

STRATEGI MARKETING BERBASIS BUDAYA DAN KEAGAMAAN DI THE WESTIN HOTEL NUSA DUA UNTUK PARIWISATA BERKELANJUTAN

Oleh:

Putu Agustiantini¹, I Made Mahardika Jaya², I Gusti Ngurah Wija Negara³, Ketut Ratna Dewi⁴, Putu Agus Bramadi Arinatha⁵, Della Made Ari Marsutayasa⁶, Anak Agung Ayu Gita Kusuma Astuti⁷.

UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

Corresponding: putuagustiantini1908@gmail.com¹,
jayamahardika1987@gmail.com², gustiwija@gmail.com³, ketutratnadewi491@gmail.com⁴,
bramadiputu@gmail.com⁵, dewaari392@gmail.com⁵, gitapradnya97@gmail.com⁶

Abstract

The Westin Hotel Nusa Dua in Bali adopts the Triple Bottom Line (3P) concept – People, Planet, Profit – in its marketing strategy to support sustainable tourism. By integrating Balinese cultural and religious values, this strategy involves empowering local communities, preserving cultural heritage, and implementing environmentally friendly practices to minimize negative environmental impacts. This research examines the implementation of the 3P approach in this hotel, focusing on its effects on guest experiences and corporate social responsibility. The findings reveal that this strategy not only enhances customer loyalty and preserves local culture but also optimizes long-term profits. By prioritizing sustainable tourism, The Westin Hotel Nusa Dua presents a relevant and inspiring business model for the hospitality sector in Bali.

Keywords: Triple Bottom Line, sustainable tourism, Balinese culture, corporate social responsibility, hotels, culture-based marketing.

Abstrak

The Westin Hotel Nusa Dua di Bali mengadopsi konsep Triple Bottom Line (3P) – People, Planet, Profit – dalam strategi pemasarannya untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Dengan mengintegrasikan nilai budaya dan agama Bali, strategi ini mencakup pemberdayaan komunitas lokal, pelestarian budaya, serta penerapan praktik ramah lingkungan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi 3P di hotel ini, khususnya dampaknya terhadap pengalaman autentik wisatawan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan dan melestarikan budaya lokal tetapi juga mengoptimalkan keuntungan jangka panjang. Dengan mengedepankan pariwisata berkelanjutan, The Westin Hotel Nusa Dua menawarkan model bisnis yang relevan dan inspiratif bagi sektor perhotelan di Bali.

Kata Kunci: Triple Bottom Line, pariwisata berkelanjutan, budaya Bali, tanggung jawab sosial perusahaan, hotel, pemasaran berbasis budaya.

1. Pendahuluan

Pariwisata Bali adalah salah satu sektor ekonomi yang paling penting, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Namun, pertumbuhan sektor ini tidak tanpa tantangan. Dampak negatif yang muncul meliputi tekanan terhadap infrastruktur, eksploitasi sumber daya alam, dan ancaman terhadap keberlanjutan budaya lokal akibat globalisasi. Peningkatan jumlah wisatawan sering kali menggeser keseimbangan ekologis dan sosial, sehingga diperlukan strategi yang inovatif untuk menjamin kelestarian Bali sebagai destinasi wisata unggulan.

Salah satu pendekatan yang dianggap relevan adalah penerapan konsep **Triple Bottom Line (3P)** yang dikembangkan oleh John Elkington pada tahun 1994. Konsep ini menekankan pentingnya mengintegrasikan aspek **People (manusia dan budaya)**, **Planet (lingkungan)**, dan **Profit (keuntungan ekonomi)** dalam strategi bisnis untuk mencapai keberlanjutan. Dalam industri perhotelan, konsep ini relevan karena wisatawan modern, terutama dari generasi milenial, semakin tertarik pada pengalaman yang otentik dan berkelanjutan. Hal ini didukung oleh penelitian Porter dan Kramer (2006) yang menegaskan bahwa menciptakan nilai bersama antara bisnis dan masyarakat dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Dalam konteks Bali, studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Dewi (2016), menyoroti pentingnya menjaga nilai-nilai budaya lokal untuk mempertahankan daya tarik pariwisata. Haryanto (2017) juga menunjukkan bahwa integrasi elemen budaya dalam sektor pariwisata dapat memperkaya pengalaman wisatawan sekaligus

mendukung pelestarian budaya. Sementara itu, Puspitasari dan Nugroho (2020) mencatat bahwa praktik pariwisata berkelanjutan tidak hanya meningkatkan citra destinasi tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan masyarakat lokal.

Di tengah tantangan ini, The Westin Hotel Nusa Dua telah menjadi salah satu pelopor dalam menerapkan pariwisata berkelanjutan melalui konsep *Triple Bottom Line (3P)* yang diusulkan oleh John Elkington pada 1994. Konsep ini menekankan keseimbangan antara tiga aspek: *People* (masyarakat dan budaya), *Planet* (lingkungan), dan *Profit* (keuntungan bisnis). Menurut Elkington, sebuah bisnis yang berkelanjutan adalah bisnis yang tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampaknya pada masyarakat dan lingkungan sekitar (Elkington, 1997). Di The Westin Hotel Nusa Dua, pendekatan ini diwujudkan melalui berbagai inisiatif seperti penyambutan tamu dengan kesenian tradisional Bali, pelaksanaan upacara keagamaan, penggunaan produk ramah lingkungan, dan penyediaan fasilitas berbasis *wellness* yang mengutamakan kesejahteraan fisik serta mental tamu.

Pendekatan *Triple Bottom Line* ini juga sejalan dengan tren global di mana wisatawan saat ini semakin tertarik pada pengalaman wisata yang lebih bermakna dan berkelanjutan. Data menunjukkan bahwa wisatawan modern, terutama generasi milenial, semakin peduli terhadap nilai-nilai lingkungan dan sosial, serta memilih destinasi dan akomodasi yang sesuai dengan prinsip keberlanjutan. Menurut Porter dan Kramer (2006), menciptakan *shared value* (nilai bersama) antara perusahaan dan masyarakat akan meningkatkan daya saing bisnis di era

modern. Dalam konteks perhotelan, konsep ini memungkinkan hotel seperti The Westin Nusa Dua untuk mendukung pelestarian lingkungan dan budaya Bali sekaligus memenuhi permintaan pasar yang lebih peduli terhadap pariwisata berkelanjutan. Selain itu, konsep *Triple Bottom Line* menjadi solusi strategis dalam memperkuat identitas budaya lokal di tengah pengaruh budaya global.

Dengan mengacu pada tantangan dan peluang tersebut, penelitian ini mengkaji bagaimana The Westin Hotel Nusa Dua menerapkan konsep *Triple Bottom Line* melalui integrasi nilai budaya dan agama Bali dalam strategi pemasarannya. Hotel ini tidak hanya mengedepankan kualitas layanan, tetapi juga melibatkan komunitas lokal dalam berbagai kegiatan budaya dan menerapkan praktik ramah lingkungan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata autentik sekaligus meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kontribusi pendekatan ini terhadap keberlanjutan pariwisata di Bali dan keberhasilan bisnis hotel secara jangka panjang.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami penerapan konsep *Triple Bottom Line* (3P) di The Westin Hotel Nusa Dua. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap aspek sosial, budaya, dan lingkungan terkait strategi pemasaran hotel. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi partisipatif dilakukan untuk mencatat langsung elemen budaya dan keberlanjutan yang diterapkan, seperti tarian penyambutan tamu, ritual keagamaan, dan penggunaan produk ramah lingkungan.

Wawancara mendalam melibatkan manajer, staf, dan tamu hotel untuk menggali persepsi mereka mengenai strategi *Triple Bottom Line*. Dokumentasi berupa laporan tahunan, brosur pemasaran, serta publikasi lain juga dianalisis untuk mendapatkan informasi tambahan. Analisis data dilakukan menggunakan metode tematik untuk mengidentifikasi pola atau tema utama, seperti keberlanjutan, budaya, dan dampak ekonomi. Validitas data dijamin melalui teknik triangulasi dengan menggabungkan berbagai sumber data, memastikan konsistensi dan kredibilitas hasil penelitian.

3. Pembahasan

3.1. Penerapan Konsep *Triple Bottom Line* (People, Planet, Profit) di The Westin Hotel Nusa Dua dalam Mendukung Keberlanjutan Pariwisata di Bali.

Konsep *Triple Bottom Line* (3P) diperkenalkan oleh John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Elkington mengusulkan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari segi keuntungan finansial semata, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan dari operasi bisnisnya. Konsep ini sering dikenal dengan istilah 3P: *People* (manusia), *Planet* (lingkungan), dan *Profit* (keuntungan), yang menggambarkan tiga komponen utama yang harus dikelola perusahaan untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang. Pendekatan ini bertujuan untuk mendorong perusahaan agar memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan, selain dari segi keuntungan finansial.

1. Konsep Sosial (*people*)

Mengacu pada teori stakeholder oleh Freeman (1984), hotel harus mempertimbangkan dampaknya terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal dan wisatawan. The Westin

Hotel Nusa Dua mengimplementasikan strategi ini dengan melibatkan masyarakat lokal dalam berbagai kegiatan budaya, seperti penyambutan tamu dengan tarian tradisional dan pelaksanaan ritual keagamaan seperti *water blessing*. Strategi ini tidak hanya memperkaya pengalaman tamu tetapi juga memberdayakan seniman dan tokoh adat Bali, sebagaimana dijelaskan oleh Dewi (2016), yang menyatakan bahwa pelestarian budaya lokal dapat meningkatkan keunikan destinasi wisata.

Interaksi yang diciptakan melalui pendekatan ini berhasil meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap budaya Bali, memperkuat citra positif hotel, dan menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal, terutama dalam sektor seni dan kerajinan.

2. Aspek Lingkungan (*planet*)

Sesuai dengan konsep keberlanjutan oleh Elkington (1997), perusahaan harus meminimalkan dampak operasional terhadap lingkungan. The Westin Hotel mengadopsi berbagai inisiatif ramah lingkungan, seperti pengurangan plastik sekali pakai, penggunaan produk spa berbahan alami, serta pengelolaan limbah dan air yang efisien. Langkah ini juga didukung oleh temuan Puspitasari dan Nugroho (2020), yang mencatat bahwa keberlanjutan lingkungan menjadi faktor utama yang menarik wisatawan modern.

Upaya ini berhasil mengurangi jejak karbon hotel sekaligus meningkatkan kesadaran tamu akan pentingnya pelestarian lingkungan. Selain itu, hotel memperoleh citra positif sebagai destinasi yang peduli lingkungan, yang meningkatkan daya tariknya di pasar global.

3. Aspek Ekonomi (*Profit*)

Menurut teori nilai bersama (shared value) dari Porter dan Kramer (2006), perusahaan dapat meningkatkan daya saing melalui

strategi yang menciptakan manfaat ekonomi sekaligus sosial. The Westin Hotel Nusa Dua menerapkan pendekatan ini dengan menawarkan pengalaman wisata berbasis budaya dan keberlanjutan yang unik. Sebagai contoh, diferensiasi layanan, seperti menyajikan kuliner khas Bali dan memberikan fasilitas wellness berbasis ekologi, menarik segmen wisatawan premium yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan.

Pendekatan ini memberikan dampak signifikan pada loyalitas tamu, yang tercermin dari tingginya tingkat kunjungan ulang dan rekomendasi positif. Hotel juga berhasil meningkatkan pendapatan per kamar (RevPAR), menunjukkan bahwa pendekatan berbasis keberlanjutan memberikan keuntungan ekonomi jangka panjang.**3.2 Strategi Pemasaran Berbasis Budaya dan Keagamaan yang Diterapkan oleh The Westin Hotel Nusa Dua**

Strategi pemasaran berbasis budaya dan keagamaan di The Westin Hotel Nusa Dua bertujuan untuk menciptakan pengalaman autentik dan bermakna bagi wisatawan, yang sejalan dengan kebutuhan pariwisata berkelanjutan di Bali. Beberapa strategi utamanya adalah:

- Tari Penyambutan Tradisional Bali: Westin menyambut tamu dengan tarian Bali seperti tarian Bari dan Mahadiya, serta suara musik rindik, sebuah alat musik bambu khas Bali. Menurut Haryanto (2017), budaya lokal yang ditampilkan dalam pariwisata membantu meningkatkan daya tarik serta memperkaya pengalaman tamu. Dengan menyediakan tarian tradisional saat penyambutan, Westin mengintegrasikan elemen budaya Bali dalam pengalaman tamu, memberikan kesan pertama yang mendalam tentang kekayaan budaya setempat.

- Upacara *Water Blessing*: Westin juga menawarkan upacara keagamaan *water blessing* yang dipimpin oleh pemangku lokal. Ritual ini memberikan pengalaman spiritual yang khas bagi wisatawan, sekaligus mendukung kehadiran pemangku dalam kegiatan keagamaan. Nurhayati dan Suryani (2021) menekankan bahwa wisata berbasis budaya dan agama dapat meningkatkan pemahaman wisatawan tentang nilai-nilai lokal, dan bagi Westin, hal ini menjadi bagian dari upaya mendekatkan tamu dengan adat Bali yang penuh nilai spiritual.
- Pengalaman Kuliner Bali: di Ikan Restaurant, Westin menyajikan hidangan khas Bali seperti *sate lilit* dan *lawar*, yang dibuat dengan bahan-bahan lokal. Ini mencerminkan aspek pemberdayaan ekonomi lokal yang mendukung petani dan pemasok Bali, sambil memperkenalkan tamu pada keunikan cita rasa Bali. Menurut Anggoro (2019), pengalaman kuliner yang otentik menjadi salah satu elemen yang memperkaya pariwisata dan meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap budaya setempat.

3.3 Dampak Strategi *Triple Bottom Line* terhadap Keberlanjutan Lingkungan, Pelestarian Budaya, dan Keuntungan Bisnis di The Westin Hotel Nusa Dua

Penerapan strategi *Triple Bottom Line* di Westin Nusa Dua membawa berbagai dampak positif dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di Bali, antara lain:

- Keberlanjutan Lingkungan: Praktik ramah lingkungan yang diterapkan Westin, seperti pengurangan plastik dan penggunaan produk spa alami, membantu mengurangi jejak karbon hotel dan menjaga kelestarian Bali

sebagai destinasi pariwisata alami. Lestari dan Setiawan (2018) menekankan bahwa hotel yang mengadopsi inisiatif lingkungan dapat membantu memperpanjang masa depan pariwisata di Bali, terutama dengan mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata.

- Pelestarian Budaya: Pendekatan berbasis budaya seperti penyambutan tamu dengan tarian tradisional, penyelenggaraan ritual keagamaan, dan penyajian kuliner khas Bali membantu melestarikan budaya Bali di tengah pesatnya arus wisatawan internasional. Susanto dan Wulandari (2018) menemukan bahwa budaya lokal yang diperkenalkan dalam pariwisata memperkaya pengalaman wisatawan dan berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya. Dengan strategi ini, Westin juga menjaga identitas lokal dan memperkuat nilai budaya Bali, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.
- Keuntungan Bisnis Berkelanjutan: Pendekatan *Triple Bottom Line* memungkinkan Westin meningkatkan keuntungan bisnis dengan menarik wisatawan yang peduli terhadap keberlanjutan dan budaya. Ini meningkatkan loyalitas tamu yang lebih memilih destinasi yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya meningkatkan *RevPAR* dan membangun citra positif jangka panjang. Menurut Adnyana dan Winata (2019), pendekatan berbasis komunitas dalam pariwisata dapat menciptakan keuntungan berkelanjutan karena adanya dukungan masyarakat lokal yang kuat.

3. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan konsep Triple Bottom Line di The Westin Hotel Nusa Dua dapat menjadi model ideal untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Pendekatan ini memungkinkan hotel menciptakan nilai tambah melalui pemberdayaan komunitas lokal, pelestarian budaya, dan pengelolaan lingkungan.

Melalui integrasi elemen sosial, lingkungan, dan ekonomi, hotel ini tidak hanya menarik wisatawan modern yang peduli keberlanjutan tetapi juga memperkuat daya saing bisnis. Keberhasilan strategi ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat lokal, lingkungan, dan profitabilitas perusahaan, sekaligus mempromosikan Bali sebagai destinasi wisata yang bertanggung jawab. Dengan demikian, pendekatan ini menjadi contoh nyata bagaimana prinsip keberlanjutan dapat diimplementasikan secara efektif dalam sektor perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, A.M (2019). *Ekowisata dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Kasus di Bali*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Puspitasari, L, & Nugroho, A. (2020). *Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia: Kebijakan dan Praktik*. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press.
- Susanto, A, & Wulandari, F. (2018). "Implementasi Konsep Triple Bottom Line di Industri Perhotelan di Bali." *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(1), 45-59.
- Haryanto, T. (2017). "Peran Budaya dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Berkelanjutan di Bali." *Jurnal Kebudayaan Indonesia*, 15(3), 33-47.
- Nurhayati, R., & Suryani, I. (2021). "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Indusetri Hotel di Bali." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 91-105.
- Dewi, P.K. (2016). *Budaya Lokal dan Pariwisata Bali: Peluang dan Tantangan*. Denpasar: Udayana University Press.
- Adnyana, G., & Winata, P. (2019). "Dampak Ekonomi dan Sosial Pariwisata Berbasis Komunitas di Bali." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 8(1), 20-35.
- Lestari, D., & Setiawan, Y. (2018). "Keberlanjutan Lingkungan dalam Industri Perhotelan: Studi Kasus di Hotel Berbintang di Bali." *Jurnal Lingkungan dan Kebijakan Publik*, 5(2), 71-85.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.
- Porter, M.E., & Kramer, M.R. (2006). *The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*.
- Dewi, K.T., & Widnyana, I.W. (2022). Implementasi Konsep Triple Bottom Line di Industri Perhotelan Bali. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 8(2), 45-58.
- Anggraini, R., & Sari, R.D. (2020). Keberlanjutan Lingkungan dalam Industri Perhotelan :Studi Kasus Hotel Berbintang. *Jurnal Lingkungan dan Kebijakan Publik*, 6(3), 88-99.

- Haryono, T. (2020). Strategi Pemasaran Berbasis Keberlanjutan di Sektor Pariwisata. *Jurnal Inovasi Bisnis Pariwisata*, 10(2), 56-70.
- Wijaya, M.P., & Yuniarti, T. (2023). Pariwisata Berkelanjutan dan Peningkatan Daya Saing Destinasi. *Jurnal Pariwisata Berbasis Komunitas*, 9(1), 12-25.
- Adnyana, G. & WInata, P. (2020). Dampak Sosial Ekonomi dari Pariwisata Berbasis Komunitas. *Jurnal Sosial dan Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 11(1), 25-40.
- Kusuma, A. W., & Dharmawan, I.W. (2023). Pemberdayaan Budaya Lokal dalam Pariwisata Bali: Studi Kasus Hotel Bintang Lima. *Jurnal Pengelolaan Pariwisata*, 7(3), 18-32.