

Strategi Pengembangan Potensi *Wellness Tourism* di Desa Canden Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

Devia Putri Syaira N^{1*}, Titing Kartika¹, Emron Edison¹

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
Bandung Indonesia

*Corresponding email: deviasyaira25@gmail.com

Abstrak

Wellness Tourism menjadi trend wisata masa kini yang perlu dikembangkan oleh pemerintah dan juga masyarakat. Desa Canden menjadi fokus penelitian ini untuk mengetahui potensi *wellness tourism* yang kemudian dikembangkan menjadi strategi pengembangan potensi *wellness tourism* di Desa Canden. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT yang pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi *wellness tourism* yang ada di Desa Canden cukup beragam dan sangat berpotensi untuk dikembangkan. Melalui hasil analisis Matriks IE, pengembangan potensi *wellness tourism* di Desa Canden berada di kuadran satu (I) yang terlihat dari pertemuan total nilai internal sebesar 3.00 dan total nilai eksternal 3.08. Tercapainya keberhasilan pengembangan ini dapat dicapai dengan memanfaatkan dan melatih SDM dan SDA yang dimiliki, menjalin kerjasama dengan sarana kesehatan, meningkatkan promosi dan target pasar, memaksimalkan penggunaan teknologi masa kini dan memperbaiki manajemen yang ada.

Kata Kunci : *Wellness Tourism*; Strategi Pengembangan; Potensi; Analisis SWOT; Desa Wisata

Pendahuluan

Pada tahun 2019, Indonesia menempati posisi ke-19 penyumbang nilai ekonomi *global wellness* sebesar USD 36,4 miliar. Menurut data UNWTO (2017), sejumlah 27% kunjungan wisatawan dunia dalam segmen “*visiting friends and relatives, health, religion and other*” lebih tinggi dibandingkan jumlah kunjungan dalam segmen “*business and professional*” yaitu 14,3%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa jumlah perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan tujuan kesehatan cukup signifikan.

Menurut Rahyuda (2022), “peranan pemerintah dan pengaplikasian budaya lokal sedang menjadi tren dalam pengembangan *Wellness Tourism*. Hal ini disebabkan karena akses untuk mendapatkan fasilitas dan produk *wellness* keluar dari wilayah akibat maraknya kasus *covid-19*, sehingga WTI (*World Tourism Institute*) menyarankan pengaplikasian bentuk *wellness* yang berakar pada budaya lokal sebagai alternatif pengembangan *Wellness Tourism*. Kurangnya strategi dan target untuk pengembangan potensi *Wellness Tourism* menjadi salah satu penyebab perkembangan *Wellness Tourism* di Indonesia kurang maksimal.” Hal ini didukung oleh *Global Wellness Institute* (2020) yang memaparkan sebaran destinasi *wellness* dunia yang memiliki keunikan terletak di wilayah Asia Pasifik, akan tetapi Indonesia tidak termasuk dalam daftar Negara yang memiliki destinasi *wellness* yang unik atau khas.

Pada tahun 2019 dikutip melalui website kemenkes, “Kementerian Kesehatan dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menjalin kerjasama dalam mengembangkan wisata kesehatan. *Pilot Project* untuk kegiatan ini ada di 5 tujuan yaitu

wilayah Joglosemar (Yogyakarta, Solo, Semarang), Bali dan DKI Jakarta”. Pengembangan strategi *Wellness Tourism* di Yogyakarta merupakan hal yang penting di tengah perkembangan wisata *Wellness Tourism* dunia. Perkembangan *Wellness Tourism* di Dunia sedang mengalami pertumbuhan yang cukup pesat pada sepuluh tahun terakhir. Berbagai produk *wellness* semakin diminati oleh wisatawan, terutama oleh wisatawan Internasional. Yogyakarta sebagai satu destinasi wisata yang banyak diminati oleh wisatawan domestik maupun Internasional sudah seharusnya memaksimalkan potensi *Wellness Tourism* yang dimiliki, sehingga dapat membantu peningkatan ekonomi dan kesejahteraan sosial masyarakat Yogyakarta. Namun, Yogyakarta masih belum maksimal dalam pengembangan *Wellness Tourism*. Pandemi *Covid-19* sempat menjadi fenomena global menggemparkan yang mengakibatkan belum maksimalnya pengembangan *Wellness Tourism*. Selain pandemi *Covid-19*, bencana alam yang terjadi pada 30 Juni 2023 lalu menjadi hambatan dalam pengembangan *Wellness Tourism* yang ada di Desa Canden. Oleh karena itu, perlunya langkah untuk mengembangkan potensi yang sudah dimiliki Yogyakarta khususnya Desa Canden agar dapat berkembang dengan baik.

Desa Canden merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Desa Canden memiliki potensi wisata yang beragam diantaranya keindahan alam (pesawahan, pegunungan dan aliran sungai), udara yang sejuk dan wisata budaya. Diantara banyaknya potensi yang dimiliki Desa Canden, Jamu Gendong merupakan produk unggulannya yang terletak di Dusun Kiringan. Pada awalnya masyarakat Dusun Kiringan memiliki tradisi menanam Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di halaman rumah masing – masing untuk diolah menjadi jamu tradisional. Namun, seiring waktu berjalan permintaan jamu tradisional dari luar Dusun Kiringan pun meningkat sehingga Dusun Kiringan diresmikan sebagai Desa Wisata Jamu Gendong pada tahun 2016. Transformasi Desa Wisata Jamu Gendong memberikan dampak ekonomi yang cukup baik bagi masyarakat sekitar, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan masyarakat Dusun Kiringan. Dengan adanya industri jamu tradisional di Dusun Kiringan dan juga beragam wisatanya, maka Desa Canden berpotensi untuk mengembangkan *Wellness Tourism* (wisata kebugaran). Meskipun memiliki potensi *Wellness Tourism*, Desa Canden masih belum berkembang dengan baik. Penelitian serupa pernah diteliti oleh Irma Rahyuda pada tahun 2022 dengan judul penelitian Strategi Pengembangan Destinasi *Wellness Tourism* yang berlokasi di Bali dan berfokus terhadap *wellness tourism* SPA secara spesifik.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat sebuah potensi *wellness tourism* di Desa Canden yang belum berkembang dengan baik, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui bagaimana potensi *wellness tourism* di Desa Canden dan mengetahui strategi apa yang bisa diterapkan untuk mengembangkan potensi *wellness tourism* yang ada di Desa Canden.

Manajemen Pariwisata

Menurut Hasibuan (2014), Manajemen adalah suatu ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan SDM dan sumber lainnya secara efektif untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Kemudian menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009, Pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sehingga dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pariwisata adalah suatu perencanaan pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang bertujuan mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber daya lainnya dibidang pariwisata.

Pengembangan Pariwisata

Menurut Sugiama (2014), suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata terutama perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari. Sedangkan menurut Anindita (2015), pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan menarik ditinjau dari segi tempat dan segala yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Sehingga dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata adalah suatu usaha yang dilakukan secara sadar, terencana, terarah untuk membuat atau memperbaiki, sehingga menjadi produk pariwisata yang semakin bermanfaat untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya untuk menciptakan mutu yang lebih baik.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Dalam strategi pengembangan sangat mungkin terjadi adanya sebuah perubahan dan pertumbuhan namun tetap dalam batasan menuju kearah yang lebih baik (Khotimah & Wilopo, 2017). Menurut Ramadhani et al. (2021) dalam Kartika (2023), Strategi pengembangan desa wisata melalui potensi sumber daya alam, pemasaran strategi, dan manajemen sumber daya manusia serta partisipasi masyarakat yang cukup tinggi disemua tahapan manajemen. Sedangkan menurut Yoeti (2005), dalam perencanaan strategi suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut. Sehingga dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Strategi pengembangan Pariwisata merupakan suatu perencanaan yang dilakukan dengan melakukan analisis suatu destinasi wisata untuk mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) destinasi wisata.

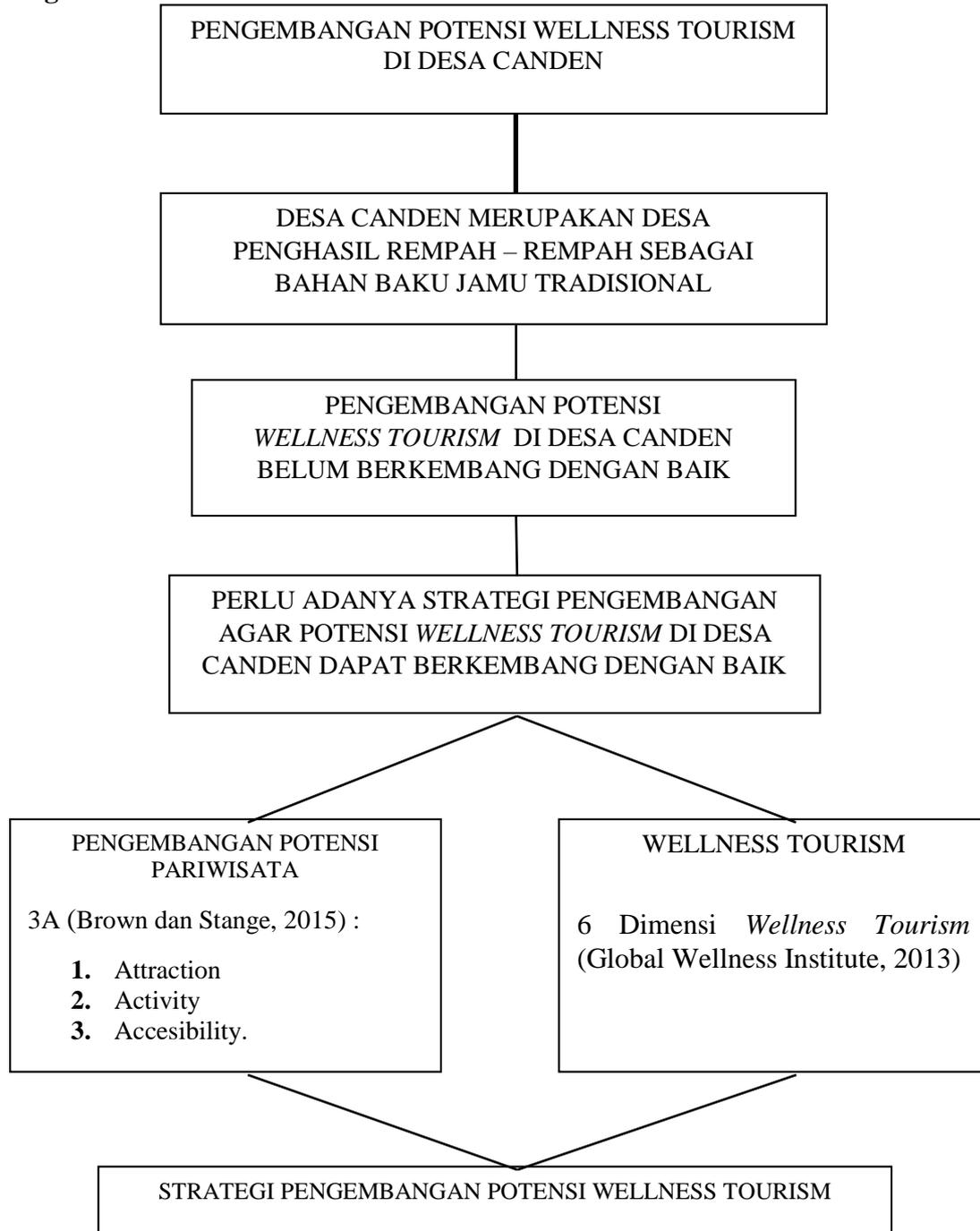
Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pariwisata merupakan suatu perencanaan yang dilakukan dengan melakukan analisis dari suatu destinasi wisata untuk mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) destinasi wisata.

Wellness Tourism

Menurut Mueller dan Lanz Kaufman (2001) dalam Yuwono & Astuti (2021), *wellness tourism* merupakan perpaduan antara fenomena hidup sehat dengan hubungan tentang harapan tiap individu untuk menjaga maupun mengembangkan kesehatan mereka, mereka tinggal / berwisata dengan jangka waktu tertentu dengan pelayanan yang komprehensif (menyeluruh) yang bersifat individu terdiri dari kebugaran jasmani, kedamaian mental, relaksasi, diet sehat, maupun segala aktifitas berorientasi individu yang mempengaruhi terhadap kebaikan secara fisik maupun mental. Sedangkan, Global Wellness Institute mendefinisikan *Wellness Tourism* sebagai perjalanan yang terkait dengan upaya mempertahankan atau meningkatkan kualitas hidup seseorang. Tujuan wisatawan mengunjungi destinasi *wellness tourism* adalah untuk memperoleh kondisi sejahtera yang menyeluruh (*holistic well-being*), dengan enam dimensi yang meliputi: *physical, mental, spiritual, emotional, social dan environmental* (Global Wellness Institute 2020).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, *wellness tourism* merupakan salah satu jenis wisata minat khusus yang memiliki tujuan memperoleh kesejahteraan secara fisik, mental maupun spiritual bagi setiap individu yang melakukannya.

Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian
Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan merupakan penelitian kualitatif yang mengarah pada proses evaluatif terhadap obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2020), Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang hasil penelitiannya lebih menekankan pada makna

dibandingkan hal umum. Lokasi penelitian ini adalah Desa Canden yang terletak di Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer menurut Sugiyono (2020) adalah sumber data yang diperoleh secara langsung kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan peneliti dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dan observasi mengenai penelitian di Desa Canden, Kabupaten Bantul. Sedangkan Data Sekunder menurut Sugiyono (2020) adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung kepada pengumpul data. Data sekunder yang digunakan peneliti dalam penelitian ini berupa berupa dokumen – dokumen dan bacaan kepustakaan mengenai penelitian di Desa Canden, Kabupaten Bantul.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi menurut Nasution dalam Sugiyono (2020) adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan yang datanya dikumpulkan dengan bantuan dari berbagai alat, sehingga fokus pada penelitian akan tergambar secara jelas. Wawancara menurut Esterberg pada Sugiyono (2020) adalah pertemuan dua orang yang memiliki tujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat disimpulkan makna dalam suatu topik tertentu. Dan menurut Sugiyono (2020), Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara yang lebih dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto – foto atau karya tulis.

Teknik Uji Validitas Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teknik Triangulasi atau Gabungan untuk Uji Validitas Data. Triangulasi Menurut Sugiyono (2020) adalah teknik pengumpulan data dari beragam teknik pengumpulan data dan sumber, yang sifatnya menggabungkan. Sedangkan menurut Yusuf (2014), Triangulasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan penemuan dan interpretasi data yang akurat dan kredibel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Triangulasi adalah teknik menggabungkan data dan sumber dari beberapa teknik yang bertujuan mendapatkan penemuan dan interpretasi data yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis SWOT. Rangkuti (2018) menyatakan bahwa Analisis SWOT adalah suatu cara yang bertujuan merumuskan sebuah strategi secara sistematis dengan menganalisis dan mengidentifikasi beberapa faktor, sehingga menghasilkan strategi-strategi untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) serta meminimalisir kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Strategy)

Analisis ini perlu dilakukan guna mendapatkan gambaran kekuatan dan kelemahan dari suatu organisasi/perusahaan. Menurut Rangkuti (2018), IFAS adalah gabungan faktor-faktor internal sebuah organisasi/perusahaan yang digabungkan menjadi suatu bentuk analisis strategis. Metode untuk menyusun IFAS adalah sebagai berikut :

1. Tentukan 5-10 faktor dari kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan pada kolom ke-1 tabel.

2. Berikan bobot pada kolom ke-2 disetiap faktor yang telah disusun pada kolom ke-1 dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total yaitu 1,00. Faktor yang diberi bobot harus sesuai dengan pengaruh posisi strategis perusahaan.
3. Berikan rating pada kolom ke-3 disetiap faktor yang telah disusun dengan skala 4 (sangat kuat) sampai 1 (lemah), sesuai dengan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan tersebut. Seluruh variabel yang bersifat positif (variabel kekuatan) dibubuhi nilai dari +1 sampai +4 dengan membandingkannya terhadap rata-rata pesaing utama. Sedangkan sebaliknya, seluruh variabel yang bersifat negatif (variabel kelemahan) semakin besar kelemahan yang dimiliki, maka semakin kecil nilainya.
4. Kalikan bobot pada kolom ke-2 dengan nilai rating di kolom ke-3, sehingga menghasilkan faktor pembobotan dalam kolom ke-5. Hasilnya berupa skor pembobotan dari masing-masing faktor yang nilainya antara 4,0 hingga 1,0.
5. Berikan catatan alasan faktor tersebut dipilih atau bagaimana skor pembobotan dihitung pada kolom ke-5.
6. Jumlahkan skor pembobotan (kolom ke-4), agar menghasilkan total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Skor total menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi pada faktor-faktor strategis internalnya.

Matriks EFAS (External Factors Analysis Strategy)

Analisis ini dilakukan guna mengetahui peluang dan ancaman sebuah organisasi/perusahaan. Menurut Rangkuti (2018), matriks EFAS merupakan gabungan faktor-faktor internal sebuah organisasi/perusahaan yang digabungkan menjadi suatu bentuk analisis strategis. Metode menyusun EFAS adalah sebagai berikut :

1. Tentukan 5-10 faktor dari peluang dan ancaman suatu perusahaan pada kolom ke-1 tabel.
2. Berikan bobot pada kolom ke-2 disetiap faktor yang telah disusun pada kolom ke-1 dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh lebih dari skor total yaitu 1,00. Faktor yang diberi bobot harus sesuai dengan pengaruh posisi strategis perusahaan.
3. Berikan rating pada kolom ke-3 disetiap faktor yang telah disusun dengan skala 4 (sangat kuat) sampai 1 (lemah), sesuai dengan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan tersebut. Seluruh variabel yang bersifat positif (variabel peluang) dibubuhi nilai dari +1 sampai +4 dengan membandingkannya terhadap rata-rata pesaing utama. Sedangkan sebaliknya, seluruh variabel yang bersifat negatif (variabel ancaman) semakin besar ancaman yang dimiliki, maka semakin kecil nilainya.
4. Kalikan bobot pada kolom ke-2 dengan nilai rating di kolom ke-3, sehingga menghasilkan faktor pembobotan dalam kolom ke-5. Hasilnya berupa skor pembobotan dari masing-masing faktor yang nilainya antara 4,0 hingga 1,0.
5. Berikan catatan alasan faktor tersebut dipilih atau bagaimana skor pembobotan dihitung pada kolom ke-5.
6. Jumlahkan skor pembobotan (kolom ke-4), agar menghasilkan total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Skor total menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi pada faktor-faktor strategis eksternalnya.

Analisis Matriks IE

Menurut Rangkuti (2018), Matriks IE bertujuan untuk menghasilkan strategi bisnis yang lebih terperinci. Variabel yang digunakan untuk menghasilkan matriks IE adalah variabel kekuatan internal dan eksternal yang dihadapi. Menurut David&David (2017), Matriks IE (Internal – Eksternal) memposisikan divisi-divisi dari suatu organisasi dalam 9 bagian. Matriks IE berdasar pada dua dimensi kunci yaitu, total skor IFE (X) dan total skor EFE (Y). Total skor bobot yang diperoleh akan membantu memberikan kemungkinan susunan matriks IE ditingkat perusahaan.

Analisis Grand Strategy Matriks

Grand Strategi Matrix merupakan alat untuk merumuskan strategi alternatif yang didasarkan pada dua dimensi evaluasi yaitu : posisi kompetitif dan pertumbuhan pasar. Strategi yang sesuai untuk dipertimbangkan suatu organisasi terdapat pada urutan daya tariknya dalam masing-masing kuadran dalam matriks (David 2017).

Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2018) Matriks SWOT adalah alat untuk menyusun faktor – faktor strategi perusahaan atau organisasi yang dapat menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan atau organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi. Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat menghasilkan asset kemungkin analternatif strategi.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Desa Canden

Desa Canden dikenal sebagai penghasil Jamu Gendong yang terbuat dari tanaman obat dan rempah – rempah yang ditanam oleh masyarakat Dusun Kiringan di halaman rumahnya. Terdapat 150 jenis tanaman obat yang ditanam di halaman rumah masyarakat Desa Canden. Proses pembuatannya pun menggunakan cara tradisional yang diwariskan secara turun menurun oleh leluhurnya. Selain itu, Desa Canden juga memiliki Bendungan Tegal yang menghubungkan aliran sungai Opak dan aliran Sungai Oka. Hamparan sawah yang membentang luas dan pemandangan gunung yang juga sangat indah menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Canden. Dari beberapa potensi yang tersebut, Desa Canden sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi *wellness tourism*. Desa Canden memiliki *event* tahunan yang diadakan oleh pemerintah Desa Canden yaitu jalan sehat, minum jamu bersama, karnaval dan lomba foto.

Destinasi unggulan *wellness tourism* di Desa Canden adalah Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan dengan produk jamu tradisionalnya. Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan memiliki 132 pengrajin jamu dan menjadi jumlah terbanyak sedunia dalam kategori dusun. Jamu Gendong Kiringan ini sudah cukup terkenal di kancah Internasional. Hal ini dapat terbukti oleh jumlah kunjungan wisatawan asing yang berasal dari beragam Negara diantaranya, Malaysia, Jepang, Belanda, Australia, New Zealand dan sebagainya. Desa ini cukup terkenal karena memiliki keunikan dan keotentikan dari jamu tradisionalnya. Selain itu, Desa ini juga memiliki produk inovasi jamu yaitu selai jamu beragam rasa dan ice cream jamu. Sehingga inovasi tersebut bisa menarik wisatawan berkunjung ke Desa Wista jamu Gendong Kiringan. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Canden akan melakukan aktivitas-aktivitas yang menarik dan berkesan bagi wisatawan. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan diantaranya :

- 1) Jamuan *welcome drink* jamu dan *snack* tradisional

- 2) Pemaparan materi mengenai tanaman obat dan rempah-rempah yang ditanam disekitar Desa Canden
- 3) Jalan-jalan mengelilingi Desa Canden menggunakan andong
- 4) Praktek membuat jamu dan olahan jamu dari tanaman obat dan rempah-rempah yang tersedia

Potensi Wellness Tourism di Desa Canden

- 1) Potensi Alam
Desa Canden memiliki pemandangan alam yang sangat indah dengan gunung yang menjulang berpayung awan, aliran sungai yang berliku, sawah hijau yang terbentang luas bagai permadani di kaki langit
- 2) Potensi budaya
Desa Canden memiliki budaya meracik jamu dengan keahlian yang diturunkan secara turun menurun oleh leluhurnya. Jamu yang diracik adalah jamu tradisional yang dibuat dari tanaman rempah – rempah yang ditanam di pekarangan rumah. Pada awalnya jamu ini dijual dengan cara di gendong menggunakan bakul dipunggung, sehingga dinamakan Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan.
- 3) Potensi Manusia
Memiliki jumlah pengrajin jamu terbanyak yaitu, 132 pengrajin jamu dalam satu dusun yaitu di Dusun Kiringan. Para pengrajin jamu memiliki keterampilan yang baik dalam membuat jamu sehingga menjadikan jamu gendong kiringan ini cukup terkenal. Namun, SDM yang memiliki keahlian dalam teknologi di Desa Canden belum masih kurang. Dan juga kesadaran dari masyarakat kalangan muda masih kurang dalam pengembangan potensi Desa Canden.

Analisis SWOT

Tabel 2.1 Analisis SWOT Potensi Wellness Tourism di Desa Canden

Kekuatan	
1	Keindahan Alam (pesawahan, pegunungan dan sungai)
2	Memiliki pengrajin jamu dengan pengalaman turun temurun dengan jumlah terbanyak sedunia dalam satu dusun
3	Menghasilkan produk jamu yang sudah go internasional
4	Memiliki inovasi produk olahan jamu selai jamu dan ice cream jamu)
5	Keramahan masyarakat dusun kiringan
Kelemahan	
1	Potensi wellness tourism yang dimiliki Dusun Kiringan masih belum dimanfaatkan secara keseluruhan
2	Akomodasi yang beku (pernah berjalan namun sekarang tidak berjalan lagi karena kurangnya SDM yang mengerti mengenai sistem boking penginapan)
3	Kurangnya promosi
4	SDM yang ahli/kompeten kurang memadai
5	Manajemen yang kurang baik
Peluang	
1	Wisatawan lokal dan asing datang untuk belajar membuat jamu
2	Minat investor dalam pengembangan wellness tourism
3	Kerjasama dengan puskesmas
4	Dana yang diberikan oleh pemerintah melalui dana istimewa
Ancaman	
1	Wellness tourism di sekitar yogyakarta sangat berkembang

2	Teknologi yang digunakan oleh desa lain sudah lebih maju
3	Adanya bencana alam

Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Matriks EFAS

Tabel 2.2 Matriks IFAS Potensi Wellness Tourism di Desa Canden

No	Faktor Strategis	Tk. Sig	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan					
1	Keindahan Alam (pesawahan, pegunungan dan sungai)	2	0,08	3	0,31
2	Memiliki pengrajin jamu dengan pengalaman turun temurun dengan jumlah terbanyak sedunia dalam satu dusun	3	0,12	4	0,46
3	Menghasilkan produk jamu yang sudah go internasional	2	0,08	3	0,23
4	Memiliki inovasi produk olahan jamu selai jamu dan ice cream jamu)	3	0,12	4	0,46
5	Keramahan masyarakat dusun kiringan	2	0,08	3	0,23
Kelemahan					
1	Potensi wellness tourism yang dimiliki Dusun Kiringan masih belum dimanfaatkan secara keseluruhan	3	0,12	2	0,46
2	Akomodasi yang beku (pernah berjalan namun sekarang tidak berjalan lagi karena kurangnya SDM yang mengerti mengenai sistem boking penginapan)	2	0,08	2	0,23
3	kurangnya promosi	3	0,12	3	0,35
4	SDM yang ahli/kompeten kurang memadai	3	0,12	2	0,23
5	Manajemen yang kurang baik	3	0,12	1	0,12
Total		26	1	31	3,08

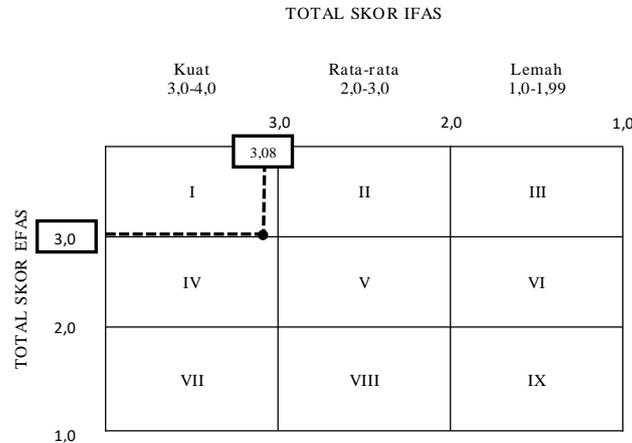
Tabel 2.3 Matriks EFAS Potensi Wellness Tourism di Desa Canden

No	Faktor Strategis	Tk. Sig	Bobot	Rating	Skor
Peluang					
1	Wisatawan lokal dan asing datang untuk belajar membuat jamu	3	0,18	4	0,71
2	Minat investor dalam pengembangan wellness tourism	2	0,12	3	0,35
3	Kerjasama dengan puskesmas dan rumah sakit di daerah Yogyakarta	2	0,12	3	0,35
4	Dana yang diberikan oleh pemerintah melalui dana istimewa	3	0,18	4	0,71
Ancaman					
1	Wellness tourism di sekitar yogyakarta sangat berkembang	3	0,18	1	0,18
2	Teknologi yang digunakan oleh desa lain sudah lebih maju	2	0,12	2	0,24

3	Adanya bencana alam	2	0,12	4	0,47
Total		17	1	21	3,00

Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Analisis Matriks IFAS dan EFAS

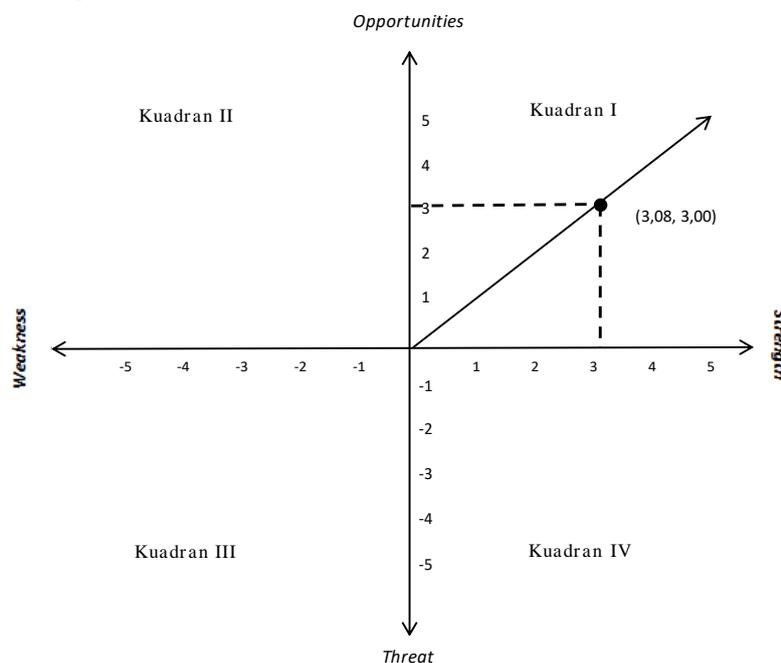


Gambar 2.1 Matriks IE Potensi Wellness Tourism di Desa Canden

Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Dari hasil matriks IFAS dan EFAS diatas Desa Canden berada pada kuadran I yang artinya perusahaan dalam zona *Growth and Build*. (David, 2004). Hal diatas menggambarkan kondisi pengembangan yang baik dan sangat kuat karena indikator kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Desa Canden cukup besar untuk dijadikan sebagai *wellness tourism*. Strategi yang cocok untuk zona ini adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Analisis Grand Strategy Matriks



Gambar 2.2 Analisis Grand Strategy Matriks Potensi Wellness Tourism di Desa Canden

Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Dari gambar diatas, Desa Canden berada pada kuadran I sebagai destinasi *wellness tourism* dengan hasil skor faktor internal sebesar 3,08 (x) dan faktor eksternal sebesar 3,00 (y).

Matriks SWOT

Tabel 2.4 Matriks SWOT Potensi *Wellness Tourism* di Desa Canden

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p><i>Strength</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Keindahan Alam (pesawahan, pegunungan dan sungai) Memiliki pengrajin jamu dengan pengalaman turun temurun dengan jumlah terbanyak sedunia dalam satu dusun Menghasilkan produk jamu yang sudah go internasional Memiliki inovasi produk olahan jamu selai jamu dan ice cream jamu) Keramahan masyarakat dusun kiringan 	<p><i>Weakness</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Potensi <i>wellness tourism</i> yang dimiliki Dusun Kiringan masih belum dimanfaatkan secara keseluruhan Akomodasi yang beku (pernah berjalan namun sekarang tidak berjalan lagi karena kurangnya SDM yang mengerti mengenai sistem boking penginapan) Kurangnya promosi SDM yang ahli/kompeten kurang memadai Manajemen yang kurang baik
<p><i>Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Wisatawan lokal dan asing datang untuk belajar membuat jamu Minat investor dalam pengembangan <i>wellness tourism</i> Kerjasama dengan puskesmas Dana yang diberikan oleh pemerintah melalui dana istimewa 	<p><i>Strength - Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan pengembangan potensi <i>wellness tourism</i> dengan memanfaatkan SDM dan SDA yang dimiliki (S1, S2, S3, S5, O1, O2, o4) Menjalin kerjasama dengan puskesmas dan klinik sekitar yogyakarta (S3, S4, O4) Memperkuat pelayanan dan target pasar yang ada (S2, S5, O1, O3) 	<p><i>Weakness - Opportunity</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Mengembangkan potensi <i>wellness tourism</i> yang belum dimanfaatkan dengan menggunakan dana dari pemerintah dan investor (W1, O2, O4) Memberikan pelatihan SDM agar menambah kualitas SDM dalam memberikan pelayanan <i>wellness tourism</i> (W2, W4, W5, O2, O3, O4) Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan wisatawan yang berkunjung dan kerjasama yang telah dijalin sebelumnya (W3, O1, O3)
<p><i>Threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Wellness tourism</i> di sekitar yogyakarta sangat berkembang Teknologi yang digunakan oleh desa lain sudah lebih maju Adanya bencana alam 	<p><i>Strength - Threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan potensi yang <i>wellnes tourism</i> yang dimiliki untuk dapat bersaing dengan destinasi <i>wellness tourism</i> disekitar Yogyakarta (T1, S1, S2, S3) Memaksimalkan penggunaan teknologi yang dimiliki dalam mengembangkan potensi yang dimiliki agar tercipta branding yang baik bagi Desa Canden (S1, S2, S3, T2) 	<p><i>Weakness - Threat</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Memaksimalkan pengembangan potensi <i>wellness tourism</i> yang dimiliki (W1, T1) Melatih SDM yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang mudah dijangkau dan dipahami (W2, W3, T2) Memperbaiki manajemen yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang

		lebih maju dan sedang trend (W2, W6, T1, T2)
--	--	---

Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Pembahasan

Secara umum, jika dilihat dari beragam potensi wisata yang dimiliki, Desa Canden sangat berpotensi menjadi destinasi *wellness tourism*. Sayangnya, belum semua potensi wisata yang dimiliki sudah dikembangkan oleh masyarakat Desa Canden. Tidak hanya wisata jamu gendong unggulannya saja yang bisa dikembangkan, potensi wisata lainnya pun bisa dikembangkan agar tidak kalah pamor dengan wisata unggulan jamu gendong. Hamparan sawah yang luas, Aliran sungai opak yang berliku dan Pegunungan yang menjulang dapat dimanfaatkan menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung, seperti berkeliling desa sambil menyusur sungai, melihat pemandangan pegunungan dan pesawahan yang indah.

Berdasarkan pada hasil penelitian dilihat aspek kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*), kemudian dilakukannya penelitian strategi matriks SWOT maka dihasilkan beberapa strategi sebagai berikut :

Tabel 2.5 Rencana Strategi Pengembangan Potensi *Wellness Tourism* di Desa Canden

NO	RENCANA STRATEGIS	PERIODE			KETERANGAN
		JANGKA PENDEK	JANGKA MENENGAH	JANGKA PANJANG	
1	Melakukan pengembangan potensi <i>wellness tourism</i> dengan memanfaatkan SDM dan SDA yang dimiliki			√	Pengembangan produk
2	Menjalin kerjasama dengan puskesmas dan klinik sekitar yogyakarta		√		Penetrasi pasar
3	Memperkuat pelayanan dan target pasar yang ada	√			Penetrasi pasar
4	Mengembangkan potensi <i>wellness tourism</i> yang belum dimanfaatkan dengan menggunakan dana dari pemerintahan dan investor		√		Pengembangan produk
5	Memberikan pelatihan SDM agar menambah kualitas SDM dalam memberikan pelayanan <i>wellness tourism</i>		√		Pengembangan produk
6	Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan wisatawan yang berkunjung dan kerjasama yang telah dijalin sebelumnya		√		Pengembangan pasar
7	Memanfaatkan potensi yang <i>wellnes tourism</i> yang dimiliki untuk dapat bersaing dengan destinasi			√	Penetrasi pasar

	wellness tourism disekitar Yogyakarta				
8	Memaksimalkan penggunaan teknologi yang dimiliki dalam mengembangkan potensi yang dimiliki agar tercipta branding yang baik bagi Desa Canden	√			Pengembangan produk
9	Memaksimalkan pengembangan potensi wellness tourism yang dimiliki	√			Pengembangan produk
10	Melatih SDM yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang mudah dijangkau dan dipahami	√			Pengembangan produk
11	Memperbaiki manajemen yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang lebih maju dan sedang trend	√			Pengembangan produk

Sumber : Data olahan peneliti (2024)

Dari hasil matriks IFAS dan EFAS diatas Desa Canden berada pada kuadran I. Menurut (David, 2004) jika perusahaan berada pada kuadran I, artinya perusahaan dalam zona *Growth and Build*, maka strategi yang disusun diatas berfokus pada penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk yang ada di Desa Canden. Strategi jangka pendek merupakan strategi yang terperinci dan dapat dilakukan dalam waktu yang cukup singkat. Strategi jangka menengah merupakan strategi yang dijabarkan dari strategi jangka panjang dan dilakukan dalam waktu yang tidak terlalu lama namun efisien. Dan Strategi Jangka pendek merupakan strategi yang tidak terlalu terperinci atau umum dan memerlukan waktu yang cukup lama.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Observasi dan pembahasan yang dilakukan pada saat penulis melakukan penelitian mengenai Strategi Pengembangan Potensi *Wellness Tourism* di Desa Canden, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Potensi *Wellness Tourism* yang ada di Desa Canden
Desa Canden memiliki beragam potensi *wellness tourism* yang dapat dinikmati wisatawan. Potensi *wellness tourism* yang ada di Desa Canden antara lain, Potensi Alam, Potensi Budaya dan Potensi Sumber Daya Manusia.
- 2) Strategi pengembangan potensi *wellness tourism* di Desa Canden
Peneliti melakukan pengamatan lingkungan dari faktor internal dan eksternal, kemudian menyusun strategi melalui matriks SWOT, sehingga peneliti menghasilkan 11 strategi yang berfokus pada penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi tersebut dapat diterapkan oleh pengelola Desa Canden maupun masyarakat setempat.

Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian, terdapat beberapa yang menjadi implikasi terkait dengan pengembangan potensi *wellness tourism* di Desa Canden. Implikasi tersebut diantaranya mencakup bagaimana memanfaatkan potensi *wellness tourism* yang dimiliki, memberdayakan dan melatih masyarakat setempat agar memiliki keahlian khusus untuk bisa mengembangkan Desa Canden, menjalin kerjasama dengan banyak pihak, mulai dari pemerintahan hingga travel agent, melakukan promosi melalui media sosial dengan memanfaatkan teknologi yang mudah dipelajari dan dapat menjangkau banyak daerah serta menyusun strategi yang akan dilakukan guna mengembangkan Desa Canden.

Referensi

- Anindita. (2015). Jurnal Universitas Esa Unggul. *Kompensasi dan Work Life Balance terhadap Kepuasan Kerja Dimediasi Stress Kerja*.
- A. Yoeti, O., & dkk. (2005). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Pradnya Paramita.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive advantage Approach, Concept and Cases* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Global Wellness Institute. (2020). *2020 Resetting the World with Wellness White Paper Series*. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/resetting-the-world-with-wellness/>.
- Hasibuan, M. S. P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Kartika, T., & Muchtar, A. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 20-25.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009*.
- Kementerian Kesehatan (2019). *Kemenkes-Kemenparekraf Sepakat Kembangkan Wisata Kebugaran dan Jamu*. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20191119/4732337/kemenkes-kemenparekraf-sepakat-kembangkan-wisata-kebugaran-dan-jamu/>
- Khotimah, K., & Wilopo, W. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya. *Jurnal administrasi Bisnis*, 42, 56-65.
- Mueller and Kaufmann, Lanz. (2007). *Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry*. Research Institute for Leisure and Tourism, University of Berne.
- Muri Yusuf (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, 395. Jakarta. Kenana.
- Rahyuda, I. (2022). *Strategi Pengembangan Destinasi Wellness Tourism*. Widina Bhakti Persada.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiama, A. (2014). *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata*. Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- UNWTO. (2017). *Tourism Highlights 2017 Edition*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18.111/9789284419029>.