
Pengembangan Daerah Wisata dalam Bingkai Politik Pariwisata

Dewa Putu Oka Prasiasa

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Handayani, Denpasar

Email: *dewaputuoka18@gmail.com*

Abstract

This study aims to discuss tourism development within the framework of tourism politics, especially how tourism can change the power structure and values in a Tourist Destination Area (DTW). This study is a literature review with qualitative descriptive analysis. This study finds that tourism development patterns and processes answer conflicting values and interests; tourism can change the composition of power and values in a tourist destination in the form of domination as the exercise of power. Tourism grows and develops during political changes strongly influenced by space and time. The study of tourism politics has shown three key players in tourism development, namely the state, society, and market. Then capitalization and commodification arise due to the globalization of the tourism market or the internationalization of tourism. The placement of tourism in the capitalist space due to tourism politics will talk about who gets what, where it is obtained, and how to get it.

Keywords: *Tourism Development, Tourism Politics, Capitalization, Commodification*

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk membahas pembangunan pariwisata dalam kerangka politik pariwisata, khususnya bagaimana pariwisata dapat mengubah struktur kekuasaan dan nilai-nilai di suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW). Penelitian ini merupakan studi literatur dengan analisis deskriptif kualitatif. Studi ini menemukan bahwa pola dan proses pengembangan pariwisata menjawab konflik nilai dan kepentingan; pariwisata dapat mengubah komposisi kekuasaan dan nilai-nilai dalam suatu daerah tujuan wisata berupa dominasi sebagai pelaksanaan kekuasaan. Pariwisata tumbuh dan berkembang pada masa perubahan politik yang sangat dipengaruhi oleh ruang dan waktu. Kajian politik pariwisata telah menunjukkan tiga pemain kunci dalam pembangunan pariwisata, yaitu negara, masyarakat, dan pasar. Kemudian kapitalisasi dan komodifikasi muncul sebagai akibat dari globalisasi pasar pariwisata atau internasionalisasi pariwisata. Penempatan pariwisata dalam ruang kapitalis karena politik pariwisata akan berbicara tentang siapa mendapat apa, dari mana diperoleh, dan bagaimana mendapatkannya.

Kata Kunci: *Pengembangan Pariwisata, Politik Pariwisata, Kapitalisasi, Komodifikasi*

A. Pendahuluan

Kajian masyarakat kapitalis dalam pengembangan pariwisata lebih ditekankan pada hubungan antara politik dan pariwisata, terutama dari segi bagaimana pariwisata dapat mengubah susunan kekuasaan dan nilai-nilai pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) dan sebaliknya. Pola-pola pariwisata dan proses-prosesnya merupakan jawaban atas nilai-nilai dan kepentingan-kepentingan yang saling bertentangan. Meskipun perkembangan pariwisata menarik dari sisi ilmu sosial, namun sebagian penelitian pariwisata hanya terfokus untuk mengkaji pariwisata dari sisi ekonomi dan pasar (*market*) saja, dengan peran utama berupa kebijakan pemerintah yang berpengaruh pada perkembangan ekonomi yang disebabkan oleh pariwisata (Williams *et.al.* 1991:1).

Dari fokus penelitian pariwisata yang hanya berpusat pada sisi ekonomi dan *market* tersebut, terlihat bahwa pendekatan yang dipergunakan cenderung merupakan pendekatan ekonomi yang sempit, bersifat fungsionalisasi dan dekontekstualisasi (Richter, 1989). Contohnya, ketika penelitian dapat mempertimbangkan dampak ekonomi kotor maupun bersih dalam permintaan dan penawaran produk pariwisata, permasalahan mengenai pemerataan tenaga kerja yang ada dan pendapatan serta waktu luang (*leisure time*) di Daerah Tujuan Wisata dan daerah-daerah lainnya yang sedang berkembang tidak banyak dibicarakan. Ini berarti permasalahan tentang “siapa mendapatkan apa”, “di mana”, “mengapa”, dan “bagaimana” tetap tidak akan terpecahkan. Semua bentuk pengembangan pariwisata melibatkan dominasi atas serangkaian nilai-nilai di atas sejumlah nilai-nilai alternatif melalui pelaksanaan kekuasaan. Craik (1991:321) berpendapat bahwa hubungan antara tuan rumah dan pengunjung dalam pariwisata hanya dapat dimengerti dalam konteks hubungan internasional antara negara-negara berkembang dan negara-negara barat yang makmur. Dengan demikian, kebijakan pariwisata tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sosial tempat pariwisata itu berlangsung.

Menurut Simmons dan Dvorin (1977) dalam Hall (1994:138) menyatakan bahwa analisis kebijakan khusus mengenai lingkungan akan berkisar tentang pengidentifikasian komponen-komponen keadaan dan ciri-ciri dinamis dari suatu lingkungan, khususnya lingkungan yang terkait dengan kebijakan tersebut. Lebih lanjut Majone (1989) dalam Hall (1994:138) menyatakan bahwa suatu masalah sederhana tidak dapat dipecahkan dengan hanya menawarkan solusi teoritis yang tidak mempertimbangkan batasan-batasan yang ada di sekitar lingkungan tersebut. Oleh karena itu, akan sangat keliru bila mempergunakan standar ideal dalam menilai alat-alat kebijakan, karena standar tersebut harus berkaitan dengan lingkungan khusus tempat alat-alat kebijakan tersebut digunakan. Dengan demikian, lingkungan tempat kebijakan umum dibuat harus mencakup nilai-nilai, norma-norma, pemahaman-pemahaman, ideologi-ideologi serta pertimbangan-pertimbangan teknis yang sesuai dengan kriteria dalam memilih kebijakan yang akan dijalankan sehingga ada kejelasan dalam operasionalisasinya.

Britton (1991) menempatkan kritik sosial pada pariwisata dalam kerangka masyarakat kapitalis, di samping itu Urry (1990:23) menyatakan bahwa konsumsi jasa pariwisata tidak dapat dipisahkan dari hubungan-hubungan sosial yang terkait di dalamnya. Oleh karenanya, pertimbangan faktor politik dalam aktivitas kepariwisataan terutama dalam pemanfaatan waktu senggang (*leisure time*) bukan semata-mata hasil dari kekuasaan ekonomi dan sosial, melainkan juga sebagai hasil dari perjuangan politik. Untuk itu, artikel ini bertujuan untuk tentang pengembangan pariwisata dalam bingkai politik pariwisata dengan lebih menekankan pada hubungan antara politik dan pariwisata, terutama dari segi bagaimana pariwisata dapat mengubah susunan kekuasaan dan nilai-nilai pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW).

B. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian studi kepustakaan. Sugiyono (2012) menyebutkan bahwa studi kepustakaan merupakan kajian teoretis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma

yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Menurut Snyder (2019) tinjauan pustaka dapat diperlakukan sebagai metodologi penelitian. Lebih lanjut menurut Onwueg dan Frels (2016) metode tinjauan pustaka juga dikenal sebagai metode literatur atau juga disebut sebagai *Comprehensive Literature Review*. Pada akhirnya Comerasamy (2012) menyatakan bahwa metode tinjauan pustaka merupakan metodologi analisis teoretis yang mengkaji dan membahas materi secara teoretis dan deskriptif, dan dalam konteks tertentu dapat dilakukan perbandingan dengan sebuah konsep.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pemahaman Politik Pariwisata

Pariwisata tumbuh dan berkembang di tengah-tengah perubahan politik yang sangat terpengaruh oleh waktu dan ruang. Ketika kapitalis mengalami perubahan bentuk dan strukturnya, pariwisata juga mengalami perubahan bentuk dan struktur dalam jumlah yang besar. Dengan demikian berarti bahwa memahami pariwisata tidak dapat terlepas dari pemahaman tentang kapitalis. Richter (1989) menyebutkan pariwisata massal (*mass tourism*) merupakan contoh yang baik untuk menjelaskan industri kapitalis modern dan fenomena sosio-kultural. Industri kapitalisme bangsa barat telah mengalami perubahan struktur yang sangat tajam sekitar tahun 1980-an dengan adanya pergeseran-pergeseran dari regional, nasional dan internasional dalam kesempatan meningkatkan modal dan kesempatan kerja. Dalam pergeseran tersebut, pariwisata merupakan suatu komponen yang penting dan dianggap sebagai post industrialisme atau post fordisme. Menurut Prasiasa (2011:13) post fordisme mengarah pada sebuah model regulasi sosial dan politik yang menstabilkan hubungan antara konsumsi dan akumulasi, yakni antara berapa banyak yang dibelanjakan konsumen atau wisatawan dengan berapa banyak yang diperoleh industri pariwisata.

Pariwisata adalah bagian dari globalisasi ekonomi internasional, mandiri dan berjaringan luas dengan ketergantungan yang semakin berkurang terhadap negara sebagai satuan organisasi ekonomi internasional. Dengan adanya perubahan ekonomi yang sangat dramatis itu berpengaruh pada budaya yang

mengarah pada perpecahan (fragmentasi), citra, bentuk pertunjukan, kekuasaan pasar dan pandangan wisatawan berpengaruh besar terhadap pengalaman wisatawan dalam berwisata (Urry, 1990).

Waktu senggang (*leisure time*) tidak hanya sekedar waktu bebas dari pekerjaan rutin, tetapi sudah merupakan suatu komoditi (Aswandi 2021). Dalam masyarakat kapitalis, waktu senggang masyarakat dibentuk secara langsung dengan apa yang ditawarkan oleh “industri budaya”. Dalam kondisi seperti ini, negara melihat sebagai upaya penyesuaian dan pemberian dukungan kepada industri budaya agar masyarakat merasakan kesan dari tindakan-tindakan politiknya (Wilson, 1990). Ideologi yang dibentuk adalah hanya akan melegitimasi hubungan antara industri kebudayaan dengan ideologi yang dominan. Pada akhirnya, ideologi semacam ini membantu mengabadikan bahwa bersenang-senang dan dihibur benar-benar merupakan kemurahan hati dari akibat-akibat politiknya (Wilson, 1990).

Dalam *the three player* atau *the three actor* industri pariwisata, akan tampil negara (*state*), masyarakat (*civil society*), dan pasar (*market*). Berbicara masalah pasar berarti juga berbicara konsumen dalam hal ini wisatawan. Dalam konteks politik pariwisata, ideologi mengenai “kekuasaan konsumen” juga mendorong serta menghargai atas pilihan *leisure time* sebagai kebebasan perseorangan. Dalam kaitan pemahaman politik yang dikaitkan dengan adanya dominasi dan pengawasan, seharusnya politik pariwisata dijauhkan dari modal yang terkait dengan *leisure time*. Seharusnya pula para birokrat mengarahkan pada pemanfaatan *leisure time* pada kegiatan-kegiatan yang bersifat mendidik.

Selain *leisure time*, salah satu aspek penting yang terjadi sekarang ini adalah dijadikannya berbagai tempat sebagai komoditi pariwisata yang berupa daya tarik wisata. Hal ini terjadi sebagai dampak dari pemikiran tentang globalisasi pasar pariwisata sebagai akibat kapitalisasi dan komodifikasi. Sistem produksi pariwisata secara bersama-sama “menjual” tempat-tempat untuk menarik wisatawan, sarana-sarana pariwisata dibuat untuk melengkapi promosi penjualan yang dilakukan, dengan tujuan untuk memberikan pengalaman yang

berkualitas kepada wisatawan. Ini berarti bahwa suatu tempat dibuat menjadi sebuah komoditi dan diubah menjadi suatu pengalaman dan citra untuk dinikmati dan dikonsumsi oleh wisatawan.

Pembuatan tempat peristirahatan (*stop over*) pada lokasi tertentu pada jalur wisata yang berbeda antara satu tempat dengan tempat lain dapat mengkonsolidasikan hubungan produksi yang ada. Perbedaan itu akan mencerminkan hierarki dari lingkup liburan dan kelas-kelas sosial. Menurut Cater (1987) perbedaan kelas dapat digolongkan secara tidak sejajar satu dengan lainnya, dalam hal produksi, kekayaan dan kekuasaan, sehingga dapat menimbulkan pertentangan satu dengan lainnya dalam hal dominasi dan subordinasi. Oleh karenanya, dalam politik pariwisata tidak hanya terkonsentrasi pada satu aspek yang mencakup lingkungan publik, tetapi juga lingkungan yang berada di luar lingkungan publik. Jika kondisi ini terjadi, akan dapat mengabaikan dampak yang lebih luas dari proses restrukturisasi dan akumulasi teritorial dalam kapitalis gaya baru.

Salah satu indikasi dari sisi demografi yang terkait dengan perkembangan pariwisata adalah timbulnya kawasan urbanisasi di sekitar daya tarik wisata. Kawasan urbanisasi memposisikan dirinya sebagai pusat konsumsi dalam sistem kapitalis yang terus mendunia. Penciptaan ciri khas dengan memanfaatkan modal budaya menjadi dasar untuk menciptakan atau menghidupkan kembali tonggak investasi regional dan internasional. Atas dasar penciptaan yang memiliki ciri khas tersebut, maka produk pariwisata dapat dijadikan elemen penting dalam rangka politik pariwisata. Karena politik itu tidak jauh dari kekuasaan, "siapa memperoleh apa", "di mana", "bagaimana" dan "mengapa", maka sudah tepat jika pariwisata diidentikkan dengan masyarakat kapitalis.

Penelitian yang berdimensi politik pariwisata cenderung bersifat insidental dengan pertimbangan sosial, ekonomi atau lingkungan sebagai fokusnya. Bahkan jika dikaitkan dengan kebijakan pariwisata, seharusnya penelitian dengan dimensi politik pariwisata lebih mempertimbangkan apa yang

menjadi tujuan, dan bukan apa dan bagaimana hal tersebut terjadi. Lebih lanjut dapat dikemukakan bahwa dalam penelitian pariwisata hubungan antara politik dan pariwisata dapat terjadi pada level internasional, nasional, regional, lokal dan pada tingkatan perorangan. Tiap-tiap tingkatan tersebut akan menggambarkan kedinamisan struktur dan kedinamisan analisis dari penelitian tersebut. Jika dalam analisis tersebut dimasukkan sistem kapitalisme yang tengah berlangsung, maka penelitian pariwisata akan dapat menggambarkan makna sosial dan materialitas ruang dan tempat yang diciptakan pada praktik pariwisata itu sendiri. Penggambaran tersebut menurut Britton (1991:478) dapat dimasukkan dalam "proses akumulasi". Jika dikaitkan dengan fenomena pariwisata khususnya waktu senggang (*leisure time*), maka fenomena tersebut terkait dengan perjuangan untuk mengontrol waktu dan ruang yang melibatkan kelompok-kelompok dalam masyarakat, suatu upaya dari kelompok dominan untuk mencari legitimasi melalui Undang-Undang Kepariwisata yang ada, sedangkan pada sisi lain ada kelompok-kelompok yang menolak Undang-Undang Kepariwisata tersebut dengan berbagai alasannya.

Untuk mengungkap "proses akumulasi" yang berupa susunan hubungan antara masyarakat dan tempat dalam pariwisata, membutuhkan suatu teori yang secara lugas mengetahui dan mengungkap pariwisata sebagai aktivitas kapitalis yang terorganisasi oleh sistem dinamika sosial tersebut, dengan menghubungkan produksi, sosial dan ideologinya. Sebuah analisis tentang bagaimana sistem produksi pariwisata memasarkan dan mengemas masyarakat, merupakan suatu pelajaran dalam ekonomi politik dan susunan realitas sosial dan tempat struktur sosial, baik dari sudut pandang pengunjung dan masyarakat yang menjadi tuan rumah, modal pariwisata dan industri kebudayaan, atau negara dengan berbagai macam sistem yang terkait di dalamnya.

Penelitian-penelitian mengenai pariwisata juga berkisar tentang pertentangan ideologi dan nilai-nilai. Sebagian besar penelitian pariwisata khususnya yang terkait dengan analisa kebijakan terjebak pada praduga yang

bernuansa intelektual mengenai pengambilan keputusan, yang lebih menekankan pada “mengetahui bahwa” dan bukannya “mengetahui bagaimana” serta terabaikannya aspek-aspek seni dalam analisa kebijakan. Hampir semua penelitian pariwisata menganggap pokok permasalahannya sebagai pendekatan yang bebas nilai (*value free*).

Pariwisata merupakan elemen utama dari beberapa masalah utama di bidang ekonomi pada era politik sekarang ini. Contohnya adalah internasionalisasi modal, restrukturisasi regional dan nasional, pembangunan kota dan pertumbuhan ekonomi (Britton, 1991). Pemahaman ekonomi secara politik kritis dengan beberapa pengecualiannya (Urry, 1990) hampir selalu terabaikan. Sebagai contoh dalam membahas politik pariwisata berkelanjutan, fokus utamanya cenderung pada masalah ekologi dan proses-proses ekonomi, sedangkan kerangka kerja politik dan budaya tidak mendapat perhatian.

Dalam mempelajari politik pariwisata, perlu mengetahui teori politik dan nilai-nilai politik yang mendasari keputusan-keputusan kebijakan publik secara eksplisit dan implisit. Karena dalam menganalisis menghasilkan kekuatan dan kelemahan yang berbeda, maka para peneliti politik pariwisata cenderung mempergunakan pendekatan teoritis untuk menyerang masalah-masalah kebijakan.

Dalam penelitian politik pariwisata juga diadopsi pendekatan dialektika, dengan titik tolaknya adalah pandangan-pandangan yang ada pada masyarakat. Kesimpulannya adalah, bukan bukti-bukti formal, melainkan saling pengertian dari masalah-masalah yang dibahas. Namun demikian, beberapa penelitian pariwisata gagal menjelaskan pariwisata sebagai fenomena sosial yang kompleks. Politik pariwisata yang bertujuan menganalisis kebijakan biasanya dimulai dengan premis kemungkinan, dengan sudut pandang yang dapat diperdebatkan dan terus berubah, bukannya prinsip-prinsip yang mutlak dan fakta-fakta yang kaku. Analisa kebijakan bukannya menghasilkan bukti-bukti formal tetapi hanya argumentasi yang bersifat meyakinkan. Analisa kebijakan membantu pertimbangan-pertimbangan umum melalui kritik, nasihat dan

pendidikan. Analisa kebijakan juga memberikan standar argumentasi dan struktur ilmiah bagi wacana publik. Oleh karena itu, pengetahuan tentang penyusunan kebijakan serta interaksi elemen-elemen dalam lingkungan kebijakan adalah mutlak diketahui jika ada kemauan untuk mempengaruhi proses pembuatan kebijakan pariwisata, pengembangan pariwisata dan manajemen sumber daya pariwisata.

2. Politik Pariwisata: *Cultural Studies* Sebagai Pisau Bedah

Pengembangan pariwisata yang berorientasi pada upaya mengejar pertumbuhan (*growth*) dengan mengandalkan modal dari kaum kapitalis dan apalagi menempatkan pariwisata dalam konteks kapitalisme akan banyak berhadapan pada apa yang dinamakan dominasi, yang dalam hal ini bisa terjadi pada suatu masyarakat tempat pariwisata itu dikembangkan atau juga pada daerah tempat pengembangan pariwisata itu dilaksanakan. Adapun sumber dominasi yang melanda masyarakat dan daerah tersebut dapat berasal dari dua hal yaitu pemerintah melalui kebijakan yang dihasilkan yang terkait dengan pariwisata, dan kapitalis melalui modal yang ditanamkan dengan tujuan mengeruk sebanyak mungkin sumber daya alam dan potensi sumber daya budaya yang ada di daerah itu. Akibatnya, masyarakat yang merupakan salah satu representasi dari *civil society* akan didesak oleh dua kekuatan politik yaitu negara (*state*) dengan kebijakannya dan kepentingan-kepentingan pasar (*market*) yang dibawa oleh kapitalis. Jika kondisi ini tidak diatasi, masyarakat dan pariwisata akan tergerus oleh dinamika politik yang berkembang.

Untuk mencegah kehancuran pariwisata sebagai akibat tekanan politik dari *state* dan *market* itu, maka penelitian-penelitian akademis yang berperspektif politik dari pariwisata sangat diperlukan terutama bagaimana mengatasi dominasi *state* dalam pembuatan kebijakan pariwisata. Selain itu Agger (2005:362-363) menyebutkan bahwa kerja akademik yang berperspektif tertentu akan dapat menunjukkan bagaimana dominasi beroperasi dan bagaimana dominasi dapat dilawan dan diatasi dari hidup sehari-hari manusia maupun dari atas, oleh politisi dan pembuat kebijakan. Jika penyebabnya sudah diketahui,

dengan tindakan-tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang ada, niscaya kehancuran pariwisata akibat politik akan teratasi, tentunya didukung oleh hasil-hasil penelitian yang *applicable* guna mengeliminir kekhawatiran Matthews *et.al.* (1991:122) tentang minimnya penelitian-penelitian yang mengangkat kepentingan-kepentingan dibalik pengembangan pariwisata.

Dalam konteks situasi *postmodern*, Richter (1989:277) menyatakan bahwa secara eksistensial dalam situasi *postmodern* kekuasaan dari negara-bangsa terkikis. Bukannya terjadi pemusatan negara, kekuasaan malah menyerah pada agen-agen lokal dan parsial yang menangani serangkaian kebijakan-kebijakan lokal dan parsial. Dalam aplikasinya di lapangan, memang beberapa urusan yang terkait dengan perkembangan dan operasionalisasi pariwisata sudah diserahkan oleh negara kepada para agen-agennya, namun agen-agen tersebut bertindak sebagai kapitalis, sehingga apa yang diharapkan oleh kondisi *postmodern* yang melanda pariwisata tidak tercapai karena kelihatan diserahkan kepada agen, namun agen tersebut masih diatur oleh kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh negara (*state*) itu sendiri. Jika ada perlawanan dari masyarakat dari daerah tempat pariwisata itu dikembangkan akibat kebijakan yang dinilai oleh masyarakat merugikan, negara akan mempergunakan salah satu bentuk dari politik *postmodern* yaitu politik kepastian (*politics of certainty*). Menurut Richter (1989:278) dalam politik kepastian selalu mencari penegasan fakta bahwa mereka telah membuat pilihan-pilihan yang tepat. Oleh karena itu negara tidak akan mau dilawan begitu saja dari kebijakan pariwisata yang gulirkan, karena mereka sudah menganggap tepat pilihan dari kebijakan tersebut.

Menurut Soden (1991), dalam kondisi politik kepastian yang dibuat oleh *state* melalui kebijakan pariwisatanya, masyarakat sebagai bagian dari *civil society* tidak akan begitu saja menerima pariwisata, mereka akan melakukan kontestasi dan resistensi. Dengan demikian *state* harus siap membuat beberapa alternatif kebijakan untuk satu masalah pariwisata. Kebijakan-kebijakan tersebut akan di kontestasi oleh pengambil kebijakan dalam suatu masyarakat yang lebih luas,

dengan harapan masyarakat mau mengkaji dengan berbagai pertimbangannya sebelum menentukan pilihan. Dalam kondisi ini, masyarakat akan diperkaya dengan pengalaman demokrasi dalam menentukan pilihan alternatif kebijakan pariwisata. Jika kebijakan-kebijakan tersebut tidak ada yang berkenan dengan kebutuhan masyarakat, maka resistensi akan timbul.

Dari berbagai hal yang terkait dengan politik pariwisata (mulai dari kekuasaan, dominasi, politik kepastian yang dijalankan pemerintah, kontestasi, resistensi seperti di uraikan di atas), dan secara khusus dari 226 (*Bali Tourism Statistics* 2005:66) tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi dalam berwisata (*places of interest*) di Bali, ternyata sebagian besar ada di pedesaan. Oleh karena itu pengertian politik yang terkait dengan pengembangan pariwisata di Bali yang banyak memiliki *places of interest* di desa-desa adalah dengan mengartikan politik dari perspektif pengertian yang luas, artinya *desa adat* di Bali tidak ada jalan lain kecuali memasuki arena politik, sehingga *desa adat* tidak bisa diperdaya untuk memproduksi kepentingan kelompok-kelompok dominan, melainkan mempunyai kemampuan untuk merumuskan dan memperjuangkan kepentingannya sendiri.

Dalam kaitan proteksi *desa adat* terhadap berbagai dominasi yang diakibatkan oleh perkembangan pariwisata, maka tidak saja hanya cukup dengan membuat aturan atau *awig-awig*, tapi perlu dibarengi dengan berbagai pemahaman tentang berbagai kepentingan yang ada dan dibawa oleh pariwisata, termasuk ideologi dibalik dikembangkannya pariwisata tersebut. Hal ini menjadi fokus perhatian, karena ideologi merupakan benteng pertahanan terakhir dan merupakan bagian dari politik identitas. Di samping itu, pariwisata tidak perlu dipolitisasi, karena akan membawa kehancuran bagi masyarakat dan daerah tempat pariwisata tersebut dikembangkan. Sebagai contoh, Richter (1989:253) menyebutkan bahwa akibat pariwisata di Philippines dipolitisasi antara lain dengan *Martial Law*-nya, maka pariwisata di negara itu hancur, dan salah satu penyebabnya adalah karena pemerintah terlalu mengintervensi dan mengaitkan pariwisata dengan aktivitas politik di negara tersebut.

Salah satu solusi yang diajukan untuk mencegah penyalahgunaan (*to abuse*) pengaruh kekuasaan dalam pariwisata adalah dengan menerapkan strategi manajemen publik dalam aktivitas kepariwisataan. Hal ini diharapkan dapat mendorong pembangunan pariwisata berkelanjutan yang melindungi masyarakat dan sumber daya nasional, baik sumber daya alam maupun sumber daya budaya. Harapan ini sejalan dengan Elliott (1997:xii), bahwa pariwisata secara politik harus dapat melindungi alam dan masyarakat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menemukan bahwa (1) pariwisata dapat mengubah susunan kekuasaan dan nilai-nilai pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW), yang berwujud dominasi sebagai pelaksanaan dari kekuasaan; (2) pariwisata tumbuh dan berkembang di tengah-tengah perubahan politik yang sangat terpengaruhi oleh ruang dan waktu; (3) kajian politik pariwisata telah menampilkan *the three player* atau *the three actor* dengan komponennya yaitu negara (*state*), masyarakat (*civil society*) dan pasar (*market*). Komponen yang paling baru dimasukkan sebagai pemain dan aktor politik pariwisata dan sekaligus merupakan pengaruh sosiologi adalah pasar (*market*); (4) kapitalisasi dan komodifikasi muncul sebagai akibat globalisasi pasar pariwisata atau sebagai buah dari internasionalisasi pariwisata; (5) penempatan pariwisata dalam ruang kapitalis sebagai konsekuensi dari politik pariwisata akan berbicara tentang “siapa memperoleh apa”, “di mana diperoleh”, dan “bagaimana memperoleh”; (6) dalam mempelajari politik pariwisata perlu mengetahui teori politik dan nilai-nilai politik yang mendasari keputusan-keputusan kebijakan publik, baik secara eksplisit maupun implisit.

Daftar Pustaka

- Aswandi. 2021. "Realitas Komodifikasi Waktu Senggang." *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya* 2(2):1-16.
- Agger, Ben. 2005. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan, dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Bali Tourism Statistic*. Denpasar: BPPS.
- Britton, S.G. 1991. *Tourism and Underdevelopment in Fiji*. Canberra: Australian National University.
- Cater, E.A. 1987. Tourism in The Least Developed Countries. *Annals of Tourism Research*, 14(2).
- Comerasamy, H. 2012. *Literature Based Research Methodology*. UK.
- Craik, J. 1991. *Resorting to Tourism: Cultural Policies for Tourism Development in Australia*. North Sydney: Allen & Unwin.
- Elliot, James. 1997. *Tourism Politics and Public Sector Management*. London: Routledge.
- Hall, Colin Michael. 1994. *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Chichester: Jhon Wiley.
- Matthews, H.G., Richter, L.L. 1991. Political Science and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 120-135.
- Onwueg, A.J., Frels, R. 2016. Methodology of The Literature Review. In: *Seven Steps to a Comprehensive Literature Review A Multimodal & Cultural Approach*. London: Sage Publication Ltd.
- Prasiasa, D.P.O. 2011. *Wacana Kontemporer Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Richter, L.K. 1989. *The Politics of Tourism in Asia*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Smith, K. 1996. Advertising Discourse and the Marketing of I'll Fly Away. (in V. Berry dan C. Manning-Miller ed.) *Mediated Messages and African American Culture*. London dan Thousand Oaks, CA: Sage.
- Snyder, H. 2019. Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Soden, D.L. 1991. National Park Literature of The 1980s: Varying Perspectives but Common Concerns. *Policy Studies Journal*, 19, 3-4.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Urry, J. 1990. *The Tourist Gaze*. London: Sage.

Williams, A.M., Shaw, G. 1991. *Tourism and Economic Development: Western European Experiences*. 2nd edn. London: Belhaven Press.

Wilson, G.K. 1990. *Business and Politics: A Comparative Introduction*. 2nd edn. London: Macmillan.