

Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Wellness Berbasis Meditasi (Studi Kasus: Mayakosha Pesagi Bali)

AA Ngurah Agung Satya*, Jevon Gunawan, Erris Kusumawidjaya

Universitas Ciputra Surabaya

*aagungngurah04@student.ciputra.ac.id

Informasi Artikel

Received: 14 Mei 2025

Accepted: 30 Oktober 2025

Published: 17 November 2025

Keywords:

wellness tourism, motivation, push and pull theory, Mayakosha Pesagi, qualitative study

Abstract

This study aims to explore the motivations of wellness tourists visiting Mayakosha Pesagi Bali by applying the push and pull motivation theory within a qualitative descriptive framework. Data were collected through in-depth interviews with seven participants who had experienced four main wellness activities at the destination. Thematic analysis reveals that internal motivations (push factors) include the desire for physical and emotional recovery, stress release, health maintenance, and spiritual balance. Meanwhile, external attractions (pull factors) encompass the serene mountain environment, personalized and professional wellness services, as well as the integration of local Balinese culture and spirituality. The findings show that wellness tourism at Mayakosha Pesagi offers not only relaxation but also a transformative healing experience. This research contributes to the understanding of wellness tourist behavior and provides insight for the development of similar destinations that emphasize holistic, authentic, and culturally grounded wellness experiences.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi wisatawan wellness yang berkunjung ke Mayakosha Pesagi Bali dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teori motivasi push and pull. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap tujuh partisipan yang telah mengikuti empat kegiatan wellness utama di destinasi tersebut. Hasil analisis tematik menunjukkan bahwa motivasi internal (push factor) meliputi keinginan untuk pemulihan fisik dan emosional, pelepasan stres, pemeliharaan kesehatan, serta pencapaian keseimbangan spiritual. Sementara itu, daya tarik eksternal (pull factor) mencakup suasana pegunungan yang tenang, layanan wellness yang personal dan profesional, serta integrasi budaya dan spiritualitas lokal Bali. Temuan ini mengungkap bahwa wisata wellness di Mayakosha tidak hanya menawarkan relaksasi, tetapi juga pengalaman penyembuhan yang transformatif. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman perilaku wisatawan wellness dan menawarkan wawasan bagi pengembangan destinasi serupa yang menekankan pada pengalaman wellness yang holistik, autentik, dan berakar pada kearifan lokal.

Kata Kunci:

wisata wellness, motivasi, teori push and pull, Mayakosha Pesagi, studi kualitatif

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki arti penting sebagai salah satu alternatif bagi berkembangnya pembangunan, terutama bagi negara yang memiliki keterbatasan sumber daya alam (Wibowo et al., 2017). Dengan keunikan budaya dan panorama alamnya yang indah, Pulau Bali di Indonesia terkenal sebagai salah satu destinasi pariwisata dunia yang memiliki pesona tersendiri. Pulau Bali mendapat predikat “*The Best Destination in The World*” dari majalah-majalah internasional yang mencerminkan kekaguman dunia terhadap keindahan dan keunikan Bali sebagai destinasi wisata yang holistik (Nggini, 2019). Namun demikian, dinamika global dalam tren pariwisata menunjukkan pergeseran preferensi wisatawan dari sekadar rekreasi menuju pengalaman yang lebih bermakna, salah satunya melalui *wellness tourism*, yang menekankan keseimbangan antara tubuh, pikiran, dan jiwa (Adnyana, 2024). Pandemi Covid 19 pada tahun 2019 membuat *wellness tourism* semakin menarik dan diminati oleh orang-orang (Lee & Kim, 2023).

Bali, yang memiliki kekayaan budaya, keindahan alam, dan tradisi spiritualnya, menjadi destinasi yang potensial untuk pengembangan *wellness tourism* (Subawa et al., 2023)). *Wellness tourism* mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan spiritual seperti yoga, meditasi, dan spa (Wijaya & Prianthara, 2024). Wisatawan yang mencari pengalaman ini seringkali memilih destinasi yang tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga fasilitas dan layanan yang mendukung gaya hidup sehat dan penuh keseimbangan. *Wellness tourism* merupakan pengembangan dari wisata kesehatan (kebugaran) atau *health tourism* yang mengintegrasikan rekreasi dan *leisure*, bertujuan agar wisatawan

mencapai keseimbangan tubuh (*body*), pikiran (*mind*), jiwa (*spirit/soul*) dan berkontribusi meningkatkan serta mempertahankan kesehatan wisatawan (Yuwono & Astuti, 2021). Konsep *wellness tourism* mengedepankan kesehatan dan kebugaran sekaligus melakukan aktivitas pariwisata (Susanti, 2022). Untuk itu, destinasi *wellness tourism* menyediakan aktivitas serta fasilitas penunjang bagi wisatawan seperti yoga, meditasi, retreat, fasilitas olahraga, bersepeda, *jogging*, *hiking*, *trekking*, pelayanan SPA, kecantikan, perawatan tubuh dan fasilitas *medical wellness* (Sulestiyorini & Komalasari, 2023). Jika dilihat dari sisi penawaran, *wellness tourism* merupakan suatu produk berupa jasa pariwisata yang dapat dikembangkan atau diciptakan sesuai dengan kondisi suatu destinasi baik dari segi sosial maupun lingkungan. Dari sisi permintaan, wisata kesehatan dan kebugaran kini telah menjadi tren masyarakat dunia untuk mewujudkan kesehatan dan memperoleh kepuasan diri karena seiring berjalannya waktu orang semakin menyadari pentingnya kesehatan dan akan berusaha menjalani gaya hidup yang lebih sehat (Konsumen wisata kesehatan dan kesejahteraan (*health and wellness*) tidak hanya terbatas pada wisatawan mancanegara saja, namun sudah menjadi “gaya hidup”, khususnya masyarakat “konsumen” perkotaan di tanah air (Utama & Nyandra, 2021).

Meditasi merupakan salah satu aktivitas dalam *wellness tourism* yang bertujuan untuk melatih diri dalam pengendalian pikiran untuk meningkatkan kenyamanan dan ketenangan batin (Apsari et al., 2019).

Spirit of Universal Life (SOUL) merupakan sebuah komunitas global yang berawal dari Bali. Komunitas ini bergerak dalam pembentukan karakter yang diterapkan melalui meditasi dan sudah memiliki anggota lebih dari seribu

orang di seluruh dunia. Founder dari komunitas SOUL adalah Bunda Arsaningsih yang sekaligus menjadi mentor dalam meditasi. Meditasi di SOUL memiliki keunikan tersendiri karena dalam pelaksanaan meditasi terdapat proses keterhubungan dengan Tuhan serta proses energi. Tidak hanya itu, SOUL juga memiliki beberapa rangkaian acara seperti *Workshop SOUL Reflection*, *SOUL Development program*, *SOUL Retreat*, *SOUL Conference* dan lain-lain. SOUL memiliki beberapa tempat untuk melakukan meditasi yang saat ini sudah berjalan, diantaranya adalah SOUL Center Kebo Iwa Denpasar, SOUL Center Jogja, SOUL Office Jakarta dan Mayakosha Pesagi untuk tempat meditasi dan retreat. Mayakosha Pesagi merupakan fasilitas konvensi yang dibangun oleh komunitas *Spirit of Universal Life (SOUL)* sebagai sarana pendukung pelaksanaan program *retreat*. *Retreat* dapat didefinisikan sebagai kegiatan untuk menghindari lingkungan sekitar untuk sementara waktu dengan memenuhi kebutuhan spiritual, menghindari stres, menjaga kesehatan, dan mengubah gaya hidup yang sehat (Sulestiyorini et al., 2023.). Lokasi Pesagi dipilih karena menawarkan lingkungan alam yang masih alami, suasana yang tenang, serta dianggap memiliki kualitas energi yang mendukung kegiatan pemulihan dan kontemplasi secara holistik.

Mayakosha Pesagi merupakan sebuah pusat *retreat* berbasis meditasi yang terletak di Desa Pesagi, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Berdiri pada tahun 2022, Mayakosha dirancang sebagai ruang transformasi batin dan penyembuhan holistik yang mengintegrasikan pendekatan tradisional dan modern. Selain menyediakan *convention hall*, Mayakosha Pesagi juga memiliki *camping ground* yang menjadi akomodasi untuk kegiatan *retreat*

mengingat kegiatan *retreat* berjalan mulai dari 3 - 30 Hari. Berlokasi di Munduk Juwet, kawasan pegunungan yang sejuk dan tenang, Mayakosha memanfaatkan lingkungan alam sebagai bagian integral dari proses penyembuhan.

Interview singkat terhadap salah satu *management* dari Mayakosha Pesagi menunjukkan bahwa tingkat pengunjung dari pertama dibuka hingga saat ini cenderung mengalami peningkatan, dan orang yang sudah pernah berkunjung dan mengikuti kelas disana menunjukkan minat untuk datang kembali ke Mayakosha Pesagi. Walaupun baru berjalan selama satu tahun, Mayakosha Pesagi telah menjadi pionir dalam industri wisata wellness berbasis meditasi, khususnya di wilayah Tabanan, Bali. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian yang mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi motivasi wisatawan untuk memilih Mayakosha Pesagi sebagai destinasi wisata wellness. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang motivasi wisatawan wellness untuk terlibat dalam kegiatan wisata wellness berbasis meditasi.

Dari sisi akademis, mayoritas penelitian wisata wellness di Indonesia, khususnya Bali, masih terfokus pada layanan spa, yoga, maupun retreat di kawasan populer seperti Ubud (Subawa et al., 2023; Utama & Nyandra, 2021). Selain itu, kajian mengenai motivasi wisatawan yang memilih destinasi *wellness* berbasis meditasi belum banyak dieksplorasi. Kekosongan penelitian inilah yang berusaha diisi melalui studi ini.

Mayakosha memiliki keunikan karena menawarkan retreat meditasi yang menyatu dengan energi alam pegunungan serta melibatkan kekuatan Tuhan, sehingga berbeda dengan destinasi wellness lain di Bali yang lebih menekankan aspek komersial (Smith &

Kelly, 2006; Voigt et al., 2011). Dengan demikian, penelitian ini penting untuk menggali bagaimana wisatawan menginterpretasikan pengalaman wellness transformatif di Mayakosha, sekaligus memperkaya perspektif mengenai praktik pariwisata wellness di Bali.

TINJAUAN PUSTAKA

Wellness Tourism

Wellness Tourism merupakan sebuah wisata khusus yang bertujuan menjaga kebugaran tubuh wisatawan dengan memprioritaskan kesehatan, kebugaran fisik, serta pemulihan spiritual dan mental wisatawan (Sunaryo et al., 2023). *Wellness tourism* adalah perpaduan antara fenomena hidup sehat dan keinginan tiap individu untuk menjaga maupun mengembangkan kesehatan mereka selama tinggal atau berwisata dalam jangka waktu tertentu, dengan pelayanan yang secara menyeluruh bersifat individu, termasuk kebugaran jasmani dan kebugaran fisik (Yuwono & Astuti, 2021).

Teori Motivasi

Motivasi adalah kondisi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang dapat membawa kepuasan (Putri et al., 2022). Keputusan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor pendorong (*internal*) seperti keinginan untuk bebas, keluar dari tekanan sehari-hari dan faktor penarik (*eksternal*) seperti kondisi alam, aktivitas, suasana, dan fasilitas penunjang (Abdullah, 2017). Faktor *eksternal* menarik wisatawan untuk memilih daerah tujuan wisata tertentu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya melalui video atau foto sebuah destinasi wisata. Faktor *internal* mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata yang

berasal dari dalam diri wisatawan yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhannya (Pradnya Dewi et al., 2017).

Wellness tourism berkembang sebagai bentuk pariwisata yang menekankan keseimbangan tubuh, pikiran, dan jiwa melalui aktivitas seperti yoga, meditasi, spa, dan retreat (Voigt et al., 2011b; Wijaya & Prianthara, 2024). Tren ini diperkuat pascapandemi Covid-19 yang meningkatkan kesadaran akan kesehatan mental dan spiritual (Lee & Kim, 2023). Dorongan untuk mengikuti wisata wellness dapat dijelaskan melalui kerangka *push-pull motivation theory*, di mana faktor pendorong (*push*) mencakup kebutuhan relaksasi, pemulihan, dan transformasi diri, sementara faktor penarik (*pull*) terkait dengan atribut destinasi, kualitas layanan, serta citra spiritual dan budaya yang ditawarkan (Yoon & Uysal, 2005).

Kajian wellness tourism menunjukkan bahwa motivasi wisatawan tidak semata untuk relaksasi, tetapi juga mencakup pencarian transformasi pribadi dan spiritual (Lee & Kim, 2023; Voigt et al., 2011b). Studi di Eropa yang diteliti oleh Bočkus et al., (2023) menegaskan adanya perbedaan motivasi antar pasar, sedangkan penelitian di Thailand dan India menekankan peran budaya lokal dalam menarik wisatawan wellness (Koodsela et al., 2019; Kozlovska et al., 2021). Di Indonesia, sebagian besar riset masih berfokus pada Bali, khususnya Ubud sebagai pusat yoga dan spa (Utama & Nyandra, 2021).

Norman & Pokorny, (2017) mengidentifikasi retreat meditasi sebagai sebuah *wellbeing intervention* yang mampu memfasilitasi refleksi diri sekaligus perubahan perilaku. Pandangan ini diperkuat oleh Wang et al., (2021) yang menemukan adanya perkembangan spiritual dan peningkatan

pengetahuan peserta dalam retreat Zen di Tiongkok. Sementara itu, Li et al., (2025) menyoroti bahwa motivasi utama wisatawan meditasi berpusat pada penyembuhan fisik dan mental, perlindungan spiritual, serta pengembangan diri, di mana kondisi lingkungan dan aktivitas meditasi berperan penting sebagai daya tarik utama.

Penelitian mengenai destinasi baru di Bali Barat dan Tabanan masih jarang dilakukan, sehingga studi ini diharapkan memperkaya literatur dengan menyoroti motivasi wisatawan retreat meditasi di Mayakosha Pesagi sebagai kontribusi dalam pengembangan pariwisata wellness Indonesia berbasis meditasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mendorong (*push factors*) dan menarik (*pull factors*) wisatawan saat memilih destinasi wisata wellness. Menurut Rusandi & Rusli, (2021) pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan praktik dari perspektif subjek yang terlibat. Peneliti dan *management* akan dapat memahami cara dan strategi yang tepat untuk Mayakosha Pesagi mempromosikan dan meningkatkan citra Mayakosha melalui metode ini.

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan interview semi terstruktur untuk menggali motivasi dari pengunjung di Mayakosha, di mana peneliti menyusun daftar pertanyaan pokok seperti motivasi mengikuti retreat, pengalaman transformasi pribadi, serta faktor daya tarik destinasi. Namun, alur wawancara tetap dibuat fleksibel sehingga memungkinkan eksplorasi mendalam atas cerita personal partisipan (Kallio et al., 2016). Wawancara sudah dilakukan kepada informan dari

management Mayakosha Pesagi dan wisatawan yang sudah pernah berkunjung lebih dari sekali. Partisipan penelitian dipilih dengan purposive sampling, dengan kriteria: (1) telah mengikuti semua program retreat Mayakosha, (2) memiliki pengalaman lebih dari tiga hari, dan (3) bersedia berbagi pengalaman secara mendalam. Berdasarkan data dari *management* Mayakosha pesagi, hanya 10 wisatawan yang sudah memenuhi kriteria dan hanya 5 wisatawan yang bersedia di wawancara.

Tabel 1. Data Narasumber

Nama	Usia	Domisili
PS	41	Bandung
CH	24	Denpasar
MG	28	Denpasar
MS	35	Surabaya
AR	50	Bali

Sumber: Peneliti (2024)

Pada penelitian ini, hasil perolehan data wawancara akan dianalisis dengan mengidentifikasi topik atau tema yang muncul melalui interview sesuai dengan *push and pull motivations*. Proses analisis data mengacu pada kerangka analisis tematik dari Braun & Clarke (2006), yang meliputi enam tahapan sistematis: (1) membiasakan diri dengan data, (2) menghasilkan kode awal, (3) mengidentifikasi tema, (4) meninjau ulang tema, (5) mendefinisikan dan memberi label tema, serta (6) menyusun laporan akhir. Penerapan langkah ini memastikan temuan tidak hanya menggambarkan data secara deskriptif, tetapi juga menekankan pada pemaknaan konseptual yang relevan dengan teori motivasi push-pull.

Individu yang mewakili keseluruhan anggota populasi sehingga dipilih dari populasi. Penelitian akan mengaplikasikan jenis *non-probability sampling* dimana tidak seluruh unsur populasi menjadi sampel terpilih serta mengaplikasikan teknik *purposive*

sampling (Sugiyono & Lestari, 2021). Adapun ketentuan pemilihan responden sebagai berikut: (1) Responden berusia 17-59 tahun; (2) Responden pernah menginap di Hotel Bintang 5 di Surabaya minimal 2 kali (dalam jangka waktu 5 tahun terakhir, yaitu tahun 2020 hingga 2024); (3) Responden melakukan penilaian berdasarkan *experience*, *e-WOM*, dan *brand awareness* suatu hotel.

Rumus Hair et al. (2021) mengenai ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif, terutama dalam konteks SEM, menyatakan bahwa ukuran sampel yang ideal berkisar antara 5-10 responden per indikator dalam suatu model. Dalam penelitian, penulis akan mengambil ukuran sampel terbesar yaitu 10 dikalikan 14 indikator sehingga menghasilkan sejumlah 140 informan. Data penelitian didapat dengan mengedarkan angket atau kuesioner melalui *Google Forms* untuk mempermudah pengambilan data responden yang berdomisili di berbagai tempat. Skala Likert diaplikasikan pada kuesioner dimana terdapat lima opsi jawaban dari angka 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap ke 5 narasumber, ditemukan beberapa tema besar yang memengaruhi motivasi wisatawan dalam memilih Mayakosha Pesagi sebagai destinasi wellness.

***Push Motivation* (Dorongan dari Dalam Diri)**

Motivasi *push* yang paling menonjol adalah kebutuhan untuk pemulihan emosional dan kelelahan fisik. PS, seorang wanita berusia 41 tahun dari Bandung, menyampaikan bahwa ia memilih untuk mengikuti program retreat oleh SOUL yang diadakan di Mayakosha karena merasa sudah sangat jenuh dengan ritme kerja,

Lelah secara fisik dan batin. Hal serupa juga diungkapkan oleh MG (28 tahun, Denpasar),

“Benar-benar stres...seperti mengalami burnout, dan di sini aku bisa me-time, melakukan meditasi, menenangkan diri, dan setelah balik dari sini aku merasa fresh kembali tidak hanya secara fisik tetapi juga secara mental.”

Ini menggambarkan bagaimana tekanan psikologis menjadi alasan utama untuk mencari tempat yang menawarkan ketenangan dan pemulihan batin. CH (24 tahun, Denpasar) menyampaikan bahwa ia merasa lelah secara sosial dan emosional akibat pekerjaan dan kehidupan kota yang cepat sehingga Mayakosha menjadi tempat untuk *recharge* fisik dan hati. Pernyataan ini memperkuat temuan bahwa keinginan untuk mengisi ulang energi menjadi motivasi penting dalam memilih destinasi wellness tourism.

Selain karena burn out, stress dan ingin keluar dari rutinitas sehari-hari, motivasi pendorong yang kedua adalah keinginan untuk penyembuhan diri sendiri (*Self healing*). AR (50 tahun, Bali), seorang penyintas kanker, menambahkan dimensi yang lebih dalam terkait pemulihan emosional. Ia datang bukan hanya untuk relaksasi, tetapi juga untuk menyembuhkan trauma dan ketakutan pasca-penyakit.

“Saya datang ke sini untuk sembuh, bukan hanya tubuh, akan tetapi juga belajar pengelolaan stress agar penyakit tersebut tidak aktif kembali. Di sini saya merasa menemukan kembali kepercayaan diri dan ketenangan batin.”

MS (35 tahun, Surabaya) juga menyatakan bahwa motivasi utamanya adalah untuk menyembuhkan luka batin yang selama ini belum terselesaikan seperti tekanan batin dan MG (28 tahun, Denpasar) juga menyebutkan pentingnya proses mengenal dan menyembuhkan

diri sendiri. Ia menyatakan bahwa pengalaman mengikuti retreat di Mayakosha membantunya untuk mencapai kedamaian dengan diri sendiri. Pernyataan ini menegaskan bahwa kebutuhan untuk pemulihan emosional menjadi faktor penting dalam pemilihan destinasi wellness.

Dorongan internal ke 3 yang menonjol dalam penelitian ini adalah pencarian makna hidup dan kebutuhan spiritual. Wisata wellness di Mayakosha dipilih tidak semata untuk pemulihan fisik dan mental, tetapi juga sebagai ruang refleksi dan pendalaman diri. MG mengungkapkan bahwa retreat memberinya “ruang hening” yang langka dalam keseharian, mendorongnya untuk merenungkan tujuan hidup dan hubungan dengan alam serta Tuhan. Sementara AR, seorang penyintas penyakit kronis, melihat sesi meditasi, ritual, dan keheningan sebagai langkah penting dalam menerima dan memahami pengalaman hidup secara lebih sadar. Bagi keduanya, retreat spiritual ini menjadi bagian dari proses penyembuhan yang holistik dan bermakna. Temuan ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh management dimana peserta yang mengikuti retreat di mayakosha ingin lebih mencari tau lebih dalam tentang makna hidup.

Salah satu aspek penting dalam motivasi internal wisatawan wellness ke Mayakosha adalah keinginan untuk melakukan perubahan dalam hidup. Beberapa narasumber, seperti PS dan AR, menegaskan bahwa keikutsertaan mereka dalam program retreat bukan sekadar untuk “menenangkan diri,” tetapi juga sebagai langkah awal dalam memperbaiki gaya hidup, pola pikir, serta hubungan dengan diri sendiri dan orang lain. PS, mengakui mengalami ketidakseimbangan akibat tekanan pekerjaan dan tuntutan sosial sehari-hari. Kunjungan ke Mayakosha menjadi titik balik penting karena di sana ia

merasakan “detoksifikasi mental” yang memotivasinya untuk menata ulang prioritas hidup. Ia menyatakan bahwa setelah retreat, kesadarannya terhadap pentingnya menjaga kesehatan mental dan emosional secara berkelanjutan meningkat. Begitu pula AR, yang setelah menjalani proses spiritual di Mayakosha mulai menerapkan pola hidup yang lebih mindful dan berfokus pada makna. Ia menyampaikan bahwa retreat membantunya memahami pentingnya menjalani hidup dengan kesadaran penuh, termasuk dalam menghadapi trauma masa lalu dan penyakit yang dialaminya.

Temuan di atas menunjukkan bahwa motivasi yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam wisata wellness tidak bersifat sementara atau dangkal. Ketertarikan untuk mengunjungi destinasi seperti Mayakosha Pesagi merefleksikan kebutuhan mendalam, mulai dari pemulihan emosi, proses penyembuhan diri, pencarian makna hidup, hingga dorongan untuk menjalani kehidupan yang lebih seimbang dan penuh kesadaran. Oleh karena itu, wisata wellness bukan sekadar bentuk pelarian dari tekanan, melainkan juga menjadi ruang transformatif menuju pemahaman diri yang lebih mendalam.

Temuan ini sejalan dengan studi (Voigt et al., 2011b) yang menyatakan bahwa wisatawan wellness umumnya mencari transformasi pribadi, bukan hanya relaksasi. Mereka datang dengan latar belakang tekanan psikologis, ketidakseimbangan gaya hidup, atau krisis makna, dan menemukan bahwa retreat holistik memberikan pengalaman penyembuhan menyeluruh wisatawan wellness umumnya tidak hanya mengejar relaksasi fisik, tetapi lebih jauh mencari pengalaman yang mampu membawa perubahan signifikan terhadap aspek psikologis dan spiritual mereka. Selain itu, (Smith & Kelly, 2006)

menekankan bahwa perjalanan wellness seringkali merupakan bagian dari proses rekonstruksi identitas dan makna diri dalam menghadapi tantangan hidup. Dalam konteks ini, Mayakosha Pesagi

berhasil memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan lingkungan yang mendukung proses transformasi diri secara alami, tenang, dan penuh kesadaran.

Tabel 2. Hasil Temuan Motivasi Wellness di Mayakosha

Temu Utama	Subtema	Narasumber (Inisial)	Kutipan Relevan
Motivasi Push	Kelelahan fisik & emosional	PS, CH, MS, AR	<i>"Saya sudah burnout banget, jadi butuh tempat buat healing dan menjauh dari kerjaan."</i> (PS)
	Penyembuhan diri	AR, MG, CH, MS	<i>"Saya merasa badan saya butuh detoks dari stres dan penyakit."</i> (AR)
	Pencarian makna/spiritual	MG, AR	<i>"Saya ingin lebih terkoneksi dengan diri sendiri dan alam."</i> (MG)
	Perubahan gaya hidup	MS, PS	<i>"Setelah ikut retreat, saya lebih sadar pentingnya hidup sehat."</i> (MS)
Motivasi Pull	Lingkungan alami	PS, MG, CH, AR	<i>"Saya tertarik karena tempatnya di gunung dan masih asri."</i> (CH)
	Program retreat terstruktur	MG, AR, CH	<i>"Saya suka karena programnya lengkap: pembelajaran, meditasi (praktek), dan makanan sehat."</i> (MG)
	Reputasi & testimoni	PS, MS	<i>"Saya tahu tempat ini dari teman dan review-nya bagus."</i> (PS)
	Pelayanan & fasilitator	AR, CH	<i>"Fasilitatornya sangat suportif dan tahu cara melayani dengan sepenuh hati."</i> (AR)

Sumber: Peneliti (2024)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dorongan internal (*push motivation*) yang muncul dari stres, kelelahan mental, hingga pencarian eksistensial menjadi dasar penting dalam keputusan wisatawan mengikuti program retreat wellness. Mayakosha menjadi contoh destinasi yang mampu menjawab kebutuhan ini secara komprehensif melalui program, suasana, dan pendekatan yang mendalam. Pemahaman terhadap motivasi ini sangat penting bagi pengelola destinasi wellness dan pemangku kepentingan pariwisata agar

dapat merancang layanan yang tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga bermakna secara emosional dan spiritual bagi wisatawan.

Motivation (Daya Tarik dari Luar Diri)

Lingkungan alami yang ditawarkan oleh destinasi wellness seperti Mayakosha menjadi daya tarik utama (*pull factor*) bagi wisatawan dalam memilih lokasi retreat. Keasrian dan ketenangan alam sangat berperan dalam menciptakan pengalaman wellness yang menyeluruh, di mana

elemen seperti udara segar, suara alam, dan lanskap hijau menjadi bagian dari terapi itu sendiri. Hal tersebut diungkapkan oleh PS:

“Tempat yang jauh dari keramaian kota, yang penuh dengan pepohonan dan suara alam yang membantu saya untuk perenungan emosional.”

CH (24 tahun, Denpasar) merasa lingkungan Mayakosha tidak hanya cantik secara visual, tetapi juga membawa efek tenang dari dalam. MG (28 tahun, Denpasar) menambahkan, jika di Mayakosha ini bisa merasakan udara pagi yang segar yang membuat serasa lebih hidup. Pengalaman mereka menunjukkan bahwa alam bukan sekadar latar, melainkan bagian integral dari penyembuhan, yang memudahkan peserta untuk bermeditasi, ber-yoga, dan berkontemplasi. Faktor penarik berupa kualitas lingkungan alami ini turut diakui oleh pihak manajemen Mayakosha sebagai salah satu kekuatan utama yang menjadikan destinasi ini unggul dibandingkan lokasi wellness retreat lainnya.

Selain keunggulan dari sisi alam, salah satu daya tarik utama Mayakosha sebagai destinasi wellness adalah keberadaan program retreat yang tersusun dengan rapi dan dikurasi secara menyeluruh. Rangkaian kegiatan yang ditawarkan dirancang secara komprehensif, menjadikannya faktor eksternal (*pull factor*) yang turut memengaruhi pilihan wisatawan. Program ini tidak hanya mencakup aktivitas fisik seperti yoga dan meditasi, tetapi juga mengintegrasikan pendekatan holistik untuk mendukung pemulihan mental, emosional, dan spiritual, melalui jadwal yang terstruktur dan saling berkaitan. CH mengungkapkan bahwa jika ia tertarik mengikuti retreat karena semua sudah dipersiapkan dan dijadwalkan, sehingga tinggal mengikuti tanpa perlu memikirkan langkah

selanjutnya. MG juga mengungkapkan hal serupa,

“Semua sesi dirancang berurutan dan saling terhubung, mulai dari meditasi pagi hingga sharing malam hari.”

Sedangkan PS dan AR mengungkapkan hal yang berbeda. Mereka mengatakan bahwa program seperti journaling, sesi coaching, dan healing circle yang difasilitasi oleh profesional healer memberikan panduan jelas dalam proses penyembuhan.

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa program retreat yang terstruktur dan dirancang dengan pendekatan holistik merupakan motivasi penting dalam menarik minat wisatawan wellness. Bagi wisatawan seperti PS, CH, MG, dan AR, program ini tidak hanya menawarkan rutinitas baru yang menenangkan, tetapi juga menjadi landasan bagi perjalanan pemulihan yang lebih bermakna dan terarah. Temuan ini juga diperkuat oleh keterangan dari pihak manajemen Mayakosha yang menekankan bahwa keunggulan utama mereka dibanding destinasi wellness lainnya terletak pada struktur program yang komprehensif serta kualitas fasilitator (*healer*) yang profesional.

Persepsi terhadap kualitas layanan dan pengalaman orang lain menjadi salah satu faktor penarik (*pull factor*) wisatawan ke Mayakosha. Banyak peserta mengenal tempat ini melalui rekomendasi, testimoni, dan ulasan media sosial. MG menyebut,

“Aku lihat banyak cerita di IG... mereka bilang tempat ini benar-benar berbeda, bisa menyembuhkan dan mengubah hidup. Itu membuat aku penasaran.”

PS juga mengaku tertarik setelah mendengar cerita temannya tentang manfaat retreat bagi proses penyembuhan. AR menambahkan,

“Saya lihat banyak yang bilang mereka merasa lebih kuat secara mental setelah dari sana. Itu membuat saya percaya tempat ini bisa membantu saya sembuh.”

Selain itu, kualitas fasilitator dan layanan personal juga menjadi daya tarik penting. MG dan PS mengungkapkan bagaimana keramahan fasilitator seperti menunjukkan bahwa mereka tahu apa yang diperlukan, sehingga peserta disambut bukan sebagai tamu, tapi seperti keluarga, CH juga mengapresiasi perhatian kecil yang ia terima, seperti teh hangat dan pelukan.

Dengan demikian, fasilitator yang kompeten dan pelayanan yang empatik menjadi elemen sentral dalam motivasi pull wisatawan ke Mayakosha. Keduanya tidak hanya meningkatkan kenyamanan, tetapi juga menciptakan kondisi psikologis yang kondusif untuk proses penyembuhan dan transformasi diri.

Dari hasil temuan diatas, faktor ***pull motivation*** yang paling menonjol dalam penelitian ini adalah keunggulan lingkungan alami Mayakosha yang masih asri dan terjaga, keberadaan program retreat yang dirancang secara sistematis dan holistik, serta peran fasilitator yang memiliki kompetensi tinggi dalam mendampingi proses penyembuhan peserta. Elemen-elemen ini tidak hanya menjadi nilai pembeda Mayakosha dibandingkan destinasi wellness lain di Bali, tetapi juga mempertegas pentingnya perpaduan antara keaslian alam, struktur program, dan kualitas layanan dalam menciptakan pengalaman berkesan. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Smith & Kelly, 2006) yang menekankan bahwa *authentic healing environment* serta layanan yang dipersonalisasi (*personalized service*) merupakan faktor krusial yang dapat menumbuhkan rasa kepuasan dan loyalitas wisatawan wellness, sekaligus

membangun hubungan emosional yang lebih kuat antara wisatawan dengan destinasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Mayakosha Pesagi didorong oleh kebutuhan pemulihan emosional, self-healing, pencarian makna hidup, serta keinginan untuk perubahan gaya hidup. Faktor eksternal yang menarik mereka adalah suasana pegunungan yang tenang, program retreat terstruktur, serta kualitas fasilitator yang empatik dan profesional. Pola ini konsisten dengan studi terdahulu yang menekankan bahwa wellness tourism bukan sekadar bentuk rekreasi, melainkan sarana untuk transformasi diri (Norman & Pokorny, 2017; Voigt et al., 2011). Hasil temuan ini juga sejalan dengan Li et al., (2025) yang mengatakan wisatawan mencari pengalaman holistik yang menyatukan healing fisik-mental, refleksi spiritual, dan dukungan lingkungan yang mendukung kontemplasi.

Penelitian ini juga berkontribusi pada penguatan teori ***push-pull motivation***. Dorongan internal berupa kebutuhan pemulihan dan pencarian makna hidup berfungsi sebagai *push factors*, sementara lingkungan alami Pesagi, struktur program retreat, dan kualitas fasilitator menjadi *pull factors*. Hal ini sejalan dengan temuan Godlewska et al., (2023) yang menekankan peran simultan kedua faktor tersebut dalam pariwisata wellness. Dengan demikian, studi ini memperkaya perspektif bahwa destinasi seperti Mayakosha mampu menjembatani kebutuhan intrapersonal wisatawan dengan daya tarik eksternal yang khas.

Dari sudut pandang praktis, Mayakosha Pesagi perlu terus menjaga kelestarian lingkungan alami yang menjadi nilai inti dan diferensiasi utama dibanding destinasi wellness lainnya. Upaya ini dapat diwujudkan melalui

pengelolaan berbasis keberlanjutan yang melibatkan masyarakat lokal sehingga nilai spiritual dan kearifan lokal tetap terjaga. Selain itu, diversifikasi program retreat perlu dikembangkan, baik dalam bentuk paket jangka pendek yang berfokus pada relaksasi maupun paket jangka panjang yang dirancang untuk mendukung transformasi personal secara lebih mendalam. Peningkatan kapasitas fasilitator juga menjadi aspek yang penting, dengan memberikan akses pada pelatihan berkelanjutan serta sertifikasi internasional agar standar layanan yang ditawarkan mampu bersaing di pasar global. Dari sisi pemasaran, strategi berbasis kisah nyata transformasi wisatawan yang pernah mengikuti program retreat dapat menjadi cara efektif untuk membangun kepercayaan sekaligus memperkuat citra Mayakosha sebagai destinasi wellness yang autentik dan transformatif.

Lebih jauh, implikasi dari temuan ini juga merambah pada pengembangan pariwisata wellness di Bali dan Indonesia. Penekanan pada integrasi antara alam, spiritualitas, dan budaya lokal dapat menjadi ciri khas yang membedakan destinasi wellness Indonesia dengan negara lain. Hal ini juga menegaskan perlunya praktik pengelolaan yang berkelanjutan dan inklusif, serta kolaborasi antara pengelola destinasi, pemerintah daerah, dan komunitas lokal agar nilai autentisitas tetap terjaga. Dengan strategi yang tepat, Bali dan Indonesia tidak hanya mampu memperkuat posisinya di pasar domestik, tetapi juga berpotensi semakin diakui sebagai pusat pariwisata wellness global.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis motivasi wisatawan dalam memilih *wellness tourism* di Mayakosha Pesagi Bali dengan menggunakan

teori *push and pull*. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi internal (*push factors*) meliputi kebutuhan untuk memulihkan diri dari tekanan hidup, menjaga kesehatan mental dan fisik, serta mencari ketenangan spiritual. Sementara itu, faktor eksternal (*pull factors*) yang menarik wisatawan mencakup suasana alami pegunungan yang tenang, kualitas pelayanan yang personal dan profesional, serta pendekatan holistik yang mengintegrasikan budaya lokal dan spiritualitas Bali. Hal ini menegaskan bahwa motivasi wisatawan terbentuk dari perpaduan faktor internal dan eksternal, sejalan dengan teori motivasi *push-pull* dalam konteks pariwisata wellness berbasis meditasi.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi bagi pengelola Mayakosha untuk memperkuat identitas sebagai *healing retreat* berbasis energi alam Pesagi, mengembangkan variasi paket retreat termasuk untuk wisatawan mancanegara, serta meningkatkan kompetensi fasilitator melalui pelatihan dan sertifikasi internasional. Strategi pemasaran yang menonjolkan kisah transformasi wisatawan juga dapat menjadi cara efektif untuk menarik pasar baru. Temuan ini sekaligus menegaskan bahwa *wellness tourism* di Mayakosha tidak hanya menyediakan relaksasi fisik, tetapi juga ruang bagi transformasi emosional dan spiritual wisatawan.

Meski demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan. Jumlah partisipan yang terbatas pada lima orang wisatawan domestik membuat hasil bersifat kontekstual dan belum mencerminkan perspektif wisatawan internasional. Fokus pada satu destinasi juga menjadikan temuan lebih terkait dengan karakteristik khusus Mayakosha. Selain itu, motivasi wisatawan yang bersifat dinamis dapat berubah seiring waktu, sehingga sulit ditangkap secara

menyeluruh dalam satu periode penelitian.

Untuk itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan partisipan dengan jumlah lebih besar dan latar belakang kewarganegaraan yang beragam, serta melakukan studi komparatif antar destinasi wellness di Bali maupun kawasan Asia Tenggara. Pendekatan longitudinal dan penggunaan metode campuran (kualitatif dan kuantitatif) juga direkomendasikan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika motivasi wisatawan wellness di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D. (2017). Analisis Faktor Pendorong dan Penarik Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Bali Utara. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 12(1), 81–110. <https://doi.org/10.47608/jki.v12i12.017.81-110>
- Adnyana, M. B. (2024). Pengembangan Konsep Wellness Tourism Pada Kota Kota Metropolitan di Indonesia. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 1(2), 144–147. <https://doi.org/10.33005/peta.v1i2.39>
- Apsari, B., Ked, S., & Si, M. (2019). Meditation For A Better Life As A Potential Wellness Tourism in Bali. *Jurnal Lingkungan & Pembangunan*, 3(2). <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wicaksana>
- Bočkus, D., Vento, E., Tammi, T., Komppula, R., & Kolesnikova, N. (2023). Comparing the motivations behind wellness tourism in three source markets. *European Journal of Tourism Research*, 33. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v33i.2786>
- Godlewska, A., Mazurek-Kusiak, A., & Soroka, A. (2023). Push and pull factors influencing the choice of a health resort by Polish treatment-seekers. *BMC Public Health*, 23(1), 2192. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-17086-5>
- Kallio, H., Pietilä, A., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954–2965. <https://doi.org/10.1111/jan.13031>
- Koodsela, W., Dong, H., & Sukpatch, K. (2019). A Holistic Conceptual Framework into Practice-Based on Urban Tourism Toward Sustainable Development in Thailand. *Sustainability*, 11(24), 7152. <https://doi.org/10.3390/su11247152>
- Kozlovska, M., Klosova, D., & Strukova, Z. (2021). Impact of Industry 4.0 Platform on the Formation of Construction 4.0 Concept: A Literature Review. *Sustainability*, 13(5), 2683. <https://doi.org/10.3390/su13052683>
- Lee, J., & Kim, J. J. (2023). A Study on Market Segmentation According to Wellness Tourism Motivation and Differences in Behavior between the Groups—Focusing on Satisfaction, Behavioral Intention, and Flow. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2). <https://doi.org/10.3390/ijerph20021063>
- Li, H., Chen, S., He, B., & Huang, G. (2025). What drives Zen meditation tourism? Evidence from PLS-SEM and fsQCA based

- on push-pull-constraints framework. *Journal of Vacation Marketing*.
<https://doi.org/10.1177/13567667251360435>
- Nggini, Y. H. (2019). Analisis SWOT (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. In *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.undiknas.ac.id>
- Norman, A., & Pokorny, J. J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Tourism Management Perspectives*, 24, 201–207. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.012>
- Pradnya Dewi, N. W. A., Mahendra, M. S., & Wiranatha, A. A. P. A. S. (2017). Faktor Pendorong dan Penarik Orang Bali Berwisata ke Luar Negeri. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p01>
- Putri, M. A., Sarbaitinil, S., & Irwan, I. (2022). Motivasi Wisatawan Domestik Berkunjung Ke Objek Wisata Pantai Family Nagari Muara Kandis Punggasan Linggo Sari Baganti Pesisir Selatan. *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1). <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.72>
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1). <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Smith, M., & Kelly, C. (2006). Wellness Tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 1–4. <https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081241>
- Subawa, N. S., Mimaki, E. A., Mimaki, C. A., Baykal, E., & Utami, M. S. M. (2023). Exploring the hidden potential of Bali's wellness tourism: Which factors encourage tourists to visit? *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2269722>
- Sulestiyorini, C. R., & Komalasari, Y. (n.d.). Adaptasi Wellness Retreat pada Sustainable Tourism Pasca COVID-19 (Vol. 6, Issue 2023).
- Sulestiyorini, C. R., & Komalasari, Y. (2023). Adaptasi Wellness Retreat pada Sustainable Tourism Pasca COVID-19 (Vol. 6, Issue 2023).
- Sunaryo, S., Astutiningsih, S., Wahyono, S., & Adani, P. S. (2023). Wellness Tourism Marketing Strategy Through Social Media. *Jurnal Analis Kebijakan*, 7(1). <https://doi.org/10.37145/jak.v7i1.614>
- Susanti, H. (2022). Wellness tourism sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 16(1), 1–11. <https://doi.org/10.24815/jsu.v16i1.24744>
- Utama, I. G. B. R., & Nyandra, M. (2021). Health and Wellness Tourism Industry: Types and Development Potentials in Bali, Indonesia. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 01(01), 8–12.
- Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011a). Wellness tourists: In search of transformation. *Tourism Review*, 66. <https://doi.org/10.1108/16605371111127206>
- Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011b). Wellness tourists: in search of transformation. *Tourism Review*, 66(1/2), 16–30.

<https://doi.org/10.1108/16605371111127206>

- Wang, Y.-C., Chen, P.-J., Shi, H., & Shi, W. (2021). Travel for mindfulness through Zen retreat experience: A case study at Donghua Zen Temple. *Tourism Management*, 83, 104211.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104211>
- Wijaya, I. P. Y. P., & Prianthara, I. B. T. (2024). Wellness Tourism in Bali: Is it Possible? *International Journal of Science and Society*, 6(2).
<https://doi.org/10.54783/ijsoc.v6i2.1106>
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56., 46-56.
- Yuwono, R., & Astuti, D. W. (2021). Potensi Pengembangan Wellness Hospitality Tourism di Tawangmangu. *Seminar Ilmiah Arsitektur II*