
PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP KONSEP WELLNESS TOURISM DI PULAU LOMBOK

Oleh

Baiq Nikmatul Ulya¹, Hasnia Minanda², Ihyana Hulfa³, Lalu Ferdi Ferdiansyah⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

E-mail: ¹bn_ulya@unram.ac.id, ²hasnia_minanda@unram.ac.id,

³ihyanahulfa@unram.ac.id & ⁴laluferdi_f91@staff.unram.ac.id

Article History:

Received: 18-09-2025

Revised: 19-10-2025

Accepted: 22-10-2025

Keywords:

Destinasi Wisata,

Persepsi Wisatawan,

Wellness Tourism.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap konsep wellness tourism di Pulau Lombok. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah wisatawan domestic dan mancanegara. Lokasi penelitian dilakukan adalah Pantai Kuta Mandalika dan Desa Wisata Sembalun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap wellness tourism di Lombok masih berada pada tahap 'nature and relaxation-based perception', belum berkembang menuju 'holistic wellness experience' yang mencakup kesehatan fisik, mental, dan spiritual. Menurut wisatawan baik domestik dan mancanegara dari aspek lingkungan di destinasi wisata Pulau Lombok dapat memberikan rasa aman dan tenram bagi wisatawan. Dapat memberikan rasa tenang kepada wisatawan yang berdampak terhadap kesehatan rohani. Namun dari segi fasilitas masih perlu banyak yang dikembangkan dan ditambahkan terutama akomodasi yang ramah lingkungan dan menyediakan fasilitas seperti spa, yoga, dan gym. Selanjutnya dalam menambah pengalaman wisatawan dalam konsep wellness tourism, pengelola destinasi dapat mengangkat budaya lokal (kuliner sehat, herbal, dan tradisi pengobatan) sebagai bagian dari pengalaman wellness.

PENDAHULUAN

Perkembangan tren pariwisata yang mengalami perubahan setiap tahun dengan didasari berbagai macam kondisi membuat seluruh stakeholder pariwisata harus mempersiapkan sumber daya mereka untuk dapat terus memberikan pelayanan terbaik terhadap wisatawan. Pengembangan konsep pariwisata semakin meluas dengan mengikuti kebutuhan wisatawan yang semakin beragam. Salah satu konsep pariwisata yang kini mulai banyak dikembangkan adalah konsep *Wellness tourism*. Konsep *Wellness tourism* melibatkan aspek ramah lingkungan dan budaya tradisional. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Wellness tourism* menjadi konsep wisata yang berpeluang dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Hal ini didasarkan oleh perubahan kebutuhan wisatawan yang tidak hanya ingin menikmati destinasi wisata namun juga ingin meningkatkan kesehatan jasmani dan Rohani melalui berbagai kegiatan wisata (Permanasari et al., 2022; Wijaya & Prianthara, 2018)).

Wellness tourism merupakan tren pariwisata yang semakin banyak diminati. *Wellness tourism* diminati tidak hanya wisatawan baby boomers atau lansia namun juga diminati oleh kaum milenial.

Indonesia dinilai sangat potensial dalam menerapkan *Wellness tourism*. Minat wisatawan terhadap *wellness tourism* sangat tinggi, mereka menunjukkan minat pada kegiatan wisata yang mengutamakan kesehatan fisik dan kesehatan mental. Indonesia memiliki berbagai macam tradisi pengobatan kuno dan kesehatan tradisional. Pengembangan *Wellness tourism* tentunya dapat menimbulkan dampak positif bagi industri pariwisata (Lucky Kurniawan, 2018; Widarini et al., 2022; Hendrajana *et al.*, 2022)).

Konsep *Wellness tourism* telah dikembangkan di berbagai destinasi wisata di Indonesia terutama di Pulau Lombok. Pulau Lombok telah mencoba mengembangkan konsep *Wellness tourism* di beberapa destinasi wisata. Pulau Lombok terkenal akan daya tarik wisatanya berupa alam dan budaya. Beberapa destinasi wisata di Pulau Lombok telah menerapkan beberapa layanan *wellness* kepada wisatawan. Salah satu desa wisata yang menerapkan konsep *wellness tourism* yaitu Desa Wisata Bilebante yang menjadi *pilot project* oleh Kementerian Pariwisata (Kemenparekraf, 2020). Selain itu destinasi wisata yang memiliki potensi untuk menerapkan *wellness tourism* adalah Desa Wisata Sembalun dan Pantai Kuta Mandalika, dan berbagai obyek wisata alam lainnya.

Dalam mengembangkan konsep *wellness tourism*, banyak hal yang perlu diperhatikan terutama terkait dengan bagaimana layanan tersebut dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan. Salah satu cara dalam meningkatkan kenyamanan wisatawan yaitu dengan mengetahui apa yang mereka butuhkan terkait konsep *wellness tourism*. Penelitian terkait *wellness tourism* di Pulau Lombok masih melihat dari segi pihak pengelola, belum terlalu optimal melihat bagaimana kebutuhan wisatawan terkait layanan *wellness tourism*. Oleh karena itu perlu mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terkait implementasi *wellness tourism* di destinasi wisata.

Persepsi wisatawan memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan pengembangan destinasi, karena memengaruhi keputusan berkunjung dan tingkat kepuasan mereka. Semakin kuat persepsi wisatawan terhadap obyek wisata maka semakin kuat keinginan pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang (Manalu *et al.*, 2024). Sehingga penelitian ini menjadi penting untuk menggali sejauh mana Lombok mamani ekspektasi wisatawan dalam hal *wellness tourism*, termasuk faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi wisatawan terhadap *wellness tourism* di Pulau Lombok?”. Penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengetahui persepsi wisatawan terhadap *wellness tourism* di Pulau Lombok sehingga konsep *wellness tourism* dapat diimplementasikan dengan maksimal dan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

LANDASAN TEORI

Persepsi Wisatawan

Persepsi menggambarkan pendapat atau kesan tentang pengalaman seseorang terhadap suatu objek yang menjadi stimulasi yang ditangkap oleh pancha indera. Persepsi berperan penting sebagai faktor motivasi bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan pariwisata. Pandangan dan penilaian yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu hal sangatlah subjektif dan dapat dipengaruhi oleh kualitas objek tersebut (Nugroho, Akiriningsih and Pradipta, 2024).

Persepsi merupakan pandangan wisatawan terhadap destinasi wisata yang dikunjungi sehingga menjadi saran maupun kritikan terhadap pihak pengelola agar memperbaiki dan menambahkan hal – hal yang dibutuhkan oleh wisatawan yang menghasilkan rasa nyaman dari wisatawan yang berkunjung. Persepsi wisatawan merupakan pendapat wisatawan tentang objek. Suatu objek wisata perlu meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik bagi mendapatkan persepsi positif. Persepsi pada dunia pariwisata adalah gagasan atau cara pandang wisatawan untuk

menafsirkan suatu tujuan wisata (Zebua, 2018).

Menurut Gibson (Kusherdiana, 2013:17) persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya, dengan kata lain bahwa persepsi mencakup penerimaan stimulus, pengorganisasian, dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang diorganisasikan dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap ***Wellness tourism***.

Wellness tourism adalah kegiatan wisata yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan jasmani dan rohani melalui pengalaman perjalanan yang menyenangkan, menyehatkan dan memberi kesempatan bagi individu untuk merawat diri. *Wellness tourism* merupakan segment pariwisata yang memiliki perkembangan sangat pesat. Berdasarkan Laporan Ekonomi Pariwisata selama 2015-2017, *wellness tourism* tumbuh pesat sebesar 6,5%. Para wisatawan membuat perjalanan *wellness* sebanyak 830 perjalanan pada tahun 2017 dimana lebih besar 139 juta pada tahun 2015 (Global Wellness Institute (GWI), 2018; Simatupang *et al.*, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian (Kongtaveesawas *et al.*, 2022) konsep *wellness tourism* juga bisa dilihat dari pengalaman fisik, pengalaman mental, pengalaman spiritual, dan pengalaman lingkungan. Pengalaman fisik dapat dilihat dari kualitas makanan dan minuman yang disediakan, kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan, terdapat program atau atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan untuk membantu melakukan detoksifikasi pada tubuh mereka, harga produk yang terjangkau oleh wisatawan, serta kebijakan *hygiene* di destinasi. Pengalaman mental dapat dilihat dari adanya perubahan positif terkait kesehatan, penyegaran diri dari kehidupan sehari-hari, wisatawan mendapatkan perhatian dan empati dari pengelola destinasi wisata, wisatawan merasa bagian dari destinasi wisata tersebut, wisatawan dapat belajar dari hal-hal yang baru di destinasi wisata.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis data deskriptif kualitatif yang diaplikasikan pada setiap analisis permasalahan bersumber dari penjelasan dan penjabaran yang diberikan oleh informan. Informan pada penelitian ini adalah wisatawan mancanegara dan domestik. Lokasi penelitian ini terletak di Pantai Kuta Mandalika dan Desa Wisata Sembalun.

Selanjutnya teknik pengumpulan data pada penelitian ini diantaranya observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis data yang sesuai untuk menjawab pertanyaan, kemudian diinterpretasikan sesuai dengan konsep dan teori yang digunakan, selanjutnya ditarik kesimpulan sehingga dapat menjawab kedua pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, belum sepenuhnya memahami istilah *wellness tourism*. Namun, ketika ditanya lebih lanjut, mereka mengaitkan konsep ini dengan aktivitas relaksasi, menjaga kesehatan fisik, serta mencari ketenangan mental dan spiritual. Wisatawan mancanegara menekankan aspek yoga, meditasi, dan suasana pantai yang tenang. Wisatawan domestik lebih banyak mengaitkan *wellness* dengan aktivitas alam seperti hiking, udara segar, dan suasana pedesaan yang alami di Sembalun. Hal ini didukung dengan pernyataan wisatawan mancanegara:

Seorang wisatawan mancanegara di Kuta menyatakan:

"Alright, I've been trying like definition wellness tourism. I think it's like taking care of

your body and mind when you travel.” (Informan M1).

Hal ini menunjukkan bahwa walaupun istilah “wellness tourism” tidak selalu dikenal secara formal, wisatawan sebenarnya sudah memahami esensinya melalui pengalaman langsung. Persepsi wisatawan mancanegara lebih dekat dengan tren global wellness (yoga retreat, spa, meditation), sementara wisatawan domestik lebih menekankan pada aktivitas.

1. Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan *Wellness tourism*

Berdasarkan hasil wawancara, motivasi utama wisatawan terbagi menjadi yaitu yang pertama wisatawan domestik mencari ketenangan, melepas penat dari aktivitas kerja, serta menikmati udara pegunungan yang segar. Sedangkan wisatawan mancanegara tertarik mengunjungi Lombok karena dianggap sebagai alternatif Bali yang lebih tenang, dengan keindahan alam dan program *wellness* yang lebih autentik dan tidak terlalu komersial. Temuan ini konsisten dengan teori motivasi wisatawan (push and pull factors). Wisatawan domestik lebih terdorong oleh faktor *push* (kebutuhan untuk istirahat, rekreasi, penyegaran diri), sedangkan wisatawan mancanegara lebih oleh faktor *pull* (daya tarik Lombok sebagai destinasi alam dan *wellness* yang berbeda dari Bali).

2. Pengelaman kegiatan *Wellness tourism* di Lombok

Berdasarkan hasil wawancara, baik wisatawan mancanegara dan domestik melakukan beberapa kegiatan *Wellness tourism* di Lombok. Wisatawan domestik di Sembalun menyebutkan bahwa aktivitas seperti hiking ringan, berinteraksi dengan alam, dan tinggal di homestay memberikan pengalaman “*wellness*” karena terasa segar, sehat, dan damai. Wisatawan mancanegara di Kuta menyebutkan pengalaman mengikuti kelas yoga, spa tradisional, serta meditasi sebagai aktivitas utama yang membuat tubuh lebih bugar.

Pengalaman wisatawan sangat dipengaruhi oleh karakteristik destinasi dimana Sembalun dengan potensi *nature-based wellness* dan Kuta dengan potensi *facility-based wellness*. Hal ini memperkuat bahwa pengembangan *wellness tourism* di Lombok dapat dilakukan dengan diferensiasi destinasi sesuai konteks lokalnya. Sehingga masing-masing destinasi dapat mengembangkan daya tarik wisata terkait *wellness tourism* sesuai dengan potensi wisata yang dimiliki

3. Persepsi terhadap Lingkungan dan Destinasi

Sebagian besar informan, baik domestik maupun mancanegara, menilai bahwa kekuatan utama Lombok sebagai destinasi wisata terletak pada keunikan alamnya. Informan domestik di Sembalun menggambarkan suasana pedesaan, udara sejuk, serta pemandangan gunung Rinjani sebagai elemen yang memberikan efek penyembuhan alami. Salah satu informan menyatakan:

“Kalau di Sembalun itu udaranya segar, tenang, jauh dari kebisingan kota. Rasanya seperti bisa menyembuhkan pikiran.” (Informan D1).

Sementara wisatawan mancanegara di Kuta juga mengaitkan pantai dan ketenangan suasana dengan konsep relaksasi:

“The beach here feels calm and not too crowded like Bali. It helps me to relax and recharge.” (Informan M2).

Temuan ini menunjukkan bahwa alam Lombok menjadi elemen inti persepsi *wellness*, terutama dalam konteks pemulihan mental dan emosional melalui pengalaman berbasis alam. Semua wisatawan menekankan pentingnya lingkungan alami sebagai faktor utama dalam *wellness tourism*. Di Destinasi Wisata Sembalun kondisi udara sejuk, panorama gunung, dan suasana pedesaan dianggap cocok untuk healing. Sehingga wisatawan yang berkunjung merasa nyaman dan bisa menghilangkan penat atau stress dari kegiatan sehari-hari. Sedangkan di Destinasi Wisata Pantai Kuta, suasana pantai yang masih relatif tenang dibanding Bali dipersepsikan positif oleh wisatawan mancanegara. Hal ini karena dengan lingkungan yang tenang membuat wisatawan

dapat lebih menikmati daya tarik wisata yang ditawarkan oleh destinasi. Persepsi positif terhadap lingkungan menunjukkan bahwa alam Lombok adalah modal utama dalam pengembangan *wellness tourism*. Namun, wisatawan juga menyoroti perlunya pengelolaan berkelanjutan agar tidak terjadi kerusakan lingkungan akibat perkembangan pariwisata.

4. Persepsi terhadap Fasilitas dan Layanan

Terkait dengan fasilitas dan layanan yang ditawarkan, berdasarkan hasil wawancara Wisatawan domestik menilai fasilitas wellness di Sembalun masih terbatas, terutama terkait penginapan, spa, dan yoga retreat. Wisatawan mancanegara di Kuta menilai fasilitas sudah lebih berkembang (hotel, spa, yoga studio), namun masih kalah dibanding Bali. Hal ini menunjukkan adanya gap fasilitas antara Sembalun dimana menonjolkan atraksi alami namun minim fasilitas dan Kuta dimana atraksi alami juga mendukung serta fasilitas lebih siap. Namun terkait fasilitas butuh peningkatan kualitas serta untuk mengembangkan *wellness tourism*, perlu strategi integrasi antara kekuatan alam dengan fasilitas pendukung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan domestik dan mancanegara memiliki persepsi yang berbeda tentang *wellness tourism*. Wisatawan domestik cenderung mengaitkan wellness dengan aktivitas berbasis alam seperti hiking, udara segar, dan pedesaan. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara lebih menekankan pada aspek global wellness seperti yoga, meditasi, dan spa. Persepsi wisatawan terhadap *wellness tourism* di Lombok masih berada pada tahap *nature and relaxation-based perception*, belum berkembang menuju *holistic wellness experience* yang mencakup kesehatan fisik, mental, dan spiritual. Namun demikian, daya tarik alam, suasana tenang, dan keaslian budaya lokal menjadi modal utama untuk mengembangkan *wellness tourism* berkelanjutan di Lombok.

Pulau Lombok sendiri menurut wisatawan memiliki keunggulan jika disandingkan dengan destinasi wisata yang lain karena destinasi wisatanya masih relative tenang dan otentik. Namun menurut wisatawan agar destinasi wisata Lombok dapat terjaga dan berkembang terutama dalam mengoptimalkan konsep *wellness tourism* perlu adanya peningkatan fasilitas terkait sarana dan prasarana yang mendukung. Sehingga wisatawan tidak hanya menikmati keindahan destinasi wisata namun juga dapat meningkatkan kesehatan jasmani dan rohani.

SARAN

1. Kepada pengelola destinasi wisata di Pulau Lombok diharapkan dapat terus menjaga keaslian daya tarik wisata sehingga dapat terus menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selanjutnya selain menjaga keaslian, para pengelola destinasi perlu menjaga suasana yang tenang di destinasi wisata, sehingga wisatawan yang berkunjung bisa merasakan aman, tenang, dan dapat menenangkan diri.
2. Para pengelola destinasi wisata perlu memperbaiki dan menambahkan fasilitas-fasilitas yang menunjang kegiatan wisatawan terutama untuk meningkatkan kebugaran jasmani dan rohani. Perlu diperbanyak akomodasi yang ramah lingkungan serta menyediakan fasilitas seperti spa, yoga, dan gym.
3. Dalam menambah pengalaman wisatawan dalam konsep *wellness tourism*, pengelola destinasi dapat mengangkat budaya lokal (kuliner sehat, herbal, dan tradisi pengobatan) sebagai bagian dari pengalaman *wellness*.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Global Wellness Institute (GWI) (2018) ‘Global wellness tourism economy’, Global Wellness tourism Economy–November 2018, (November), pp.1–102. Available at: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-tourism-economy/> Ahttps://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf.
- [2] Hendrajana, I.G.M.R. et al. (2022) ‘WELLNESS TOURISM AS FUTURE ALTERNATIVE TOURISM : STRATEGI PENGEMBANGAN WELLNESS TOURISM DI KINTAMANI’, 16(1), pp. 1–23.
- [3] Kongtaveesawas, N. et al. (2022) ‘Attribute Framework Validation for Wellness tourism within the Context of Thailand’.
- [4] Lucky Kurniawan, L. (2018) ‘Promoting Indonesia as a Wellness tourism Destination’, KnE Social Sciences, 3(10), pp. 250–260. Available at: <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3378>.
- [5] Manalu, F.V. et al. (2024) ‘Analisis Persepsi dan Preferensi Wisatawan di Kampoeng Millenium Agropark sebagai Ruang Rekreasi dan Wisata Edukasi Pertanian’, 12(2), pp. 239–250.
- [6] Nugroho, S.Q., Akiriningsih, T. and Pradipta, M.P.Y. (2024) ‘Persepsi Wisatawan Pasca Relokasi Pedagang Kaki Lima’, Sabbhata Yatra, 5(1), pp. 34–48.
- [7] [7]Permanasari, D. et al. (2022) ‘Tren Industri Pariwisata 2022 2023’, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [8] [8]Simatupang, V. et al. (2022) ‘HUMAN RESOURCES READINESS IN WELLNESS TOURISM MANAGEMENT IN THE SENIOR TOURIST MARKET SHARE IN’, 2(4), pp. 1879–1888.
- [9] [9]Widarini, P.S.I., Wijaya, M. and I N, A.M. (2022) ‘Wellness and Herbal Tourism Based on Local Wisdom as an Alternative to “New Normal” Tourism’, Jurnal Komunikasi, 14(2), pp. 299–321. Available at: <https://doi.org/10.24912/jk.v14i2.17568>.
- [10] [10]Wijaya, I.P.Y.P. and Priantara, B.T. (2018) ‘Winter tourism in Bali: Is it possible?’, Sustainability (Switzerland), 10(10), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.3390/su10103563>.