

## DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI .....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Keaslian Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	16
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Tinjauan Spa .....	16
2.1.2 Pengertian Spa Modern.....	20
2.1.3 Pengertian Spa Tradisional.....	31
2.2 Landasan Teori.....	33
2.2.1 Ekowisata Kesehatan Spa Tradisional Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Wisata <i>Ecopa</i> ).....	33
2.2.2 Pemasaran Berbasis Relasional Sebagai Kemitraan Dalam Pemberdayaan Masyarakat.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Pemilihan Lokasi .....	57
3.2 Metode Penelitian .....	62
3.3 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.....	64
3.3.1 Populasi.....	64
3.3.2 Sampel.....	65
3.4 Studi Pustaka .....	67
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	67

3.5.1 Observasi (survey lapangan).....	68
3.5.2 Wawancara Mendalam.....	68
3.5.3 Focus Group Discussion (FGD).....	68
3.6 Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	69
3.7 Alat dan Bahan Penelitian.....	70
3.7.1 Alat-Alat Penelitian.....	70
3.7.2 Bahan-Bahan Penelitian.....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>71</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	71
4.1.1 Gambaran Umum Ekowisata Di Desa Nglanggeran .....	71
4.1.2 Keadaan Fisiografi Nglanggeran .....	74
4.2 Wisata Ecospa ( <i>Ecospa Tourism</i> ) .....	75
4.2.1 Proses Pemberdayaan Kelompok Spa Purba Ayu Menuju Wisata Ecospa...	75
4.2.2 Pengembangan Wisata Ecospa Berbasis Pemberdayaan Masyarakat.....	91
4.3 Pengaruh Faktor Keterkaitan ( <i>Linkage</i> ).....	103
4.3.1 Pengaruh Faktor Keterkaitan Ke Depan ( <i>Forward Linkage</i> ) pada Kemitraan Pemasaran Dalam Pemberdayaan Masyarakat .....	103
4.3.2 Potensi Keterkaitan Ke Belakang ( <i>Backward Linkage</i> ).....	109
4.4 Pemberdayaan Masyarakat dan Kemitraan Pemasaran Wisata <i>Ecospa</i> .....	112
4.4.1 Model Kemitraan Dalam Pemasaran Wisata <i>Ecospa</i> .....	112
4.4.2 Pengaruh Faktor Keterkaitan ( <i>Linkage</i> ) Dalam Kemitraan Pemasaran Terhadap Model Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Wisata Ecospa.....	116
4.4.3 Model Kemitraan Dan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Pemasaran Wisata Ecospa Untuk Mereposisi Usaha Spa.....	119
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>128</b>
5.1 Kesimpulan .....	128
5.2 Rekomendasi .....	131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rilief Candi Borobudur .....	17
Gambar 2.2 Tempat Pemandian Tapa Ngambang .....	18
Gambar 2.3 Pemandian Taman Sari Yogyakarta .....	18
Gambar 2.4 Pemandian Sendang Tarub Sukoharjo.....	19
Gambar 2.5 Pemandian Tirta Empul .....	19
Gambar 2.6 Model Pemasaran Berbasis Relasional .....	45
Gambar 2.7 Kerangka Teori Pemasaran Berkesinambungan .....	45
Gambar 2.8 Skema Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 2.9 Model Diagram Tulang Ikan.....	54
Gambar 3.1 Gambar Wilayah Kabupaten Gunung Kidul.....	59
Gambar 3.2 Denah Lokasi Desa Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran Gunung Kidul .....	60
Gambar 3.3 Lokasi Kawasan Ekowisata Gunung Api Purba Nglanggeran Gunung Kidul .....	61
Gambar 4.1 Model Inovasi Kemitraan Pemasaran Wisata Ecospa.....	118
Gambar 4.2 Model Pemberdayaan Masyarakat dan Kemitraan Wisata Ecospa.....	124

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Motivasi Perjalanan Daerah Tujuan Wisata.....	48
Tabel 2,2 Special Interest Tours.....	50
Tabel 4.1 Proses Perencanaan Ecospa .....	76
Tabel 4.2 Tahap Proses Pengkajian .....	81
Tabel 4.3 Tahap Alternatif Program .....	86
Tabel 4.4 Tahap Formalisasi Rencana Aksi .....	87
Tabel 4.5 Tahap Pelaksanaan Program .....	89
Tabel 4.6 Tahap Evaluasi .....	90
Tabel 4.7 Pengaruh Faktor <i>Linkage</i> Terhadap Dime nsi Kemitraan .....	112