



Pengembangan Pariwisata Pantai Merta Sari Sanur Melalui Pemasaran Digital dengan Konsep Tri Hita Karana untuk Mendukung Eco Tourism di Bali

I Komang Sumerta*, I Wayan Meryawan, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawan, I Gusti Putu Agung Widyagoca, I Kadek Dwi Diatmika

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ngurah Rai

*Corresponding Author. Email: komang.sumerta@unr.ac.id

Abstract: This service activity aims to develop environment-based local tourism destinations through digital marketing with the Tri Hita Karana concept to support Eco Tourism in Bali. This service method uses education, training, mentoring, evaluation and sustainability. The results of this service show that digital-based tourism marketing is able to provide awareness to the wider community, especially domestic and international tourists about the existence and facilities of tourist objects owned by Mertasari Beach. This tourist awareness will be able to increase the level of tourist visits to Mertasari Beach so that the economy of the surrounding community can also increase. Of course, the increase in tourist visits cannot be separated from tourism objects that must always provide a comfortable, clean and beautiful atmosphere in line with the Palemahan concept in Tri Hita Karana.

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan destinasi pariwisata lokal berbasis lingkungan melalui pemasaran digital dengan konsep Tri Hita Karana untuk mendukung Eco Tourism di Bali. Metode pengabdian ini menggunakan edukasi, pelatihan, pendampingan, evaluasi dan keberlanjutan. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pemasaran pariwisata berbasis digital ini mampu memberikan awareness kepada masyarakat luas khususnya wisatawan domestik maupun internasional tentang keberadaan dan fasilitas obyek wisata yang dimiliki Pantai Mertasari. Awareness wisatawan ini akan mampu meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Mertasari sehingga perekonomian masyarakat sekitar juga dapat meningkat. Tentunya meningkatnya kunjungan wisatawan tidak terlepas dari obyek wisata yang harus selalu memberikan suasana yang nyaman, bersih dan asri sejalan dengan konsep Palemahan dalam Tri Hita Karana.

Article History:

Received: 24-07-2022
Reviewed: 23-08-2022
Accepted: 10-09-2022
Published: 18-11-2022

Key Words:

Tri Hita Karana; Eco Tourism; Digital Marketing; Tourism.

Sejarah Artikel:

Diterima: 24-07-2022
Direview: 23-08-2022
Disetujui: 10-09-2022
Diterbitkan: 18-11-2022

Kata Kunci:

Tri Hita Karana; Eco Tourism; Pemasaran Digital; Pariwisata.

How to Cite: Sumerta, I., Meryawan, I., Suryawan, T., Widyagoca, I., & Diatmika, I. (2022). Pengembangan Pariwisata Pantai Merta Sari Sanur Melalui Pemasaran Digital dengan Konsep Tri Hita Karana untuk Mendukung Eco Tourism di Bali. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 420-427. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.5657>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.5657>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Masa pandemi Covid-19 saat ini Bali mengalami dampak terburuk dari sisi ekonomi dimana perekonomian Bali sebagian besar bergantung pada sektor pariwisata. Pembatasan perjalanan serta kegiatan masyarakat memaksa Bali untuk menutup diri dari wisatawan baik nasional maupun internasional, meskipun saat ini wisatawan domestik sudah mulai diijinkan kembali dengan menerapkan protokol kesehatan yang sangat ketat. Berdasarkan data yang publikasikan oleh Badan Pusat Statistik (2020) menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 ini memberikan dampak negatif yang sangat besar pada sektor pariwisata Bali, hal ini ditunjukkan dengan menurunnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara. Pertumbuhan



Ekonomi Bali mengalami penurunan terendah di Indonesia yaitu sebesar -9,31% jauh dibawah rata-rata pertumbuhan Ekonomi Nasional Tahun 2020 sebesar -2,07%. Penurunan perekonomian Bali yang begitu signifikan dan terburuk se-Indonesia mengindikasikan bahwa industry pariwisata sangat rentan apabila dijadikan penopang utama perekonomian Bali, sehingga diperlukan alternatif guna pembangunan perekonomian Bali kedepannya (Santosa & Saraswati, 2020; Sumerta & Rai, 2021).

Pariwisata merupakan tulang punggung perekonomian Bali sebelum, saat dan sesudah pandemic Covid-19. Bali memiliki berbagai destinasi pariwisata yang sangat potensial untuk dikembangkan dan dikunjungi oleh wisatawan, salah satunya adalah Pantai Merta Sari yang terletak di Desa Sanur Kauh. Dalam laporan World Tourism Organization tahun 1996 mengemukakan bahwa walaupun pariwisata dapat memberikan manfaat yang tinggi bagi kesejahteraan masyarakat, namun pariwisata pula dapat memberikan salah satu kerusakan lingkungan terutama dalam hal pembangunan infrastruktur yang dapat merusak alam. Seiring dengan tuntutan terciptanya pembangunan yang berkelanjutan serta kegiatan pariwisata yang ramah lingkungan, Negara-negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya melalui mengembangkan jenis pariwisata ekologis atau yang lebih dikenal sebagai ekowisata (Shasha et al., 2020).

Ekowisata ini lebih dari sekedar kelompok pecinta alam yang berdedikasi, sebagai gabungan berbagai kepentingan yang muncul dari kepedulian terhadap masalah sosial, ekonomi dan lingkungan. Bagaimana membuat devisa masuk kembali sehingga konservasi alam dapat membiayai dirinya sendiri merupakan inti dari cabang baru ilmu ekonomi hijau pembangunan berkelanjutan ini (Carvache-Franco et al., 2020). Pengembangan pariwisata berkelanjutan, seperti disebutkan dalam Piagam Pariwisata Berkelanjutan pada tahun 1995 merupakan pembangunan yang dapat didukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika, dan sosial terhadap masyarakat. Artinya bahwa pembangunan berkelanjutan adalah upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan (Haryanto, 2013; Purnawan & Sardiana, 2018).

Kendala keterbatasan infrastruktur fisik dan dana tentu menjadi permasalahan di beberapa desa wisata. Akan tetapi, kendala utama sebenarnya terletak dari manajemen pengelolaan desa wisata itu sendiri, khususnya dalam implementasi dari aspek lingkungan (Palemahan) dalam pengembangan Desa Wisata yang nantinya menjadi keunggulan utama Desa Wisata tersebut dalam menarik wisatawan. Sejalan dengan peningkatan Gerakan pengembangan ekowista, pemerintah Provinsi Bali sangat serius dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal Bali. Bali yang sangat kental dengan budaya lokal dan tradisi-tradisi yang terus dipegang teguh oleh masyarakatnya dalam setiap sendi – sendi kehidupan bermasyarakat sehari-hari, menjadikan Bali memiliki pondasi yang sangat kuat dalam pengembangan ekowisata pariwisata. Kearifan lokal Bali yang masih dipegang teguh oleh masyarakat dalam kehidupan bermasyarakat di bali salah satunya adalah konsep Tri Hita Karana (Mahyudin et al., 2020; Udayana, 2017).

Pariwisata saat ini terus diarahkan menuju kepada pariwisata yang berbasis lingkungan untuk mendukung *green economy* serta berbasis kearifan lokal yang bisa menjadi akar dari budaya serta pariwisata itu sendiri, salah satunya adalah konsep Tri Hita Karana khususnya Palemahan yang menjasi konsep dasar atau filosofi masyarakat Hindu Bali dalam berkehidupan bermasyarakat (Udayana, 2017). Pemasaran destinasi wisata perlu memperhatikan strategi pemasaran berbasis digital, mengingat pergeseran perilaku



masyarakat dalam konsumsi terus berkembang seiring pesatnya kemajuan era digital, sehingga perilaku konsumen dalam mencari informasi bagi pemasaran digital akan memperhatikan informasi yang tersedia melalui sosial media antara lain melalui proses *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share* (Ištvani et al., 2017; Nurwahidah et al., 2020; Sumerta et al., 2019). Untuk mendapatkan siklus perilaku konsumen yang berbasis digital perlu didukung dengan mengoptimalkan pemasaran melalui *Search Engine Optimization* (SEO) untuk memaksimalkan pemanfaatan pemasaran digital salah satunya dengan penggunaan *Ads Word* (Berman & Katona, 2013; Bhandari & Bansal, 2018; Karisma et al., 2019).

Pariwisata Sanur merupakan bagian wilayah dari kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar memiliki wilayah pesisir yang cukup luas, membentang dari Utara mulai dari pantai Padanggalak, Matahari Terbit, Sindu, pantai Karang, Duyung, Semawang sampai ke Selatan, kemudian belok ke arah Barat menuju pantai Mertasari dan pantai Pengembak. Dan Sanur menjadi salah satu objek wisata pantai populer yang dimiliki kota Denpasar. Yang cukup menarik adalah semua wilayah pesisir pariwisata Sanur ini berpasir putih dan menyajikan alam indah matahari terbit, termasuk jalan setapak yang menghubungkan pantai tersebut bisa sebagai tempat rekreasi jogging maupun wisata naik sepeda, terhubung dari kawasan objek wisata pantai Padang Galak sampai pantai Mertasari yang terletak di wilayah bagian Selatan pariwisata Sanur. Memang daya tarik pulau Dewata Bali ini lebih didominasi oleh wilayah pesisir, sehingga jika membicarakan masalah wisata dan tour di Bali akan tidak jauh-jauh dari pantai, seperti halnya pantai Mertasari yang berada di wilayah Sanur, menyuguhkan pemandangan alam pantai indah dengan nuansa alam berbeda dengan tempat lainnya, dari sini akan bisa menyaksikan alam indah matahari terbit atau sunrise. Pantai Mertasari ini belum begitu familiar dan belum banyak dikenal bagi wisatawan sehingga belum menjadi destinasi tujuan wisata utama di daerah Bali. Untuk memperkenalkan obyek pariwisata pantai Mertasari Sanur tentu harus dikembangkan dengan menggunakan pemasaran berbasis digital.

Namun demikian objek wisata di Bali ini, kepopulerannya masih di bawah pantai Matahari terbit Sanur, walaupun bisa menyajikan hal yang sama dan bahkan lebih, dengan berbagai gambaran tersebut mungkin nantinya tertarik untuk menikmati alam indah pantai Mertasari. Berkunjung ke tempat wisata ini tidak dikenakan tiket masuk atau gratis. Pantai Mertasari tergolong memiliki wilayah parkir paling luas dibandingkan pantai lainnya di kawasan pariwisata Sanur, baik itu mobil ataupun sepeda motor, tersedia juga toilet. Jadi suasana alam indah dan menarik yang ditawarkan di kawasan pariwisata Sanur Selatan ini tergolong lebih tenang dan damai, karena tergolong lebih sepi pengunjung. Kawasan pantai Mertasari ini terdapat tanah lapang yang cukup luas, yang sering digunakan bagi mereka yang hobi bermain layang-layang, jika saat musimnya tiba diantara Juni dan Agustus, banyak layang-layang diterbangkan oleh warga di sekitar terutama saat menjelang sore, dengan ukuran dan bentuk yang bermacam-macam, sehingga menjadi pemandangan indah, apalagi bagi anak-anak, hal ini bisa menjadi wisata atraksi lain penunjang pariwisata selain pemandangan pantai yang sangat indah yang perlu diperkenalkan lebih luas lagi melalui pemasaran berbasis sosial media dengan menggunakan *ads words*. Adapun pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan *awarenesse* wisatawan akan adanya obyek wisata pantai mertasari melalui pengembangan obyek wisata dengan pemanfaatan media sosial serta memperkuat konsep pariwisata yang diusung dengan mengangkat isu kearifan lokal khususnya Tri Hita Karana dalam mewujudkan *eco-tourism* di Bali.



Metode Pengabdian

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang dilakukan di lapangan, maka metode pengabdian yang digunakan adalah:

- a) Metode Edukasi bertujuan untuk memberikan pemahaman bahwa permasalahan yang dihadapi dan penyampaian solusi serta target capaian.
- b) Metode Pelatihan yang ditujukan untuk memberikan keterampilan terhadap penggunaan adsword serta pemasaran berbasis digital serta esensi dari pariwisata berbasis palemahan (lingkungan)..
- c) Metode Pendampingan yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan memantapkan keterampilan mitra dalam mencapai tujuan atau target capaian program.
- d) Metode Evaluasi program dengan tujuan untuk mengevaluasi berbagai tahapan kegiatan sehingga dapat memperbaiki dan menyempurnakan pelaksanaan kegiatan di lapangan
- e) Metode Keberlanjutan program dengan tujuan memantau kegiatan di lapangan setelah kegiatan berakhir agar tetap dapat dilanjutkan oleh mitra.

Tahap Persiapan

Tahapan ini meliputi studi pustaka, pengurusan ijin, observasi, penyampaian solusi terhadap mitra, kordinasi dan pembagian tugas tim pelaksana, penetapan lokasi kegiatan pelatihan, koordinasi jadwal kegiatan dengan mitra, penyiapan bahan dan alat yang diperlukan sesuai tahapan kegiatan di lapangan.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan solusi yang telah disepakati, maka untuk mengatasi permasalahan yang telah ditetapkan bersama yaitu: (a) Sosialisasi Pariwisata berbasis lingkungan bagi warga masyarakat desa diikuti oleh seluruh stakeholder yang terkait seperti apartur desa dan perwakilan warga. (b) Pendampingan dan pelatihan pemasaran digital dan penggunaan adsword kepada warga, pendampingan ini juga bersifat personal dan terjadwal sehingga dapat dilihat perkembangan engagement hasil dari penggunaan ads pada sosial media. (c) Pelaksanaan kegiatan bakti sosial sadar kebersihan pesisir di wilayah Pantai. (d) Evaluasi hasil pelaksanaan dilaksanakan dengan melakukan monitoring kegiatan secara berkala minimal 1 kali dalam 1 bulan, serta melihat perkembangan keefektifan sosial media melalui *insight* promosi yang dilakukan.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Pantai Mertasari yang berlokasi di Desa Sanur Kauh yang tidak jauh dari pusat Kota Denpasar memiliki garis pantai yang Panjang dan memiliki pasir putih yang indah. Area pantai ini memiliki destinasi wisata yang menarik dengan adanya dream island serta berbagai permainan atau olahraga air. Obyek wisata ini tentunya merupakan asset yang sangat berharga bagi masyarakat desa sanur khususnya dan Provinsi Bali pada umumnya. Asset yang begitu berharga ini perlu dijaga kelestariannya dengan mengembangkan pariwisata berbasis “palemahan” atau lingkungan. Selain itu Konsep Tri Hita Karana yang merupakan filosofi kehidupan masyarakat bali sangat relevant diterapkan sebagai sarana pengembangan pariwisata. Konsep Tri Hita Karana yang merupakan kearifan lokal masyarakat Bali memiliki makna yaitu 3 hal atau penyebab kesejahteraan (Wiwin, 2021).

Tiga konsep ini yaitu yang pertama adalah *Prahyangan* yaitu hubungan manusia dengan Tuhan sang maha pencipta. Masyarakat dituntut untuk menjaga hubungan baik dan menjaga keseimbangan dengan Tuhan sang maha pencipta. Tentunya sebagai daerah yang sebagian besar masyarakatnya beragama Hindu, warga desa sanur kauh sangat



memperhatikan keberadaan wilayah-wilayah suci dimana Pura sebagai tempat suci dan tempat persembahyangan umat hindu yang berada diwilayah obyek wisata pantai Mertasari terus dijaga kelestariannya dan kesakralannya. Salah satu Pura yang berada di wilayah Pantai Mertasari antara lain Pura Mertasari, Pura Dalem Pengembak, Pura Tirta Empul dan Pura Dalem Suka Merta. Selain sebagai tempat suci persembahyangan umat Hindu, pura – pura ini memiliki sejarah yang sangat unik dan dijadikan sebagai tuntunan hidup masyarakat sekitar. Sehingga adanya Pura juga dapat menjadi destinasi wisata religi yang bisa dikembangkan oleh Desa Sanur Kauh dengan segala keunikan dan peninggalan-peninggalan serta sejarah dari Pura itu sendiri akan memberikan daya tarik wisata yang berbeda, sehingga pengunjung tidak hanya saja disajikan pemandangan yang indah, melainkan wisata budaya dan sejarah yang kental dengan kearifan lokal masyarakat Bali khususnya Desa Sanur Kauh.



Gambar 1. Pura Dalem Pengembak

Menjaga hubungan baik antara manusia dan Tuhan adalah wujud syukur akan segala anugera yang telah diberikan khususnya anugerah akan keindahan alam pantai yang begitu mempesona bagi wisatawan lokal maupun mancanegara (Dibya, 2020; Pradana, 2021).

Konsep Tri Hita Karana kedua yang harus dijalankan oleh masyarakat Bali yaitu *Pawongan* yang merupakan menjaga hubungan harmonis antara manusia dengan manusia. Konsep ini terimplementasi dari bagaimana masyarakat desa sanur kauh yang menjadi pengelola obyek wisata Pantai Mertasari selalu melakukan musyawarah dalam merumuskan dan mengembangkan program-program untuk kemajuan desa dengan mengoptimalkan berbagai potensi desa yang ada salah satunya obyek wisata pantai Mertasari. Pengembangan obyek wisata ini dikembangkan salah satunya dengan memanfaatkan pemasaran berbasis digital dengan menggunakan *adsword*. Implementasi pelaksanaan ini masih dalam tataran sosialisasi dan pengenalan sistem *adsword* dan pemasaran digital yang dilakukan di aula Kantor Desa Sanur Kauh. Antusiasme masyarakat sangat terlihat dari diskusi yang begitu hangat untuk kemajuan desa. Diskusi menghasilkan ide-ide serta gagasan-gagasan yang saling mengisi antara satu sama lain untuk pengembangan desa khususnya obyek wisata yang dimiliki oleh Desa. Penyelesaian suatu permasalahan yang dilakukan secara musyawarah adalah inti dari konsep *Pawongan* hubungan manusia dengan manusia dalam Tri Hita Karana. Konsep ini terimplementasi dengan baik dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini sehingga musyawarah dan mufakat dapat terwujud dalam pengambilan kebijakan.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi di Kantor Desa Sanur Kauh

Palemahan merupakan hubungan manusia dengan lingkungan yang menjadi bagian dari konsep utama Tri Hita Karana. Pada konsep *Palemahan* ini masyarakat dituntut untuk menjaga hubungan baik, keharmonisan, kebersihan dan kelestarian alam untuk kehidupan yang berkelanjutan. Masyarakat Bali tidak bisa terlepas dari alam, alam merupakan bagian dari kehidupan masyarakat Bali. Khususnya bagi umat Hindu, wujud syukur pada lingkungan / alam tercermin dari adanya hari suci yang khusus untuk memuja kebesaran Tuhan atas anugerah alam yang begitu indah. Hari suci tersebut disebut Tumpek Uduh, Pemujaan pada Tumpek Uduh adalah persembahkan kepada manifestasi Tuhan sebagai Dewa Sangkara penguasa Tumbuh-tumbuhan sebagai ungkapan syukur kepada Tuhan atas kesuburan tanaman hingga tumbuh baik dan menghasilkan buah atau bunga lebat. Tumpek wariga, juga disebut tumpek bubuh, tumpek uduh, tumpek pengatag. Masyarakat desa Sanur Kauh juga telah menerapkan konsep *Palemahan* ini dengan sangat baik, tercermin dari asrinya pesisir pantai Mertasari yang merupakan salah satu obyek wisata andalan di Sanur. Menjaga kelestarian dan kebersihan alam sekitar akan memberikan kenyamanan bagi para wisatawan baik lokal maupun mancanegara.



Gambar 3. Kegiatan Bakti Sosial Sadar Kebersihan Pesisir Wilayah Pantai Mertasari

Berdasarkan hasil evaluasi dengan melakukan wawancara mendalam dengan para stakeholder di desa Sanur Kauh, baik itu aparat desa, masyarakat desa sekitar pantai Mertasari Sanur dan para pengunjung, bahwa kebersihan lingkungan dan kelestarian alam di pantai Mertasari Sanur sudah semakin membaik dan masyarakat sudah mulai semakin banyak yang mengenal obyek pariwisata pantai Mertasari Sanur, sehingga berdampak juga pada peningkatan usaha kecil warung-warung yang ada disekitar obyek wisata pantai Mertasari Sanur.

Kegiatan ini selain memberikan penyuluhan bagi pengunjung pantai dan warga sekitar dalam upaya menjaga kebersihan lingkungan pantai agar terwujudnya pantai Mertasari yang menjadi obyek wisata alam yang ramah lingkungan (*eco-tourism*), pada kesempatan yang sama dilakukan juga aksi bakti sosial untuk melakukan kegiatan bersih-bersih pantai disepanjang bibir pantai dan pura yang ada di area pantai Mertasari. Pada kegiatan ini masih banyak ditemukan sampah plastik yang dibuang sembarangan sehingga sangat berpotensi akan merusak lingkungan sekitar. Untuk mengatasi hal tersebut dilakukan pula sosialisasi dan penyuluhan bagaimana pentingnya menjaga lingkungan untuk mewujudkan *eco-tourism* bagi kawasan pantai Mertasari Sanur dengan langkah-langkah kecil seperti pemilahan sampah berbasis sumber. Sehingga dengan terwujudnya *eco-tourism* akan memberikan dampak



sosial, budaya dan ekonomi bagi masyarakat sekitar. Bentuk tindak lanjut guna mempertahankan dan meningkatkan hasil pengabdian ini adalah dengan bersama-sama para stakeholder baik itu pemerintah desa, masyarakat dan para pelaku wisata di lingkungan obyek wisata mertasari sanur untuk melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala. Kegiatan ini juga akan terus dilakukan pemantuan agar tujuan penelitian ini yaitu meningkatkan kesadaran wisatawan dan masyarakat untuk menjaga kelestarian alam untuk pariwisata berbasis lingkungan yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengabdian ini bahwa pemasaran pariwisata berbasis digital ini mampu memberikan awareness kepada masyarakat luas khususnya wisatawan domestik maupun internasional tentang keberadaan dan fasilitas obyek wisata yang dimiliki Pantai Mertasari. Awareness wisatawan ini akan mampu meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke Pantai Mertasari sehingga perekonomian masyarakat sekitar juga dapat meningkat. Tentunya meningkatnya kunjungan wisatawan tidak terlepas dari obyek wisata yang harus selalu memberikan suasana yang nyaman, bersih dan asri sejalan dengan konsep Palembang dalam Tri Hita Karana.

Saran

Saran kepada para pelaku pariwisata di Bali khususnya di Pantai Mertasari Sanur, baik itu perangkat desa, masyarakat desa dan para stakeholder yang terlibat langsung maupun tidak langsung bagi pariwisata bahwa Implementasi Tri Hita Karana dalam pariwisata khususnya Pantai Mertasari Menuju destinasi *Eco-Tourism* perlu dilakukan secara konsisten dan termonitoring serta terkontrol secara berkala. Khususnya dalam implementasi *Palemahan* dimana kesadaran masyarakat sekitar maupun pengunjung yang merupakan wisatawan domestik maupun internasional tidak selamanya memiliki pemahaman terhadap konsep Tri Hita Karana yang sama, sehingga para pengelola perlu untuk memberikan pemahaman konsep Tri Hita Karana yang dianut dalam pengembangan pariwisata Pantai Mertasari kepada para pengunjung yang datang untuk menikmati indahnya alam Pantai Mertasari. Sehingga dengan demikian konsistensi dalam penerapan oleh setiap stakeholder yang terlibat dalam pengembangan obyek wisata ini dapat memiliki peran dan pemahaman yang sama dan turut serta menjaga obyek wisata agar mampu menuju *eco-tourism* yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Berman, R., & Katona, Z. (2013). The role of search engine optimization in search marketing. *Marketing Science*, 32(4). <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0783>
- Bhandari, R. S., & Bansal, A. (2018). Impact of Search Engine Optimization as a Marketing Tool. *Jindal Journal of Business Research*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2278682117754016>
- Dibya, K. (2020). Pengembangan Pariwisata Berbasis Tri Hita Karana (Studi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Bali). *Maha Widya Duta*.
- Haryanto, J. T. (2013). IMPLEMENTASI NILAI-NILAI BUDAYA, SOSIAL, DAN LINGKUNGAN PENGEMBANGAN DESA WISATA DI PROVINSI YOGYAKARTA. *Jurnal Kawistara*, 3(1). <https://doi.org/10.22146/kawistara.3957>
- Ištvanı , M., Mili , D. C., & Krpi , Z. (2017). Digital marketing in the business environment. *International Journal of Electrical and Computer Engineering Systems*, 8(2). <https://doi.org/10.32985/ijeces.8.2.4>



- Karisma, I. A., Darma Putra, I. N., & Wiranatha, A. S. (2019). The Effects of "Search Engine Optimization" on Marketing of Diving Companies in Bali. *E-Journal of Tourism*. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i1.47981>
- Mahyudin, M., Hidayat, H., Midu, A., & Hasriana, H. (2020). Pariwisata Menjadi Kekuatan Baru Ekonomi di Desa Wawoangi. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3). <https://doi.org/10.30651/hm.v1i3.5633>
- Nurwahidah, S., Angkasa, M. A. Z., & Kusuma, R. R. (2020). Formulasi Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) (Studi Kasus di Kabupaten Sumbawa). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL IPPeMas*, 1(1).
- Pradana, G. Y. K. (2021). Aplikasi filosofi tri hita karena dalam pemberdayaan masyarakat tonja di denpasar. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.22334/jam.v1i2.10>
- Purnawan, N. L. R., & Sardiana, I. K. (2018). PAKET WISATA EDUKASI SUBAK UPAYA MENJAGA KEBERLANJUTAN POTENSI PERTANIAN DAN PARIWISATA BERBASIS BUDAYA DI BALI. *Jurnal Kawistara*, 7(3). <https://doi.org/10.22146/kawistara.27879>
- Santosa, A., & Saraswati, L. A. N. (2020). Pariwisata Kerta Masa: Gagasan Alternatif Kebijakan Pembangunan Pariwisata Bali. ... (*Udayana Master Law Journal*), 9(4), 723–738. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i04.p05>
- Shasha, Z. T., Geng, Y., Sun, H. ping, Musakwa, W., & Sun, L. (2020). Past, current, and future perspectives on eco-tourism: a bibliometric review between 2001 and 2018. In *Environmental Science and Pollution Research* (Vol. 27, Issue 19). <https://doi.org/10.1007/s11356-020-08584-9>
- Sumerta, I. K., & Rai, A. A. G. (2021). Pemetaan potensi usaha desa dan penerapan " adwords " sebagai solusi menghadapi persaingan usaha pada BUMDes Bhuana Amertha Sari Desa Tampaksiring , Gianyar . *Penamas: Journal of Community Service*, 1(2), 77–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.53088/penamas.v1i2.225>
- Sumerta, I. K., Widyagoca, I. G. P. A., & Meryawan, I. W. (2019). Online consumer behavior on using social media on E-commerce, based on the AISAS model approach. Case study; Bukalapak, Tokopedia and Blili.com. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 8(1.5 Special Issue). <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/4281.52019>
- Udayana, A. A. G. B. (2017). Marginalisasi Ideologi Tri Hita Karena Pada Media Promosi Pariwisata Budaya Di Bali. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 32(1). <https://doi.org/10.31091/mudra.v32i1.4>
- Wiwin, I. W. (2021). Implementasi Tri Hita Karena dalam Pengembangan Ekowisata Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Bukit Cemeng Kabupaten Bangli. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 11(2). <https://doi.org/10.24843/jkb.2021.v11.i02.p06>