

PENGUATAN PRODUK WISATA DESA KUNING BANGLI BERPRINSIP TRIPLE BOTTOM LINE MENUJU SUSTAINABLE TOURISM

**I Wayan Meryawan, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawan,
I Gusti Agung Prabandari Tri Putri, Cokorda Istri Agung
Vera Nindia Putri, I Wayan Suastika**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai
prabantrip@unr.ac.id

Abstract

Community service activities focus on strengthening potential tourism products located in Yellow Village, Bangli Regency, Bali. The existence of waterfall tourism objects can be a tourist attraction and support Desa Kuning as a tourist village. The socialization method was chosen as a form of delivering information to villagers, especially tourism awareness groups (pokdarwis) that had been formed before. The material presented has been adjusted to the results of field observations and interviews with several community members. Pokdarwis and residents of Desa Kuning until now have obstacles in managing and marketing Kuning Waterfall as a tourist attraction. Limited income is felt to be the cause. Another reason is still the lack of tourist accommodation that can support tourist visits. Based on this identification, the socialization materials include 1) management planning for Desa Kuning and Kuning Waterfall; 2) financial management of Desa Kuning tourism; 3) marketing strategy of Desa Kuning and Kuning Waterfall; and 4) procurement of tourist accommodation. The strengthening of tourism products in Desa Kuning is intended to encourage sustainable tourism, meaning that tourism activities can last for a long period and can have a positive impact on the welfare of the community. The principle emphasized in realizing it is the Triple Bottom Line (TBL) by prioritizing benefits for fellow humans (people), the preservation of the nature of tourist areas (planet), and the improvement of community welfare (profit).

Keywords: tourism product, sustainable tourism, triple bottom line.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat menitikberatkan pada penguatan produk wisata potensial yang terletak di Desa Kuning, Kabupate Bangli, Bali. Adanya obyek wisata air terjun dapat menjadi daya tarik wisatawan dan mendukung Desa Kuning sebagai desa wisata. Metode sosialisasi dipilih sebagai wujud penyampaian informasi bagi warga desa terutama kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang telah terbentuk sebelumnya. Materi yang disampaikan telah disesuaikan dengan hasil observasi lapangan dan wawancara terhadap beberapa anggota masyarakat. Pokdarwis dan warga Desa Kuning hingga saat ini memiliki kendala dalam mengelola dan memasarkan Air Terjun Kuning sebagai obyek wisata. Keterbatasan pendapatan dirasa sebagai penyebabnya. Alasan lainnya masih kurangnya akomodasi wisata yang dapat menunjang kunjungan wisatawan. Berdasarkan identifikasi tersebut adapun materi sosialisasi meliputi 1) perencanaan pengelolaan Desa Kuning dan Air Terjun Kuning; 2) manajemen keuangan pariwisata Desa Kuning; 3) strategi pemasaran Desa Kuning dan Air Terjun Kuning; serta 4) pengadaan akomodasi wisata. Penguatan produk wisata yang di Desa Kuning ini dimaksudkan untuk mendorong pariwisata berkelanjutan artinya aktivitas pariwisata dapat berlangsung dalam periode yang panjang serta dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Prinsip yang ditekankan dalam mewujudkannya adalah Triple Bottom Line (TBL) dengan mengedepankan kebermanfaatn bagi sesama manusia (people), kelestarian alam daerah wisata (planet), dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (profit).

Kata kunci: produk wisata, pariwisata berkelanjutan, triple bottom line.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor utama yang menjadi pilar perekonomian Provinsi Bali dan berkontribusi bagi masyarakat khususnya yang bertempat tinggal di destinasi wisata (Sasmita et al., 2019). Industri pariwisata di Bali kembali terpuruk akibat pandemi Covid-19 setelah sebelumnya berhasil bangkit akibat Bom Bali di tahun 2002. Pemulihan secara perlahan sejak tahun 2022 mulai memberikan hasil ramainya kunjungan wisatawan. Pada akhir Desember 2022, berdasarkan data publikasi Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tercatat sebanyak 377,276 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali atau meningkat sebesar 31,27 persen dari bulan November 2022 (BPS, 2022). Kedatangan wisatawan mancanegara ini membuktikan bahwa Bali masih menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) pilihan.

Eksplorasi terhadap kekayaan alam Bali hingga saat ini masih dilakukan guna menggali potensi-potensi daerah tujuan wisata baru. Tujuannya memberikan pengalaman bagi wisatawan berkonsep ekowisata serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar lokasi (Shasha et al., 2020). Ekowisata sangat tepat dalam mendukung tercapainya *sustainable tourism*, yakni upaya dalam penerapan prinsip, kebijakan dan manajemen pengelolaan guna pengembangan pariwisata ramah lingkungan tanpa mengurangi nilai kebermanfaatannya terhadap alam, bangunan, sosial dan budaya di masa mendatang (Suta et al., 2021). *Sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan memberikan dampak berkelanjutan terhadap kualitas hidup,

pariwisata pedesaan, kepuasan, peran kewirausahaan lokal, serta perspektif geografis (Huang et al., 2019; Yang et al., 2023). Pencapaian *sustainable tourism* menjadi agenda pengembangan pariwisata di Bali yang dapat dimulai dari mewujudkan desa wisata baru. Desa wisata merupakan pengembangan pariwisata pedesaan yang menunjukkan keberpihakannya para pariwisata sebagai penyerap tenaga kerja, penggerak pertumbuhan ekonomi desa, sehingga mampu mengurangi kemiskinan (Sunarta & Arida, 2017).

Kondisi di lapangan nyatanya menunjukkan masih ada kesenjangan jumlah kunjungan wisatawan terhadap daerah wisata berbasis alam. Penyebabnya karena wisatawan baik domestik maupun mancanegara hanya mengunjungi DTW yang telah terkenal dan banyak dikunjungi. Dampaknya terlihat dari kesulitan kelompok-kelompok pengelola daerah wisata dalam mengangkat wisata alam di desanya.

Pemasaran terhadap daerah tujuan wisata harus dimulai dari identifikasi terhadap keunggulan dan kelemahan yang ada sehingga penetapan strategi berikutnya menjadi lebih optimal dalam meningkatkan kunjungan wisatawan (Achsa et al., 2020; Ramli, 2020). Tuntutan terhadap pengelola obyek wisata kian hari akan semakin berat karena harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan eksternal dan perubahan kebutuhan pasar, sehingga obyek wisata dapat beradaptasi serta memiliki keunggulan kompetitif (Suharti et al., 2023).

Hasil observasi yang telah dilakukan di Kabupaten Bangli, ditemukan bahwa terdapat Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang

kesulitan memasarkan Desa Kuning dan Air Terjun Kuning sebagai obyek maupun desa wisata. Wisatawan jika melakukan penelusuran secara daring tentang obyek wisata di Kabupaten Bangli, pilihan pertama yang muncul adalah Desa Wisata Penglipuran. Hal inilah yang menjadi bukti bahwa pemasaran Desa Kuning sebagai desa wisata masih belum optimal sehingga minimnya jumlah kunjungan. Kondisi ini juga menjadi latar belakang bagi tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai untuk memenuhi peran Tridharma Perguruan Tinggi dengan berkontribusi meningkatkan strategi pemasaran Desa Kuning dan Air Terjun Kuning dengan berlandaskan prinsip *Triple Bottom Line*.

Prinsip *Triple Bottom Line* (TBL) dipilih sebagai pendekatan yang paling efektif dalam pembangunan desa wisata serta meningkatkan kualitas produk wisata, karena kompleksitasnya yang tidak hanya berfokus pada *profit* tetapi juga mendorong kelestarian alam (Hidayat, 2023). TBL merujuk pada konsep keberlanjutan yang difokuskan pada tiga aspek meliputi *people, planet, dan profit* yakni berkelanjutan dalam menjaga kualitas lingkungan, keadilan sosial, dan menfaat ekonomi (Correia, 2019). Penerapan TBL ini menjadi pendekatan yang dianggap efektif dalam mendukung Desa Kuning menuju *sustainable tourism*, sesuai dengan kondisi di lapangan saat ini, di mana menitikberatkan pada tanggung jawab sosial terhadap masyarakat yang terlibat dan proses menjaga kualitas lingkungan hidup (Sandy et al., 2022). Program *sustainable tourism* berprinsip TBL dapat menjadi alternatif strategi pemulihan setelah terjadi krisis, yakni pasca pandemi Covid-19 yang melumpuhkan kegiatan pariwisata

(Juliana et al., 2023). Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pendekatan partisipatif bertujuan untuk membantu masyarakat meningkatkan kualitas produk pariwisata di Desa Kuning serta mendorong desa wisata berkelanjutan.

METODE

Pengabdian peningkatan strategi pemasaran oleh tim Dosen dan Mahasiswa FEB Universitas Ngurah Rai (UNR) dilaksanakan melalui pemberian sosialisasi kepada anggota organisasi desa wisata. Kegiatan ini dilaksanakan pada Desember 2022. Tujuan pemberian sosialisasi untuk memberikan gambaran bagi pengelola Desa Wisata dan Air Terjun Kuning cara meningkatkan strategi pemasaran obyek wisata sehingga *sustainable tourism* dapat terwujud.

Adapun tahapan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat meliputi:

- 1) Observasi lapangan dan wawancara yang dilakukan oleh tim PkM ke Desa Kuning untuk mengetahui gambaran permasalahan yang terjadi.
- 2) Mengundang peserta sosialisasi yakni anggota kelompok sadar wisata terdiri dari 10 orang serta masyarakat penyedia akomodasi wisata sebanyak 15 orang. Mahasiswa FEB UNR juga turut terlibat dalam kegiatan PkM.
- 3) Pelaksanaan sosialisasi yaitu memberikan gambaran dan pemahaman tentang strategi pengelolaan dan meningkatkan kualitas produk wisata berbasis prinsip *Triple Bottom Line*

(TBL).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi bertempat di Balai Desa Kuning, Kabupaten Bangli dengan melibatkan Dosen, Mahasiswa, pengelola desa wisata, dan sejumlah anggota masyarakat. Kegiatan diawali dengan menyebarkan kuesioner terbuka yang berisikan beberapa pertanyaan tentang pengetahuan maupun pemahaman strategi pemasaran dan *sustainable tourism* desa wisata, Air Terjun Kuning, dan akomodasi wisata di Desa Kuning. Penyebaran kuesioner juga diposisikan sebagai pre-test kegiatan sosialisasi.

Hasil sebaran kuesioner disimpulkan bahwa secara keseluruhan anggota sosialisasi tidak pernah mempelajari secara khusus cara pengelolaan dan pengembangan desa wisata mencakup obyek wisata dan akomodasi wisata. Anggota sosialisasi secara lisan menyatakan bahwa selama ini pengelolaan yang dilakukan hanya berdasarkan perolehan informasi baik dari internet maupun masukan dari wisatawan. Dampaknya terlihat dari kurang optimal strategi pemasaran dan pengelolaan desa wisata.

Pertanyaan strategi pemasaran mencakup perencanaan, penetapan harga, promosi, dan pemenuhan kebutuhan wisatawan. Hasil identifikasi tim PkM menemukan sejumlah masalah utama meliputi:

- 1) Pengelolaan obyek wisata Air Terjun Kuning masih belum optimal. Pokdarwis selaku pengelola masih belum memiliki rencana strategis dalam pengadaan dan perbaikan fasilitas wisata. Keluhan tertinggi wisatawan adalah akses menuju Air

Terjun Kuning yang didominasi semak belukar.

- 2) Wisatawan juga tidak dikenakan biaya masuk, sehingga tidak ada pendapatan yang dapat dikelola untuk meningkatkan kualitas obyek wisata. Kondisi ini menunjukkan keberlanjutan pariwisata akan sulit dicapai dan masyarakat kurang merasakan manfaat ekonomi.
- 3) Kegiatan promosi sudah dilakukan dengan memanfaatkan *google*, di mana pencarian Air Terjun Kuning dan Desa Kuning sudah dapat dilakukan. Website pemerintah juga dimanfaatkan untuk kegiatan promosi, namun masih belum maksimal dalam memasarkan obyek maupun desa wisata.
- 4) Penyediaan akomodasi wisata juga masih belum optimal. Sejumlah akomodasi seperti rumah makan terlihat terbengkalai karena minimnya jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, penyediaan akomodasi menginap juga belum ada.

Identifikasi kondisi Desa Kuning dan Air Terjun Kuning tersebut senyatanya tidak dapat mendukung terciptanya *sustainable tourism*. Pada kesempatan ini, dilakukan sosialisasi peningkatan strategi pemasaran, di mana materi disampaikan oleh dua orang narasumber yakni Bagus Arya Wijaya, S.E., M.M selaku perwakilan dosen FEB Universitas Ngurah Rai dan Ketut Swabawa selaku Master Trainer Sadar Wisata Society 5.0 Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi

Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf).

Pemaparan materi pada kegiatan sosialisasi ini tidak hanya sebatas pada teori tetapi juga memberikan alternatif kepada pengelola untuk meningkatkan kualitas desa wisata. Sejumlah poin di tekankan dalam paparan materi meliputi implementasi prinsip *Triple Bottom Line*, sapta pesona, dan strategi pemberdayaan sumber daya untuk mendukung *sustainable tourism*. Selanjutnya kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan oleh pokdarwis melainkan seluruh warga desa.



Gambar 1: Pemaparan Materi oleh Narasumber Kemenparekraf

Adapun rangkuman pemaparan materi dan hasil diskusi antara peserta sosialisasi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, dirangkum sebagai berikut:

- 1) Perencanaan pengelolaan Desa Kuning dan Air Terjun Kuning

Perencanaan menjadi hal mendasar dalam suatu aktivitas khususnya pariwisata yang dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak terlibat. Perencanaan harus dibuat secara matang dengan menyusun aktivitas pendukung beserta dengan jadwal kegiatan. Peningkatan kualitas pengelolaan desa wisata tidak hanya terfokus pada obyek wisata yang ditawarkan melainkan juga terhadap kesiapan sumber daya manusia selaku pengelola.

Keterlibatan anggota masyarakat sebagai tuan rumah (*host*) sangat

diperlukan. Hal ini dapat dilakukan dengan gerakan sadar wisata sehingga anggota masyarakat Desa Kuning memahami, mampu, dan bersedia untuk mewujudkan sapta pesona di lingkungan.

Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 menguraikan sapta pesona sebagai tujuh unsur yang menjadi tolok ukur upaya peningkatan kualitas produk pariwisata meliputi keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan (Kepmenparpostel, 1989). Perwujudan sapta pesona tidak hanya bisa dilakukan oleh kelompok sadar wisata melainkan juga membutuhkan sinergi dari anggota masyarakat. Hasil yang diharapkan minimal satu dari tujuh sapta pesona dapat dihadirkan pada Desa Kuning dan Air Terjun Kuning. Upaya mendukung tercapainya kesejukan dan keindahan di Desa Kuning, kelompok mahasiswa FEB UNR yang tergabung dalam PkM ini telah memberikan sejumlah jenis tanaman bunga, buah, dan pohon perindang sebanyak 100 buah serta telah ditanama di halaman pura, serta lahan sekitar yang masih kosong.



Gambar 2 : Penanaman Pohon oleh Mahasiswa FEB UNR

Pokdarwis diberikan gambaran mengenai keterkaitan *people* (manusia) dan *planet* (alam sekitar) dari prinsip TBL. *People* mengandung makna bahwa dalam produk wisata yang ditawarkan harus dapat memberikan

dampak positif tidak hanya bagi wisatawan saja tetapi juga pengelola dan masyarakat sekitar obyek wisata. Tradisi yang telah diwariskan secara turun-temurun dan melekat pada obyek wisata tidak dapat dihilangkan karena menjadi identitas desa wisata (Stoddard et al., 2012). Kondisi ini dapat dimanfaatkan untuk memberikan pengalaman bagi wisatawan, sehingga sejarah dan budaya Desa Kuning akan tetap lestari dalam pengembangan *sustainable tourism*.

Unsur *planet* diwujudkan dari pengelolaan Desa Kuning dan Air Terjun Kuning dengan menyediakan sarana yang tidak merusak alam sekitar, menyediakan tempat pengelolaan sampah terpadu, dan memanfaatkan produk-produk ramah lingkungan. Upaya pengelolaan sampah disarankan untuk membangun lubang resapan air atau biopori. Teknik biopori merupakan alternatif sederhana dalam menjaga kualitas tanah dan air dengan memanfaatkan sampah organik sebagai nutrisi bagi tanaman (Putri et al., 2022).

2) Manajemen Keuangan untuk Desa Kuning

Selama ini pokdarwis belum memiliki aturan dasar pengelolaan keuangan obyek wisata. Wisatawan yang berkunjung ke Air Terjun Kuning tidak dikenakan biaya masuk. Dampaknya sangat terlihat dari terbatasnya pokdarwis dalam menyediakan sarana pendukung seperti pembuatan jalan masuk Air Terjun Kuning. Secara lebih luas, keterbatasan dana yang dikelola juga memberikan dampak langsung secara ekonomi kepada pokdarwis, di mana anggota tidak mendapatkan kompensasi atas jasanya merawat dan mengelola obyek wisata.

Manajemen keuangan menjadi salah satu faktor penting untuk

mendukung tercapainya *sustainable tourism*. Pengelola Air Terjun Kuning seharusnya dapat menetapkan tarif masuk bagi wisatawan, di sarankan tidak lebih dari Rp 20.000. Nantinya pendapatan tersebut dapat dialokasikan untuk memberi kompensasi pokdarwis dan dikelola untuk memperbaiki aksesibilitas Air Terjun Kuning.



Gambar 3 : Pemaparan Materi Manajemen Keuangan oleh Perwakilan Dosen FEB UNR

Prinsip TBL yang dimunculkan adalah *profit* atau peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagai dampak positif dari pariwisata (Hidayat, 2023). Masyarakat yang mendiami suatu desa dengan potensi pariwisata setidaknya akan mendapatkan keuntungan dari segi ekonomi atas pengelolaan obyek wisata tersebut. Kondisi yang terjadi saat ini masyarakat Desa Kuning optimalisasi terhadap sumber daya masih harus dilakukan.

Modal dana dianggap menjadi penghambat dalam pengelolaan dan penyediaan sarana maupun prasarana, sehingga *profit* tidak dapat tercapai. Pk Mini memberikan pemahaman baru bahwa modal tidak hanya bisa diperoleh dari bank, melainkan ada alternatif pembiayaan melalui *financial technology* (fintech). Masyarakat dapat menggunakan sistem urun dana atau *crowdfunding* dengan memilih penyelenggara yang sudah terdaftar serta berizin Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Fintech juga memiliki beberapa keuntungan bagi penerbit dalam hal ini pemilik usaha yang membutuhkan modal seperti memperkenalkan usahanya

secara lebih luas dan mendapatkan pemasaran secara gratis. Perusahaan penyelenggara *crowdfunding* juga akan memberikan pendampingan secara langsung tentang pengelolaan keuangan kepada penerbit untuk mencapai *profit*. Terakhir *crowdfunding* juga dapat meningkatkan nilai bisnis UMKM (Leong, 2018).

Mekanisme usaha yang dapat didaftarkan sebagai penerbit adalah UMKM Desa yang dikerjakan oleh masyarakat. Bisnis yang dijalankan UMKM harus dapat dideskripsikan jelas beserta dengan legalitasnya. Kemudian, pengelola dapat mendeskripsikan jumlah modal yang dibutuhkan. Ketika modal telah terkumpul, penerbit juga memiliki kewajiban untuk memberikan sejumlah persentase keuntungan bagi investornya.

Anggota masyarakat yang telah mendapatkan modal usaha diajarkan untuk rajin melakukan pencatatan atau membuat pembukuan usaha secara sederhana. Tujuannya adalah untuk mempermudah perhitungan keuntungan usaha dan mengetahui besarnya biaya operasional.

3) Strategi Pemasaran Desa Kuning dan Air Terjun Kuning

Pemasaran merupakan aktivitas kunci untuk mendorong kesuksesan produk pariwisata. Pemasaran saat ini sudah dapat dilakukan dengan mudah, namun nyatanya bagi kelompok usaha tertentu kendala masih ditemukan dalam pemasaran digital. Air Terjun Kuning beserta produk wisata yang berada di Desa Kuning tidak memiliki strategi pemasaran yang khusus. Sejauh ini pokdarwis masih mengandalkan *mouth to mouth* atau dari mulut ke mulut untuk mengenalkan obyek wisata.

Pokdarwis sangat interaktif pada sosialisasi ini, di mana sejumlah

pertanyaan terkait cara menggunakan media sosial dalam pemasaran. Air Terjun Kuning sudah muncul dalam pencarian digital melalui *google* dan telah diulas oleh beberapa situs *online* pariwisata. Nyatanya kondisi ini masih belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan ke Desa Kuning dan Air Terjun Kuning. Kegiatan sosialisasi ini juga memberikan pemahaman kepada pokdarwis dan peserta yang hadir bahwa memasarkan produk wisata juga dapat dilakukan melalui media sosial. Pokdarwis hanya perlu membuat konten yang menarik, di mana menampilkan keindahan dari Desa Kuning atau Air Terjun Kuning. Efektivitas pemasaran melalui media sosial sudah banyak dibuktikan oleh pengelola obyek wisata lainnya.



Gambar 4 : Interaksi Perwakilan Pokdarwis dalam Sesi Diskusi

Desa Kuning yang diarahkan menjadi *sustainable tourism* sangat tepat untuk mempromosikan bahwa prinsip TBL menjadi dasar pengelolaan. Pemasaran mengandung makna bahwa obyek wisata yang diperkenalkan kepada masyarakat umum dengan maksud untuk memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa, kemudian pengelola yang terlibat juga telah memenuhi aturan ketenagakerjaan di mana tidak ada anak dibawah umur sebagai cerminan unsur *people*. Pemenuhan unsur *planet* dari sisi pemasaran adalah tidak menggunakan alat dan bahan pemasaran yang merusak komposisi alam sekitar serta tidak menghasilkan polusi.

4) Pengadaan Akomodasi Wisata

Hasil analisis situasi di Desa Kuning saat ini belum tersedia akomodasi wisata seperti hotel atau penginapan maupun restoran. Beberapa tahun sebelumnya tersedia rumah makan dengan konsep alam di dekat pintu masuk Air Terjun Kuning, namun karena jumlah kunjungan wisatawan minim rumah makan tersebut tidak mampu menutupi biaya operasional yang dikeluarkan hingga akhirnya mengalami kebangkrutan.

Rumah makan yang bangkrut tersebut saat ini hanya meninggalkan bangunan kosong yang tidak terawat. Pengelola Desa Wisata Kuning bersama pokdarwis disarankan untuk dapat mengambil alih bangunan rumah makan tersebut untuk difungsikan lagi. Apabila tidak memungkinkan, guna mendukung kelengkapan fasilitas wisata dapat memanfaatkan rumah-rumah warga sebagai tempat makan tradisional.

Warga dapat mengubah *layout* di dalam rumah untuk diposisikan seperti tempat makan. Menu yang dapat ditawarkan berupa makan khas Kabupaten Bangli. Masyarakat Desa Kuning dapat meniru konsep seperti di Desa Penglipuran yang memanfaatkan rumah tinggal sebagai fasilitas wisata. Daya tarik yang dapat dijual untuk wisatawan luar Bali maupun asing selain masakan tradisional adalah arsitektur Bali yang melekat pada rumah warga. Pemanfaatan rumah sebagai warung makan selain meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan juga akan memberikan dampak ekonomi bagi warga setempat. Secara lebih luas akan membantu perputaran perekonomian warga desa.

Fasilitas lain yang menjadi potensi Desa Kuning adalah memberikan pengalaman menginap di

desa dengan memanfaatkan kamar-kamar kosong di rumah warga. Saat ini banyak warga yang memiliki kamar kosong dirumahnya dan hanya difungsikan sebagai tempat penyimpanan barang. Kamar tersebut dapat dioptimalkan fungsinya dengan menyewakan kepada wisatawan. Harga pun dapat lebih terjangkau dibandingkan hotel-hotel sekitar di Kabupaten Bangli. Satu kamar dapat disewakan dengan harga Rp 200.000 – Rp 250.000 per malam bergantung pada kapasitas kamarnya. Bila wisatawan menginginkan adanya penyediaan makan siang maupun makan malam, harga dapat dinaikkan menjadi Rp 300.000 – Rp 400.000 per malam. Pengelolaan penginapan nantinya dapat menerapkan konsep ramah lingkungan, sehingga tidak memberikan dampak buruk bagi lingkungan sekitar.

Pokdarwis selanjutnya dapat membuat paket-paket wisata untuk ditawarkan kepada wisatawan. Pengenalan tentang Desa Kuning beserta obyek-obyek yang ada menjadi lebih tepat karena dipandu langsung oleh pokdarwis yang merupakan warga lokal. Siklus ini pada akhirnya akan menjadi simbiosis mutualisme karena memberikan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat. Wisatawan mendapatkan pengalaman wisata berbasis kearifan lokal dan warga desa memiliki pendapatan tambahan.

Pada akhir sesi setelah dilakukan pemaparan materi oleh kedua narasumber, peserta sosialisasi diberikan kesempatan untuk bertanya terkait tercapainya *sustainable tourism* di Desa Kuning. Berdasarkan beberapa pertanyaan yang diajukan peserta, terlihat bahwa baik pokdarwis maupun warga yang hadir sudah paham tentang pentingnya menerapkan prinsip *Triple Bottom Line* (TBL) dengan memenuhi unsur-unsur *people, profit, dan planet*.

Pengelolaan obyek dan desa wisata tersebut pada akhirnya akan berlangsung secara berkelanjutan karena selain memberikan dampak peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat juga memberikan dampak terhadap kelestarian alam di Desa Kuning. Sejumlah anggota pokdarwis juga berharap agar kedepannya tetap dilakuka pendampingan sehingga Desa Kuning benar-benar menjadi desa wisata berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui sosialisai telah berjalan dengan efektif, terlihat dari ketertarikan pokdarwis dan anggota masyarakat yang hadir dalam mendengarkan paparan narasumber. Tujuan PkM telah tercapai di mana peningkatan pemahaman anggota sosialisasi mengenai pentingnya *sustainable tourism* dengan prinsip *Triple Bottom Line* (TBL) ditunjukkan dari interaksi selama sesi diskusi. Warga Desa Kuning sangat tertarik untuk mendukung terwujudnya desa wisata dengan memanfaatkan area rumah atau kamar kosong yang dimilikinya sebagai akomodasi wisata. Pendampingan kepada pokdarwis dan masyarakat terkait implementasi TBL ini akan dilakukan secara berkelanjutan untuk mendukung tercapai *sustainable tourism*. Penerapan dari TBL di masyarakat dalam aktivitas pemasaran produk wisata kedepannya akan dijadikan sebagai dasar pengembangan ilmu manajemen pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis dan Tim PkM FEB UNR mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat, utamanya Kepala Desa Kuning atas

izinnya. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Master Trainer Sadar Wisata Society 5.0 Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf) serta perwakilan dosen FEB UNR yang telah bersedia menjadi narasumber sosialisasi dengan memberikan gambaran mengenai pariwisata dan proses-proses pengelolaan produk wisata menuju *sustainable tourism*.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, A., Destiningsih, R., & Hirawati, H. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i1.692>
- BPS. (2022). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Desember 2022*.
- Correia, M. S. (2019). Sustainability: An Overview of the Triple Bottom Line and Sustainability Implementation. *International Journal of Strategic Engineering*, 2(1), 29–38. <https://doi.org/10.4018/IJoSE.2019010103>
- Hidayat, M. (2023). Implementasi Konsep Triple Bottom Line dalam Pengembangan Kawasan Wisata Air Terjun Takapala Malino Gowa. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 797–804.
- Huang, R.-Y., Chang, W.-J., Chung, Y.-C., Yin, Y.-S., & Yen, J. C. (2019). A Literature Review of Sustainable Tourism (1990-

- 2016). *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 6(1), 20–49. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2019.613>
- Juliana, Maleachi, S., Sianipar, R., Sitorus, N. B., & Pramono, R. (2023). Sosialisasi Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Bagot. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4871–4880.
- Kepmenparpostel Tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona, Pub. L. No. Nomor KM.5/UM.209/MPPT-89 (1989).
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Putri, R. D., Haes, P. E., Sanjaya, I. G. E., W, I. A. G. S., & W, I. D. G. A. (2022). Teknologi Biopori dalam Pengelolaan Sampah Organik di Desa Cau Belayu, Tabanan Bali. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 3(2), 280–286. <https://doi.org/10.34010/icomse.v3i2.7526>
- Ramli, A. (2020). Strategi Penerapan Konsep Sustainable Tourism di Desa Wisata Sesaot Kecamatan Narmada Lombok Barat. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 180–191. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v2i2.30>
- Sandy, S., Murtafia, M., & Lucita, G. (2022). Management of Tourism Villages Using the Triple Bottom Line Concept. *Jurnal Ad'ministrare*, 9(2), 679. <https://doi.org/10.26858/ja.v9i2.41720>
- Sasmita, A., Sudiana, A. A. K., Sumantra, K., & Wena, M. (2019). Empowering Indigenous Peoples in the Development of Culture- Based Travel Destinations in Kutuh Village – Badung Regency. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 10(2), 21267–21272.
- Shasha, Z. T., Geng, Y., Sun, H., Musakwa, W., & Sun, L. (2020). Past, current, and future perspectives on eco-tourism: a bibliometric review between 2001 and 2018. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(19), 23514–23528. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-08584-9>
- Stoddard, J. E., Pollard, C. E., & Evans, M. R. (2012). The Triple Bottom Line: A Framework for Sustainable Tourism Development. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(3), 233–258. <https://doi.org/10.1080/15256480.2012.698173>
- Suharti, L., Sirine, H., & Martono, S. (2023). Developing A Sustainable Tourism Village Model: An Exploratory Study. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(1), 63–82. <https://doi.org/10.9744/jmk.25.1.63-82>
- Sunarta, N., & Arida, N. S. (2017). *Pariwisata Berkelanjuta (Pertama)*. Cakra Presss.
- Suta, W. P., Abdi, N., & Astawa, I. P. M. (2021). Sustainable Tourism

Development in Importance and Performance Perspective: A Case Study Research in Bali. *Proceedings of the International Conference on Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020)*, 544.

Yang, Y., Wani, G. A., Nagaraj, V., Haseeb, M., Sultan, S., Hossain, Md. E., Kamal, M., & Shah, S. M. R. (2023). Progress in Sustainable Tourism Research: An Analysis of the Comprehensive Literature and Future Research Directions. *Sustainability*, 15(3), 2755. <https://doi.org/10.3390/su15032755>