

STRATEGI PENGEMBANGAN WINE TOURISM DI HATTEN WINE BALI

Ni Wayan Astri Utami¹, Moch Nur Efendi², I Wayan Eka Mahendra³
^{1,2,3} Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar Bali

e-mail: ¹wyastri@gmail.com, ²fendibenedict10@ipb-intl.ac.id,
³ekamahendra@ipb-intl.ac.id

Abstract

This research aims to develop a strategy for developing educational tourism in Hatten Wine. This research uses a qualitative descriptive approach with interview, observation, documentation and discussion group forum (FGD) methods. The results of this research show several attractions and facilities such as vineyards, wineries and wine cellars. The main facilities that other producers do not have are the oak barrel room and sparkling room, which are the only ones in Indonesia. and there is a Hatten education center as an official institution for certified wine training. For tourist activities that can be done in Hatten, such as seeing the wine making process, how to grow grapes as a basic ingredient for making wine, wine knowledge, wine serving and wine pairing. Various efforts have been made to increase tourist visits, such as creating wine class programs, international certification and wine events. However, development strategies are still needed to increase visits, such as: Creating a wine tourism program and collaborating with travel agents and tour operators in promoting educational tourism programs and also completing tourist facilities such as the new winery that Hatten plans to build which is more spacious and complete.

Keywords: Strategy, Development, Tourism, Education, Wine.

Pendahuluan

Banyak jenis wisata edukasi yang bisa dikembangkan di Bali, salah satunya adalah wisata edukasi yang berbasis *wine*. Selama ini *wine* masih dianggap sesuatu yang tabu dan hanya sebagai minuman alkohol ternyata mempunyai banyak manfaat untuk kesehatan dan di masa sekarang ini minum *wine* merupakan suatu *lifestyle* dimana setiap ada jamuan makan malam *wine* selalu hadir sebagai minuman peneman saat menikmati hidangan. Banyak sisi edukatif yang bisa dipelajari dari *wine*, misalkan dari sisi kesehatan, *wine* sebagai minuman alkohol bermanfaat untuk kesehatan seperti untuk mencegah penyakit kanker, memelihara kesehatan otak dan fungsi memori, menjaga kesehatan jantung, menjaga kesehatan mulut dan gigi dan menurunkan kadar gula darah (Wurz, 2019). Selain mengedukasi di bidang kesehatan wisatawan juga bisa belajar bagaimana proses pembuatan *wine*, fasilitas apa saja yang diperlukan dalam pembuatan *wine*, cara menikmati *wine* dan pengetahuan mengenai *wine pairing* (memasangkan *wine* dengan makanan yang tepat). UNWTO mengakui *wine tourism* sebagai bagian dari wisata gastronomi dan budaya. *Wine* dapat juga sebagai elemen kunci untuk destinasi pariwisata yang baru berkembang. Selain itu, wisatawan dapat merasakan budaya dan gaya hidup di destinasi tersebut sambil mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan (Santos, 2021). *Wine* adalah salah satu jenis minuman alkohol, jadi sudah seharusnya masyarakat diberikan edukasi cara untuk menikmati *wine* itu sendiri dengan tidak berlebihan dan mengutamakan kesehatan (Filopoulos, 2019).

Wisata edukasi berbasis *wine* ini juga penting untuk dikembangkan di Bali sebagai tujuan pariwisata dunia dimana wisatawan yang berkunjung pada umumnya sudah terbiasa untuk mengonsumsi *wine*. Diperlukan sumber daya manusia yang ahli dalam bidang *wine* yang disebut dengan istilah *wine sommelier* yang merupakan profesi *wine master*, biasanya setiap hotel bintang lima mempunyai satu orang khusus yang memang mampu memberikan

pelayanan saat menyajikan *wine* serta memasangkan satu *wine* dengan tepat dengan makanan tertentu atau *wine pairing* (Leonardi, 2019). Menurut ketua BSA (*Bali Sommelier Association*) permintaan profesi *sommelier* saat ini terbilang banyak di luar negeri seperti di Dubai dan negara-negara Asia, namun peminatnya masih terbilang sedikit. Hal itu disebabkan oleh minimnya ketertarikan anggota masyarakat yang mau mempelajari mengenai profesi *sommelier* disamping stigma yang ditempelkan pada *wine* merujuk sesuatu yang tabu. Oleh sebab itu pendidikan mengenai *wine* perlu disosialisasikan lebih awal melalui pengembangan paket wisata edukasi jadi belajar sambil berwisata.

Wisata edukasi berbasis *wine* bisa dinikmati oleh para pelajar, orang - orang yang berkecimpung di dunia perhotelan dan juga oleh khalayak umum seperti para pengusaha yang ingin mempelajari cara menikmati *wine* dan filosofi dari *wine*. Pengusaha senantiasa menghadiri jamuan makan malam bersama rekan kerja baik dalam maupun luar negeri, tidak sedikit pengusaha yang tidak mengetahui cara untuk menikmati *wine* yang baik dan benar (Olaru, 2012). Dalam SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia) di salah satu unit kompetensi menyatakan kemampuan untuk menyajikan *wine* merupakan salah satu unit yang harus diujikan dan menjadi salah satu syarat peserta uji kompetensi untuk dinyatakan kompeten dalam bidang *Food and Beverage Service*. Wisata edukasi berbasis *wine* ini diharapkan bisa menjadi salah satu cara untuk menarik minat pelajar untuk mempelajari *wine* dengan cara melihat langsung dari proses pembuatan *wine* sampai mempelajari cara penyajian dan menikmati *wine* dalam satu paket wisata.

Wisata edukasi *wine* juga bisa dilakukan oleh orang-orang yang tidak boleh mengkonsumsi alkohol misalnya tokoh ulama, ibu hamil, anak - anak di bawah umur. Kegiatan yang bisa dipelajari selama melakukan wisata edukasi *wine* yaitu mempelajari ilmu pemeliharaan anggur (*viticulture*) seperti bagaimana cara menanam anggur, cara memilih kualitas anggur yang baik, dan proses melakukan panen anggur yang benar. Sehingga paket wisata edukasi berbasis ini tidak hanya bisa dinikmati oleh wisatawan yang menggemari *wine* tetapi masyarakat umum bahkan anak-anak sekolah yang ingin mengetahui proses penanaman anggur, memilih anggur untuk dipanen, mengetahui proses pengolahan anggur sampai bisa menjadi suatu produk yang bisa dijual (Wisudawati, 2019).

Bali memiliki perkebunan anggur yang luas di daerah Singajara yang tersebar di 3 desa yaitu Gerokgak, Sanggalangit dan Seririt. Daerah Singaraja merupakan salah satu kabupaten penghasil anggur lokal yang ada di Bali. Anggur merupakan tumbuhan yang memerlukan sinar matahari untuk melakukan proses fotosintesis sehingga pembuahan bisa terjadi semakin panas cuaca semakin manis buah yang dihasilkan tentunya disesuaikan juga dengan jenis anggur yang ditanam, oleh karena itu Singaraja menjadi salah satu daerah penghasil anggur di Bali (Dinas Pertanian Buleleng, 2018). Singaraja sendiri berada di Bali Barat dimana jarak tempuhnya hingga 3 jam dari Denpasar Airport, jika wisatawan ingin berkunjung ke Singaraja sebaiknya tinggal dan bermalam disana. Pengembangan wisata edukasi berbasis *wine* diharapkan bisa membantu masyarakat yang mempunyai kebun anggur, selain menghasilkan anggur yang bisa dijual nantinya, kebun anggur juga bisa dijadikan destinasi wisata sekaligus memperkenalkan cara bercocok tanam anggur kepada wisatawan. Pengembangan wisata edukasi juga diharapkan dapat membantu Singaraja untuk mengembangkan pariwisata dan mempromosikan destinasi wisata yang berada di sekitar perkebunan anggur agar bisa lebih dikenal. Sesungguhnya, anggur Bali merupakan salah satu buah lokal Bali dimana pada jaman sebelum *wine* mulai diproduksi harga anggur lokal hanya berkisar Rp150,00 hingga Rp1.000,00/ kg. Anggur Bali pada umumnya memiliki rasa yang agak kecut dan masam, sehingga kurang digemari (Tanilink.com, 2020). Rendahnya harga buah anggur lokal menjadi tantangan bagi pelaku pariwisata untuk membantu masyarakat lokal singaraja untuk bisa meningkatkan taraf perekonomian masyarakat setempat dengan cara membeli, mengolah dan mempekerjakan masyarakat lokal di perkebunan anggur untuk bersama – sama mengolah anggur yang dihasilkan menjadi produk *wine* yang mendunia. Jika ditelusuri lebih lanjut

anggur yang ada di Bali saat ini merupakan hasil pembiakan anggur jenis *alphonse lavallee* yang berasal dari Perancis, tetapi sampai saat ini tidak ada yang tau pasti siapa yang membawa bibit anggur ini hingga tumbuh dan berkembang di Bali.

Berdasarkan potensi wisata edukasi berbasis *wine* dapat dikembangkan di Bali dan *Wine* yang menjadi suatu *lifestyle* di masa sekarang ini. Sehingga menuntut lebih banyak sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu untuk memberikan pelayanan saat menyajikan *wine*. Pengetahuan mengenai *wine* bisa diberikan melalui wisata edukasi yang merupakan kegiatan berwisata sambil belajar. Kegiatan ini diharapkan menarik dan membantu mahasiswa lebih mudah dalam menerima pembelajaran. Penelitian ini menjadi sangat penting dalam menyusun alternatif jenis pariwisata baru yang bisa dikembangkan di Bali. Selain wisata budaya diharapkan mampu menarik minat wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara.

Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Pranadewi, (2018) *Wine* adalah jus anggur yang di proses fermentasi dimulai dari anggur dihancurkan dan berakhir ketika semua gula telah dikonversi menjadi alkohol. *Wine* adalah jenis minuman dengan kadar alkohol antara 14 sampai 16%, rata-rata 15%. *Wine* merupakan minuman bergensi yang didapatkan dengan cara peragian (fermentasi) sari buah anggur segar (Marsum, 2005). *Wine* dapat dijadikan *wine tourism* yang merupakan jenis wisata yang berfokus pada pencicipan dan pembelian *wine* yang diselenggarakan di tempat pembuatan produk tersebut, bisa dalam bentuk kunjungan ke *wineries*, *vineyard*, atau festival *wine* tertentu (Filopaulos, 2019). *Wine tourism* membutuhkan minat khusus wisatawan sebagai penggerak motivasi untuk mengunjungi destinasi. Wisatawan berkunjung tidak terbatas pada gerai anggur, kilang anggur, dan objek wisata lain di sekitarnya. Carlsen et al. (2013) menunjukkan salah satu definisi wisata anggur yang paling banyak digunakan adalah dari sudut pandang pengunjung. Sementara itu, Hall (2002) telah mendefinisikan wisata anggur sebagai kunjungan ke kebun anggur, kilang anggur, festival anggur, dan pertunjukan anggur untuk mencicipi *wine* dan atribut-atribut *wine* di suatu daerah merupakan faktor pendorong utama bagi pengunjung.

Selanjutnya menurut Carlsen (2017) wisata anggur memiliki banyak dimensi. Pertama, dari tujuan sudut pandang, itu adalah strategi untuk mengembangkan dan memasarkan atraksi terkait anggur. kedua, dari sudut pandang pelanggan, itu adalah motivasi dan sikap mereka terhadap *wine tourism*, dan ketiga, dari sudut pandang produsen anggur kesempatan untuk mendidik dan menjual anggur mereka langsung ke pelanggan. Pada saat ini, wisata anggur dapat didefinisikan sebagai peluang pemasaran bagi kilang anggur untuk mengedukasi dan menjual produknya langsung ke konsumen (Getz & Brown, 2006). Masih menurut Carlsen (2017) *Wine Tourism* didefinisikan sebagai kunjungan ke kebun anggur, kilang anggur, festival anggur, dan pertunjukan anggur untuk mencicipi anggur anggur dan/atau melakukan kegiatan *wine tourism* adalah motivasi utama faktor pengunjung. Berdasarkan tinjauan literasi strategi pengembangan wisata edukasi di Hatten dapat dilakukan dengan pengembangan *wine tourism* yang berkelanjutan dan berkearifan lokal.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang digunakan berupa data yang bersifat verbal, berupa opini, teks, wacana, dan lain-lain. Data diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan forum grup diskusi (FGD). Informan dalam penelitian ini adalah pemangku kepentingan (*stakeholder*) pariwisata.

Hasil dan Pembahasan

Hatten *Wines* merupakan salah satu produsen *wine* yang berpusat di Bali. Hatten *Wines* pertama kali didirikan pada tahun 1994 oleh Ida Bagus Rai Budarsa. Sebelum Hatten *Wine* ayahanda dari Bapak Rai Budarsa sudah lebih dulu membuka pabrik arak dan berem Bali

yang dikenal dengan nama Arak Dewi Sri, dimana lokasi pabrik dari arak ini bersebelahan dengan Hatten *Winery*. Bapak rai awalnya tertarik dengan *wine* ketika beliau berkunjung ke Australia dan menikmati segelas *wine* yang kemudian beliau berpikir kenapa kita tidak mengolah anggur lokal Bali menjadi produk *wine* yang bisa dinikmati oleh masyarakat luas. Dari sinilah beliau mulai mengembangkan usahanya untuk memproduksi produk *wine* yang bahannya sebagian besar bersumber dari buah anggur lokal. Produk pertamanya adalah *Rosé Wine* yang menjadi andalan Hatten *Wines* hingga saat ini. Hatten *Wines* memang cocok bagi musim yang ada di Bali dengan memperkenalkan *wine* dingin yang memiliki cita rasa sempurna bagi penikmat-nya.

Tujuan utama perusahaan ini adalah untuk menghasilkan *wine* berkualitas yang cocok untuk pasangan iklim tropis dan makanan pedas yang lezat khas Indonesia. Rai Budiarsa telah menjadi pelopor pembuat *wine* di Asia dengan memproduksi Hatten *Wines* dan *Two Islands* yang diberi kehormatan menjadi salah satu juri dalam *Wine for Asia Awards in 2011*. Hatten *Wines* merupakan *wine* pertama dan satu-satunya *wine* yang menawarkan cita rasa khas Bali. Saat ini produk Hatten *Wines* termasuk dalam 10 besar produsen dengan pencapaian tercepat di Asia. Dengan ini semakin membuat perusahaan terus mengembangkan diri untuk memproduksi *wine* dengan kualitas dan rasa yang berstandar internasional. Beberapa produk Hatten *Wines* antara lain *Aga White Wine*, *Aga Red Wine*, *Alexandra Wine*, *Rose Wine*, *Tunjung Sparkling Wine*, *Jepun Sparkling Wine* dan *Pino de Bali*.

Daya tarik dan fasilitas wisata yang dimiliki Hatten lengkap dan mendukung pengembangan wisata edukasi berbasis *wine tourism* mulai dari *vineyard*, *winery* dan *wine cellar* yang dilengkapi dengan fasilitas pembelajaran di Hatten *education centre*. Fasilitas unggulan yang dimiliki Hatten yaitu *vineyard* yang luas dan terbuka untuk wisatawan, *winery* dengan ruangan *Oak Barrel* dan ruangan *Sparkling* satu - satunya di Indonesia.

Aktivitas Wisata Edukasi di Hatten *Wine*. Aktivitas wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan sehingga memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Berikut adalah aktivitas wisata yang bisa dilakukan wisatawan sebagai salah satu tujuan wisata edukasi yang ada di Bali diantaranya melihat proses pembuatan, pengemasan dan pengiriman.

Wisatawan bisa melihat proses pembuatan *wine* di *winery* Hatten *Winery* yang berlokasi di Sanur area tepatnya di Jalan Tondano No 1 yang ditempuh hanya 15 menit dari *wine cellar*. Di *winery* ini wisatawan bisa melihat proses dari pengolahan anggur hingga *botoling* atau di *aging* di dalam *oak barrel*. Hatten *Winery* tidak terbuka untuk wisatawan umum hanya untuk relasi dari perusahaan Hatten itu sendiri. Anggur dibawa ke *winery* saat *dini* hari menjelang pagi dari perkebunan anggur yang berlokasi di Singaraja, ini bertujuan agar anggur tidak terkena sinar matahari sehingga keadaan anggur masih segar dan siap untuk diolah. Proses pertama yang dilakukan adalah anggur akan dipisahkan dengan batang dengan menggunakan tenaga mesin, untuk selanjutnya anggur di *pressing* (diperas) dan dipisahkan antara kulit anggur dan jus anggur. Selanjutnya dilakukan proses fermentasi yaitu menambahkan *yeast* (ragi) dan gula ke dalam jus anggur, untuk proses fermentasi ini memerlukan waktu 2 sampai 3 minggu kemudian *wine* siap untuk di masukkan ke botol. Hatten merupakan satu - satunya *winery* yang memiliki ruangan *oak barrel* di Indonesia. *Oak Barrel* adalah tangki penyimpanan *wine* yang terbuat dari kayu oak dan yang digunakan untuk menyimpan *wine* dan untuk menambahkan aroma dan rasa pada *wine* itu sendiri. Selain ruangan *oak barrel* di Hatten *Winery* ini bisa juga menjumpai ruangan penyimpanan *sparkling wine* yaitu *wine* yang mengandung karbon dioksida. Hatten memproduksi *sparkling wine* dengan metode *Champagnoise* atau metode tradisional yaitu dengan cara menambahkan *yeast* ke dalam *wine* yang sudah dibotoling untuk selanjutnya difermentasi kembali.

Wisatawan mempelajari penanaman, memanen dan memilih anggur yang berkualitas di *Vineyard* Aktivitas wisata berikutnya adalah wisatawan bisa mempelajari proses penanaman, mengetahui jenis *grape varietas* lebih banyak, cara memanen anggur yang baik dan berkualitas. Hatten *vineyard* memiliki luas lahan sebesar 45 hektar, yang tersebar di 3 desa di

singaraja yaitu di sanggalangit, Pemuteran dan Seririt diperlukan waktu kurang lebih 3,5 jam untuk menempuh perjalanan ini dari Denpasar. Kawasan perkebunan anggur yang bisa dikunjungi adalah sanggalangit yang memiliki luas area 12 hektar. Hatten satu - satunya perusahaan *wine* yang memiliki perkebunan anggur sendiri, beberapa perusahaan *wine* lain biasanya membeli anggur dari para petani anggur yang ada di daerah singaraja, sehingga buah yang didapatkan tidak berasal dari perkebunan yang sama sehingga rasa akan berbeda. Berbeda dengan pihak Hatten, karena perkebunan milik sendiri Hatten bisa memasok anggur sendiri, menentukan jenis anggur apa yang bisa ditanam dan hasil panen dari anggur tersebut akan digunakan untuk membuat *wine* jenis apa.

Di perkebunan milik Hatten ini wisatawan bisa menikmati keindahan perkebunan anggur dan juga mempelajari bagaimana cara untuk menanam anggur, merawat dan memilih anggur yang memiliki kualitas yang bagus. Selain itu di perkebunan Hatten wisatawan juga bisa menikmati makan siang di tengah perkebunan. Jadi tidak hanya pengalaman wisata yang mengesankan yang didapat tetapi juga ilmu pengetahuan ketika wisatawan berkunjung ke Hatten *vineyard*. Waktu Panen untuk anggur yang tumbuh di daerah tropis seperti di perkebunan Hatten memerlukan waktu selama 120 hari untuk melakukan satu kali panen dan Hatten yang mengelola sendiri perkebunannya dan cukup untuk memenuhi keperluan produksi, dengan kata lain Hatten tidak pernah kehabisan bahan baku untuk pembuatan *wine*. Jika dibandingkan dengan *vineyard* yang berada di Negara lain yang memiliki empat musim, Negara tersebut hanya mampu memanen anggur satu kali setahun pada saat *summer* (Musim panas). Anggur memerlukan sinar matahari untuk melakukan fotosintesis untuk menghasilkan buah anggur dengan rasa manis, sehingga suhu dan musim sangat mempengaruhi. Kebun anggur milik Hatten ini tidak saja dikunjungi oleh para menikmati *wine* tetapi juga wisatawan lain yang tertarik dengan ilmu pertanian yang ingin belajar lebih jauh tentang cara menanam, perawatan dan cara memanen buat anggur. Saat berkeliling perkebunan anggur wisatawan akan ditemani oleh staff dari perkebunan sembari menjelaskan tentang cara penanaman dan jenis anggur yang ditanam, sambil wisatawan bisa memetik anggur untuk langsung dinikmati. Berikut merupakan paket wisata yang ditawarkan oleh Hatten jika ingin berkunjung ke perkebunan nya.

Wisatawan bisa mempelajari *wine knowledge*, *wine serving* dan *wine pairing* yang bagi para wisatawan sangat antusias bisa mempelajari mulai dari *wine knowledge*, *wine serving* dan *wine pairing* saat berkunjung ke *cellar door* dan mengikuti *class program* dari Hatten Education Centre berada di Hatten Wine Cellar yang berlokasi di Jalan By Pass Ngurah Rai 393 Sanur. *Wine cellar* ini termasuk salah satu fasilitas yang dimiliki Hatten, dimana di *wine cellar* ini wisatawan bisa membeli secara langsung produk - produk dari Hatten Wine, selain itu wisatawan juga disediakan fasilitas untuk menikmati *wine*. Seperti ruangan *indoor* dengan kapasitas 30 sampai 50 orang, ruangan *outdoor* serta *chef handle* untuk menyiapkan hidangan. Beberapa paket menarik ditawarkan oleh pihak Hatten seperti paket *lunch* dan *dinner* yang disertai *wine*. Ada juga kegiatan *wine pairing* yaitu mencocokkan makanan dengan jenis *wine* tertentu, khususnya masakan nusantara atau masakan lokal. Hidangan Indonesia terkenal dengan rasa pedas, bumbu rempah dan rasa manis tentunya hal ini perlu disesuaikan dengan jenis *wine* apa yang cocok sehingga menimbulkan rasa dan sensasi yang pas dimulut. *Wine* yang tepat sangat mempengaruhi tamu untuk memesan suatu hidangan, semakin tepat *wine* yang disajikan semakin enak hidangan itu untuk dinikmati. Untuk mempelajari semua kegiatan di atas seperti *wine knowledge* dan *wine pairing* terdapat suatu lembaga resmi yaitu Hatten education centre yang merupakan lembaga pelatihan kerja yang berfokus pada pelatihan *wine* dan *spirit*. Bagi wisatawan yang ingin belajar *wine* lebih banyak maka tempat ini menjadi daya tarik tersendiri. Banyak mahasiswa dari luar Bali yang berkunjung ke Hatten Wine untuk mempelajari *wine* baik basic *wine knowledge* maupun program *wine* lainnya seperti WSET (*Wine & Spirit Education Thrust*) yang bersertifikasi International dari UK.

Berbagai upaya sudah dilakukan oleh Hatten Wine untuk mengembangkan baik

penjualan produk maupun wisata edukasi seperti: Program Hatten *Wine* yang memiliki 3 jenis program yang ditawarkan kepada masyarakat yaitu *wine program*, *International Certification* dan *Wine Event*. Peminat dari program ini datang dari masyarakat umum, mahasiswa, hingga insan pariwisata yang ingin mengetahui lebih banyak tentang *wine*. Beberapa program *international certification* bisa diikuti di Hatten *education centre*. Beberapa *event* yang sudah diselenggarakan oleh Hatten *Wine* untuk meningkatkan kunjungan wisatawan seperti: Pengenalan *Basic Wine Knowledge*, *Wine Masterclass* Surabaya, *Wine Education Week*, *Wine Festival*, *Online Learning Program*, Webinar, dan *Food Pairing*. Strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, diantaranya:

(a) *Wine Tourism Program*

Program *wine tourism* dapat diterapkan mulai dari kunjungan ke *Vineyard* untuk mempelajari ilmu tentang pertanian anggur sekaligus wisatawan bisa diajak berkunjung ke destinasi lain yang berada di dekat perkebunan, bisa juga bekerjasama dengan hotel sekitar untuk menyediakan akomodasi. Setelah *vineyard* kunjungan dilanjutkan ke *winery* dan *cellar door* untuk mempelajari mengenai *wine* dengan memilih salah satu program yang ada, kunjungan ditutup dengan *dinner* di Hatten sambil menikmati *wine pairing*.

(b) Bekerja sama dengan *Travel agent* dan *Tour Operator*

Travel agent sebagai salah satu sarana promosi untuk membantu mempromosikan *wine tourism* sebagai salah satu wisata edukasi yang bisa dilakukan wisatawan saat berkunjung ke Bali. *Travel agent* bisa membuat Paket tour untuk kunjungan wisata ke daerah Singaraja sambil menyelipkan kunjungan ke Hatten *vineyard*, yang kemudian dilanjutkan untuk kunjungan ke *winery* dan *wine testing di cellar door*.

(c) *Signature Dish*

Dengan berbagai macam produk Hatten yang sudah mendunia, dari segi rasa sudah tidak perlu diragukan lagi. Salah satu upaya yang bisa dilakukan Hatten *Wine* adalah membuat *signature dish* dengan menggunakan salah satu dari produk Hatten sebagai bahan utamanya, yang kemudian bisa ditambahkan pada menu yang bisa didapatkan pengunjung jika berkunjung ke restoran di *cellar door*.

(d) Mempromosikan Hatten *education centre* Go Nasional dan Internasional

Mempromosikan Hatten *education centre* beserta program- programnya di kancah nasional maupun internasional dengan cara menawarkan program *wine* ke kampus – kampus pariwisata di seluruh Indonesia maupun asia tenggara, Seperti yang diketahui di Indonesia hanya Bali yang memiliki fasilitas lengkap untuk belajar *wine*.

(e) Membuat kelas *wine pairing* dengan makanan yang sedang viral

Hatten bisa mencoba melakukan *wine pairing* dengan makanan yang sedang viral di masyarakat, akan lebih bagus jika saat *pairing* ditemani oleh seorang selebgram atau celebrity chef, sehingga acara yang dibuat akan lebih menarik.

Simpulan dan Saran

Fasilitas wisata yang dimiliki Hatten lengkap dan mendukung pengembangan wisata edukasi berbasis *wine tourism* mulai dari *vineyard*, *winery* dan *wine cellar* yang dilengkapi dengan fasilitas pembelajaran di Hatten *education centre*. Fasilitas unggulan yang dimiliki Hatten yaitu *vineyard* yang luas dan terbuka untuk wisatawan, *winery* dengan ruangan *Oak Barrel* dan ruangan *Sparkling* satu - satunya di Indonesia. Aktivitas wisata yang bisa dilakukan wisatawan saat berkunjung ke Hatten *Wine* diantaranya wisatawan bisa melihat langsung proses pembuatan *wine* sambil berdiskusi dengan pakarnya, wisatawan bisa belajar secara langsung proses penanaman anggur, cara memanen dan faktor yang mempengaruhi perkembangan tanaman anggur, wisatawan juga bisa mempelajari mengenai *wine knowledge*, *wine serving* dan *wine paring* di Hatten *Education centre* dengan tenaga pengajar yang tersertifikasi dan berpengalaman. Strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh pihak Hatten *Wine* yaitu membuat program *wine tourism* untuk membangkitkan wisata pedesaan,

lebih meningkatkan kerjasama dengan *travel agent*, untuk mempromosikan *edutourism*, mempromosikan wisata edukasi ini ke sekolah dan kampus pariwisata dan juga industri perhotelan, dan melengkapi fasilitas wisata edukasi salah satunya dengan merealisasikan pembuatan *winery* baru yang lebih lengkap.

Berdasarkan simpulan yang telah dijabarkan, maka dapat diajukan saran diantaranya (a) Lebih meningkatkan menjalin kerjasama dengan *travel agent* dan *tour operator* untuk penjualan program wisata edukasi berbasis *wine* ini. Selain dengan *travel agent* kerjasama dan promosi bisa dilakukan dengan beberapa kampus pariwisata, dan industri perhotelan yang ingin mempelajari tentang *wine* lebih banyak, (b) Melengkapi fasilitas wisata yang mendukung pengembangan wisata edukasi di Hatten *Wine* bali. Seperti pembangunan *winery* baru dengan fasilitas yang lebih lengkap dan memadai untuk dikunjungi wisatawan, dan (c) Membuat program yang lebih menarik misalkan *wine tourism* berwisata sambil belajar *wine*. Diharapkan *wine tourism* ini mampu meningkatkan wisata pedesaan, paket wisata *wine tourism* bisa dibuat dari mengunjungi *Vineyard* di singaraja sambil beraktivitas berkebun anggur setelah itu berkunjung ke destinasi lain di seputaran *winery* dan bermalam di singaraja, kemudian kegiatan *wine tourism* dilanjutkan ke *winery*, kemudian *wine cellar* untuk belajar *wine* dan ditutup dengan dinner sambil melakukan *wine pairing*.

Daftar Pustaka

- Carlsen, J. (2017). *Personal Perspectives on Wine Tourism.*" *Wine Tourism - Perfect Partners*, Proceedings of the First Australian Wine Tourism Conference, Bureau of Tourism Research, in press.
- Carlsen et al, (2013) *The First Australian Wine Tourism Conference*, *Tourism Management*, 20(4): 367–368.
- Filopoulos, S (2019) *Designing Sustainable and Responsible Wine Tourism Experiences*, *Wine in Moderation (WiM) Association*, Avenue des Arts 43, 1040 Brussels, Belgium.
- Filopoulos, S. (2019) *Designing Sustainable and Responsible Wine Tourism Experiences*, *Wine in Moderation (WiM) Association*, Avenue des Arts 43, 1040 Brussels, Belgium
- Getz, D., & Brown, G (2006). *Critical Success Factor for Wine Tourism Region: A Demand Analysis.*,27(1), 146 – 158. Doi: 10.1016/j.tourman.2004.08.002
- Hall, M., Longo, A.M., Mitchell, R., & Johnson, G. (2002). *Wine tourism in New Zealand*. In: C.M. Hall, L. Sharples, B. Cambourne and N. Macionis (Eds.), *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets* (pp. 150–176), Oxford: Elsevier Science
- Leonardi, R. J (2019) *Cultural Artifacts Transform Embodied Practice: How a Sommelier Card Shapes the Behavior of Dyads Engaged in Wine Testing*, *Frontiers in Psychology*, DOI 10.3389/fpsyg.2019.02671.
- Marsum, W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta.
- Olaru, O (2012), *Wine Tourism an Opportunity for The Development of Wine Industry*.
- Pranadewi, M.A (2018). *Perbandingan Karakteristik Two Island Wine (lokal wine) dan Wine California dengan Berbahan Dasar Grape Variety Pinonoir (Perbandingan melalui studi uji organoleptic)*, *Jurnal Kepariwisata*, ISSN: 1412-5498
- Santos, C (2021) *Towards a Framework of the Global Wine Tourism System Call for papers: Handbook «Sustainable consumption and quality of life: towards integrating consumer policy strategies for improved life quality» View project VUCA & Tourism Marketing View project*, DOI 10.1108/JOCM-11-2020-0361.
- Wisudawati, N (2019) *Development of vineyard agritourism through educational tour packages to sustain the local potential*, *International Journal of social sciences and humanities*, DOI 10.29332/ijssh. v3n2.336.
- Wurz, D (2019) *Wine and health: A review of its benefits to human health*, *BIO Web of Conferences*, DOI 10.1051/bioconf/20191204001.