

Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan Perusahaan Sosial "Eco Tourism Bali" Melalui Program *Eco Climate Badge* Di Kaamala Resort Ubud

Mariati Tania Jua^{a,1}, I Gusti Agung Oka Mahagangga^{a,2} Dian Pramita Sugiarti^{a,3}

¹taniajua33@gmail.com, ²okamahagangga@unud.ac.id, ³dian_pramita@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Badung, Bali

Abstract

This study aims to identify sustainable tourism marketing conducted by the social enterprise Eco Tourism Bali (ETB) through the Eco Climate Badge program at Kaamala Resort Ubud. The research employs a qualitative method with data collection techniques including in-depth interviews, observations, literature reviews, and interactive data analysis. The findings reveal that ETB's products include the Eco Climate Badge, Regenerative Bali Program, Sustainable Event Management, and Training Program, with the Eco Climate Badge as the flagship program a certification system awarded to hotels and restaurants that implement environmentally friendly practices. Sustainable tourism promotion is dominated by digital channels such as social media and websites, as well as offline through two main activities: World Tourism Day and Eco Tourism Week. Product pricing is flexible and inclusive, while distribution is focused on digital platforms. The implementation of the Eco Climate Badge at Kaamala Resort Ubud includes energy efficiency, waste reduction, biodiversity conservation, and social benefits for the local community. This study concludes that sustainability-based marketing can create a positive image and attract environmentally conscious tourists. The study also encourages other social enterprises to develop similar programs to support sustainable tourism that aligns with community needs.

Keywords: Sustainable Tourism Marketing, Social Enterprise, Eco Tourism Bali, Eco Climate Badge, Kaamala Resort Ubud

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor utama yang menopang perekonomian Bali (Budhi dkk., 2022). Namun demikian, pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata turut menimbulkan berbagai dampak negatif, khususnya terhadap kelestarian lingkungan. Dampak tersebut mencakup kerusakan ekosistem yang diakibatkan oleh aktivitas pariwisata, seperti degradasi lingkungan, peningkatan volume sampah, dan emisi karbon global (Ahmad dkk., 2018; Ahmad, 2019). Di Provinsi Bali, kerusakan lingkungan yang ditimbulkan oleh pariwisata meliputi pencemaran lingkungan, tingginya produksi sampah, alih fungsi lahan, serta polusi dari kendaraan bermotor (Januar, 2024). Dikutip dari Speirs (2024), sektor perhotelan dan restoran menjadi salah satu kontributor terhadap permasalahan lingkungan, seperti kelangkaan air bersih dan meningkatnya volume sampah.

Data Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup (DKLH) Provinsi Bali menunjukkan bahwa jumlah total timbulan sampah di Bali pada tahun 2024 mencapai 1,2 juta ton (Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali, 2025). Dari jumlah tersebut, sektor pariwisata menjadi penyumbang sampah terbesar kedua setelah rumah tangga, dengan kontribusi sebesar 11,4% berasal dari usaha Hotel, Restoran, dan Kafe (HOREKA) di Kota Denpasar (Rita, 2025). Salah satu fenomena yang mencerminkan kondisi ini adalah keberadaan sampah kiriman di Pantai Kuta yang terjadi hampir setiap bulan, yang sebagian besar sampah tersebut

berasal dari aktivitas hotel dan restoran (Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku industri pariwisata di Bali, khususnya hotel dan restoran, belum sepenuhnya menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2004) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) sebagai bentuk pariwisata yang secara menyeluruh mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan, baik pada masa kini maupun masa mendatang, serta berupaya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, dan masyarakat lokal (Kurnianingtyas dan Pratama, 2023). Konsep ini menjadi penting karena menekankan upaya-upaya untuk pengurangan dampak negatif serta peningkatan manfaat positif bagi lingkungan, budaya lokal, dan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Widiati dan Permatasari, 2022).

Sejalan dengan hal tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sendiri juga telah menetapkan visi untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan di Indonesia (Kemenparekraf, 2023). Dalam praktiknya, Kemenparekraf menghimbau agar para pelaku usaha perhotelan dan restoran untuk mulai mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan guna menekan emisi karbon dan mengurangi produksi sampah (Kemenparekraf, 2022). Sebagai bentuk kontribusi terhadap upaya tersebut, berbagai pihak termasuk

organisasi non-pemerintah dan perusahaan sosial (*social enterprises*) telah mengambil peran aktif dalam mendorong transformasi pariwisata menuju arah yang lebih berkelanjutan.

Salah satu aktor yang menonjol untuk mewujudkan upaya untuk pemasaran pariwisata berkelanjutan adalah Eco Tourism Bali (ETB), perusahaan sosial lokal yang secara spesifik bergerak dalam pengembangan sistem verifikasi *green tourism* untuk sektor perhotelan dan restoran di Bali. Tujuan utama ETB adalah mendorong adopsi praktik pariwisata ramah lingkungan serta pengurangan jejak karbon dalam industri pariwisata lokal (Eco Tourism Bali, 2024). Untuk mencapai tujuan tersebut, ETB meluncurkan berbagai program, salah satunya adalah program *Eco Climate Badge* sebagai bentuk verifikasi kepada pelaku usaha yang telah menerapkan praktik-praktik berkelanjutan. Verifikasi ini diberikan dalam bentuk lencana (*badge*) resmi dengan tiga tingkatan, yaitu *gold*, *silver*, dan *bronze*, yang didasarkan pada standar pedoman *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*).

Berdasarkan data terbaru dari Eco Tourism Bali, hingga pertengahan tahun 2025 telah terdapat 33 hotel dan 16 restoran yang berhasil memperoleh verifikasi *Eco Climate Badge*. Salah satu di antaranya adalah Kaamala Resort Ubud yang berhasil meraih *gold badge*. Hasil observasi pra-penelitian di Kaamala Resort Ubud menunjukkan bahwa program *Eco Climate Badge* sangat membantu dalam menyediakan panduan dan pedoman praktis yang mudah dipahami dan diterapkan dalam operasional sehari-hari. Dengan adanya pedoman tersebut, pelaku usaha menjadi lebih terarah dalam melakukan transformasi menuju praktik ramah lingkungan, sekaligus meningkatkan citra di mata konsumen.

Sesuai dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemasaran perusahaan sosial Eco Tourism Bali untuk mendorong penerapan praktik pariwisata berkelanjutan di Bali. Penelitian ini berfokus di Kaamala Resort Ubud sebagai contoh konkret dari implementasi program *Eco Climate Badge*. Urgensi penelitian pun terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana aktor non-pemerintah seperti perusahaan sosial dapat menjadi katalis perubahan dalam mendorong transformasi sektor pariwisata menuju arah pariwisata berkelanjutan, sehingga dapat menjadi acuan bagi pengembangan kebijakan serta praktik bagi organisasi serupa.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Eco Tourism Bali sebagai lokasi utama penelitian, yang terletak di Jl. Srirama, Gg. Kayumanis III No. 6, Second Floor, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi ini

didasarkan pada posisi Eco Tourism Bali sebagai perusahaan sosial yang menjadi pionir dalam pemasaran praktik pariwisata berkelanjutan di Bali. Sementara itu, lokasi penelitian kedua adalah Kaamala Luxury Resort & Spa Ubud by iNi Vie Hospitality yang berlokasi di Jl. Bisma No. 888A, Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kaamala Resort merupakan salah satu unit akomodasi yang menggunakan jasa dari perusahaan Eco Tourism Bali dan mendapatkan sertifikasi tertinggi dalam *Eco Climate Badge* pada tahun 2025, sehingga telah secara aktif mengimplementasikan standar keberlanjutan yang ditetapkan oleh ETB. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka, serta analisis interaktif menurut Miles & Huberman.

Penelitian ini menggunakan teori *Triple Bottom Line* yang dicetuskan oleh John Elkington pada tahun 1997. Teori ini dikembangkan sebagai kritik terhadap pendekatan bisnis konvensional yang hanya berfokus pada keuntungan finansial (*profit*), tanpa mempertimbangkan dampak sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) (Giang dkk., 2022). *Triple Bottom Line* bertujuan mendorong perusahaan untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan melalui keseimbangan antara ketiga dimensi tersebut. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan perlu menjalankan bisnis yang tidak hanya dapat mencari keuntungan saja, namun harus beriringan dengan dampak positif terhadap manusia dan lingkungan untuk memaksimalkan nilai perusahaan secara menyeluruh. Dalam konteks penelitian ini, teori ini relevan karena menekankan pentingnya peran perusahaan, khususnya perusahaan sosial, dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, membangun citra positif, serta menciptakan nilai jangka panjang tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga secara sosial dan ekologis. menyeluruh.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dipilih secara sengaja karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan fokus penelitian. Informan terbagi menjadi dua kategori, yaitu informan kunci dari pihak Eco Tourism Bali yang terdiri dari *Account Manager* dan *Marketing Communication*, serta informan pangkal dari pihak Kaamala Resort Ubud, yaitu Manajer *Front Office* sebagai pihak yang mengetahui implementasi program *Eco Climate Badge*.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, serta studi pustaka. Proses analisis data meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan Sosial Eco Tourism Bali

Eco Tourism Bali (ETB) merupakan perusahaan sosial yang didirikan pada bulan September 2021 oleh dua aktivis lingkungan, yakni Suzy Hutomo dan Rahmi Fajar Harini. Pendirian ETB dilandasi oleh kepedulian terhadap masa depan lingkungan dan keberlanjutan sektor pariwisata di Bali. Dengan visi membangun komunitas melalui praktik pariwisata yang berkelanjutan, ETB menargetkan Bali sebagai destinasi wisata berkelanjutan berkelas dunia pada tahun 2030. Visi ini dijabarkan lebih lanjut dalam target jangka panjang, yakni terwujudnya netralitas iklim (*climate neutrality*) pada sektor pariwisata Bali di tahun 2050. Sebagai perusahaan sosial, ETB berperan aktif dalam mendukung transformasi sistem pariwisata melalui kerja kolaboratif dengan berbagai pemangku kepentingan, baik dari sektor pemerintah, swasta, maupun komunitas lokal. Komitmen ini diwujudkan melalui serangkaian tujuan strategis yang mencakup: 1) penyediaan solusi keberlanjutan untuk industri pariwisata; 2) pengembangan dan penerapan standar kualifikasi hotel dan restoran yang terverifikasi; 3) fasilitasi koneksi antara permintaan dan pasokan dalam praktik pariwisata berkelanjutan; 4) penyediaan informasi yang kredibel terkait isu-isu keberlanjutan; 5) penyelenggaraan kegiatan pariwisata yang bertanggung jawab secara sosial; dan 6) pembentukan jejaring antara pelaku industri pariwisata Bali dengan jaringan internasional.

Untuk menjalankan tujuan-tujuan tersebut, ETB mengembangkan pendekatan yang terstruktur dan sistematis melalui tiga pilar utama, yaitu *Educate*, *Recognize*, dan *Improve*. Dalam hal ini, pilar *Educate* berfokus pada penguatan kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata melalui program pelatihan dan edukasi keberlanjutan. Pilar *Recognize* diwujudkan melalui pemberian penghargaan dan pengakuan resmi dalam bentuk *Eco Climate Badge*, sebuah sertifikasi yang menunjukkan bahwa hotel atau restoran telah memenuhi standar keberlanjutan yang ditetapkan. Sementara pilar *Improve* direalisasikan melalui Program Regeneratif Bali, yang mencakup kegiatan restorasi ekosistem untuk pelestarian lingkungan. Lebih lanjut, ETB juga berperan sebagai pusat informasi dan advokasi keberlanjutan secara luas melalui berbagai inisiatif. Mulai dari penyelenggaraan *Eco Tourism Week* serta membentuk kemitraan dengan platform global seperti Travalyst dan Booking.com.

Gambaran Umum Kaamala Resort Ubud

Kaamala Resort Ubud merupakan salah satu bentuk pelayanan akomodasi yang dikelola oleh Ini Vie Hospitality. Kaamala Resort berada sekitar 37 kilometer dari Bandara Internasional Ngurah Rai, dan berdiri di atas lahan seluas kurang lebih tiga hektare di tengah kawasan persawahan dan hutan tropis Ubud (Nugraha dkk., 2024). Letaknya yang strategis memungkinkan akses mudah menuju berbagai daya

tarik wisata utama di Ubud, seperti Ubud Palace dan Monkey Forest. Sebagai resort berbintang lima, Kaamala Resort menasar pasar wisatawan yang mengutamakan kenyamanan, ketenangan, serta kualitas pelayanan premium (Booking.com., 2025).

Fasilitas yang ditawarkan Kaamala Resort meliputi *Infinity Pool* dengan pemandangan alam terbuka, Svaha Spa Bisma, pusat kebugaran (*gym*), area yoga, hammock area, serta The Chapel sebagai tempat pernikahan dan kegiatan spiritual. Dari sisi layanan kuliner, tersedia dua restoran utama yaitu *Wild Air Restaurant* dan *Shichirin Restaurant* yang menyajikan hidangan Jepang, Asia, dan Eropa, termasuk pilihan menu vegetarian, vegan, dan bebas gluten. Kaamala Resort juga merupakan salah satu pengguna program *Eco Climate Badge* dari Eco Tourism Bali, dan telah memperoleh sertifikasi Gold atas komitmennya dalam menerapkan praktik operasional yang berkelanjutan.

Pemasaran Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

Pemasaran pariwisata berkelanjutan yang dilakukan oleh Eco Tourism Bali dikaji menggunakan kerangka bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Kerangka ini digunakan untuk melihat bagaimana strategi pemasaran ETB tidak hanya berfokus pada aspek komersial, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam setiap elemen pemasaran dalam upaya mewujudkan pariwisata berkelanjutan di Bali. Adapun penjabaran ketujuh elemen bauran pemasaran sebagai berikut:

A. *Product* Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

Produk-produk pariwisata berkelanjutan yang dikembangkan oleh ETB secara garis besar terdiri atas empat kategori produk, yaitu *Eco Climate Badge*, *Regenerative Bali Program*, *Sustainable Event Management*, Program Pelatihan (*Training*). Selain itu, ETB juga memiliki dua event tahunan yang menjadi bagian dari produk strategis, yaitu *Eco Tourism Week* (ETW) dan *World Tourism Day* (WTD), yang berfungsi sebagai wadah edukasi publik, promosi, dan advokasi pariwisata berkelanjutan. Produk unggulan ETB saat ini adalah *Eco Climate Badge*, sebuah sistem verifikasi keberlanjutan yang dirancang untuk menilai dan mengakui pencapaian usaha akomodasi serta usaha makanan dan minuman dalam menerapkan praktik ramah lingkungan dan sosial. Badge ini tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis untuk memperkuat posisi pasar usaha pariwisata.

Eco Climate Badge dirancang berdasarkan pedoman *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) serta mendukung capaian *Sustainable Development*

Goals (SDGs). Dalam wawancara, informan juga menjelaskan bahwa pengembangan produk ini didasarkan pada tren permintaan pasar (market demand) yang menunjukkan bahwa 83% calon wisatawan global lebih memilih produk berkelanjutan, dan 56% dari bersedia membayar lebih untuk layanan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Dengan mengadopsi sertifikasi ini, pelaku usaha pariwisata di Bali berpotensi menjadi bagian dari segmen pasar eksklusif yang mencakup 6% secara global dan 1% secara regional, sebagaimana dijelaskan oleh informan dalam wawancara yang dilakukan.

1. Tabel Daftar Akomodasi Pengguna *Eco Climate Badge*

No	Nama Akomodasi	Level Badge
1	Aksari Luxury Resort & Spa Ubud oleh Ini Vie Hospitality	Gold
2	Bali Beach Glamping	Gold
3	Bamboo Turtle Ecolodge	Gold
4	Kaamala Luxury Resort & Spa Ubud oleh Ini Vie Hospitality	Gold
5	Nadi Nature Resort	Gold
6	Sarinbuana Eco Lodge	Gold
7	Potato Head Studios	Gold
8	Soulshine Bali	Gold
9	The Apurva Kempinski Bali	Gold
10	Canggu Cabana Resort	Silver
11	Vila Cyrus	Silver
12	Astera Luxury Resort & Spa Canggu by Ini Vie Hospitality	Silver
13	Clarina's Eco Hotel Yuhu	Silver
14	Monocale resot	Silver
15	Seascape Resort	Silver
16	BeingSattvaa Mewah Ubud	Member
17	Restoran Alia	Member

18	Desa Swan Villas & SPA	Member
19	Neo+ Kuta Legian	Member
20	Test Hotel Dayu Kencana	Member
21	Test hotel milla	Member
22	Tijili Hotel Beno	Member
23	COMO Shambhala Estate	Member
24	Hideout	Member
25	Munduk Moding Plantation Nature Resort and Spa	Member
26	The Purist Villas & Spa Ubud	Member

(Sumber: Eco Tourism Bali per Januari 2025)

Hingga Januari 2025, tercatat total 26 hotel dan 15 restoran yang telah bergabung dalam program sertifikasi *Eco Climate Badge*. Hal ini menunjukkan adanya respons positif dari pelaku industri pariwisata terhadap pentingnya penerapan praktik ramah lingkungan, sekaligus memperkuat daya saing usaha mereka di tengah tren wisata yang semakin mengutamakan keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

2. Tabel Daftar Restoran Pengguna *Eco Climate Badge*

No	Nama Restoran	Level Badge
1	Over the Moon Cafe	Silver
2	Mozaic	Bronze
3	Bali Asli Restaurant	Member
4	Oneeighty bali	Member
5	Alkaline Vegan Restaurant	Member
6	Bali Buda	Member
7	Sauce Tree	Member
8	Mushroom Espresso	Member
9	Mana Earthly Paradise	Member
10	Koral Restaurant	Member
11	Locavore NXT	Member
12	The Kelusa	Member

13	Tropical Temptation Beach Club	Member
14	Amici by Enrico Bartolini	Member
15	Seasalt Seminyak	Member

(Sumber: Eco Tourism Bali per Januari 2025)

Produk berikutnya adalah *Regenerative Bali Program*, yakni serangkaian inisiatif restorasi lingkungan yang berfokus pada ekosistem pesisir dan daratan. Program ini mencakup penanaman mangrove, restorasi terumbu karang, pelepasan bayi penyu, serta penanaman pohon di lahan terdegradasi. Program ini secara langsung berkontribusi terhadap target Netralitas Iklim Bali 2050, sekaligus melibatkan masyarakat lokal dalam proses pelestarian. Hingga tahun 2025, dikutip dari situs web resmi (per Juni 2025), ETB telah menanam 4.500 bibit mangrove, menanam lebih dari 60 reef stars, dan melepas 200 bayi penyu ke habitat aslinya melalui kerja sama dengan mitra komunitas.

Selanjutnya, *Sustainable Event Management* adalah produk layanan yang ditujukan untuk segmen korporasi dan organisasi yang ingin menyelenggarakan kegiatan berbasis keberlanjutan. Layanan ini meliputi konsultasi, produksi acara, dan aktivasi dampak lingkungan melalui kegiatan seperti penanaman pohon, pelepasan bayi penyu, atau aksi bersih pantai yang diintegrasikan ke dalam rangkaian acara seperti retreat, pelatihan, hingga rapat kerja. Produk ini menyasar pasar *business-to-business* (B2B) (Eco Tourism Bali, 2025).

Terakhir, Program Pelatihan (*Training*) merupakan bentuk edukasi formal dan terstruktur yang ditawarkan ETB kepada pelaku usaha pariwisata. Modul pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan spesifik peserta, mulai dari staf operasional hingga manajemen tingkat atas. Beberapa topik yang dikembangkan mencakup *mindset shifting toward sustainability, resource efficiency, serta circular economy* (Eco Tourism Bali, 2025).

B. Price Produk Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

Penetapan harga pada produk pariwisata berkelanjutan yang ditawarkan oleh ETB disesuaikan dengan jenis layanan, karakteristik pasar, serta kapasitas mitra yang terlibat. Biaya untuk program pelatihan, misalnya, ditentukan berdasarkan jumlah peserta, jenjang jabatan, dan durasi kegiatan. Pada layanan *Sustainable Event Management*, penetapan harga bersifat fleksibel tergantung pada kompleksitas acara. Untuk produk unggulan *Eco Climate Badge*, ETB menerapkan skema harga

bertingkat berdasarkan jumlah kamar yang dimiliki unit akomodasi; semakin besar skala usaha, semakin tinggi biaya registrasi tahunan yang dikenakan (Wawancara dengan Account Manager ETB, 14 Juli 2025).

Model harga tersebut mencerminkan penerapan prinsip proporsionalitas dan keadilan, di mana biaya partisipasi disesuaikan dengan kapasitas bisnis mitra. Artinya, pelaku usaha kecil tetap memiliki kesempatan untuk mengikuti program sertifikasi tanpa terbebani oleh tarif yang tidak sebanding. Dengan membayar harga sertifikasi, mitra usaha tidak hanya memperoleh pengakuan resmi atas komitmen keberlanjutan, tetapi juga memperoleh berbagai manfaat tambahan, seperti pendampingan teknis, peningkatan kapasitas, serta akses ke jejaring promosi internasional yang memperkuat citra dan daya saing bisnis.

C. Place Pemasaran Produk Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

ETB mengutamakan kanal digital sebagai saluran utama dalam mendistribusikan informasi kepada mitra usaha, baik melalui media sosial seperti Instagram, LinkedIn, dan YouTube, maupun melalui situs web resmi. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens secara efisien, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap prinsip keberlanjutan dengan mengurangi penggunaan materi promosi cetak. Meski demikian, ETB tetap mengadakan promosi secara luring melalui kegiatan tahunan seperti *Eco Tourism Week* (ETW) dan *World Tourism Day* (WTD), yang pelaksanaannya disesuaikan dengan segmen audiens dan tujuan acara (Wawancara dengan Account Manager ETB, 14 Juli 2025).

D. Promotion Produk Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

ETB menerapkan strategi promosi terpadu dengan memanfaatkan kombinasi saluran komunikasi daring dan luring. Berdasarkan hasil wawancara, promosi utama dilakukan melalui platform digital karena dinilai lebih fleksibel dan efisien. Kanal daring seperti Instagram, LinkedIn, dan YouTube dimanfaatkan secara optimal karena memungkinkan pelaksanaan promosi tanpa harus bergantung pada kegiatan besar seperti *Eco Tourism Week* atau *World Tourism Day*. Selain media sosial, ETB juga secara rutin mengirimkan *monthly newsletter* kepada pelanggan dan calon mitra melalui surat elektronik. *Newsletter* tersebut memuat pembaruan terkait kegiatan organisasi, rencana mendatang, serta progres yang telah dicapai.

Meski fokus utama berada pada media digital, ETB tetap menjalankan strategi promosi luring. Promosi tatap muka dilakukan dengan mengikuti

berbagai kegiatan seperti pameran dan expo, termasuk *Bali Beauty and Wellness Expo*, serta acara tahunan seperti *Eco Tourism Week* dan *World Tourism Day* yang diselenggarakan secara berkala. Selain kegiatan berskala besar, ETB juga mengadakan pertemuan informal, seperti *coffee meeting* bersama calon mitra, sebagai bentuk *personal selling* yang membangun hubungan lebih dekat dengan pihak eksternal. Tidak hanya itu, ETB juga menjalin kerja sama dengan asosiasi, komunitas, dan instansi pemerintah seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Dinas Pariwisata, serta Bali Tourism Board. Kolaborasi ini mendukung perluasan jaringan promosi sekaligus meningkatkan kredibilitas ETB di kalangan industri maupun publik.

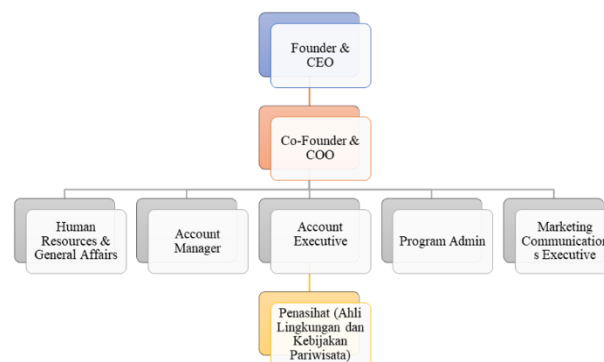
E. *People* dalam Promosi Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

Struktur sumber daya manusia ETB dalam mendukung promosi pariwisata berkelanjutan terdiri atas kepemimpinan strategis, tim operasional, dan jajaran penasihat eksternal. Kepemimpinan utama dipegang oleh Founder & CEO serta Co-Founder & COO, yang mengarahkan arah strategis organisasi secara keseluruhan. Pelaksanaan operasional sehari-hari dikelola oleh divisi-divisi inti seperti *Human Resources & General Affairs*, *Account Manager*, *Account Executive*, *Program Admin*, dan *Marketing Communications Executive*. Dalam implementasinya, program *Eco Climate Badge* secara langsung ditangani oleh tim *Sales* dan *Account manager*. Namun demikian, seluruh divisi terlibat aktif dalam mendukung promosi dan penguatan narasi keberlanjutan, terutama melalui peran strategis divisi *Marketing Communications* yang menjadi garda depan dalam penyebaran informasi program tersebut.

Di luar tim internal, ETB juga menjalin kerja sama dengan berbagai asosiasi dan unit usaha mitra. Mitra-mitra ini berfungsi sebagai *sounding partner* yang membantu menyampaikan informasi terkait *Eco Climate Badge* kepada jaringan pelanggan mereka. Kolaborasi ini memungkinkan ETB menjangkau lebih luas tanpa harus bergantung sepenuhnya pada promosi langsung, sekaligus mencerminkan semangat kerja kolaboratif dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

ETB juga diperkuat oleh jajaran penasihat eksternal dari berbagai latar belakang keilmuan dan industri. Para penasihat ini berasal dari sektor kebijakan pariwisata, perubahan iklim, *restorative economy*, *supply chain* berkelanjutan, hingga kuliner berbasis keberlanjutan. Peran mereka tidak hanya untuk memperkaya perspektif program, tetapi juga memastikan bahwa kebijakan dan pendekatan ETB berada dalam jalur yang selaras dengan prinsip keberlanjutan global dan berbasis bukti ilmiah. Dengan struktur tersebut, ETB menegaskan komitmennya sebagai aktor yang bergerak pada

persilangan antara praktik bisnis, advokasi lingkungan, dan kolaborasi multipihak.



1. Struktur Organisasi Eco Tourism Bali (Sumber: Pengelohan Data Peneliti, 2025)

F. *Process* dalam Promosi Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

Setiap produk yang dikembangkan oleh ETB memiliki karakteristik dan target pengguna yang berbeda, sehingga alur proses pelayanan pun disesuaikan. Misalnya, untuk *Training Program* dan *Sustainable Event Management*, proses dimulai dari komunikasi awal dengan calon konsumen, identifikasi kebutuhan, penyusunan modul atau rancangan kegiatan, hingga pelaksanaan dan evaluasi. Seluruhnya bersifat fleksibel dan berbasis kesepakatan, mengingat program-program tersebut bersifat *customized* atau disesuaikan secara spesifik dengan konteks dan tujuan mitra.

Berbeda dengan program lainnya, *Eco Climate Badge* memiliki alur proses yang lebih sistematis. Program ini dirancang agar dapat diselesaikan dalam kurun waktu 30 hari, dengan sepuluh tahapan utama sebagai berikut:

1. Tahap Pendaftaran
Mitra usaha melakukan registrasi resmi ke dalam sistem melalui platform daring ETB.
2. Tahap Persiapan Awal
Setelah terdaftar, mitra memperoleh panduan teknis dan akses terhadap dokumen pendukung untuk memulai asesmen mandiri.
3. Tahap Asesmen Mandiri
Mitra mengisi kuesioner berbasis indikator keberlanjutan untuk mengukur tingkat kesiapan dan praktik yang telah diterapkan.
4. Penyelesaian Asesmen Mandiri
Hasil dari asesmen mandiri dihitung dan disimpan sebagai skor awal yang akan dijadikan acuan awal.
5. Penjadwalan Verifikasi Lapangan
Mitra memilih tanggal untuk pelaksanaan verifikasi langsung oleh tim ETB.
6. Tahap Persiapan Verifikasi

Mitra menyiapkan bukti-bukti pendukung dan dokumen yang diperlukan untuk proses verifikasi lapangan.

7. Tahap Verifikasi di Lokasi
Tim ETB melakukan kunjungan lapangan untuk meninjau langsung penerapan praktik keberlanjutan dan mencocokkannya dengan data asesmen mandiri.
8. Tahap Penilaian Lapangan
Tim verifikator menyusun evaluasi akhir berdasarkan hasil kunjungan dan validasi data.
9. Tahap Pelaporan
Laporan penilaian disusun secara komprehensif, mencakup rekomendasi dan tingkat kelayakan mitra usaha dalam memperoleh sertifikasi.
10. Penerbitan Sertifikat *Eco Climate Badge*
Mitra usaha yang dinyatakan lolos penilaian akan menerima dan dapat secara resmi menggunakan badge materi promosi dan komunikasi publik.

Penilaian untuk memperoleh sertifikasi *Eco Climate Badge* menggunakan komponen yang berbeda antara unit usaha hotel dan restoran, namun sama-sama memiliki 30 butir indikator, sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut:

3. Tabel Perbandingan Komponen Penilaian *Eco Climate Badge*

Aspek	Hotel	Restoran
Jumlah Komponen	4 komponen utama	8 komponen utama
Nama Komponen	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Resource Conservation</i> 2. <i>Pollution Reduction</i> 3. <i>Conservation of Biodiversity, Ecosystem and Landscapes</i> 4. <i>Social Benefits for Local Community</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Water Conservation</i> 2. <i>Waste Reduction and Recycling</i> 3. <i>Sustainable Furnishing</i> 4. <i>Sustainable Food</i> 5. <i>Energy Conservation and Renewable Energy Usage</i> 6. <i>Reusables and Environmentally Preferable Disposables</i> 7. <i>Chemical and Pollution Reduction</i> 8. <i>Social Benefits for Local Community</i>
Keterkaitan pada SDGs	a.SDG 6 (Air Bersih dan Sanitasi)	a. SDG 2 (Tanpa Kelaparan)

b. SDG 7 (Energi Bersih dan Terjangkau)	b. SDG 6 (Air Bersih dan Sanitasi)
c. SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)	c. SDG 7 (Energi Bersih dan Terjangkau)
d. SDG 11 (Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan)	d. SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)
e. SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab)	e. SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur)
f. SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim)	f. SDG 11 (Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan)
g. SDG 14 (Ekosistem Lautan)	g. SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab)
h. SDG 15 (Ekosistem Daratan)	h. SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim)
i. SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan)	i. SDG 15 (Ekosistem Daratan)
	j. SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan)

Sumber: Eco Tourism Bali (2025)

Setelah seluruh proses asesmen selesai dilaksanakan, baik oleh hotel maupun restoran, hasilnya akan dikalkulasikan berdasarkan poin akumulatif dari setiap komponen penilaian. Total skor tersebut kemudian menjadi dasar penentuan kategori badge yang diberikan kepada masing-masing unit usaha, dengan total maksimum 350 poin untuk menentukan tiga tingkatan badge (*gold, bronze, silver*).

G. Physical Evidence Produk Pariwisata Berkelanjutan Eco Tourism Bali

ETB menyediakan sejumlah simbol visual yang dapat digunakan oleh hotel dan restoran mitra sebagai representasi pencapaian keberlanjutan. Adapun bentuk bukti fisik yang disediakan mencakup sertifikat resmi yang menyatakan bahwa properti telah lolos verifikasi berdasarkan standar keberlanjutan ETB, plakat fisik *Eco Climate Badge*

yang dapat dipasang di area publik hotel atau restoran, serta digital badge yang dapat ditampilkan pada situs web.

Dengan demikian, bukti fisik dalam program *Eco Climate Badge* tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika atau simbol formal, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi pasar, membangun kepercayaan, dan memperkuat identitas keberlanjutan dari properti tiap unit usaha pariwisata di mata konsumen yang semakin memiliki kesadaran beretika dalam berwisata.



2. Visualisasi *Eco Climate Badge* (Sumber: Eco Tourism Bali, 2025)

Program *Eco Climate Badge* di Kaamala Resort Ubud

Implementasi program *Eco Climate Badge* di Kaamala Resort Ubud dikaji menggunakan indikator *Eco Climate Badge* yang disusun oleh Eco Tourism Bali berdasarkan pedoman *Eco Climate Badge* itu sendiri, yang terdiri dari *resource conservation*, *pollution reduction*, *conservation of biodiversity*, *ecosystem and landscapes*, serta *social benefits for local community initiatives*. Adapun penjabaran keempat indikator tersebut sebagai berikut:

A. Konservasi Sumber Daya Kaamala Resort Ubud

Dalam konteks sertifikasi *Eco Climate Badge*, konservasi sumber daya menjadi salah satu komponen utama yang dinilai, khususnya terkait pengelolaan energi, air, serta penggunaan produk-produk ramah lingkungan dalam operasional sehari-hari. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Kaamala Resort, praktik-praktik konservasi sumber daya telah diimplementasikan secara menyeluruh dalam berbagai aspek layanan dan fasilitas. Dari sisi efisiensi energi, pihak Kaamala Resort menyampaikan bahwa pencahayaan difokuskan pada pemanfaatan cahaya alami serta penggunaan lampu hemat energi (LED) di seluruh area. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada pengurangan konsumsi listrik, tetapi juga mendorong gaya hidup hemat energi bagi staf dan tamu.

Dalam pengelolaan produk dan material, Kaamala Resort secara aktif mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Sedotan plastik digantikan dengan sedotan dari daun kesafah, seluruh dekorasi bunga menggunakan bunga segar lokal, dan surat

penyambutan (*welcome letter*) tidak lagi menggunakan pengikat berbahan plastik, melainkan daun alami dari lingkungan sekitar.



3. Sedotan Ramah Lingkungan Kaamala Resort Ubud (Sumber: Instagram Eco Tourism Bali, 2025)

Hal ini menunjukkan komitmen Kaamala Resort dalam mengganti elemen-elemen plastik dengan material alami lokal yang dapat terurai secara hayati. Inisiatif ini juga mencerminkan upaya sadar untuk meminimalisir jejak ekologis sekaligus mengangkat potensi sumber daya alam lokal. Inisiatif tersebut juga tercermin dalam penyediaan amenities ramah lingkungan, seperti slipper rotan, tas rotan (*complimentary bag*), serta penggunaan produk perawatan tubuh isi ulang (*refill*) untuk sabun, sampo, dan *body lotion* di seluruh kamar tamu maupun spa.



4. Produk *Refill* Kaamala Resort Ubud (Sumber: Instagram Eco Tourism Bali, 2025)

Lebih lanjut, keterlibatan dalam sertifikasi *Eco Climate Badge* tidak hanya mendorong kepatuhan terhadap aspek administratif, tetapi juga membentuk perubahan perilaku jangka panjang dalam operasional sehari-hari. Hasil wawancara menjelaskan bahwa program ini mendorong gaya hidup yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan, seperti kebiasaan mematikan lampu setelah digunakan, menghindari penggunaan plastik, serta mengganti perlengkapan berbahan plastik termasuk sunbed dengan material alami seperti kayu. Perubahan ini menjadi bagian dari komitmen jangka panjang dalam mengintegrasikan keberlanjutan dalam praktik pelayanan resort.

Kaamala Resort telah menerapkan pendekatan konservasi sumber daya yang selaras dengan komponen *Resource Conservation* dari *Eco Climate Badge*. Praktik tersebut juga konsisten

dengan indikator SDG 6 (air bersih dan sanitasi layak), SDG 7 (energi bersih dan terjangkau), serta SDG 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab).

B. Pengurangan Polusi Kaamala Resort Ubud

Komponen pengurangan polusi dalam sertifikasi *Eco Climate Badge* berfokus pada praktik dalam mengendalikan emisi gas rumah kaca serta mengelola limbah padat dan air limbah. Di Kaamala Resort, praktik tersebut dilakukan melalui penyediaan fasilitas *EV Charging Port* bagi kendaraan listrik, sebagai bentuk dukungan terhadap transisi energi bersih dan moda transportasi rendah emisi.



5. EV Charging Port Kaamala Resort Ubud

(Sumber: Instagram Eco Tourism Bali, 2025)

Dari sisi pengelolaan limbah, pihak Kaamala Resort telah bekerja sama dengan mitra pengelola sampah lokal untuk memastikan pemilahan dan pengolahan yang bertanggung jawab. Proses ini tidak hanya berjalan secara teknis, tetapi juga didukung dengan pelatihan berkala bagi staf. Selain itu, untuk pengolahan limbah organik, Kaamala Resort telah mengadopsi sistem kompos biopori. Metode ini tidak hanya membantu mengurangi beban limbah dapur dan mendukung ekosistem di sekitar area *resort*.



6. Kompos Biopore Kaamala Resort Ubud

(Sumber: Instagram Eco Tourism Bali, 2025)

Secara keseluruhan, praktik-praktik tersebut menunjukkan bahwa Kaamala Resort telah menerapkan pendekatan terintegrasi dalam

pengurangan polusi, baik dari sisi energi maupun pengelolaan limbah. Strategi ini sejalan dengan prinsip *Pollution Prevention* dalam *Eco Climate Badge* serta mendukung pencapaian beberapa SDGs, khususnya SDG 11 (Kota Berkelanjutan), SDG 12 (Konsumsi & Produksi Bertanggung Jawab), dan SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim).

C. Konservasi Keanekaragaman Hayati Kaamala Resort Ubud

Sertifikasi *Eco Climate Badge* menekankan pentingnya perlindungan terhadap habitat alami, kawasan dengan nilai konservasi tinggi, serta spesies lokal yang memiliki peran ekologi signifikan. Kaamala Resort sendiri merupakan akomodasi yang berlokasi di kawasan Ubud, dekat dengan kawasan konservasi Monkey Forest, yang dikenal sebagai habitat alami bagi ratusan ekor monyet ekor panjang (*Macaca fascicularis*). Kedekatan geografis ini menuntut tanggung jawab tambahan bagi pihak resort dalam mengelola interaksi dengan para satwa. Dalam wawancara dijelaskan bahwa pihak resort secara aktif memberikan pelatihan penyegaran (*refreshment training*) kepada staf untuk memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menangani kehadiran para monyet secara non-kekerasan dan edukatif. Tamu juga diarahkan untuk tidak melakukan tindakan yang dapat mengganggu satwa, seperti memberi makan atau melakukan interaksi fisik.

Praktik tersebut menunjukkan bahwa Kaamala Resort tidak hanya menyadari keberadaan spesies lokal, tetapi juga mengambil langkah konkret untuk meminimalkan dampak negatif interaksi manusia terhadap habitat satwa liar. Dengan menerapkan pendekatan etis ini, pihak resort memperlihatkan bentuk nyata dari konservasi biodiversitas dalam operasional harian. Selain itu, penggunaan material alami dalam elemen interior, seperti rotan dan tanaman lokal untuk dekorasi, turut menunjukkan komitmen terhadap pemanfaatan sumber daya berbasis ekosistem setempat, tanpa merusak keanekaragaman hayati di sekitar area. Semua praktik tersebut relevan dengan *Biodiversity Conservation* dan mendukung pencapaian SDG 15 (Menjaga Ekosistem Daratan) serta SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

D. Manfaat Sosial bagi Komunitas Lokal Kaamala Resort Ubud

Komponen manfaat sosial bagi komunitas lokal dalam *Eco Climate Badge* menilai sejauh mana akomodasi memberikan kontribusi sosial dan ekonomi kepada masyarakat sekitar melalui praktik perdagangan yang adil, pemberdayaan komunitas, serta penciptaan peluang kerja yang inklusif. Dalam konteks ini, Kaamala Resort menunjukkan komitmen terhadap pelibatan masyarakat lokal melalui berbagai bentuk kolaborasi. Salah satu bentuk nyata kontribusi sosial Kaamala Resort adalah dalam hal

penggunaan produk-produk lokal, khususnya bunga segar yang digunakan untuk dekorasi maupun elemen sambutan tamu. Resort ini secara konsisten memilih untuk bekerja sama dengan masyarakat sekitar dalam pengadaan bunga, sehingga tercipta sirkulasi ekonomi lokal yang menguntungkan kedua belah pihak.

Selain dalam bentuk tersebut, Kaamala Resort juga membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar, misalnya di bagian dapur dan departemen operasional lainnya. Praktik ini mencerminkan pendekatan yang adil dan inklusif dalam proses rekrutmen serta menunjukkan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan wisata.

Kedua praktik tersebut menunjukkan bahwa Kaamala Resort secara aktif mendukung prinsip keberlanjutan sosial melalui pemberdayaan dan keterlibatan masyarakat lokal dalam siklus ekonomi resort. Pendekatan ini selaras dengan indikator *Social Benefits for Local Community* dalam *Eco Climate Badge* dan secara langsung mendukung pencapaian SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) serta SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pariwisata berkelanjutan yang dijalankan oleh Eco Tourism Bali melalui program *Eco Climate Badge* di Kaamala Resort Ubud secara nyata mencerminkan prinsip-prinsip dalam teori *Triple Bottom Line*, yang menekankan keseimbangan antara aspek *planet* (lingkungan), *people* (sosial), dan *profit* (ekonomi). Aspek *planet* terwujud dalam upaya konservasi sumber daya alam, seperti penggunaan energi terbarukan, pengurangan plastik sekali pakai, dan sistem pengelolaan limbah organik. Aspek *people* terlihat dari keterlibatan komunitas lokal dalam rantai pasok, pelatihan staf tentang pelestarian satwa, dan penciptaan peluang kerja inklusif. Sedangkan aspek *profit* tercermin dalam pendekatan pemasaran berwawasan lingkungan yang membentuk citra positif dan meningkatkan daya tarik resort bagi wisatawan yang peduli keberlanjutan.

Temuan ini menunjukkan bahwa Eco Tourism Bali, sebagai perusahaan sosial, telah berhasil menerapkan pendekatan pemasaran pariwisata berkelanjutan secara strategis dan terstruktur. Penerapan program sertifikasi *Eco Climate Badge* tidak hanya memperkuat identitas merek sebagai akomodasi ramah lingkungan, tetapi juga memberi dampak nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu dari Dias dkk., (2024), yang menyatakan bahwa akomodasi yang menerapkan praktik ramah lingkungan secara konsisten cenderung memperoleh kepercayaan lebih tinggi dari wisatawan yang

memiliki kesadaran lingkungan yang memperlihatkan kecenderungan memilih layanan wisata yang bersertifikasi. Hal ini turut memperkuat citra merek, membangun loyalitas konsumen, serta meningkatkan keunggulan kompetitif secara jangka panjang. Dengan demikian, strategi pemasaran berbasis keberlanjutan yang dijalankan oleh Eco Tourism Bali melalui *Eco Climate Badge* dapat dipandang sebagai bentuk nyata kontribusi perusahaan sosial dalam mendukung pariwisata berkelanjutan, sejalan dengan prinsip *Triple Bottom Line* dan target *Sustainable Development Goals* (SDGs).

IV. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil uraian pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran pariwisata berkelanjutan yang dilakukan oleh Eco Tourism Bali melalui kerangka bauran pemasaran 7P menunjukkan integrasi antara berbagai nilai. Dari sisi *product*, ETB mengembangkan beragam produk seperti *Eco Climate Badge*, *Regenerative Bali Program*, *Sustainable Event Management*, dan *Training*, yang tidak hanya berdampak secara lingkungan, tetapi juga sosial. Pada elemen *price*, penerapan strategi harga bertingkat dan fleksibel mencerminkan prinsip keadilan dan inklusivitas bagi pelaku usaha. Saluran *place* didominasi oleh distribusi digital yang ramah lingkungan dan efisien, sementara *promotion* dilakukan secara multikanal. Elemen *people* mencerminkan sinergi antara pimpinan, tim internal, mitra komunitas, dan penasihat ahli dalam membangun narasi keberlanjutan yang kredibel. *Process* juga disesuaikan berdasarkan karakteristik produk, baik yang bersifat fleksibel seperti pelatihan, maupun sistematis seperti sertifikasi *Eco Climate Badge*. Terakhir, *physical evidence* pun dapat memperkuat legitimasi para mitra secara visual terkait transformasi pariwisata berkelanjutan. Melalui integrasi ketujuh elemen bauran pemasaran tersebut, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Eco Tourism Bali menunjukkan upaya untuk mengemas nilai-nilai keberlanjutan ke dalam produk dan layanan yang ditawarkan, sekaligus menciptakan ekosistem pemasaran yang ramah lingkungan dan inklusif. Dengan demikian, ETB tidak hanya berperan sebagai penyedia jasa, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam mendukung visi pariwisata berkelanjutan di Bali.

Sementara itu, implementasi program *Eco Climate Badge* di Kaamala Resort Ubud menunjukkan komitmen nyata terhadap prinsip pariwisata berkelanjutan, yang tercermin dalam penerapan empat komponen utama sertifikasi. Pada aspek konservasi sumber daya, Kaamala Resort menerapkan berbagai strategi efisiensi energi,

pengurangan plastik, serta penggunaan material alami dan produk ramah lingkungan yang mendukung transformasi gaya hidup staf dan tamu ke arah yang lebih berkelanjutan. Dalam pengurangan polusi, resort ini menyediakan fasilitas *EV Charging Port*, sistem pemilahan sampah yang terorganisir, dan pengolahan limbah organik melalui kompos biopori. Di sisi konservasi keanekaragaman hayati, pendekatan etis diterapkan melalui pelatihan staf dalam menghadapi satwa liar secara non-kekerasan, serta pemanfaatan flora lokal sebagai elemen dekoratif, yang mendukung keseimbangan ekosistem sekitar. Terakhir, kontribusi sosial diwujudkan melalui kolaborasi ekonomi dengan komunitas sekitar, seperti pengadaan bunga segar dan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat lokal. Seluruh praktik tersebut mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) yang selaras dengan teori *Triple Bottom Line*, yang menekankan keseimbangan antara *profit* (keuntungan ekonomi), *people* (kesejahteraan sosial), dan *planet* (perlindungan lingkungan) sebagai fondasi utama dalam membangun bisnis pariwisata. Dengan demikian, pemasaran pariwisata berkelanjutan melalui program *Eco Climate Badge* tidak hanya memperkuat posisi *resort* dalam memenuhi standar *green tourism*, tetapi juga membentuk citra positif di mata wisatawan, khususnya wisatawan yang memiliki preferensi terhadap akomodasi yang tersertifikasi keberlanjutan.

Saran

Perlu dilakukan penguatan pemasaran pariwisata berkelanjutan melalui strategi komunikasi dan promosi yang lebih terarah untuk menjangkau pelaku usaha pariwisata, khususnya hotel dan restoran, guna mendorong penerapan praktik berkelanjutan. Strategi ini dapat dioptimalkan melalui kanal digital yang komunikatif dan sesuai karakteristik audiens, mengingat rendahnya partisipasi pelaku usaha pariwisata terhadap permasalahan sampah yang masih menjadi isu utama di Bali. Kaamala Resort Ubud sebagai mitra program *Eco Climate Badge* juga perlu terus mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasional dan budaya kerja, serta memaksimalkan pemanfaatan *badge* dalam promosi digital maupun fisik untuk memperkuat posisi sebagai *role model* di sektor perhotelan Bali.

Penelitian ini terbatas pada satu studi kasus dan belum mengevaluasi efektivitas program secara menyeluruh. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang pertama, mengkaji strategi komunikasi yang paling efektif dalam mempengaruhi pelaku industri pariwisata untuk menerapkan praktik berkelanjutan. Kedua, menilai sejauh mana program *Eco Climate Badge* yang diterapkan oleh seluruh

mitra *Eco Tourism Bali* efektif dalam mengurangi permasalahan lingkungan, khususnya sampah, yang ditimbulkan oleh sektor hotel dan restoran di Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Draz, M. U., Su, L., Ozturk, I., & Rauf, A. (2018). Tourism and environmental pollution: Evidence from the One Belt One Road provinces of Western China. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su10103520>
- Ahmad, F., Draz, M. U., Su, L., & Rauf, A. (2019). Taking the bad with the good: The nexus between tourism and environmental degradation in the lower middle-income Southeast Asian economies. *Journal of Cleaner Production*, 233, 1240–1249. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.138>
- Booking.com. (2025). *Kaamala Luxury Resort & Spa Ubud by Ini Vie Hospitality*. Booking.Com. 25
- Budhi, M. K. S., Lestari, N. P. N. E., & Suasih, N. N. R. (2022). the Recovery of the Tourism Industry in Bali Province Through the Penta-Helix Collaboration Strategy in the New Normal Era. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 40(1), 167–174. <https://doi.org/10.30892/GTG.40120-816>
- Dianira, F. (2025). *Koster Bakal Wajibkan Hotel, Restoran, hingga Kafe Kelola Sampah Mandiri*. DetikBali. <https://www.detik.com/bali/berita/d-7831910/koster-bakal-wajibkan-hotel-restoran-hingga-kafe-kelola-sampah-mandiri>
- Dias, F., Lavaredas, A. M., & Esteves, P. (2024). What Is the Value of an Environmental Certification Label in Tourism Industry? Is It Worth the Effort? *Sustainability*, 16(19), 8587.
- Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali. (2025). *Aksi Bersih-Bersih Sampah di Kawasan Wisata Pantai Kuta diikuti Langsung oleh Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia*. Dinas Kehutanan Dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali. <https://dklh.baliprov.go.id/aksi-bersih-bersih-sampah-di-kawasan-wisata-pantai-kuta-diikuti-langsung-oleh-menteri-lingkungan-hidup-republik-indonesia/>
- Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali. (2025). *Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali menetapkan Pengelolaan Sampah Mandiri bagi sektor Horeka*. Dinas Kehutanan Dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali. <https://dklh.baliprov.go.id/dinas-kehutanan-dan-lingkungan-hidup-provinsi-bali-tekan-pengelolaan-sampah-mandiri-bagi-sektor-horeka/>
- Eco Tourism Bali. (2024). *Tentang kami Eco Tourism Bali*. Eco Tourism Bali. <https://ecotourismbali.com/about/>
- Giang, Nguyen, P., Hoang Thi Tam, M., & Luong Thi Hong Ngan, M. (2022). Triple Bottom Line (TbL) Performance from Sustainable Reporting Perspective. *Journal of Positive School Psychology*, 2022(4), 11528–11543. <http://journalppw.com>
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Pariwisata berkelanjutan jadi tren baru pengembangan sektor parekraf lIndonesia*. Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-pariwisata-berkelanjutan-jadi-tren-baru-pengembangan-sektor-parekraf-indonesia>
- Kurnianingtyas, A. P., & Koko Andika Pratama. (2023). Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial, Ekonomi dan Lingkungan (Studi Kasus di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang). *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 5(02), 355–370. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v5i02.705>
- Nugraha, I. W., Sutapa, I. ketut, & Susila, I. M. G. D. (2024). Analisis Kepuasan Wisatawan di Kaamala Resort Ubud. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, 3(2), 162–173. <https://doi.org/10.52352/jham.v3i2.1501>
- Rita, L. (2025). *Menteri LH kawal pengelolaan sampah hotel restoran di Bali*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/4766793/menteri-lh-kawal-pengelolaan-sampah-hotel-restoran-di-bali>
- Speirs, E. (2024). *Ekowisata Bali: Mempersiapkan Pulau untuk Masa Depan*. Now Bali. <https://www.nowbali.co.id/eco-tourism-bali-future-proofing-the-island/>
- United Nations World Tourism Organization. (2005). *Definition of Sustainable Tourism*. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). <http://www.worldtourism.org>
- VisiBali.Com. (2025). *DLHK Denpasar Gelar Workshop Penanganan Sampah Bagi Pengelola Hotel, Restoran dan Kafe*. VisiBali.Com. <https://visibali.com/2025/02/05/dlhc-denpasar-gelar-workshop-penanganan-sampah-bagi-pengelola-hotel-restoran-dan-kafe/>
- Wiguna, D. K. S. (2024). *PHRI Bali pilah sampah hotel agar tak berakhir di TPA*. Antaranews.Com. https://www.antaranews.com/berita/4446517/phri-bali-pilah-sampah-hotel-agar-tak-berakhir-di-tpa#google_vignette