

Peran Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Spiritual Di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung

I Made Kartika*, I Made Sumada, Kadek Prima Parhesia, Kadek Argian Dwi Riadi,
Gede Tomy Simontana, I Putu Gede Agus Wiranata, Ekson Kaka
Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia
Email: made.kartika@unr.ac.id*

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata religi Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul menjadi tren berkunjung untuk melakukan aktivitas pariwisata religi, dikarenakan memiliki nilai spiritual, hal tersebut sebagai daya tarik masyarakat yang ingin mencoba untuk berkunjung ke tempat tersebut. Adapun tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial sebagai media promosi wisata spiritual di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. Metode penulisan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik analisis data, serta teknik penyajian hasil analisis. Dalam pemanfaatan platform media sosial untuk promosi masih belum optimal. Rekomendasi upaya promosi menggunakan seluruh platform media sosial dengan saling tertaut antara satu platform media sosial dan yang lainnya. Pihak pengelola agar dapat menggandeng influencer lokal untuk pembuatan konten media sosial agar lebih menarik. Bekerjasama dengan agen perjalanan untuk memasukan kedalam daftar objek wisata yang akan dikunjungi. Pihak pemerintah juga dapat membantu mempromosikan dengan cara memasukan Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul kedalam media sosial milik pemerintah dan mengadakan event atau acara bersifat offline untuk menarik wisatawan.

Katakunci : Media Sosial, Promosi, Pancoran Solas

ABSTRACT

The development of religious tourism Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul has become a trend of visiting to do religious tourism activities, because it has spiritual value, this is an attraction for people who want to try to visit the place. The purpose of writing this research is to determine the role of social media as a media for promoting spiritual tourism in Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul, Sangeh Village, Abiansemal District, Badung Regency. The writing method uses observation data collection techniques, interviews and documentation, data analysis techniques, and techniques for presenting analysis results. The use of social media platforms for promotion is still not optimal. Recommendations for promotional efforts using all social media platforms by linking one social media platform to another. The management should collaborate with local influencers to create social media content to make it more interesting. Collaborate with travel agents to include it in the list of tourist attractions to be visited. The government can also help promote by including Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul in government-owned social media and holding offline events or events to attract tourists.

Keywords: Social Media, Promotion, Pancoran Solas

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah industri yang berkembang pesat di seluruh dunia. Pariwisata melibatkan perjalanan orang dari satu tempat ke tempat lain untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau keperluan lainnya. Pariwisata memiliki dampak ekonomi yang signifikan kepada masyarakat serta memberikan lapangan kerja dan pendapatan bagi banyak orang. Selain itu, pariwisata juga berdampak pada aspek sosial dan lingkungan, sehingga penting untuk dikelola dengan baik untuk meminimalkan dampak negatifnya.

Salah satu jenis pariwisata adalah wisata religi. Wisata Religi adalah wisata yang mengacu pada perjalanan ke tempat-tempat suci, seperti kuil, gereja, masjid, pura atau tempat suci lainnya. Wisata religi memiliki nilai keagamaan dan spiritual bagi orang yang berkunjung. Wisata Religi dapat memberikan pengalaman yang mendalam dan dapat membantu seseorang untuk memperdalam keyakinan dan kepercayaan mereka. Sejarah Wisata Religi dapat ditelusuri hingga ribuan tahun yang lalu, ketika orang-orang melakukan perjalanan ke tempat suci untuk memperkuat keyakinan mereka dan mendapatkan kedamaian batin. Meskipun tradisi ini telah ada selama bertahun-tahun, tetapi saat ini semakin wisata religi semakin diminati karena kemajuan transportasi dan teknologi, sehingga memudahkan orang untuk melakukan perjalanan ke tempat-tempat suci di seluruh dunia.

Wisata Religi biasanya menawarkan berbagai kegiatan seperti ziarah, retret, meditasi, atau doa bersama. Wisata religi membantu orang untuk memperdalam pengalaman spiritual mereka. Wisata Religi juga dapat membantu dalam memahami sejarah dan budaya di balik tempat-tempat suci, sehingga memberikan pengalaman yang lebih kaya dan bermakna bagi pengunjung. Selain itu, Wisata Religi juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan di daerah-daerah yang menjadi tujuan wisata, seperti meningkatkan pendapatan melalui penjualan suvenir dan jasa pariwisata, serta menciptakan lapangan kerja bagi penduduk yang dampak positif bagi masyarakat dan perekonomian di sekitarnya.

Indonesia adalah sebuah negara religius mempunyai banyak potensi wisata religi, banyak peninggalan sejarah berupa suatu bangunan maupun tempat khusus yang memiliki arti khusus bagi umat beragama di Indonesia. Pariwisata sebagai salah satu industri terbesar, diharapkan dapat berkontribusi dalam menciptakan banyak lapangan kerja baru, penciptaan ekonomi yang sehat, pemerataan ekonomi, pertukaran budaya, dan hubungan internasional. Pembangunan kepariwisataan di Indonesia secara menyeluruh dan terpadu dengan sektor-sektor lainnya. Melalui pembangunan sektor pariwisata diharapkan mampu mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hal ini dikarenakan banyaknya aspek-aspek di lingkungan tersebut yang terlibat, diantaranya aspek ekonomi maupun aspek sosial. Pariwisata telah menampilkan perannya secara nyata dalam memberikan kontribusi terhadap kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya bangsa. Wisata adalah berbagai macam kegiatan perjalanan dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah baik pusat dan daerah, pengusaha. Apalagi dengan bantuan media sosial yang membantu mempromosikan pariwisata di daerah-daerah. Sehingga dengan adanya kemudahan informasi ini, masyarakat dengan mudah dapat mengakses. Menurut Umar (2016), peluang dari wisata adalah memberikan peluang yang terbuka kepada masyarakat untuk ikut serta dalam menjalankan bisnis pariwisata.

Dalam mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat, maka diperlukan pendekatan pengembangan pariwisata yang melibatkan peran aktif masyarakat melalui pengembangan Desa Wisata. Salah satu desa yang memiliki potensi besar untuk menjadi daerah tujuan wisata adalah Desa Sangeh, Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Desa Sangeh saat ini memiliki beberapa obyek wisata salah satunya Pancoran Solas Taman Mumbul.

Kabupaten Badung yang dikenal sebagai daerah dengan pesatnya sektor pariwisata di Bali mengembangkan Pancoran Solas Taman Mumbul sebagai salah satu daya tarik wisata spiritual (Patria, 2014). Pancoran Solas Taman Mumbul menawarkan ritual penyucian diri atau melukat secara fisik dan psikis disertai dengan presentasi dari persembahan. Berdasarkan penuturan dari masyarakat lokal setempat, daya tarik wisata yang beroperasi sejak Desember 2016 ini banyak dikunjungi wisatawan karena lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau. Akan tetapi, pengelolaan Pancoran Solas Taman Mumbul yang dikelola oleh Sangeh Traditional Activities (STA) yang merupakan kelompok masyarakat Desa Sangeh masih belum dilakukan secara maksimal. Kurang aktifnya kelompok masyarakat dalam mengelola daya tarik wisata Pancoran Solas Taman Mumbul terlihat pada pengadaan infrastruktur untuk menunjang kegiatan wisatawan selama melakukan wisata yang kurang memadai, kurangnya pemeliharaan kelestarian alam dan budaya di sekitar kawasan daya tarik wisata, minimnya partisipasi masyarakat lokal dalam hal pemasaran atau promosi daya tarik wisata.

Kendala-kendala dalam pengelolaan tersebut memerlukan penanganan lebih lanjut karena berkaitan dengan kesan yang didapat selama wisatawan berada di daya tarik wisata spiritual Pancoran Solas Taman Mumbul dengan membandingkan berdasarkan pengalaman yang dimiliki oleh wisatawan saat mengunjungi suatu daya tarik wisata. Terlebih lagi, Pancoran Solas Taman Mumbul sendiri merupakan daya tarik wisata baru dan memiliki kompetitor yang menyuguhkan atraksi yang sejenis dan lebih dulu dikenal oleh wisatawan. Oleh karena itu, strategi pemasaran atau promosi sangatlah penting untuk memperkenalkan lebih luas daya tarik wisata Pancoran Solas Taman Mumbul serta mengetahui sampai sejauh mana suatu program pengelolaan telah dapat diterima oleh wisatawan sehingga dapat menjadi barometer dalam rangka untuk memperoleh masukan terhadap pengelolaan yang telah berjalan maupun yang akan dirumuskan untuk masa yang akan datang.

Persaingan di era digital saat ini sangat cepat dan ketat. Media sosial sudah semakin banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak terutama dalam menjalankan pemasaran bisnis yang mereka jalankan. Kegiatan pemasaran melalui media sosial atau disebut juga dengan E-Marketing merupakan teknik pemasaran modern yang sangat efektif dan efisien, begitu juga dengan pihak pengelola daya tarik wisata Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul yang menggunakan media sosial instagram sebagai sarana pemasaran mereka agar mampu bersaing serta menjual daya tarik wisata yang mereka miliki ke masyarakat yang lebih luas bahkan ke seluruh dunia

METODE PELAKSANAAN

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2018, p. 482) analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Mengumpulkan data dan informasi tentang persediaan berdasarkan hasil wawancara. Analisis data kualitatif adalah mendeskripsikan, menggambarkan, serta memaparkan tentang daya tarik wisata Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori. (Sugiyono, 2014, p. 341) menyatakan bahwa penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan dengan cara penyampaian informasi berdasarkan data yang dimiliki, disusun secara runtun dan baik dalam bentuk naratif sehingga mudah dipahami. Penyajian

data dalam penelitian ini berupa dilakukan secara informal (hasil wawancara) dan secara formal (dokumentasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Spiritual di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung

Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul merupakan daya tarik wisata yang menawarkan aktivitas melukat sebagai atraksi wisata. Melukat sendiri merupakan ritual penyucian diri berupa pikiran dan jiwa secara spiritual dalam diri manusia. Hal ini dilaksanakan untuk menghilangkan pengaruh kotor/klesa dalam diri secara rohani. Meskipun atraksi wisata melukat bukan hal yang baru, Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan dari aspek lokasi yang strategis dan panorama yang menyuguhkan keasrian lingkungan. Selain menawarkan aktivitas melukat, Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul juga menyediakan aktivitas memberi makan ikan (*fish feeding*) di danau yang terletak di area luar Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul dan pura sebagai atraksi wisata keluarga selepas melakukan wisata spiritual.

Berbagai aktivitas wisata yang dimiliki oleh Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul membuat masyarakat Desa Sangeh menjadikannya sebagai salah satu daya tarik wisata yang dimaksudkan untuk memperkenalkan dan mempromosikannya kepada masyarakat luas baik domestik maupun mancanegara. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung Tahun 2023

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara ke Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung Tahun 2023

No.	Bulan	Domestik (orang)	Mancanegara (orang)
1	Januari	10.145	274
2	Februari	2.753	407
3	Maret	4.011	401
4	April	3.600	505
5	Mei	3.404	618
6	Juni	3.522	646
7	Juli	1.965	761
8	Agustus	9.626	918
9	September	3.104	835
10	Oktober	3.694	786
11	November	3.420	679
12	Desember	5.067	597
Jumlah		54.311	7.427

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara ke Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul pada tahun 2023 setiap bulannya mengalami fluktuasi. Kunjungan tertinggi ada pada bulan Januari dengan jumlah kunjungan sebanyak 10.419 orang dan bulan Agustus dengan jumlah kunjungan sebanyak 10.544 orang. Hal ini disebabkan karena bulan-bulan tersebut merupakan musim liburan sekolah sehingga pada bulan tersebut wisatawan yang berkunjung sangat ramai atau sering dinamakan dengan high season. Per tanggal 19 Januari 2024 telah tercatat ada sebanyak 4.888 orang wisatawan domestik

dan 608 orang wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul.

Aspek 4A Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul:

a. *Attraction* (atraksi)

Atraksi wisata di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul yaitu Melukat. Atraksi tersebut dapat dilakukan kapan pun sebab di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul terdapat 11 pancoran yang memang tersedia bagi pengunjung yang ingin melakukan penyucian diri berupa pembersihan tubuh melalui air pancoran sehingga menjadi daya tarik wisata utama.

b. *Accessibility* (aksesibilitas)

Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul memiliki aksesibilitas yang memadai dengan jarak yang mudah dijangkau dan dikunjungi oleh wisatawan yang berjarak 36 km atau waktu tempuh 1 jam 30 menit dari Bandara I Gusti Nguah Rai. Kondisi jalan menuju Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul sudah sangat bagus untuk kendaraan atau transportasi bagi wisatawan baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum seperti sepeda motor, mobil, bus dan sebagainya.

c. *Amenity* (fasilitas pendukung)

Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul memiliki beberapa fasilitas yang bisa digunakan wisatawan saat berkunjung yaitu tempat parkir, toilet umum, tempat makan dan minum, spot photo dan tempat istirahat.

Berdasarkan hasil observasi bersama Pengelola, didapatkan harga tiket pengunjung untuk wisatawan domestik maupun mancanegara sebagai berikut:

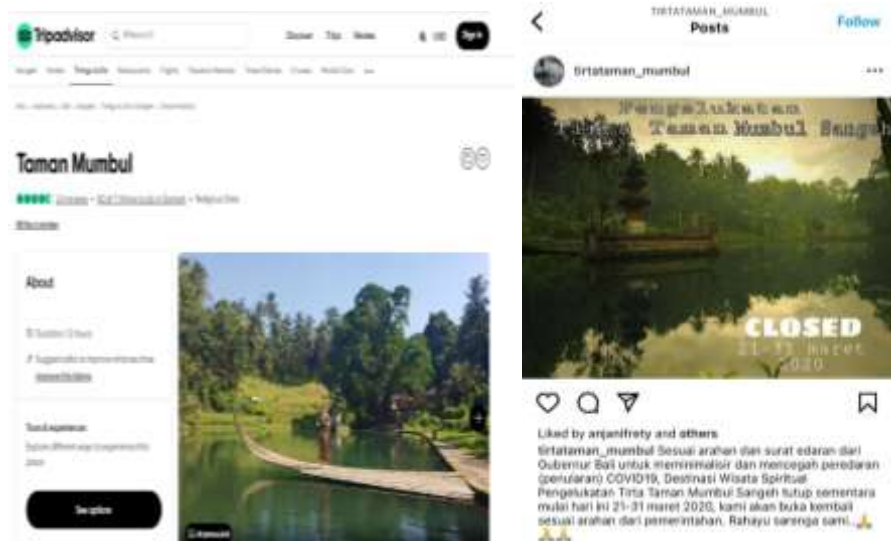
- 1) Wisatawan domestik:
 - Anak-anak (child): Rp 5.000
 - Dewasa (adult): Rp 10.000
- 2) Wisatawan asing:
 - Dewasa (adult): Rp 10.000
- 3) Parkir:
 - Motor: Rp 5.000
 - Mobil: Rp10.000
- 4) Sewa Kain Kamen: Rp 5.000
- 5) Sewa Loker: Rp10.000
- 6) Pakan Ikan (per bungkus): Rp 2.500

d. *Ancillary*

Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul bekerja sama dengan Travel Agent untuk mempromosikan Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul. Promosi adalah komunikasi dari para pemasaran yang berfungsi untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli tentang suatu produk yang ditawarkan dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh respon. Media sosial merupakan salah satu jenis dari media promosi yang memiliki fungsi untuk:

a) Menginformasikan

Pada gambar 1 merupakan salah satu fungsi dari media sosial yaitu situs web www.tripadvisor.com di dalam menginformasikan kepada pengunjung situs mengenai profil Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul serta melalui media sosial Instagram yang menginformasikan terkait Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul yang ditutup sementara waktu pada saat Pandemi Covid-19.



Gambar1. Media Sosial Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul

Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul memiliki dua buah akun media sosial Instagram yang dikelola yaitu @tirtataman_mumbul dan @tirtatamanmumbulsangeh, di mana akun @tirtataman_mumbul sudah tidak pernah diperbaharui. Konten terakhir yang diunggah pada akun @tirtataman_mumbul yaitu tanggal 8 Juli 2020 dengan jumlah pengikut sebanyak 138 pengikut. Sedangkan akun @tirtatamanmumbulsangeh lebih update namun masih memiliki jumlah pengikut yang lebih sedikit yaitu hanya 8 pengikut. Selain akun Instagram, Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul juga memiliki akun media sosial Facebook bernama Pura Tirta Taman Mumbul Sangeh di mana sudah tidak pernah diperbaharui sebab konten terakhir yang diunggah yaitu tanggal 12 Januari 2017 dan hanya memiliki 90 pengikut. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang dimiliki oleh Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul belum optimal.



Gambar 2. konten yang diunggah ke Tiktok

b) Membujuk

Pada gambar 2 merupakan salah satu fungsi dari media sosial yaitu Tiktok dalam membujuk wisatawan untuk mengunjungi Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul, dimana dalam konten yang diunggah ke Tiktok tersebut berisikan pengalaman-pengalaman pengunjung yang sudah pernah mengunjungi Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul sehingga secara tidak langsung dapat menarik para wisatawan yang belum pernah berkunjung.

c) Mengingat

Selain memiliki fungsi sebagai pemberitahuan (*informing*), promosi juga memiliki fungsi sebagai mengingatkan (*reminding*). Promosi bersifat mengingatkan suatu produk atau jasa kepada konsumen, maka produk atau jasa yang ditawarkan selalu terjaga dalam ingatan konsumen. Misalnya ketika terdapat suatu event yang diselenggarakan di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul, dengan melalui media sosial sehingga dapat diketahui sekaligus sebagai reminding kepada masyarakat lokal maupun mancanegara bahwa di Panglukatan Solas Pura Taman Mumbul ada event.

Promosi dengan menggunakan media sosial sangatlah efektif, karena media sosial seperti Facebook, Instagram dan Tiktok yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet saat ini. Ada beberapa keunggulan dari instagram adalah sebagai berikut fitur editing gambar maupun video yang lebih lengkap dan detail dibandingkan dengan facebook, instagram juga memiliki fitur hashtag yang lebih dominan daripada facebook serta dilengkapi dengan fitur instastory untuk menjangkau viewer lebih banyak dan kebanyakan pengguna instagram adalah kalangan muda, artis serta masyarakat perkotaan banyak yang menggunakan instagram. Sedangkan keunggulan dari facebook adalah memiliki fitur jual beli yang jauh lebih lengkap, memiliki fitur album yang bisa digunakan untuk mengelompokkan foto maupun jenis barang atau jasa yang di jual, sangat mudah digunakan oleh siapapun serta penggunaan kuota lebih sedikit dibandingkan dengan instagram. Keunggulan dari media tiktok adalah memiliki pengguna yang banyak, memiliki fitur yang gampang dipakai, fitur tagar bisa memudahkan video yang di unggah untuk ditemukan oleh pengguna lain, live streaming untuk menjual barang atau jasa kepada pengguna lainnya, aplikasi tiktok populer digunakan oleh kalangan remaja, serta pada tiktok tidak memiliki iklan pada saat menonton video.

Kekurangan dari instagram adalah foto profil di instagram tidak bisa di buka atau di klik oleh pengguna lainnya, sangat berbeda dengan media sosial lain seperti facebook dan tiktok. Sedangkan kekurangan dari facebook adalah hasil upload foto yang kurang berkualitas sehingga gambar atau foto yang di upload kurang terang, fiturnya kurang lengkap serta hasil download foto dengan kualitas buruk sehingga gambar atau foto menjadi pecah atau terlihat kotak-kotak jika diperbesar di smartphone. Kekurangan pada aplikasi tiktok adalah mayoritas pengguna berusia di bawah 18 tahun, walaupun tiktok mengandung banyak konten yang tidak pantas dan berbahaya bagi pengguna di bawah umur, potensi cyber bullying, kurang populer di kalangan orang dewasa.

KESIMPULAN

Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul merupakan daya tarik wisata yang menawarkan aktivitas melukat sebagai atraksi wisata. Aspek 4A yaitu; Atrraction (atraksi), Accessibility (aksesibilitas), Amenity (fasilitas pendukung), Ancilliary (Promosi). Promosi dengan menggunakan media sosial sangatlah efektif, karena media sosial digunakan oleh pengguna internet saat ini yang tentu masing-masing dari platform media sosial memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri. Dalam mempromosikan Panglukatan Pancoran Solas

Pura Taman Mumbul sebaiknya mengoptimalkan semua *platform* media sosial agar jangkauannya lebih luas dan bisa dilihat oleh setiap kalangan. Dalam pengaplikasiannya setiap *platform* media sosial yang digunakan bertautan dengan *platform* media sosial lainnya. Dalam pembuatan konten yang akan diunggah ke media sosial menjadi lebih menarik penonton pihak pengelola dapat bekerjasama dengan influencer local. Pihak pengelola juga dapat bekerjasama dengan agen perjalanan untuk memasukan Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul kedalam daftar objek wisata yang akan dikunjungi. Pihak pemerintah juga dapat ikut andil dalam mempromosikan Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul melalui media sosial resmi pemerintah dan mengadakan event atau acara yang bersifat offline di Panglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., Tamba, M., & Brata, I. B. (2018). Building Adat Village Based Tourism Destination Government System (Case of Pandawa Beach Tourism Destination, Kutuh Village, Kuta Selatan Sub District). *International Journal of Contemporary Research and Review*, 9(10), 20220-20235
- Asriyani, S. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Produk Haus Melalui akun @haus.Indonesia. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Jurnal Akrab Juara*. Vol. 5, No. 2.
- Damanik, J & Teguh, F. 2013. *Manajemen Destinasi Pariwisata (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Kepel Press
- Detail Obyek Wisata : Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Beji Paluh (badungkab.go.id) diakses tanggal 10 Februari 2024
- Fitroh, S. K. A., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 42(2), 18-25.
- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105- 117.
- Iwan Ardian. (2016) *Konsep Spiritualitas Dan Religiusitas (Spiritual And Religion) Dalam Konteks Keperawatan Pasien Diabetes Melitus Tipe 2*, Universitas Islam Sultan Agung Semarang
- Muljadi A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Penglukatan Pancoran Solas tour murah di bali, liburan murah di bali Bali Tours Club diakses tanggal 10 Februari 2024
- Pitana, I. G. & Dinata, I. K. S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Sangeh, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Denpasar, *Jurnal Destinasi Pariwisata*
- Sarjana I Putu, dkk. 2021. *Penglukatan Pancoran Solas Pura Taman Mumbul Di Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung Kajian Teologis, Terapis, Sosiologis*. Denpasar: Vidya Wertta
- Smith, M. & Kelly, C. 2006. *Wellness Tourism*. *Tourism Recreation Research* Volume 31, No. 1: 1-4
- Suwantoro, G. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

- Wahid, Abdul. 2015. Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami. Yogyakarta: UMY
- Widyastuti Ni Kadek, Waruwu Dermawan Dan Suartana I Ketut (2017). BALI, Daya Tarik Wisata Palasari. PARIWISATA SPIRITUAL. Denpasar, Pustaka Larasan
- Widyastuti, A. R. (2010). Pengembangan pariwisata yang berorientasi pada pelestarian fungsi lingkungan. Jurnal Ekosains, 2(3), 69-82
- Wulandary, Aissyah dan Kampana, I Made Adi. 2018. Pengelolaan Taman Mumbul Sebagai Daya Tarik Wisata Spiritual Di Desa
- Yoeti, O. A. 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: Pradnya Paramitha
- Yulesti. 2017. Pengertian Pariwisata. Doctoral dissertation, Riau University