

MUATAN IDEOLOGI PANCASILA DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI PARIWISATA INDONESIA

Adhitia Pahlawan Putra¹, M. Setyo Nugroho², Kusrawan³, Andi Bahri S⁴, & T Heru Nurgiansah⁵

Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare¹

Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lakidende³
Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare⁴

Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Yogyakarta⁵

Email: adhitiapahlawanputra@iainpare.ac.id¹, tyonugroho@uinmataram.ac.id², chusraone@gmail.com³, andibahris@iainpare.ac.id⁴, & nurgiansah@upy.ac.id⁵

Abstrak

Pariwisata di Indonesia telah dikembangkan sejak awal tahun 1950-an, namun hingga kini masih sedikit kajian yang membahas kesinambungan historis pariwisata Indonesia serta bagaimana ideologi Pancasila dijadikan materi muatan dalam pembangunan dari waktu ke waktu. Kekosongan kajian ini menjadi dasar untuk membahas perkembangan pariwisata pada lima era pemerintahan di Indonesia, yaitu era Soekarno, era Suharto, era Reformasi, era SBY, sampai tiba era Joko Widodo. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode hermeneutika filosofis, dengan unsur-unsur: interpretasi, deskripsi, dan komparasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ideologi Pancasila secara konsisten digunakan dalam proyeksi pembangunan pariwisata Indonesia. Meskipun era kepemimpinan berganti karena berbagai problematika sosial-politik, namun materi muatan ideologi Pancasila dijadikan konstruksi kebijakan untuk membangun kredibilitas pariwisata Indonesia di mata publik internasional.

Kata Kunci: pariwisata, pancasila, kebijakan, pembangunan.

Abstract

Tourism in Indonesia has been developed since the early 1950s, but until now there are still few studies that discuss the development of Indonesian tourism and how the Pancasila ideology is used as content material in development from time to time. The void of this study becomes the basis for discussing the development of tourism in five eras of government in Indonesia, namely the Soekarno era, the Suharto era, the Reformation era, the SBY era, until the Joko Widodo era. The method used in this article is a philosophical hermeneutic method, with the following elements: interpretation, description, and comparison. The results show that the Pancasila ideology is consistently used in the projection of Indonesian tourism development. Although the era of leadership changed due to various socio-political problems, the material containing the Pancasila ideology was used as a policy construction to build the credibility of Indonesian tourism in the eyes of the international public.

Keywords: tourism, Pancasila, policy, development.



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Kebijakan pembangunan pariwisata di Indonesia, tidak lepas dari kerja sama

internal dan eksternal. Secara eksternal, pembangunan pariwisata Indonesia dengan mitra organisasi internasional

bermula ketika Lars Mathias Hille Esmark seorang tenaga ahli PBB ditugaskan ke Indonesia pada tahun 1956. Laporan risetnya kemudian ditulis dalam buku berjudul *Development of Foreign Tourism in Indonesia* yang dipublikasikan tahun 1957, serta dijadikan sebagai pedoman pengembangan pariwisata Biro Perancang Negara RI (Bappenas) pada era Soekarno. Dalam laporan itu, tercatat hanya tiga pulau yang dikunjungi selama di Indonesia, yaitu Jawa, Bali, dan Sumatera. Alasannya, karena akses infrastruktur yang belum memadai untuk menjangkau pulau-pulau lainnya, seperti Sulawesi, Kalimantan, dan Papua.

Selama riset di tiga pulau, waktu perjalanan ditempuh 28 hari di Jawa, 9 hari di Bali, dan 15 hari di Sumatera. Di Pulau Jawa, riset Esmark difokuskan di kota-kota metropolitan yang mempunyai nilai warisan budaya lokal dan warisan budaya kolonial, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Jogjakarta dan Surabaya (Esmark, 1957, pp. 67–70). Warisan budaya menjadi penting karena proyeksi pariwisata Indonesia ditujukan ke pangsa pasar Eropa. Meskipun pariwisata dan warisan budaya adalah sesuatu yang oksimora, pariwisata berorientasi masa depan, sedangkan warisan budaya adalah masa lalu (Darma Putra, Paturusi, & Widiastuti, 2017), namun warisan budaya bertujuan untuk menginformasikan pengetahuan tradisional dan semangat gotong royong dan warisan budaya kolonial untuk menunjukkan supremasi ekonomi politik kolonial berupa bangunan arsitektur bercorak kolonial/Eropa.

Dari Pulau Jawa, Esmark menuju ke Pulau Bali yang dikenal sebagai tempat berlibur nomor wahid di Indonesia. Banyak buku tentang Bali telah ditulis dalam berbagai bahasa di antaranya Inggris, Jerman dan Belanda. Selain publikasi buku, promosi dari maskapai pelayaran juga semakin membuat Bali mendunia yang

membuat Bali menjadi sebuah *brand* (Hobart, 2011).

Setelah Pulau Bali dijelajahi, petulangan Esmark dilanjutkan ke Pulau Sumatera. Dia hanya berkunjung di Sumatera bagian Utara dan Barat. Alasannya, karena akses jalan dan jembatan kala itu masih buruk, serta beberapa bagian lain Sumatera masih terdapat pemberontak dan gerombolan. Rute perjalanan dimulai dari Medan, melalui Danau Toba, Bukit Tinggi, sampai ke Padang. Rute ini melewati pemandangan alam yang permai, seperti bentangan pegunungan, jurang-jurang dan ngarai-ngarai di sekitar Danau Toba dan Bukit Tinggi (Esmark, 1957). Segera sesudah mengunjungi Sumatera, Dia kembali ke Jakarta. Laporan perjalanannya kemudian diserahkan kepada Biro Perancang Negara RI (Bappenas) dan Departemen Penerangan RI pada tahun 1957.

Namun, laporan itu hanya memetakan titik-titik simpul sarana penunjang wisata yang akan dikembangkan, seperti hotel dan infrastruktur. Dengan kata lain, laporan tersebut hanya berisi muatan fisik, tetapi tidak mencakup muatan ideologis dan problematika dihadapi selanjutnya pada setiap era pemerintahan di Indonesia. Hal ini terlihat dari munculnya berbagai isu gerakan pembentukan negara berbasis agama sampai dengan praktik-praktik organisasi ekstrimis kanan di berbagai aspek kehidupan (Maharani et al., 2019). Oleh karena itu, artikel ini menawarkan analisis kebijakan pembangunan pariwisata sebagai bagian yang tidak terpisahkan dengan Pancasila sekaligus menjadi kebaruan (*novelty*) dalam artikel ini.

Nilai-nilai Pancasila yang meliputi nilai ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, kerakyatan, hingga keadilan (Maharani et al., 2019), dijadikan muatan ideologis

dalam kebijakan pembangunan pariwisata sebagai peraturan, pedoman, arahan, tujuan dan strategi pembangunan untuk memandu pembangunan pariwisata (Goeldner & Ritchie, 2005).

Pembangunan pariwisata yang baik merupakan hasil dari pengambilan keputusan demokratis di lembaga legislatif. Wacana atau ide tentang pembangunan mempunyai kekuatan untuk menggerakkan, mempengaruhi, dan mengubah manusia (Peet & Hartwick, 2009, pp. 3-4). Ide pembangunan berasal dari para pendukung modernitas (Epure, 2015). Modernitas adalah kemampuan menggunakan akal untuk mengubah realitas menjadi serba maju, gemerlap, dan progresif (Setiawan & Sudrajat, 2018). Modernitas berarti adanya kemajuan modern, misalnya, kemajuan pariwisata dalam hal infrastruktur, pendidikan pariwisata, aksesibilitas dan teknologi.

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode hermeneutika filosofis (Fitria, 2016) untuk menggali makna ideologi Pancasila dalam kebijakan pembangunan pariwisata di Indonesia. Data diperoleh melalui studi keputusasaan seperti dokumen, jurnal, dan buku. Analisis hermeneutika dilakukan dengan cara menafsirkan atau intepetasi materi muatan ideologi Pancasila, deskripsi data dan fakta, dan komparasi dari setiap era pemerintahan atau kepemimpinan di Indonesia. Analisis kesinambungan historis (Baker & Zubair, 1994) menjadi fokus kajian dalam menganalisis materi muatan ideologi Pancasila dalam kebijakan pembangunan pariwisata di Indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Era Soekarno adalah era dibentuknya karakter pariwisata. Komisi bidang mental, ruhani dan penelitian dalam Majelis Permusyawaratan Rakyat

Semenetara (MPRS) tahun 1960 menempatkan lima ideologi pariwisata nasional, yaitu agama, kebudayaan, ilmu pengetahuan, media massa, dan filsafat (Departemen Penerangan RI, 1960). Beberapa orang yang ikut merumuskan di antaranya Prof. Djokosetono, Hj. Mahmudah Mawardi, K.H. Achmad Chatib, I.B.P Manuaba, Seotojo Hadipetro, dan Pastor Dr. Lumanauw. Penetapan tersebut merupakan formasi dasar karakter bangsa yang dituangkan dalam Garis-Garis Besar Pola Pembangunan Nasional Semesta Berentjana tahun 1961-1969. Tujuannya, untuk menyemai pembangunan pariwisata Indonesia yang integratif.

Tanpa pondasi agama, pariwisata hanya akan membentuk sarang penyamun. Agama membangun jiwa pariwisata yang tersimpul dalam sila pertama: Ketuhanan Yang Maha Esa. Diversitas budaya digunakan sebagai keunggulan komparatif Indonesia dengan kompetitor lain di kawasan ASEAN. Kiblat pariwisata adalah heterogenitas budaya. Bahasa Indonesia menjadi jembatan penghubung kekayaan budaya dalam ragam jenis bahasa di zamrud khatulistiwa. Ilmu pengetahuan menjadi jalan untuk memajukan pariwisata budaya dan pendidikan Pancasila sebagai kaidah penuntun bagi warga negara (Nurgiansah, 2021).

Media massa berperan vital untuk promosi pariwisata pada awal kemerdekaan. Kepiawaian menulis diperlukan untuk menggali tradisi, adat, dan kearifan lokal. Kecakapan menulis berguna untuk merayu pembaca atau calon wisatawan. Filsafat dijadikan materi muatan penutup agar pariwisata memiliki nilai ontologi (objek ilmiah), epistemologi (rasional) dan aksiologi (etika-estetika). Integrasi Pancasila sebagai sistem filsafat menjadi asas kerohanian bangsa harus dijadikan basis dan inti dalam membangun karakter bangsa yang sinergi dengan

pembangunan sistem nasional (Handayani & Dewi, 2021).

Pembahasan

Lima formasi karakter pariwisata tersebut kemudian dimanifestasikan dalam pembangunan gedung-gedung kebudayaan dan fasilitas akomodasi di Jakarta. Alasannya, Jakarta adalah Ibu Kota. Jakarta perlu menarik perhatian dunia internasional, seperti Batavia pada masa Hindia Belanda. Maka dari itu, dibangun Monas, Masjid Istiqlal, Patung Dirgantara, dan Stadion Gelora Bung Karno. Indonesia waktu itu juga sedang menyambut pagelaran Asian Games 1962 sehingga proyek pembangunan infrastuktur menjadi perhatian era Soekarno.

Pergeseran kepemimpinan Soekarno ke Soeharto pada tahun 1967, tidak merubah konsistensi pembangunan pariwisata. Di Era Soeharto, pariwisata dijadikan motor penggerak PELITA untuk pemasukan devisa negara. Pariwisata merupakan konstruksi sub bidang ekonomi yang disepakati negara paripurna dalam TAP MPR 1973-1999 (Putra & Kasih., 2012). Diberi gelar Bapak Pembangunan, Presiden RI ke-2 melahirkan proyek-proyek imajiner. Karya besar yang terlihat kasat mata adalah Kawasan Nusa Dua Bali sebagai tempat perhelatan akbar Indonesia. Di Jakarta, Taman Mini Indonesia Indah digagas Ibu Negara untuk membangkitkan rasa bangga dan cinta Tanah Air. Mega proyek dikonsentrasikan di Bali dan Jakarta. Di wilayah lain, kebijakan pembangunan pariwisata belum dialokasikan secara berimbang. Di Indonesia Timur, gairah ekonomi ekstraktif lebih menggiurkan kalangan elit dan abdi negara.

Era reformasi adalah masa sulit pariwisata nasional. Pasca Soeharto mundur, Indonesia diterpa gelombang eksternal dan internal. Gelombang eksternal ditengarai kepentingan pemodal

adidaya yang haus sumber daya ekstraktif, sedangkan internal para elit saling berebut kuasa ditambah ancaman disintegrasi di Aceh dan Papua, serta konflik komunal di Maluku, Poso dan Sampit (Wuryandari, 2008, p. 189). Aksi terorisme juga terjadi di Bali dan Jakarta. Persatuan Indonesia tengah diuji ketangguhannya dengan ranjau perpecahan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Indonesia bahkan diprediksi bubar oleh pengamat internasional, seperti Yugoslavia di Eropa (Yudhoyono, 2014).

Akan tetapi, ramalan yang diprediksi pengamat diputarbalikan. Indonesia masih tetap tegak berdiri berkat ikhtiar dan elemen silaturahmi lintas kebangsaan. Kekuatan akar kebangsaan tak tergoyahkan karena berpangkal pada kuatnya akar Pohon Beringin. Skenario tipu daya dimusyawarahkan. Musyawarah paripurna memilih dua pemimpin sesuai kebutuhan Indonesia, yaitu Presiden RI ke-4 Abdurrahman Wahid (Gus Dur) dan Presiden ke-5 Megawati Soekarnoputri. Aksi diplomasi menabrak semua karang dilakukan Gus Dur untuk mengembalikan citra Indonesia di mata dunia, sementara Megawati menyetujui dibentuknya Densus 88 demi penanggulangan aksi terorisme (Wuryandari, 2008).

Aksi terorisme berdampak besar terhadap pariwisata Indonesia khususnya bagi wisatawan. Dalam perspektif wisatawan, situasi keamanan yang buruk akan distimulus ke dalam benak wisatawan sehingga niat mengunjungi destinasi wisata bisa dibatalkan. Di Bali, misalnya, kunjungan pasar utama turis Australia menurun akibat serangkaian aksi terorisme, yaitu Bom Bali 2002 dan 2005. Tahun 2002 ke 2003, kunjungan turis Australia menurun dari 183.561 orang menjadi 139.018 orang. Sempat membaik tahun 2004 dengan jumlah 267.560 orang. Namun, kembali turun menjadi 249.001 orang tahun 2005 dan puncaknya menurun

drastis tahun 2006 menjadi 132.236 orang (Wiranatha, 2007).

Aksi terorisme mempengaruhi perjalanan wisatawan ke Bali. Minat wisatawan turun sehingga permintaan *outbond tourist* Australia juga ikut turun. Karena itu, layanan penerbangan Garuda Indonesia yang semula 32 kali per minggu dikurangi menjadi 25. Hal yang sama juga dilakukan Qantas Australia yang mengurangi volume terbang ke Denpasar (Hitchcock & Darma Putra, 2007). Bali pun mengalami defisit wisatawan sehingga menimbulkan dampak negatif bagi industri pariwisata. Sebagai contoh, industri perhotelan di Bali. Tingkat hunian hotel menurun drastis. Ketika *high season* tingkat hunian hotel bisa mencapai 80%, tetapi pada *high season* tahun 2003 tingkat hunian bahkan jarang naik di atas 40%. Akibatnya, sebagian besar hotel dan usaha akomodasi wisata memberhentikan karyawan atau mempekerjakan paruh waktu. Beberapa di antaranya Agung Mirage Hotel (Nusa Dua), Sobek Rafting (Sanur), Water Bom Park (Kuta), Sahid Bali Hotel (Hitchcock & Darma Putra, 2007, p. 132).

Setelah kesulitan akan ada kelapangan. Pada Era SBY, situasi keamanan cenderung stabil. Larangan berkujung pun ditarik negara-negara pemasok wisatawan seperti Australia, Inggris, Jepang, dan negara lainnya. Destinasi wisata akhirnya berubah menjadi ramai kunjungan. Beberapa konflik komunal yang terjadi di Indonesia diselesaikan dan aksi terorisme diredam. Dampak kestabilan keamanan ini menstimulus arus kunjungan wisata ke Indonesia khususnya Bali. Sebagai contoh, kunjungan pasar utama turis Australia tahun 2007 adalah 204.421 orang, sementara tahun 2011 meningkat pesat menjadi 790.965 orang. Pembaharuan hukum juga ditetapkan dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata guna

mendukung arus investasi bagi industri pariwisata. Produk hukum ini tidak lepas dari perjanjian internasional yang mengikat yang disepakati Indonesia dalam perdagangan jasa GATS (General Agreement on Trade in Services). Dengan perjanjian yang mengikat tersebut, maka Indonesia mempunyai kewajiban untuk membuka peluang Pasar Internasional yang lebih luas, tetapi juga menyediakan kerangka perlindungan dalam menghadapi mitra dagang (Widiatedja, 2014, p. 46).

Meskipun demikian, produk hukum tersebut juga mengamankan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup, serta kepentingan nasional (Suardana, 2013), terlepas adanya kritik yang kontraproduktif antara ideologi nasional (Pancasila) dengan keikutsertaan Indonesia dalam liberalisasi jasa pariwisata. Hal ini konsisten dengan muatan ideologis dalam kebijakan pembangunan pariwisata yang bertumpu pada agama (ketuhanan) dan budaya (persatuan).

Pada Era Jokowi Widodo, dengan aksi nyata, pembangunan aksesibilitas diberi perhatian guna mendukung sektor pariwisata, seperti jalan, jembatan, pelabuhan, dan bandara. Meskipun demikian, proyeksi pembangunan era Jokowi tidak lepas dari kelanjutan program SBY. Di wilayah lain, pengembangan destinasi wisata diproyeksikan di antaranya Wakatobi di Sulawesi Tenggara dan Raja Ampat di Papua Barat.

Pengembangan pariwisata pada era Joko Widodo yang paling menyita perhatian publik adalah pengembangan 10 destinasi prioritas. Hal tersebut adalah proyek geopolitik dan geoekonomi yang dilakukan untuk dapat bersaing dengan negara-negara lain dalam bidang kemajuan

pariwisata, yaitu Sumatera Utara, Sumatera Barat, Bali, Nusa Tenggara Barat (Lombok, Mandalika), Sulawesi Tenggara, Yogyakarta, DKI Jakarta, Aceh, Jawa Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Terlepas dari adanya sentimen kedaerahan karena prioritas pengembangan hanya ke 10 destinasi itu (Nivak, 2021), namun pengembangan 10 destinasi tersebut dapat menjadi hub bagi daerah lain di sekitarnya.

Tabel 1. Analisis Muatan Ideologi dalam Kebijakan Pembangunan Pariwisata

Era	Muatan Ide Pembangunan Pariwisata
Soekarno	Agama, Kebudayaan, Ilmu Pengetahuan, Media Massa, Dan Filsafat
Soeharto	Pembangunan Ekonomi
Reformasi	Pemulihan Aksi Terorisme
Susilo Bambang Yudhoyono	Liberalisasi Jasa Pariwisata
Joko Widodo	Geopolitik dan Geoekonomi Pariwisata

KESIMPULAN

Pariwisata Indonesia telah melewati lima era perkembangan. Sejak era soekarno sampai tiba era Jokowi Widodo, nilai-nilai Pancasila tetap konsisten

diwujudkan dalam pembangunan pariwisata Indonesia. Era Soekarno adalah era dibentuknya karakter pariwisata yang dituangkan dalam lima konstruksi ideologi pembangunan pariwisata, yaitu agama, kebudayaan, ilmu pengetahuan, media massa, dan filsafat. Era Soeharto adalah era pembangunan pariwisata di mana Bali dan Jakarta dijadikan proyeksi infrastruktur dan akomodasi wisata. Era reformasi adalah era kesulitan pariwisata yang mana instabilitas politik dan keamanan mereduksi kunjungan wisatawan ke Indonesia. Era SBY adalah era kelapangan pariwisata yang mana situasi politik dan keamanan relatif stabil sehingga mesntimulus kunjungan wisatawan dan kebijakan liberalisasi jasa pariwisata untuk membuat pariwisata menjadi terbuka. Era Jokowi Widodo adalah era proyeksi geopolitik dan geoekonomi pariwisata dalam skala nasional maupun internasional. Pariwisata dijadikan motor penggerak ekonomi untuk mencapai kesejahteraan dan pembangunan ekonomi yang proporsional sekaligus mengangkat reputasi dan citra Indonesia kepada publik nasional dan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, A., & Zubair, A. H. (1994). *Metode Penelitian Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Darma Putra, I. N., Paturusi, S. A., & Widiastuti. (2017). Denpasar heritage track: Revitalisasi paket wisata 'Denpasar city tour.' *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 7(2), 39. <https://doi.org/10.24843/jkb.2017.v07.i02.p03>
- Departemen Penerangan RI. *Garis-Garis Haluan Negara dan Garis-Garis Besar Pola Pembangunan Nasional Semesta Berentjana Tahapan Pertama 1961 - 1969.*, (1960). Indonesia.
- Epure, M. (2015). Peet, R., Hartwick E. – Theories of development: Contentions, Arguments, Alternatives. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 4, 76. <https://doi.org/10.26458/jedep.v4i4.127>
- Esmark, L. M. H. (1957). *Development of Foreign Tourism in Indonesia*. Jakarta: Departemen Penerangan RI.
- Fitria, R. (2016). Memahami Hermeneutika dalam Mengkaji Teks. *Syiar*, 16(2), 33–42.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2005). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. In *John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey*. Retrieved from

<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/Tourism-Principles-Practices-Philosophies.pdf>

- Handayani, P. A., & Dewi, D. A. (2021). Implementasi Pancasila Sebagai Dasar Negara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(1), 6–12. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i1.1439>
- Hitchcock, M., & Darma Putra, I. N. (2007). *Tourism, Development, and Terrorism in Bali*. London: Ashgate.
- Hobart, M. (2011). Bali is a Brand: A Critical Approach. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 1(1), 1–26.
- Maharani, S. D., Sutarmanto, H., Zubaidi, A., Ketahanan, I., Pancasila, I., Pancasila, P. S., ... Filsafat, F. (2019). Indeks Ketahanan Ideologi Pancasila. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 25(2), 277–294.
- Nivak, C. (2021). Sentiment Analysis of Ten Tourism Destinations in Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development ...*, 9(3), 162–168. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2021.009.03.03>
- Nurgiansah, T. H. (2021). *Pendidikan Pacasila*. Solok: Mitra Cendekia Media.
- Peet, R., & Hartwick, E. (2009). *Theories of Development: Contentions, Arguments, Alternatives*. London: The Guildford Press.
- Putra, W. I. ., & Kasih., D. P. D. (2012). *2012. Kompilasi Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) Tahun 1973- 1999*. Denpasar: Fakultas Hukum Universitas Udayana.
- Setiawan, J., & Sudrajat, A. (2018). Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan. *Jurnal Filsafat*, 28(1), 25. <https://doi.org/10.22146/jf.33296>
- Suardana, I. W. (2013). Analisis kebijakan pengembangan pariwisata. *Seminar Nasional: Unud*. researchgate.net. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Suardana-Wayan/publication/301514282_ANALISIS_KEBIJAKAN_PENGEMBANGAN_PARIWISATA_Intervensi_Melalui_Kebijakan_Pariwisata_Berkelanjutan_di_Bali/links/57170e6208ae497c1a5709e0/ANALISIS-KEBIJAKAN-PENGEMBANGAN-PARIWISATA-In
- Widiatedja, I. G. N. . (2014). *Liberalisasi Jasa dan Masa Depan Pariwisata Kit*. Denpasar: Udayana University Press.
- Wiranatha, A. S. (2007). *Karakteristik Pasar Utama Pariwisata Bali*. Denpasar: Disparda Bali.
- Wuryandari, G. (ed). (2008). *Politik Luar Negeri di Tengah Pusaran Politik Domestik*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Yudhoyono, S. B. (2014). *SBY: Selalu Ada Pilihan*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.