



WISATA PURI: STRATEGI MEMASARKAN BALI SEBAGAI EDUCATIONAL TOURISM DESTINATION

I Nyoman Sudiarta¹, Ni Made Oka Karini², W. Citra Juwita Sari³

PS. Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Unud^{1,2,3}

Sudiarta.nyoman@yahoo.co.id¹; okakarini@gmail.com²; citra_ipw@unud.ac.id³

Received: Jan. 2nd, 2022 | Accepted: Jan 31st, 2022 | Published: May 4th, 2022

Permalink/DOI: 10.53356/diparojs.v2i2.54

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis wisata puri dari aspek pemasaran (aspek potensi /produk dan wisatawan/pasar) untuk membangun konsep baru Bali sebagai destinasi pariwisata Pendidikan. Penelitian ini dimulai dengan melakukan studi pustaka untuk mengetahui potensi wisata puri dari berbagai jurnal, proseding dan buku referensi dengan mencari pada mesin *google search* terkait dengan “wisata puri” “heritage tourism”, “education tourism”. Kedua, dilakukan studi pustaka terkait dengan potensi wisata puri dunia melalui *google search* dan dilanjutkan studi lapangan melihat langsung kondisi puri yang ada di Bali. Selanjutnya disebarkan kuesioner kepada wisatawan yang berasal dari Eropa dan Indonesia untuk mengetahui tentang persepsi mereka terhadap wisata puri yang ada di Bali. Jumlah sampel wisatawan mancanegara yang berasal dari Eropa dan Amerika diambil sebanyak 50 wisatawan namun hanya diperoleh 37 wisatawan, termasuk wisatawan Nusantara, hal ini disebabkan adanya pandemic Covid 1, sehingga hanya 37 wisatawan yang diperoleh. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang menggambarkan potensi dan strategi pemasaran yang dilakukan untuk menjadikan Bali sebagai *Educational tourism Destination*. Strategi pemasaran yang harus dilakukan sesuai dengan hasil penelitian ini adalah strategi agresif dengan cara memasarkan melalui media *online* dan menambah aktifitas *something to do* bagi wisatawan dan masyarakat.

Kata Kunci: wisata puri, strategi pemasaran, pariwisata pendidikan, destinasi

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the tourism of the castle from the marketing aspect (potential / product and tourist / market aspects) to build a new concept of Bali as Educational Tourism Destination. This research was started by conducting a literature study to find out the tourism potential of the castle from various journals, proceedings and reference books by searching on the google search engine related to "puri tourism", "heritage tourism",

"education tourism". Second, a literature study was carried out related to the tourism potential of the world's castles through google search and continued field studies to see firsthand the condition of the castles in Bali. Furthermore, questionnaires were distributed to tourists from Europe and Indonesia to find out about their perceptions of the castle tourism in Bali. The number of samples of foreign tourists from Europe and America was taken as many as 50 tourists but only 37 tourists were obtained, including Nusantara tourists, this was due to the Covid 1 pandemic, so that only 37 tourists were obtained. Data analysis uses descriptive qualitative analysis that describes the potential and marketing strategies carried out to make Bali an educational tourism destination. The marketing strategy that must be carried out according to the results of this study is an aggressive strategy by marketing through online media and adding something to do activity for tourists and the community.

Key words: castle tourism, marketing strategy, educational tourism, destination.

1. PENDAHULUAN

Beberapa negara di Eropa memanfaatkan nilai –nilai yang tumbuh dalam masyarakat untuk dilestarikan terbukti dari masih utuhnya bangunan dengan nilai sejarah tinggi seperti Buckingham Palace di Inggris, The Palacio Real di Spanyol, Stockholm di Swedia, Royal Palace Amsterdam di Belanda, Royal Palace of Oslo di Norwegia.

Munculnya istilah wisata warisan atau *heritage tourism* menjadi bukti pentingnya peninggalan-peninggalan sejarah yang berguna bagi anak cucu dimasa mendatang. Saat ini banyak dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata, sehingga fungsi puri, benteng dan sejenisnya sebagai bagian dari warisan adiluhung perlu dilestarikan.

Sebagai suatu daya tarik wisata, puri adalah bagian penting dari elemen daya tarik wisata yang dapat dilihat, dapat melakukan sesuatu, dan dapat membeli sesuatu atau yang dikenal dengan *something to see, something to do dan something to buy*. Beberapa puri yang telah memanfaatkan potensinya sebagai daya tarik wisata adalah puri Kerambitan di Tabanan, Puri Anom di Tabanan, Puri Karangasem di Karangasem.

Di Puri Anom Tabanan misalnya telah dilakukan kegiatan dimana berbagai pementasan pernah dilakukan baik pada siang hari maupun pada malam hari. Pada malam hari biasanya dilakukan aktifitas makan

malam yang dikemas dengan nama Royal Dinner atau makan malam ala raja.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan menunjukkan mulai menurunnya aktifitas wisata yang dilakukan di puri Kerambitan, yang mungkin disebabkan oleh pemasaran yang kurang gencar dilakukan seperti melalui media online yang dewasa ini menjadi media yang sangat efektif untuk memberikan informasi kepada konsumen (baca wisatawan), atau mungkin disebabkan oleh faktor lain, hal ini menjadi salah satu alasan pentingnya dilakukan penelitian ini.

Studi pendahuluan berikutnya yang sudah penulis lakukan adalah mengunjungi potensi Puri Anom Tabanan yang telah mengadakan pameran beberapa kali, seperti pameran keris dan lukisan, dan pentas tari Namun sampai saat ini masih minim kunjungan wisatawan ke tempat ini. Padahal puri sebagai fungsi konservasi, edukasi, dan rekreasi memiliki peluang yang sangat tinggi untuk dikembangkan dan memberi manfaat bagi pengelola, masyarakat dan wisatawan.

Berdasarkan pada beberapa hasil kajian teoritis maupun lapangan dapat diprediksi bahwa Bali memiliki potensi dan prospek dimasa mendatang untuk mengembangkan Wisata Puri sehingga memberikan manfaat bagi semua pihak. Adanya potensi pasar Eropa yang menyukai budaya (wisata puri), menjadi alasan yang kuat untuk melakukan

penelitian tentang puri di Bali. Potensi wisatawan yang berasal dari mahasiswa asing yang belajar di Bali juga menjadi potensi pasar potensial. Tidak hanya mahasiswa asing yang belajar di Bali namun juga yang belajar di perguruan tinggi diseluruh Indoensia. Dapat dibayangkan bila dapat mengemas wisata Puri ini dengan baik apalagi dengan teknologi digital akan menjadi peluang untuk menambah jumlah wisatawan asing, khususnya wisatawan yang merupakan mahasiswa asing. Negara di Eropa seperti Jerman adalah negara yang mengirimkan banyak mahasiswanya ke Indonesia, termasuk Bali.

Mendatangkan mereka untuk mengunjungi puri, memberikan informasi kepada mereka dan mengetahui persepsi mereka terhadap Puri sebagai daya tarik wisata adalah cara yang cukup bijaksana untuk memahami potensi pasar dan mengevaluasi puri sebagai suatu produk wisata melalui penelitian ini.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi puri yang ada di Bali; lokasi dan jenisnya, terutama kondisi eksisting. Untuk mengetahui prospek dimasa mendatang sebagai daya tarik wisata bagi wisatawan mancanegara dan nusantara. Serta strategi pemasaran yang tepat yang harus dilakukan untuk Bali sebagai *Educational Tourism Destination*.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian terkait puri diantaranya oleh Andiani *et al.*, (2014) yang menggambarkan puri dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata sastra. Karena di Singaraja banyak lahir para sastrawan seperti I Gusti Panji Tisna.

Penelitian yang dilakukan oleh Agung dkk (2018) menggambarkan pentingnya Puri

untuk dipertahankan sebagai warisan sejarah yang dapat berguna bagi generasi muda yang akan datang. Penelitian lainnya terkait puri adalah yang dilakukan oleh Pratama dkk. (2018) yang menggambarkan tentang puri sebagai ruang untuk mengekspresikan nilai - nilai budaya yang ada di Bali. Karena puri selalu terkait dengan kerajaan dan keluarganya yang memiliki ikatan kekeluargaan yang sangat ketat dan nilai budaya serta tradisi yang diwarisi secara turun temurun.

Dikaitkan dengan puri sebagai suatu warisan atau *heritage*, beberapa penelitian terkait warisan dilakukan oleh (Poria, Butler and Airey, 2003), (Boon *et al.*, 2014) menggambarkan pentingnya melestarikan nilai-nilai luhur yang ada dalam masyarakat baik berupa fisik maupun non fisik. Bangunan puri adalah bentuk warisan fisik yang dapat menjadi daya tarik wisata dan nilai-nilai yang ada seperti sejarah dan tata cara hidup puri juga menjadi perhatian untuk wisata edukasi serta berfungsi konservasi untuk keberlanjutan nilai-nilai yang ada.

2.2. Asas Penyelenggaraan Pariwisata

Puri sebagai daya tarik wisata diperkuat dengan asas penyelenggaraan pariwisata diantaranya berdasarkan asas (1) manfaat, (2) kelestarian, (3) partisipatif, dan (4) keberlanjutan. Hal ini sejalan pula dengan landasan dunia tentang pembangunan pariwisata, yaitu pembangunan pariwisata berkelanjutan. Mengandung makna bahwa pembangunan pariwisata harus memberikan manfaat bagi generasi saat ini dan dimasa mendatang. Puri diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak termasuk pengelola, masyarakat dan wisatawan. Disamping itu puri sebagai daya tarik wisata harus dapat menjadi sumber pelestarian

budaya warisan atau yang dikenal dengan *heritage culture*.

2.3 Puri sebagai *Heritage Tourism*

Puri berfungsi sebagai sumber panutan bagi masyarakat terkait dengan adat dan ritual agama hindu di Bali (https://id.wikipedia.org/wiki/Halaman_Utama diunduh 7 Desember 2019, 20.01). Dengan demikian, puri sebagai suatu warisan budaya yang selalu dilestarikan oleh masyarakat maupun oleh keluarga kerajaan. Sebagai suatu warisan maka puri dapat dijadikan sebagai wisata warisan karena berfungsi sebagai pusat konservasi nilai nilai budaya masyarakat Bali

2.4 Educational Tourism

Keberadaan puri dapat menjadi sumber inspirasi dan edukasi bagi masyarakat beberapa penelitian terkait keberadaan puri menjadi bukti peran puri tidak hanya sebagai fungsi konservasi dan rekreasi namun sebagai tempat untuk mengetahui berbagai fenomena yang terjadi terkait dengan puri dan adanya perubahan ruang yang terjadi pada puri yang dijadikan sebagai daya tarik wisata, namun memiliki fungsi yang tidak hilang. (Pratama, dkk. 2018). Puri dapat menjadi salah satu tempat untuk belajar diluar kampus dimana mahasiswa mendapatkan pengalaman belajar diluar tempat belajar rutin. (Ankomah and Larson, 2000). Lebih lanjut dinyatakan ada tiga komponen yang berperan dalam *educational tourism* adalah universitas, pemerintah dan stakeholder pariwisata. Pariwisata pendidikan biasanya dikaitkan dengan ekowisata, *heritage tourism* dan *rural tourism* (Maga and Nicolau, 2018; Smith, 2013).

Pariwisata pendidikan di definisikan sebagai "*Program in which participants travel to a location as a group with primary*

purposes of engaging in learning experience directly to the location (Ankomah in Bodger, 1998). Secara bebas dapat diterjemahkan bahwa pariwisata pendidikan adalah program dimana pesertanya melakukan perjalanan ke suatu tempat dalam bentuk kelompok yang tujuan utamanya mendapatkan pengalaman belajar langsung ke lokasi. Dalam konteks penelitian ini kegiatan kunjungan wisata ke puri adalah suatu pengalaman tersendiri bagi wisatawan secara umum dan wisatawan pelajar atau mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Desain penelitian ini menggabungkan antara pendekatan alamiah (kualitatif) dan pendekatan ilmiah (kuantitatif). Potensi puri sebagai daya tarik wisata dianalisis dengan menggunakan pendekatan SWOT analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman puri sebagai daya tarik wisata. Permasalahan kedua akan dianalisis menggunakan analisis tren untuk mengetahui prospek saat ini dan dimasa mendatang. Studi literature untuk mengetahui potensi wisatawan yang menyukai wisata puri.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Bali, dengan menasar potensi puri yang ada dimasing-masing kabupaten. Minimnya penelitian terkait dengan wisata puri di Bali menjadi pertimbangan penelitian ini dilakukan.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi berupa pedoman wawancara dan kuesioner. Pedoman wawancara digunakan sebagai panduan untuk melakukan wawancara kepada beberapa wisatawan dan pelaku pariwisata.

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan dan pelaku pariwisata. jumlah sampel sebanyak 50 orang dapat dikategorikan sampel besar atau representative mewakili populasi. Namun setelah dilakukan penyebaran kuesioner hanya diperoleh 37 wisatawan mancanegara dan nusantara, karena adanya musim pandemic sehingga sulit memperoleh wisatawan mancanegara.

3.5 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. yang mendeskripsikan hasil penelitian ini baik dalam bentuk narasi maupun angka-angka.

4. PEMBAHASAN

4.1 Potensi dan Keberadaan Puri

Berdasarkan penelusuran keberadaan puri yang ada di Bali melalui media sosial internet dapat diketahui bahwa masing-masing kabupaten di Bali memiliki puri. Mulai yang memiliki 1 puri saja (Kabupaten Bangli) sampai dengan yang memiliki 33 puri (Kabupaten Gianyar). Kabupaten Negara memiliki 2 Puri, Tabanan memiliki 11 Puri, Kota Denpasar 11 Puri, Badung memiliki 9 Puri, kabupaten Klungkung memiliki 8 Puri, Kabupaten Karangasem memiliki 8 Puri dan Buleleng memiliki 11 Puri. Jumlah puri yang ada di Bali saat ini adalah 94 (<https://bali.tribunnews.com/2019/03/26/tribun-wiki->)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemandu wisata yang biasanya memandu wisata ke wisata puri dapat digambarkan bahwa puri-puri yang dikenal sampai dengan tahun 1980an, di antaranya adalah Puri Kerambitan di Tabanan yang menyajikan

wisata puri termasuk royal Dinner atau Galla Dinner yang menyajikan kesenian Tektakan yang sangat terkenal di Tabanan. Namun sejak berkembangnya banyak daya tarik wisata seperti rafting, kecak dance dan banyak daya tarik wisata dimasing-masing kabupaten menyebabkan para pembuat paket wisata harus mengurangi kegiatan wisata puri, mengganti wisata puri dengan wisata yang lebih dekat dengan lokasi tempat wisatawan menginap, hal ini juga disebabkan juga terbatasnya waktu yang dimiliki, karena banyak pilihan paket wisata yang ada (hasil wawancara 15 September 2021 dengan bapak I Nyoman Wanden seorang pemandu wisata atau Guide yang telah memiliki lisensi sebagai pemandu wisata resmi).

Lebih lanjut, diungkapkan di kabupaten lain, puri yang sudah menjadi daya tarik wisata, di antaranya adalah Puri Agung Karangasem, Puri Agung Ubud, dan Puri Peliatan di Kabupaten Gianyar. Hampir semua puri-puri yang ada di Ubud dijadikan daya tarik wisata, karena nama Ubud sudah terkenal sebagai pusat seni dan budaya.

Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan pada kegiatan wisata ke puri, di antaranya adalah melihat-lihat arsitektur puri (*something to see*), belajar menari, belajar menabuh, belajar membuat banten, makan malam atau *dinner*, dan foto selfie (*something to do*), atau aktifitas lainnya, seperti membeli cendera mata, bila pihak puri menyediakan atau mungkin ada pedagang yang datang ke puri menawarkan cendera mata yang dapat dibeli (*something to buy*).

4.2 Prospek Pengembangan Puri Sebagai Daya Tarik Wisata

Tingginya minat wisatawan terhadap daya tarik wisata budaya membuktikan bahwa Bali yang mengembangkan pariwisata budaya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan,

baik wisatawan mancanegara maupun nusantara. Puri sebagai salah satu daya tarik wisata budaya yang ada di Bali memiliki peluang untuk dikunjungi oleh wisatawan, terutama wisatawan yang tinggal di Kabupaten Gianyar, terutama di Kawasan Wisata Ubud. Dua puri yang sangat terkenal di Ubud adalah Puri Agung Ubud (Puri Saren) dan Puri Peliatan. Kedua puri ini telah lama dibuka untuk wisatawan. Berbagai aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan, seperti melihat keunikan ornament puri, tata ruang puri, melihat tradisi keluarga puri, aktifitas menari, menabuh yang disiapkan sebagai daya tarik wisata.

Secara umum, puri memiliki tiga peran sosial yang menjadi bagian utama, yaitu (1) peran kultural dalam preservasi dan konservasi seni dan budaya, khususnya di tengah terpaan perkembangan pariwisata di Pulau Bali, (2) peran ekonomi terkait kesejahteraan masyarakat yang berada di bawah naungannya, dan (3) peran politik dalam mengarahkan figur tertentu dan/atau ikut serta dalam pemerintahan lokal melalui pemilihan umum.

Sesungguhnya beberapa Puri telah dibuka sebagai daya tarik wisata sejak tahun 1920 an, yaitu Puri Agung Ubud atau Puri Saren dan berikutnya Puri Kerambitan yang mulai di buka kepada wisatawan pada tahun 1967, hal ini dibuktikan dengan adanya kegiatan *royal wedding*, *royal dinner* dan *art and performance & exhibition*. Ini menunjukkan bahwa wisata puri memiliki prospek yang sangat menjanjikan dan bermanfaat secara ekonomi dan juga sosial budaya terutama dalam melestarikan adat dan budaya di Bali.

4.3 Strategi Pemasaran Puri Sebagai Daya Tarik Wisata

Wisata Puri pernah mengalami kejayaannya di Bali, terutama Puri Anyar di Kerambitan yang telah di buka sejak tahun 1967 an dengan berbagai aktifitas makan malam ala raja (*Royal Dinner*) dan acara pernikahan ala raja (*Royal wedding*) yang disuguhkan tarian tektekan khas Tabanan. Disamping itu Puri Agung Ubud dan Puri Kerambitan juga menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan nusantara dan mancanegara. Puri yang berlokasi di Ubud ini selalu ramai dikunjungi wisatawan karena berlokasi di daya tarik wisata terkenal di Bali yang banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara.

Adapun rata-rata persepsi wisatawan dan pemangku kepentingan (analisis internal dan Eksternal), seperti disajikan berikut.

a. Faktor Internal: Kekuatan dan Kelemahan.

Terdapat 9 indikator yang digunakan untuk mengevaluasi persepsi wisatawan terhadap wisata puri. Berdasarkan 9 Indikator tersebut 4 diantaranya dipersepsikan sebagai kelemahan, yaitu: Keaslian (X2), Promosi media sosial (X4), Akurasi informasi (X7), Kecepatan layanan (X9). Dengan demikian dapat digambarkan bahwa beberapa kelemahan pada daya tarik wisata puri adalah: sudah mulai memudarnya keaslian puri (X2), karena adanya bangunan baru sebagai tempat menginap wisatawan. Masih minimnya promosi melalui media sosial (X4). Akurasi informasi masih kurang karena keterbatasan SDM yang melayani ketika wisatawan berkunjung ke puri. Karena hanya perangkapan tugas, melayani puri dan wisatawan. Kecepatan layanan masih kurang karena pengetahuan tentang budaya melayani masih terbatas dan perlu diberikan pelatihan pelayanan prima.

b. Faktor eksternal: Peluang dan Ancaman

Kuesioner faktor eksternal diisi oleh para ekademi pariwisata, pemandu wisata dan

pengelola puri. Adapun yang menjadi ancaman adalah (1) dukungan pemerintah masih minim terutama dalam alokasi dana dan juga pemasaran. Solusinya adalah perlunya adanya bantuan pemerintah untuk mendukung eksistensi puri dan sebagai daya tarik wisata untuk membangun citra Bali. (2) Masih minimnya jaringan internet untuk mendukung promosi secara langsung kepada wisatawan. Dengan adanya internet wisatawan dapat mengunggah potensi puri ketika mereka berkunjung, seperti foto selfi dan informasi terkait puri melalui whatsapp, IG, Facebook dan twitter.

Dengan demikian kedua nilai ini (analisis internal dan eksternal) berada pada Kuadran I dengan kategori strategi adalah Strategi Agresif. Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Puri memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan oleh Puri sebagai daya tarik wisata budaya adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Seperti disajikan pada Gambar 4.1



Gambar 4.1 Analisis SWOT
(Sumber: Hasil Penelitian)

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil yang telah dicapai pada penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Bali memiliki 94 buah puri yang tersebar di semua kabupaten dan kota di Bali. Kabupaten Bangli adalah kabupaten yang hanya memiliki 1 puri dan Kabupaten Gianyar

adalah kabupaten yang memiliki puri terbanyak di Bali (33 puri). 2) Puri memiliki prospek yang sangat menjanjikan sebagai daya tarik wisata, karena wisatawan sangat menyukai daya tarik wisata budaya dan peninggalan yang bernilai sejarah dan otentik, terutama wisatawan mancanegara yang berasal dari Eropa. 3) Berdasarkan analisis SWOT posisi puri berada pada Kuadran I, yaitu mendukung strategi agresif. Dengan berkembangnya teknologi informasi, khususnya internet, maka strategi pengembangan puri adalah dengan mempromosikan puri menggunakan media sosial, sehingga wisatawan lebih banyak berkunjung dan pada gilirannya puri mendapatkan dana untuk membiayai eksistensi puri untuk kegiatan sosial, budaya dan edukasi bagi masyarakat.

Diharapkan masing-masing kabupaten mempromosikan potensi puri melalui media sosial sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan wisatawan, sehingga dapat memberikan manfaat untuk edukasi, konservasi dan rekreasi.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, I. G. *Et Al.* (2018) 'Strategi Pengembangan Puri Agung Kendran Sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan Kabupaten Gianyar , Bali', 2(1), Pp. 1–9.

Andiani, N. D. *Et Al.* (2014) 'Pengembangan Puri Agung Singaraja Sebagai Daya Tarik Wisata Sastra'.

Ankomah, P. K. And Larson, R. T. (2000) 'Education Tourism : A Strategy To Strategy To Sustainable Tourism Development In Sub-Saharan Africa', *DPMN Bulletin (Special Issue On Tourism And African Development: Trends And Critical Issues)*, 7(1), Pp. 19–24. Available At: [Http://Www.Dpmf.Org/Education-Tourism-Paul.Html%5Cnhttps://Www.Cabdirect.Org/Cabdirect/Abstract/20001811746](http://Www.Dpmf.Org/Education-Tourism-Paul.Html%5Cnhttps://Www.Cabdirect.Org/Cabdirect/Abstract/20001811746).

Boon, C. *Et Al.* (2014) 'Understanding Cultural Heritage Visitor Behavior : The Case

Of Melaka As World Heritage City', *Procedia - Social And Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 130, Pp. 1–10. Doi: 10.1016/J.Sbspro.2014.04.001.

<https://bali.tribunnews.com/2019/03/26/tribun-wiki-.diunduh> 7 Desember 2021. 22.00 PM

https://id.wikipedia.org/wiki/Halaman_Utama diunduh 7 Desember 2021. 20.00 PM.

Maga, A. And Nicolau, P. (2018) 'Conceptualizing Educational Tourism And The Educational Tourism Potential (Evidence From ASEAN Countries)', (September). Doi: 10.2991/Cssdre-18.2018.72.

Poria, Y., Butler, R. And Airey, D. (2003) 'The Core Of Heritage Tourism', *Annals Of Tourism Research*, 30(1), Pp. 238–254. Doi: 10.1016/S0160-7383(02)00064-6.

Pratama, A. A. N. A. P., Yusiana, L. S. And Astiningsih, A. A. M. (2018) 'Identifikasi Pola Ruang Dan Perubahan Fungsi Ruang Puri Pemecutan Denpasar', *Jurnal Arsitektur Lansekap*, 4(2), P. 186. Doi: 10.24843/Jal.2018.V04.I02.P08.

Smith, A. (2013) 'The Role Of Educational Tourism In Raising Academic Standards', *African Journal Of Hospitality, Tourism And Leisure*, 2(3), Pp. 1–7.

pemasaran pariwisata, mata kuliah yang diasuh, di antaranya *Tourism Marketing, International and Tourism Product* dan *Tourism Economic*.



This Journal is licensed under Internasional Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 .