

PARTISIPASI MAHASISWA PARIWISATA DALAM PEMASARAN DIGITAL DAN DAYA TARIK WISATA PENANGKARAN PENYU BALI

Oleh :

Dwi Yoso Nugroho¹⁾, Joko Triyono²⁾, Agung Yuliyanto Nugroho³⁾

^{1,2} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta

³ Universitas Cendekia Mitra Indonesia Yogyakarta

¹email: Jokotriyono125@gmail.com

²email: Chefyoso@stipram.ac.id

³email: agungboiler11@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 13 Maret 2025

Revisi, 21 April 2025

Diterima, 14 Mei 2025

Publish, 15 Mei 2025

Kata Kunci :

Partisipasi Mahasiswa,
Pemasaran Digital,
Ekowisata,
Penangkaran Penyu,
Bali.

ABSTRAK

Penangkaran Penyu di Bali merupakan salah satu destinasi ekowisata yang berperan penting dalam pelestarian spesies penyu yang terancam punah. Namun, keberlanjutan dan daya tarik wisata ini sangat bergantung pada efektivitas strategi pemasaran, terutama di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan kontribusi mahasiswa pariwisata dalam pemasaran digital serta dampaknya terhadap peningkatan daya tarik wisata Penangkaran Penyu di Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan studi literatur untuk memperoleh data terkait keterlibatan mahasiswa dalam strategi pemasaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pariwisata memiliki peran strategis dalam promosi digital melalui produksi konten kreatif di media sosial, pengelolaan platform digital, serta kampanye edukasi berbasis teknologi. Partisipasi mereka dalam pembuatan video dokumenter, blog wisata, serta interaksi dengan wisatawan secara daring mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya konservasi penyu serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, integrasi pemasaran digital dengan konsep ekowisata berbasis edukasi telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan serta keterlibatan komunitas lokal dalam pelestarian penyu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital yang inovatif dan berbasis edukasi dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata Penangkaran Penyu Bali. Selain itu, partisipasi mahasiswa pariwisata dalam kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi destinasi wisata, tetapi juga menjadi wadah pembelajaran bagi mereka untuk memahami dinamika industri pariwisata yang berkelanjutan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Dwi Yoso Nugroho

Afiliasi: Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta

Email: Jokotriyono125@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Pariwisata berkelanjutan menjadi salah satu fokus utama dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia, termasuk di Bali. Salah satu bentuk wisata berkelanjutan adalah ekowisata, yang

mengedepankan pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan edukasi kepada wisatawan. Salah satu destinasi ekowisata yang menarik di Bali adalah penangkaran penyu di Tanjung Benoa. Tempat ini tidak hanya menjadi daya

tarik wisata, tetapi juga memiliki peran penting dalam upaya konservasi penyu yang semakin terancam punah akibat aktivitas manusia dan perubahan lingkungan. Dalam era digital, pemasaran wisata tidak lagi hanya bergantung pada metode konvensional, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan aplikasi pariwisata. Mahasiswa pariwisata sebagai calon profesional di industri ini memiliki potensi besar dalam mendukung pemasaran digital destinasi wisata, termasuk penangkaran penyu di Bali. Dengan keahlian dalam strategi pemasaran digital dan pemahaman tentang tren pariwisata modern, mahasiswa dapat berperan aktif dalam meningkatkan daya tarik destinasi ini di mata wisatawan domestik maupun mancanegara.



Gambar 1. Mahasiswa Perjalanan menuju Pantai Tanjung Benoa

Meskipun penangkaran penyu memiliki peran penting dalam konservasi spesies yang terancam punah, terdapat berbagai permasalahan yang masih dihadapi, baik dari aspek lingkungan, ekonomi, sosial, maupun regulasi. Berikut beberapa permasalahan utama dalam pengelolaan penangkaran penyu:

1. Degradasi Habitat dan Pencemaran Lingkungan

Pencemaran laut akibat limbah plastik dan polusi lainnya menjadi ancaman utama bagi populasi penyu. Banyak penyu yang mati akibat menelan sampah plastik yang dikira makanan.

Kerusakan habitat pesisir, seperti abrasi pantai dan pembangunan infrastruktur wisata yang tidak ramah lingkungan, mengurangi area peneluran alami penyu.

2. Kurangnya Kesadaran Masyarakat dan Wisatawan

Banyak masyarakat dan wisatawan yang belum sepenuhnya memahami pentingnya konservasi penyu. Beberapa masih menganggap penyu sebagai komoditas, misalnya dengan mengonsumsi telur penyu atau membeli produk berbahan karapas penyu.

Interaksi wisatawan yang tidak terkontrol, seperti menyentuh atau mengganggu penyu secara langsung, dapat menyebabkan stres pada hewan dan mengganggu proses konservasi.

3. Tantangan dalam Pengelolaan Penangkaran

Keterbatasan sumber daya dan dana sering kali menjadi kendala utama dalam operasional penangkaran. Biaya untuk perawatan penyu,

pemeliharaan fasilitas, dan gaji pekerja sering kali mengandalkan donasi atau bantuan pemerintah yang tidak selalu mencukupi.

Kurangnya tenaga ahli dalam konservasi juga menjadi tantangan. Tidak semua pengelola memiliki latar belakang ilmiah tentang ekologi dan biologi penyu, sehingga praktik konservasi yang diterapkan belum sepenuhnya optimal.

4. Regulasi yang Kurang Ketat dan Penegakan Hukum Lemah

Meski perdagangan penyu dan telurnya telah dilarang di banyak negara, praktik ilegal masih terjadi akibat lemahnya penegakan hukum dan masih adanya permintaan di pasar gelap.

Beberapa penangkaran tidak mengikuti standar etika konservasi dan lebih berorientasi pada kepentingan komersial daripada perlindungan satwa.

5. Perubahan Iklim dan Dampaknya pada Penyu

Kenaikan suhu global memengaruhi rasio kelamin penyu. Suhu pasir yang lebih panas saat proses inkubasi telur cenderung menghasilkan lebih banyak betina daripada jantan, yang dapat mengganggu keseimbangan populasi di masa depan.

Perubahan pola cuaca seperti badai dan gelombang tinggi dapat merusak sarang penyu di pantai, mengurangi tingkat keberhasilan menetasnya telur.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi Tanjung Benoa sebagai daya tarik wisata di Badung Bali. Beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi:

Observasi

Peneliti melakukan observasi langsung di Tanjung Benoa untuk memahami situasi lapangan, termasuk pengamatan terhadap aktivitas banana boat, scuba diving, parasailing, rolling donut, seawalker, flying fish, snorkeling, serta kondisi lingkungan pendukung wisata air.

Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Dilakukan kepada mahasiswa pariwisata dan pengelola destinasi untuk memahami strategi pemasaran digital yang diterapkan. Wawancara semi-terstruktur juga dilakukan dengan Pemda untuk mendapatkan wawasan tentang persepsi mereka terhadap pulau penyu dan potensinya sebagai daya tarik wisata.

Survei Wisatawan

Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada wisatawan yang mengunjungi Tanjung Benoa. Survei ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap kualitas, dan keunikan penangkaran penyu, serta bagaimana promosi digital ini memengaruhi keputusan mereka untuk berwisata ke Pantai Tanjung Benoa.

Studi Pustaka

Penelitian ini juga didukung oleh kajian literatur. Sumber-sumber tersebut digunakan untuk

memperkuat analisis terhadap potensi penangkaran penyu sebagai daya tarik utama wisata.

Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan teknik analisis tematik. Data hasil wawancara, observasi, dan survei dikelompokkan ke dalam tema-tema yang relevan, seperti akomodasi, pengalaman wisata, serta dampak ekonomi bagi masyarakat lokal. Interpretasi hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang potensi dan tantangan dalam memasarkan penangkaran penyu sebagai daya tarik utama wisata di Tanjung Benoa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pariwisata terlibat dalam berbagai aktivitas pemasaran digital untuk destinasi wisata penangkaran penyu di Bali. Bentuk partisipasi ini meliputi pembuatan konten promosi di media sosial, pengelolaan website informasi wisata, serta pembuatan video dokumentasi yang mengedukasi wisatawan tentang konservasi penyu.

Mahasiswa juga aktif berkolaborasi dengan pengelola wisata dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih menarik dan efektif, seperti kampanye digital berbasis storytelling dan penggunaan influencer untuk meningkatkan eksposur destinasi.

1. Efektivitas Pemasaran Digital terhadap Daya Tarik Wisata

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari kuesioner wisatawan, pemasaran digital yang dilakukan oleh mahasiswa terbukti meningkatkan minat kunjungan ke penangkaran penyu. Wisatawan menyatakan bahwa konten digital yang menarik dan informatif membantu mereka memahami nilai konservasi serta meningkatkan ketertarikan untuk mengunjungi lokasi tersebut. Statistik media sosial menunjukkan adanya peningkatan jumlah interaksi dan kunjungan ke situs informasi wisata setelah mahasiswa mulai aktif mengelola kampanye pemasaran digital. Hal ini mengindikasikan bahwa kehadiran mahasiswa dalam pemasaran digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya tarik wisata.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam proses pemasaran digital, terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang diidentifikasi:

Faktor Pendukung:

- Dukungan dari pengelola destinasi dalam menyediakan akses dan informasi.
- Ketersediaan teknologi dan platform digital yang mudah digunakan.
- Antusiasme mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan pemasaran digital.

Faktor Penghambat:

- Keterbatasan dana untuk produksi konten berkualitas tinggi.

- Kurangnya pengalaman mahasiswa dalam menghadapi tantangan pemasaran digital yang kompetitif.

- Hambatan teknis seperti keterbatasan jaringan internet di lokasi tertentu.

Dengan memahami faktor-faktor ini, langkah strategis dapat diambil untuk mengoptimalkan peran mahasiswa dalam pemasaran digital, sehingga memberikan manfaat lebih besar bagi destinasi wisata dan konservasi penyu di Bali.



Gambar 2. Mahasiswa sedang memamerkan Penyu

Tanjung Benoa merupakan salah satu destinasi wisata yang terletak di kawasan Bali Selatan dan dapat ditempuh dalam waktu yang bervariasi tergantung pada titik keberangkatan dan moda transportasi yang digunakan. Jika berangkat dari Bandara Internasional Ngurah Rai, perjalanan menuju Tanjung Benoa dapat ditempuh dalam waktu sekitar 20-30 menit dengan kendaraan pribadi atau taksi, terutama jika melewati Jalan Tol Bali Mandara yang menghubungkan kawasan bandara dengan Nusa Dua. Bagi wisatawan yang menginap di Kuta, waktu tempuh menuju Tanjung Benoa berkisar 30-40 menit, tergantung pada kondisi lalu lintas, yang sering kali padat pada jam-jam tertentu. Sementara itu, perjalanan dari Seminyak memerlukan waktu sekitar 40-50 menit, mengingat jaraknya yang sedikit lebih jauh dibandingkan Kuta.

Jika wisatawan berasal dari Ubud, yang terletak di wilayah tengah Bali, perjalanan menuju Tanjung Benoa memakan waktu sekitar 1,5 hingga 2 jam, tergantung pada rute yang dipilih dan tingkat kepadatan lalu lintas di jalur menuju Bali Selatan. Sedangkan bagi mereka yang menginap di kawasan Nusa Dua, perjalanan ke Tanjung Benoa relatif singkat, hanya sekitar 10-15 menit, mengingat lokasinya yang berdekatan. Wisatawan yang menggunakan transportasi umum seperti taksi online atau shuttle juga dapat mencapai Tanjung Benoa dengan waktu yang kurang lebih sama, meskipun dapat sedikit lebih lama saat kondisi lalu lintas sedang padat, terutama pada musim liburan atau jam sibuk.

Tanjung Benoa memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan di Bali, terutama dalam sektor wisata bahari dan ekowisata. Kawasan ini dikenal sebagai pusat aktivitas water sport, seperti jet ski, banana boat, parasailing, dan scuba diving, yang menarik banyak wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan pantai yang berpasir putih dan

perairan yang relatif tenang, Tanjung Benoa menjadi lokasi ideal untuk berbagai olahraga air yang aman dan menyenangkan. Selain itu, kawasan ini juga memiliki daya tarik unik dalam bidang konservasi lingkungan, terutama dengan adanya penangkaran penyu, yang berperan dalam upaya pelestarian satwa laut yang terancam punah.

Selain sektor pariwisata berbasis alam dan petualangan, Tanjung Benoa juga memiliki potensi dalam bidang pariwisata budaya dan kuliner. Di sekitar kawasan ini, wisatawan dapat menemukan berbagai tempat makan yang menyajikan hidangan khas Bali dan makanan laut segar yang menjadi favorit para pengunjung. Potensi lainnya terletak pada infrastruktur pariwisata yang berkembang dengan baik, mulai dari hotel berbintang, resort, restoran, hingga aksesibilitas yang mudah melalui Jalan Tol Bali Mandara, yang menghubungkan Tanjung Benoa dengan kawasan lain seperti Nusa Dua, Kuta, dan Bandara Ngurah Rai. Dengan kombinasi antara wisata bahari, ekowisata, serta infrastruktur yang mendukung, Tanjung Benoa memiliki peluang besar untuk terus berkembang sebagai destinasi wisata unggulan di Bali. Penguatan promosi digital, pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, serta pengembangan daya tarik wisata berbasis budaya dan edukasi dapat semakin meningkatkan daya tarik kawasan ini di masa depan. Tidak kalah penting, promosi dan pemasaran melalui media sosial memegang peran vital dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube memungkinkan penyampaian konten visual yang mampu memikat dan mengundang wisatawan untuk datang (Hesti et al., 2021). Selain itu, kemitraan dengan agen perjalanan wisata dapat membuka akses pasar yang lebih luas lagi, dengan menyertakan paket wisata yang mencakup menikmati kuliner ikan bakar (Praharsiwi, 2022).



Gambar 3. Kios Penjual kuliner di sekitar Badung

Evaluasi dan umpan balik dari pengunjung juga memegang peran penting dalam upaya perbaikan dan pengembangan destinasi wisata di Tanjung Benoa. Masukan dari wisatawan, baik dalam bentuk ulasan langsung, survei, maupun komentar di platform digital, dapat memberikan wawasan berharga bagi pengelola wisata dalam memahami aspek yang perlu ditingkatkan. Misalnya, pengunjung dapat memberikan penilaian terkait fasilitas wisata, kualitas layanan, keamanan aktivitas wisata bahari,

hingga kebersihan lingkungan. Dengan mendengarkan dan menganalisis feedback yang diberikan, pihak pengelola dapat mengambil langkah konkret untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.

Selain itu, pemanfaatan media sosial dan platform ulasan wisata, seperti Google Reviews, TripAdvisor, dan media digital lainnya, juga dapat menjadi alat yang efektif untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung serta mengetahui tren atau preferensi wisatawan. Evaluasi berkala melalui survei langsung atau wawancara dengan wisatawan juga dapat membantu dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan adanya sistem umpan balik yang responsif dan transparan, pengelola dapat melakukan perbaikan yang berkelanjutan, memastikan bahwa Tanjung Benoa tetap menjadi destinasi wisata yang menarik, nyaman, dan berdaya saing tinggi di tingkat internasional. (Yulia et al., 2021). Program pelatihan dan penyuluhan bagi masyarakat di Tanjung Benoa sangat penting untuk meningkatkan keterlibatan dan kesejahteraan masyarakat dalam sektor pariwisata. Program ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran kepada masyarakat setempat agar mereka dapat berkontribusi dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata secara berkelanjutan.

Salah satu bentuk pelatihan yang dapat dilakukan adalah pelatihan keterampilan pariwisata, seperti pelayanan hospitality, pengelolaan usaha wisata, dan komunikasi dengan wisatawan asing. Dengan keterampilan ini, masyarakat lokal dapat lebih siap dalam menyambut dan melayani wisatawan, sehingga meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan di Tanjung Benoa. Selain itu, penyuluhan tentang ekowisata dan pelestarian lingkungan juga sangat diperlukan, terutama mengingat Tanjung Benoa memiliki ekosistem laut yang harus dijaga, termasuk dalam upaya konservasi penyu. Melalui penyuluhan ini, masyarakat dapat lebih memahami pentingnya menjaga kebersihan pantai, mengurangi penggunaan plastik, dan mendukung upaya konservasi satwa laut. Tak hanya itu, program pelatihan juga dapat mencakup pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran wisata. Dengan meningkatnya tren pemasaran berbasis media sosial dan platform digital, masyarakat, terutama pelaku usaha kecil dan menengah, dapat dibekali keterampilan dalam membuat konten promosi, mengelola media sosial, dan menggunakan platform digital untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

Dengan adanya program pelatihan dan penyuluhan yang berkelanjutan, diharapkan masyarakat setempat dapat lebih mandiri, inovatif, dan berdaya saing dalam industri pariwisata, sekaligus berperan aktif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal di Tanjung Benoa.



Gambar 4. Burung elang di Tanjung Benoa

Ini adalah gambar seekor burung elang yang berada di lingkungan dengan tanaman hijau dan pagar bambu di sekitarnya. Burung ini memiliki kepala putih dan tubuh berwarna cokelat, yang menyerupai Elang Bondol (*Haliastur indus*). Burung ini sering ditemukan di wilayah Asia Tenggara, termasuk Indonesia, dan menjadi simbol kota Jakarta. Implementasi strategi holistik ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif di Tanjung Benoa. Dengan mengintegrasikan berbagai aspek, seperti pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan pemasaran digital, strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata sekaligus menjaga keseimbangan ekologi kawasan pesisir.

Pendekatan holistik mencakup upaya konservasi alam, seperti pelestarian ekosistem laut dan satwa yang dilindungi, termasuk penyu dan burung pemangsa yang sering ditemukan di kawasan ini. Selain itu, strategi ini juga menitikberatkan pada partisipasi aktif masyarakat, di mana penduduk setempat diberikan pelatihan dan edukasi terkait pengelolaan pariwisata berbasis ekowisata. Dengan demikian, mereka tidak hanya menjadi penerima manfaat ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari pengelolaan destinasi secara berkelanjutan.

Di sisi lain, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran wisata juga menjadi bagian dari strategi holistik ini. Dengan promosi melalui media sosial, platform perjalanan, dan sistem reservasi online, wisatawan dapat memperoleh informasi yang lebih mudah diakses mengenai daya tarik wisata Tanjung Benoa, termasuk aktivitas bahari dan program konservasi. Hal ini juga membantu meningkatkan visibilitas destinasi di tingkat global, menarik lebih banyak wisatawan yang memiliki kepedulian terhadap pariwisata berkelanjutan.

Dengan pendekatan yang menyeluruh, diharapkan ekosistem pariwisata di Tanjung Benoa dapat tumbuh secara harmonis antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini akan menjadikan kawasan ini sebagai model destinasi wisata yang ramah lingkungan, memberdayakan masyarakat, dan tetap kompetitif di industri pariwisata global. Secara keseluruhan, sinergi antara kualitas layanan dan kebersihan memainkan peran krusial dalam menciptakan pengalaman wisata yang optimal di Tanjung Benoa. Kualitas layanan yang baik, mulai

dari keramahan petugas wisata, profesionalisme dalam memberikan informasi, hingga keamanan dalam berbagai aktivitas wisata bahari, akan meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung. Pelayanan yang responsif dan ramah juga dapat membangun citra positif destinasi serta mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan Tanjung Benoa kepada orang lain.

Di sisi lain, aspek kebersihan lingkungan menjadi faktor penting dalam menunjang kenyamanan dan daya tarik wisata. Sebagai kawasan wisata bahari, menjaga kebersihan pantai dan laut harus menjadi prioritas utama untuk mempertahankan ekosistem yang sehat serta mendukung keberlanjutan wisata berbasis alam. Inisiatif seperti pengelolaan sampah yang baik, pengurangan penggunaan plastik, serta kampanye kesadaran lingkungan bagi wisatawan dan masyarakat lokal dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan asri.

Dengan kombinasi antara kualitas layanan yang unggul dan kebersihan yang terjaga, Tanjung Benoa dapat terus berkembang sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan, menarik, dan kompetitif di tingkat nasional maupun internasional. Hal ini juga sejalan dengan tren pariwisata modern yang semakin menekankan pentingnya pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan komunitas setempat.



Gambar 5. Mahasiswa di Tanjung Benoa

Sebagai elemen utama dalam pengalaman wisatawan, pelayanan yang baik dapat memperkaya pengalaman wisata secara keseluruhan dan menciptakan kesan positif terhadap destinasi. Dalam konteks wisata bahari di Tanjung Benoa, pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif dari para pelaku wisata, seperti pemandu, instruktur olahraga air, serta pengelola fasilitas wisata, akan memberikan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan. Pelayanan yang prima tidak hanya mencakup interaksi langsung, tetapi juga mencakup fasilitas yang memadai, kemudahan akses informasi, serta sistem reservasi dan transaksi yang efisien.

Selain itu, pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan tingkat loyalitas wisatawan, di mana mereka akan lebih cenderung kembali berkunjung atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Dalam era digital saat ini, ulasan positif dari

wisatawan di platform media sosial dan situs perjalanan juga sangat berpengaruh terhadap citra destinasi. Oleh karena itu, meningkatkan standar layanan dengan mengadakan pelatihan bagi tenaga kerja pariwisata, menerapkan sistem umpan balik yang efektif, serta memastikan bahwa wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkesan, merupakan langkah strategis dalam mempertahankan daya saing Tanjung Benoa sebagai destinasi wisata unggulan.

Dengan perpaduan antara pelayanan berkualitas dan daya tarik wisata yang unik, Tanjung Benoa dapat terus berkembang sebagai destinasi yang tidak hanya menawarkan pengalaman seru, tetapi juga memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi setiap pengunjung. Selain itu, inovasi dalam penyajian hidangan juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Misalnya, di Tanjung Benoa yang terkenal dengan wisata baharinya, konsep seafood dining dengan pengalaman unik bisa dikembangkan, seperti makan di atas perahu terapung, restoran dengan konsep eco-friendly, atau penyajian hidangan laut yang terinspirasi dari tradisi kuliner lokal Bali.

Selain itu, kreasi menu berbasis bahan lokal juga bisa menjadi daya tarik, seperti memadukan hasil laut segar dengan rempah-rempah khas Bali untuk menciptakan cita rasa yang autentik. Contohnya, sajian ikan bakar dengan bumbu khas Bali seperti sambal matah atau lawar seafood yang dibuat dengan resep tradisional, namun disajikan dalam tampilan modern dan instagrammable untuk menarik minat wisatawan muda.

Inovasi lainnya bisa dilakukan melalui pengalaman kuliner interaktif, seperti kelas memasak bagi wisatawan yang ingin belajar langsung cara membuat hidangan khas Bali, atau konsep open kitchen di mana pengunjung bisa melihat langsung proses memasak hidangan mereka. Selain meningkatkan daya tarik wisata, strategi ini juga bisa memperkuat branding kuliner Tanjung Benoa sebagai destinasi gastronomi yang unik dan berkelas.

Dengan berbagai inovasi dalam penyajian hidangan, sektor kuliner di Tanjung Benoa tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan berkesan bagi wisatawan yang berkunjung. Kisah-kisah menarik tentang asal-usul suatu destinasi atau budaya sering menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, termasuk di Tanjung Benoa. Sejarah dan legenda yang berkembang di suatu tempat dapat memberikan nilai tambah bagi pengalaman wisata, membuat pengunjung tidak hanya menikmati keindahan alam dan kuliner, tetapi juga memahami makna dan cerita di baliknya.

Salah satu kisah yang menarik dari Tanjung Benoa adalah sejarahnya sebagai kampung nelayan dan pusat perdagangan pada zaman dahulu. Sebelum berkembang menjadi destinasi wisata bahari, kawasan ini dihuni oleh komunitas nelayan yang bergantung pada hasil laut. Seiring waktu, budaya

pesisir yang kuat melahirkan tradisi-tradisi unik, seperti upacara adat yang dilakukan untuk menghormati laut serta kearifan lokal dalam menjaga ekosistem perairan.

Selain itu, ada juga cerita tentang Pulau Penyu, yang kini menjadi tempat konservasi penyu hijau. Konon, penyu-penyu yang mendarat di sekitar perairan Tanjung Benoa dipercaya sebagai bagian dari warisan alam yang harus dilestarikan. Keberadaan tempat ini bukan hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga menjadi bagian dari edukasi ekowisata, di mana pengunjung dapat belajar tentang pentingnya menjaga kelangsungan hidup satwa laut yang terancam punah.

Legenda lokal lainnya yang menarik adalah tentang asal-usul nama Tanjung Benoa. Ada yang menyebut bahwa "Benoa" berasal dari bahasa lokal yang berarti "tanah yang menjorok ke laut", mencerminkan bentuk geografis kawasan ini. Versi lain mengatakan bahwa nama tersebut berasal dari pengaruh pedagang yang datang ke wilayah ini pada masa lalu, membawa budaya dan bahasa yang kemudian bercampur dengan tradisi setempat.

Kisah-kisah ini tidak hanya memperkaya daya tarik wisata di Tanjung Benoa, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih bermakna dan autentik bagi para wisatawan yang ingin mengenal lebih dalam budaya serta sejarah lokal.



Gambar 8. Suasana Tanjung banoa

Investasi berkelanjutan dalam kualitas pelayanan menjadi faktor kunci bagi Pantai Tanjung Benoa dalam mempertahankan reputasinya sebagai destinasi wisata bahari unggulan. Dengan terus meningkatkan standar pelayanan, baik dalam aspek hospitality, fasilitas, maupun keamanan, destinasi ini dapat menjaga kepuasan wisatawan dan memperkuat daya saingnya di tingkat nasional maupun internasional.

Salah satu bentuk investasi yang penting adalah pelatihan bagi tenaga kerja pariwisata. Memberikan edukasi dan pelatihan secara berkala kepada pemandu wisata, operator olahraga air, serta pengelola usaha di sekitar pantai dapat meningkatkan profesionalisme mereka dalam melayani wisatawan. Pelayanan yang ramah, informatif, dan responsif

akan menciptakan pengalaman positif yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung serta merekomendasikan Tanjung Benoa kepada orang lain.

Selain itu, peningkatan infrastruktur dan fasilitas wisata juga merupakan bagian dari investasi berkelanjutan. Misalnya, dengan membangun area tunggu yang nyaman, memperbaiki jalur akses ke pantai, serta menyediakan fasilitas sanitasi yang bersih dan ramah lingkungan. Keberadaan fasilitas modern yang tetap menjaga keasrian alam akan meningkatkan daya tarik wisata tanpa mengorbankan keberlanjutan lingkungan.

Tak kalah penting, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan reservasi juga perlu menjadi fokus investasi. Dengan sistem pemesanan online, layanan pelanggan berbasis digital, serta promosi melalui platform media sosial, Pantai Tanjung Benoa dapat menjangkau lebih banyak wisatawan dan memberikan mereka kemudahan dalam mengakses informasi maupun layanan yang tersedia.

Dengan investasi yang konsisten dalam kualitas pelayanan, Pantai Tanjung Benoa dapat mempertahankan reputasinya sebagai destinasi wisata bahari yang unggul, nyaman, dan berkelanjutan, sehingga tetap menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam serta berbagai aktivitas bahari yang menarik.

Selain itu, integrasi konsep ramah lingkungan dalam pengelolaan Penangkaran Penyu menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan wisata berbasis konservasi. Konsep ini tidak hanya berfokus pada perlindungan penyu sebagai spesies yang terancam punah, tetapi juga mencakup pelestarian ekosistem laut dan edukasi bagi wisatawan serta masyarakat lokal.

Salah satu langkah utama dalam penerapan konsep ramah lingkungan adalah pengelolaan habitat penyu secara berkelanjutan. Hal ini mencakup upaya menjaga kebersihan pantai sebagai area peneluran, mengontrol aktivitas wisata agar tidak mengganggu proses alami penyu, serta memastikan bahwa infrastruktur penangkaran tidak merusak ekosistem pesisir.

Selain itu, pendekatan berbasis pendidikan dan partisipasi masyarakat juga menjadi faktor penting. Program edukasi bagi wisatawan yang mengunjungi penangkaran dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga keberlanjutan lingkungan. Misalnya, melalui tur edukatif, sesi pelepasan tukik (anak penyu) ke laut, serta kampanye anti-penggunaan produk berbahan penyu, wisatawan dapat lebih memahami peran mereka dalam mendukung konservasi.

Teknologi juga dapat diintegrasikan dalam upaya pelestarian, seperti penggunaan platform digital untuk pemantauan populasi penyu, penerapan sistem reservasi wisata berbasis online untuk mengurangi dampak overtourism, serta kampanye

digital untuk meningkatkan kepedulian global terhadap perlindungan penyu.

Dengan penerapan konsep ramah lingkungan yang menyeluruh, Penangkaran Penyu tidak hanya menjadi destinasi wisata yang menarik, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan ekosistem laut serta kesejahteraan komunitas lokal yang bergantung pada ekowisata.

Meskipun pemasaran digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya tarik wisata Penangkaran Penyu, masih terdapat berbagai tantangan yang menghambat efektivitas strategi pemasaran dan pengelolaan daya tarik wisata tersebut. Berikut adalah beberapa permasalahan utama yang dihadapi:

1. Kurangnya Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital

- **Minimnya pemanfaatan teknologi digital:** Banyak penangkaran penyu masih bergantung pada metode promosi konvensional dan belum sepenuhnya mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial, website, atau platform pariwisata online.
- **Konten digital yang kurang menarik:** Konten promosi yang dibuat sering kali tidak cukup menarik atau informatif untuk meningkatkan minat wisatawan. Keterbatasan dalam pembuatan video berkualitas, storytelling yang kuat, dan strategi interaktif menjadi kendala utama.
- **Kurangnya konsistensi dalam pemasaran digital:** Promosi digital tidak dilakukan secara terjadwal atau hanya dilakukan dalam periode tertentu tanpa adanya strategi jangka panjang.

2. Rendahnya Kesadaran Masyarakat dan Wisatawan terhadap Konservasi

- Banyak wisatawan yang hanya tertarik datang untuk melihat penyu tanpa benar-benar memahami aspek konservasi dan pentingnya menjaga keberlanjutan ekosistem laut.
- **Kurangnya edukasi digital:** Materi edukasi tentang konservasi yang disajikan secara online masih terbatas, sehingga wisatawan tidak mendapatkan pemahaman mendalam sebelum berkunjung.

3. Persaingan dengan Destinasi Wisata Lain

- Bali memiliki banyak destinasi wisata unggulan, seperti pantai, pura, dan wisata budaya, yang membuat wisata Penangkaran Penyu harus bersaing dalam menarik minat wisatawan.
- **Kurangnya diferensiasi unik** dalam pemasaran membuat wisata penangkaran penyu kurang menonjol dibandingkan destinasi lain yang lebih populer.

4. Keterbatasan Sumber Daya dalam Pemasaran Digital

- Banyak pengelola wisata penangkaran yang tidak memiliki tim khusus untuk menangani pemasaran digital, sehingga aktivitas promosi dilakukan secara sporadis dan kurang maksimal.
- **Minimnya anggaran** untuk pemasaran digital

menyebabkan keterbatasan dalam produksi konten berkualitas, seperti video promosi profesional atau kampanye iklan berbayar di media sosial.

5. Kurangnya Kolaborasi dengan Influencer dan Platform Digital

- Influencer dan travel blogger memiliki peran besar dalam meningkatkan eksposur suatu destinasi, namun wisata penangkaran penyu masih jarang menjalin kerja sama dengan mereka.
- **Minimnya integrasi dengan platform booking wisata online**, seperti Klook, TripAdvisor, atau Traveloka, membuat wisata ini kurang dikenal di kalangan wisatawan yang mencari informasi secara digital.

6. Tantangan dalam Pengelolaan Wisata Berbasis Konservasi

- Beberapa wisatawan lebih tertarik pada aspek rekreasi daripada konservasi, sehingga sulit menyeimbangkan pengalaman wisata dengan edukasi konservasi.
- **Masih adanya praktik wisata yang tidak ramah lingkungan**, seperti wisatawan yang menyentuh penyu tanpa pengawasan atau penangkaran yang lebih berorientasi komersial daripada konservasi sejati.

4. KESIMPULAN

Pemasaran digital telah menjadi alat yang efektif dan strategis dalam meningkatkan daya tarik wisata Penangkaran Penyu di Bali. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, website, dan marketplace pariwisata, destinasi ini dapat menjangkau wisatawan lebih luas, meningkatkan kesadaran akan pentingnya konservasi penyu, serta menarik lebih banyak kunjungan.

Partisipasi mahasiswa pariwisata dalam pemasaran digital memainkan peran penting dalam menghadirkan konten yang kreatif, edukatif, dan menarik. Melalui pembuatan video dokumenter, artikel blog, serta promosi interaktif di media sosial, mereka tidak hanya membantu memperkenalkan wisata penangkaran penyu kepada audiens global tetapi juga menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap keberlanjutan lingkungan.

Selain itu, kombinasi antara strategi pemasaran digital dan daya tarik wisata berbasis edukasi telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan serta keterlibatan komunitas lokal dalam pelestarian penyu. Pengalaman wisata yang berbasis konservasi ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi wisatawan tetapi juga mendukung keberlanjutan ekowisata di Bali.

Untuk ke depannya, optimalisasi pemasaran digital perlu terus dilakukan dengan menerapkan strategi yang lebih inovatif, seperti integrasi teknologi augmented reality (AR), kampanye digital yang melibatkan influencer, serta kolaborasi dengan platform pariwisata berbasis online. Dengan

pendekatan yang berkelanjutan dan kolaboratif, wisata Penangkaran Penyu Bali dapat terus berkembang sebagai destinasi yang menarik, edukatif, dan berkontribusi dalam pelestarian lingkungan.

Kualitas layanan dan lingkungan sekitar restoran di Tanjung Benoa memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata kuliner yang berkesan bagi wisatawan. Pelayanan yang ramah, profesional, serta responsif terhadap kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan. Selain itu, kebersihan dan kenyamanan lingkungan sekitar restoran juga menjadi faktor utama dalam menarik minat pengunjung.

Restoran yang menjaga standar kebersihan, estetika, dan kenyamanan akan lebih disukai oleh wisatawan, terutama di era digital di mana ulasan dan rekomendasi dari pengunjung sangat berpengaruh terhadap citra sebuah tempat. Penyediaan fasilitas yang memadai, seperti tempat duduk yang nyaman, area parkir yang luas, serta suasana yang mendukung pengalaman kuliner yang menyenangkan, dapat menjadi nilai tambah dalam meningkatkan daya saing restoran di kawasan ini.

Selain itu, integrasi konsep ramah lingkungan dalam pengelolaan restoran juga menjadi tren yang semakin diminati. Misalnya, penggunaan bahan baku lokal dan berkelanjutan, pengurangan plastik sekali pakai, serta pengelolaan limbah yang baik dapat meningkatkan citra positif restoran sebagai bagian dari ekowisata.

Dengan kombinasi kualitas layanan yang prima dan lingkungan yang terjaga, restoran di Tanjung Benoa dapat memberikan pengalaman kuliner yang tidak hanya lezat tetapi juga nyaman dan berkesan bagi wisatawan, sehingga meningkatkan daya tarik kawasan sebagai destinasi wisata unggulan.

Inovasi dan keragaman dalam layanan makanan di Tanjung Benoa secara signifikan meningkatkan jumlah wisatawan lokal dan internasional. Ini termasuk menggunakan bahan-bahan lokal seperti kerapu, tenggiri, dan kakap, teknik memasak modern, dan menu kreatif. Ini tidak hanya meningkatkan pengalaman wisata lokal dan internasional tetapi juga berkontribusi pada konservasi tradisi masakan lokal. Pengembangan teknologi baru dan resep inovatif berkontribusi untuk menciptakan pengalaman makanan yang unik dan lezat. Hal ini juga bermanfaat bagi perekonomian lokal dengan mengurangi biaya transportasi dan mempromosikan pariwisata. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu menyebarkan informasi tentang layanan makanan baru, membuat Tanjung Benoa menjadi tujuan bagi penggemar makanan.

5. REFERENSI

- Agung Yuliyanto Nugroho, Transformasi Digital: Mengoptimalkan Strategi E-Commerce Di Era Disrupsi, *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital*, Vol.1 No.1 Nopember 2024.
- Agung Yuliyanto Nugroho, Aktivitas Pengelolaan Wisata Petualangan Canyoning Berbasis Resiko DOI: <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i3.426>
- Agung Yuliyanto Nugroho, Mengintegrasikan Teknologi IoT dan Smart Destinations dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan DOI: <https://doi.org/10.55606/jtmei.v3i3.4270>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- UNWTO. (2019). *Sustainable tourism development: A guide for policy makers*. United Nations World Tourism Organization.
- Ghozali, I. (2018). Pengaruh media sosial terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(2), 45-58.
- Haryanto, T. (2021). Peran pemasaran digital dalam meningkatkan daya tarik wisata berbasis konservasi. *Jurnal Ekowisata dan Pemasaran Digital*, 8(1), 30-45.
- Santoso, R., & Dewi, M. (2022). Strategi digital marketing dalam mempromosikan wisata berbasis ekowisata. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata Berkelanjutan*, 55-67. Universitas Udayana.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia*. Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://www.kemenparekraf.go.id>
- TripAdvisor. (2024). *Review wisata Penangkaran Penyau Bali*. Diakses pada 3 Maret 2025, dari <https://www.tripadvisor.com>.