PENELITIAN FUNDAMENTAL

STRATEGI PENGEMBANGAN PASRAMAN HINDU SEBAGAI PARIWISATA SPIRITUAL

KETUA:
I GEDE SUTARYA
ANGGOTA:
I KETUT WARDANA YASA

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT HINDU DHARMA NEGERI DENPASAR
DENPASAR
2017

PENELITIAN FUNDAMENTAL

STRATEGI PENGEMBANGAN PASRAMAN HINDU SEBAGAI PARIWISATA SPIRITUAL

Oleh:
Ketua: I Gede Sutarya
NIDN: 2408117201
Anggota: I Ketut Wardana Yasa
NIDN:2403048301

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT HINDU DHARMA NEGERI DENPASAR
DENPASAR
2017

HALAMAN PENGESAHAN

PENELITIAN FUNDAMENTAL

Judul Penelitian	: Strategi Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Pariwisata Spiritual
Ketua Peneliti	
Nama	: Dr. I Gede Sutarya, SST.Par, M.Ag
NIDN	: 2408117201
Jabatan Fungsional	: Lektor
Program Studi	: Industri Perjalanan, Jurusan Pariwisata Budaya, Fakultas Dharma Duta, IHDN Denpasar.
Nomer Hp	: 08123847232
Email	: sutarya@yahoo.com
Pembiayaan	:Dipa IHDN Denpasar

Denpasar, 15 Desember 2017

Mengetahui	Peneliti
Dekan Fakultas Dharma Duta	
Dr.Dra.Ida Ayu Tary Puspa, S.Ag.,M.Par	Dr. I Gede Sutarya, SST.Par,M.Ag
NIP. 19641126 200312 2 001	NIP.119721108 200901 1 005

Menyetujui
Ketua LP2M IHDN Denpasar

Dr. Dra.Ni Ketut Srie Kusuma Wardhani, M.Pd
NIP. 19580520 198703 2 002

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. I Gede Sutarya, SST.Par, M.Ag

Jabatan : Dosen, Lektor (III/d)

NIP : 19721108 200901 1 005

Dengan ini menyatakan hasil penelitian yang diajukan ini orisinil, tidak mengandung unsur-unsur plagiat.

Demikian pernyataan ini dibuat, apabila di kemudian hari ada yang mempermasalahkan keaslian karya ini, saya siap bertanggungjawab dan menanggung konsekuensinya.

Denpasar, 15 Desember 2017

Yang membuat pernyataan,

Dr. I Gede Sutarya, SST.Par, M.Ag

KATA PENGANTAR

Om Swastyastu,

Puji syukur kehadapan Ida Sanghyang Widhi Wasa, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugrahnya sehingga penelitian dapat diselesaikan. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor IHDN Denpasar, Ketua LP2M, Dekan Fakultas Dharma Duta dan rekan-rekan sejawat yang telah membantu terselesainya penelitian ini.

Saya mengucapkan terima kasih kepada Ida Pandita Ratu Bagus dan I Ketut Arsana yang sudah sangat terbuka menerima saya selama penelitian. Terima kasih juga untuk para tokoh masyarakat yang telah membantu dalam penelitian ini. Masukan dari para tokoh masyarakat dan praktisi sangat membantu dalam penelitian ini, terutama masukan dari Bapak I Made Amir yang merupakan pengelola pasraman Hindu yang cukup berpengalaman.

Terima kasih juga disampaikan untuk mahasiswa Program Studi Industri Perjalanan yang seringkali diajak berdiskusi dan memberikan informasi terhadap berbagai perkembangan pariwisata spiritual yang baru. Ucapan terima kasih dan kasih sayang yang tulus juga saya sampaikan kepada keluarga, yang telah membantu penyelesaian penelitian ini sebab hanya karena perhatiannya seluruh pekerjaan ini dapat dilakukan.

Disampaikan juga terima kasih kepada teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu tetapi telah turut serta membantu penelitian ini sampai selesai. Semoga Ida Sanghyang Widhi Wasa, Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada saya.

Om Shanti, Shanti, Shanti, Om

Denpasar, 15 Desember 2017
Penulis,

I Gede Sutarya

Abstrak

Strategi Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Pariwisata Spiritual

Pasraman Hindu telah mulai dirambah dunia pariwisata. Wisman yang memiliki tujuan untuk melakukan aktivitas spiritual di Bali, menjadikan pasraman sebagai tujuan wisata untuk mendapatkan pengalaman spiritual. Pencarian wisman ke pasraman Hindu ini telah mendorong berbagai aktivitas wisata spiritual di pasraman Hindu, tetapi pertumbuhan ini belum diantisipasi dengan perencanaan dan pengorganisasian yang baik. Padahal, berdasarkan teori pariwisata, perencanaan dan pengorganisasi harus dimulai sejak tahap *involvement*, atau pelibatan masyarakat lokal.

Kesenjangan antara teori dengan praktik ini menimbulkan masalah penelitian tentang perlunya membangun strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai pariwisata spiritual. Strategi ini dapat dirumuskan jika kharakteristik pasraman Hindu dan wisman yang mengikuti pariwisata spiritual dapat ditentukan. Karena itu, penelitian ini merumuskan tiga masalah penelitian, yaitu kharakteristik pasraman Hindu, kharakteristik wisman, dan strategi pengembangan pasraman Hindu.

Masalah penelitian ini merupakan hal baru dalam penelitian di Bali dan di dunia, sebab penelitian sebelumnya membahas tentang daya tarik, eksplorasi, dan dampak dari pariwisata spiritual. Karena itu, penelitian ini perlu dilakukan dengan metode dan analisis data secara kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori daya tarik pariwisata, teori motivasi dan teori tourist area life cycle.

Temuan dari penelitian ini menyangkut kharakteristik produk pariwisata pasraman Hindu yang berbasis kepada kesehatan, kemampuan guru dan hubungan guru dan murid. Wisman yang menyukai pasraman Hindu memiliki kharakteritik yang secara geographis berasal dari Australia, Amerika Serikat dan Eropa. Secara demographis, wisman ini sebagian besar adalah perempuan dengan usia produktif antara 20-50 tahun. Kharakteristik pasraman dan wisman ini menentukan strategi pengembangan pasraman Hindu yang berbasiskan kepada penguatan guru dan komunitas lokal.

Dari penelitian ini dapat disarankan tentang perlunya penguatan kelokalan Bali dalam pengembangan produk, sebab pariwisata ternyata menjadi peluang bagi Bali dalam menyebarkan berbagai nilai-nilai kelokalan dalam kancah internasional. Peluang ini tercipta melalui pariwisata spiritual yang menempatkan Bali sebagai destinasi pariwisata spiritual.

Kata Kunci: Pasraman Hindu, Strategi Pengembangan, Pariwisata Spiritual

DAFTAR ISI

Kulit Luar…… i
Halaman Pengesahan…….. ii
Pernyataan Tidak Plagiat……. iii
Kata Pengantar……. iv
Daftar Isi…… v
BAB I PENDAHULUAN……. 1
1.1 Latar Belakang…….. 1
1.2 Rumusan Masalah…… 5
1.3 Tujuan Penelitian……. 5
1.3.1 Tujuan Umum…… 5
1.3.2 Tujuan Khusus…… 6
1.4 Manfaat Penelitian…… 6
1.4.1 Manfaat Teoritis……. 6
1.4.2 Manfaat Praktis…….. 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KONSEP, LANDASAN TEORI DAN MODEL PENELITIAN…….. 8
2.1 Kajian Pustaka…… 8
2.2 Konsep……. 10
2.2.1 Strategi…… 10
2.2.2 Pasraman Hindu…… 11
2.2.3 Pariwisata Spiritual…….. 12
2.3 Landasan Teori……. 15
2.3.1 Teori Daya Tarik Pariwisata…… 15
2.3.2 Teori Motivasi……... 16
2.3.3 Teori *Tourism Area Life Cycle*……. 18
2.4 Model Penelitian…… 20

BAB III METODE PENELITIAN…….. 22

3.1 Lokasi Penelitian…… 22
3.2 Jenis dan Sumber Data…… 22
3.3 Instrumen Penelitian…… 23
3.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data…….. 24
3.4.1 Studi Kepustakaan……. 24
3.4.2 Observasi…… 25
3.4.3 Wawancara…… 26
3.4.3 Angket…… 27
3.4.4 Fokus Group……... 28
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data…… 29
3.6 Metode dan Teknik Penyajian Analisis Data…… 30

BAB IV GAMBARAN UMUM PASRAMAN HINDU DI BALI…… 32
4.1 Sejarah Pasraman Hindu di Bali……... 32
4.2 Pasraman Hindu sebagai Daya Tarik Pariwisata…….. 37
4.3 Jenis-Jenis Pasraman Hindu……. 40

BAB V KHARAKTERISTIK PASRAMAN HINDU SEBAGAI ATRAKSI PARIWISATA……. 43
5.1 *Core Product* Pasraman Hindu…….. 44
5.2 *Tangible Product*…… 46
5.2.1 Bentuk Produk……. 46
5.2.2 Desain, Branding dan Kualitas…… 50
5.3 *Augmented Product*…… 52
5.4 Analisis Terhadap Kharakteristik Produk…….. 54

BAB VI KHARAKTERISTIK WISMAN YANG BERKUNJUNG KE PASRAMAN HINDU…… 60
6.1 Kharakteritik Geographis…….. 61
6.2 Kharakteristik Demographi……... 63
6.3 Kharakteristik Fsikologi…… 66

6.4 Analisis Terhadap Kharakteristik Wisman…… 68

BAB VII STRATEGI PENGEMBANGAN PASRAMAN HINDU SEBAGAI TUJUAN PARIWISATA SPIRITUAL……... 72

7.1 Pasraman Hindu dalam Empat Elemen Destinasi…….. 73

7.2 Strategi Pengembangan…….. 75

7.3 Analisis Terhadap Strategi dan Pola Pengembangan Pasraman Hindu.. 80

7.3.1 Analisis Strategi Pengembangan……. 81

7.3.1 Analisis Pola Pengembangan…….. 83

BAB VIII SIMPULAN DAN SARAN……. 88

8.1 Simpulan……. 88

8.2 Temuan…… 89

8.3 Saran…… 90

DAFTAR PUSTAKA…… 91

LAMPIRAN I: Pedoman Wawancara…… 94

LAMPIRAN II: Kuesioner dalam Angket untuk Wisman…… 95

LAMPIRAN III: Cheklis Diskusi Kelompok Terfokus…… 96

LAMPIRAN IV: Daftar Informan……..... 98

LAMPIRAN V: Daftar Narasumber Diskusi Kelompok Terfokus……... 99

BIODATA PENELITI……... 100

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Objek, Topik, dan Tujuan Wawancara…….. 27
Tabel 4.1 Perkembangan Pasraman Hindu di Bali……. 36
Tabel 5.1 Analisis Kharakteristik Khusus Pasraman Hindu sebagai Produk Pariwisata…… 59
Tabel 6.1 Kharakteristik Wisman yang Tertarik kepada Pasraman Hindu 69
Tabel 7.1 Faktor Utama dan Penunjang Pengembangan Pasraman Hindu Sebagai Tujuan Pariwisata Spiritual…… 76
Tabel 7.2 Kemampuan Pengetahuan Utama dan Penunjang bagi Guru Spiritual yang Perlu Dikembangkan…… 77
Tabel 7.3 Fasilitas Utama dan Penunjang Pendukung Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Tujuan Pariwisata Spiritual…….. 78
Tabel 7.4 Pengembangan Komunitas Utama dan Penunjang bagi Pengembangan Pasraman Hindu……... 79
Tabel 7.5 Infrastruktur Pendukung Utama dan Penunjang Pengembangan Pasraman Hindu……. 80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Hirarki Kebutuhan Maslow…….. 17

Gambar 2.2: Tourist Area Life Cycle…….. 20

Gambar 2.3: Model Penelitian……. 21

Gambar 4.1: Simbol Ashram Munivara-Ubud yang intinya adalah lingga Seperti simbol-simbol umum di India…….. 39

Gambar 5.1: Bentuk Produk Pasraman Kemampuan Guru…….. 48

Gambar 5.2 : Kharakteristik Produk Pasraman Hindu…….. 55

Gambar 7.1: Strategi Pengembangan dalam Teori TALC…… 82

Gambar 7.2: Pola Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Destinasi Pariwisata Spiritual……. 85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasraman-pasraman Hindu di Bali, berkembang menjadi destinasi pariwisata spiritual sejak tahun 1990-an. Pasraman Ratu Bagus, Pasraman Seruling Dewata dan Ashram Munivara misalnya telah menjadi destinasi pariwisata untuk penyembuhan dengan yoga dan *shaking* sejak tahun 1990 - 2000. Daya tarik kedua pasraman tersebut adalah guru spiritualnya (Ariawan, 2009, Susanti, 2009, Sutarya, 2016). Perkembangan ketiga pasraman ini mendorong perkembangan kegiatan sejenis yang dilakukan pebisnis pariwisata. Berdasarkan penyelusuran di internet, ada sekitar 29 jenis bisnis pariwisata yang berhubungan dengan kegiatan pasraman Hindu, seperti tirtayatra, yoga, dan penyembuhan alamiah.

Dari 29 jenis kegiatan tersebut, kebanyakan menawarkan penyembuhan *(healing)* melalui cara-cara spiritual, seperti ayurweda, yoga, dan tradisional *healing.* Data-data wisman yang menggunakan jasa tersebut menunjukkan perkembangan, dari 1-10 wisman per pasraman pada tahun 1990-2000, menjadi rata-rata 20 wisman per pasraman atau pusat kegiatan pada 2000-2016 (Sutarya, 2016:217), sehingga perkembangan jasa pariwisata spiritual ini berdasarkan teori *life cycle* menunjukkan posisi *involvement* yang sudah melibatkan peran masyarakat (Sutarya, 2016:218).

Pebisnis pariwisata yang berskala besar seperti Four Seasons (www.fourseasons.com), Bagus Jati (www.bagusjati.com), dan yang lainnya juga ikut menawarkan jenis pariwisata seperti itu, yang menandakan bahwa pasar pariwisata spiritual sangat tampak di pasar pariwisata dunia. Wellness Tourism Worlwide (WTW) menyatakan, pariwisata dengan menggunakan yoga dan

meditasi sangat populer di dunia. Tingkat kepopulerannya mencapai 60 persen dari total penggunaan *wellness tourism* lainnya (WTW, 2011:14). Penyedia jasa yoga dan meditasi ini terbesar ada di Asia mencapai 67 persen dari total penyedia jasa di dunia (WTW, 2011:16).

Tingkat kepopuleran penggunaan yoga dan meditasi yang mencapai 60 persen merupakan peluang bagi Bali (Indonesia), tetapi tingginya penyedia jasa sejenis di Asia yang mencapai 67 persen merupakan tantangan bagi Bali untuk mengembangkan jenis pariwisata spiritual ini. Pada konteks seperti ini, pengembangan pasraman berskala internasional untuk tujuan pariwisata spiritual di Bali menjadi sangat penting, apalagi pasraman Hindu di Bali telah berkembang menjadi tujuan pariwisata spiritual.

Dalam usaha ini, India merupakan salah satu negeri yang memberikan perhatian kepada pengembangan ashram sehingga menjadi pesaing utama di Asia. Kulkarni (2008:4) menyatakan bahwa pemerintah India memprediksikan pertumbuhan sebesar 13 persen per tahun dari sektor yoga dan meditasi. Hal itu yang menyebabkan India bertumpu pada ashram-ashram tradisional yang disebut dengan *shala* untuk menjadi pusat-pusat pelatihan (Maddox, 2015). Pada penelitiannya di Mysore-India, Maddox (2014) menyatakan, pelatihan yoga telah menjadi bisnis dengan tarif 650 US Dollar per bulan bagi wisman.

Maddox (2015) menyatakan, pariwisata spiritual di Mysore, India memberikan kontribusi lama tinggal 30 hari per wisman tahun 2014. Lama tinggal wisman ke pasraman di Bali berkisar 3 – 5 minggu pada tahun 2015 (Sutarya, 2016:5). Lama tinggal ini lebih lama dari rata-rata lama tinggal wisman ke Bali yang rata-rata 9,87 hari pada tahun 2015 (Diparda Bali, 2016). Karena itu, pariwisata spiritual ke pasraman Hindu memberikan kontribusi bagi peningkatan lama tinggal wisman dan pengeluaran wisman, sebab lama tinggal yang meningkat akan meningkatkan

pengeluaran wisman. Diparda Bali (2016) mencatat pengeluaran wisman rata-rata tahun 2015 adalah 143,92 US Dollar per hari.

Peningkatan lama tinggal dan pengeluaran ini dilengkapi juga dengan peranan pariwisata spiritual terhadap masyarakat lokal sangat besar. Sutarya (2016) mencatat wisman yang melakukan *spiritual healing* di pasraman (Ashram Munivara dan Ashram Ratu Bagus) menkonsumsi makanan-makanan yang bersumber dari bahan-bahan lokal. Pasraman-pasraman Hindu ini juga berperan aktif mengajak wisman untuk memperhatikan lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu, pariwisata spiritual pada pasraman Hindu merupakan pariwisata yang pro ekonomi lokal, masyarakat lokal, dan lingkungan.

Peranan yang cukup besar tersebut, tidak diikuti dengan pengorganisasian dan perencanaan. Berdasarkan teori *tourism area life cycle,* pengorganisasian dan perencanaan seharusnya dilaksanakan pada tahap *involvement* (Cooper, 2012:48) untuk merencanakan tahap-tahap pengembangan dan konsolidasi. Pengorganisasi dan perencanaan ini belum dilakukan, sehingga menimbulkan kesenjangan antara teori dan praktik di mana secara teori pengorganisasi dan perencanaan seharusnya sudah dilaksanakan pada tahap *involvement,* tetapi secara praktik belum dilakukan.

Kesenjangan antara teori dan praktik ini menimbulkan masalah penelitian yaitu strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai pariwisata spiritual yang berorientasi kepada perencanaan dan pengorganisasian pasraman Hindu. Strategi ini dapat ditemukan bila kharakteristik pasraman Hindu yang menjadi daya tarik wisman dan kharakteristik wisman yang tertarik pada pariwisata spiritual dapat ditemukan. Oleh karena itu, kharakteristik pasraman, kharakteristik wisman, dan strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai pariwisata spiritual merupakan subjek penelitian

ini, sedangkan objek penelitiannya adalah wisman, warga ashram, pengelola ashram, pebisnis pariwisata, dan pemegang kebijakan.

Subjek penelitian ini perlu diteliti sebab sampai tahun 2017 ini, pemerintah khususnya Dirjen Bimbingan Masyarakat Hindu belum memiliki pola pembinaan bagi pasraman-pasraman Hindu yang menjadi tujuan pariwisata spiritual. Dinas Pariwisata Daerah (Diparda) juga belum memiliki pola-pola pembinaan dalam mengembangkan pasraman ini dalam pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini berguna untuk memberikan masukan bagi perencanaan dan pengorganisasian pasraman Hindu yang menjadi tujuan pariwisata spiritual.

Masalah dalam penelitian tentang pasraman Hindu ini merupakan masalah baru dalam penelitian pariwisata spiritual dan agama di Bali, sebab penelitian sebelumnya (Susanti, 2009; Ariawan, 2012; Narottam, 2012) masih pada urusan daya tarik wisman terhadap pasraman. Kharakteristik pasraman Hindu, wisman, dan strategi pengembangan masih merupakan masalah baru dalam berbagai penelitian ini, termasuk penelitian di berbagai negara lainnya. Penelitian terhadap pariwisata ritual *ayahuascha* di Amerika (Winkelman, 2005; Holman, 2011) membahas tentang motivasi dan komodifikasi. Penelitian di India (Carney, 2007) membahas tentang komodifikasi. Wong dkk (2013) dalam penelitian di China membahas tentang persepsi bhiksu. Oleh karena itu, penelitian ini memenuhi syarat kebaruan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

a. Bagaimana kharakteristik pasraman Hindu yang menjadi tujuan pariwisata spiritual?
b. Bagaimana kharakteristik wisman yang tertarik kepada pariwisata spiritual ke pasraman Hindu tersebut?

c. Bagaimana strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, yang terbagi menjadi tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah menemukan strategi pengembangan pariwisata yang bisa menjadi penyebaran dharma secara global.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus penelitian ini adalah:

a.Mengkaji kharakteristik pasraman Hindu yang menjadi tujuan pariwisata spiritual.

b.Menganalisis kharakteristik wisman yang melakukan kunjungan ke pasraman Hindu.

c.Merumuskan strategi pengembangan pasraman Hindu untuk pariwisata spiritual di Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini adalah:

a.Memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pariwisata dan agama, khususnya dalam pengembangan pasraman Hindu yang menjadi tujuan pariwisata spiritual.

b.Membangun konsep-konsep baru pembangunan berkelanjutan yang berbasiskan sumber daya lokal, khusus spiritualitas masyarakat Hindu.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah:

a.Memberikan masukan bagi pasraman-pasraman bahwa penyebaran nilai-nilai dharma bisa dilakukan melalui pariwisata.

b.Memberikan masukan bagi pengambil kebijakan untuk mengembangkan potensi pasraman sebagai tujuan pariwisata yang berbasiskan agama dan lingkungan.

c.Memberikan gambaran kepada masyarakat bahwa masyarakat lokal memiliki potensi untuk mengembangkan dirinya ke dalam wilayah yang lebih luas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KONSEP, LANDASAN TEORI DAN MODEL PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka

India dan China adalah dua negara yang menjadikan pasraman (ashram atau *monastry*) sebagai tujuan pariwisata spiritual. Penelitian pada kedua negara tersebut mangkaji masalah komodifikasi dan persepsi bhiksu terhadap kunjungan wisman ke ashram atau *monastry*. Penelitian-penelitian tersebut menemukan bahwa ada komodifikasi ashram dan gangguan terhadap bhiksu pada kunjungan wisman ke monastri di China, tetapi kunjungan wisman ini memberikan manfaat tersebarnya dharma ke berbagai negara Eropa dan Amerika.

Pada penelitian di India, kajian-kajian eksplorasi tentang potensi ashram (pasraman) sebagai tujuan pariwisata, banyak dilakukan. Begum (2012:3) mengekplorasi bahwa Kerala-India adalah pusat-pusat pelayanan ayurweda dan yoga. Pusat-pusat ini berhubungan dengan ashram-ashram yang mengembangkan hal seperti itu secara tradisional. Penelitian ini hanya berupa eksplorasi, belum meneliti lebih jauh tentang hal-hal lainnya.

Sharpley dan Sundaram (2005) dalam penelitiannya di Ashram Sri Aurobindo-Pondichery, India Selatan lebih jauh lagi meneliti tentang motivasi wisman untuk berkunjung ke Ashram. Motivasi terbesarnya adalah hidup sehat. Penelitian ini dilengkapi dengan penelitian Ariawan (2009), Susanti (2009), dan Narottama (2012) yang meneliti tentang daya tarik dan motivasi wisman berkunjung ke ashram di Bali. Daya tarik wisman untuk berkunjung adalah guru spiritual dan motivasinya sama yaitu ingin hidup sehat melalui penerapan nilai-nilai keharmonisan. Daya tarik lainnya adalah lingkungan alam dan budaya Bali.

Carney (2007) dalam penelitiannya di Vrindavan-India menemukan dalam pencarian tersebut muncul komodifikasi, yang terlihat dari fenomena adanya Condo-Ashram di Vrindavan. Condo-Ashram ini adalah ashram dengan fasilitas hotel modern yang dijual untuk wisman (Carney, 2007:142). Ashram ini dibedakan dari ashram-ashram tradisional yang biasanya memiliki orang suci (Sadhu). Condo-Ashram tidak perlu memiliki orang-orang suci. Ashram ini hanya menyediakan tempat latihan yoga.

Wong dkk (2013) melengkapi penelitian ini dengan meneliti dampak dari kunjungan wisman ke pusat pertapaan di Pu-Tuo-Shan, Cina. Pada beberapa kasus, ada wisman yang memang memeluk agama Buddha, tetapi ada beberapa kasus yang hanya mengisi waktu senggang. Kunjungan wisman ke pusat pertapaan ini dianggap mengganggu kehidupan pertapaan di pusat pertapaan, terutama oleh kalangan bhikku dan bhiksuni muda (Wong dkk, 2013:231).

Penelitian-penelitian tersebut hanya meneliti tentang eksplorasi potensi, daya tarik, motivasi, komodifikasi, dan gangguan bagi tuan rumah. Penelitian tentang strategi pengembangan pasraman (ashram) modern untuk menampung kecenderungan kunjungan wisman ke ashram-ashram tersebut masih belum ada. Sebuah strategi pengembangan ashram, perlu dipikirkan untuk menjawab kecenderungan komodifikasi seperti yang terjadi di Vrindavan-India (Carney, 2007) dan mengembangkan daya tarik wisman (Ariawan, 2009, Susanti, 2009, Narrottama, 2012). Strategi ini ini bisa berupa pembalikan arah pariwisata, dari kecenderungan komodifikasi menjadi model pengembangan pariwisata yang berempati kepada nilai-nilai lokal. Dengan demikian, penelitian strategi pengembangan ashram ini akan menjadi pelengkap dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan.

2.2 Konsep

Strategi pengembangan ashram sebagai tujuan pariwisata spiritual memiliki beberapa konsep yang perlu dijelaskan untuk mendapatkan persamaan pemahaman, yaitu strategi, pasraman Hindu, dan pariwisata spiritual. Dengan merangkai konsep-konsep tersebut maka akan dapat tergambar, tentang strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual. Beberapa konsep tersebut akan dijelaskan satu-persatu.

2.2.1 Strategi

Strategi merupakan proses penentuan rencana, tujuan, dan cara mencapai tujuan tersebut. Definisi strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu (Wikipedea, 2016). Kata "strategi" merupakan turunan dari kata *stratēgos* dalam bahasa Yunani. *Stratēgos* diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada zaman demokrasi Athena. Oleh karena itu, secara etimologi dan pengertian, strategi memiliki pengertian rencana, tujuan, dan cara untuk untuk mencapai tujuan tersebut.

Pada penelitian ini, strategi pengembangan merupakan strategi menejemen untuk mengembangkan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual. Chon dan Olsen (Seaton dan Bennet, 1996:216) mendefinisikan strategi menejemen sebagai proses untuk menguji, merumuskan, melaksanakan, dan mengontrol tujuan-tujuan organisasi yang dilaksanakan pada masa kini dan masa mendatang. Olsen dkk (dalam Seaton dan Bennet, 1996:216) menjelaskan strategi menejemen sebagai proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan keputusan pada berbagai sektor untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Chon dan Olsen (dalam Seaton dan Benner, 1996:216) mengidentifikasi enam proses strategi menejemen dalam perencanaan pariwisata, yaitu organisasi pariwisata, lingkungan, analisis strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi. Pada strategi pengembangan ini akan dibahas tentang

analisis organisasi pasraman Hindu yang menjadi tujuan pariwisata spiritual, analisis penyediaan jasa, dan evaluasi pelaksanaan rencana-rencana strategi.

2.2.2 Pasraman Hindu

Pasraman, yang sering juga disebut ashram merupakan wadah pendidikan Hindu. Hal tersebut ditegaskan Peraturan Menteri Agama RI No.6 Tahun 2014 tentang Pendidikan Keagamaan Hindu. Bab I tentang ketentuan umum peraturan tersebut (Pasal 1, point 1) menyatakan, *pendidikan Keagamaan Hindu adalah jalur pendidikan formal dan non-formal dalam wadah Pasraman*. Pengertian Pasraman Hindu dalam penelitian ini akan mengacu pada rumusan tersebut, yaitu wadah pendidikan Hindu.

Penelitian ini menekankan pada pengembangan untuk pariwisata spiritual, karena itu definisi pasraman akan dibatasi sebagai pasraman untuk pendidikan non-formal, yang didefinisikan pada pasal 21 (1) Peraturan Menteri Agama No.56 Tahun 2014 sebagai bentuk pesantian, sad dharma, padepokan, aguron-guron, parampara, gurukula, dan bentuk lainnya yang sejenis. Ciri dari pasraman non-formal ini adalah menyelenggarakan Weda Wakya sesuai dengan kekhasannya masing-masing (Pasal 24). Dari beberapa hal tersebut, Pasraman Hindu dapat didefinisikan sebagai wadah pendidikan yang mengajarkan atau melatih cara hidup yang terdapat dalam Weda-weda yang merupakan sumber pokok ajaran agama Hindu.

2.2.3 Pariwisata Spiritual

Pariwisata spiritual berasal dari dua definisi yaitu pariwisata dan spiritual. Pariwisata memiliki beberapa definisi yang mencakup pengertian orang-orang yang melakukan perjalanan, untuk tujuan non-ekonomi, menggunakan fasilitas pariwisata, dan waktunya lebih dari 24 jam. Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 mendefinisikan pariwisata sebagai berikut:

> Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan

> negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha (UURI No.10 Tahun 2009, Bab I, Pasal 1 ayat 1).

Dari definisi tersebut terdapat bebeberapa kata kunci yaitu kegiatan, multidimensi, multidisiplin, dan interaksi. Dari kata kunci tersebut, pariwisata dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan penduduk dari satu ke tempat lainnya untuk kegiatan non-ekonomi yang menimbulkan dampak multi-dimensi dan multi-disiplin sebagai akibat dari interaksi antara wisatawan, masyarakat setempat, dan pemerintah.

Spiritual berakar kata spirit dalam bahasa Inggris. Cobuild (1995:1608) mendefinisikan spiritual "*relating to people's thought and beliefs, rather than their bodies and physical surroundings"*. Definisi ini menjelaskan spiritual adalah sesuatu yang berhubungan dengan pikiran dan kepercayaan-kepercayaan, yang melebihi badan dan sifat-sifat badaniah. Oxford (2003:416) mendefinisikan spiritual sebagai *connected with the human spirit rather than the body.* Oxford (2003) ini menjelaskan spiritual adalah spirit manusia yang melebihi badan. Berdasarkan makna etimologi tersebut, spiritual dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang di luar badan, atau alam yang menjiwai pikiran dan perasaan manusia. Definisi ini sejalan dengan definisi spiritual dalam Bahasa Indonesia (http://kbbi.web.id) yang berarti berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani, batin).

Aldridge (1993:4) mengumpulkan beberapa definisi spiritual. Emblem (dalam Aldridge, 1993:34) mendefinisikan spiritual sebagai sesuatu yang membantu masyarakat untuk mengidentifikasi makna dan maksud hidupnya dalam hubungan yang transedental. Kuhn (dalam Aldridge, 1993:34) mendefinisikan spiritual sebagai kemampuan manusia yang muncul dari hubungan transedental, yang berisi pemaknaan, keyakinan, cinta, pengampunan, persembahan, perenungan, dan pemujaan. Hiat (dalam Aldridge, 1993:34) mendefinisikan spiritual sebagai

aspek manusia yang berpusat terhadap pemaknaan dan pencarian realitas absolut. Smith tahun 1988 (dalam Aldridge, 1993:34) mendefinisikan spiritual sebagai hidup yang bermaksud mencari pemaknaan.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut spiritual memiliki kata-kata kunci manusia, pemaknaan, dan transedental. Dengan kata-kata kunci tersebut, spiritual dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang bersifat hubungan transedental yang melewati batas-batas alamiah, yang membantu manusia menemukan pemaknaan hidupnya. Dengan definisi ini, spiritual adalah berada di luar batas-batas alam, tetapi memiliki hubungan dengan manusia dalam mencapai keseimbangan pikiran dan badan.

Pariwisata spiritual mencakup pengertian perjalanan untuk mencapai sesuatu yang transedental yang bersifat non-ekonomi dengan menggunakan fasilitas pariwisata sehingga waktunya lebih dari 24 jam. Norman (2012:20) menyatakan pariwisata spiritual sebagai fenomena waktu luang yang diisi dengan perjalanan untuk proyek penyadaran diri melalui kegiatan spiritual. Pada pengisian waktu luang tersebut, ada bermacam-macam kegiatan yang dilaksanakan yaitu *heal* (penyembuhan), *retreat* (tinggal di tempat sunyi), *quest* (pencarian makna diri), *experiences* (pengalaman spiritual), dan *collective* (mengikuti *spiritual events*).

Pariwisata spiritual pada pasraman Hindu di Bali, biasanya untuk mencari penyembuhan *(heal)* dan pengalaman (Sutarya, 2016), tetapi pencarian-pencarian lainnya yang berupa makna diri, *retreat*, dan spiritual *events* juga terjadi sebagai pencarian sampingan. Hal ini tampak pada contoh pencarian wisman di Ashram Ratu Bagus, Muncan yang mencari *healing* melalui *shaking*. Ada juga beberapa wisman yang mencari pengalaman di ashram tersebut.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Teori Daya Tarik Pariwisata

Daya tarik dalam khasanah pariwisata berhubungan dengan pertanyaan mendasar mengapa wisatawan melakukan perjalanan. Gray dalam Hall (2003:69) menyatakan seseorang melakukan perjalanan karena alasan mendasar yang disebutkannya sebagai *wanderlust* dan *sunlust. Wanderlust* merupakan keinginan dari dalam yang menyebabkan seseorang ingin melihat sesuatu yang berbeda. Sedangkan *sunlust* adalah sesuatu yang menyebabkan keinginan tersebut terpuaskan. Karena itu, *wanderlust* adalah keinginan, sedangkan *sunlust* adalah sesuatu yang memuaskan keinginan tersebut.

Pearce dalam Hall (2003:70) menyebutkan hal ini sebagai *push* dan *pull factors. Push factors* seperti *wanderlust* yang menyangkut dorongan dari dalam untuk melakukan perjalanan, sedangkan *pull factors* adalah hal-hal yang menyangkut produk wisata yang menyebabkan seseorang bisa memenuhi dorongannya tersebut. Karena itu, *push* menyangkut motivasi (dari dalam), sedangkan *pull* menyangkut daya tarik suatu destinasi pariwisata (dari luar diri). Oleh karena itu, daya tarik pada penelitian ini dapat didefinisikan sebagai faktor-faktor dalam destinasi pariwisata yang menyebabkan seseorang (wisatawan) melakukan perjalanan ke destinasi pariwisata tersebut.

Pada kontek penelitian ini, daya tarik didefinisikan sebagai faktor-faktor dalam destinasi pariwisata yang menyebabkan wisatawan melakukan kunjungan ke pasraman Hindu. Mill dan Morrison (2012:19) menyebutkan faktor-faktor yang menyebabkan suatu destinasi pariwisata memiliki daya tarik adalah faktor sumber daya alam, iklim, budaya, sejarah, etnis, dan kemudahan *(accessibility).* Faktor-faktor ini yang merupakan elemen dasar yang menyebabkan suatu destinasi memiliki daya tarik.

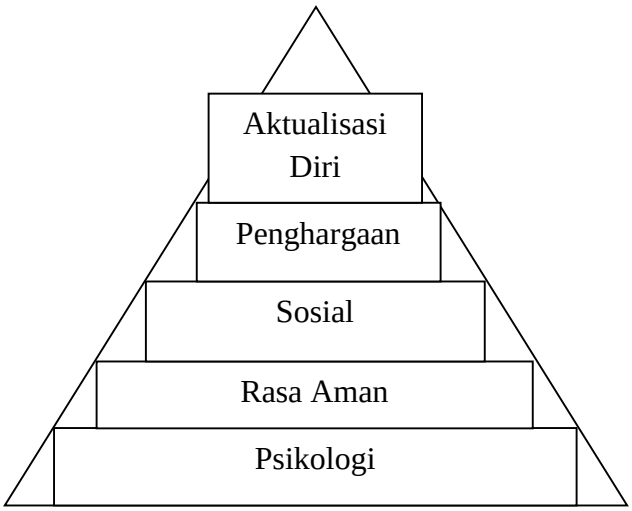
Teori daya tarik pariwisata ini digunakan untuk menjelaskan kharateristik pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual. Melalui teori ini dijelaskan tentang pembangun kharakteristik

khas dari pasraman Hindu. Pembangun kharaktersitik itu adalah faktor-faktor sumber daya alam, iklim, budaya, sejarah, etnis, dan kemudahan. Faktor-faktor tersebut yang digunakan untuk mengklasifikasi kharakteristik pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual.

2.3.2 Teori Motivasi

Motivasi merupakan pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata. Gerungan dalam Uno (2012:3) mengatakan, motif dibedakan menjadi tiga yaitu 1) motif biogenetis, yaitu motif yang berasal dari kebutuhan-kebutuhan untuk kelanjutan kehidupan, seperti makan, minum, bernafas dan seksualitas, 2) motif sosiogenetis yaitu motif yang berkembang dari lingkungan sosial budayanya, seperti mendengarkan musik, dan makan coklat, 3) motif teologis yaitu motif manusia untuk berhubungan dengan Tuhan, seperti ibadah.

Motivasi selalu berhubungan dengan kebutuhan. Karena itu, untuk melihat motivasi Hirarki Kebutuhan Maslow selalu menjadi dasar untuk melihat motivasi. Hirarki kebutuhan Maslow menempatkan lima dasar kebutuhan manusia yaitu rasa lapar, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Kebutuhan manusia tersebut dicapai secara bertahap, sehingga kebutuhan untuk mengisi rasa lapar merupakan kebutuhan yang paling mendasar. Kebutuhan Maslow tersebut adalah sebagai berikut:



Sumber: Uno (2012)
Gambar 2.1: Hirarki Kebutuhan Maslow

Motivasi wisatawan untuk menikmati pariwisata ke pasraman Hindu berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan ini. Sebagian ada yang berhubungan untuk memenuhi kebutuhan psiologi, keamanan, sosial, mendapatkan penghargaan, dan ada yang untuk melakukan usaha aktualisasi diri.

Teori motivasi ini digunakan untuk menjelaskan kharakteristik wisman yang melakukan perjalanan wisata spiritual. Lima level dari teori motivasi digunakan untuk memetakan kharakteristik wisman yang melakukan perjalanan wisata spiritual ke pasraman Hindu. Peta ini diperlukan untuk menentukan target pasar dalam usaha membangun strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual.

2.3.3 Teori *Tourism Area Life Cycle*

Teori Tourism Area Life Cycle (TALC) merupakan teori yang menjelaskan tentang perkembangan suatu destinasi. Teori ini menjelaskan perkembangan destinasi pariwisata menjadi enam tahap perkembangan (Hall, 2003:38; Cooper, 2012:48-49). Keenam tahap tersebut adalah *exploration* (eksplorasi), *involvement* (peran serta masyarakat), *development* (perkembangan), *consolidation* (konsolidasi), *stagnation* (stagnasi atau kejenuhan), dan *decline* (penurunan), atau *rejuvenation* (peremajaan).

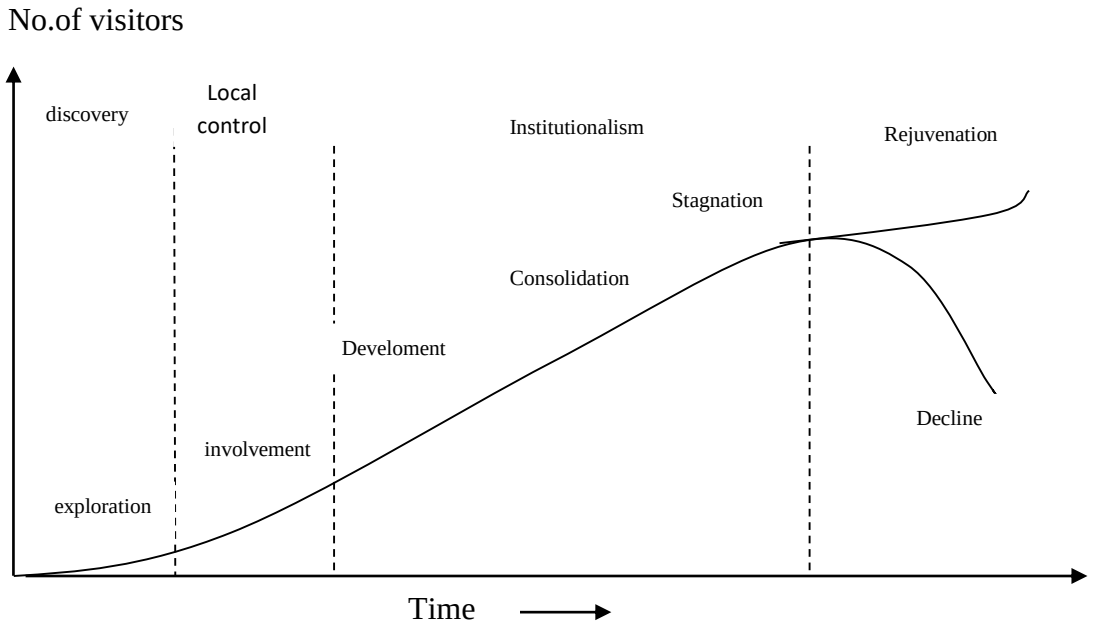
Pada tahap eksplorasi (Cooper, 2012:48), perkembangan pariwisata berskala kecil. Kunjungan wisatawan masih dalam jumlah kecil, sehingga belum ada perubahan apa-apa. Pada tahap peran serta masyarakat, terjadi peningkatan kunjungan wisatawan, sehingga pariwisata sudah mendatangkan hasil. Masyarakat lokal menjadi terlibat lebih besar dalam kegiatan pariwisata. Infrastruktur dan pelayanan publik sudah mulai dibangun untuk mempercepat akses ke destinasi

pariwisata. Pada tahap perkembangan, kunjungan wisatawan sudah mulai banyak sehingga organisasi pariwisata sudah mulai muncul untuk melakukan kontrol terhadap destinasi pariwisata. Pada tahap konsolidasi, pertumbuhan kunjungan wisatawan semakin besar, sehingga destinasi pariwisata mulai penuh dengan industri pariwisata sehingga penyedia produk semakin berkembang.

Setelah kunjungan wisatawan dan industri pariwisata bertumbuh tajam, dampak sosial-budaya, ekonomi, dan lingkungan mulai kelihatan yang mengganggu perkembangan. Tahap inilah yang disebut stagnasi (jenuh). *"At stagnation, peak tourist volumes have now been reached and the destination is no longer fashionable…* (Cooper, 2012:49). Tahap stagnasi ini perlu dikendalikan, melalui usaha peremajaan. Karena itu, tahap berikutnya adalah tahap peremajaan, atau tahap penurunan destinasi pariwisata.

Dari pemaparan tersebut, terlihat pasca stagnasi, ada tahap penurunan atau peremajaan. Untuk melestarikan destinasi pariwisata, peremajaan yang diperlukan dengan diversifikasi produk dan mencari pasar baru, seperti pariwisata konferensi dan pariwisata minat khusus (Cooper, 2012:49). Diversifikasi produk dan mencari pasar baru ini disebut dengan membangun kebaruan yang mengundang bentuk pencarian baru dari wisman. Pencarian baru ini, salah satu di antaranya adalah mengembangkan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual.

Pencarian kebaruan ini mencegah turunnya kurva, dengan memberikan kecenderungan naik untuk membangun siklus baru, yang harus terus diperbaharui atau diremajakan secara berulang-ulang. Oleh karena itu, TALC digunakan untuk membangun strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual, dengan menempatkan posisinya pada TALC, sehingga dapat digambarkan rencana dan implementasinya ke depan. Untuk lebih jelasnya, TALC tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

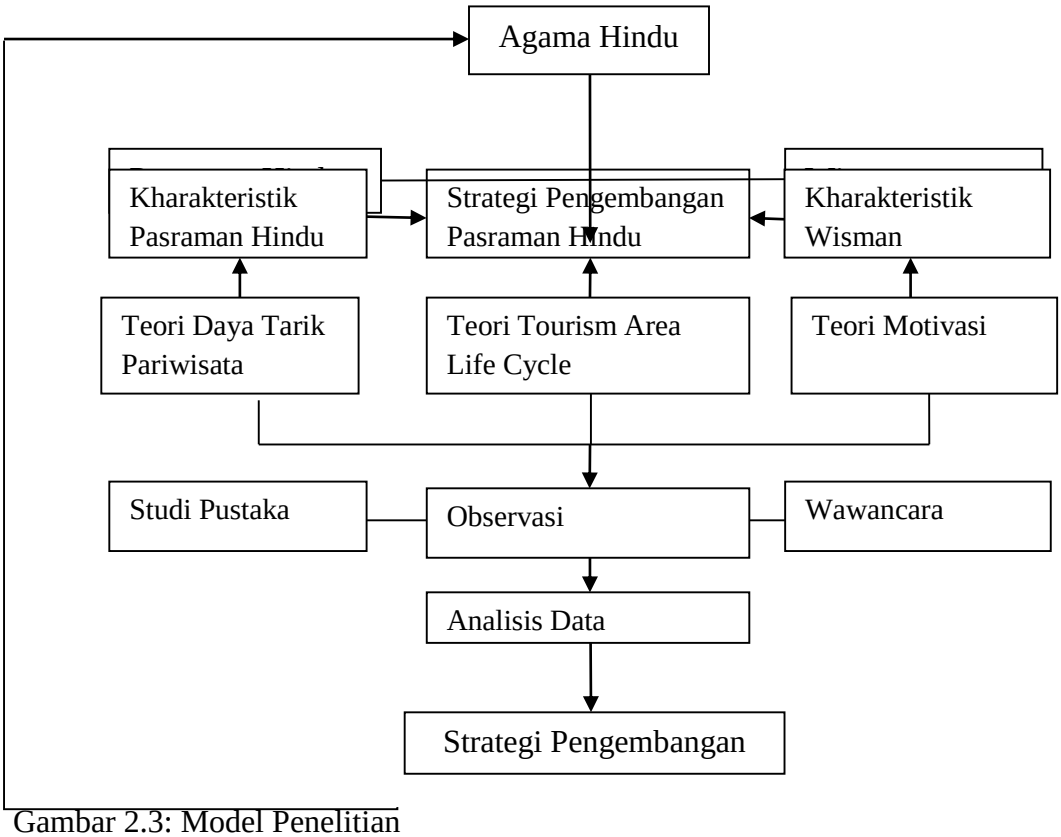


Sumber: Cooper (2012:48)
Gambar 2.2: *Tourist Area Life-Cycle*

2.4 Model Penelitian

Penelitian ini berangkat dari agama Hindu di Bali yang menjadi inpirasi bagi pembangunan pasraman Hindu yang pada awalnya untuk umat Hindu. Perkembangan pariwisata di Bali menyebabkan munculnya minat wisman untuk memperoleh pengalaman dan penyembuhan secara spiritual pada pasraman Hindu. Fenomena ini memunculkan pertanyaan penelitian untuk membangun strategi pengembangan, yang dilatarbelakangi oleh kharakteristik pasraman dan wisman. Strategi pengembangan ini dibangun melalui teori daya tarik pariwisata untuk menjelaskan kharakteristik pasraman, teori motivasi untuk menjelaskan kharakteristik wisman, dan teori tourism area life cycle untuk menjelaskan tentang strategi pengembangan. Studi pustaka, observasi, dan wawancara menjadi metode pengumpulan data untuk dianalisis yang akan memunculkan strategi pengembangan yang bermanfaat bagi pembangunan agama Hindu.

Model penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3: Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ashram Munivara, Ubud, Gianyar, Bali dan Ashram Ratu Bagus, Muncan, Karangasem, Bali. Tempat ini merupakan tujuan pariwisata spiritual yang sangat masif, sebab banyak wisman yang menghinap dan melakukan aktivitas di ashram tersebut. I Ketut Arsana, pendiri dan guru ashram ini adalah guru spiritual yang sangat terkenal dalam dunia pariwisata Bali, sedangkan Ida Pandita Mpu Ratu Bagus adalah pendiri dan guru dari Ashram Ratu Bagus.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif dan data kualitatif adalah dua jenis data yang digunakan secara bersama-sama dalam penelitian ini. Data kuantitatif adalah angka-angka dan transformasi dari data kualitatif yang memiliki perbedaan berjenjang, sedangkan data kualitatif adalah data dalam bentuk kalimat, uraian-uraian, dan cerita pendek (Bungin, 2013:124). Penelitian ini menggunakan kedua data tersebut.

Data kuantitatif yang digunakan adalah data yang berupa angka-angka jumlah kunjungan, dan pendapatan, sedangkan data kualitatifnya akan terbagi menjadi data kasus yang merupakan penjelasan dari kasus-kasus tertentu dan data pengalaman individu yang merupakan keterangan individu terhadap objek penelitian. Dalam psikologi, ini sering disebut sebagai *personal document* atau dokumen pribadi (Bungin, 2013:125).

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Kaelan, 2005:148). Data primer adalah data-data yang dikumpulkan di lokasi penelitian sedangkan sumber data

sekunder adalah data dari buku-buku, surat kabar, majalah, dan dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian (Jennings, 2001:66, Kaelan, 2005: 149).

Sumber data tersebut dapat berupa benda atau orang (informan). Benda-benda tersebut seperti dokumen, surat kabar, majalah, dan buku-buku akan dipelajari secara langsung, terutama yang berkaitan dengan penelitian ini. Sedangkan data yang bersumber dari orang (informan) akan dipilih dengan teknik *purposive*. Teknik *purposive* lebih cocok untuk penelitian ini, karena dengan teknik ini, peneliti bisa mendapatkan data yang akurat dengan memilih informan berdasarkan pertimbangan pengetahuannya. Informan yang dipilih adalah pendiri pasraman, pengurus pasraman, guru, dan wisman yang menjadi peserta latihan pada pasraman tersebut.

3.3 Instrumen Penelitian

Setiap penelitian menggunakan instrumen pengumpulan data sesuai kebutuhannya. Ketika mencari data di perpustakaan berbeda instrumennya dengan mencari data pada masyarakat secara langsung. Pada penelitian ini, peneliti mencari data di perpustakaan dan di lokasi penelitian secara langsung.

Pada penelitian perpustakaan, peneliti menggunakan instrumen kartu, alat perekam, foto copy dan buku besar yang berisi catatan-catatan penting tentang penelitian perpustakaan. Pada penelitian lapangan, peneliti akan menggunakan alat perekam, garis-garis besar pertanyaan dan buku kerja.

Foto copy digunakan untuk menggandakan bahan-bahan perpustakaan yang digunakan untuk penelitian. Buku besar digunakan untuk mencatat hal-hal penting yang terdapat dalam suatu pustaka. Alat perekam digunakan untuk merekam proses wawancara dan buku kerja digunakan untuk mencatat hal-hal penting dalam wawancara dan garis-garis besar pertanyaan digunakan untuk wawancara, sehingga proses wawancara berjalan dengan teratur dan terarah.

3.4. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian melalui prosedur tertentu. Prosedur penelitian ini adalah merumuskan masalah, mengumpulkan data, mengolah data dan menganalisis data. Sedangkan teknik penelitian adalah menyangkut alat yang digunakan. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data dengan studi kepustakaan, observasi lapangan dan wawancara. Dengan teknik ini diharapkan terkumpul data untuk dianalisis.

3.4.1 Studi Kepustakaan

Dengan studi kepustakaan, peneliti mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pasraman sebagai destinasi pariwisata spiritual dari berbagai pustaka yang ada seperti surat kabar, majalah, dokumen masyarakat, dan buku-buku. Dengan studi pustaka, peneliti juga akan mempelajari berbagai peraturan kepariwisataan yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata spiritual, tulisan-tulisan di media massa, internet, buku, dan dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan seperti foto, dan film dokumenter.

3.4.2 Observasi

Matthews and Ross (2010) dalam Herdiansyah (2013:129) menyatakan observasi adalah metode pengumpulan data melalui indra manusia. Alat penelitian dengan observasi ini adalah indra manusia yang terdiri dari mata, telinga, hidung, kulit, dan mulut. Karena itu, pada observasi, peneliti sendiri merupakan alat utama pengumpulan data dengan bantuan alat-alat yang berstandar, seperti alat perekam, kamera, dan alat-alat lainnya.

Data-data yang dapat dikumpulkan melalui observasi memiliki beberapa syarat, yaitu dapat dilihat, dapat didengar, dapat dihitung, dan dapat diukur (Herdiansyah, 2013:136). Bentuk-bentuk observasi yang dilakukan secara klasik adalah observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Observasi partisipan adalah observasi dimana peneliti bersama-sama subyek (observee),

sedangkan observasi non-partisipan adalah observasi dimana peneliti berada di luar observe. Dalam perkembangan penelitian modern, bentuk observasi ditambahkan dengan bentuk observasi *changing role observer* di mana peneliti bisa mengganti peran secara partisipan dan non-partisipan (Herdiansyah, 2013:147).

Penelitian ini menggunakan bentuk observasi non partisipan, di mana peneliti akan mengamati dari luar proses pelatihan di Ashram Munivara dan Ashram Ratu Bagus. Hal-hal yang diobservasi adalah kegiatan latihan setiap hari sesuai jadwal, keaktifan wisatawan mancanegara dalam mengikuti kegiatan, dan keseriusan wisatawan mancanegara dalam mengikuti latihan.

3.4.3 Wawancara

Dengan metode wawancara, peneliti mengadakan wawancara dengan berbagai sumber yang berkompoten untuk itu. Wawancara adalah proses interaksi yang dilakukan dua orang atau lebih dimana kedua pihak yang terlibat (pewawancara/*interviewer* dan terwawancara/*interviewee*) memiliki hak yang sama dan bertanya dan menjawab (Herdiansyah, 2013:27).

Bentuk-bentuk wawancara tersebut adalah wawancara berstruktur yaitu wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang lebih sering digunakan dalam penelitian kuantitatif. Bentuk lainnya adalah wawancara semi-struktur di mana peneliti hanya menggunakan pedoman wawancara dan wawancara tak berstruktur di mana peneliti terbuka mengajukan pertanyaan dengan sebebas-bebasnya (Herdiansyah, 2013:63-70).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan bentuk wawancara semi-struktur, sehingga peneliti bisa menggali data sebanyak-banyaknya dari informan dengan menggunakan pedoman wawancara untuk mengarahkan pertanyaan-pertanyaan pada topik yang diteliti. Topik-topik pertanyaan akan menyangkut data-data yang berhubungan dengan daya tarik wisman, motivasi wisman, dan model pengembangan pasraman Hindu. Topik-topik tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Objek, Topik, dan Tujuan Wawancara Penelitian

Objek	Topik	Tujuan
Wisman	Daya tarik kunjungan, motivasi, pengalamannya, dan latar belakang wisman dalam mengikuti kehidupan di pasraman	Untuk mengungkap kharakteristik wisman
Guru Spiritual	Pengalaman menjadi guru wisman, pengalaman pengembangan pasraman sebagai destinasi pariwisata spiritual dan pengalaman memperkenalkan pasraman Hindu kepada wisman	Untuk mengungkapkan kharakteristik pasraman Hindu dan strategi pengembangan
Warga Pasraman	Pengalaman berada dalam komunitas internasional, pengalaman dalam berinteraksi dengan wisman, pengalaman berinteraksi dengan guru, dan pengalaman berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya	Untuk mengungkapkan kharakteristik pasraman dan strategi pengembangan

3.4.4. Angket

Penelitian ini juga menggunakan teknik angket dengan menyebarkan kuesioner kepada wisman untuk menemukan kharakteristik wisman yang melakukan perjalanan wisata spiritual. Kuesioner ini disebarkan secara accidental kepada wisman yang ditemui di pusat-pusat pelatihan yoga di Kawasan Pariwisata Ubud. Kawasan ini dipilih sebagai cluster sampling, sebab wilayah Bali sangat luas (Sugiyono, 2012:65). Cluster sampling ini dilakukan melalui dua tahap, tahap pertama adalah menentukan destinasi pariwisata, yang merupakan perwakilan dari pariwisata Bali

secara keseluruhan. Perwakilan ini ditentukan dengan memilih tipe destinasi pariwisata. Dengan penentuan tersebut dipilih lokasi yang menjadi wakil dari pariwisata Bali. Keterwakilan itu ditentukan di Kawasan Pariwisata Ubud, sebab wisman yang berkunjung ke Ubud memiliki berbagai tujuan, yaitu daya tarik alam, budaya, dan buatan manusia. Kuesioner disebarkan di wilayah tersebut untuk menjadi perwakilan Bali secara keseluruhan.

Kuesioner ini disebarkan untuk mengetahui kharakteristik wisman yang menyukai pasraman Hindu sebagai aktivitas pariwisata spiritual. Karena itu, kuesioner ini berisi pertanyaan tentang demografi, sosial ekonomi, dan psikologi khususnya tentang minat, harapan, dan pengalaman. Dengan kuesioner ini dapat dikelompokkan wisman yang menyukai pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual, sehingga bisa ditentukan strategi untuk pengembangannya.

3.4.5 Focus Group

Focus Group akan digunakan untuk mengembangkan hasil pengumpulan data, sebab focus group merupakan perkembangan dari instrumen-instrumen pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara (Herdiansyah, 2013:225). Krueger dalam Herdiansyah (2013:278) menyatakan jumlah responden dalam focus group berkisar antara 7-10 responden. Responden dalam fokus group ini digunakan untuk mengkomfirmasi data sebagai pengembangan dari berbagai hasil pengumpulan data.

Responden focus group yang merupakan orang-orang yang berpengalaman dan ahli pada bidangnya bisa digunakan juga untuk menentukan pilihan kebijakan yang perlu dilakukan dengan berdasarkan kepada hasil penelitian. Pada penelitian ini, fokus group digunakan untuk mengkomfirmasi data dan menentukan pilihan perencanaan yang berdasar pada pengumpulan data-data sebelumnya. Pada fokus group ini dipilih sembilan peserta yang mewakili pengelola pasraman, pemegang kebijakan dan tokoh umat Hindu.

3.5 Metode dan Teknik Analisis Data

Data-data dalam penelitian ini dianalisis dengan metode penelitian kualititatif. Analisis data kualitatif ini berdasar kepada strategi deskriptif kualitatif (Bungin, 2013:280). Bogdan & Biklen dalam Moleong (2011:248) menyatakan analisis data kualitatif dilakukan melalui mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menyintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan yang penting dan yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik untuk menganalisis data-data tersebut dalam analisis data kualitatif dibagi menjadi *content analisis*, analisis domain, analisis taksonomik, analisis komponensial, analisis tema kultural, dan analisis komparatif (Bungin, 2013:282-298). Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis domain. Teknik analisis ini sangat baik digunakan untuk penelitian ekploratif untuk memberikan gambaran umum di tingkat permukaan dengan penggambaran yang relatif utuh (Bungin, 2013:284). Penelitian ini merupakan penelitian ekploratif karena merupakan hal yang baru, karena itu teknik analisis domain menjadi sangat relevan untuk digunakan.

Dengan menggunakan teknik analisis domain ini, peneliti bekerja dengan data, memberikan kode, melakukan kategori, menyintesiskannya, menemukan pola hubungan yang penting, dan memutuskan untuk menyajikan bagian-bagian yang penting. Hal tersebut dipolakan menjadi tiga langkah umum yaitu pengkategorian, pembangunan konsep, dan merancang temuan dalam penelitian ini.

Dalam menganalisis strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual, dikategorikan data-data yang berhubungan dengan kharakteristik pasraman Hindu dan

wisman. Dari data-data itu dapat dikategorikan data-data yang berhubungan dengan strategi pengembangan Pasraman Hindu untuk tujuan pariwisata spiritual.

3.6 Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Metode penyajian hasil analisis data kualitatif adalah metode kualitatif dengan teknik deskripsi, penafsiran, dan penjelasan (Moleong, 2011:360). Dengan teknik ini, peneliti mendeskripsikan penemuan, yang berisi pernyataan-pernyataan penelitian dan pemakaian informasi. Deskripsi penemuan ini berisi informasi dari hasil pengamatan, wawancara, dan informasi lainnya dari dokumen. Deskripsi penemuan ini dilanjutkan dengan deskripsi hasil analisis data yang akan menyajikan pola, tema, kecenderungan, dan motivasi yang muncul dari data. Deskripsi ini dilengkapi dengan penyajian kategori.

Setelah melakukan deskripsi hasil analisis dilakukan penafsiran dan penjelasan. Penafsiran dilakukan dengan mengkaitkan kategori dengan teori, sehingga membangun konsep yang bisa menjelaskan temuan. Temuan-temuan ini merupakan sebuah model yang bisa diaplikasikan dalam pengembangan pariwisata spiritual dengan basis pasraman Hindu.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PASRAMAN HINDU DI BALI

Pada gambaran umum pasraman Hindu di Bali ini dibahas tentang sejarah, perkembangan pasraman sebagai daya tarik pariwisata dan klasifikasi pasraman Hindu. Sejarah pasraman Hindu memberikan gambaran tentang proses awal perkembangan pasraman Hindu dari abad awal-awal perkembangan pasraman (ashram) di India sampai Indonesia. Perkembangan pasraman sebagai daya tarik pariwisata menguraikan perkembangan pasraman Hindu sampai menjadi daya tarik pariwisata setelah berkembangnya pariwisata di Bali, sedangkan klasifikasi pasraman Hindu menjelaskan tentang pembagian pasraman Hindu ke dalam berbagai tipe sesuai perkembangan yang terjadi sampai tahun 2017 ini.

4.1 Sejarah Pasraman Hindu di Bali

Pasraman Hindu dikenal dalam berbagai sumber teks pada zaman Upanisad sekitar 600 SM. Pada Upanisad dijelaskan kunjungan raja-raja ke pasraman-pasraman terkenal pada zaman itu, contohnya yaitu kunjungan Raja Janaka. Ramayana juga menceritakan kunjungan Sri Rama ke beberapa pasraman seperti Pasraman Rsi Wiswamitra (penerima wahyu Veda) dan pasraman Rsi Markendya, yang secara mitologi disebutkan pindah dan menetap di Bali pada akhir kehidupannya. Pasraman yang paling terkenal pada cerita ramayana adalah Pasraman Valmiki yang menjadi tempat Dewi Sita untuk mengasingkan diri (Titib, 2004:76).

Pasraman ini berpengaruh juga kepada perkembangan agama Buddha. Dalam agama Buddha, terdapat kitab Vinaya yang berisi tata tertib hidup di pasraman atau kehidupan sangha yang merupakan komunitas bhiksu (Keene, 2006:72). Pengaruh Hindu dan Buddha dari India membawa

pengaruh pasraman ke Indonesia. Keterangan tentang pasraman terdapat dalam Negara Kertagama sloka 134 yang menceritakan Candi Kegenengan yang berisi reruntuhan biara (tempat pendidikan Buddha) yang sudah runtuh (Riana, 2009:189). Hal ini menunjukkan bahwa sebelum zaman Majapahit telah berdiri pasraman Hindu dan Buddha di Indonesia. Tradisi ini berjalan sampai masuknya Islam ke Indonesia, di mana budaya pasantren dikembangkan dari budaya pasraman Hindu.

Secara tradisi di Bali dikenal *grya* yang menjadi tempat tinggal brahmana, yang merupakan tempat untuk belajar agama. Dalam peninggalan-peninggalan nama-nama desa terdapat istilah *padukuhan* yang menunjukkan pasraman Hindu pada masa Bali Kuno, sebab berdasarkan prasasti Bali Kuno telah dikenal guru-guru spiritual yang bergelar *dang acarya* untuk penganut Shiwa dan *dang upadhyaya* untuk penganut Buddha (Wiguna dkk, 2008:27). Setelah *grya* berkembang di Bali pasca Dalem Waturenggong (abad ke-16), *padukuhan* rupanya mulai surut tetapi *padukuhan* tetap hidup sebagai pasraman mandiri yang tidak mendapatkan pengakuan kerajaan. *Grya*, sebagai tempat tinggal brahmana terus berkembang sampai Indonesia merdeka, karena hubungan baik pemerintah dari zaman Bali Majapahit, kolonial sampai Indonesia merdeka dengan *pedanda* yang merupakan keturunan Mpu Sakti Wawu Rauh (Reuter, 2005:408). Hubungan baik dengan pemerintah kerajaan dan kolonial menjadikan *grya* sebagai lembaga tertutup sejalan dengan kebijakan kasta (penentuan jabatan berdasarkan keturunan) di Bali, sehingga *grya* hanya untuk keluarga brahmana. Karena itu, keluarga non-brahmana tidak berguru secara intensif ke *grya*.

Pergerakkan Hindu modern di India pada abad ke-20 mempengaruhi perkembangan agama Hindu di Bali. Pergerakkan Hindu modern ini membawa berbagai perubahan pandangan, terutama tentang kasta yang sebenarnya dalam kitab suci adalah *varna* (jabatan profesi), yang menjadi hak setiap orang untuk menjalani masing-masing *varna* sesuai bakatnya sebagai Brahmana, ksatrya,

vaisya dan sudra. Sebagian dari gerakkan Hindu modern ini yang masuk ke Bali adalah Hare Krishna, Sai Baba dan yang lainnya. Organisasi Hindu modern ini memberikan pengaruh untuk membangun kembali pasraman Hindu yang terbuka di Bali. I Ketut Arsana, pendiri pasraman Lembah Bhayam dan Munivara mengakui pengaruh gerakkan Hindu modern ini. Arsana menjelaskan bahwa ia adalah pengikut Hare Krshna antara tahun 1977-1984, sehingga Arsana mendapatkan inspirasi untuk membangun Pasraman Lembah Bhayam pada tahun 1997 dari Hare Kreshna.

> Keadaan ekonomi dan keluarga pada tahun 1970-an sangat buruk sehingga jiwa saya menangis. Saya ingin mencari guru tetapi kemana? Saya kemudian bertemu perkumpulan Hare Kresna bersama Pak Darmayasa di mana beliau juga dari Ubud. Tetapi kemudian saya mengalami masalah dan sempat dipenjarakan (Arsana, Wawancara 4 Juni 2017).

Pada sekitar tahun 1984, Perkumpulan Hare Kreshna dibubarkan melalui rekomendasi parisada sehingga Arsana mendapatkan tekanan dari lingkungannya. Ia mengaku sempat dipenjarakan dan tidak disukai lingkungan di Ubud. Karena itu, ia kemudian meninggalkan dunia spiritual dan menjadi penjudi *(bobotoh).* Pada tahun 1990-an, ia mulai bertemu dengan Shri Jayanara di Bolangan, Tabanan. Pertemuan dengan gurunya ini yang membuatnya untuk membangun ashram di Bolangan, Tabanan pada tahun 1997.

Pasraman di Bolangan, Tabanan yang bernama Pasraman Lembah Bhayam seluas 2 ha. Pasraman ini selalu penuh dengan umat, sehingga tahun 2007 dibangun juga pasraman di Ubud yang bernama Ashram Munivara. Ashram ini dikombinasikan dengan Omham Retreat yaitu fasilitas hotel untuk menampung pemula dalam spiritual. Hotel ini memiliki 40 kamar, sedangkan ashram terletak bersebelahan dengan fasilitas enam kamar. Dia mengaku belum fokus untuk mengembangkan pasraman sehingga fasilitas kamarnya belum bertambah, tetapi pasraman masih memiliki 30 are lahan kosong yang siap dibanguni fasilitas kamar.

Ida Pandita Ratu Bagus (Wawancara, 13 Juli 2017) mengakui mulai merintis pasraman pada tahun 1993, tetapi pengetahuan spiritualnya tumbuh sezaman dengan Arsana tahun 1979. Pada rentang waktu 1979-1993, ia aktif melakukan meditasi di rumahnya yang sekarang menjadi ashram. Pada tahun 1993, seorang wisman dari Italia melintas di depan rumahnya. Wisman asal Italia ini kemudian menjadi muridnya yang pertama dan memperkenalkan pasramannya ke Eropa. Karena itu, rentang waktu pertumbuhan pasraman ini antara tahun 1993 sampai kini (2017).

Pasraman-pasraman lain, juga bermunculan pasca pengaruh Hindu modern ke Bali itu. Pada tahun 2017, Dewan Persatuan Pasraman Indonesia (DPPI) memiliki anggota 75 pasraman. Pasraman ini sebagian merupakan cabang perguruan besar di dunia, seperti Hare Kresna dan Ananda Marga. Sebagian lagi adalah pasraman yang tumbuh di Bali, tetapi terbentuk pasca pengaruh Hindu modern, seperti Pasraman Seruling Dewata dan Ambar Ashram. Sampai tahun 2017 ini, belum ditemukan pasraman yang merupakan kelanjutan turun temurun dari zaman kerajaan. Karena itu, pengaruh gerakkan Hindu modern paling dominan dalam kemunculan pasraman di Bali.

Dari data sejarah dan wawancara tersebut dapat disusun sejarah perkembangan pasraman Hindu di Bali sebagai berikut:

Tabel 4.1

Perkembangan Pasraman Hindu di Bali

No	Masa	Jenis
1.	Bali Kuno (Abad ke-10 – 16 M)	Padukuhan
2.	Bali Majapahit (Abad ke-16 – 19 M)	Grya dengan sisa-sisa padukuhan
3.	Bali pada era kolonial (Abad 20 M)	Grya
4.	Bali modern (Abad 20 -21 M)	Grya dan Pasraman

Pada masa Bali Kuno dengan melihat sisa-sisa desa di Bali yang bernama *padukuhan*, sistem *padukuhan* rupanya yang paling dominan. Setelah Majapahit menguasai Bali secara kuat pada

abad-15 M, Mpu Sakti Wawu Rauh memperkenalkan *grya* sebagai pengganti *padukuhan.* Pada era abad ke-15-19 M, *padukuhan* rupanya masih tersisa di beberapa desa. Pada masa kolonial Belanda (abad ke-20 M), sistem *padukuhan* dihabisi sebab mulai muncul larangan untuk *madwijati* dari kalangan non-keluarga Mpu Sakti Wawu Rauh dan Mpu Astapaka.

Tingginya pengaruh *grya* pada era kolonial ternyata menumbuhkan pesaing baru yaitu gerakkan Hindu modern yang anti-kasta. Gerakkan Hindu modern ini masuk ke Bali pada tahun 1927 melalui pemikiran-pemikiran Suryakantha. Pada tahun 1950-an, pergerakkan Hindu modern ini semakin masif, apalagi setelah berhasil menghilangkan hukum adat tentang kasta yang berupa *asu mundung* dan *angalangkahin karanghulu*. Kemunculan gerakkan Hindu modern yang terbuka bagi setiap umat Hindu untuk menjadi brahmana memunculkan pembangunan-pembangunan pasraman.

Benih-benih gerakkan Hindu modern ini yang memunculkan pasraman Hindu mulai tahun 1990-an, di mana muncul rintisan Ashram Ratu Bagus pada tahun 1993 dan Ashram Lembah Bhayam pada tahun 1997. Pasca 1997, pertumbuhan pasraman sangat masif sebab munculnya kebebasan untuk mengembangkan diri dalam Hindu asalkan tidak menyimpang dari kitab suci Veda. Pada tahun 2014, Dewan Perkumpulan Pasraman Indonesia (DPPI) terbentuk. Perkumpulan ini pada tahun 2017, telah memiliki anggota sekitar 75 pasraman.

4.2 Pasraman Hindu sebagai Daya Tarik Pariwisata

Daya tarik spiritualitas Bali bagi wisatawan telah mulai di Ubud, Gianyar pada 1977. Arsana ketika itu (1977) sudah mulai melatih yoga untuk wisman di Ubud. Ketertarikan wisman ketika itu masih kepada figur orang Bali yang memiliki kemampuan spiritual, sehingga belum melembaga menjadi pasraman. Benih-benih pasraman menjadi daya tarik pariwisata justru muncul

di Muncan, Karangasem pada tahun 1993. Pasraman Ratu Bagus ketika itu mulai didatangi wisman asal Italia. Benih ini yang terus berkembang menjadi Pasraman Ratu Bagus di Muncan, Karangasem.

Ubud baru memiliki pasraman pada tahun 2000-an. Ashram Munivara berdiri tahun 2007 dan pasraman-pasraman yang lainnya juga berdiri sekitar tahun 2007-2009 (Sutarya, 2016:86). Karena itu, fenomena pasraman Hindu sebagai daya tarik pariwisata muncul pada tahun 2000-an pasca mulai dipertanyakannya citra pariwisata budaya di Bali. Pasca 2000-an, ada kecenderungan wisman ingin belajar lebih dalam tentang budaya Bali melalui spiritualnya sehingga lebih berdampak kepada pengalaman nyata pada diri wisman. Perkembangan ini juga muncul karena mulai berkembangnya pariwisata spiritual di dunia seperti yang tergambar dalam Novel “Eat Pray Love” yang terbit tahun 2006.

Penerbitan “Eat Pray Love” ini rupanya mempengaruhi perkembangan pasraman Hindu di Ubud-Bali, sebab pendirian Ashram Munivara tahun 2007 dan pendirian Ambar Ashram pada tahun 2009 (Sutarya, 2016:86-87), tetapi perkembangan pasraman Hindu di Muncan, Karangasem berdiri tahun 1993 sebelum “Eat Pray Love”. Perkembangan pasraman Hindu rupanya merupakan murni prakarsa umat Hindu tanpa pengaruh pariwisata, tetapi pariwisata telah mempopulerkan pasraman Hindu di Bali menjadi ashram seperti yang berkembang di India. Ashram di India telah berkembang lebih awal menjadi daya tarik pariwisata seperti yang diungkapkan dalam penelitian Sharpley dan Sundaram (2005), Carney (2007), dan Maddox (2015).

Gambar 4.1: Simbol Ashram Munivara-Ubud yang intinya adalah lingga seperti simbol-simbol umum di India

Bali (Indonesia) masih dipandang orang-orang Eropa dan Amerika sebagai Imajery India, sebab format kerajaan, agama, sistem sosial, dan perjuangan Indonesia modern memiliki kaitan dengan India. Peradaban Indonesia tidak dapat disangkal mengambil elemen-elemen dari India (Purwasito, 2002:2). Bali adalah salah satu pulau di Indonesia yang masyarakatnya lebih dekat dengan pengaruh India, sebab penduduknya beragama Hindu. Karena itu, pencarian wisman ke India sering juga menjadi pencarian wisman ke Bali seperti pencarian pengalaman pada kehidupan ashram di India, dicari juga di Bali. Kecenderungan pencarian wisman ini yang menjadikan pasraman Hindu di Bali menjadi daya tarik pariwisata.

Pencarian yoga ke India misalnya, juga menjadi pencarian ke Bali sehingga Bali memiliki berbagai pusat-pusat pelatihan yoga untuk wisman seperti Yoga Barn (Sutarya, 2016). Munculnya

bentuk-bentuk *healing* lainnya di Ubud, Bali seperti *tantra* juga merupakan bagian dari pencarian ke India yang dilakukan juga di Bali. Karena itu, Bali sebagai imajery India masih sangat tampak pada pencarian wisman ke Bali, sebab hampir setiap elemen kehidupan budaya di Bali memiliki asal-usul pada kebudayaan India seperti relief pada pura-pura di Bali walaupun *local genius* orang Bali juga sangat tampak dalam kebudayaannya.

4.3 Jenis-Jenis Pasraman Hindu

Pusat pendidikan agama Hindu yang diwarisi pasca kolonial di Bali adalah *grya* yang merupakan tempat tinggal brahmana. Rumah tinggal brahmana ini hanya menjadi tempat belajar, bukan tempat tinggal murid seperti pada pasraman Hindu kuno. Karena itu, perkembangan pasraman yang menjadi tempat tinggal murid merupakan perkembangan baru di Bali. Sampai tahun 2017 ini, pasraman Hindu di Bali terbagi menjadi tiga bagian, yaitu pasraman yang penghuninya menetap di dalam pasraman atau disebut *gurukula,* pasraman yang penghuninya tidak tetap (musiman), dan pasraman yang hanya sebagai pusat kegiatan *(non-staying).*

Pasraman yang penghuninya menetap *(gurukula)* contohnya adalah Ashram Gandhi Sevagram di Paksebali, Klungkung dan Gurukula-Bangli. Pasraman yang penghuninya tidak tetap adalah Ashram Munivara di mana penghuninya hanya tinggal beberapa minggu di ashram. Pasraman yang hanya sebagai pusat kegiatan adalah Ambar Ashram, di mana ashram hanya digunakan untuk tempat latihan spiritual. Pasraman sebagai tempat latihan spiritual ini tumbuh hampir pada setiap pura di Indonesia, sebab hanya dengan memiliki tempat belajar berupa balai pertemuan maka tempat tersebut bisa disebut dengan pasraman.

Pasraman yang penghuni menetap permanen dan musiman jumlahnya lebih sedikit, sebab memerlukan permodalan yang lebih besar untuk membangun kamar untuk hunian. Pasraman yang

memiliki kamar untuk menetap atau menghinap ini lebih banyak berfungsi untuk pengobatan secara spiritual seperti Ashram Ratu Bagus dan Ashram Munivara. Gurukula di Bangli dan Ashram Gandhi tidak memiliki fungsi sebagai tempat pengobatan, tetapi memiliki fungsi sebagai pusat kegiatan sosial yaitu untuk membantu pendidikan bagi anak-anak yang tidak beruntung. Karena itu, pasraman Hindu yang memiliki kamar untuk menetap dan tinggal sementara biasanya memiliki fungsi sosial.

Pembagian pasraman Hindu ke dalam tiga kategori ini merupakan pembagian kategori sementara DPPI. Ida Rsi Wisesanatha menyatakan, pembagian tersebut bisa terus berkembang sesuai perkembangan pasraman, tetapi perkembangan pasraman masih dalam tiga kategori tersebut sampai tahun 2017 ini. Arsana (Wawancara, 4 Juni 2017) menyatakan pasraman Hindu sebaiknya dibiarkan terus berkembang. Umat di perkotaan, bisa membangun pasraman dengan hanya memiliki lahan 2 are melalui pembangunan satu balai dan tempat pemujaan. Balai adalah tempat melakukan puja dan menerima pelajaran spiritual dan tempat pemujaan adalah tempat untuk melakukan persembahyangan. Dengan perlengkapan seperti itu, sudah cukup untuk disebut pasraman Hindu.

Berdasarkan observasi, pasraman Hindu yang memiliki tempat menghinap adalah pasraman yang menjadi daya tarik pariwisata yang paling dominan seperti Ashram Munivara dan Ashram Ratu Bagus. Ashram Ratu Bagus yang mulai beraktivitas tahun 1993, terus meningkatkan fasilitas kamarnya dari tahun ke tahun. Sampai tahun 2017 ini, Ashram Ratu Bagus bisa menampung 50 wisman. Ashram Munivara hanya memiliki enam kamar, tetapi memiliki hubungan dengan Omham Retreat yang memiliki 40 kamar sehingga bisa menampung sekitar 80 wisman. Pada kedua pasraman Hindu ini, wisman dapat menikmati pengalaman yang lebih banyak, sebab dapat tinggal bersama dengan guru spiritual dan murid-murid lainnya.

Pasraman Hindu yang tidak memiliki tempat menghinap seperti Ambar Ashram juga memiliki daya tarik bagi wisman, tetapi hanya untuk latihan. Ambar Ashram diuntungkan karena posisinya di Ubud yang dekat dengan tempat-tempat menghinap wisman. I Made Suambara, Guru Ambar Ashram juga memiliki home stay di rumahnya di Nyuh Kuning, tetapi rumahnya ini tidak berkaitan dengan ashram. Wisman yang tinggal di home staynya adalah belum tentu peminat pasraman dan yoga, tetapi Suambara menyediakan tempat latihan yoga di rumahnya dan ashram untuk tempat latihan.

BAB V

KHARAKTERISTIK PASRAMAN HINDU SEBAGAI ATRAKSI PARIWISATA

Daya tarik pariwisata *(visitor attraction)* yang selanjutnya disebut atraksi diklasifikasikan menjadi empat jenis (Cooper, 2012:154) yaitu atraksi alam, buatan manusia, bangunan buatan manusia untuk pariwisata, dan pertunjukkan *(events).* Pasraman Hindu termasuk ke dalam atraksi buatan manusia yang di dalamnya menyatu atraksi alam, bangunan, dan pertunjukkan tertentu, tetapi pasraman dominan adalah buatan manusia. Atraksi buatan manusia seperti pasraman ini, tidak pernah didesain untuk pariwisata. Pada awalnya, pasraman diperuntukkan bagi pendidikan umat Hindu, tetapi pada kenyataannya berkembang menjadi atraksi pariwisata. Perkembangan ini biasa dialami situs-situs keagamaan seperti candi, gereja tua, wihara dan sejenisnya.

Dalam perkembangan atraksi menjadi produk pariwisata, ada tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu *core product, tangible/formal product,* dan *augmented product* (Seaton dan Bennet, 1996:121). *Core product* adalah fungsi dasar dari produk, seperti hotel misalnya *core product*nya adalah istirahat. *Tangible product* adalah bentuk khusus dari produk, dan *augmented product* adalah fasilitas tambahan yang ada dalam produk tersebut seperti sistem pembayaran, garansi dan servis tambahan. Kharakteristik produk pariwisata seperti pasraman Hindu dapat dilihat dari pembangunan produk pariwisata tersebut, sebab *core product, tangible product,* dan *augmented product* tidak dapat dilepaskan dari pembangunan produk pariwisata.

5.1 *Core Product* Pasraman Hindu

Pasraman Hindu seperti yang terjadi pada Ashram Munivara dan Ashram Ratu Bagus dikunjungi wisman dari berbagai negara, dengan latar belakang agama yang berbeda. Karena itu,

agama Hindu tidak menjadi pondasi dari pengembangan pasraman ini menjadi produk pariwisata walaupun Hindu menjadi dasar ideologi bagi pengembangan pasraman ini. Arsana dan Ratu Bagus menyatakan, pondasi dari pengembangan pasraman ini menjadi produk pariwisata adalah kesehatan.

> Orang-orang itu harus diobati terlebih dahulu baru mau mendengarkan ajaran yang kita berikan. Karena itu, sembuhkan dulu mereka, baru mau berguru. Preman saja mau berguru untuk berbhakti kepada Tuhan karena telah berhasil disembuhkan. Mengajar mereka tidak bisa hanya berbicara, harus ada buktinya yaitu kesembuhan. (Arsana, Wawancara 4 Juni 2017).

Arsana menjelaskan, sejak awal (1980-an), mengejar ilmu spiritual untuk kesehatan. Kehidupan spiritual yang dilakoninya bermula dari keinginannya untuk mengobati dirinya sendiri dan keluarga, sebab keluarganya mengalami berbagai penyakit pada sekitar tahun 1980-an. Setelah berhasil menyembuhkan diri dan keluarganya, pengobatan ini dikembangkan untuk membantu kesehatan masyarakat. Pada tahun 1997, ia bersama gurunya yang bernama Sri Jayanara membangun Pasraman Lembah Bhayam untuk membantu penyembuhan lingkungan sekitarnya. Pada tahun 2007, Ashram Munivara terbangun juga untuk membantu kesehatan masyarakat.

Oleh karena itu, Arsana mencanangkan pembangunan pasraman untuk menyehatkan masyarakat. Setelah sehat, masyarakat diberikan bimbingan agama, sebab agama adalah jalan kebahagiaan lahir dan bhatin. Jika umat menjalankan agama Hindu dengan benar, jiwa dan raganya pasti sehat, sebab Hindu mengajarkan disiplin dalam makanan dan prilaku. Jika setiap umat berdisiplin dalam makanan dan prilaku hidup maka mereka (umat Hindu) akan sehat.

> Ilmu pengobatan yang penting, sehingga bisa mengecek penyakit seseorang. Dengan demikian, kita bisa memberikannya diet tertentu. Itu yang disebut disiplin makanan, sebab sakit disebabkan oleh makanan. Karena itu, pada zaman kali disebutkan cetik makacakan karena makanan banyak beracun (Arsana, Wawancara 5 Juni 2017).

Ashram Ratu Bagus juga berbasiskan kepada kesehatan masyarakat. Ida Pandita Mpu Ratu Bagus mengatakan, pasraman tidak bisa hanya berbicara agama jika tidak ada buktinya. Wisman tidak akan mau mendengar jika tidak bisa merasakan sesuatu. Jika wisman sudah bisa merasakan sesuatu berupa kesehatan fisik dan pikiran maka ajaran agama baru mau didengar.

> Dari kenyataan dia percaya. Kita tidak bisa hanya berbicara, harus ada buktinya. Banyak orang yang bisa berbicara agama, tetapi tidak ada yang bisa dirasakan. Mereka harus bisa merasakan perubahan dalam dirinya. Setelah mereka bisa merasakan perubahan kehidupan yang lebih baik, mereka akan percaya (Ratu Bagus, Wawancara 6 Juli 2017).

Pernyataan Arsana dan Ratu Bagus ini menunjukkan bahwa *core product* pasraman Hindu ini adalah sehat. Setelah wisman merasakan kesehatan fisik dan ketenangan pikiran, wisman baru mau mendengarkan ajaran yang diberikan guru. Arsana memberikan pelajaran kundalini tantra yoga, sedangkan Ratu Bagus memberikan pelajaran tentang kepasrahan yang disebutkannya sebagai yoga. Pelajaran yoga yang memiliki perbedaan cara ini memberikan manfaat kesehatan kepada wisman.

5.2 Tangible Product

Setelah mengetahui *core product* pasraman Hindu, maka perlu diketahui *tangible* produk dari pasraman Hindu. *Tangible product* adalah bentuk khusus dan manfaat yang ada dalam produk tersebut seperti bentuk, kualitas, desain, dan branding (Seaton dan Bennet, 1996:121). Pasraman Hindu di Bali, sudah tentu memiliki bentuk, kualitas, desain dan branding tertentu. Bentuk khusus pasraman adalah tempat atau pusat latihan spiritual yang memberikan manfaat kebahagiaan. Kualitas produk diukur dari keberhasilannya menyembuhkan wisman sehingga wisman terus datang ke pasraman. Desain produk dilihat dari bentuk pelayanan. Branding produknya adalah spiritualitas Hindu, sebab wisman datang ke Bali untuk menyelami kekhususan dari spiritualitas Hindu.

5.2.1 Bentuk Produk

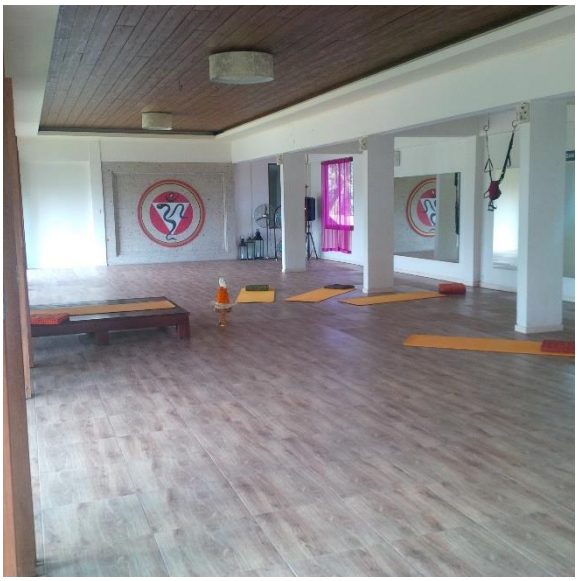
Pasraman Hindu berbentuk tempat latihan spiritual. Ashram Ratu Bagus misalnya memiliki tempat latihan yang menampung sekitar 60 wisman. Ashram Munivara juga memiliki tempat latihan yang menampung sekitar 60 wisman. Kedua pasraman ini juga memiliki tempat menghinap dengan kapasitas masing-masing. Ashram Ratu Bagus memiliki tempat menghinap untuk 60 wisman dengan 20 kamar melalui sistem sharing, sedangkan Ashram Munivara memiliki enam kamar sehingga bisa menampung 12 wisman.

Tempat-tempat latihan dan tempat menghinap ini disebut dengan fasilitas. Fasilitas adalah salah satu bentuk dari produk pariwisata, sedangkan bentuk yang lainnya adalah pelayanan *(services)*. Cooper (2012:32) menyatakan, fasilitas dan pelayanan adalah bentuk produk pariwisata. Karena itu, bentuk produk dari pasraman Hindu yang terlihat *(tangible)* adalah tempat latihan spiritual dan tempat menghinap sebagai fasilitas, sedangkan bentuk pelayanannya adalah kemampuan guru pada pasraman.

Setiap guru memiliki daya tarik tersendiri sebagai bentuk pelayanannya yang khusus. Daya tarik guru terlihat dari kemampuannya dalam membimbing murid-muridnya. Ida Pandita Mpu Ratu Bagus memiliki kemampuan untuk menyalurkan energi sehingga wisman dapat merasakan perubahan dalam dirinya. Ratu Bagus mengaku memiliki satelit untuk memancarkan energi kepada wisman, sehingga wisman jelas menerima pelajaran yang diberikannya. Pelajaran itu adalah berupa kepasrahan, sebab jika orang pasrah maka tidak akan pernah merasakan sakit.

Ratu Bagus kemudian memberikan contoh kepasrahan melalui gerakkan muridnya yang berjumpalitan di lantai batu tanpa terluka. “Itu namanya kepasrahan”kata Ratu Bagus (Wawancara 6 Juli 2017). Ratu Bagus menyalurkan energi melalui ritual khusus dalam latihan, misalnya memberikan semacam nasi untuk para peserta sebelum latihan. Ratu Bagus juga mengawasi

murid-murid latihan secara langsung, sambil menyalurkan energi secara langsung melalui tangannya bila murid-muridnya mengalami kesulitan untuk berhubungan dengan kekuatan di luar diri.



Gambar 5.1: Bentuk Produk Pasraman Kemampuan Guru (Kiri di Asram Ratu Bagus) dan Tempat Latihan (Kanan di Ashram Munivara)

Arsana sebagai guru di Ashram Munivara memiliki kemampuan yoga dan pengobatan. Dia memiliki keterampilan melakukan berbagai asana dengan baik dan bisa mengobati wisman dengan teknik pengobatan yoga tantra dan tradisional Bali. Arsana menyatakan memiliki pengetahuan tentang berbagai tumbuhan obat di Bali, misalnya *don piduh* dan *don kelor* yang memiliki khasiat tertentu. “Ada tamu yang terkena lever, saya obati dengan daun-daun dari kebun sini, sudah mulai baik sehingga ia sampai tinggal beberapa bulan di sini” (Arsana, Wawancara 5 Juni 2017).

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa bentuk produk pasraman Hindu ada dua yaitu pertama yang berupa fasilitas terdiri dari tempat latihan dan tempat menghinap dan kedua yaitu pelayanan yang berupa kemampuan guru. Kemampuan guru adalah daya tarik utama dari produk ini, sebab walaupun memiliki tempat latihan dan penghinapan tetapi tidak memiliki guru

yang memiliki kemampuan khusus maka pasraman tersebut sulit menjadi daya tarik pariwisata. Dari bentuk produk tersebut, tempat latihan dan penghinapan adalah pendukung kemampuan guru, sehingga guru yang menjadi daya tarik utama.

Ratu Bagus menceritakan pengalamannya untuk membuktikan bahwa kemampuan guru adalah bentuk utama produk pasraman. Pada tahun 1993, Ashram Ratu Bagus hanya merupakan rumah kecil yang memiliki satu tempat menghinap. Ia tinggal bersama mendiang istrinya di rumah itu. Pada suatu waktu di tahun 1993, wisman asal Italia bertamu ke rumahnya. Wisman itu merasakan getaran spiritual di rumahnya, sehingga ia menghinap di pasraman untuk beberapa minggu. Setelah wisman ini merasakan kemampuan Ratu Bagus, ia memperkenalkan Ratu Bagus ke Eropa. “Setelah itu, berbagai fasilitas berkembang. Saya tak menyangka akan hal ini. Ini mukjizat” (Ratu Bagus, Wawancara 6 Juli 2017).

Arsana juga menyampaikan pengalamannya dalam menyembuhkan sejumlah wisman sampai orang-orang terkenal. Pengalaman ini yang membuat wisman berdatangan ke pasraman sehingga jadwalnya sampai penuh untuk setahun, sebab ia membatasi menerima wisman sehari hanya delapan orang. Secara bertahap, Arsana kemudian melengkapi pasramannya dengan tempat latihan spiritual dan tempat menghinap. Dia menyatakan, masih akan mengembangkan pasraman tersebut dengan berbagai fasilitas, sebab masih memiliki tanah kosong sekitar 30 are. “Kami masih punya lahan 30 are ke utara untuk pengembangan selanjutnya” (Arsana, Wawancara, 6 Juni 2017).

Formulasi bentuk produk dari pasraman Hindu ini sesuai dengan Teori Elemen Pariwisata yang menyatakan bahwa untuk mengembangkan suatu destinasi, harus memiliki empat elemen yaitu atraksi, ameneties, acces, dan ancillary services (Cooper, 2012:32). Atraksi adalah daya tarik utama dari destinasi, tetapi daya tarik ini tanpa didukung ameneties yang terdiri dari akomodasi, akses jalan, dan organisasi pelayanan maka destinasi tidak akan berkembang. Pada pasraman

Hindu, guru adalah daya tarik utama. Karena itu, guru bisa menjadi tujuan wisata apabila didukung oleh akomodasi, makanan, latihan, akses jalan, dan organisasi pelayanan. Dalam organisasi pelayanan ini, terdapat biro perjalanan dan tenaga-tenaga promosi.

5.2.2 Desain, Branding dan Kualitas

Desain adalah kemasan produk yang mampu menarik minat wisman. Kemasan produk pasraman Hindu adalah desain Hindu kuno yang kaya dengan pengetahuan yang tinggi. Kekayaan pengetahuan ini berada pada orang-orang suci Hindu yang dipandang mewarisi pengetahuan yang tinggi tersebut dari garis perguruan. Pengetahuan yang tinggi tersebut berupa ilmu pengobatan, yoga dan meditasi. Karena itu, setiap pasraman mendesain produknya sebagai desain ilmu pengetahuan kuno yang mampu mengatasi masalah kesehatan untuk mencapai kebahagiaan.

Arsana mengatakan, ilmu pengetahuan kuno memiliki dimensi yang universal sehingga mampu melihat segala sesuatunya secara holistik. Hal itu yang berbeda dengan pengetahuan modern yang cenderung khusus. Kelebihan ini yang menarik wisman dari berbagai latar belakang budaya dan agama datang ke Ashram Munivara, sebab sakit tidak hanya disembuhkan dengan obat tetapi juga dengan puasa (diet makanan), asana-asana (gerakkan tertentu dalam yoga), dan meditasi. Pengobatan ini tidak hanya menghilangkan penyakit secara fisik, tetapi juga bisa membuat pikiran menjadi tenang.

> Ilmu pengetahuan kuno adalah ilmu pengetahuan untuk menjadikan setiap orang untuk menemukan guru di dalam dirinya yang disebut dengan guru swadhyaya. Jika seseorang sudah menemukan guru di dalam dirinya maka dia akan bisa menyembuhkan dirinya sendiri. Ini pelajaran terbesar dari ilmu Hindu kuno (Arsana, Wawancara 6 Juni 2017).

Ratu Bagus membenarkan hal itu dengan menceritakan pengalamannya untuk menjadi guru. Ia mengatakan, pada awalnya hanya mengetahui bahwa bhakti adalah proses untuk mencapai pengetahuan tertinggi. Karena itu, ia terus melakukan bhakti kepada Tuhan sampai seperti ada

yang mengangkat tangannya tinggi-tinggi. Setelah merasakan hal itu, berbagai kemudahan datang. Kemampuannyapun terus berkembang dengan baik. Hal ini yang disebut dengan penemuan guru dalam diri sendiri.

Perkembangan pengetahuannya tidak hanya dalam spiritual. Pengetahuan non-spiritual seperti bahasa juga terus meningkat. Ia menyatakan tidak mengetahui bahasa Inggris pada awalnya, tetapi setelah tangannya diangkat maka pengetahuan berbahasa itu terus meningkat. “Sekarang semua orang di sini bisa bahasa Inggris dan Italia” (Ratu Bagus, 6 Juli 2017). Oleh karena itu, pengetahuan spiritual adalah pintu gerbang dari semua pengetahuan, sebab mereka yang memiliki spiritualitas maka akan memiliki segala bentuk pengetahuan yang lainnya.

Desain produk sebagai ilmu pengetahuan kuno ini yang membentuk branding pasraman Hindu sebagai pusat pendidikan dari pengetahuan kuno yang tidak ada pada sekolah-sekolah modern. Branding adalah identitas produk yang membedakannya dengan produk-produk lainnya dalam persaingan dengan produk-produk lainnya (Cooper, 2012:127). Karena itu, identitas produk pasraman Hindu sebagai tempat pendidikan ilmu-ilmu kuno yang berdemensi universal adalah branding dari pasraman Hindu. Branding ini sangat cocok untuk menjaring wisman yang berkualitas yang mengutamakan pariwisata sebagai jalan untuk mendapatkan ilmu pengetahuan seperti grand tour pada abad ke-18 Masehi.

Branding harus sesuai dengan kualitas produk. Apabila branding suatu produk adalah hotel sebagai tempat istirahat maka suasananya harus tenang. Hal itu juga berlaku pada pasraman Hindu di mana apabila brandingnya adalah tempat pendidikan ilmu-ilmu kuno maka pasraman harus memiliki guru-guru yang berkualitas. Karena itu, kualitas suatu pasraman diukur dari kualitas guru yang didukung fasilitas-fasilitas lainnya. Hal itu terbukti dari apa yang terjadi pada Ashram Munivara dan Ashram Ratu Bagus di mana guru menjadi ukuran dari kualitas pasraman.

5.3 *Augmented Product*

Fasilitas tambahan *(augmented product)* yang biasanya ada dalam produk pariwisata adalah pembayaran dengan kartu kredit, kemudahan pemesanan, garansi, dan fasilitas-fasilitas khusus. Pada hari-hari tertentu, hotel-hotel biasanya memberikan potongan harga jika melakukan pembayaran dengan kartu kredit. Pasraman Hindu memiliki fasilitas tambahan yang berbeda dengan produk-produk pariwisata lainnya. Fasilitas ini adalah hubungan kekeluargaan antara guru dan murid. Hubungan ini tidak terjadi pada pelayanan di hotel dan restoran, tetapi hubungan ini menjadi keharusan dalam pasraman Hindu.

Ratu Bagus menyatakan, pasraman Hindu yang ideal adalah model gurukula di mana guru menjadi orang tua dari seluruh murid. Dalam gurukula, hubungan guru dan murid adalah seperti hubungan ayah dengan anak. Karena itu, guru harus selalu berada di pasraman untuk memperhatikan murid-muridnya. Dengan model ini, mendirikan pasraman tentu tidak bisa sambil melakukan pekerjaan lain, sebab menjaga murid-murid adalah tugas utama. Ratu Bagus mengaku selalu berada di pasraman. Dia hanya keluar untuk urusan-urusan yang penting. Sebagian waktunya digunakan untuk memberikan pelajaran kepada murid-muridnya.

Arsana juga memberikan pelayanan seperti keluarga. Sebagai seorang guru, ia sering makan bersama dengan murid-muridnya. Pada suatu waktu (8 Juni 2017), ia tampak makan kacang goreng bersama murid-muridnya yang merupakan wisman dari Australia. Ia bergembira sambil bercanda tentang makanan kacang goreng yang bagus untuk kesehatan. “Begitu kita membina hubungan dengan murid biar mereka senang” (Arsana, Wawancara 8 Juni 2017). Dia juga selalu menyempatkan diri untuk berbicara dengan murid-muridnya dengan mendengar berbagai keluhannya, sebab semua murid-muridnya ingin didengar berbagai keluhannya.

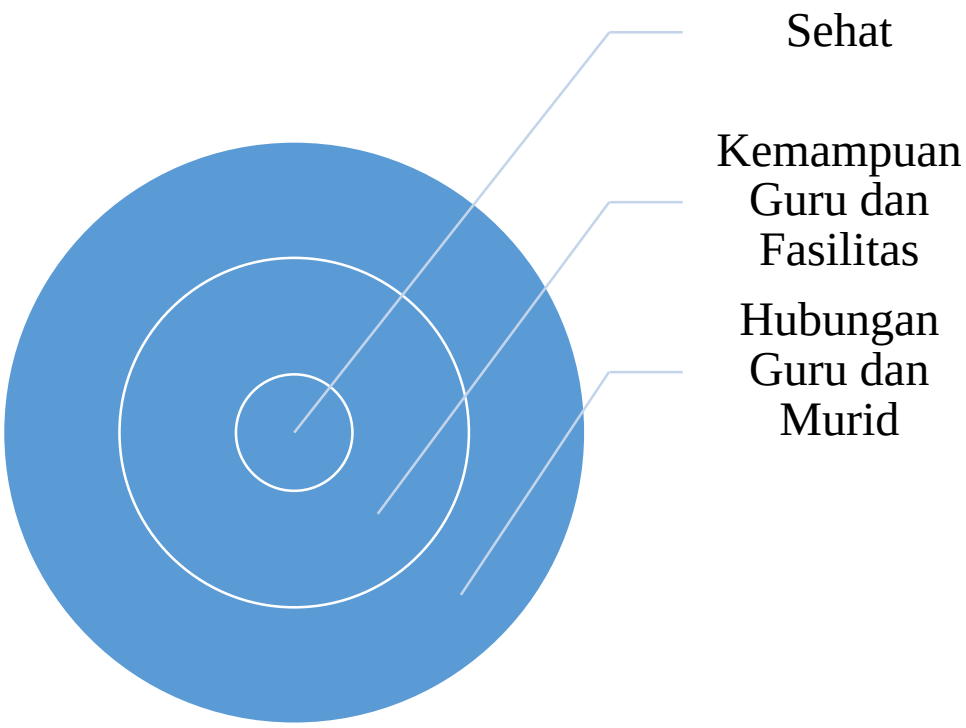
Ratu Bagus juga menjalin keakraban seperti keluarga dengan murid-muridnya. Pada kunjungan ke pasraman (8 Maret 2017), Ratu Bagus tampak sedang bernyanyi Bali dengan murid-muridnya. Ia juga selalu memberikan lelucon di restoran saat murid-muridnya makan. Dia bercerita berbagai hal, mulai dari drama Mahadewa, Mahabharata, dan yang lainnya. Murid-muridnya mendengarkan hal itu sambil bercengkrama. Hal ini membuat murid-muridnya betah berlama-lama tinggal di pasraman, seperti Sanjay dari India misalnya sudah tinggal hampir setahun.

Dalam produk pariwisata lainnya, *augmented product*nya adalah peralatan-peralatan yang mempermudah wisman seperti pada kasus produk airline maka *augmented product*nya adalah computer, sopir ke airport, hotel, dan fasilitas surat menyurat (Seaton dan Bennet, 1996:122). Pada pasraman Hindu, *augmented product*nya merupakan pembangunan hubungan yang lebih akrab dan kekeluargaan. Perhatian guru menjadi fasilitas tambahan yang menghasilkan pengalaman pada wisman. Pengalaman tersebut berupa kesan yang akan memberikan nilai tambah kepada produk.

5.4 Analisis Terhadap Kharakteristik Produk

Dari pemaparan pada subbab 5.1, 5.2 dan 5.3 tersebut dapat diklasifikasikan bahwa *core product* dari pasraman Hindu adalah kesehatan, sehingga setelah meninggalkan pasraman, wisman harus sehat. Karena itu, sehat menjadi *core product* dari pasraman Hindu. Sehat yang dimaksud adalah sehat lahir dan bathin yang menjadi landasan kebahagiaan. Sebagai produk untuk mencapai kondisi sehat maka bentuk produknya *(tangible)* adalah pelayanan yang terdiri dari dua elemen yaitu kemampuan guru dan fasilitas. Dalam produk yang berbasiskan pelayanan maka kemudahan akses pelayanan adalah augmented productnya. Pada pasraman, kemudahaan akses ini dicapai melalui hubungan kekeluargaan yang dibangun antara guru dengan murid.

Dari ringkasan *core, tangible,* dan *augmented product* ini dapat digambarkan kharakteristik produk pasraman Hindu adalah sebagai berikut:



Gambar 5.2: Kharakteristik Produk Pasraman Hindu

Dalam membangun produk pariwisata ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu bahwa produk pariwisata bersifat *intangible,* tidak bisa didesain secara fisik, differensiasinya sangat terbatas, sulit berorientasi kepada konsumen secara umum, dan pemilik produk tidak dapat mengontrol produk secara keseluruhan (Seaton dan Bennet, 1996:116-117). Karena itu, produk pasraman Hindu juga memiliki hal-hal seperti itu di mana produknya *intangible,* tidak bisa didesain secara fisik, diffrensiasinya sangat terbatas, konsumennya terbatas, dan pemilik pasraman tidak dapat mengontrol produk secara keseluruhan.

Intangible produk pasraman Hindu dapat terlihat dari bahwa produk pasraman Hindu tidak bisa dites terlebih dahulu sebelum dinikmati. Produk ini hanya dapat dirasakan setelah datang ke pasraman. Karena itu, pasraman Hindu biasanya memiliki murid-murid yang melakukan perkenalan produk di negaranya masing-masing. Perkenalan produk yang dilakukan murid-murid yang pernah tinggal di pasraman ini memberikan gambaran tentang kehidupan di pasraman, seperti yang dinyatakan Arsana sebagai berikut:

> Saya melakukan promosi dari mulut ke mulut. Murid-murid yang pernah tinggal di sini menyampaikan pengalamannya kepada teman-temannya. Mereka kemudian datang setelah mendengarkan pengalaman dari temannya. Karena itu, waktu saya hampir sudah dipesan full dalam setahun (Arsana, Wawancara 6 Juni 2017).

Produk pasraman juga tidak bisa didesain secara fisik sebab merupakan pelayanan, sehingga hanya dapat dirasakan sebagai pengalaman. Karena itu, pengalaman bersama guru yang didukung fasilitas pasraman adalah desain non-fisik produk pasraman. Norman (2012) menyatakan pengalaman adalah jenis-jenis pencarian wisman dalam melakukan pariwisata spiritual. Karena itu, pengalaman yang akan dirasakan wisman merupakan desain dari produk pasraman Hindu seperti yang dinyatakan Ratu Bagus.

> Kita tidak bisa hanya bisa berbicara, sebab wisatawan bukan orang bodoh. Mereka harus merasakan sesuatu. Kalau ada sampai setahun tinggal di ashram, itu artinya mereka merasakan sesuatu. Itulah penyebabnya kenapa mereka tertarik datang ke ashram (Ratu Bagus, Wawancara 6 Juli 2017).

Differensiasi produk pasraman Hindu dengan pasraman (ashram) di luar Indonesia sangat terbatas. Ditinjau dari bentuk produk yang terdiri dari guru dan fasilitas, differensinya adalah kemampuan guru dalam membantu wisman mencari jalan keluar bagi masalah kesehatannya. Kemampuan guru lainnya seperti yoga sangat umum didapatkan di ashram berbagai negara. Negara India adalah salah contoh yang memiliki ashram yang mengembangkan yoga (Carrette,

2005:118). Karena itu, yoga tidak bisa menjadi differensiasi produk pasraman Hindu, tetapi kemampuan guru yang berbeda dengan guru lainnya bisa digunakan sebagai differensiasi.

Konsumen pasraman Hindu juga sangat terbatas, hanya wisman yang sebelumnya mengenal yoga dan sejenisnya, seperti Anahita (Sutarya, 2016) yang menyatakan telah mengenal yoga sebelum berkunjung ke Ashram Ratu Bagus. Dave (73 Tahun) yang tinggal di Ashram Ratu Bagus selama setahun juga mengatakan telah mengenal Osho Ashram sebalum tinggal di Ashram Ratu Bagus. Karena itu, konsumen pasraman Hindu adalah komunitas-komunitas yoga di berbagai negara.

Susan (62 Tahun), wisman dari Australia menjelaskan, wisman dari Eropa dan Australia tidak sepenuhnya mengenal yoga dan pasraman, tetapi teknologi internet mempercepat mereka untuk mengenal segala sesuatunya. Mereka bisa saja membuka internet kemudian mempelajarinya, tetapi itu perlu waktu untuk mengerti. Karena itu, ia menyatakan target pasar pasraman merupakan target pasar khusus, yang jumlahnya sangat terbatas. Hal itu sama dengan produk pariwisata lainnya yang memiliki konsumen yang terbatas.

Pemilik pasraman juga tidak bisa mengontrol produk secara penuh, sebab ada pemain-pemain lain yang bermain dalam produk ini, seperti penyewaan kendaraan. Wisman untuk menuju Ashram Munivara misalnya memerlukan angkutan yang disediakan pihak lain. Perusahaan penerbangan yang ke Bali juga dimiliki pihak lain. Karena itu, perkembangan pasraman sebagai produk pariwisata sangat tergantung pada penyelenggara bisnis lainnya seperti penerbangan, angkutan, biro perjalanan, restoran, dan hotel. Pasraman Hindu biasanya menjalin kerjasama dengan perusahaan angkutan untuk menjemput wisman yang telah menyatakan kepastian akan datang ke pasraman.

Kerjasama dengan biro perjalanan sangat terbatas dilakukan. Pasraman biasanya bisa mendatangkan wisman secara mandiri, seperti yang dinyatakan Ratu Bagus bahwa murid-muridnya yang mengajak wisman ke pasraman. Kerjasama dengan hotel dan restoran juga sangat tidak dilakukan sebab pasraman umumnya telah memiliki tempat menghinap dan tempat makan seperti Ashram Ratu Bagus. Ashram Munivara tidak menyediakan makanan di pasraman tetapi menyediakan dapur untuk wisman. Kalau wisman tidak mau masak, mereka bisa pergi ke restorannya yang berada di Hotel Omham Retreat yang berada di seberang jalan pasraman.

Tabel 5.1

Analisis Kharakteristik Khusus Pasraman Hindu sebagai Produk Pariwisata

No	Sifat Umum	Sifat Khusus Pasraman
1.	Intangible	Diperkenalkan para murid
2.	Non-fisik	Pengalaman
3.	Differensiasi	Kemampuan guru
4.	Konsumen terbatas	Komunitas yoga di seluruh dunia
5.	Kontrol produk	Kerjasama

BAB VI

KHARAKTERISTIK WISMAN YANG BERKUNJUNG KE PASRAMAN HINDU

Wisman adalah konsumen bagi pasraman Hindu yang memasarkan produknya. Dengan demikian, kharakteristik konsumen dalam menentukan segmentasi pasar dalam produk pariwisata adalah metode untuk menentukan kharakteristik wisman yang berkunjung ke pasraman Hindu. Seaton (1996:34) menyebutkan hal itu sebagai *tourist descriptors* dengan mengkategorikannya menjadi sosio-demographi, psikographi, dan gaya hidup. Schiffman dan Kanuk (2008;41) mengkategorikannya menjadi geograpis, demografis, sosial budaya, pemakaian dan manfaat. Pada dua kategori ini kharakteristik geograpis dan demograpis adalah kharakteristik yang disepakati keduanya, tetapi kharakteristik psikologi dan sosial budaya dikelompoknya ke dalam hal yang berbeda.

Psikologi dan gaya hidup berkaitan sekali dengan budaya, sedangkan pemakaian suatu produk berkaiatan sekali dengan kharakteristik sosial budaya. Karena itu, dalam pengkategorian wisman yang berkunjung ke pasraman Hindu dibagi ke dalam kategori geograpis, demograpis, dan sosial budaya. Ketiga kategori ini sudah mencakup di dalamnya psikologis ke dalam kategori sosial budaya, serta pemakaian dan manfaatnya ke dalam kategori sosial budaya sebab sosial budaya memiliki makna yang cukup luas menyangkut nilai, tradisi, pengetahuan lokal, simbol, seni, mata pencaharian dan teknologi (Liliweri, 2014:15-17). Fsikologi juga adalah sesuatu yang lahir dari bagian sosial budaya masyarakat yang bersifat individual, sebab individu adalah produk budaya. Karena itu, kharakteristik sosial budaya lebih mudah diamati dengan menguraikan kharakteristik fsikologis, seperti ketertarikan dan motivasi.

6.1 Kharakteristik Geograpis

Penentuan kharakteristik berdasarkan geografis dipilah berdasarkan asal wisman dengan menunjuk pada lokasi wilayah, seperti benoa, negara, perkotaan, dan pedesaan (Schiffman dan Kanuk, 2008:42). Pada penelitian ini, kharakteristik geografis ditentukan berdasarkan asal wisman dalam lokasi benoa dan negara, sebab wilayah asal wisman yang merupakan perkotaan dan pedesaan sulit diidentifikasi. Letak benoa dan negara sudah cukup untuk memberikan gambaran tentang kharakteristik geografis wisman yang memiliki daya tarik terhadap pasraman Hindu.

Kharakteristik geografis asal wisman ini diklasifikasi berdasarkan informasi penyedia jasa dan kuisioner terhadap wisman. Penyedia jasa, Arsana menyatakan wisman yang menyukai kehidupan pasraman adalah wisman asal Amerika, Eropa dan Arab (Asia). Guru di Ashram Munivara ini menjelaskan, wisman asal Arab mulai meningkat untuk berkunjung ke pasraman dan belajar yoga. Wisman asal Arab ini tidak terlalu fanatik dengan agamanya. Mereka (wisman) dapat menerima latihan-latihan yoga sebab yoga tidak bertentangan dengan agamanya. “Sekarang Arab mulai berkembang” (Arsana, Wawancara 6 Juni 2017).

Ida Pandita Ratu Bagus menyatakan wisman asal Eropa dan Amerika yang mendominasi kunjungan ke pasramannya. Wisman asal Asia masih tergolong sedikit, hanya satu dan dua orang. Tahun 2017 ini, Ratu Bagus menerima wisman asal India yang merupakan dokter lulusan Amerika yang bernama Sanjay. Wisman lainnya kebanyakan berasal dari Eropa seperti Belanda, Belgia, Italia dan Inggris. Kedatangan wisman dari negara-negara tersebut tidak terlepas dari sejarah perjalanan Ratu Bagus ke negara-negara tersebut antara tahun 1994 – 2000.

Susan Brown (62 Tahun) wisman asal Australia menyatakan, Australia adalah pasar potensial pasraman, sebab negara tersebut dekat dengan Bali. Akan tetapi, orang-orang Australia juga suka

minum-minuman keras sehingga memiliki citra yang kurang baik. Karena itu, apabila ingin mengembangkan pasraman maka model pasraman sebagai pusat rehabilitasi narkoba menjadi sangat penting bagi Australia, sebab pusat-pusat rehabilitasi ini sangat kurang di Australia.

> "Australia has a lot of problems in drug, ashram can become a rehabilitation center for Australia people. Thailand and China have the rehabilitation center, but for Bali, it will be big business because so close" (Brown, Wawancara 6 Juni 2017).

Pernyataan Brown sesuai dengan hasil survei di tempat latihan yoga di Om Hamretreat dan Body Work-Ubud. Dari 37 wisman yang menjawab kuesioner yang menyatakan tertarik dengan kehidupan pasraman Hindu sebanyak 19 wisman di mana 12 orang dari mereka berasal dari Australia dan enam orang dari Amerika. Karena itu, pasar Australia merupakan pasar yang potensial, tetapi tidak diakui penyedia jasa karena wisman asal Australia yang memilih liburan di Bali seperti memilih liburan di negara sendiri karena jarak Australia dengan Bali yang relatif dekat.

Pasar kedua adalah Amerika Serikat yang diakui Arsana dan Ratu Bagus. Kalangan muda dari Amerika Serikat mulai menyukai kehidupan pasraman. Ashram Ratu Bagus sempat menerima rombongan dari Amerika Serikat tahun 2016 berjumlah 20 orang di mana dalam rombongan yang kebanyakan para pemuda tersebut, Sanjay asal India yang bersekolah di Amerika Serikat ikut dalam rombongan tersebut. Karena itu, Amerika Serikat merupakan tempat asal wisman yang menyukai pasraman yang tidak bisa diabaikan, selain Australia dan Eropa.

Wisman asal Arab seperti yang dinyatakan Arsana belum pernah ditemui dalam latihan-latihan yoga dan shaking pada kedua pasraman, sedangkan wisman asal Jepang kerap terlihat. Arsana mengatakan bahwa wisman asal Jepang pernah menghinap di Ashram Munivara untuk beberapa hari. Karena itu, urutan demographi asal wisman yang menyukai pasraman Hindu adalah Australia, Amerika Serikat, dan Eropa Barat. Wisman asal negara-negara lainnya seperti Arab dan

Jepang merupakan potensi yang belum kelihatan secara nyata atau bisa disebut sebagai pasar potensial.

6.2 Kharakteristik Demographi

Kharakteristik demographi ini membahas tentang jenis kelamin dan umur wisman yang menyukai pasraman Hindu. Penyedia jasa, Arsana mengatakan, wisman yang menyukai pasraman kebanyakan perempuan karena perempuan lebih sensitive dalam melihat perubahan-perubahan zaman. Dalam tradisi Hindu, perempuan adalah ibu yang mengasuh anak-anak, karena itu posisi perempuan sangat menentukan dalam menentukan masa depan dunia.

I Ketut Karyana (27 Tahun), pelatih yoga di Omham Retreat juga mengatakan, perempuan adalah konsumen terbesar pasraman. Perempuan juga yang mendominasi latihan-latihan yoga di tempat. Karena itu, berdasarkan pengalamannya tinggal di Ashram Munivara, perempuan merupakan pasar potensial bagi pasraman Hindu. Ashram Ratu Bagus juga banyak menerima wisman perempuan, bahkan perempuan paling mendominasi. Murid-murid Ratu Bagus yang berkualifikasi sebagai guru shaking kebanyakan perempuan, sehingga banyak menarik teman-temannya untuk ikut latihan shaking.

Brown mengakui hal itu, dengan mengatakan perempuan lebih lemah dari laki-laki sehingga egonya lebih rendah. Ego yang tidak mendominasi ini, membuat perempuan lebih terbuka menerima pelajaran-pelajaran baru termasuk yoga dan kehidupan di pasraman. Perempuan lebih suka mengisi hidupnya dengan mempelajari sesuatu yang baru, sedangkan laki-laki lebih suka bersenang-senang ketika mengisi waktu liburannya seperti minum bir.

Hasil survei terhadap wisman yang menyatakan tertarik dengan kehidupan pasraman Hindu menunjukkan 94,7 persen wisman yang menyukai kehidupan pasraman Hindu adalah perempuan.

Hal itu menunjukkan bahwa perempuan mendominasi keinginan untuk mencoba kehidupan di pasraman Hindu. Kenyataan ini sesuai dengan hasil observasi yang menunjukkan bahwa perempuan mendominasi kegiatan-kegiatan spiritual seperti di Body Work and Massage dan Ashram Ratu Bagus.

Umur wisman yang menyukai kehidupan pasraman adalah umur-umur produktif, sebab pada umur-umur itu mulai memasuki masa kerja yang menimbulkan stress. Arsana (Wawancara, 6 Juni 2017) mengatakan "umur-umur yang mulai stress karena pekerjaan adalah yang paling banyak". Karyana menyatakan, umur 30-45 tahun merupakan umur-umur yang mulai menyukai kehidupan pasraman dan yoga.

Berdasarkan survei dari wisman yang menyukai kehidupan pasraman, 47,4 persen berasal dari umur 36-50 tahun, 42,1 persen berasal dari umur 20-35 tahun, dan 10,5 persen berasal dari umur di atas 51 tahun. Karena itu, masa-masa mulai memasuki dunia kerja adalah umur-umur wisman yang menyukai kehidupan pasraman yaitu umur 20-50 tahun. Hal itu sesuai dengan pernyataan Arsana yang menyebutkan kehidupan pasraman disukai wisman yang memasuki umur-umur stress, karena telah memasuki dunia kerja.

Hasil survei ini sesuai dengan hasil survei tentang motivasi orang untuk mengikuti klub kesehatan di mana umur-umur 18-34 dan 35-54 adalah orang-orang yang paling dominan. Umur 18-34 mengikuti klub kesehatan karena ingin kelihatan gagah dan cantik, sedangkan umut 35-54 mengikuti klub kesehatan karena ingin mengatasi stress (Schiffman dan Kanuk, 2008:44). Karena itu, fase-fase untuk mengatasi stress adalah fase-fase di mana orang-orang mengikuti kegiatan olah raga dan spiritual. Hal itu yang menyebabkan umur-umur 36-50 tahun dan 20-35 tahun yang mendominasi kegiatan spiritual di pasraman.

6.3 Kharakteristik Fsikologis

Fsikologi menyangkut tentang motivasi, harapan dan ketertarikan wisman terhadap sesuatu. Hal ini berhubungan dengan masalah individual wisman yang berkaitan dengan latar belakang sosial budaya wisman. Menurut Arsana, wisman yang datang ke pasraman memiliki harapan untuk mendapatkan kesembuhan, sehingga motivasinya adalah menjadi sehat. Setelah mereka mendapatkan kesehatan, wisman ingin belajar untuk menjaga kesehatan. Ketika wisman menanyakan hal itu maka Arsana memberikan solusi ajaran yoga, yaitu displin dan konsentrasi.

Ratu Bagus mengatakan wisman datang ke pasraman untuk mendapatkan pengalaman spiritual berupa pemulihan kesehatan dan ketenangan. Apabila wisman sudah bisa merasakan hal itu maka wisman bersedia mendengarkan ajaran-ajaran yang disampaikan guru. “Tanpa itu, kita tidak bisa. Kita tidak bisa hanya berbicara saja” (Ratu Bagus, Wawancara 6 Juli 2017).

Berdasarkan survei terhadap wisman yang menyukai pasraman, 73,7 persen menyatakan memiliki harapan spiritual, 21,1 persen *healing*, dan 10,5 persen keagamaan. Karena itu, pernyataan Arsana dan Ratu Bagus yang menyatakan harapan kesehatan dan spiritual yang mendominasi sesuai dengan hasil survei. Brown juga menyatakan, pasraman sebagai pusat rehabilitasi memiliki potensi yang luar biasa. Pernyataan Brown ini berhubungan juga dengan kesehatan.

Dave De Mot (73 tahun) wisman asal Belgia menyatakan, dia tinggal di Ashram Ratu Bagus karena ingin mendapatkan arahan dari Ratu Bagus tentang sesuatu yang berada di dalam dirinya yang belum pernah bisa dipuaskan. Sebab di negaranya (Belgia), Dave pernah mengikuti berbagai kegiatan seperti memancing, tetapi merasakan masih ada sesuatu yang hilang. Kehilangan tentang sesuatu yang di dalam diri ini didapatkan di Ashram Ratu Bagus.

Sesuatu yang berada di dalam diri merupakan spirit yang membuat setiap manusia hidup. Karena itu, harapan Dave tinggal di Ashram Ratu Bagus adalah spiritual, sedangkan kesehatan merupakan harapan berikutnya yang diharapkan muncul dari spiritual.

> I need compass from outside, when I stay here at ashram I just look a compass when I am lost direction. Ratu is a kind of compass, give understanding inside, the kind of trust is a like unconditional love (Dave, Wawancara 6 Juli 2017).

Harapan tentang kesehatan dan spiritual ini menyangkut motivasi tentang hidup bahagia, sebab hidup yang bahagia harus ditopang oleh kesehatan dan kepuasan diri. Motivasi kesehatan dan kepuasan diri ini ada dalam pasraman Hindu, sebab tujuan Hindu adalah hidup bahagia. Ratu Bagus menggarisbawahi hal ini dengan mengatakan bahwa setiap orang yang menempuh kehidupan spiritual pasti akan mendapatkan kebahagiaan. Orang-orang yang menempuh kehidupan spiritual akan mendapatkan keberhasilan dalam hidupnya, baik dalam karir maupun kekayaan.

Ratu Bagus mengatakan, Tuhan yang merupakan spirit akan memenuhi seluruh harapan manusia, tetapi manusia seringkali ragu dalam menentukan harapannya. Karena itu, Tuhan tidak bisa memberikan apa pun. Ashram Ratu Bagus mengajarkan setiap orang untuk tidak ragu dalam menentukan tujuan hidupnya. Jika orang tidak ragu dalam mencari tujuan hidupnya maka Tuhan akan memberikannya anugrah sesuai yang dikehendaki.

Harapan spiritual dan kesehatan menunjukkan bahwa wisman berada dalam motivasi aktualisasi diri dan keamanan sesuai hierarki kebutuhan Maslow (Schiffman dan Kanuk, 2008:90). Motivasi spiritual menempati urutan terbanyak yang menunjukkan bahwa motivasi aktualisasi diri merupakan sesuatu yang utama, sedangkan kemanan menempati urutan kedua. Karena itu, kemampuan guru di dalam memberikan latihan spiritual dan pengobatan menjadi sangat penting.

Pentingnya guru ini sesuai dengan hasil survei yang menyatakan wisman yang tertarik dengan pasraman Hindu 52,6 persen memiliki ketertarikan terhadap guru, 31,6 persen terhadap budaya, dan 15,8 terhadap lingkungan alam. Guru dalam konteks ini adalah sosok yang memberikan rasa aman berupa kesehatan dan kesempatan belajar spiritual. Melalui guru, motivasi wisman untuk mendapatkan rasa aman dan aktualisasi diri terpenuhi. Karena itu, guru pada pasraman menempati posisi penting dalam ketertarikan wisman.

6.4 Analisis terhadap Kharakteristik Wisman

Pemaparan data dari wawancara dan survei menunjukkan secara geografis wisman asal Australia, Amerika Serikat dan Eropa mendominasi kegiatan pada pasraman Hindu. Secara demografis, perempuan dengan umur-umur yang memasuki masa stress mendominasi ketertarikan kepada pasraman Hindu yaitu umur 36-50 tahun dan umur 20-35 tahun. Secara fsikologis, harapan terhadap spiritual dan kesehatan dengan ketertarikan kepada guru pasraman mendominasi. Hal itu diuraikan dalam tabel 6.1.

Tabel 6.1
Kharakteristik Wisman yang Tertarik kepada Pasraman Hindu

No	**Geografis**	**Demografis**		**Psikologis**	
		Gender	**Umur**	**Harapan**	**Motivasi**
1	Australia	Perempuan	36-50 tahun	Spiritual	Aktualisasi
2	Amerika		20-35 tahun	Kesehatan	Keamanan
3	Eropa		51 tahun ke atas	Keagamaan	Keamanan

Umur 20-50 tahun adalah umur-umur produktif, terlebih umur 36-50 tahun. Karena itu, pengeluaran wisman yang tertarik kepada pasraman Hindu mestinya cukup memadai. Penyedia jasa, Arsana dan Ratu Bagus menyatakan, pasraman hanya menerima donasi yang harganya per kamar maksimal Rp.150 ribu per malam, sedangkan makanan disesuaikan dengan permintaan

wisman. Wisman yang tinggal di Ashram Munivara dipersilahkan memilih untuk memasak sendiri atau makan di restoran, sedangkan wisman di Ashram Ratu Bagus biasanya makan di restoran.

Berdasarkan survei 63,2 persen wisman menyatakan pengeluarannya di atas 200 US Dollar per hari. Dengan kurs 1 dollar seharga Rp.10 ribu maka pengeluaran wisman berkisar Rp.2 Juta per hari. Lama kunjungan wisman berdasarkan survei 52,6 persen di atas 10 hari, 42,1 persen 5-10 hari, dan 5,3 persen 1-5 hari. Karena itu, rata-rata pengeluaran wisman di pasraman sekitar Rp.2 juta per hari dengan kurs dollar sama dengan Rp.10 ribu.

Survei Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran wisman di Bali secara total termasuk transportasi udara adalah 143,92 US Dollar per hari (Kemenpar, 2016). Karena itu, pengeluaran wisman yang tertarik dengan pasraman Hindu lebih besar dari survei tersebut. Pasraman Hindu berhasil memperoleh lama tinggal yang terbanyak di atas 10 hari, yang lebih besar dari rata-rata lama tinggal wisman di Bali tahun 2015 yang berkisar 9,87 hari. Oleh karena itu, kharakteristik wisman yang menyukai pasraman Hindu memberikan kontribusi bagi peningkatan pengeluaran wisman.

Kedatangan wisman ini juga bisa mendorong bisnis pasraman Hindu, seperti yang dilakukan Arsana dengan membangun restoran. Ratu Bagus juga membangun restoran dan penjualan cenderamata. Bisnis sampingan pasraman ini bisa menjadi sumber pendapatan pasraman, sebab guru pasraman tidak menerima honor. Ratu Bagus menyatakan, wisman hanya membayar kamar dan makanan di pasraman. Arsana menyatakan, wisman hanya memberikan donasi untuk kamar bagi yang tinggal di pasraman. “Honor guru sama sekali tidak ada” (Ratu Bagus, Wawancara 6 Juli 2017).

Dengan data kharakteristik wisman ini dapat disimpulkan bahwa wisman yang tertarik kepada pasraman Hindu adalah wisman yang mengeluarkan uang di atas rata-rata. Karena itu, wisman

yang ke pasraman Hindu tergolong bukan wisman yang kelas menengah ke bawah. Wisman asal Australia mendominasi ketertarikan kepada pasraman Hindu karena Australia adalah penyumbang terbesar wisman ke Bali yang berkisar 24,16 persen dari kunjungan 4.001.835 pada tahun 2015. Wisman berikutnya yang tertarik kepada pasraman Hindu adalah Amerika Serikat dan Eropa yang jumlah kunjungannya ke Bali lebih kecil dari wisman China yang kunjungan ke Bali menyumbang 17,20 persen pada tahun 2015. Hal ini menunjukkan wisman yang tertarik kepada pasraman memiliki pengeluaran di atas rata-rata, sebab berasal dari negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Eropa.

Kharakteristik ini menunjukkan bahwa pasraman Hindu diminati wisman kelas menengah, bukan wisman kelas bawah seperti yang dinyatakan Brown bahwa pasraman memiliki stigma sebagai destinasi wisman “hippies” (Brown, Wawancara 4 Juni 2017). Stigma ini lama kelamaan akan hilang sejalan perubahan gaya hidup warga kelas menengah di Amerika Serikat dan Eropa yang mulai menyukai yoga dan spiritual. Hal itu terjadi karena perkembangan informasi tentang pusat-pusat spiritual di negara-negara Asia melalui internet.

BAB VII

STRATEGI PENGEMBANGAN PASRAMAN HINDU

SEBAGAI TUJUAN PARIWISATA SPIRITUAL

Strategi adalah penerapan rencana untuk mencapai tujuan pengembangan pasraman Hindu yaitu tujuan pariwisata spiritual. Untuk menjadi tujuan pariwisata, setiap destinasi wajib memiliki empat elemen yaitu *attractions, amenities, access,* dan *ancillary service* (Cooper, 2012:32). *Attractions* adalah hal-hal yang menarik bagi wisatawan. *Amenities* adalah sarana akomodasi, restoran, hiburan, dan sarana lainnya. *Access* adalah kemudahan untuk mencapai destinasi, sedangkan *ancillary service* adalah organisasi lokal yang mendukung kegiatan wisata. Karena itu, untuk mengembangkan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata wajib memenuhi keempat elemen ini secara internal dan eksternal wajib melakukan segmentasi pasar.

Pada bab tentang strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual ini, dibahas keempat elemen internal tersebut. Elemen eksternal sudah dibahas dalam bab VI tentang kharakteristik wisman yang menyukai pasraman Hindu. Karena itu, segmentasi pasar tidak dibahas secara khusus dalam bab ini. Bab ini membahas tentang strategi pengembangan pasraman Hindu dari empat elemen pariwisata, strategi pengembangan, dan analisis terhadap pilihan strategi pengembangan.

7.1 Pasraman Hindu dalam Empat Elemen Destinasi

Kharakteritik produk pariwisata pasraman Hindu menyatakan bahwa *core* produk pasraman Hindu adalah sehat, *tangible* produk adalah kemampuan guru dan *augmented* produknya adalah

hubungan guru dengan murid. Wisman yang tertarik kepada pasraman Hindu sebagian besar menyatakan harapan spiritual (73,7 persen) dan healing (21,1 persen). Karena itu, *core* produk pasraman Hindu yang menempatkan sehat sesuai dengan harapan wisman yang menempatkan spiritual dan *healing* sebagai harapan, karena spiritual adalah landasan untuk mencapai kondisi sehat.

Tangible produk dari pasraman Hindu adalah kemampuan guru. Hal ini sesuai dengan hasil survei yang menyatakan sebagian besar wisman tertarik kepada guru (52,6 persen), budaya (31,6 persen) dan lingkungan (15,8 persen). Karena itu, guru adalah daya tarik utama dari pasraman Hindu. Hal ini sesuai juga dengan *augmented* produk dari pasraman Hindu yang merupakan hubungan guru dengan murid. Dalam hubungan ini, guru merupakan fokus dari ketertarikan wisman. Oleh karena itu, daya tarik utama dari pasraman Hindu adalah guru spiritual.

Atraksi yang berupa kemampuan guru ini memiliki magnet yang lebih kuat dari elemen lainnya, seperti sarana, kemudahan, dan organisasi pariwisata. Ashram Ratu Bagus sebagai contoh pasraman Hindu yang mengandalkan daya tarik guru, sebab lokasi pasraman Hindu yang berada di Muncan, Selat, Karangasem cukup jauh dari pusat-pusat pariwisata yaitu 60 Km dari Denpasar tetapi kunjungan wisman ke pasraman Hindu ini cukup signifikan sekitar 50 wisman per bulan. Ashram Munivara masih bisa disebutkan sebagai rembesan keramaian Kawasan Pariwisata Ubud sebab lokasinya yang berada di Kawasan Ubud, tetapi persaingan di Ubud sangat ketat dalam produk pariwisata spiritual. Karena itu, faktor guru juga merupakan faktor yang signifikan.

Atraksi yang berupa kemampuan guru ini merupakan daya tarik utama dari pasraman Hindu di Bali. Jika atraksi ini ada maka sarana, akses, dan organisasi pariwisata akan mendukung. Sarana akomodasi dan restoran misalnya bisa diatasi dengan kelengkapan pasraman Hindu dalam menyediakan restoran dan kamar. Akses jalan sudah begitu bagus di Bali, sebab semua tujuan telah

bisa dicapai dengan kendaraan, sedangkan organisasi pariwisata yang berhubungan dengan pasraman Hindu masih belum tersedia, sehingga penanganan komplain masih belum bisa dilakukan.

Pasraman Hindu di Indonesia baru mulai membangun Perkumpulan Pasraman Indonesia (PPI) yang berkantor di Kantor PHDI Pusat, Jalan Ratna No.61, Denpasar. Perkumpulan ini masih berkutat pada pendataan anggota. Karena itu, belum melangkah lebih jauh dalam pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual. Rapat Dewan Pengurus Perkumpulan Pasraman Indonesia (DPPPI) pada 15 Agustus 2017 dimasih membicarakan pendataan anggota. Karena itu, masalah organisasi pasraman Hindu masih perlu diperkuat lagi.

7.2 Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil dari wawancara mendalam, survei dan observasi seperti yang telah diuraikan bahwa guru menjadi daya tarik utama. Kemampuan guru yang diharapkan wisman adalah spiritual dan pengobatan. Fasilitas yang menunjang pengembangan pasraman Hindu adalah lingkungan dan tempat latihan. Komunitas yang mendukung pengembangan pasraman Hindu adalah komunitas dunia dan lokal, sedangkan infrastruktur yang menunjang pengembangan pasraman Hindu adalah infrastruktur jalan dan internet.

Atraksi yang berupa kemampuan guru, fasilitas, infrastruktur dan komunitas ini didiskusikan dalam diskusi grup terbatas atau *focus group discussion* (FGD) dengan sembilan (9) orang dari unsur tokoh umat Hindu (2 orang), pemegang kebijakan (4 orang), dan pengurus pasraman (3 orang). Dari FGD tersebut disepakati faktor guru menjadi penentu utama dalam pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual, yang ketika diuji dengan pilihan mendapatkan

sembilan pilihan dari sembilan peserta. Faktor penunjangnya adalah infrastruktur dengan sembilan pilihan dari sembilan peserta.

Tabel 7.1

Faktor Utama dan Penunjang Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Tujuan Pariwisata Spiritual

Faktor	Utama			
Unsur/Faktor	Guru	Fasilitas	Komunitas	Infrastruktur
Tokoh Umat	1	1		
Pemegang Kebijakan	4	4		
Praktisi	4		4	
Jumlah	**9**	**5**	**4**	
	Penunjang			
Tokoh Umat			2	2
Pemegang Kebijakan			4	4
Praktisi		3		3
Jumlah		**3**	**6**	**9**

Kemampuan utama yang harus dikembangkan oleh guru adalah kemampuan spiritual, pengobatan, agama dan umum berdasarkan hasil wawancara mendalam dan survei. FGD menentukan pilihan terbanyak kepada pengembangan kemampuan agama dan spiritual sebagai kemampuan utama, sedangkan kemampuan penunjangnya adalah pengetahuan umum dan pengobatan. Dari diskusi didapatkan bahwa pengetahuan agama dan spiritual harus dilengkapi dengan pengetahuan umum sehingga para guru spiritual dapat membahasakan agama secara lebih

universal. Pada diskusi disebutkan bahwa pengobatan adalah pintu masuk menuju pengetahuan spiritual dan agama, karena itu tidak dianggap penting.

Tabel 7.2

Kemampuan Pengetahuan Utama dan Penunjang

bagi Guru Spiritual yang Perlu Dikembangkan

Faktor	Utama			
Unsur/Faktor	Spiritual	Agama	Pengobatan	Umum
Tokoh Umat	1	1	2	
Pemegang Kebijakan	2	3	1	2
Praktisi	3	3		
Jumlah	**6**	**7**	**3**	**2**
	Penunjang			
Tokoh Umat	1	1		2
Pemegang Kebijakan	2	1	3	2
Praktisi			3	3
Jumlah	**3**	**2**	**6**	**7**

Fasilitas yang mendukung pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual adalah lingkungan, kebersihan, tempat latihan dan restoran. Keempat hal tersebut menjadi sorotan dalam FGD di mana peserta memilih lingkungan sebagai fasilitas utama yang mendukung pengembangan pasraman (8 orang), sedangkan fasilitas penunjangnya adalah restoran dengan pilihan (7 orang). Lingkungan alam dan restoran yang baik merupakan fasilitas yang mendukung pengembangan pasraman. Karena itu, pasraman perlu memilih tempat yang dekat dengan lingkungan alam dan memiliki restoran yang baik.

Tabel 7.3

Fasilitas Utama dan Penunjang Pendukung

Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Tujuan Pariwisata Spiritual

Faktor	Utama			
Unsur/Faktor	Lingkungan	Kebersihan	Tempat Latihan	Restoran
Tokoh Umat	2		2	
Pemegang Kebijakan	4	2		2
Praktisi	2	2	2	
Jumlah	**8**	**4**	**4**	**2**
	Penunjang			
Tokoh Umat		2		2
Pemegang Kebijakan		2	4	2
Praktisi	1	1	1	3
Jumlah	**1**	**5**	**5**	**7**

Dengan demikian lingkungan alam yang baik adalah fasilitas pendukung utama, sedangkan restoran adalah fasilitas pendukung penunjang menurut pilihan sebagian besar peserta FGD.

Pasraman dalam mengembangkan kegiatannya mendapatkan dukungan dari komunitas dunia dan lokal. Kedua komunitas ini bersatu membangun identitas pasraman dan pemasaran bagi produk pasraman. Peserta FGD menyimpulkan kedua komunitas wajib dibina kalangan pasraman, sebab kedua komunitas tersebut saling mendukung dalam pengembangan pasraman Hindu. Pilihan peserta FGD dalam pengembangan komunitas ini adalah lebih banyak mendukung pengembangan komunitas lokal sebagai komunitas utama dan penunjang, sehingga komunitas dunia hanya merupakan hadiah bagi pengembangan masyarakat lokal di Bali.

Tabel 7.4

Pengembangan Komunitas Utama dan Penunjang

bagi Pengembangan Pasraman Hindu

Faktor	Utama	
Unsur/Komunitas	Dunia	Lokal
Tokoh Umat	1	1
Pemegang Kebijakan	1	3
Praktisi	2	1
Jumlah	4	5
	Penunjang	
Tokoh Umat	1	1
Pemegang Kebijakan	2	2
Praktisi	1	2
Jumlah	4	5

Infrastruktur yang mendukung pengembangan pasraman adalah jalan, transportasi, komunikasi dan internet. Peserta FGD banyak menyoroti tentang transportasi dan internet yang menjadi infrastruktur untuk mendukung pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual. Pengembangan transportasi yang lancar merupakan infrastruktur utama yang harus dikembangkan (6 pilihan), sedangkan internet adalah infrastruktur pendukung yang harus dikembangkan.

Transportasi publik di Bali menjadi sorotan utama sebab sangat langka. Pemerintah diharapkan bisa mengembangkan transportasi publik yang baik, sehingga wisman bisa mencari kendaraan umum dari Bandara Ngurah Rai menuju berbagai tempat di Bali. Transportasi dari pusat-pusat pariwisata menuju objek-objek pariwisata lainnya juga masih sangat jarang. Karena itu, ini masih perlu ditingkatkan secara bersama-sama.

Tabel 7.5

Infrastruktur Pendukung Utama dan Penunjang

Pengembangan Pasraman Hindu

Faktor	Utama			
Unsur/Faktor	Jalan	Transportasi	Komunikasi	Internet

Tokoh Umat	1	1		2
Pemegang Kebijakan	2	3	1	2
Praktisi	2	2	2	
Jumlah	**5**	**6**	**3**	**4**
	Penunjang			
Tokoh Umat		2	1	1
Pemegang Kebijakan	2	1	3	2
Praktisi	1	1	1	3
Jumlah	**3**	**4**	**5**	**6**

7.3 Analisis Terhadap Strategi dan Pola Pengembangan Pasraman Hindu

Berdasarkan paparan pilihan strategi pengembangan dalam FGD yang dibandingkan dengan hasil wawancara mendalam dan survei maka pilihan pengembangan atraksi menjadi pilihan utama jika pilihan tersebut dimasukkan ke dalam empat elemen pengembangan destinasi, sebab atraksi yang merupakan kemampuan guru adalah kunci utama pengembangan pasraman. Pengembangan atraksi ini perlu didukung dengan sarana prasarana, infrastruktur dan organisasi pasraman yang baik. Sarana akomodasi, restoran, dan tempat latihan telah bisa dikembangkan pasraman, sedangkan infrastruktur harus disediakan pemerintah.

Kondisi pasraman Hindu seperti itu berdasarkan teori *tourist area life cycle* (TALC), masih masuk dalam masa *involvement* sebab peran serta masyarakat lokal masih penuh. Investasi luar negeri belum masuk ke dalam pasraman Hindu, seperti pada kasus di Vrindavan-India (Carney, 2007). Karena itu, perlu ada strategi untuk pengembangan pasraman Hindu ke depan, untuk melindungi masyarakat lokal.

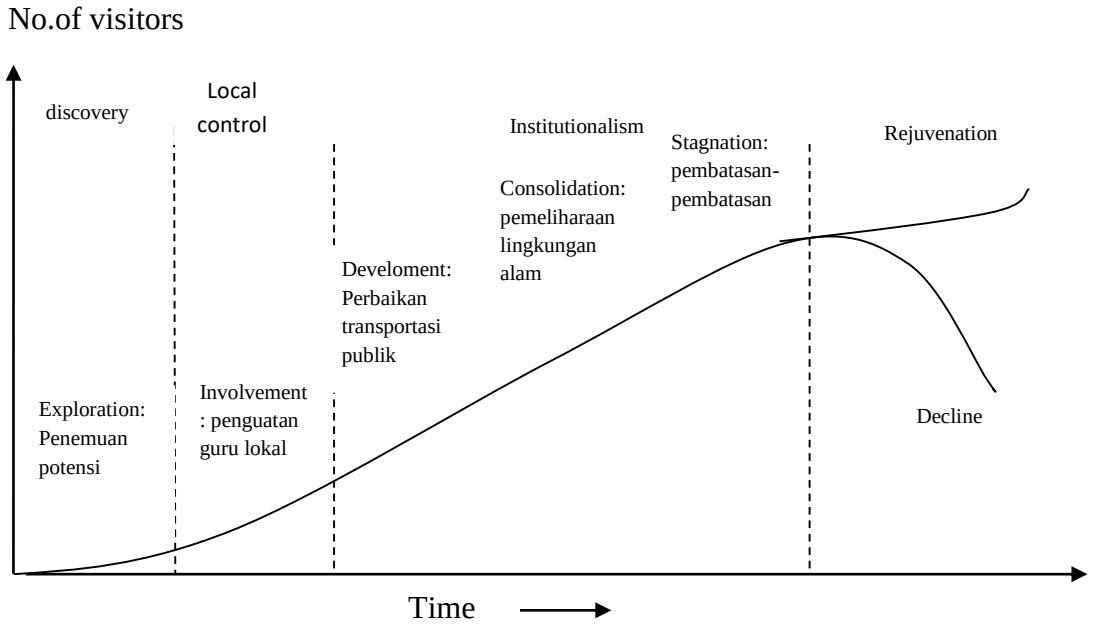
7.3.1 Analisis Strategi Pengembangan

Dalam observasi, wawancara mendalam, dan survei, peran guru spiritual menempati faktor penting. Ketika temuan ini diuji dalam FGD maka peran guru juga dinilai penting. Karena itu, guru

spiritual sebagai figur sentral dalam pengembangan pasraman Hindu adalah valid. Setelah itu adalah infrastruktur dan lingkungan alam. Karena itu, pengembangan sumber daya manusia (guru), pembangunan infrastruktur dan pemeliharaan lingkungan adalah faktor-faktor penentu.

Dengan pemaparan faktor penentu tersebut, strategi pengembangan pasraman Hindu perlu dimulai dengan pengembangan guru. Hal itu sejalan dengan pernyataan Ratu Bagus dan Arsana yang menyatakan guru yang konsisten dengan kegiatannya adalah fokus utama. Ratu Bagus menyatakan, mengurus pasraman adalah pekerjaan penuh waktu, karena itu tidak bisa diurus paro waktu. “Kalau masih mengurus ini itu, pasti akan gagal” (Ratu Bagus, Wawancara 6 Juli 2017).

Berdasarkan pemaparan tersebut dengan mengkaji pada teori TALC dapat digambarkan analisis strategi pengembangan pasraman Hindu sebagai berikut:



Sumber: Cooper (2012:48)
Gambar 7.1: Strategi Pengembangan dalam Teori TALC

Dalam gambar tersebut, pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual harus dimulai dengan penguatan guru-guru lokal. Jika guru-guru lokal tidak memiliki kemampuan yang memadai dalam pengetahuan spiritual dan pengobatan, wisman akan beralih ke negara-negara lain yang juga telah mengembangkan pasraman sebagai tujuan pariwisata seperti India (Carney, 2007).

Persaingan pasraman tidak hanya dengan negara lain. Orang-orang asing sudah mulai melirih peluang Bali sebagai destinasi pariwisata spiritual, sehingga mereka bisa saja melirih pengembangan pasraman. Karena itu, perlu penguatan guru lokal dan komunitas lokal seperti hasil FGD tersebut. Jika guru dan komunitas lokal terbangun, pasraman Hindu di Bali akan memiliki identitas lokal yang menjadi daya tarik bagi wisman yang sulit ditandingi orang asing.

Komunitas lokal yang memiliki hubungan dengan komunitas dunia juga perlu dibangun untuk pemasaran pasraman Hindu melalui jaringan komunitas, sebab jaringan ini merupakan sarana promosi yang efektif. Teori marketing mix (Seaton dan Bennet, 1996:19) menyatakan, strategi pengembangan produk pariwisata harus menggunakan teori marketing mix yang terdiri dari product, place, price, dan promotion. Produknya sudah jelas adalah kesehatan fisik dan jiwa, tempat pemasarannya sudah jelas ke Australia, Amerika Serikat dan Eropa, sedangkan harga dan promosinya masih harus didiskusikan lebih jauh.

Berdasarkan wawancara mendalam dan survei, wisman yang tertarik kepada pasraman Hindu termasuk wisman kelas menengah, karena itu penentuan harganya harus disesuaikan dengan kalangan wisman kelas menengah. Setelah ditentukan harganya untuk kalangan kelas menengah maka promosinya pun harus dilakukan ke kalangan kelas menengah sehingga stigma “hippies” untuk pariwisata spiritual terus berkurang dari waktu ke waktu.

7.3.2 Analisis Pola Pengembangan

Perkembangan pasraman Hindu ke dalam dunia pariwisata sudah memasuki tahap involvement (pelibatan masyarakat). Karena itu, pola pengembangannya harus bertumpu kepada potensi masyarakat. Potensi masyarakat untuk mengembangkan pasraman Hindu adalah ketersediaan guru-guru spiritual dan komunitas lokal yang kuat. Karena itu, pola pengembangan harus mulai dari penguatan guru-guru lokal dengan pengetahuan agama dan kesehatan alternatif seperti yoga, ayurweda dan sejenisnya.

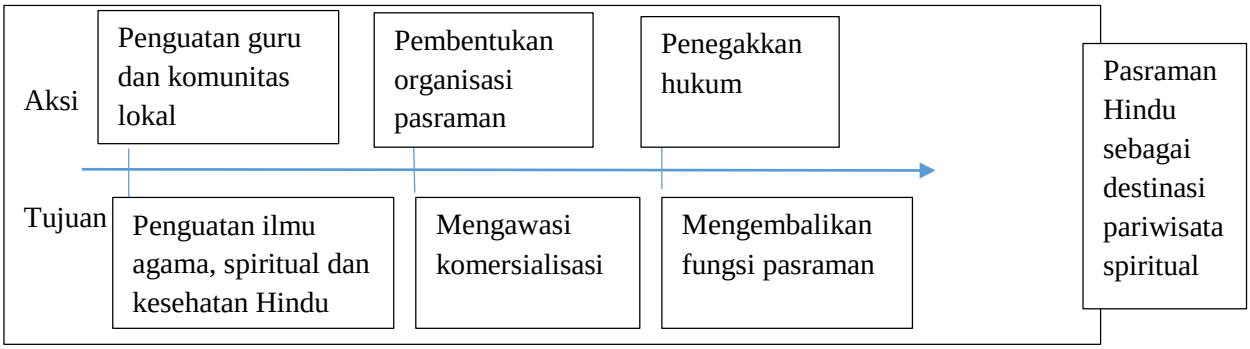
Setelah guru dan komunitas lokal, pengembangan sarana penunjang seperti lingkungan alam dan restoran juga perlu mendapatkan perhatian sesuai hasil FGD. Pasar pasraman Hindu yang merupakan wisman asal Eropa, Amerika dan Australia adalah pasar yang menyukai budaya dan lingkungan alam sehingga penguatan guru lokal, komunitas lokal dan lingkungan alam menjadi sangat penting. Karena itu, pola pengembangannya mulai dari penguatan guru lokal, komunitas lokal dan menjaga lingkungan alam untuk mendukung kegiatan pasraman Hindu.

Pengembangan pasraman Hindu sebagai destinasi pariwisata spiritual berdasarkan FGD tidak dikhawatirkan merusak tradisi pasraman. I Made Amir Agastya, pengelola pasraman misalnya menyatakan, pasraman Hindu secara tradisi adalah tempat belajar agama dari orang-orang dari berbagai etnis dari seluruh dunia. Perputaran uang dalam proses belajar tersebut dianggap wajar sebagai *daksina* (sumbangan) kepada guru. Sumbangan terhadap guru ini berdasarkan keiklasan para murid. Pada perkembangan terdapat tarif tertentu, hal itu harus dibedakan dengan *daksina* misalnya wisman memerlukan tempat menghinap dan makanan yang tidak disediakan pasraman, hal itu tentu tidak termasuk *daksina* tetapi biaya dalam melakukan proses pembelajaran.

Banyak kalangan khawatir terhadap komersialisasi pasraman Hindu, terutama dalam urusan dengan penjualan fasilitas pasraman seperti tempat menghinap, makanan dan tarif guru. Peserta FGD memperhatikan hal ini dengan serius, sehingga mereka menyarankan perlunya pembinaan.

Kalangan pemegang kebijakan mengaku akan memilah klasifikasi pasraman dan bisnis akomodasi pariwisata. Kalau pasraman ternyata melakukan bisnis akomodasi maka itu akan dikenakan pajak sesuai peraturan yang berlaku. Karena itu, pasraman harus berbasis kepada donasi sehingga jumlahnya tidak ditentukan, hanya berdasarkan kerelaan.

Dari uraian tersebut dapat digambarkan pola pengembangan pasraman Hindu sebagai berikut:



Gambar 7.2: Pola Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Destinasi Pariwisata Spiritual

Dalam pola ini, secara faktual langkah pertama yang harus dilakukan adalah penguatan guru dan komunitas lokal melalui pembinaan. Pembinaan ini bisa dilakukan melalui pembelajaran secara formal dan non-formal. Tujuan dari penguatan guru dan komunitas lokal ini adalah untuk memantapkan pengetahuan mereka terhadap ilmu agama, spiritual dan kesehatan Hindu.

Ilmu agama (Hindu) secara formal telah dikembangkan dalam aplikasi kesehatan masyarakat seperti yang dilakukan sebuah Dev Sanskerti University. Universitas yang terletak di Haridvar, Uttar Khand, India ini mengembangkan studi ritual (agni hotra) untuk kesehatan yang disebut dengan Yajnapati. Hal ini masuk ke dalam Program Diploma Human Consciusness, Yoga dan Alternative Therapy (www.dsvv.ac.in). Pada Hindu di Bali, terdapat juga berbagai ritual yang bisa diaplikasikan untuk kesehatan seperti panglukatan. Hal itu perlu didalami guru dan komunitas lokal di Bali melalui berbagai pembinaan.

Langkah kedua yang perlu dilakukan adalah membuat organisasi pasraman Hindu. Tujuannya untuk mengawasi penyimpangan etik dari anggota pasraman. Pengawasan sesama pasraman akan efektif untuk mengendalikan kekhawatiran terhadap komersialisasi. Dengan demikian, perkembangan pasraman akan menjadi terkendali sesuai dengan *dharma* (kewajibannya) dalam masyarakat dunia, sebab kecenderungan pasraman berkembang komersial sangat mungkin terjadi seperti di Vrindavan, India di mana ashram (pasraman) telah berkembang menjadi penyedia fasilitas mewah untuk para wisatawan (Carney, 2017).

Langkah ketiga yang perlu dilakukan adalah penegakkan hukum. Tujuannya adalah mengembalikan pasraman kepada dharmanya masing-masing. Pasraman yang komersial sebaiknya dikeluarkan dari organisasi pasraman sehingga pemerintah bisa mengenakan pajak kepada pasraman tersebut karena bisnis pariwisatanya. Ketiga hal itu penting dilakukan untuk meneguhkan pasraman Hindu sebagai destinasi pariwisata spiritual, sebab setiap destinasi harus menjadi keunikannya.

Dalam pengembangan pasraman Hindu sebagai destinasi pariwisata spiritual, dharma (kewajiban) pasraman Hindu harus terjaga dengan baik. Kegiatan bisnis harus dipisahkan dari kegiatan pasraman, seperti yang dilakukan Arsana (pemilik Ashram Munivara) yang memiliki kegiatan bisnis hotel yang berpisah dari kegiatan pasraman yang dikelolanya. Pasraman Hindu yang memiliki keinginan berbisnia sebaiknya membangun lembaga bisnis yang terpisah dengan pasraman, tetapi keuntungannya sebagian bisa diperuntukkan untuk pasraman.

BAB VIII

SIMPULAN DAN SARAN

8.1 Simpulan

Pasraman Hindu adalah tempat untuk mendapatkan kesehatan secara holistik melalui latihan spiritual, sedangkan harapan wisman terhadap pasraman Hindu adalah untuk mendapatkan pengetahuan spiritual dan *healing.* Pemaparan dalam penelitian ini telah menguraikan hal tersebut secara jelas, sehingga dapat ditarik tiga kesimpulan. Pertama: bahwa kharakteristik pasraman Hindu adalah tempat untuk mendapatkan pengetahuan spiritual dan *healing,* karena itu *core* produknya adalah sehat.

Kedua: bahwa kharakteristik wisman yang berkunjung ke pasraman Hindu adalah wisman yang berasal dari Australia, Amerika Serikat dan Eropa. Wisman tersebut adalah sebagian besar perempuan pada umur-umur yang produktif (20-50 tahun). Wisman tersebut berasal dari kelas menengah dengan pengeluaran yang sebagian besar cukup tinggi yaitu di atas 200 US Dollar per hari. Karena itu, pasraman Hindu merupakan destinasi bagi wisman yang berpenghasilan menengah ke atas.

Ketiga: bahwa dengan mengetahui kharakteristik produk dan wisman tersebut, perlu diterapkan strategi pengembangan pasraman Hindu yang berbasis kepada penguatan guru lokal dan komunitas lokal. Penguatan ini diharapkan bisa membangun identitas lokal yang menjadi daya tarik wisman. Strategi ini perlu mulai diterapkan pada masa di mana produk pasraman baru memasuki masa *involvement,* sehingga kuat di dalam menghadapi persaingan internal dan eksternal.

Ditemukan juga pola pengembangan melalui tiga tahap yaitu penguatan guru dan komunitas lokal, pembentukan organisasi pasraman dan penegakkan hukum. Pola pengembangan ini bertujuan untuk menjadikan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual yang berjalan sesuai dharmanya, dengan menghindari komersialisasi. Jika pasraman Hindu memiliki usaha bisnis maka itu sebaiknya dilakukan secara terpisah sehingga pasraman Hindu tetap terjaga dharmanya sebagai penyebar dharma ke seluruh dunia.

8.2 Temuan

Stigma bahwa kehidupan pasraman adalah kehidupan wisman "hippies" ternyata tidak terbukti melalui penelitian ini. Penelitian ini menemukan bahwa wisman yang menyukai pasraman adalah wisman yang berasal dari kelas menengah dengan kelompok umur produktif, sehingga tidak berasal dari pensiunan. Karena itu, dapat ditemukan bahwa:

a. Kehidupan pasraman adalah kehidupan alternatif bagi wisman yang bisa dikembangkan sebagai produk pariwisata.
b. Produk pasraman ini ternyata bisa dipasarkan untuk kalangan wisman kelas menengah ke atas, sehingga akan membangun pariwisata yang berkualitas di Bali.
c. Pasar dari pasraman Hindu ini adalah pasar-pasar menguntungkan seperti Amerika Serikat dan Eropa.

8.3 Saran

Dari penelitian ini dapat disarankan beberapa hal:

a. Pariwisata ternyata memberikan peluang bagi pengembangan nilai-nilai lokal ke kancah yang lebih luas, karena itu guru-guru pasraman Hindu harus terus meningkatkan kemampuannya agar bisa menjadi pusat daya tarik pariwisata spiritual dunia.
b. Pemerintah perlu mulai membuka akses bagi pasraman Hindu dalam mempromosikan kegiatannya ke luar negeri melalui perkenalan budaya dan agama Hindu di Bali, serta melakukan perkenalan secara online.
c. Masyarakat Bali perlu lebih jeli lagi dalam memilih potensi-potensi yang bisa dikembangkan sebagai destinasi pariwisata, sebab Bali ternyata memiliki potensi-potensi yang bisa berkembang menjadi daya tarik pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

Ariawan, Putu Alex. 2009. *Daya Tarik Utama Ashram Ratu Bagus sebagai Tujuan Pariwisata Spiritual dan Manfaatnya Terhadap Wisatawan Mancanegara di Desa Muncan, Kecamatan Selat, Kabupaten Karangasem. (tesis).* Denpasar: Universitas Udayana.

Badan Pusat Statistik. 2014. *Statistik Indonesia.* BPS (Online). (Dikutip pada 23 September 2016) available from www.bps.go.id.

Begum, Shaik Shahazadi. 2013. Medical and Wellness Tourism: Opportunities and Chalenges-Marketing 'Brand India'. *Research Journal of Management Sciences.* 2 (1).

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Kencana.

Bungin, Burhan. 2013. *Metodelogi Penelitian Sosial & Ekonomi.* Jakarta: Kencana.

Carney, Gerald T. 2007. From Ashram to Condo. *Southeasth Review of Asian Studies.* 29:137-156.

Carrette, Jeremy R. 1999. *Agama, Seksualitas dan Kebudayaan, Esai Kuliah, dan Wawancara Terpilih Foucault*. Yogyakarta: Jalasutra.

Cobuild, Collins. 1997. *English Distionary.* London: HarperCollinsPublisher.

Cooper, Chris. 2012. *Essentials of Tourism.* Pearson: New York.

Dev Sanskriti Viswawidyalaya. 2017. Course Offered. www.dsvv.ac.in. Diakses pada 14 Desember 2017.

Diparda Bali. 2016. Statitik Pariwisata Bali. www.disparda.bali.go.id. Diakses pada 7 Januari 2017 pukul 10.06 Wita.

Hall, Colin Michael. 2003. Introduction to Tourism. Hospitality Press: Australia.

Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Jennings, Gayle. 2001. *Tourism Research.* Sydney: Wiley.

Kaelan, MS. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Paradigma.

Keene, Michael. 2006. Agama-Agama Dunia. Yogyakarta: Kanisius.

Kulkarni, Sonali. 2008. *Medical Tourism in India.* Jaypur: Book Enclave Jain Bhavan.

Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. Teori dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Sosial Budaya Kontemporer. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Maddox, Callie Batts. 2015. Studying at the Source: Astanga Yoga Tourism and the Search for Authenticity in Mysore, India. *Journal of Tourism and Cultural Change.* Journal Access http://www.tandfonline.com.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Rosda.

Mulyana, Deddy. 2003. *Metodelogi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Rosda.

Narottama, Nararya. 2012. Wisata Spiritual: Studi Kasus Partisipasi Orang Asing dalam Upacara Pitra Yadnya di Desa Pakraman Muncan, Kecamatan Selat, Kabupaten Karangasem *(tesis).* Denpasar: Universitas Udayana.

Norman, Alex. 2012. The Varieties of the Spiritual Tourist Experience. *Literature & Aesthetics.* 22 (1): 20-37.

Oxford. 2004. *Oxford Leaner's Dictionary.* New York: Oxford University Press.

Peraturan Menteri Agama. 2014. *Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2014 tentang Pendidikan Keagamaan Hindu.* Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Purwasito, Andrik. 2002. *Imajeri India.* Surakarta: Pustaka Cakra

Riana, I Ketut. 2009. *Kakawin Desa Warnnana uthawi Nagara Krtagama.* Jakarta: Kompas.

Reuter, Thomas A. 2005. Custodians of the Sacred Mountains: Budaya dan Masyarakat di Pegunungan Bali. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sharpley, Richard dan Sundaram, Priya. 2005. Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India. *International Journal of Tourism Research*. 7: 161-171.

Seaton, A.V dan M.M. Bennet. 1996. *Marketing Tourism Products: Concepts, Issues, Cases.* London: Thomson Business Press.

Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta

Susanti. Putu Herny. 2009. *Pengembangan Pasraman Seruling Dewata sebagai Daya Tarik Pariwisata Spiritual di Desa Bantas, Kecamatan Selemadeg Timur, Kabupaten Tabanan. (tesis).* Denpasar: Universitas Udayana.

Sutarya, I Gede. 2016. Spiritual Healing dalam Pariwisata Bali: Analisis Tentang Keunikan, Pengembangan, dan Kontribusi terhadap Pariwisata (Disertasi). Denpasar: Universitas Udayana.

Titib, I Made. 2004. *Purana: Sumber Ajaran Hindu Komprehensif.* Surabaya: Paramita.

Undang-Undang Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan.* Jakarta: Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia.

Uno, Hamzah B, 2012, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, Jakarta: Bumi Akasara.

Wellness Tourism Worldwide. 2011. *4WR: Wellness for Whom, Where and What? Wellness Tourism 2020. (Full Research Report).* Hungary: Hungarian National Tourism Plc.

Wiguna, I Gusti Ngurah Tara dkk. 2008. Terjemah Prasasti-Prasasti Bali Abad XII ke Dalam Bahasa Indonesia. Denpasar: Dinas Kebudayaan Provinsi Bali.

Wong, Cora Un In dkk. 2013. Buddhism and Tourism Perceptions of the Monastic Community at Pu-Tuo-Shan, Cina. *Annal Tourism Research*, 40: 213-234.

LAMPIRAN I

Pedoman Wawancara

No.	Narasumber	Topik	Tujuan
1.	Wisman	Latar belakang berwisata spiritual ke Bali	Kharakteristik
		Alasan memilih pasraman Hindu	Kharakteristik
		Manfaat yang diharapkan	Kharakteristik
		Pengalaman yang didapatkan	Kharakteristik
2.	Pengelola Pasraman	Sejarah berkenalan dengan pariwisata	Gambaran Umum
		Wisman yang biasanya datang	Kharakteristik
		Pengalaman mengelola pasraman	Kharakteristik
		Fasilitas yang dimiliki	Kharakteristik
3.	Pemegang kebijakan	Gambaran umum tentang pasraman yang diketahui sebagai tujuan pariwisata	Kharakteristik
		Kebijakan yang dilakukan	Strategi
		Harapan terhadap pasraman	Strategi
		Kenyataan yang terjadi	Strategi

LAMPIRAN II

Kuesioner Angket untuk Wisman

Dear Sir/Madam
I would like to make a sure that you would like to answer the questionnaire below. Your answer would be very important for our research.
Thank you

I Gede Sutarya
Chief Researcher. Correspondence email: sutarya@yahoo.com, Hp.081.23847232. Office: Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar, Jalan Ratna No.51, Denpasar. Telp.0361.226656

Personal Data

Name	
Address (country of origin)	
Email/phone	
Age	
Gender	
Address in Bali	

Would you like to fill the best answer by symbol "V"

Statement	A	B	C
Planning to stay in Bali	1-5 Days	5-10 days	>10 days
Expenditure per day	100– 150	150 – 200	>200 (USA Dollar)
Tourist Attraction Type Favored	Culture	Nature	Spiritual
Do you interest in joining spiritual tourism	Yes	No	Uncertain
Do you interest in enjoying experiences at Hindu Ashram?	Yes	No	Uncertain
Expectation for staying in ashram	Healing	Spiritual	Faith
What are you interested in staying in ashram?	Guru (Teacher)	Culture	Environment
Have you ever visited Ashram?	Yes	Never	Forget
Your experiences during staying in Ashram	Very Good	Good	Poor
Interesting point of ashram	Guru (Teacher)	Tradition	Resident of Ashram
Do you want to stay at ashram in the future?	Yes	No	Uncertain

LAMPIRAN III

Cheklis Diskusi Kelompok Terfokus untuk Pilihan
Strategi Pengembangan Pasraman Hindu sebagai Tujuan Pariwisata Spiritual

Nama :
Jabatan :
Alamat :
Email :
Nomer Telp (Hp) :
Umur :
Gender :

Berdasarkan hasil penelitian, pasraman Hindu bisa berkembang menjadi tujuan pariwisata spiritual karena faktor kemampuan guru, fasilitas pasraman, komunitas pasraman, dan infrastruktur.
Pilih dua (2) strategi untuk pengembangan pasraman Hindu

Faktor	Guru	Fasilitas	Komunitas	Infrastruktur
Utama				
Penunjang				
Lainnya				

Berdasarkan penelitian, kemampuan guru yang menarik bagi wisman adalah kemampuan dalam bidang spiritual, agama, pengobatan, dan pengetahuan umum. Pilih dua (2) strategi untuk pengembangan kemampuan guru

Faktor	Praktik Spiritual	Pengetahuan Agama	Kemampuan Pengobatan	Pengetahuan Umum
Utama				
Penunjang				
Lainnya				

Berdasarkan penelitian fasilitas pasraman yang menarik minat wisman adalah lingkungan alam, kebersihan, tempat latihan, dan restoran. Pilih dua (2) strategi untuk pengembangan fasilitas pasraman.

Faktor	Lingkungan alam	Kebersihan	Tempat Latihan	Restoran
Utama				
Penunjang				
Lainnya				

Berdasarkan penelitian pengembangan komunitas pasraman yang mendunia, kuat dengan identitas lokal, dan ramah merupakan daya tarik wisman. Pilih dua (2) strategi untuk pengembangan komunitas pasraman.

Faktor	Komunitas Dunia	Identitas Lokal	Keramahan
Utama			
Penunjang			
Lainnya			

Berdasarkan penelitian pembangunan infrastruktur jalan, transportasi, komunikasi, dan internet yang berperan dalam pengembangan pasraman Hindu sebagai tujuan pariwisata spiritual. Pilih dua (2) strategi kebijakan untuk pengembangan pasraman Hindu terkait infrastruktur.

Faktor	Jalan	Transportasi	Komunikasi	Internet
Utama				
Penunjang				
Lainnya				

Denpasar, Agustus 2017

(……)

LAMPIRAN IV

Daftar Informan

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Alamat Asal
1	Ida Pandita Mpu Parama Daksa Natha Ratu Bagus	66 Tahun	Pemilik Ashram Ratu Bagus	Desa Muncan, Kecamatan Selat, Kabupaten Karangasem
2	I Ketut Arsana	55 Tahun	Pemilik Ashram Munivara	Jalan Hanoman No.25 Ubud, Gianyar
3.	I Ketut Karyamana	27 Tahun	Pelatih yoga di Omham Retreat	Jalan Gentong, Tegallalang, Ubud
4	Susan Brown	62 Tahun	-	21 Sandra Street, Fahcon, Mandurah, Westren Australia, 6210
5	Deva De Mot	73 Tahun	Pensiunan	Belgia

LAMPIRAN V

Daftar Narasumber Diskusi Kelompok Terfokus (FGD)

No	Nama	Alamat	Umur	Keterwakilan
1	Sutharama Adi Saputra	Jalan Wibisana Utara, Denpasar	53 Tahun	Praktisi, pengelola pasraman
2	I Wayan Parnama	Selat, Karangasem	57 Tahun	Praktisi, pengelola pasraman
3	I Made Amir Agastya	Jalan Tukad Citarum V/7 Renon, Denpasar	58 Tahun	Praktisi, pengelola pasraman
4	D Suresh Kumar	Jalan Sawah Lunto, Pasar Manggis Jakarta	35 Tahun	Tokoh umat, Ketua DPP Peradah Indonesoa
5	I Ketut Wiana	Jalan Matahari, Denpasar	73 Tahun	Tokoh umat, pengurus PHDI Pusat
6	Ni Ketut Mariatni Sukadewi	Br. Tegaltamu, Batubulan, Sukawati, Gianyar	52 Tahun	Pemegang kebijakan, Kepala Bidang Destinasi Pariwisata, Diparda Pemkab Gianyar
7	Ni Made Ratnadi	Jalan Udayana No.88 Buruan, Blahbatuh	47 Tahun	Pemegang kebijakan, anggota DPRD Kabupaten Gianyar
8	I Ketut Sudarsana	Singapadu Kaler, Sukawati	44 Tahun	Pemegang kebijakan, anggota DPRD Kabupaten Gianyar
9	I Ketut Sumadhi	Br Sakih, Guwang, Gianyar	53 Tahun	Pemegang kebijakan, anggota DPRD Kabupaten Gianyar

BIODATA PENELITI

DATA PRIBADI

Nama	Dr. I Gede Sutarya, SST.Par.,M.Ag
NIP	197211082209011005
Pekerjaan	PNS/Dosen
Jabatan	Lektor
Pangkat/Golongan	IIId/Penata Tk I
Tempat/Tanggal Lahir	Penida Kaja, Bangli, 8 November 1972
Alamat rumah	Jalan Patih Nambhi Perum Grya Nambhi Permai III/15 Denpasar
	Jalan Brigjen Ngurah Rai Gang VIIIA No.4 Bangli, Telp.0336.92018
Alamat Kantor	Jalan Ratna No.51, Tatasan Denpasar Telp. (0366) 226656
	Jalan Nusantara Kubu, Bangli Telp. (0361) 93788
Ayah	(Mendiang) Drs. I Nyoman Singgin Wikarman
Ibu	Ni Ketut Kantun
Istri	AA. Sagung Sri Darmayanthi, SE
Putri (Anak I)	Rai Dhanwantari Haripatni
Putra	I Made Oka Somanatha Mahavira Abasan
Saudara Kandung	Ni Luh Made Ariyani
	I Nyoman Jati Karmawan
	Ni Luh Putu Rupini Dewi, SE

RIWAYAT PEKERJAAN

Wartawan Bali Post	Tahun 1995 – 1999
Wartawan (Redaktur Halaman Bali Timur) Harian Nusa	Tahun 2000 – 2003
Wartawan (Redaktur Bali Tribune)	Tahun 2012
Anggota KPU Kabupaten Bangli	Tahun 2003 – 2008

Dosen Tetap IHDN Denpasar	Tahun 2009 – sekarang
Pimpinan Redaksi Jurnal Pariwisata Budaya Jurusan Pariwisata Budaya Fakultas Dharma Duta IHDN Denpasar	2016 – sekarang
Ketua Senat IHDN Denpasar	2016 – sekarang

KARYA-KARYA

Karya tulis populer	93 Artikel Budaya dan pariwisata di Bali Post, Bali Tribune, Metro Bali online tahun 2003 – 2016
	2 Artikel dimuat di Harian Kompas
	Pengasuh Rubrik "Wariga Sari" Harian Radar Bali tahun 2015 – 2016
Karya Sastra	Kumpulan Cerita "Ki Layu Menedeng" diterbitkan Panakom tahun 2010
Karya Ilmiah	Kawasan Suci Besakih: Kajian Sosiologi Agama tahun 2007 (Tesis)
	Astrologi dalam Pariwisata Bali tahun 2013
	Daya Tarik Yoga dalam Pariwisata Wellness tahun 2015
	The Analysis on the Uniquesness of Spiritual Healing as Product Differentiation in the Bali Tourism. Published IJMER Volume 5 (10), October 2016
	Spiritual Healing dalam Pariwisata Bali (Disertasi) tahun 2016
Karya Buku	Puspanjali 80 Tahun Ibu Gedong Bagoes Oka
	Editor Buku "Bangli Tempo Doeloe" tahun 2003

PENDIDIKAN

Sekolah Dasar	SDN No.5 Kawan, Bangli tamat tahun 1985
Sekolah Menengah Pertama	SMP PGRI Bangli tamat tahun 1988
Sekolah Menangah Atas	SMAN 1 Bangli tamat tahun 1991
Strata 1/D4	PS D4 Pariwisata Universitas Udayana tamat tahun 1998
Strata 2/Megister	Program Studi Brahma Widya PPS IHDN Denpasar tamat tahun 2007
	Program Doktor Pariwisata Pascasarjana Universitas Udayana tamat pada 7 Desember 2016

PENGALAMAN INTERNASIONAL

Pertukaran Budaya	Hindi Program pada Kendrya Hindu Sansthan, Agra, India, tahun 1999 – 2000
	Pertukaran Pemuda Hindu Indonesia ke Malaysia pada 17 – 20 Agustus 2005
Pertemuan Akademik	Presenter pada seminar internasional Tourism in Indonesia 24 – 27 Maret 2014
	Program Sandwich kerjasama Dirjen Bimmas Hindu dengan KITLV ke Leiden, Belanda Oktober – Desember 2014
	Narasumber Culture Tourism in Bali pada Dev Sanskrti Visvavidyalaya, Haridvar, India pada Tahun 2017