

# **IbIKK WISATA RELIGI HINDU BALI**

Ni Made Ary Widiastini<sup>1</sup>, I Made Pradana Adiputra<sup>2</sup>, Edi Sujana<sup>3</sup>, Fridayana Yudiaatmaja<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

e-mail: depradana@yahoo.co.id

## **Abstrak**

Wisata Religi merupakan salah satu perjalanan wisata yang dikembangkan dengan menyikapi fenomena manusia yang kembali sadar sebagai manusia yang homo religius. Namun, banyaknya pekerjaan yang sedang dijalani umat Hindu khususnya sering kali mereka mengalami kesulitan untuk mengatur waktunya dalam melakukan perjalanan religi yakni ke pura-pura. Memahami kondisi tersebut, maka pengembangan wisata religi yang dikembangkan oleh para pelaku pariwisata ternyata telah mampu memberikan solusi bagi umat Hindu yang ingin melakukan aktifitas religi, dimana mereka menyerahkan perjalanan religinya kepada travel agent, yang akhirnya melahirkan paket wisata religi. Keunikan pura yang ada di Bali ternyata tidak saja menarik untuk dijadikan sebagai tempat untuk bersembahyang, namun beberapa dari pengunjung juga tertarik untuk memahami dan mempelajari tentang pura. Berusaha mengambil peluang tersebut, dan menyesuaikan dengan bidang keahlian yang dimiliki maka paket wisata religi yang dikembangkan oleh travel Undiksha yang sudah diberi nama Ganesha Tours and Travel memiliki keunggulan yakni: 1) memberikan layanan perjalanan wisata yang sesuai dengan kebutuhan konsumen; 2) mampu menjelaskan keunikan pura dengan memahami pura berdasarkan kajian secara semiotika khususnya membaca *hidden transcript* yang ada di setiap pahatan dan artefak yang ada di pura; 3) mampu mengajak masyarakat untuk lebih memahami potensi pura sehingga mau menjaga pura sebagai tempat suci sebagai objek wisata, untuk itu perlu dilakukan pendampingan secara teratur; 4) Travel ini juga bisa menjadi tempat untuk belajar bagi mahasiswa yang mengambil jurusan kepariwisataan. Selain wisata religi, travel ini juga mengembangkan jasa layanan wisata lainnya seperti melayani wisata riset bagi peneliti, dan kegiatan studi lapangan bagi mahasiswa. Dengan demikian, travel ini tidak saja bermanfaat bagi lembaga, dosen dan mahasiswa, namun juga bagi masyarakat. Usaha ini akhirnya dapat memberikan berbagai manfaat bagi lembaga Universitas Pendidikan Ganesha, baik pengelola IbIKK, kontribusi pendapatan ke lembaga, bagi LPM dan tempat pembelajaran bagi mahasiswa.

**Kata Kunci:** Wisata, Religi, Bali.

## **Abstract**

Religious Tourism is one of the trips that were developed with addressing the phenomenon man regained consciousness as a human being homo religious. However, much work is being undertaken Hindus in particular often they find it difficult to manage his time in performing the religious journey to pretend. Recognizing this, the development of religious tourism developed by the tourism actors turned out to have been able to provide solutions for the Hindu people who want to do religious activities, where they handed over their religious trip to the travel agent, which eventually gave birth to religious tour packages. The uniqueness of the temple in Bali was not only attractive to serve as a place for prayer, but some of the visitors were also interested to understand and learn about the temple. Trying to take these opportunities and adapt to the field of expertise of the religious tourism packages developed by the travel Undiksha already named Ganesha Tours and Travel has keunggulan namely: 1) to provide the services of travel in accordance with the needs of consumers; 2) able to explain the uniqueness of the temple with the temple understanding based studies in semiotics especially hidden transcript read in every sculpture and artifacts in the temple; 3) able to invite the public to better understand the potential pretending to want to keep the temple as a sacred place as a tourist attraction, it is necessary to do mentoring regularly; 4) Travel also could be a place to study for students who majored in tourism. In addition to religious tourism, travel is also developing other tourism services such as airport travel research for researchers, and field study for students. Thus, this travel is not only beneficial for the institutions, faculty and students, but also for community. This effort can ultimately provide a variety of benefits to institutions

Ganesha Education University, both managers IBIKK, the revenue contribution to the institution, for LPM and a place of learning for students.

**Keywords:** Travel, Religion, Bali.

## PENDAHULUAN

Wisata religi atau wisata spiritual, saat ini memang sedang cukup diminati oleh konsumen baik lokal maupun luar. Hal ini terjadi karena perubahan kebutuhan pasar yang awalnya menganggap melakukan aktivitas religi atau spiritual adalah sesuatu yang bersifat religious, kini bergeser ke pemikiran yang menganggap bahwa wisata yang bersifat spiritual adalah menciptakan kenyamanan dan kesenangan pada diri sendiri. Meminjam gagasan yang dikemukakan Aldin (2007) bahwa spiritual bias bermanifestasi dalam bentuk antusiasme terhadap hal-hal yang transenden dan sakral. Antusiasme yang dimaksud sebagai bentuk dari pengalaman dan lingkungan yang membentuk dunia dan pandangan hidup seseorang selama sekian tahun kehidupannya, sehingga melalui bentuk itulah spiritualitas menemukan jalannya untuk bermanifestasi dalam kehidupan manusia. Spiritual sebagai sesuatu yang member makna khusus bagi setiap individu yang melakukan aktifitas sosial budayanya, termasuk memiliki makna yang bersifat subjektif, hal ini disebabkan karena cara yang dilakukan oleh masing-masing individu dalam mencapai kepuasan batin. Ganesha Tours and Travel merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang didirikan oleh Universitas Pendidikan Ganesha melalui lembaga pengabdian kepada masyarakat dan dikelola oleh tim penyusun proposal IBIKK Wisata Religi. Biro perjalanan wisata ini memiliki karakteristik yang merupakan ciri khasnya yakni menangani perjalanan religi dan atau spiritual, dimana di dalamnya wisatawan tidak hanya bertujuan untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan keagamaan, namun juga memberikan kepuasan terhadap sesuatu yang dilihatnya (*to know*).

Hal ini tentu menjadi perhatian yang serius dalam mengembangkan wisata religi yang dijalankan oleh tim wisata religi Hindu Bali ini, karena harus memberikan

keterangan yang berkaitan dengan pura-pura atau tempat suci yang dikunjungi oleh wisatawan. Sehingga wisatawan memperoleh pemahaman tentang keberadaan pura, baik sejarah pura, gambaran umum tentang pura dan aktivitas yang dilaksanakan di pura. Berdasarkan aktivitas operasional yang dilakukan sejak usaha ini berdiri, diperoleh data bahwa minat konsumen terhadap wisata religi yang dijual oleh Ganesha Tours and Travel tidak saja untuk kepentingan bersembahyang, namun juga keinginan untuk bersenang-senang. Di dalam kesenangan tersebut, konsumen juga ingin memahami apa yang dinikmatinya misalnya ketika datang ke suatu pura yang unik dan memiliki nilai historis tentu mereka memerlukan sebuah cerita tentang pura tersebut sehingga mereka terpuaskan dengan perjalanan wisata religinya. Melihat minat konsumen yang tidak hanya ingin mengunjungi pura, melainkan juga tempat-tempat bersejarah atau tempat suci yang buka pura seperti Wihara di Banjar, maka dalam pelaksanaan operasionalnya dikembangkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan, mengingat travel yang ruang lingkup perjalanan wisatanya cukup luas. Namun, meskipun demikian adanya bukan berarti usaha ini meninggalkan produk utamanya yakni wisata religi. Dengan membuka peluang secara umum diharapkan usaha IBIKK wisata religi ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat, tidak hanya lokal dan luar Bali, namun juga di luar negeri.

Sehingga dalam memasarkan produk usaha ini, dibuatlah website dengan alamat situsnya [www.ganesha-tours-travel.com](http://www.ganesha-tours-travel.com). Target konsumen utama dalam usaha ini adalah orang Bali yang berdasarkan data kancah menunjukkan bahwa banyak orang Bali yang beragama Hindu kurang memahami filosofi dari pura itu sendiri, bahkan kurang menjaga kebersihan dan kecantikan pura karena bertujuan hanya untuk sembahyang. Dengan demikian perlu adanya penanaman

pemahaman bagi masyarakat Bali yang beragama Hindu tentang pentingnya menjaga kebersihan dan keindahan pura serta memahami filosofi dari pura itu sendiri. Namun, pura yang dimaksud tidak sebatas pura-pura yang ada di Bali, melainkan juga yang di luar Bali mengingat banyak konsumen yang ingin melakukan persembahyangan ke luar Bali yang disebut dengan tirta yatra. Sedangkan konsumen yang menjadi sasaran tambahan dalam usaha ini adalah orang luar Bali dan luar negeri, baik yang Hindu maupun non Hindu dengan tujuan memperkenalkan pura sebagai sumber daya budaya Bali yang memiliki nilai tinggi baik dari historis, arsitektur maupun filosofinya. Selain itu, keunggulan usaha ini dalam menjelaskan *hidden transkrip* yang ada pada pahatan-pahatan setiap pura yang dikunjungi oleh konsumen telah mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka. Hal ini

berdampak positif pada minat konsumen untuk melakukan perjalanan wisata religi dengan memanfaatkan Ganesha Tours and Travel, dan sebagai akhir perjalanan konsumen diberikan video perjalanan wisatanya sebagai kenangan yang tentu juga akan menjadi media promosi tersendiri bagi konsumen selanjutnya.

#### METODE PENELITIAN

Bahan baku produk pada usaha IbIKK Wisata Religi Hindu Bali adalah 1) pura yang akan dikunjungi sehingga dibuat paket tur wisata religi; 2) Hasil penelitian, buku, artikel yang menulis tentang pura-pura; 3) Banten yang dijual untuk sarana perjalanan wisata religi yang bertujuan untuk sembahyang; 4) souvenir berupa kerajinan tangan dan booklet yang berisikan deskripsi singkat tentang pura-pura yang dikunjungi.

Tabel 1. Bahan Baku, Suplai, Mutu dan Alternatif Sumber

| Bahan Baku  | Suplai                   | Mutu                        | Alternatif Sumber                                       |
|---|--------------------------|-----------------------------|---|
| Pura  | Seluruh pura di Bali     | Terawat dan kurang terawat  | Pura yang ada di luar Bali jika ada yang memesan        |
| Hasil Penelitian, buku, artikel yang menulis tentang pura-pura  | Undiksha                 | Bagus                       | Universitas lain yang memiliki tema terkait dengan pura |
| Banten yang dijual untuk sarana perjalanan wisata religi yang bertujuan untuk sembahyang                        | Pemangku                 | Baik, sesuai dengan pesanan | Para penjual banten                                     |
| Souvenir berupa kerajinan tangan dan booklet yang berisikan deskripsi singkat tentang pura-pura yang dikunjungi | Ganesha Tours and Travel | Bagus                       | IbIKK Batu Barak  |

Tahun ketiga (2014) dilakukan penjualan paket wisata dengan paket yang lebih beragam, sehingga konsumen akan memiliki banyak pilihan dengan harga yang bersaing. Analisis kebutuhan pasar dan trend yang dilakukan pada tahun 2013 maka memasuki program tahun ketiga yakni tahun 2014, tim sudah memahami produk-produk yang harus diproduksi dan dijual kepada konsumen yang potensial. Dan jaringan kerjasama juga akan

diperluas, baik dengan biro perjalanan wisata yang ada di Bali maupun di luar Bali, jasa transportasi dan kelompok-kelompok konsumen yang memiliki program melakukan wisata religi secara rutin. Pada tahun ini dilakukan kerjasama yang lebih erat lagi dalam hal penyediaan transportasi, harga kamar hotel yang lebih murah, dan tiket dengan perusahaan bus dan travel diantaranya Putrajaya, APK, KDA dan Penjor.

Melalui kerjasama ini produksi dapat lebih ditingkatkan dari tahun sebelumnya, seperti yang tercermin pada rekapitulasi penjualan paket tur dan tiket pada bab 5. Pada tahun 2014 ini rata-rata 5 paket tur dan 4 tiket terjual per bulannya. Proses produksi dan penjualan produk tetap dilakukan di kantor Ganesha Tours and Travel yang berlokasi di depan gedung rektorat Undiksha dan juga menambah sewa tempat untuk promosi di daerah Denpasar yakni di kampus Undiksha Pegok Denpasar. Hal ini perlu dilakukan mengingat jumlah siswa yang kuliah di kampus ini cukup banyak baik untuk strata S1 maupun S2. Selain itu, untuk memperluas informasi maka informasi tentang keberadaan travel ini akan diinformasikan diberbagai tempat yang ada di Bali, khususnya pada objek-objek wisata yang memiliki tourist information center nya. Target konsumen utama dalam usaha ini adalah orang Bali yang berdasarkan data kancah menunjukkan bahwa banyak orang Bali yang beragama Hindu kurang memahami filosofi dari pura itu sendiri, bahkan kurang menjaga kebersihan dan kecantikan pura karena bertujuan hanya untuk sembahyang. Dengan demikian perlu adanya penanaman pemahaman bagi masyarakat Bali yang beragama Hindu tentang pentingnya menjaga kebersihan dan keindahan pura serta memahami filosofi dari pura itu sendiri. Namun, pura yang dimaksud tidak sebatas pura-pura yang ada di Bali, melainkan juga yang di luar Bali mengingat banyak konsumen yang ingin melakukan persembahyangan ke luar Bali yang disebut dengan tirta yatra. Sedangkan konsumen yang menjadi sasaran tambahan dalam usaha ini adalah orang luar Bali dan luar negeri, baik yang Hindu maupun non Hindu dengan tujuan memperkenalkan pura sebagai sumber daya budaya Bali yang memiliki nilai tinggi baik dari historis, arsitektur maupun filosofinya. Selain itu, keunggulan usaha ini dalam menjelaskan *hidden transkrip* yang ada pada pahatan-pahatan setiap pura yang dikunjungi oleh konsumen telah mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka.

Hal ini berdampak positif pada minat konsumen untuk melakukan

perjalanan wisata religi dengan memanfaatkan Ganesha Tours and Travel, dan sebagai akhir perjalanan konsumen diberikan video perjalanan wisatanya sebagai kenangan yang tentu juga akan menjadi media promosi tersendiri bagi konsumen selanjutnya. Sistem pemasaran yang digunakan dalam usaha IBIKK Wisata Religi Hindu Bali ini adalah melalui website [www.ganesha-tours-travel.com](http://www.ganesha-tours-travel.com), bekerjasama dengan beberapa travel dan transportasi di Bali, melakukan pendekatan dengan seluruh HMJ, senat, dan unit-unit di seluruh Undiksha, serta memberikan informasi melalui booklet yang dititip pada beberapa tourist information centre yang ada di objek-objek wisata di Bali.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan yang dilakukan pada tahun 2014 diantaranya : (1) penjualan paket wisata , (2) penjualan tiket, (3) pameran di pelabuhan Buleleng, (4) promosi ke sekolah-sekolah dan instansi-instansi, (5) pengabdian kepada masyarakat tentang diversifikasi souvenir. Adapun rincian kegiatan yang telah dilaksanakan diantaranya: 1. Penjualan paket wisata. Paket wisata yang ditawarkan cukup beragam tidak hanya pada wisata religi yang merupakan produk utama, melainkan juga dijual paket wisata lainnya yang bertujuan untuk memberikan layanan hiburan kepada konsumen. Berikut beberapa kegiatan wisata yang pernah ditangani oleh Ganesha Tours and Travel dari periode Nopember 2013 hingga Nopember 2014



Dokumentasi 1.  
Tirtayatra Jurusan Sejarah



Dokumentasi 2.  
Jurusan Pendidikan Teknik Informatika



Dokumentasi 3.  
UKM Paduan Suara

2) Penjualan tiket. Tiket merupakan produk tambahan yang mana penjualan dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan travel yang memiliki ijin ASITA yang berlokasi di Denpasar yakni Travel Karunia Dewata Abadi. Pameran di Pelabuhan Buleleng; 3) Pameran ini dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk kepada masyarakat khususnya pada segmen remaja. Kegiatan ini bertepatan dengan kegiatan dance yang dilakukan oleh kaula muda Buleleng dalam acara "*Singaraja Breath The Hip Hop*", tanggal 27 Desember 2013. Pada pameran ini selain disebarakan brosur juga dilakukan pendekatan kepada pengunjung agar mau menggunakan jasa Ganesha Tours and Travel. Melalui kegiatan ini Ganesha Tours and Travel menjadi lebih dikenal oleh masyarakat secara luas; 4) Pameran di Buleleng Festival tanggal 5–11 Agustus 2014; 5) Pameran di Pameran Pembangunan dalam rangka Kabupaten Buleleng memeriahkan hari kemerdekaan RI dari tanggal 11-30 Agustus 2014; 6) Promosi dilakukan tidak saja di jurusan yang ada di dalam lembaga pendidikan Universitas Pendidikan Ganesha, tetapi juga di sekolah-sekolah dan instansi instansi yang ada di kabupaten Buleleng; 7) Melaksanakan pengabdian di Pura Medue Karang guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke pura tersebut, khususnya ke Buleleng sehingga dapat memberikan implikasi bagi peningkatan penjualan produk wisata religi. Jenis pengabdian yang diberikan adalah pembuatan dan pengemasan dupa yang merupakan sarana wajib dalam melaksanakan kegiatan wisata religi khususnya tirta yatra.

Permasalahan yang dihadapi pada tahun 2014 masih pada persaingan yang ketat, yang mana travel yang masuk dan menjajagi konsumen di wilayah Buleleng tidak saja travel yang berasal dari kabupaten Buleleng namun juga dari luar seperti travel dari Denpasar, Karangasem

hingga travel yang berasal dari Nusa Penida. Kondisi ini merupakan kendala yang cukup besar bagi Ganesha Tours and Travel dalam menawarkan paket wisata, sehingga seringkali terjadi penolakan oleh berbagai pihak, meskipun ada beberapa yang mau menerima paket yang ditawarkan. Selain penjualan paket wisata, kendala juga dihadapi dalam menjual tiket kepada dosen yang berpergian ke luar Bali. Belum dimilikinya ijin ASITA karena persyaratan yang belum dapat dipenuhi menyebabkan penjualan tiket sering mengalami kendala.

Menghadapi kendala-kendala yang di hadapi selama menjalankan usaha travel ini, ada beberapa solusi yang telah ditempuh, meskipun tidak bisa mencapai target yang diharapkan namun solusi yang ditempuh cukup efektif untuk meningkatkan penjualan paket wisata dan produk lainnya. Adapun solusi yang ditempuh adalah sebagai berikut: 1) Melakukan negosiasi dengan mahasiswa yang akan melakukan perjalanan wisata dengan memberikan harga yang lebih murah di bandingkan dengan yang ditawarkan oleh travel lainnya; 2) Memberikan kontribusi yakni jika ada himpunan mahasiswa jurusan (HMJ) yang mau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh Ganesha Tours and Travel, maka ketika HMJ tersebut memiliki kegiatan seperti ulang tahun jurusan, maka pihak travel akan memberikan bantuan yang disesuaikan dengan keuntungan yang diperolehnya pada saat paket tersebut dibeli oleh yang bersangkutan. Hal ini ternyata cukup efektif, karena mereka mendapatkan manfaat lebih; 3) Melakukan kerjasama dengan bus yang ada di daerah kabupaten Buleleng maupun di Denpasar dimana harga bus yang diperoleh adalah harga dasar, sehingga keuntungan juga dapat diperoleh dari penjualan transport tersebut; 4) Melakukan kerjasama dengan jasa *rent car* dalam penyewaan jasa transportasi khususnya bagi dosen yang akan berpergian ke Denpasar atau daerah lainnya yang ada di Bali, sehingga diperoleh fee dari *rent car* tersebut untuk meningkatkan pendapatan; 5) Memenuhi syarat penjualan tiket yang ditetapkan oleh lembaga dengan melakukan pendekatan dan kerjasam dengan travel yang ber

ASITA dalam hal ini travel melakukan kerjasama dengan Karunia Abadi Tours and Travel (KDA Tours and Travel). Selain itu melalui kerjasama ini pembayaran dapat dilakukan maksimum dua minggu setelah tiket di issued, hal ini tentu sangat membantu mengingat pembayaran yang dilakukan oleh pihak lembaga juga memerlukan waktu satu hingga dua minggu. Selain itu juga dijual jasa pemesanan tiket secara online dengan bayaran Rp. 25.000,- per tiket; 6) Khusus pada penanganan kegiatan tur yang besar dan membutuhkan kerjasama dengan pihak hotel, maka pihak Ganesha akan melakukan kerjasama dengan travel yang lebih besar seperti Bali Penjor Wisata.

Berbagai manfaat dapat dihasilkan melalui usaha Wisata Religi Hindu Bali yang diaplikasikan lewat ganesha tours and travel yakni: a) Pengenalan pengetahuan terhadap pura-pura yang ada di Bali, dimana memiliki cerita masing-masing yang bagi kalangan muda saat ini masih kurang pemahamannya tentang asal-usul di masing-masing pura tersebut. Sehingga cerita yang terkandung di dalamnya menjadi asset turun-temurun dari generasi ke generasi; b) Mempertahankan ke-ajegan warisan budaya berupa pura-pura yang memiliki keunikan tersendiri, sekaligus dapat bekerjasama untuk merawat dan melestarikan pura; c) Mendapatkan manfaat sosial dan manfaat ekonomis. Manfaat sosial yakni melalui pengembangan usaha ini, maka secara langsung juga menjaga dan melestarikan aset warisan budaya yang berupa pura. Manfaat ekonomis adalah mendapatkan keuntungan dari penjualan berbagai produk wisata religi dan wisata riset; d) Tersedianya travel, tiket dan pri kampus, dapat menjadi media atau sarana pembelajaran bagi mahasiswa yang menempuh mata kuliah travel dan ticketing. Hal ini merupakan manfaat yang sangat baik guna memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam menjual paket tur, tiket dan berbagai produk wisata lainnya.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Ganesha tours and travel merupakan salah satu unit usaha yang berada di dalam lembaga Universitas Pendidikan Ganesha yang bergerak di bidang penjualan jasa dalam menangani perjalanan wisata. Dalam menjalankan usahanya, tim pelaksana kegiatan IbIKK Wisata Religi telah berusaha melakukan berbagai hal untuk meraih keuntungan seperti melakukan promosi di berbagai tempat, melakukan kerjasama dengan usaha sejenis atau yang mendukung pelaksanaan kegiatan ini sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima oleh masyarakat, baik oleh mahasiswa di dalam kampus, unit kerja di dalam kampus, organisasi di luar kampus, sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Buleleng. Usaha ini memang diakui belum bisa mencapai keuntungan optimal yang disebabkan karena terlalu banyaknya travel yang memiliki layanan yang serupa. Namun, dengan melakukan pendekatan yang lebih banyak kepada konsumen, usaha ini hingga saat ini masih bisa berjalan dengan baik.

## **Saran**

Sebagai usaha milik kampus, maka perlu adanya kebijakan agar perjalanan wisata yang dilakukan oleh pihak kampus baik itu oleh HMJ, Senat maupun unit-unit yang ada di dalam kampus lebih memprioritaskan penggunaan Ganesha tours and travel sebagai biro perjalanan wisatanya dengan ketentuan harga yang kompetitif dengan travel-travel lainnya yang masuk ke dalam kampus.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardika, I Wayan. 2004. "Pariwisata Bali: Membangun Pariwisata Budaya dan Mengendalikan Budaya Pariwisata". Dalam *Bali Menuju Jagadhita: Aneka Perspektif*. Denpasar: Pustaka Bali Post.
- Ben, Sarbini Mbah. 2010. *Paradigma Baru Pariwisata Sebuah Kajian Filsafat*. Yogyakarta:Kaukaba
- Covarubias, Miguel. 2012. *Pulau Bali Temuan yang Menakutkan*. Sunaryo Basuki Penerjemah. Denpasar: Udayana University Press.
- Martono, Nanang. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik*,

- Modern, Posmodern dan Poskolonial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pilliang, Yasraf Amir. 2006a. "Imagologi dan Gaya Hidup: Membingkai Tanda dan Dunia" . Dalam Alfathri Aldin (ed). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realistas*. Bandung: Jalasutra. Hal 71-90.
- \_\_\_\_\_. 2006b. "Konsumsi, Selera dan Perubahan Sosial". Dalam Alfathri Aldin (ed). *Mengegedah Hasrat: Sebuah Pendekatan Multi Perspektif*. Bandung: Jalasutra. Hal 389-406.
- Pitana, I Gde. Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Prasiasa, Dewa Putu Oka. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Salemba Humanika.
- Suprapti, Ni Wayan Sri. 2010. *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Udayana University Press: Denpasar.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Moderenisme*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Vellas, Francois dan Becherel Lionel. 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional Sebuah Pendekatan Strategis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Widiastini, Ni Made Ary,dkk. 2011. *Pengembangan Model Pemasaran Objek dan Daya Tarik Wisata Serta Fasilitas Wisata Kabupaten Buleleng*. Universitas Pendidikan Ganesha. Kabupaten Buleleng