas sudah mulai jarang ditemukan di Kota Banjarmasin. Mungkin hanya sebagian kecil masyarakat masih menggunakan cara tersebut, sementara sebagian lainnya lebih memilih pergi ke rumah spa yang menyediakan layanan batimung. Batimung yang ada pada rumah spa disediakan dalam bentuk paket pranikah bersama perawatan lainnya menyesuaikan dengan kebutuhan calon pengantin, seperti ratus, lulur, totok wajah, dan perawatan kaki.

Paket pranikah yang disediakan rumah spa tersebut hanya berlaku dalam waktu satu hari dengan durasi kurang lebih 3 jam, sehingga tidak mungkin apabila batimung dilaksanakan selama 30-60 menit bahkan berkali-kali sesuai yang disebutkan oleh Seman (1997) dan Badan Penelitian Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan (2005:88). Walaupun ada sebagian rumah spa yang membebaskan berapa lama waktu yang digunakan untuk batimung, seperti yang dilakukan pengelola Rumah Cantik Umi

> "Biasanya 15 menit, tapi apabila masih kuat bisa sampai setengah jam, kami menganjurkan sampai 15 menit saja, kecuali untuk orang yang kelebihan berat badan, biasanya bisa bertahan sampai setengah jam, tapi dianjurkan paling 15 menit, kalau yang kurang darah (tekanan

> darah rendah) paling 5 menit, asalkan keringat sudah keluar walaupun sedikit, dikeluarkan dari box" (Hasil wawancara pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pengelola menganjurkan batimung untuk dilakukan selama 15 menit, akan tetapi tidak membatasi bagi pelanggan yang ingin batimung lebih lama yaitu sekitar 30 menit dan biasanya dilakukan oleh pelanggan yang memiliki keluhan berat badan. Selain itu, batimung ada kalanya dipersingkat menjadi sekitar 5 menit dikarenakan efek yang dibawa batimung secara fisik kurang baik bagi orang yang memiliki tekanan darah yang rendah.

Saat ini masyarakat juga memanfaatkan Batimung untuk memenuhi kebutuhan perawatan tubuh biasa. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola dan karyawan rumah spa, yakni sebagai berikut

> "Dahulu sebelum melangsungkan pernikahan, calon pengantin pasti batimung, sekarang tidak lagi, orang-orang sudah tahu manfaat batimung" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Cantik Umi pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

> "Biasanya cuma untuk perawatan tubuh biasa (motif melakukan batimung), ibu rumah tangga, pegawai, tapi juga ada yang untuk keperluan sebelum menikah" (Hasil wawancara dengan karyawan di Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 10.35 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Batimung saat ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perawatan tubuh, dan kebanyakan dilakukan oleh ibu rumah tangga dan pegawai. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai manfaat yang diperoleh melalui batimung. Beberapa informasi mengenai manfaat batimung yang peneliti temukan pada buku maupun artikel online antara lain adalah sebagai

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

berikut; menghilangkan bau badan (Aziddin, 1990), menyehatkan dan mengharumkan tubuh dengan menguras habis keringat (Seman, 1997), mengangkat sel kulit mati, membuka pori-pori kulit dan merangsang pertumbuhan kulit baru (megapolitan.kompas.com, 2011), melancarkan peredaran darah, mengatasi insomnia, mengeluarkan toksin yang ada dalam tubuh, membakar lemak, serta membantu orang yang memiliki kesulitan pada anggota gerak untuk mengeluarkan keringat (Dr. Tinuk Nursetiawati, M.Si, anggota Indonesia Wellness Master Association (IWMA) dalam majalahkartini.co.id, 2017). Beberapa manfaat tersebut juga diakui oleh pengelola rumah spa, seperti pada hasil wawancara berikut

> "Kebanyakan pengunjung ingin membuat tubuh menjadi wangi, menurunkan berat badan, membersihkan kulit karena melalui batimung keringat dapat langsung keluar, terlebih apabila sebelumnya pengunjung luluran terlebih dahulu. Kata orang batimung juga dapat memberi rasa nyaman pada tubuh, rasa ringan, untuk orang dengan tekanan darah rendah, bahaya, akan tetapi apabila tekanan darah tinggi, dengan batimung tekanan darah tersebut dapat menurun" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Cantik Umi pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

> "Yang pasti batimung dapat mengeluarkan racun dari tubuh, *wisa*, atau toksin, sehingga apabila seseorang yang sedang sakit biasanya batimung, jadi nantinya badan akan mengeluarkan keringat. Yang kedua dapat mengurangi bau badan, biasanya aroma badan orang yang beranjak dewasa kurang sedap, dengan batimung insya Allah berkurang, kalau hilang sama sekali sepertinya tidak, paling tidak baunya berkurang. Kemudian yang ketiga batimung berfungsi saat sedang flu, panas dalam, insya Allah sembuh. Menurunkan kadar kolesterol juga bisa, karena dengan batimung semua keringat akan keluar. Setau saya calon pengantin juga biasanya batimung. Dengan keluarnya keringat, bedak dapat menempel lebih tahan lama, aroma badan menjadi wangi." (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa keringat yang dikeluarkan melalui batimung dapat memberi efek yang baik, baik bagi bagian luar maupun bagian dalam tubuh. Efek batimung pada bagian luar

tubuh yakni menjadikan kulit bersih, sedangkan manfaat pada bagian dalam tubuh antara lain menghilangkan bau badan, mengeluarkan racun yang ada dalam tubuh, menyembuhkan flu dan panas dalam, menurunkan tekanan darah tinggi, dan menurunkan kadar kolesterol. Pernyataan tersebut juga diakui oleh pengunjung rumah spa, bahwa keringat yang dikeluarkan melalui batimung baik untuk kesehatan. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengunjung Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "Keringat lebih cepat keluar, kalau lulur kan cuma untuk membersihkan dan mengeluarkan daki (kotoran yang melekat pada tubuh), sedangkan batimung itu mengeluarkan keringat yang bau di badan, dari dalam tubuh" (Hasil wawancara pada tanggal 12 Juli 2018 pukul 12.15 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Batimung dapat membantu perawatan tubuh tidak hanya dari luar akan tetapi juga dari dalam, yakni melalui keringat yang dikeluarkan selama proses batimung. Sejumlah manfaat tersebut mungkin adalah penyebab batimung saat ini semakin sering dilakukan oleh masyarakat. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola dan karyawan rumah spa

> "Tiap hari selalu ada pengunjung yang batimung, mungkin karena manfaatnya itu" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Cantik Umi pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

> "Selalu ada setiap hari, kebanyakan pengunjung memesan yang paket, ada paket yang isinya juga dengan lulur atau masker. Jadi tiap hari selalu ada yang batimung" (Hasil wawancara dengan karyawan di Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Batimung cukup populer di kalangan penduduk Kota Banjarmasin. Hal tersebut dibuktikan dengan setiap hari selalu ada pengunjung rumah spa yang memesan Batimung. Rumah spa biasanya menyediakan layanan batimung

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

dalam bentuk batimung saja atau dalam bentuk paket bersama dengan perawatan lainnya. Menu perawatan batimung berbentuk paket yang terdapat pada Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi dan Rumah Cantik Umi dapat dilihat pada Lampiran. Paket tersebut dijual dengan harga pada kisaran 100-150 ribu rupiah.

2. Perkembangan Industri Spa

Industri spa merupakan objek penting dalam penelitian perkembangan Spa Batimung. Hal tersebut dikarenakan usaha spa merupakan tempat dimana layanan batimung pada umumnya dapat diperoleh. Sayangnya data terkait jumlah pengunjung, usaha spa, serta pendapatan usaha spa di Kota Banjarmasin hingga saat ini belum dapat ditemukan. Namun berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (2015) mengenai perkembangan SPA (Solus Per Aqua), industri spa di Provinsi Kalimantan Selatan mulai beroperasi secara komersial sejak tahun 1990 dan hingga sekarang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sehubungan dengan tidak tersedianya data-data tersebut, peneliti mencoba mengidentifikasi jenis-jenis usaha spa yang ada di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan 8 (delapan) jenis usaha spa yang dikemukakan oleh ISPA (2010), jenis usaha spa yang ditemukan di Kota Banjarmasin antara lain *day spa*, *hotel spa*, *cosmetic spa*, dan *club spa*. Sementara jenis usaha spa yang menyediakan layanan spa dengan teknik tradisional seperti pijat, lulur, masker, mandi uap, dan sejenisnya dapat ditemukan pada *day spa* dan *hotel spa*. Beberapa hotel yang menyediakan layanan spa tersebut antara lain,

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Rattan Inn, Roditha Hotel, dan Golden Tulip Galaxy Hotel. Jenis perawatan yang ditawarkan oleh ketiga hotel tersebut kebanyakan berupa pijat dan lulur serta perawatan khas dari negara lain seperti *thai massage* dan Shiatsu (terapi kesehatan asal Jepang). Akan tetapi, pada ketiga hotel tersebut belum ditemukan menu perawatan yang secara spesifik menyebutkan Batimung. Padahal *hotel spa* boleh jadi merupakan tempat yang tepat untuk memperkenalkan Batimung kepada wisatawan yang menginap di hotel tersebut.

Sementara *day spa* merupakan jenis usaha spa yang paling banyak ditemukan di Kota Banjarmasin. *Day spa* kebanyakan bertempat di bangunan-bangunan rumah toko (ruko) di samping jalan utama perkotaan. Pada jenis usaha spa inilah layanan batimung biasa ditemukan. *Day spa* atau di Kota Banjarmasin biasa disebut rumah spa kebanyakan merupakan usaha yang dikelola secara turun temurun dan hanya melibatkan anggota keluarga. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola rumah spa yakni sebagai berikut

> "Usaha ini adalah milik keluarga, jadi apabila pada umumnya pada setiap cabang ditemukan supervisor dan manajer, maka di tempat saya hanya ada satu yang mengelola secara keseluruhan. Cabang S. Parman, cabang Banjarbaru, cabang Bumi Mas, masing-masing dikelola oleh adik-adik saya, sementara cabang Veteran, cabang Cemara dan cabang Dahlia dikelola oleh saya sendiri. (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

> "pengelolaan saya serahkan pada anak-anak saya, dan pengelolaan dibagi per cabang seperti Diba di cabang Pal 6 dan Zia di cabang Banjar Indah" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Umi pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa secara keseluruhan usaha spa dimiliki oleh suatu kepala keluarga, dan pengelolaan pada setiap *outlet* diserahkan kepada setiap anak. Selain itu, apabila pada umumnya pada suatu usaha dapat ditemukan struktur organisasi dimana terdapat beberapa bagian dengan fungsi yang berbeda-beda, maka kebanyakan rumah spa yang ada di Kota Banjarmasin tidak demikian. Pengelolaan secara keseluruhan dibebankan kepada satu orang, baik pengelolaan keuangan, Sumber Daya Manusia (SDM), produk, maupun pengelolaan lainnya.

Jenis usaha spa seperti demikian dikategorikan sebagai *small business.* Robbins dan Judge (2012:487) mengemukakan bahwa *small business* memiliki struktur organisasi yang sederhana. Pada struktur tersebut dapat ditemukan tingkat pengelompokan pekerjaan (departementalisasi) yang rendah, rentang kontrol yang luas, biasanya hanya ditemukan dua atau tiga tingkatan vertikal, aturan dan ketentuan yang lebih sedikit, otoritas terpusat pada satu orang, serta biasanya pengelola dan pemilik adalah orang yang sama.

Berdasarkan pandangan Robbins dan Judge (2012:487) keunggulan dari struktur organisasi usaha yang sederhana adalah cepat, fleksibel, dan tidak membutuhkan banyak biaya untuk dioperasikan. Sementara kelemahannya adalah tidak dapat mendukung pengembangan usaha. Hal tersebut dikarenakan sentralisasi yang tinggi menyebabkan tingkatan atas menampung informasi yang terlalu banyak, sehingga pengambilan keputusan menjadi lamban. Selain itu, karena segala keputusan bergantung kepada satu orang,

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

sehingga satu kelalaian orang tersebut dapat mengacaukan pengambilan keputusan usaha.

Dalam pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin, usaha spa perlu berupaya lebih besar untuk memperkenalkan serta meningkatkan kualitas produknya agar layanan Batimung pada usahanya dapat dikenal lebih luas dan menarik pengunjung lebih banyak. Oleh karena itu pada usaha spa perlu dibuat struktur organisasi dengan sejumlah bagian yang diperlukan dan dikepalai oleh orang yang berbeda-beda, sehingga pengoperasian usaha jauh lebih efisien karena pengelolaan dibagi berdasarkan fungsinnya.

Jumlah rumah spa di Kota Banjarmasin cukup banyak, akan tetapi tidak semua menyediakan layanan Batimung. Terdapat sekitar 10 (sepuluh) nama rumah spa yang menyediakan layanan tersebut. Pada Tabel 5.4 berikut disajikan persebaran rumah spa yang menyediakan layanan Batimung di Kota Banjarmasin Menurut Kecamatan.

Tabel 5.4. Persebaran Rumah Spa di Kota Banjarmasin Menurut Kecamatan

Kecamatan	Usaha Spa	Jumlah/Kec.
Banjarmasin Utara	Rumah Lulur Timung Putri, Yulia Muslimah Beauty Salon dan Spa	2
Banjarmasin Barat	Rumah Timung, Rumah Timung, Lulur dan Salon Hafabi, Pondok Lulur Timung Mawar,	3
Banjarmasin Tengah	Rumah Timung, Lulur dan Salon Hafabi, Rumah Lulur dan Timung Muslimah, Pondok Lulur Timung Mawar	3
Banjarmasin Timur	Rumah Cantik Gianna, Rumah Timung, Lulur dan Salon Hafabi, Rumah Timung Umi	3
Banjarmasin Selatan	Rumah Lulur dan Timung, Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi, Rumah Timung Rima, Rumah Timung Umi	4

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2018

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Data tersebut peneliti peroleh melalui survei lapangan, sehingga belum tentu telah mencakup seluruh rumah spa yang menyediakan layanan batimung di Kota Banjarmasin. Akan tetapi, berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa rumah spa yang menyediakan layanan tersebut dapat ditemukan di setiap kecamatan.

Sehubungan dengan pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin, sejauh ini rumah spa belum pernah dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "tidak pernah (dikunjungi wisatawan asing), tapi kalau nonmuslim cina banyak itu di cabang Veteran" (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa rumah spa belum pernah dikunjungi wisatawan mancanegara, sehingga dapat dikatakan bahwa Batimung belum menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan ke Kota Banjarmasin. Hal tersebut juga diakui oleh salah satu karyawan Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi bahwa hingga saat ini belum pernah menerima pengunjung warga negara asing.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

BAB VI

PENGEMBANGAN SPA BATIMUNG SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MINAT KHUSUS DI KOTA BANJARMASIN

Kota Banjarmasin merupakan kota yang terbilang baru dalam mengembangkan sektor pariwisata. Langkah besar pemerintah kota untuk mengembangkan sektor pariwisata baru dimulai sejak Tahun 2015, saat Menara Pandang dan Patung Bekantan di Siring Sungai Martapura dibangun. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa upaya pengembangan pariwisata belum begitu beragam. Upaya pengembangan Batimung saat ini pun belum diarahkan untuk menarik kunjungan wisatawan ke daerah. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin

> "Jadi kita pernah bekerja sama dengan DPP Asosiasi Spa Indonesia untuk mereka bersosialisasi dan standarisasi usaha spa se-Kalimantan Selatan. Akan tetapi kegiatan tersebut dilaksanakan untuk pengembangan spa secara keseluruhan, sementara pengembangan batimung secara spesifik belum. Pada acara tersebut ada sekitar 30 peserta yang hadir." (Hasil wawancara pada tanggal 18 Juli 2018 pukul 10.52 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin selama ini lebih ke pengembangan spa secara umum, tidak secara spesifik kepada Batimung. Upaya pengembangan spa tersebut seperti memfasilitasi DPP (Dewan Perwakilan Pusat) Asosiasi Spa Indonesia untuk melakukan sosialisasi dan standarisasi kepada para pelaku usaha spa di seluruh Provinsi Kalimantan Selatan. Peserta yang hadir pada kegiatan tersebut sekitar 30

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(tiga puluh) pelaku usaha spa. Disamping itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin juga melakukan pendataan secara rutin pada usaha-usaha spa. Selain kedua upaya tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin belum melakukan upaya lain terkait pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin.

Oleh sebab itu, agar pengembangan tersebut dapat berjalan dengan baik, perlu diidentifikasi terlebih dahulu faktor penghambat dan faktor pendukung pengembangan Batimung di Kota Banjarmasin. Faktor-faktor penghambat dapat berupa penghambat perkembangan usaha, penghambat proses pengenalan Batimung, maupun penghambat pengembangan Batimung secara regional. Sementara faktor-faktor pendukung dapat berupa pendukung dalam pelaksanaan Batimung, pendukung untuk Batimung semakin dikenal oleh masyarakat luas, maupun pendukung dalam peningkatan permintaan akan Batimung.

A. Faktor Penghambat Pengembangan Spa Batimung sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Kota Banjarmasin

1) Perizinan Usaha

Ada dua jenis perizinan usaha yang perlu dikantongi pelaku usaha spa di Kota Banjarmasin yakni izin usaha pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) dan izin usaha pariwisata pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar). Pada layanan perizinan usaha oleh DPMPTSP, usaha spa termasuk pada Izin Usaha Hiburan dan Rekreasi. Beberapa syarat permohonan izin usaha tersebut antara lain adalah surat permohonan, identitas pemohon izin, surat keterangan terkait tempat usaha

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

seperti SKTU, izin undang-undang gangguan (HO), izin mendirikan bangunan (IMB), surat pernyataan terkait bertanggung jawab atas keselamatan pengunjung, dan surat pernyataan patuh dan taat terhadap peraturan yang berlaku di masyarakat.

Sementara izin usaha pariwisata yang diperoleh melalui Disbudpar telah tercantum pada Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pada Undang Undang tersebut disebutkan bahwa pelaksanaan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata merupakan kewenangan pemerintah, yang dalam hal ini merupakan kewenangan pemerintah kota melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Proses perizinan tersebut yang mengharuskan pelaku usaha spa untuk mengantongi dua izin usaha dianggap cukup rumit, seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "Proses perizinan usaha lumayan rumit, makanya saya minta bantuan teman saya untuk mengurus perizinan di DPMPTSP, jadi saya terima beresnya saja. Selain itu izin usaha pariwisata juga sulit, karena ada survei lapangan dan biasanya juga ada Satpol PP yang ikut mengawasi." (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa proses perizinan usaha yang dilakukan ke DPMPTSP cukup rumit, sehingga pengelola menggunakan jasa untuk mengurus perizinan tersebut. Selain itu, pengelola juga mengikuti proses perizinan usaha pariwisata, akan tetapi untuk mendapatkan izin tersebut cukup rumit karena harus disertai survei lapangan.

Kesulitan untuk mengurus perizinan kemungkinan juga dirasakan oleh pengelola usaha spa lainnya, seperti yang peneliti temukan bahwa beberapa

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

usaha spa yang peneliti sebutkan pada Tabel 5.4 tidak ditemukan pada Data Izin Usaha Kepariwisataan Jenis Salon pada Tahun 2017 yang diperoleh dari Disbudpar Kota Banjarmasin (dapat dilihat pada Lampiran). Pada Tabel 5.4 disebutkan 10 (sepuluh) nama rumah spa, sementara hanya ada dua nama yang ditemukan pada data milik Disbudpar tersebut, yakni Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi dan Yulia Muslimah Beauty Salon dan Spa. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa tidak semua rumah spa terutama yang menyediakan layanan batimung mendaftarkan usahanya sebagai usaha pariwisata. Hal tersebut bisa jadi disebabkan oleh kerumitan proses perizinan, sehingga banyak pengelola yang hanya berusaha mengantongi izin yang dasar saja yaitu izin usaha di DPMPTSP Kota Banjarmasin.

Kerumitan proses perizinan dapat menjadi faktor penghambat pengembangan Batimung karena dapat mempengaruhi para calon pengusaha yang awalnya tertarik untuk mengembangkan usaha pariwisata terutama usaha spa justru malah menarik langkah, apalagi saat ini ada banyak peluang investasi di berbagai sektor. Selain itu, proses perizinan yang rumit dapat menyebabkan banyaknya muncul rumah spa abal-abal. Walaupun jumlah rumah spa mengalami pertumbuhan, akan tetapi belum menjamin pertumbuhan industri spa yang baik apabila rumah spa tidak memberikan pelayanan yang sesuai. Keberadaan rumah spa abal-abal tersebut dikhawatirkan malah akan memberikan kesan yang buruk bagi wisatawan yang berkunjung dan otomatis dapat menghambat pengembangan Batimung.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Pada akhir Tahun 2017 yang lalu, Pemkot Banjarmasin melalui Disbudpar mencoba mengatasi permasalahan tersebut. Kadisbudpar menyatakan sedang menggarap Rancangan Peraturan Daerah tentang Tanda Daftar Usaha Kepariwisataan terkait penyederhanaan izin usaha pariwisata dengan mengatur usaha hanya perlu mengantongi satu izin saja yaitu izin usaha pariwisata (kalsel.antaranews.com, 2017). Namun belum diketahui apakah saat ini peraturan tersebut telah berlaku atau belum.

2) Kompetensi tenaga kerja

Berdasarkan Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, kompetensi tenaga kerja adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki dan dikuasai oleh tenaga kerja di sektor pariwisata. Kompetensi yang dimiliki tenaga kerja tersebut harus sesuai dengan bidang yang ditekuni. Seperti pemandu wisata, *bellboy*, dan pramugari merupakan tenaga kerja yang dapat ditemukan dalam sektor pariwisata, akan tetapi ketiganya terbagi pada bidang yang berbeda-beda, sehingga kompetensi yang dituntut untuk dimiliki oleh ketiga tenaga kerja tersebut tentu berbeda-beda.

Pada bidang spa, tenaga kerja meliputi terapis, manajer, direktur, dan konsultan. Dalam hal kepariwisataan, terapis memegang peran penting karena secara langsung berhubungan dengan wisatawan yakni sebagai pelaksana pelayanan spa. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1205/MENKES/PER/X/2004 tentang Pedoman Persyaratan Kesehatan Pelayanan Spa, terapis adalah tenaga kerja yang telah memiliki kompetensi

pada tingkat kualifikasi tertentu dan mempunyai kewenangan untuk menjalankan profesinya. Terdapat tiga tingkatan kualifikasi terapis memiliki tiga tingkatan yakni terapis muda, terapis madya, dan terapis utama.

Sebagian besar kompetensi yang harus dimiliki ketiga kualifikasi terapis tersebut adalah berupa keterampilan teknis atau *hard skills*, terutama bagi terapis muda dan madya. Keterampilan teknis tersebut seperti mempersiapkan ruangan, peralatan, dan bahan untuk perawatan spa, melaksanakan perawatan spa baik dengan teknik perawatan tradisional maupun dengan peralatan elektronik. Untuk mengasah keterampilan tersebut biasanya terapis mengikuti pelatihan (*training*). Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Cantik Umi yang mengadakan pelatihan (*training*) secara personal kepada pegawai yang mereka pekerjakan.

> "Pegawai perlu dilatih terlebih dahulu, sebab dari awal bergabung ke tempat ini, mereka tidak memiliki keterampilan sama sekali. Pegawai dilatih hingga mereka memiliki keterampilan tersebut, kebanyakan memakan waktu seminggu, akan tetapi ada pula yang perlu waktu hingga satu bulan. Biasanya yang memberikan pelatihan kalau bukan saya, karyawan lain" (Hasil wawancara pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pelatihan memerlukan waktu minimal satu minggu dan maksimal satu bulan. Pelatihan diberikan secara personal oleh pengelola atau pegawai lain yang telah memiliki keterampilan tersebut. Pelatihan perlu dilakukan karena pegawai pada saat awal dipekerjakan tidak memiliki keterampilan sama sekali terkait pekerjaan yang akan ditekuninya tersebut. Hasil wawancara juga

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

menunjukkan bahwa keterampilan teknis atau *hard skills* sangat diutamakan bagi terapis.

Sementara sehubungan dengan pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus, terapis juga perlu memiliki keterampilan lain disamping keterampilan teknis atau biasa disebut *soft skills* untuk melayani wisatawan, seperti yang dikemukakan oleh Lewis et al (2008) dalam Ahmed et al (2012:62) bahwa *soft skills* merupakan pelengkap bagi keterampilan teknis pada suatu pekerjaan. Pandey dan Pandey (2015) juga mengemukakan bahwa *soft skills* merupakan kombinasi antara kualitas pribadi, keterampilan interpersonal, dan keterampilan/pengetahuan tambahan yang dapat membantu tenaga kerja melakukan pekerjaannya lebih baik. Kedua pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa *soft skills* dapat berupa keterampilan atau pengetahuan tambahan disamping keterampilan teknis untuk membantu tenaga kerja melakukan pekerjaannya lebih baik. Dalam hal ini, pengetahuan terkait Batimung dan keterampilan berbahasa asing bukan merupakan kemampuan yang wajib dikuasai terapis. Akan tetapi, berkaitan dengan pengembangan spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus, terapis perlu memiliki keterampilan tersebut.

Pengetahuan tambahan terkait Batimung seperti filosofi setiap tindakan perawatan, kegunaan bahan-bahan yang ada pada ramuan, hingga sejarah terkait Batimung merupakan hal yang penting. Hal tersebut dikarenakan agar layanan spa batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus dapat dibedakan dengan layanan spa batimung pada umumnya.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Dengan demikian hal-hal yang dapat diperoleh wisatawan tidak hanya berupa pelayanan spa, akan tetapi juga pengetahuan terkait Spa Batimung.

Bentuk yang demikian juga dapat ditemukan pada jenis wisata lainnya, seperti pada *food tourism* dan *mythological tourism.* Presenza dan Chiappa (2013) dalam Ellis et al (2018:254) mendefinisikan *food tourism* sebagai pengalaman apapun yang berkaitan sumber daya kuliner yang ditemukan pada suatu destinasi. Che (2006) dalam Ellis et al (2018:254) juga mengemukakan bahwa *food tourism* dapat berupa pengalaman berbentuk fisik seperti mencicipi makanan, dan pelibatan wisatawan pada kegiatan-kegiatan terkait makanan dengan konteks yang lebih luas seperti berkunjung ke tempat makanan diproduksi, berkunjung ke *event* bertema makanan, dan mengikuti kelas masak. Di sisi lain, pada penelitian yang dilakukan oleh Žužić (2016:111) terkait wisata minat khusus mitologi (*mythological tourism*) di Istria, ditemukan upaya penyampaian pengetahuan baru kepada wisatawan melalui kumpulan narasi seluruh mitos dan legenda di Istria. Upaya tersebut selain dapat memperluas wawasan, juga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan selama menjalani kegiatan wisata minat khusus tersebut.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa *food tourism* tidak hanya sebatas aktivitas fisik seperti mencicipi makanan, akan tetapi juga dapat dilakukan dengan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan kuliner di sebuah destinasi wisata. Selain itu kegiatan wisata minat khusus juga dapat berupa penyampaian pengetahuan terkait jenis wisata minat khusus yang diikuti. Hal tersebut juga berlaku pada wisata minat khusus Spa

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Batimung, dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya berupa layanan spa, akan tetapi juga dapat berupa pembelajaran dan penyampaian pengetahuan terkait Batimung dan kebudayaan di Kota Banjarmasin.

Walaupun pengelola telah memenuhi kewajibannya meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan teknis, akan tetapi sayangnya belum ditemukan upaya peningkatan kompetensi pada pengetahuan. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan salah satu terapis di Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi mengenai ketidaktahuan tentang bagaimana cara Batimung dahulu dilaksanakan atau yang menggunakan alat tradisional. Padahal untuk mengembangkan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus diperlukan pengetahuan yang banyak terkait Batimung untuk kemudian disampaikan kepada wisatawan.

Selain pengetahuan tambahan terkait Batimung, terapis juga perlu memiliki keterampilan tambahan yakni keterampilan berbahasa asing. Keterampilan tersebut diperlukan agar terapis dapat berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara dengan baik. Effendy (2005) mengemukakan bahwa dalam melakukan komunikasi harus terdapat kesamaan makna antara pengirim dan penerima pesan. Dalam hal ini, terapis yang biasanya berkomunikasi secara langsung dengan wisatawan perlu menyampaikan pesan seperti pengetahuan terkait Batimung dengan menggunakan bahasa yang dipahami oleh wisatawan, sehingga terdapat kesamaan makna antara pesan yang disampaikan oleh terapis dengan pesan yang diterima oleh wisatawan.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3) Keengganan pengelola untuk melakukan pengembangan usaha spa

Saat ini, promosi yang dilakukan oleh pengelola rumah spa masih dalam lingkup Kota Banjarmasin. Di samping itu, media yang digunakan secara aktif untuk promosi oleh pengelola adalah media sosial. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "Saya melakukan promosi di Banjarmasin saja. Promosi saya lakukan hanya lewat brosur dan instagram, tapi menurut saya brosur sudah tidak begitu efektif, kebanyakan tidak dibaca, jadi saya lebih mengandalkan Instagram. Selain itu yang lebih efektif menurut saya adalah promosi lewat mulut ke mulut." (Hasil wawancara pada tanggal 7 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi menggunakan media cetak brosur dan media sosial Instagram untuk mempromosikan usahanya. Namun promosi menggunakan brosur dianggap kurang efektif sehingga pengelola lebih mengandalkan Instagram, sedangkan pengelola Rumah Cantik Umi mengakui tidak menggunakan media sosial apapun untuk mempromosikan usahanya. Disamping itu, pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi meyakini bahwa informasi pengalaman yang disebarkan oleh pengunjung atau biasa disebut *word of mouth* juga efektif untuk mengajak orang-orang berkunjung ke usaha spa yang ia kelola. Pernyataan tersebut seperti yang dikemukakan oleh Taghizadeh et al (2013) dalam Basri et al (2015:325) bahwa *Word of Mouth* merupakan media yang efektif digunakan oleh usaha yang menawarkan produk yang tidak berbentuk (*intangible*) atau berupa pengalaman.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Ruang lingkup promosi usaha spa tidak seharusnya hanya berkisar di Kota Banjarmasin. Dengan ruang lingkup tersebut, promosi hanya dapat menjangkau penduduk Kota Banjarmasin yang sebenarnya telah familiar dengan Batimung, selain itu pengunjung dapat dikatakan bukan kategori wisatawan, padahal dalam pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus yang diharapkan adalah kunjungan dari wisatawan atau penduduk yang tinggal di luar kawasan Kota Banjarmasin. Hal tersebut mungkin berkaitan dengan sikap pengelola terhadap upaya pengembangan usaha spa, seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur dan Salon Hafabi

> "Ada banyak yang datang menawarkan bantuan seperti bank dan pemilik ruko. Selain itu juga ada pengusaha-pengusaha yang katanya ingin membeli nama untuk membuka usaha di daerah lain seperti Tanjung, Samarinda, bahkan sampai ke Surabaya dan Jakarta, tapi saya tolak. Kalau yang datang cuma mau beli bahan tertentu perkilo misalnya timung, saya tidak keberatan, nanti saya akan hubungi ibu saya." (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa penawaran baik dalam bentuk dana maupun kerjasama telah diberikan oleh bank dan pemilik rumah toko (ruko). Beberapa pengusaha juga menawarkan kerjasama untuk perluasan usaha ke daerah lain seperti Tanjung (salah satu kecamatan di Kabupaten Tabalong) dan Samarinda, hingga kota-kota besar di Pulau Jawa. Namun pengelola menunjukkan ketidaktertarikan terhadap penawaran tersebut, kecuali untuk pembelian bahan dengan jumlah tertentu di pabrik pengolahan lulur yang dimiliki oleh keluarganya.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Sikap lainnya yang menunjukkan ketidaktertarikan pengelola terhadap upaya pengembangan usaha spa adalah ketidakhadiran pada acara/kegiatan pengembangan spa yang digelar oleh sebuah instansi. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "Tidak aktif (mengikuti acara/kegiatan pengembangan spa). Paling misal kalau ada expo di Jakarta atau di daerah mana, kita yang bantu Dinas menyediakan barang untuk dibawa kesana. Walaupun sebenarnya dampak yang dibawa bagus bagi usaha spa saya, akan tetapi saya tidak begitu suka mengikuti kegiatan seperti itu. Pernah satu kali saya ke Bali untuk mengikuti kegiatan terkait pengembangan spa, setelah itu tidak pernah lagi" (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa walaupun pengelola mengetahui dampak positif dari mengikuti kegiatan tersebut, pengelola tidak tertarik mengikutinya. Pengelola hanya membantu pemerintah mengisi meja pada *booth* dengan bahan-bahan ramuan spa, seperti pada pameran spa khas Indonesia di Hotel Mercure Kota Banjarmasin yang lalu (dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Lampiran). Melalui acara/kegiatan tersebut sebetulnya pengelola bisa mendapatkan banyak manfaat dengan membangun jaringan dengan pihak-pihak lain seperti perwakilan Dinas Pariwisata, anggota Asosiasi Pariwisata, atau sesama pelaku usaha spa. Granovetter (1973) dalam Ioanid (2017:937) berpendapat bahwa membangun hubungan dengan pihak-pihak di luar perusahaan dapat membawa kepada ide-ide baru dan bahkan perspektif baru pada proses pengembangan bisnis. Kärkkäinen (2010) dalam Ioanid (2017:937) beranggapan bahwa semakin jauh suatu usaha keluar dari zona nyaman mereka, peluang untuk menghasilkan ide-ide baru meningkat terutama dengan

berinteraksi dengan pihak-pihak lain seperti pelanggan, perusahaan sejenis, pemasok, akademisi, dan bahkan komunitas tertentu.

Berdasarkan pernyataan Pyke (2016:99) pada penelitiannya terkait pengembangan *wellbeing tourism*, yang menjadi hambatan pelaku usaha untuk melakukan pengembangan usaha salah satunya adalah karena kondisi keuangan. Pyke (2016:99) mengemukakan bahwa sebenarnya pelaku usaha sangat antusias terhadap pengembangan pariwisata yang fokus pada peningkatan kesehatan dan kebugaran, akan tetapi sayangnya ketersediaan sumber daya keuangan menjadi penghambat. Pada umumnya, kondisi keuangan usaha jenis *small business* tidak memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan pengembangan usaha. Meskipun pelaku usaha dapat menyediakan layanan kegiatan kesehatan dan kebugaran (*wellbeing*), akan tetapi pelaku usaha mengakui tidak memiliki dana yang cukup untuk memasarkan produk tersebut.

Sementara pada penelitian ini nampaknya pengelola rumah spa tidak memiliki masalah keuangan, sehingga keuangan bukan merupakan penyebab ketidaktertarikan melakukan pengembangan usaha. Namun berdasarkan hasil wawancara, penyebab ketidaktertarikan tersebut adalah karena pengelola memiliki kesibukan lain dan telah merasa puas dengan bentuk usaha yang ia jalankan sekarang. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola Rumah Timung, Lulur dan Salon Hafabi

> "Padahal biaya ditanggung panitia (untuk menghadiri kegiatan), tapi saya merasa tidak enak, selalu kepikiran anak. Selain itu, saya juga sering mengikuti pengajian jadi kurang tertarik (berinovasi dan memperbesar usaha), padahal ada banyak yang menawarkan bantuan. Saya lebih suka

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

> seperti yang sekarang (bentuk usaha spa), biasa saja, tidak berlebihan, saya takut nanti malah sulit beribadah." (Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pengelola telah merasa cukup dengan bentuk usaha yang dijalankannya saat ini, dan disamping itu pengelola juga memiliki kesibukan lain yakni sebagai ibu rumah tangga dan anggota aktif sebuah kelompok keagamaan. Dengan demikian ketiga alasan pribadi tersebut menjadi hambatan pengelola untuk melakukan pengembangan pada usaha spa yang ia kelola.

Kecenderungan pengelola yang telah puas dengan bentuk usaha yang dijalankannya sekarang dan tidak tertarik untuk membangun jaringan dengan pihak-pihak lain serupa dengan hambatan lain yang disebutkan oleh Pyke pada penelitiannya. Pyke (2016:99) menyampaikan bahwa pelaku usaha cenderung telah puas dengan bentuk usaha mereka saat ini, tidak memiliki motivasi untuk berubah atau berhubungan dengan pemangku kepentingan lainnya. Pyke juga menyampaikan penyebab pelaku usaha cenderung tetap berjalan pada zona nyaman mereka disebabkan apabila mereka keluar dari zona tersebut maka akan ada risiko kegagalan.

Kecenderungan pengelola yang menolak upaya pengembangan usaha spa juga memiliki kaitan dengan *gender* pengelola, seperti yang disampaikan oleh Nichter dan Goldmark (2009:1455) bahwa pada umumnya Usaha Kecil dan Menengah di negara berkembang dimiliki dan dikelola oleh perempuan, dan pada beberapa kasus, perempuan memilih untuk tidak mengembangkan usahanya. Kebutuhan akan waktu yang banyak untuk tinggal di rumah

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Kevane dan Wydick (2001) dalam Nitcher dan Goldmark (2009:1455)), dan tanggung jawab rumah tangga (Downing dan Daniels (1992) dalam Nitcher dan Goldmark (2009:1455)) merupakan kendala utama dalam pengembangan usaha yang dikelola oleh perempuan.

Sikap pengelola rumah spa sangat menentukan pengembangan Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus di Kota Banjarmasin. Hal tersebut dikarenakan Batimung saat ini hanya dapat ditemukan di rumah spa sehingga apapun keputusan atau tindakan para pengelola dalam mengarahkan usaha spa berpengaruh terhadap pengembangan Batimung. Namun sikap yang diambil pengelola rumah spa tersebut di atas belum tentu sama dengan pengelola rumah spa lainnya, sehingga tidak menutup kemungkinan pengelola rumah spa lainnya justru memiliki sikap yang mendukung pengembangan Batimung di Kota Banjarmasin.

4) Kesalahpahaman mengenai Batimung

Batimung merupakan perawatan tubuh khas Banjar yang dilakukan dengan menguapkan badan sama seperti sauna. Bentuk Batimung yang kini telah modern menyebabkan sebagian orang menyangka bahwa Batimung sama saja seperti sauna pada umumnya. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh salah satu pengunjung Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi

> "Apabila dulu orang menyebutnya Batimung, sekarang orang menyebutnya spa atau mandi sauna. Sekarang zaman sudah modern, orang-orang ingin semuanya serba praktis, jadi wajar saja apabila saat ini batimung tidak hanya dilakukan oleh orang Banjar, akan tetapi juga dilakukan oleh orang-orang di luar daerah." (Hasil wawancara pada tanggal 12 Juli 2018 pukul 12.15 WITA)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa bentuk Batimung saat ini yang tidak serumit seperti dahulu atau dapat dikatakan lebih praktis mungkin menjadi penyebab sebagian orang beranggapan bahwa tidak ada perbedaan antara Batimung dengan sauna pada umumnya. Kesalahpahaman tersebut juga disampaikan oleh Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin yakni sebagai berikut

> "Kebanyakan orang beranggapan bahwa batimung itu bisa dilakukan sendiri dan hanya merupakan ritual ketika nikah, jadi hanya bisa dilakukan paling tidak sekali seumur hidup. Padahal seharusnya ada terobosan baru sehingga batimung boleh dilaksanakan misalnya seminggu sekali, akan tetapi sampai saat ini belum tersosialisasi." (Hasil wawancara pada tanggal 18 Juli 2018 pukul 10.52 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa sebagian orang masih menganggap Batimung hanya dilakukan oleh calon pengantin, sehingga hanya bisa dilakukan sekali seumur hidup. Sementara kenyataannya Batimung dapat dilakukan oleh siapa saja, akan tetapi belum banyak yang mengetahui fakta tersebut. Kesalahpahaman tersebut bisa jadi dikarenakan tidak ada upaya pengenalan dan pelestarian Batimung bahkan kepada masyarakat lokal.

Kesalahpahaman mengenai Batimung merupakan salah satu faktor penghambat karena Batimung dapat kehilangan daya tarik bagi wisatawan karena dianggap tidak memiliki keunikan dan sama saja seperti sauna pada umumnya. Selain itu, Batimung bisa jadi tidak dipertimbangkan untuk dimasukkan ke dalam kegiatan perjalanan wisatawan karena Batimung Batimung dianggap hanya dapat dilakukan oleh calon pengantin dan seorang

pengidap penyakit tertentu, sementara wisatawan tersebut bukan merupakan kedua-duanya. Pyke (2016:) mengemukakan bahwa perbedaan informasi atau pengetahuan yang dimiliki oleh satu individu dengan individu lainnya terhadap sesuatu hal merupakan hal yang wajar, akan tetapi hal tersebut dapat menjadi tantangan bagi para pelaku usaha ketika mencoba menarik minat konsumen. Hal tersebut dikarenakan perbedaan tersebut dapat mempengaruhi keterlibatan individu, seperti contohnya perbedaan pengetahuan/informasi yang dimiliki setiap anggota keluarga dapat mengakibatkan tingkat partisipasi yang beragam atau bahkan mengakibatkan tidak adanya keterlibatan dalam sebuah kegiatan. Hal yang demikian juga berlaku pada penelitian ini, kesalahpahaman penduduk atau wisatawan dapat berpengaruh pada keterlibatan individu pada kegiatan Batimung.

5) Pemerintah kota masih fokus pada pengembangan jenis wisata lain

Saat ini Batimung di Kota Banjarmasin belum dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Hal tersebut juga dibuktikan dengan belum adanya kebijakan dan peraturan yang mengatur arah pengembangan Batimung di Kota Banjarmasin. Sementara saat ini pemerintah kota melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sedang fokus mengembangkan wisata berbasis sungai. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin

> “saat ini yang kita lakukan adalah mengembangkan wisata yang berbasis sungai, sementara spa merupakan salah satu bagian daripada pelayanan kepada masyarakat. Saya punya harapan yang banyak terhadap spa tradisional khas Banjar” (Hasil wawancara pada tanggal 18 Juli 2018 pukul 10.52 WITA)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa saat ini jenis wisata yang sedang gencar dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin adalah wisata berbasis sungai. Upaya pengembangan wisata berbasis sungai tersebut seperti pembangunan atau perbaikan objek wisata yang dilalui aliran sungai, pengembangan kawasan pemukiman tepi sungai untuk dijadikan kampung wisata, dan pembukaan jalur wisata susur sungai. Upaya tersebut juga dibuktikan dengan adanya Peraturan Walikota tentang Pengelolaan dan Pengembangan Wisata Berbasis Sungai. Pada peraturan tersebut telah ditetapkan tiga zona yang masing-masing terdiri dari beberapa titik destinasi wisata sungai dengan jumlah keseluruhan adalah 35 (tiga puluh lima) titik yang semuanya dilewati oleh satu jalur.

Di sisi lain, spa merupakan bentuk pelayanan yang disediakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin kepada masyarakat. Walaupun Batimung diakui memiliki potensi untuk dikembangkan, akan tetapi pengembangan belum ditujukan untuk menarik kunjungan wisatawan ke daerah.

Fokus pemerintah pada pengembangan wisata berbasis sungai menjadi faktor penghambat dikarenakan upaya pengembangan Batimung menjadi terlambat atau tidak maksimal karena pengembangan pariwisata daerah seluruhnya telah difokuskan untuk pengembangan wisata berbasis sungai dan agenda kepariwisataan daerah telah disusun sedemikian rupa khusus untuk pengembangan wisata tersebut. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Pyke (2016:100), pemerintah daerah justru merupakan faktor pendukung

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

pengembangan *wellbeing tourism.* Pyke mengemukakan bahwa bentuk dukungan pemerintah tersebut antara lain seperti menyediakan anggaran untuk kegiatan kesehatan dan kebugaran dan menjadi media untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan kesehatan dan kebugaran kepada wisatawan. Upaya tersebut dirasakan cukup membantu dalam pengembangan *wellbeing tourism,* terutama oleh para pelaku usaha. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan terlalu banyak biaya untuk mempromosikan kegiatan kesehatan dan kebugaran dan dapat fokus pada pengembangan *wellbeing tourism* pada sisi lainnya. Dengan demikian, pemerintah daerah bisa saja berubah menjadi faktor pendukung apabila pemerintah daerah mencoba untuk mengarahkan sebagian perhatian atau upaya pengembangan terhadap Spa Batimung sebagai daya tarik wisata lainnya disamping wisata berbasis sungai.

B. Faktor Pendukung Pengembangan Spa Batimung sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus di Kota Banjarmasin

1) Kemudahan memperoleh bahan baku

Sebagian besar bahan baku yang digunakan untuk ramuan Batimung merupakan tanaman segar, dan untuk memperoleh bahan tersebut cukup mudah. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh pengelola rumah spa yakni sebagai berikut

> "Kalau dari segi bahan tidak ada (kesulitan untuk memperoleh bahan baku). Bahan baku yang dibutuhkan pasti ada dan tidak pernah mengalami kekosongan, contohnya serai. Serai banyak digunakan untuk bahan masakan jadi dapat ditemukan di mana-mana. Bahan baku yang saya pakai ada bahan baku yang kering dan ada juga yang basah. Bahan baku yang kering saya pesan dari luar daerah, ada yang dari Pulau Jawa pedalaman Kalimantan Tengah. Kalau bahan baku yang

> basah seperti rempah, saya pesan dari petaninya langsung, biasanya diantar perkarung" (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi pada tanggal 2 Juli 2018 pukul 09.45 WITA)

> "tidak (kesulitan memperoleh bahan). Bahan baku yang saya gunakan mudah ditemukan karena bukan yang kering, hidup semua, sehingga dapat ditemukan di pasar, bahkan saya juga memiliki tanaman sendiri. Saya menggunakan bahan baku yang hidup agar wanginya segar." (Hasil wawancara dengan pengelola Rumah Cantik Umi pada tanggal 28 Juni 2018 pukul 12.21 WITA)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa tidak ada kesulitan dalam memperoleh bahan baku untuk membuat ramuan Batimung. Bahan baku yang digunakan merupakan bahan-bahan yang mudah ditemukan, seperti serai yang biasa digunakan untuk bahan masakan. Bahan-bahan yang digunakan untuk ramuan tersebut terbagi menjadi dua jenis yaitu kering dan basah. Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi menggunakan kedua jenis bahan tersebut, ada yang diperoleh dari luar daerah dan ada pula yang berasal dari petani lokal. Sementara Rumah Cantik Umi hanya menggunakan bahan dengan jenis basah yang diperoleh baik melalui tanaman sendiri maupun membelinya di pasar tradisional.

Dengan mudahnya memperoleh bahan baku tersebut dapat memperlancar upaya pengembangan Batimung karena bahan baku tersebut dapat ditemukan baik di Kota Banjarmasin maupun dari daerah lain, dan jarang sekali mengalami kekosongan produk, sehingga Batimung dapat dikembangkan terus menerus tanpa ada hambatan dari segi bahan baku.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2) Lokasi Rumah Spa

Berdasarkan data pada Tabel 5.4 mengenai Persebaran Rumah Spa di Kota Banjarmasin, dapat diketahui bahwa rumah spa ada di setiap kecamatan di Kota Banjarmasin. Lokasi rumah-rumah spa tersebut juga cukup strategis. Sebagai contoh, Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi merupakan rumah spa dengan jumlah paling banyak di Kota Banjarmasin dan ada di hampir setiap kecamatan, kecuali di Banjarmasin Utara. Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi terletak di lokasi strategis yang cukup berdekatan dengan beberapa objek wisata. Pada Tabel 6.1 berikut berisi Identifikasi Lokasi Strategis Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi di Kota Banjarmasin

Tabel 6.1. Identifikasi Lokasi Strategis Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi di Kota Banjarmasin

Letak	Keterangan
Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi S. Parman (Banjarmasin Barat)	± 2.1 km dari Pasar Terapung Muara Kuin
Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi Dahlia (Banjarmasin Tengah)	± 700 m dari Siring Sungai Martapura RE Martadinata
Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi Veteran (Banjarmasin Timur)	± 1.6 km dari Menara Pandang dan Maskot Bekantan Kota Banjarmasin
Rumah Timung, Lulur, dan Salon Hafabi Bumi Mas (Banjarmasin Selatan)	± 1 km dari Hotel Banjarmasin International (Bintang 3), Best Western Kindai Hotel (Bintang 3), G'Sign Hotel (Bintang 4) ± 1.3 km dari Pusat Kuliner Baiman

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2018

Jarak lokasi rumah spa dengan obyek wisata kota yang tidak begitu jauh membuat peluang bagi rumah spa untuk dikunjungi oleh wisatawan semakin besar. Hal tersebut dikarenakan rumah spa menjadi lebih mudah untuk

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

dijangkau baik dengan jalan kaki atau alat transportasi dari objek wisata yang wisatawan kunjungi.

3) Program Pemerintah Pusat

Pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata (Kemenpar) mengembangkan Spa Indonesia sejak Tahun 2014 yang diawali oleh kerjasama dengan Kementerian Kesehatan yang kemudian membuahkan sebuah program bernama Etno Wellness Indonesia. Etno Wellness Indonesia merupakan Spa Indonesia yang dipersiapkan untuk bersaing dengan perawatan kecantikan dari negara-negara lain. Etno Wellness Indonesia terdiri dari 9 (sembilan) spa yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, salah satunya adalah Batimung. Etno Wellness Indonesia telah dipromosikan baik di dalam maupun luar negeri.

Pada Tahun 2014, Etno Wellness Indonesia dipromosikan melalui pameran pariwisata internasional *World Travel Market* di London, Inggris (antaranews.com, 2014). Kemudian, pada Tahun 2017 Etno Wellness Indonesia dipromosikan pada *event* berskala internasional *Ethno Spa Indonesia* yang digelar di Yogyakarta (cnnindonesia.com, 2017). Selain itu, sekitar pada Tahun 2016 Kementerian Pariwisata juga pernah melakukan sosialisasi terkait pengembangan spa di Kota Banjarmasin, hal tersebut diakui oleh Kepala Bidang Pengembangan Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin. Kemenpar juga dibantu oleh perusahaan penyedia layanan spa terkenal di Indonesia yaitu Gaya Spa & Wellness. Perusahaan tersebut mengadopsi kesembilan Etno Wellness Indonesia ke

dalam menu layanan spa mereka yang dikategorikan sebagai *traditional spa*, dan hingga saat ini Gaya Spa & Wellness masih menawarkan menu tersebut.

Melalui upaya pengembangan yang dilakukan baik oleh Kemenpar maupun penyedia layanan spa tersebut, Batimung yang awalnya hanya merupakan tradisi perawatan tubuh masyarakat Banjar, saat ini mulai dikenal oleh masyarakat luas. Dengan dikenalnya Batimung, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Batimung bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kota Banjarmasin sebagai daerah yang menyediakan Spa Batimung.

4) Tren kesehatan dan kebugaran

Tren kesehatan dan kebugaran terjadi di beberapa wilayah di dunia, seperti Amerika Utara, Benua Eropa, Asia Pasifik, Timur Tengah, Afrika Utara, Amerika Latin, dan Afrika Sub Sahara (Global Wellness Institute, 2014). Global Wellness Institute juga menyampaikan bahwa ekonomi layanan perawatan kesehatan dan kebugaran diproyeksikan terus mengalami pertumbuhan. Hal tersebut didorong oleh hal-hal sebagai berikut:

1) Seiring berkembangnya penduduk kelas menengah di negara berkembang dengan populasi besar seperti China, India, Indonesia, Amerika Latin, Afrka, dan Timur Tengah, menyebabkan tingkat kebutuhan penduduknya naik dari tingkat dasar, sehingga memiliki dana lebih untuk dibelanjakan untuk memperbaiki kehidupan penduduknya, termasuk dengan melakukan perawatan kesehatan dan kebugaran.
2) Pergeseran sikap konsumen akan tanggung jawab pribadi terhadap kesehatannya. Semakin banyaknya penyakit yang muncul dari gaya hidup

tidak sehat, degradasi lingkungan yang berakibat buruk bagi kesehatan, penuaan, dan kegagalan sistem medis mengobati penyakit kronis mendorong masyarakat untuk bergerak ke arah pelayanan pencegahan penyakit untuk mempertahankan dan memperbaiki kesehatan mereka.

3) Pariwisata semakin berkembang dan semakin banyak jumlah wisatawan yang memasukkan kegiatan perawatan kesehatan dan kebugaran pada perjalanannya, seperti memilih hotel yang menawarkan kamar dan menu makanan yang sehat, spa, dan fasilitas kebugaran. Industri spa akan terus mendapatkan keuntungan dari pertumbuhan pariwisata yang sedang berlangsung.

Tren kesehatan dan kebugaran juga sedang berlangsung di Indonesia. Pada umumnya tren yang sedang terjadi di Indonesia berawal di kota besar seperti Jakarta dan kemudian biasanya akan menyebar dengan cepat ke daerah lainnya. Seperti yang terjadi di Kota Banjarmasin saat ini, kebutuhan akan layanan perawatan kesehatan dan kebugaran semakin meningkat. Hal tersebut ditunjukkan pada meningkatnya jumlah tempat layanan perawatan kesehatan dan kebugaran seperti rumah spa, klinik perawatan kulit, dan pusat kebugaran.

Perkembangan *cosmetic spa* atau biasa disebut klinik perawatan kulit ditandai dengan ramainya klinik-klinik kecantikan ternama nasional yang bermunculan di Kota Banjarmasin seperti Gloskin Aesthetic Clinic, Natasha Skin Clinic Centre, dan London Beauty Centre. Selain itu, ada pula klinik kecantikan yang ditangani oleh dokter kulit seperti pada Klinik Dokter L, Klinik Kecantikan Dr. Sofie dan Klinik Garuda Estetika. Sementara *club spa*

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

atau yang biasa dikenal masyarakat perkotaan sebagai pusat kebugaran (*fitness centre*) telah lama ada di Kota Banjarmasin. Namun baru mengalami perkembangan sejak munculnya pusat kebugaran berteknologi Electro Muscle Stimulation (EMS) pada Tahun 2016. Kemunculan pusat kebugaran tersebut menyebabkan jumlah pusat-pusat kebugaran di Kota Banjarmasin meningkat.

Proyeksi serta tren kesehatan dan kebugaran tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan individu akan perawatan kesehatan dan kebugaran semakin meningkat, sehingga berbagai jenis layanan perawatan pun akan semakin dieksplor, sehingga tidak menutup kemungkinan Batimung yang dapat memberikan sejumlah efek baik bagi kesehatan akan menjadi salah satu alternatif perawatan tubuh yang dipilih masyarakat agar tetap sehat. Dengan dikenalnya Batimung sebagai salah satu upaya untuk menjaga kesehatan, Batimung dapat semakin dikenali oleh banyak orang sekaligus menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Banjarmasin.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

BAB VII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan Spa Batimung di Kota Banjarmasin ditunjukkan pada perubahan peralatan yang digunakan untuk Spa Batimung dan pada pemanfaatan Spa Batimung oleh penduduk Kota Banjarmasin. Peralatan yang digunakan untuk Spa Batimung tidak lagi berupa peralatan tradisional, akan tetapi telah menggunakan peralatan modern. Selain itu, Spa Batimung tidak lagi hanya dimanfaatkan oleh calon pengantin atau pengidap penyakit tertentu, akan tetapi juga oleh siapa saja sebagai metode perawatan tubuh biasa, dan layanan Spa Batimung tersebut dapat ditemukan pada rumah spa. Di sisi lain, perkembangan industri spa di Kota Banjarmasin ditunjukkan oleh persebaran rumah spa terutama yang menyediakan layanan Spa Batimung yang cukup merata sehingga dapat ditemukan di setiap kecamatan di Kota Banjarmasin. Hingga saat ini rumah spa belum pernah menerima kunjungan wisatawan asing sehingga dapat dikatakan bahwa Spa Batimung belum mampu menarik minat berkunjung wisatawan ke daerah.
2. Upaya pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata minat khusus baik oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun pelaku usaha spa di Kota Banjarmasin belum ditemukan hingga saat ini. Beberapa faktor penghambat dan faktor pendukung pengembangan Spa Batimung sebagai daya tarik wisata

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

minat khusus di Kota Banjarmasin untuk saat ini antara lain adalah sebagai berikut.

a. Faktor penghambat meliputi perizinan usaha, kompetensi tenaga kerja, keengganan pengelola untuk melakukan pengembangan usaha, kesalahpahaman mengenai Spa Batimung, dan pemerintah kota masih fokus pada pengembangan wisata lain.
b. Faktor pendukung meliputi kemudahan memperoleh bahan baku, lokasi rumah spa yang berdekatan dengan objek wisata, pengembangan Spa Batimung merupakan bagian dari program pemerintah pusat, serta tren kesehatan dan kebugaran.

B. Saran

Terkait dengan permasalahan dan hasil penelitian yang ditemukan peneliti di lapangan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.

1. Para pelaku usaha spa sebaiknya mempromosikan produk usaha spa mereka kepada penduduk di luar Kota Banjarmasin sehingga produk tersebut termasuk Spa Batimung dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Banjarmasin sebaiknya memperkenalkan Spa Batimung pada pameran kebudayaan yang dilaksanakan baik di dalam maupun luar Kota Banjarmasin. Selain itu, Disbudpar Kota Banjarmasin sebaiknya mempergunakan website resmi Disbudpar untuk memperkenalkan Spa Batimung kepada pengunjung website sebagai salah satu daya tarik wisata di Kota Banjarmasin.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3. *Tour Operator* yang berada baik di dalam mapun luar Kota Banjarmasin, yang menyediakan paket perjalanan wisata ke Kota Banjarmasin sebaiknya memasukkan kegiatan Spa Batimung ke dalam paket perjalanan wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Dengan demikian wisatawan dapat mengetahui keberadaan Spa Batimung sebagai salah satu daya tarik wisata di Kota Banjarmasin.
4. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banjarmasin sebaiknya membuat buku pedoman yang berisi segala informasi terkait Spa Batimung, baik mengenai sejarah dan cara pelaksanaannya, maupun kaitan Spa Batimung dengan kebudayaan Banjar, dan disajikan dalam dua bahasa yakni Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Disbudpar Kota Banjarmasin dapat meminta bantuan akademisi dan praktisi di bidang kebudayaan Banjar untuk mengumpulkan dan menyusun informasi-informasi tersebut. Buku pedoman tersebut kemudian dapat disampaikan kepada pihak-pihak terkait pengembangan Spa Batimung seperti pelaku usaha spa, terapis, *tour operator*, dan anggota lembaga masyarakat pada kegiatan seperti Bimbingan Teknis (Bimtek). Kegiatan tersebut dapat menjadi media peningkatan kompetensi terapis pada pengetahuan terkait Spa Batimung. Selain itu kesalahpahaman mengenai Spa Batimung juga dapat sedikit diatasi karena melalui buku pedoman tersebut pihak-pihak yang terlibat menjadi paham tentang bagaimana Spa Batimung dilaksanakan dan apa yang membedakan Spa Batimung dengan metode perawatan tubuh lainnya.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Banjarmasin sebaiknya mengarahkan investor untuk membangun *destination spa/resort spa* di Kota Banjarmasin. Dengan melalui *destination spa/resort spa*, pengalaman Spa Batimung akan lebih berkesan bagi wisatawan. Hal tersebut dikarenakan desain bangunan *destination spa/resort spa* pada umumnya lebih terkonsep dibandingkan *day spa*, selain itu spa disediakan dalam bentuk paket sehingga perawatan tubuh dapat lebih optimal. Dengan demikian dengan ditemukannya Spa Batimung pada *destination spa/resort spa* dapat menarik minat berkunjung wisatawan minat khusus spa ke Kota Banjarmasin.
6. Selanjutnya dapat dilakukan penelitian terkait identifikasi segmen dan target pasar wisata minat khusus Spa Batimung.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

repository.ub.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Rulam. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

Ahmed, Faheem, Luiz Fernando Capretz, Salah Bouktif, dan Piers Campbell. 2012. Soft Skills Requirements In Software Development Jobs: A Cross-Cultural Empirical Study, *Journal of Systems and Information Technology*, Vol. 14 Issue: 1, pp.58-81, https://doi.org/10.1108/13287261211221137

Ali-Knight. 2011. *The Role of Niche Tourism Products in Destination Development.* Edinburgh Napier University, Skotlandia: Thesis.

Anastasia, Henny. 2009. *Cantik, Sehat dan Berbisnis Spa*. Jakarta: Kanisius

Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Aziddin, Yustan dan Syarifuddin. 1990. *Pengobatan Tradisional Daerah Kalimantan Selatan*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan dan Pustaka Banua. 2005. *Urang Banjar dan Kebudayaannya.* Banjarmasin: Balitbangda Provinsi Kalimantan Selatan.

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Banjarmasin dan Badan Pusat Statistik. 2013. *Profil dan Analisis Hasil Sensus Penduduk 2010 dan Proyeksi Penduduk 2010-2020 Kota Banjarmasin.* Banjarmasin: BPS Kota Banjarmasin.

Badan Pusat Statistik. 2014. Statistik Infrastruktur Kalimantan Selatan 2014. Banjarmasin: BPS Provinsi Kalimantan Selatan.

Badan Pusat Statistik. 2015. Statistik Solus Per Aqua (SPA) 2015. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik. 2017. Kota Banjarmasin dalam Angka 2017. Banjarmasin: BPS Kota Banjarmasin.

Badan Pusat Statistik. 2017. Statistik Daerah Provinsi Kalimantan Selatan 2017. Banjarbaru: BPS Provinsi Kalimantan Selatan.

Badan Pusat Statistik. 2017. Laporan Perekonomian Indonesia 2017. Jakarta: BPS.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Basri, Nur A'mirah Hassan, Roslina Ahmad, Faiz Izwan Anuar, dan Khairul Azam Ismail. 2015. Effect of Word of Mouth Communication on Consumer Purchase Decision: Malay upscale restaurant, *Social and Behavioral Sciences*, vol. 222, pp 324-332.

Che, D. 2006. Select Michigan: Local Food Production, Food Safety, Culinary Heritage, and Branding in Michigan Agritourism, *Tourism Review Internationa*, 9 (4), 349-363.

Cohen, Erik dan Nir Avieli. 2004. Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, vol. 31 (4), pp. 755-778.

Colonişteanu, Cristina Rodica. 2009. Managing a SPA Business in Economic Downturn. *International Conference "Marketing – from information to decision" 2nd Edition 2009*, 115-126.

Cresswell, John W. 2012. Educational Research: Planning, Conducting and Evaluating Qualitative and Quantitative Research (4th ed.). Boston: Pearson Education Inc.

Damanik, Janianto dan Helmut F. Weber. 2006. *Perencanaan Ekowisata Dari Teori ke Aplikasi*. Jogjakarta: Andi.

Derrett, Ros. 2001. Special Interest Tourism: Starting with The Individual. In: Douglas, N., Douglas, N., and Derret, R. (Eds.). 2001. Special Interest Tourism. Brisbane: Wiley, pp.1-28.

Diaconescu, Dan Mihnea, Remus Moraru, dan Gabriela Stănciulescu. 2016. Considerations on Gastronomic Tourism as a Component of Sustainable Local Development, *Amfiteatru Economic*, 18(Special Issue No. 10), pp. 999-1014.

Downing Jeanne dan Lisa Daniels. 1992. The Growth and Dynamics of Women Entrepreneurs in Southern Africa. GEMINI Project.

Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Ellisa, Ashleigh, Eerang Park, Sangkyun Kim, dan Ian Yeoman. 2018. What is Food Tourism?, *Tourism Management*, 68 (2018) pp. 250-263.

Fitri, Mutiara Medina. 2017. *Analisis Pembentukan Citra SPA (Solus Per Aqua) sebagai Pusat Kebugaran (Studi Kasus pada Taman Sari Royal Heritage Spa).* Universitas Brawijaya, Malang: Skripsi.

Global Spa Summit. 2011. *Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit?*. Retrieved from (http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/spas_wellness_med ical_tourism_report_final.pdf)

Global Wellness Institute. 2017. *Global Wellness Economy Monitor January 2017* (dokumen PDF). Diambil dari (https://static1.squarespace.com/static/54306a8ee4b07ea66ea32cc0/t/58862a4

72994ca37b8416c61/1485187660666/GWI_WellnessEconomyMonitor2017_FINALweb.pdf)

Granovetter, Mark S. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*,78(6)(1973)1360-1380.

Hall, Colin Michael dan Betty Weiler. 1992. Introduction: What's Special About Special Interest Tourism? in Weiler, B & Hall, C. H. (eds). 1992, *Special Interest Tourism*, Belhaven Pers John Wiley & Sons Inc., London, p 1-14.

Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Hendratno, Agus. 2002. Perjalanan Wisata Minat Khusus Geowisata Gunung Merapi, *Jurnal Nasional Pariwisata*, volume 2, nomor 2, pp. 7-23.

Hepi, Irma Meriatul. 2015. *Analisis Pengembangan Wisata Pandai Indah Popoh sebagai Daerah Tujuan Wisata Kabupaten Tulungagung.* Universitas Brawijaya, Malang: Skripsi.

Hidayat, Fajar Rasyiidi. 2016. *Pengembangan Produk Wisata Alam Kawah Wurung, Kabupaten Bondowoso.* Universitas Brawijaya, Malang: Skripsi.

Ho Sau Ying Pamela. 2006. *Marketing Cultural and Heritage Resources for Optmila Cultural Tourism Development: The Case OF Hong Kong.* Hong Kong Polytechnic University: Disertasi.

International SPA Association. 2010. *ISPA 2010 U.S. Spa Industry Study* (dokumen PDF). Diambil dari (http://www.spalietuva.lt/wp-content/uploads/2011/04/ISPA-2010-U.S.-SPA-Industry-Study.pdf).

Ioanid, Alexandra, Dana Corina Deselnicu, dan Gheorge Militaru. 2017. The Impact of Social Networks on SMEs' Innovation Potential, *Procedia Manufacturing*, 22 (2018) 936-941.

Jin, Xin, Beverly Sparks. 2017. Barriers to offering Special Interest Tour Products to The Chinese Outbound Group Market, *Tourism Management*, vol 59, pp. 205-215.

Joppe, Marion. 2010. One country's transformation to spa destination: The case of Canada [Special section]. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 117–126. DOI 10.1375/jhtm.17.1.117

Kärkkäinen, Hannu, Jari Jussila dan Jaani Väisänen. 2010. Social Media Use And Potential in Business-To-Business Companies' Innovation, *Proceedings of the 14th international academic mindtrek conference: Envisioning future media environments*, ACM, pp. 228-236.

Keefe, C. 2002. Travelers Who Love History and Culture Spend More and Stay Longer than Average Tourists. Travel Industry Association of America, Accessed from (http://www.hotel-

online.com/News/PR2002_1st/Jan02_HistoryTravelers.html on 1st December 2009).

Kevane, Michael and Bruce Wydick. 2001. Microenterprise Lending to Female Entrepreneurs: Sacrificing Economic Growth for Poverty Alleviation?, *World Development*, vol. 29, no. 7. 2001.

Leask, Anna dan Ian Yeoman. 1999. *Heritage Visitor Attraction: An Operations Management Perspective*. New York: Cassell.

Leiper, Neil. 1990. *Tourism Systems: An Interdisciplinary Perspective.* Department of Management Systems, Business Studies Faculty, Massey University, Palmerston North, New Zealand.

Lewis, Tracy L., Wanda J. Smith, France Bélanger, dan K. Vernard Harrington. 2008. Are technical and soft skills required?, *Proceedings of 4th Workshop on Computing Education Research*, pp. 91-100.

Lopez-Guzman, Tomas, Jose Manuel Hernandez Mogollon, dan Elide Di Clemente. 2014. Gastronomic Tourism as An Engine for Local and Regional Development, *Regional and Sectoral Economic Studies*, Vol 14 (1), pp.95-102.

Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1984. *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods.* California: SAGE Publications Inc.

Mitchell, R. dan Colin Michael Hall. 2006. Wine Tourism Research: The State of Play, *Tourism Review International*, vol. 9 (4), pp. 307-332.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Muller, Thomas E. dan Megan Cleaver. 2000. Targeting The CANZUS Baby Boomer Explorer and Adventure Segments, *Journal of Vacation Marketing*, 6, 154.

Nichter, Simeon dan Lara Goldmark. 2009. Small Firm Growth in Developing Countries, *World Development*, vol. 37(9), pp. 1453-1464.

Nugroho, Iwan. 2011. *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Pandey, Meenu dan Prabhat Pandey. 2015. Global Employability of Unemployed Youth Through Soft Skills, *International Journal of Multidisciplinary Approach and Studies*, Vol. 2 No. 2, pp. 73-77.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Patterson, Ian dan Rebecca Pan. 2007. The Motivations of Baby Boomers to Participate in Adventure Tourism and The Implications for Adventure Tour Providers, *Annals of Leisure Research*, 10 (1), 26-53.

Patton, Michael Quinn. 1987. *How to Use Qualitative Methods in Evaluation.* Newsbury Park, London, New Dehli: Sage Publications.

Paturusi, Syamsul A, 2001, Perencanaan Tata Ruang Kawasan Pariwisata, Materi Kuliah Perencanaan Kawasan Pariwisata, Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar, Bali.

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1205/MENKES/PER/X/2004 tentang Pedoman Persyaratan Kesehatan Pelayanan Sehat Pakai Air (SPA).

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025.

Peraturan Walikota Banjarmasin Nomor 25 Tahun 2016 tentang Pengelolaan dan Pengembangan Wisata Berbasis Sungai.

Piliang, Yasraf Amir. 2005. *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas.* Yogyakarta: Jalasutra.

Pitana, I Gde, I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Yogyakarta: Andi.

Presenza, Angelo dan Giacomo Del Chiappa. 2013. Entrepreneurial Strategies in Leveraging Food as A Tourist Resource: A Cross-Regional Analysis in Italy?, *Journal of Heritage Tourism*, 8 (2-3), 182-192.

Pyke, Sarah, Heather Hartwell, Adam Blake, dan Ann Hemingway. 2016. Exploring Well-being as A Tourism Product Resource, *Tourism Management*, vol 55, pp 94-105. (https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.004)

Raka, Anak Agung Gd. 2015. *Komodifikasi Warisan Budaya sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar.* Universitas Udayana, Bali: Disertasi.

Read, S. E. 1980. A Prime Force in The Expansion of Tourism in The Next Decade: Special Interest Travel. In D. E. Hawkins, E. L. Shafer, & J. M. Rovelstad (Eds.), *Tourism Marketing and Management Issues* (pp 193-202). Washington DC: George Washington University.

Richardson, John I dan Martin Fluker. 2004. *Understanding and Managing Tourism.* Australia: Pearson Education Australis, NSW Australia.

Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2012. *Organizational Behaviour 15th Edition.* Australia: Pearson Education, Inc.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Saptandari, Pinky. 2014. Indonesian Spa and Traditional Wellness: Gender, Health and Lifestyle. *Health and The Environmental Journal*, Vol. 5, No. 3, pp 20-31. (http://www.hej.kk.usm.my/pdf/HEJVol.5No.3/Article03.pdf)

Seman, Syamsiar. 1997. Perkawinan Adat Banjar Kalimantan Selatan, *Materi dipresentasikan dalam Seminar Kebudayaan dan Kesenian Daerah Banjar*, 11 Agustus 1997, Banjarmasin.

Sojung, Lee, Billy Bai. 2015. Influence of Popular Culture on Special Interest Tourists' Destination Image, *Tourism Management*, vol 52, pp 161-169.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.

Stebbins, Robert A. 1982. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques.* Newbury Park, CA: Sage.

Strauss, Anselm dan Juliet Corbin. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques.* Newbury Park, Calif: Sage Publications.

Taghizadeh, Houshang, Mohammad Javad Taghipurian, dan Amir Khazaei. 2013. The effect of customer satisfaction on word of mouth communication. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5(8), 2569-2575.

Tilaar, Martha. 2011. *Sejarah Spa dan Perkembangannya*, (online). Diakses pada 18 Januari 2018. (https://dokumensaya.com/download/sejarahspaampperkembangannya_58c9fa62ee34352a7768e75f_pdf)

Trauer, Birgit. 2006. Conceptualizing Special Interest Tourism - Frameworks For Analysis, *Tourism Management*, 27(2), pp. 183-200.

Undang Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Wesley, Scarlett C., Vanessa Prier Jackson, dan Minyoung Lee. 2017. The perceived importance of core soft skills between retailing and tourism management students, faculty and businesses, *Employee Relations*, vol. 39, pp. 79-99, https://doi.org/10.1108/ER-03-2016-0051.

Wilson, Dustin L., Jeffrey C. Hallo, Julia L. Sharp, Hon. Fran P. Mainella, dan Francis A. McGuire. 2017. Activity selection among baby boomer national park visitors: The search for a sense of adventure, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 19, pp. 37-45, http://dx.doi.org/10.1016/j.jort.2017.06.001.

Yoeti, Oka A. 1982. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata.* Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.

Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan.* Jakarta: Prenadamedia Group.

Žužić, Kristijan. 2016. Selected Forms of Special interest Tourism in Istria, *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, pp. 102-116.

Anonim. 2018. Pertambangan Bakal Digantikan Pariwisata. *Banjarmasin Post*, 7 Februari, hlm 17.

_____. 2018. Pengunjung Sukai Kampung Hijau. *Banjarmasin Post*, 20 Juni, hlm 13.

INTERNET

Anonim. 2009. *Bali, Tempat Spa Terbaik di Dunia 2009,* (online). Diakses pada 24 Agustus 2018. (https://travel.kompas.com/read/2009/03/24/09370924/Bali..Tempat.Spa.Terbaik.di.Dunia)

_____. 2011. *Batimung Spa, Ritual Detoks ala Banjar,* (online). Diakses pada 30 Maret 2018. https://lifestyle.kompas.com/read/2011/12/08/21025833/batimung.spa.ritual.detoks.ala.banjar)

_____. 2014. *20 Niche Tourism Group,* (online). Diakses pada 29 Maret 2018. (http://www.tourismtattler.com/articles/niche-tourism/20-special-interest-tourism-groups/12645)

_____. 2014. *Indonesia Tampil di World Travel Market London,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (https://travel.kompas.com/read/2014/11/03/201700127/Indonesia.Tampil.di.World.Travel.Market.London)

_____. 2015. *Etno Wellness dari Indonesia Bisa Jadi Daya Tarik Wisata,* (online). Diakses pada 18 Januari 2018. (http://www.beritasatu.com/destinasi/278036-etno-wellness-dari-indonesia-bisa-jadi-daya-tarik-wisata.html)

_____. 2015. *Patung Bekantan, Ikon Baru Kota Banjarmasin,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (https://travel.kompas.com/read/2015/10/13/134800127/Patung.Bekantan.Ikon.Baru.Kota.Banjarmasin)

_____. 2015. *Jokowi Jadikan Pariwisata Sektor Unggulan,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (http://www.beritasatu.com/ekonomi/249610-jokowi-jadikan-pariwisata-sektor-unggulan.html)

_____. 2016. *Pusat Bekantan Tak Masuk dari 35 Destinasi Wisata Sungai di Banjarmasin*, (online). Diakses pada 7 Juli 2018.

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(http://banjarmasin.tribunnews.com/2016/06/06/pusat-bekantan-tak-masuk-dari-35-destinasi-wisata-sungai-di-banjarmasin)

_____. 2017. *Menhub Minta Pekerjaan Pengembangan Bandara Syamsudin Noor Diselesaikan Lebih Cepat,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (http://dephub.go.id/post/read/menhub-minta-pekerjaan-pengembangan-bandara-syamsudin-noor-diselesaikan-lebih-cepat)

_____. 2017. *Susur Sungai Kelayan, Sajikan Pemandangan Alam dan Kehidupan Tepian Sungai,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (http://banjarmasin.tribunnews.com/2017/10/31/susur-sungai-kelayan-sajikan-pemandangan-alam-dan-kehidupan-tepian-sungai)

_____. 2017. *Yogyakarta Gelar Event Spa Skala Internasional,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170815145531-307-234900/yogyakarta-gelar-event-spa-skala-internasional)

_____. 2017. *Batimung, Spa Tradisional Banjar dengan Ramuan Tradisional,* (online). Diakses pada 18 Januari 2018. (http://majalahkartini.co.id/mode-kecantikan/kecantikan/batimung-spa-tradisional-banjar-dengan-ramuan-tradisional/)

_____. 2017. *Banjarmasin Bentuk Kelompok Sadar Wisata,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (https://kalsel.antaranews.com/berita/45301/banjarmasin-bentuk-kelompok-sadar-wisata)

_____. 2017. *Banjarmasin Sederhanakan Izin Usaha,* (online). Diakses pada 24 Agustus 2018. (https://kalsel.antaranews.com/berita/50030/banjarmasin-sederhanakan-izin-usaha-pariwisata)

_____. 2017. *10 Pokdarwis Dikukuhkan Walikota Banjarmasin,* (online). Diakses pada 7 Mei 2018. (http://mc.banjarmasinkota.go.id/2017/11/10-pokdarwis-dikukuhkan-walikota.html)

_____. 2018. *Pemkot Banjarmasin permudah pengurusan izin usaha,* (online). Diakses pada 17 Juli 2018. (https://kalsel.antaranews.com/berita/65593/pemkot-banjarmasin-permudah-pengurusan-izin-usaha)

_____. 2018. *Batimung, Perawatan Spa dari Kalimantan Selatan,* (online). Diakses pada 5 Desember 2018. (https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/071600020/batimung-perawatan-spa-dari-kalimantan-selatan)

Syaifullah, Muhammad. 2010. *Batimung, Mandi Uap Warisan Warga Banjar,* (online). Diakses pada 29 Maret 2017. (http://wisatadanbudaya.blogspot.co.id/2010/01/batimung-mandi-uap-warisan-warga-banjar.html)

repository.ub.ac.id
UNIVERSITAS BRAWIJAYA