

## INTISARI

Wisata *ecospa* adalah tujuan wisata spa dengan melibatkan wisatawan yang membangun hubungan (kemitraan) dengan masyarakat dalam pemberdayaan masyarakat yang melibatkan faktor sosial, ekonomi dan budaya serta transfer pengetahuan spa melalui pelatihan keterampilan. Pemberdayaan masyarakat dan kemitraan pemasaran dapat mengembangkan ekowisata mencapai keberhasilan. Penelitian ini mengembangkan ekowisata pada usaha spa yang berbasis masyarakat di desa ekowisata Nglanggeran yang terletak di Gunung Kidul, Yogyakarta. *Ecospa* sebagai bagian dari ekowisata. Adaun hal yang berkaitan dengan prinsip ekowisata adalah mengembangkan partisipasi masyarakat dalam bentuk pemberdayaan masyarakat, peningkatan pendidikan dan ketrampilan, pemanfaatan lingkungan, peningkatan kearifan lokal, sosial dan budaya. Keberhasilan ekowisata bermula dari sumber daya manusia, sumber daya alam dan budaya yang berkelanjutan. Pengaruh kemitraan pada pemberdayaan masyarakat memberikan dampak masyarakat dapat berkontribusi pada kebutuhan mereka. Model pemberdayaan dan kemitraan pemasaran wisata *ecospa* menjadi temuan pembaharuan *Ecospa* merupakan spa kesehatan tradisional berbasis masyarakat dimana kelompok masyarakat mengidentifikasi kebutuhan tentang kesehatan jiwa, raga dan pikiran (*soul, body and mind*) dengan potensi ekowisata. wisata *ecospa* adalah tujuan wisata spa dengan melibatkan wisatawan yang membangun kemitraan. Faktor keterkaitan kemitraan dalam pemberdayaan mencakup faktor keterkaitan ke depan (*forward linkage*) berupa *product, price, promotion, place* dan faktor keterkaitan ke belakang (*backward linkage*) berupa *people, planet dan profit*. Kemitraan pemasaran memiliki dimensi *trust, social bonding, empathy dan commitment* yang menjadi keterkaitan dari hulu ke hilir untuk model pemasaran wisata *ecospa*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan riset aksi langsung pada model pemberdayaan masyarakat dan kemitraan pemasaran. Model pemberdayaan masyarakat yang membangun hubungan melalui kemitraan antara pelaku wisata dan wisatawan menjadi faktor penting dalam memasarkan wisata *ecospa*.

**Kata kunci:** Model Pemberdayaan Masyarakat, *Ecospa*, Kemitraan

## **ABSTRACT**

Ecospa tourism is a spa tourism destination by involving tourists who build relationships (partnerships) with the community in community empowerment involving social, economic and cultural factors as well as the transfer of spa knowledge through skills training. Community empowerment and marketing partnerships can develop ecotourism to achieve success. This research develops ecotourism in a community-based spa in the Nglanggeran ecotourism village which was built in Gunung Kidul, Yogyakarta. There are things related to the principle of ecotourism is the development of community participation in the form of community empowerment, improvement of education and skills, environmental improvement, improvement of local wisdom, social and culture. The success of ecotourism boils down to sustainable human, natural and cultural resources. The effect of partnerships on community empowerment provides communities can contribute to their needs. The empowerment and partnership model of ecospa tourism marketing has become a new finding ecospa is a community-based traditional health spa about community needs regarding mental, physical and mental health (soul, body and mind) with the potential developed as ecotourism. Ecospa tourism is a spa tourism destination with tourists who build partnerships. Partnership linkage factors in empowerment include forward linkage factors consisting of products, prices, promotions, places and backward linkage factors consisting of humans, planets and profits. Marketing partnerships have dimensions of trust, social ties, empathy and commitment which are the linkage from upstream to downstream for the ecospa tourism marketing model. This study uses qualitative methods and participatory action research on community empowerment models and marketing partnerships. The community empowerment model that builds relationships through partnerships between tourism entrepreneurs and tourists is an important factor in marketing ecospa tourism.

**Keywords:** Community Empowerment Model, Ecospa, Partnership