

## **SIKAP DOGMATIS WISATAWAN JEPANG TERHADAP PAKET TRIAL YOGA DI BAGUS JATI HEALTH & WELL BEING RETREAT**

**I Gusti Made Wendri**

**Ni Putu Somawati**

**Ni Made Sudarmini**

Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

Kampus Bukit Jimbaran, Bali. Telp.+62-361-701981 ext 196

Email: [wendriresen@yahoo.com](mailto:wendriresen@yahoo.com)

**ABSTRACT.** *There are many factors causing the visitors to take decision of buying a product, the factors of which are ; internal factors, external factors, full factors, and inovations. As the result of this research, I, the researcher found that the internal factors have much influence on the desicion of the tourist in buying the Spa product of Bagus Jati Health and wellbeing Retreat. The primary datas are colleted by using structural as well as in-depth interview to the visitor met accidently who were involving in the Trial Yoga Package, to the Yoga's instructur, and the Spa therapist The datas then analized by descriptive qualitative, by which describing the datas found as it is, by constrasting the similarity and the difference relationship among. The other factors is also the inovation conduct by the management in creating the package, also has its important role in penetrating the culture of the japanese, who are fanatic to their culture. The result of the datas have already processed will answer the purpose of this research.*

**KEY WORDS :** *Internal, external factor, dogmatic, Yoga Teja Surya, mnemonic*

### **PENDAHULUAN**

Ada banyak alasan dengan beragam kebutuhan wisatawan memotivasinya untuk melakukan tindakan membeli produk wisata, seperti produk Spa. Kata Spa merupakan singkatan bahasa Latin *solum per aqua* yang berarti kesehatan yang dapat disalurkan dengan tenaga air. Spa sendiri sesungguhnya nama sebuah permandian yang berdekatan dengan sumber air panas. Permandian ini terletak di pegunungan Ardens di bagian selatan Belgia ([http// : www.httg.com/News-history](http://www.httg.com/News-history) HTM) diakses pada tanggal 2 Mei 2012. Spa adalah usaha pelayanan yang menjual produk jasa yang dikemas sedemikian rupa, mulai dari *facial, mani* dan *padicure*, beragam karakter *massage, body treatment, boreh* dan *scrub* yang tujuannya adalah memberikan pelayanan relaksasi dan kenyamanan kepada wisatawan selama kunjungannya di daerah tujuan wisata, tempat tujuan yang mereka persepsikan memberikan rasa puas atas kesesuaian harapan dan kenyataan yang ditemui dan dinikmati nantinya di daerah tersebut.

Salah satu produk pelayanan dimaksudkan adalah paket Spa Trial Yoga di Bagus Jati Health & Well Being Retreat yang banyak diminati wisatawan Jepang. Bagus Jati Spa terletak di Kabupaten Gianyar, tepatnya di daerah Tegalalang, dengan kondisi lingkungan pedesaan, cuaca yang sejuk menunjang untuk diproduksinya paket ini yang menyertakan gerakan Yoga Suryanamaskara dan latihan meditasi, serta pelayanan Spa dengan keragaman

produknya. Pada prinsipnya mandi di daerah tropis hal yang sangat menyenangkan. Mandi memberikan rasa segar, sekaligus membersihkan kulit dari kotoran debu serta berfungsi sebagai estetika. Mandi atau berendam pada air panas juga memberikan rasa kenyamanan yang berbeda pada tubuh, serta melemaskan kembali otot-otot yang tegang sebagai akibat kelelahan.

Sebagaimana hasil penelitian penulis terdahulu ( Faktor-faktor Yang mempengaruhi Sikap Wisatawan Memilih Paket Trial Yoga Pada bagus Jati Health& Wellbeing Retreat, Sadhana Sastra, 2011 :77-91) menemukan tiga faktor yang menyebabkan wisatawan mengambil keputusan membeli produk. Faktor-faktor tersebut yang antara lain ; faktor pendorong (push factor), yang terdiri atas; (1) pendorong internal dan (2) pendorong eksternal.(3) faktor penarik ( pull factor), dan (4) Inovasi.

Faktor pendorong internal meliputi motivasi/ kebutuhan, persepsi (Keyakinan), sikap (pengalaman), gaya Hidup (meningkatnya pendapatan wisatawan), Kepribadian ( Kebiasaan, sikap fanatik dan sikap dogmatis).

Faktor pendorong eksternal meliputi pengaruh lingkungan, ( ajakan teman, orang tua), nilai budaya ( Adanya persamaan nilai budaya), lintas budaya ( rasa ingin tahu terhadap sosio- budaya), kelas sosial ( pendidikan dan tekanan sosial), face to face group, ( plot kesempatan bersama melakukan perjalanan).

*Trial Yoga* adalah paket Spa yang dimiliki oleh Bagus Jati Spa, paket spa yang memadukan berbagai aktivitas out door dan indoor dikemas dengan menyertakan gerakan-gerakan Yoga, dengan memvisualisasikan “Teja surya”, kegiatan .membuat canang, melihat proses pembuatan jamu, belajar *Balinese Massage*, dan dilanjutkan sorenya dengan meditasi, kegiatan jenis ini terkemas terjadwal selama seminggu. *Nature Walk* melibatkan kegiatan bersepeda berkeliling desa melihat alam, lingkungan sekitar kehidupan penduduk yang tidak jauh dari wilayah hotel.Kegiatan ini merupakan kegiatan menarik di mata wisatawan.

Berbagai “kegiatan” disertakan meliputi; *Daily Activity*, *nature walk* yang juga disebutkan sebagai kegiatan *outdoor*.Kegiatan *indoor* menyangkut persiapan fisik, latihan kelenturan otot antisipasi meditasi. *Daily activity* kegiatannya seperti *trekking*, kemudian melibatkan aktivitas kontak sosial, seperti membuat canang, membuat jamu dll. Faktor penarik meliputi bauran pasar ( Produk, harga, dan distribusi, promosi), keadaan ekonomi (Nilai tukar uang), teknolog informasi dan pengemasan dan pengolahan produk. Taksu Paket Spa inilah menjadikan peneliti menjadi termotivasi untuk melakukan kajian yang dituangkan ke dalam rumusan masalah, dengan hasil yang nantinya sekaligus menjawab tujuan penelitian ini.

Dari tingkat kunjungan ke Spa Bagus Jati yang semakin meningkat pada setiap bulannya searah dengan bertambahnya permintaan atas paket *Trial yoga* dari wisatawan

Jepang , maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan yang berkaitan dengan nilai – nilai budaya lokal yang dipersepsikan memiliki kedekatan dengan nilai budaya Jepang

Beberapa teori yang melandasi penelitian yang nantinya mendukung pembahasan hasil penelitian antara lain :

### ***Proses Persepsi***

Terdapat tiga proses penting dalam persepsi yaitu, menseleksi ( memilih) stimuli, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimuli tersebut agar memiliki arti atau makna. Proses persepsi bukan saja hanya proses psikologis semata, tetapi diawali dengan proses fisiologi yang dikenal sebagai sensasi. ( Schiffman dan Kanuk 2004, dalam Tatik Suryani 2008 : 97).

Jika dikaitkan dengan produk spa, yang kebanyakan berhubungan dengan membersihkan tubuh, massage atau pijatan, serta aromatherapy, musik, dengan diakhiri dengan kegiatan mandi, dimana semua proses pelayanan ini berhubungan dengan kenyamanan rasa relaks, yang berkaitan erat dengan panca indera (Agastia, 1996: 25). Misalnya musik adalah sesuatu yang bisa didengar, aroma yang bisa di cium, pemandangan yang bisa dilihat, jamu yang bisa dirasakan ,kulit yang bias diraba dsb, dengan demikian proses pelayanan Spa erat berkaitan dengan panca indera. Dengan berkaitan langsung dengan panca indera stimuli akan mengenai organ yang disebut sebagai *sensory receptor*. Adanya stimulus yang mengenai *sensory receptor* mengakibatkan individu merespon ( Darmawijaya,2012: 40).

### ***Persepsi Sublimal***

Kesadaran wisatawan dapat dibangkitkan dengan stimuli yang cukup halus dibawah tingkat kesadaran wisatawan atau konsumen.Hal ini mampu mempengaruhi perasaan dan perilaku mereka untuk membeli produk. Paket Trial yoga menyajikan kegiatan *daily walking*, *natural activity*, membuat jamu, memasak dll. Kegiatan yang dikemas dalam paket ini adalah sangat identik dengan kebiasaan masyarakat jepang di negaranya. Misalnya dengan berjalan seperti dalam ke giatan *Trekking*, kembali ke alam memang sangat di dambakan masyarakat jepang, Kesadaran mereka akan melemahnya fungsi panca indera manusia di akibatkan kemajauan teknologi. Kaki jarang bergerak karena manusia telah dimudahkan oleh mobil. Pendengaran mulai terganggu karena polusi suara serta penyakit berjangkit dikarenakan pencemaran lingkungan .

Kegiatan ritual seperti membuat canang pada paket Spa merupakan juga kegiatan yang hampir miliki persamaan dengan ritual pertandingan Sumo yang di gelar setiap musim

panen di negeri Jepang. Dalam pertandingan Sumo tersebut, ritual sebelum dimulai, para pegulatnya menaburkan garam ke empat arah, dengan menghentakan kakinya berulang-ulang, dengan tujuan menghidupkan roh tanah agar hasil pertanian menjadi subur. Kegiatan menaburkan garam yang dilakukan pegulat Sumo sebelum pertandingan adalah menyucikan panggung ke keempat arah (Timur, Barat, selatan dan utara) (Naka Gawa, 2000:83). Dikemasnya pembuatan canang pada paket Trial Yoga, seperti memberikan penekanan akan adanya persamaan dalam orientasi arah antara dua kebudayaan. Jadi paket Trial Yoga cukup kuat dalam memberikan persepsi sublimal. Begitu besarnya daya tarik paket Spa ini hingga diputuskan untuk dinikmati adalah melalui beberapa tahapan atau proses dari pihak wisatawan.

#### **A. Seleksi**

Proses seleksi diawali dengan adanya stimuli yang mengenai panca indera yang disebut sebagai sensasi. Stimuli beragam bentuknya dan akan membombardir indera konsumen. Dilihat dari asalnya, stimuli ada bersumber dari diri individu, dan juga di luar individu. Proses seleksi dipengaruhi oleh 4 prinsip:

##### *1. Selective exposure*

Wisatawan akan memilih informasi yang ada dalam ingatannya.

##### *2. Selective attention*

Perhatian secara sengaja akan dilakukan wisatawan jika dia dilibatkan dalam kegiatan tersebut. Kondisi seperti keterlibatannya akan membuat wisatawan memperhatikan produk tersebut, produk tersebut menarik dan merasa dianggap penting.

##### *3. Perceptual defence*

Tahap ini wisatawan akan menimbang, stimuli yang akan menguntungkan atau merugikan. Dan jika menguntungkannya dia akan memilih produk tersebut.

##### *4. Perceptual Blocking*

Pada saat wisatawan dijejali dengan sejumlah stimuli, maka dia akan menutup dirinya dari berbagai sumber stimuli yang menjejali.

#### **B. Pengorganisasian**

Setelah wisatawan melakukan seleksi yang tepat dari stimuli yang dia anggap memberikan keuntungan, wisatawan akan mengelompokkan, menghubungkan-hubungkan stimuli yang dilihatnya agar dapat diinterpretasikan sehingga memiliki makna.

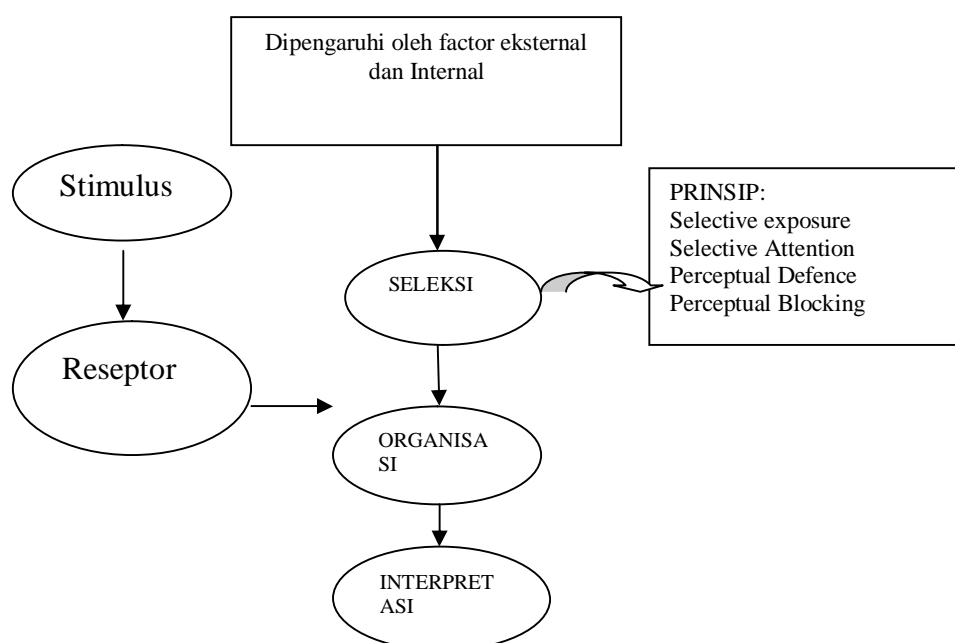
#### **C. Interpretasi**

Tahap dimana wisatawan telah mengorganisasikan stimuli dan mengkaitkannya dengan informasi yang dimiliki, agar stimuli tersebut bermakna. Hal yang sangat berpengaruh dalam menginterpretasikan adalah kondisi psikologis wisatawan, seperti kebutuhan, harapan dan kepentingannya.

Jika dipadupadankan ketiga proses seleksi, mulai seleksi, pengorganisasian dan sampai pada interpretasi atas produk Trial Yoga dimana dalam latihan yoga tersebut dilatih teknik memvisualisasikan Teja Surya. Mendengar kata Matahari saja, wisatawan Jepang merasakan pilihan mereka adalah tepat secara persepsi budaya, dan tradisi dimana kata matahari memiliki makna tersendiri dalam konteks kepercayaan mereka.

Berikut di bawah ini adalah bagan proses persepsi:

Bagan Proses Persepsi



Sumber : Tatik Suryani, 2008 :

Menurut Jeffry, et all 1996 ( Dalam Tatik Suryani, 2008: 27) proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan atau harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasrat tersebut.

Dalam konteks penelitian ini dimana wisatawan Jepang sangat menyukai paket Spa Trial Yoga bahkan mereka menganggap sebagai kebutuhan, karena dicermati dalam proses seleksi dalam kegiatan paket Spa ini, mereka, wisatawan dilibatkan dalam kegiatan yang

bernuansa alam, dan menyentuh panca indera mereka ( aromatherapy, boreh, musik, minum jamu, dan pemijatan), yang mana aspek fisiologis ini akan memasuki psikologis yang berpengaruh pada persepsi subliminal, sebagai disebutkan di depan. Kegiatan ritual yang disertakan dalam Paket Spa juga memiliki adanya persamaan dengan budaya mereka, sebagai mitos yang dianut mereka, dalam pergelaran gulat *Sumo*.

Mandi disamping berdampak kenyamanan pada tubuh, juga memiliki makna penyucian bagi masyarakat Jepang "*ufuro*" sebagaimana mandi dalam tradisi Jepang, dan buang sial yang juga di tandai dengan kegiatan serupa.

Liburan musim semi yang dicanangkan pemerintah Jepang bagi warganya, juga merupakan faktor dominan, disamping faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya dapat di acu sebagai hasrat yang mendorong wisatawan Jepang membeli produk Spa.

Liburan musim semi biasanya di manfaatkan masyarakat Jepang secara berkelompok atau bergroup dalam berwisata .Dalam kelompok ini terjadinya interaksi sosial, dimana Dewey (dalam Pidarta,1997:121) berpendapat bahwa segala sesuatu harus dipandang secara kegunaan paraktisnya bagi kehidupan sosial. Kebenaran adalah dibuat oleh manusia. Manusia bagi kaum pragmatis adalah masyarakat.Hanya kalau benar dan bermanfaat bagi masyarakat, hal itu pantas dilaksanakan. Untuk itu manusia harus bereksperimen melalui pikirannya atas dasar data yang diperoleh. Karena eksperimen merupakan alat untuk memecahkan masalah, maka ia juga disebut instrumental.Jadi eksperimentalisme sama dengan instrumentalisme.

Jika pendapat Dewey dikaitkan dengan penelitian ini dimana kedatangan berkelompok wisatawan Jepang untuk liburan musim semi menuju daerah tujuan wisata, khususnya Bali pada Spa Bagus Jati, dan memilih produk pelayanan paket spa di anggap suatu yang praktis dan bermanfaat bagi kesehatannya. Dan jika benar dan bermanfaat, hal itu pantas dilaksanakan. Sebagai contoh, wisatawan Jepang dengan kunjungannya ke spa dapat diartikan dia mempunyai motif, dapat saja termotivasi karena kelelahan akibat *Jetlag* sepanjang perjalanan panjang di udara. Perubahan cuaca dllnya dapat saja juga merupakan tuntutan besar relaksasi di butuhkan.Dengan demikian menikmati paket Spa Trial Yoga juga merupakan eksperimen yang juga merupakan alat untuk menuju sehat.

Pengalaman meditasi yang disertakan dalam paket spa ini merupakan pengalaman dimana kesadaran manusia untuk menjadari sebagai makhluk dengan dua kutub ( bipolar being) manusia harus keluar melihat alam dan ke dalam membangun spiritualitas (Mandra Suta, 2002:60). Sebagaimana pemahaman mutlak dalam prinsip memiliki watak yang baik: (1) kemauan yang kuat, (2) perasaan yang halus,(3) kesanggupan menimbang-nimbang dengan intelek, dan (4) kesan-kesan yang mendalam (Kerschensteiner dalam Pidarta, 1997:

120). Jika saja kita kaitkan dengan perilaku wisatawan Jepang ajaran dan prinsip tidak adanya kehidupan keduanya membuat mereka taat dalam pembentukan watak yang berprinsip.

### *Sikap*

Sikap diartikan sebagai ekspresi perasaan yang berasal dari dalam individu yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka terhadap suatu objek. Jika dikaitkan dengan produk Spa Paket Trial Yoga, sikap wisatawan Jepang terhadap produk serta pelayanan Spa dapat di seajarkan dengan sikap senang (positif) jika dikaitkan dengan kunjungan yang semakin meningkat, hal dapat dijelaskan dalam komponen pembentukan sikap. Sikap positif yang bertendensi pada kepuasan wisatawan Jepang erat kaitannya dengan pemahaman akan fungsi badan adalah sebagai wahana yang harus kita pakai untuk mencapai keadaan bahagia sehingga ia harus dijaga agar sehat dan kuat untuk mencapai tujuan yang tinggi tersebut (spiritualitas), (Ananda Ra, 2008 : 84). Ada 3 (tiga) Komponen pembentuk Sikap:

#### 1. Komponen Kognitif

Komponen Kognitif berkenaan dengan hal-hal yang diketahui individu atau pengalaman individu yang baik. Yang bersifat langsung atau tidak langsung dengan objek sikap. Sebagaimana halnya dengan pengalaman menggunakan produk Spa ini, wisatawan Jepang akan menunjukkan sikap tertentu, yaitu positif atau negative. Sikap positif wisatawan terhadap produk Spa memiliki hubungan yang saling mempengaruhi dengan indikasi menggunakan produk tersebut secara berulang, dan bahkan merekomendasikannya kepada sahabat, (hasil penelitian terdahulu) yang tercatat sebagai faktor pendorong eksternal.

#### 2. Komponen Afektif

Komponen Afektif berkenaan dengan perasaan dan emosi konsumen atau wisatawan mengenai objek sikap. Komponen afektif ini beragam ekspresinya mulai dari rasa sangat tidak suka atau sangat tidak senang, senang, atau sangat senang. Perasaan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kognisinya. Wisatawan sangat senang dengan Paket Trial Yoga, karena memiliki pengetahuan, informasi yang baik yang berhubungan dengan produk Spa. Masyarakat Jepang penganut budaya sebagai pendengar yang baik, dan sangat tergantung dengan database, yang sangat loyal dan mau membayar sejumlah tertentu segala sesuatu yang memberikan dia kenyamanan.

#### 3. Komponen Konatif

Komponen konatif berhubungan dengan kecenderungan wisatawan (individu) untuk melakukan suatu tindakan berkenaan dengan objek sikap (Spa). Komponen ini bukan perilaku biasa namun keinginan untuk melakukan tindakan berkenaan dengan objek sikap.

Ini dapat di buktikan dari intensitas wisatawan Jepang membeli produk Spa (Tatik Suryani, 2008 : 163).

***Pernyataan Kebutuhan Manusia.***

Manusia memiliki sifat konservatif ( senang dengan yang sudah ada) dan dorongan *curiosity* ( dorongan ingin tahu) (Sukrawati,2011 : 83). Sebagaimana halnya wisatawan Jepang sebagaimana kita ketahui memiliki pandangan sekuler tentang agama, yang membentuknya menjadi dogmatis yang ditandai dengan keraguan, yang mana sifat ragu merupakan pernyataan dan kebutuhan manusia normal sebelum dia mengalami arti sesungguhnya dari makna keraguan tersebut. Pencapaian atas mencari kebenaran ini mendorongnya untuk mencari dan mempelajarinya serta mengalami sendiri. Sebagaimana ajaran Shinto warisan leluhur mereka yang terbiasa dengan tradisi menyembah alam sebagai penghormatan dan ekspresi rasa syukur atas berkah alam terhadap kelangsungan hidup, percaya atas roh-roh yang mendiami tempat-tempat tertentu, sebagaimana tertuang nantinya pada mitos yang mereka panuti. Kepercayaan atas tidak adanya kehidupan keduanya, sangat mempengaruhi sikapnya yang jelas kita lihat dalam perilaku buang sial mereka, dengan memilih tempat-tempat yang berhubungan dengan permandian, air, yang erat berhubungan dengan kebiasaan mandi sebagai salah satu ritual buang sial tradisi mereka. Kebiasaan akan suatu tradisi keagamaan juga sangat mempengaruhi sikap seseorang untuk sulit beralih dari apa yang mereka lihat berbeda dari biasanya serta dari yang mereka pahami ( Sukrawati, 2011 :84).

Secara fungsional mandi, disamping membuat tubuh bersih, juga membuat kulit menjadi fresh dan segar, terlebih lagi disertakan pijatan dengan minyak aromatherapy merupakan proses kegiatan yang mampu menyeimbangkan serta melemaskan saraf, sehingga kita merasa menjadi relaks dan segar ( Wendri, 2005:129.)

Berkaitan dengan penelitian ini dimana paket *trial yoga*, juga menyertakan Spa setelah aktivitas yoga, dengan demikian paket spa ini merupakan titik temu yang sangat harmonis,olah tubuh dan melatih kelenturan otot-otot, aktivitas sosial dengan melibatkan wisatawan dengan penduduk setempat saat trekking dan, dan saat membuat canang yang secara kejiwaan wisatawan merasa menyatu dengan alam, serta lingkungan sekitarnya, termasuk masyarakat disekitar hotel dimana mereka menginap.

Siklus aktifitas yang di sebutkan di atas merupakan perpaduan fisik, pikiran, dan jiwa yang dirasakan sebagai perpaduan yang luluh tanpa sekat, sebagaimana halnya wisatawan memahami budaya lokal masyarakat setempat secara langsung.



### ***Pendidikan***

Dasar pengetahuan dan tingkat pendidikan juga membawa pengaruh terhadap ajaran agama. Remaja lebih kritis terhadap ajaran agamanya, terutama ajaran yang banyak mengandung ajaran bersifat dogmatis. Apalagi mereka memiliki kemampuan untuk menafsirkan ajaran agama yang dianutnya secara lebih rasional. Dikaitkan dengan penelitian ini, dimana memahami kondisi tubuh merupakan cara utama untuk menjaga kesehatan tubuh. Penyakit menurut Ayurveda adalah disebabkan oleh ketidak seimbangan pada ketiga *dosha* (Vaidya Bhagwan Dash & Suhasini Ramaswamy, 2006 : 23). *Dosha* merupakan elemen tubuh yang terdiri atas *kapha* *vayu* dan *pitta*, ketidak seimbangan cairan ke tiga elemen tubuh inilah yang dapat memicu penyakit.

Kesadaran akan hakikat kehidupan merupakan suatu proses dan pemikiran manusia untuk mencapai kesempurnaan, dalam pencapaian kesempurnaan sering tergoncangkan oleh proses dan kemajuan diberbagai sektor akibat globalisasi, baik goncangan fisik maupun psikis, yang memancing stressor, maka latihan fisik yang dapat kita amati berkembangnya pelatihan olah tubuh, Yoga di Bali, khususnya hotel bagus jati Spa, untuk mengantisipasi stress, karena manusia kebanyakan berorientasi ke dunia material, sehingga kebutuhan tubuh mereka sangat diabaikan, sehingga terjadilah ketidak seimbangan tersebut (Suja,2006 :41). Dengan kesadaran fenomena masyarakat global atas kebutuhan keseimbangan baik fisik, pikiran dan jiwa, atau roh, inilah inovasi dan gagasan dari pihak manajemen hotel melakukan terobosan yang diaktualisasikan ke dalam produk Spa yang cukup berterima dan diminati wisatawan jepang, karena produk Spa yang wisatawan nikmati di Bagus Jati bertautan secara serasi dengan tradisi budaya Jepang, paham Shinto.

### ***METODE PENELITIAN***

Responden penelitian ini adalah semua wisatawan yang datang Spa pada saat periode penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik sampling aksidental, yang berarti bahwa penarikan sample adalah tamu yang kebetulan dijumpai di Spa yang mengikuti Paket Trial Yoga. Hasil wawancara secara mendalam terhadap wisatawan maupun kepada instruktur yoga dan Spa therapist merupakan data prime di kumpulkan dan di analisis secara deskriptif kualitatif, yaitu mendiskripsikan temuan di lapangan secara apa adanya. Data primer yang diperoleh melalui pertanyaan penuntun wawancara kemudian dianalisis dengan konsep hubungan, dengan melihat perbedaan dan pengaruhnya.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan (1) literature atau bahan bacaan yang berkaitan dengan masalah penelitian. (2)Survey lapangan yang dilakukan dengan terlibat langsung terhadap objek yang diteliti sekaligus mengambil

sampelnya yang berjumlah 50 responden, dengan karakteristik berdasarkan jenis kelamin terdiri, pria berjumlah 15 dan wanita berjumlah 35 responden. Responden berdasarkan umur dan pekerjaan, 20 responden berprofesi sebagai guru, 20 responden lagi sektor swasta dan, sisanya adalah 10 responden berprofesi mahasiswa (3) Wawancara, pemerolehan data dengan tanya jawab langsung dengan pengunjung Spa, serta pihak terkait dengan spa, seperti instruktur yoga, dan Spa therapist. Data Sekunder, yang merupakan data primer dari penelitian terdahulu untuk selanjut diproses untuk mempertajam analisis.

## ***HASIL DAN PEMBAHASAN***

### ***Hakikat Pariwisata***

Hakikat pariwisata terdiri atas beberapa komponen yang antara lain: 1) Tourist, (menyangkut pengalaman manusia, sesuatu yang diminati, dan diantisipasi). 2) geografi (pasar) yang mendorong umat untuk berwisata. 3) Industri pariwisata, bisnis yang mengatur produk pariwisata (Ardika, 2007).

Jika dikaji lebih luas pendapat Ardika tentang hakikat pariwisata di atas tentunya dorongan (antisipasi) umat untuk berwisata dapat tidak saja disebabkan oleh keberadaan ‘sesuatu yang menarik’, dan diminati, yang dapat mereka beli atau nikmati dari pasar (daerah tujuan wisata), namun dorongan lain yang juga muncul dari diri wisatawan sendiri. Misalnya keinginan untuk *escape* akibat tekanan kerja, ingin sesuatu yang baru terlepas dari kepenatan lingkungan yang menekan yang berdampak pada fisik maupun psikologi wisatawan sendiri. Tersedianya dana dan waktu yang cukup merupakan dorongan bersumber dari luar diri wisatawan juga faktor penentu dari motivasi melakukan perjalanan bagi wisatawan. Sesungguhnya dorongan-dorongan yang di sebutkan di atas itu merupakan dorongan bersumber dari ketiga aspek dimensi manusia; aspek fisiologi, psikologis, dan aspek sosial.

Sebagaimana diungkapkan oleh Suja (2006) kelebihan penghasilan akibat peningkatan pendapatan masyarakat ( dalam hal ini wisatawan) disamping digunakan untuk memenuhi *hobby* yang dapat memuaskan keinginan pribadi maka orang mungkin juga menggunakan karena terdorong oleh tekanan sosial ( social pressure) berupa status. Tekanan sosial dapat diwujudkan fashion pakaian, pola rekreasi setempat yang disenangi orang banyak atau perjalanan ke daerah-daerah lain, perabotan mewah, mobil mahal dan lain-lain.

Selain itu juga dapat disebabkan oleh globalisasi di bidang ekonomi, sehingga banyak orang-orang bisnis saling mengunjungi negara-negara yang ada hubungannya dengan perusahaan mereka. Aspek yang pertama dari dimensi manusia adalah erat kaitannya dengan kejiwaan, aspek kedua berhubungan dengan jasmaniah, dan yang ketiga adalah berhubungan

dengan aspek interaksi mengingat manusia adalah makhluk sosial, yang membutuhkan interaksi dan bertemu dengan orang-orang di luar lingkungannya sebagai ajang pembelajaran dan pematangan jiwa (Tubbs,1996:3)

Maslow dalam teorinya mengungkapkan bahwa kebutuhan manusia memiliki jenjang pada tingkat kebutuhannya, terpenuhinya kebutuhan pada jenjang tertentu, maka akan muncul lagi pada jenjang kebutuhan berikutnya, dan seterusnya karena pada prinsipnya manusia tidak akan pernah merasa puas (Hasibuan,1986 :181). Kondisi dasar pemenuhan jenjang kebutuhan manusia, ditindak lanjuti oleh para pelaku industri pariwisata dalam rangka pemenuhan kepuasan pada pihak wisatawan yang berujung timball balik yang positif dan saling menguntungkan.

### ***Keputusan Membeli dan Latar Belakang Budaya***

#### ***Keputusan Membeli***

Keputusan konsumen untuk memilih atau membeli suatu pelayanan jasa memiliki keterkaitan dengan pengalaman kognitifnya, pengalaman inilah membentuk sikapnya memilih suatu produk tertentu. Adapun faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

- a. Pengalaman langsung
- b. Pengaruh keluarga
- c. Teman sebaya
- d. Pemasaran langsung
- e, Nilai budaya. (Tatik Suryani,2008:292).

Disamping nilai-nilai budaya ada dua nilai penting dalam kehidupan manusia, yaitu nilai terminal dan nilai instrumental. Nilai terminal merupakan keadaan akhir yang diinginkan oleh individu, sehat sejahtera, bahagia lahir dan bathin ( kehidupan yang nyaman, kegairahan hidup, prestasi, keindahan, persamaan, keamanan dalam keluarga, kebebasan, kebahagiaan, keharmonisan yang dalam, kesenangan, rasa hormat diri sendiri, pengendalian sosial, dan kebijaksanaan).

Sementara untuk mencapai nilai terminal dibutuhkan nilai instrumental dalam pencapaian nilai terminal tersebut. Nilai instrumental merupakan perilaku yang di perlukan dalam mencapai nilai terminal meliputi (ambisi, pendirian, kemampuan, kegembiraan, kebersihan, imajinasi, kebebasan, intelektual, logis, tanggung jawab, dan pengendalian diri ( Tatik Suryani,2008 :293).

### ***Latar Belakang Budaya***

Dari sejarah Jepang, tradisi melakukan perjalanan, tercatat dilakukan secara intens oleh mereka yang melakukan *omiya mairi* atau ziarah mengunjungi kuil-kuil Budha terkemuka di Jepang. Tradisi yang dilakukan secara turun-temurun ini dilakukan sekali setiap tahunnya dan masih dilakukan hingga kini. Dalam *Ganji Monogatari* yang merupakan salah satu novel tertua di dunia, kisah-kisah mengenai perjalanan ziarah ini telah mewarnai kisah yang ditulis di dalamnya. Tradisi yang sangat khas Jepang ini, menumbuhkan tempat penginapan dan warung-warung makanan, yang kesemuanya merupakan cikal bakal dari industri pariwisata di Jepang (Hani Iskandarwati, 2004:10).

Memasuki jaman Jepang modern, orang Jepang yang sangat menyukai alam, keindahan alam, terus berusaha menikmatinya. Perjalanan yang semula berasal dari ziarah ke kuil-kuil, bergeser menjadi perjalanan untuk menikmati alam. Mereka menikmati alam, tempat penginapan, makanan yang lezat transportasi yang efisien, servis yang tepat waktu dan pelayanan bak raja dengan sambutan yang sopan, ramah tamah dan gesit.

Untuk menikmati layanan tersebut, mereka tak segan membayar mahal, perjalanan yang sering dilakukan sepanjang tahun, terutama musim gugur di Jepang ini, dilakukan hampir oleh semua kalangan di Jepang baik oleh pribadi, keluarga, sekolah, maupun kantor-kantor. Di awal setiap tahun baru mereka merencanakan untuk pergi berwisata ke suatu daerah di dalam Jepang. Sehingga pariwisata ke gunung, ke laut, atau bermain ski merupakan hadiah atas kerja keras yang mereka lakukan selama setahun.

Wisman asal Jepang baru terlihat menanjak dalam segi kuantitas setelah Jepang memposisikan dirinya sebagai salah satu kekuatan ekonomi dunia. Memasuki era 1980-an wisman asal Jepang menanjak pesat, terutama karena meningkatnya pendapatan ekonomi penduduknya pertahun, juga karena adanya perubahan *life-style* dengan merebaknya trend *kaiga ryokoo* atau wisata ke luar negeri. Pada era tahun 1990-an timbul trend dikalangan pasangan muda Jepang untuk melakukan *shikon ryokoo* atau *honeymoon*, liburan bagi pengantin baru dengan mengambil tujuan wisata ke luar negeri. Impian akan pulau eksotis di belahan selatan bumi yang penuh sinar matahari, pantai, tarian-tarian dan musik tradisional menyebabkan *rush* wisman Jepang ke pulau-pulau di pasifik, Hawaii, Pulau Taiti, Fiji, maupun Bali di Indonesia.

Selain para wisman dalam usia muda, wisman Jepang dalam usia tua pun termasuk mereka yang rajin mengunjungi Indonesia dengan beragam alasan. Wisman asal Jepang termasuk wisman yang sangat potensial bagi sektor pariwisata Indonesia dikarenakan:

1. Loyal dan sangat fanatik

Bila mereka merasa nyaman dan puas dengan jasa pariwisata yang diterimanya, mereka akan kembali datang dan merekomendasikan kepada keluarga, relasi maupun rekannya.

2. Sopan, menjaga tata karma.

Jarang sekali timbul kasus kriminal atau keonaran yang dilakukan wisman Jepang di Indonesia. Mereka bahkan berusaha tahu mengenai kebudayaan yang ada di Indonesia dengan mempelajari mengenai Indonesia, atau minimal membaca *guide book* sebelum datang ke Indonesia.

3. Konsumen yang baik

Jika mereka menyukai jasa pariwisata yang mereka terima mereka tidak akan merasa segan membeli atau membayar produk yang ada terutama di dalam group, Jarang ada keluhan akan wisman Jepang yang tidak membayar atau membayar tidak sesuai perjalanan ( Hani Iskandarwati, 2004:10).

Dikaitkan dengan jumlah kunjungan wisman Jepang ke Bagus Jati SPA dengan jumlah yang meningkat setiap bulannya dapat juga karena alasan-alasan yang telah dipaparkan di atas. Menarik untuk dipaparkan sikap wisman Jepang terhadap interaksi bisnis perlu dipahami. Jepang termasuk kelompok budaya yang jarang berinisiatif dalam mengambil tindakan atau diskusi, lebih suka terlebih dahulu mendengarkan dan memahami pendapat orang lain. Budaya reaktif bersifat introvert, mencurigai kata-kata yang berlebihan ( Deddy Mulyana , 2005:43).

Orang yang menganut budaya mendengarkan yang bersifat reaktif memadukan penghargaan kepada data base dan informasi tercetak dengan suatu kecenderungan alami untuk mendengarkan dengan baik dan memandang suatu dialog yang simpati.

Penganut budaya mendengarkan percaya mereka punya sikap yang benar terhadap pengumpulan informasi, Mereka tidak mendorong, tidak terburu-buru, mereka memberikan gagasan untuk menjadi matang, mereka akhirnya mengakomodasikan keputusan mereka sebagai kekuatan (Deddy Mulyana , 2005:48).

Wisatawan Jepang adalah Penganut agama Shinto, meskipun nampaknya mereka sekuler. Pengaruh agama Shinto, keyakinan agama yang sangat mementingkan ritus-ritus dan memberikan nilai tinggi terhadap ritus-ritus yang mistis. Menurut agama *Shinto* watak manusia pada dasarnya adalah baik dan bersih. Jelek dan kotor adalah pertumbuhan kedua dan merupakan keadaan yang negative yang harus dapat dihilangkan melalui upacara-upacara pensucian (*harae*). Karena itu sering dikatakan bahwa agama *Shinto* adalah agama yang dimulai dengan pensucian dan berakhir dengan pensucian.

Seorang Sarjana agama Shinto, Motohiko Anzu, agama Shinto adalah termasuk agama “ lahir sekali” bukan termasuk “agama lahir dua kali”. Maksudnya ialah agama Shinto tidak memandang hidup sesudah mati lebih penting dari pada hidup di dunia ini. Menurut agama itu dunia ini adalah satu-satunya untuk manusia sehingga masalah kehidupan dihari kemudian (*eskatologi*) tidak begitu dikenal dalam sistem pemikiran agama Shinto.

Dengan demikian paket SPA *Trial Yoga* juga dapat mereka persepsikan sebagai ritus/ritual yang mistis buang sial, dengan dimulai kegiatan mandi di air bersuhu netral, bersuhu panas dan berakhir dengan suhu dingin di asosiasikan juga sebagai rangkaian ritual mistis sebagai makna “pembersihan” dalam dua demensi sudut pandang mereka. Berfungsi rileksasi serta pembersihan jiwa. Dari beberapa sumber dinyatakan pembersihan diri sebagai ritus buang sial dilakukan wisman Jepang justru pada saat mereka di luar negeri.

Masyarakat Jepang adalah masyarakat yang menghormati Dewi Matahari yang mereka anggap sebagai ibu mereka, dan mereka yakin bahwa mereka adalah keturunan Dewi matahari, sebagaimana kita lihat pada Lambang Bendera Jepang. Mitos tentang asal-usul manusia, yang asalnya dari matahari juga mempengaruhi sikap mereka untuk pemilihan dan membeli produk pelayanan *Trial Yoga*. Konsumen, (wisman Jepang) menemukan, adanya kesamaan ajaran agama mereka dan dalam praktek yoga yang disertakan pada paket SPA di Bagus Jati SPA. Kelima konsep yang harus dipenuhi dalam ajaran agama yang mereka yakini ada kesamaan dengan latihan Yoga. Konsep yang mereka rasakan tepat dan menyatu dengan keyakinan ( 5 prinsip), kelima prinsip yang bersumber dari pengaruh Cina yang antara lain: (a) kebajikan, (b) keadilan, (c) keramah-tamahan,(d) pengetahuan, dan (e) kejujuran).

Suatu ajaran bahwa “ jalan langit” adalah sumber dari segala macam wujud baik yang terdapat dalam dunia yang terlihat maupun pada dunia yang gaib. ”Jalan” itu hanyalah satu dan sama sejak awal mula sejarah manusia dan terdapat pada seluruh suku bangsa di atas bumi. Orang hendaknya hidup selaras dengan ‘jalan’ ini, dan mengembangkan cinta kasih kepada sesama atas dasar kelima prinsip di atas ( Mukti Ali, 1981: 117).

Dikaitkan dengan Buku tentang *Yoga* dengan teknik vitalisasi dengan matahari yang ditulis Sarasvati ( 2002 ) dengan judul *Suryanamaskara*, yang menjelaskan tentang psikodinamis bahwa menurut fisiologi yoga, tubuh terdiri dari komponen-komponen fisik, *prana*, mental, intuisi dan juga spiritual. Aspek yang lebih halus, akan lebih kuat. Contohnya jika kita dapat memenuhi keadaan pikiran, dimana kita membayangkan gambaran positif yang memperkuat, maka kita dapat merubah keadaan yang negative, seperti depresi, kecemasan, dan keragu-raguan. Ini dikarenakan karena tubuh dan pikiran tak terpisahkan. Hubungan mereka sangat erat dan dalam analisis akhir tentang hubungan itu adanya saling bergantung satu

sama lainnya terhadap keberadaannya. Pada saat yang sama bahwa kekuatan pikiran tak terbayangkan.

Teknik *yoga* mengarahkan perkembangan kelenturan tubuh dan pikiran. Melalui meditasi seperti antar *mouna*. Kita akhirnya mencapai titik dimana kita membuang segala pikiran perasaan yang kita tidak inginkan. Sebagaimana halnya tujuan dari yoga ini adalah keseimbangan fisik mental, emosi, dan spiritual.

Latihan *Yoga* dengan teknik vitalisasi dengan matahari yang disertakan pada paket SPA Trial Yoga, dengan melibatkan dua belas gerakan sesuai dengan arah pergerakan matahari. Teja Surya sebagai tenaga Matahari terkait dengan produk SPA mempunyai fungsi *mnemonic*, yang mampu mengingatkan ( berpengaruh ) seseorang pada mitos, atau hal-hal yang sudah menyejarah, sebagaimana halnya wisatawan Jepang terhadap mitos purba miliknya sebagai berikut:

### ***Mitos Purba***

Inti pokok yang menjadi uraian dalam mitologi purba itu adalah ceritera sekitar Dewi Matahari (*ama-terasu-omi-kami*) yang dianggap nenekmoyang dari keluarga kaisar Jepang, dan ceritera bagaimana anak keturunan dewi tersebut memerintah dan mempersatukan negeri Jepang.

Pada awal mulanya, demikian menurut mitologi itu dunia masih dalam keadaan *chaos*, berujud telur, yang tidak dapat dibayangkan bentuknya, dan penuh dengan benih-benih. Lama kelamaan, dari unsur yang ringan menjadilah langit, dan dari unsur yang berat terbentuk bumi. Para Dewa terjadi di antara keduanya. Pertama-tama tiga dewa yang merupakan satu kesatuan (trinitas), dan kemudian muncul pasangan-pasangan dewa yang banyak. Menurut kitab *Nihongi* salah satu di antara ketiga dewa pertama-tama tersebut muncul dalam bentuk sebuah buluh yang menghubungkan langit dan bumi. Pada tingkat yang berikutnya muncul *dewa Izanagi* dan *dewi Izanami*. Atas perintah para penguasa langit, keduanya berdiri di atas sebuah jembatan terapung di langit dan menusuk laut dengan sebuah tombak. Ketika tombak itu diangkat, air laut yang menetes dari ujungnya berubah menjadi sebuah pulau. *Izanagi* dan *Izanami* kemudian turun ke pulau dan selanjutnya menciptakan delapan buah pulau yaitu negeri Jepang sekarang.

Pada waktu *Izanami* melahirkan dewa api, ia menjadi mati. Oleh karena marah *Izanagi* membunuh putranya, dan dari darah putranya ini jadilah Dewa Guntur. Dewa-dewa yang lain diciptakan oleh *Izanami* di dalam kuburnya. Sebab dukacita, *Izanagi* mengunjungi *Izanami* di dunia kematian (*yomi*) dan mendesaknya agar mau kembali ke negeri kehidupan. Dewi tersebut menjawab bahwa ia telah memakan buah yang dimasak di atas api sehingga ia

tidak dapat kembali hidup. *Izanagi* tidak mau percaya dengan penjelasan istrinya, dan melihat serta memegang tubuhnya padahal tubuh tersebut sudah penuh dengan kuman-kuman. *Dewi Izanami* menjadi marah dan mengusir *Izanagi* dari dunia bawah (yomi). Ketika akhirnya dia mencapai dunia atas, *Izanami* menutup pintu masuk menuju dunia bawah dengan menggunakan batu yang luar biasa besarnya. *Izanami* kemudian mengancamnya seraya mengatakan bahwa ia akan membunuh seribu orang setiap harinya, *Izanagi* menjawab bahwa dia akan memiliki seribu lima ratus anak untuk seribu orang yang akan dibunuhnya. Setelah mengucapkan demikian dia lantas menceraikan istrinya.

*Izanagi* kemudian kembali ke dunia ini dan mensucikan dirinya dari kotoran dunia bawah di tepi laut. Dari air yang jatuh dari mata kirinya terjadilah Dewi Matahari, *Amaterasu*, nenek moyang putri keluarga kaisar; dan dari mata kanannya lahirlah Dewa Bulan, sementara dari hidungnya terjadi dewa penipu yaitu *Susanowo*, *Izanagi* memberikan kalung permata kepada Dewi Matahari dan memerintahkan kepadanya memerintah langit. Kekuasaan atas malam diberikannya kepada Dewa Bulan, dan *Susanowo* diperintahkan memerintah laut. Menurut kitab *Kojiki*, *Susanowo* kurang merasa puas dengan tugas yang diberikan kepadanya. Ia kemudian pergi mengunjungi kakaknya dilangit dan diperbolehkan di sana. Di langit *Susanowo* ternyata menjadi penipu di istana *Amaterasu*. Atas keputusan sidang dewa-dewa langit, dia dihukum dan diperintahkan meninggalkan langit. Ia turun ke *Izumo* dan membebaskan Ratu Ladang Padi (*Kushi-inada-hime*) dari ancaman seekor naga berkepala delapan. Ia kemudian mengawini Ratu tersebut dan menjadi nenekmoyang penguasa *Izumo*. *Suzanomo* yang pada waktu berada di langit memiliki sifat-sifat jahat, setelah turun ke bumi berubah menjadi sangat baik. Dialah menumbuhkan pohon-pohon dan menurunkan dewa-dewa yang banyak sekali yang ada hubungannya ada dengan air, sungai, gandum, pohon-pohon dan guntur. Oleh karena itu *Susanowo* dianggap sebagai dewa yang erat hubungannya dengan proses kesuburan.

Kelak kemudian *Amaterasu* meminta Dewa *O-kuni-nushi* (Pemilik Tanah Yang Agung) untuk mengambil alih negeri *Izumo* seraya mengatakan bahwa “negeri yang penuh padang ilalang yang subur dan bulir-bulir padi yang segar” harus diperintah oleh keturunan dewa-dewa langit.

Melibatkan wisatawan dalam berbagai kegiatan kontak dengan alam, sebagai mana tertuang dalam program *Daily activity*, dimana wisatawan melakukan jalan santai keliling area hotel yang alami, hawa pegunungan dengan keasrian alamnya, ladang padi, sayuran, yang sangat dekat dengan budaya masyarakat Jepang. Suasana dengan pepohonan sepanjang perjalanan melihat masyarakat sekitar hotel melaksanakan jadinya sepanjang waktu dan setiap saat, baik berupa kegiatan upacara adat, baik itu dalam bentuk yadnya sesa, ngaturang



nyanang, ataupun segehan menginspirasi wisatawan dengan tradisi mereka. Kebiasaan masyarakat setempat mempengaruhi kejiwaan wisatawan Jepang, kesemuanya dari kegiatan di atas memiliki makna *mnemonic*.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### ***Kesimpulan***

Fungsi *mnemonic* yang terdapat pada paket *Trial Yoga* merupakan daya tarik tersendiri, karena maknanya mengingatkan pada nilai-nilai luhur nenek moyang bangsa Jepang. Nilai-nilai yang harus dipatuhi untuk mencapai tujuan hidup yang selaras.

Disamping nilai-nilai budaya yang mempengaruhi sikap wisatawan untuk membeli, ada faktor lain, terkait dengan layanan, sebagai daya tarik suatu produk. juga tidak dapat diabaikan yang berkontribusi besar pada tingkat kepuasan wisatawan yang merupakan antisipasi atas; (1) Kualitas pelayanan, (2) kualitas produk, (3) harga, (4) Faktor situasional dan, (5) faktor personal. (Tatik Suryani, 2008 :140)

Pentingnya inovasi pada suatu perusahaan sebagaimana ditulis Daless andro dalam bukunya yang berjudul *Perang Merek*, 2003, menyebutkan “bagaimanapun besarnya suatu perusahaan akan jatuh terpuruk jika di mata konsumen sudah tidak menyenangkan lagi”. Para teoritis bisnis mengatakan bahwa sekarang muncul gejala ekonomi “pengalaman” atau hiburan. Penjual tidak lagi menjual barang maupun jasa, namun menjual pengalaman.

Atas dasar inilah inovasi dengan melibatkan tuntunan *Yoga* dalam paket Spa dibuktikan sebagai produk yang diminati wisatawan atas indikasi jumlah kunjungan serta permintaan yang meningkat. Produk yang menyertakan gerakan *yoga*. *Yoga* disamping berfungsi untuk kesehatan juga merupakan pengalaman bathin yang luar biasa. Dengan demikian tepatlah gagasan inovasi berarti penemuan produk baru, pembukaan pasar baru dan sebagainya yang menyangkut penerapan ide-ide baru dalam kehidupan ekonomi.

Disamping nilai-nilai budaya ada dua nilai penting dalam kehidupan manusia, yaitu nilai terminal dan nilai instrumental. Nilai terminal merupakan keadaan akhir yang diinginkan oleh individu.

### ***Saran***

Dari penjabaran hasil pembahasan di atas rupanya wisatawan sangat menyukai alam pedesaan, dan jika dikemudian hari ditambahkan dengan kegiatan, dimana masyarakat sekitarnya di ajak berbaur dengan wisatawan dalam hal kegiatan memasak, dan memetik sayur bersama, sebagaimana halnya kegiatan masyarakat Jepang di negaranya sendiri dengan demikian pembatas dari titik perbedaan budaya antar wisatawan dan masyarakat lokal akan

jelas menemukan titik temu. Dengan adanya persamaan antar persepsi wisatawan atas pelayanan ataupun pengalaman yang terintergrasi di lapangan, sudah tentu akan membawa pengalaman yang memuaskan dipihak wisatawan, dan dapat kita harapkan kunjungan wisatawan berikutnya mengingat kesan awal sangat menarik dan dampak yang lebih banyak dapatlah dipetik masyarakat lokal dimasa depan dapat menciptakan intensitas *community based tourism*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agastia, IBG.(1996). *Daya Budi dan Pembangunan*. Denpasar, Yayasan Dharma Sastra.
- Ardika, I Wayan.(2006). *Bali Bangkit kembali*. Kerjasama Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia & Universitas Udayana.
- Anandas Ra.2006. *Pranawa Om*. Surabaya Paramita.
- Dalessandro, David F.(2003). *Perang Merek : 10 hukum untuk membunuh ” The Killer Brand”*. Jogyakarta : Andi.
- Dash Vaidya Bhagawan Dan Ramaswamy.2006. *Ilmu Pengobatan Tradisional India*. Jakarta : Gramedia.
- DarmaWijaya.(2012). *Introduction to Human Anatomy and Physiology*. Denpasar:Yayasan Dharma Widya Ulangun.
- Hasibuan, Drs Melayu S.P . (1986). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta : Gunung Agung.
- Iskandar, Hani.(2004).”Komunikasi Lintas Budaya Jepang-Indonesia dalam menunjang Pariwisata Indonesia Era Otonomi” dalam *Poestaka ,Jurnal Ilmu-ilmu Budaya*: no 7 tahun 2004 Denpasar : Fakultas Sastra hal 1-16.
- Mandra Suta, Ngakan Made dan Sang Ayu Putu Renny. (2002). *10 Tokoh Pembaharuan & Pemikir Hindu*. Denpasar. Manik Geni.
- Mukti Ali, Prof Dr.HA. (1981). *Agama Jepang* . Yogyakarta: PT Bagus Arafah.
- Pidarta, Made. (199). *Landasan Kependidikan ,stimulus Ilmu pendidikan bercorak Indonesia*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sasvati, Svami Satyananda. (2002). *Surya Namaskara: Sebuah Teknik Penggunaan Tenaga Matahari Dalam Yoga*.Surabaya: Paramita.
- Shin Nakagama, Prof. (2000). *Musik dan Kosmos sebuah pengantar Etnomusikologi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sukrawati, Ni Made. (2011). *Dasar-dasar psikologi Agama*. Surabaya: Penerbit Paramita.
- Suci, Ni Ketut. (2012).” Yoga Dalam Peningkatan Kerohanian Bagi Masyarakat Hindu Bali ( Sebuah Kasus di Dusun Selakarang)”. Dalam Pustaka : *Jurnal Ilmu-Ilmu Budaya*. No.2 Tahun 2012. Denpasar : Fakultas Sastra. Hal 196-205.
- Suja, I Wayan. (2006). *Sains Veda ( Sinergisme Logika Barat dan Kebijakan Timur)* Denpasar: Majalah Hindu Raditya.
- Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tubbs, L Stuwart dan Sylvia Moss. (1991). *Human Communication*.Bandug: Rosdakarya.
- Wendri, I Gusti Made. (2005). *Potensi Dan Manfaat Spa dalam Pariwisata Budaya*. Denpasar : Universitas Udayana.
- Wendri, I Gusti Made, Ni Putu Somawati. (2011) ” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Wisatawan Memilih Paket Trial Yoga Pada Bagus Jati Health & Wellbeing Retreat” *Dalam Sadhana Sastra* hal. 77-91 No.20.Vol.23. ISSN: 1410-26-0, Denpasar: Fakultas Sastra Universitas Warmadewa.

[http// : www.httg.com/News-history](http://www.httg.com/News-history) HTM) diakses pada tanggal 2 Mei 2012.