

**PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN OBJEK WISATA
DESA BATUR TENGAH, KINTAMANI BERBASIS
MASYARAKAT LOKAL**

oleh.

Ni Made Ary Widiastini

Jurusan Manajemen Pariwisata
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Pedagang acung di Desa Batur Tengah merupakan sekelompok masyarakat yang mencari nafkah dengan menjual produk wisata berupa souvenir yang didapatnya melalui pemasok dari Gianyar dan Denpasar. Namun, di dalam menjual produk wisata tersebut, mereka mengalami berbagai kendala, diantaranya larangan yang dibuat guide kepada kliennya/wisatawan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh si pedagang acung karena kualitas yang kurang bagus dan harga yang cukup mahal. Hal ini membuat pedagang acung mengalami kesulitan, dimana mereka mengalami kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan hidup mereka karena pendapatan yang kurang. Dengan demikian, perlu adanya penengah yakni pihak pemerintah yang dapat memposisikan diri sebagai penghubung antara pedagang acung dengan *guide*. Secara teknis metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menjadi enam tahapan yakni: 1) Melakukan pendekatan dengan dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bangli; 2) Menginformasikan kegiatan kepada Kepala Desa setempat; 3) Mencari tempat untuk dijadikan sebagai tempat pelatihan dalam kegiatan P2M; 4) Mendata peserta; 5) Melaksanakan kegiatan dengan waktu pelatihan dilaksanakan satu hari yakni pada tanggal 4 September 2012, Pukul 08.00 wita – selesai. Yang menjadi fokus dalam kegiatan ini adalah dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bangli agar mau memiliki komitmen untuk mengembangkan pariwisata yang berbasis masyarakat dan memperdulikan masyarakat, khususnya perhatian terhadap pemenuhan kebutuhan pedagang acung karena mereka lah yang memiliki daerah tersebut, yang tinggal dan menjaga wilayah tersebut untuk tetap menjadi kawasan wisata yang mau dikunjungi oleh wisatawan.

Kata-kata Kunci : pedagang acung, masyarakat lokal, kintamani

1. Pendahuluan

Pariwisata sebagai industri di Bali memang banyak memberikan implikasi terhadap kehidupan masyarakat, khususnya di bidang sosial dan ekonomi. Dalam hal ini, masuknya pariwisata ke Kintamani dan menjadikannya sebagai daerah tujuan wisata yang menyuguhkan pemandangan alam yang eksotis serta mendatangkan wisatawan ke

tempat ini, telah mampu menggerser mata pencaharian masyarakat yang awalnya sebagai petani/peternak kini beralih fungsi menjadi pedagang acung dengan menjual berbagai jenis cinderamata/souvenir kepada setiap pengunjung yang datang ke lokasi. Sekarang dapat ditemukan sebegini besar masyarakatnya sudah menjadi pedagang baik itu yang mengacung di pinggir jalan maupun berjualan di dalam kios atau toko. Padahal apabila mereka mau sebagai petani hasil pertanian masih mampu menjajikan untuk memberi penghasilan, hal ini disebabkan karena kondisi lahan di daerah ini subur sehingga mampu dimanfaatkan untuk berbagai jenis tanaman buah dan sayuran yang sangat laku di pasar baik di pasar tradisional maupun pasar modern seperti supermarket.

Masyarakat Kintamani sebagai individu yang berada di daerahnya memiliki berbagai kepentingan ekonomi dalam menyikapi kedatangan wisatawan yakni berlomba untuk mendapat penghasilan sebagai pedagang. Hal ini dibuktikan dengan berprofesinya mereka sebagai pedagang souvenir, pembuat tato hingga penjual buah-buahan lokal. Sedangkan wisatawan yang datang berkunjung, memiliki berbagai motivasi untuk mendapatkan kesenangan, kenyamanan, keamanan dan sebagian dari mereka ingin membeli produk lokal. Melihat kedua kebutuhan diatas baik dari masyarakat maupun wisatawan, seharusnya ada kesepemahaman antara kedua belah pihak agar masing-masing keinginan dapat terwujud.

Namun, yang terjadi saat ini adalah masyarakat merasa dirugikan dengan singkatnya waktu kunjung wisatawan yang diatur oleh biro perjalanan wisata, bahkan mereka juga mengemukakan bahwa *guide*/pemandu wisata seringkali melarang klien mereka untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pedagang acung. Hal ini disebabkan karena wisatawan sering ditipu oleh pedagang acung, bahkan tidak hanya dalam bentuk barang, namun juga dalam bentuk uang yang disebut dengan "*sulap money*". Barang yang dibeli oleh wisatawan ternyata berbeda yang diterimanya setelah bungkusan barang tersebut dibuka di dalam kendaraan, atau uang yang dibayarkan menjadi kurang karena pedagang acung telah membawa uang cadangan yakni 10 dolar ditukar menjadi 1 dolar sehingga wisatawan harus mengeluarkan uang lagi.

Sementara, pedagang acung pun mengeluhkan karena *guide* sebagai orang yang memiliki kemampuan untuk mendatangkan wisatawan saat ini memberi waktu singkat di objek sangat singkat yang disebabkan karena tujuan utama mereka datang adalah

menikmati makan siang (lunch) di restoran yang sudah menjadi langganan *guide*. Bahkan sebagian besar dari mereka melarang kliennya (wisatawan) untuk membeli produk mereka dan memilih untuk membeli di toko. Hal ini disebabkan karena, dengan mengajak wisatawan makan di restoran dan berbelanja di toko maka tips yang mereka dapatkan mencapai 40% dari total uang yang dikeluarkan kepada wisatawan, sehingga pemasukan yang cukup besar untuk *guide*, sopir dan travel tempat mereka bekerja. Meski tidak ada aturan normatif yang mengatur sistem pemberian tips (*guide fee*), namun keadaan ini telah diterima oleh pelaku pariwisata karena menguntungkan bagi kedua belah pihak (penjual dan *guide*). Menyikapi hal tersebut, para pedagang acung juga telah berupaya untuk memberikan tips kepada *guide* apabila barang dagangannya dibeli oleh kliennya.

Permasalahan antara masyarakat pedagang acung dengan *guide* di objek wisata Kintamani sudah terjadi lama, hanya saja konflik-konflik yang terjadi belum mengakibatkan pertikaian. Dalam hal ini *guide* memilih untuk berbuat dengan caranya sendiri, sedangkan pedagang acung tetap berusaha untuk menjual produknya agar dibeli oleh konsumen meski terkadang kurang memperhatikan keinginan wisatawan yang datang hanya untuk melihat panorama. Keberadaan pedagang acung sering dianggap pengganggu oleh *guide* karena konsumennya mengeluh terus dipaksa untuk berbelanja dari daru datang hingga mau naik ke kendaraan. Bahkan pedagang acung terus berusaha mengejar dengan tujuan hanya untuk mendapatkan penghasilan harian yang digunakan sebagai makan sehari-hari.

Kondisi yang terjadi di Kintamani tentu tidak dapat dibiarkan begitu saja tanpa ada penyelesaian yang ditangani oleh pihak pemerintah yang dalam hal ini memiliki kewenangan untuk membuat regulasi pada sistem kepariwisataan di wilayahnya. Sesuai dengan teori Greenwood yang dikemukakan oleh Noronha, 1977 dalam tesis widiastini, yang membagi perkembangan daerah tujuan wisata menjadi tiga fase yaitu (1) *Discovery*, yaitu perkembangan pariwisata terjadi secara spontan dan sporadis karena adanya respon masyarakat yang mengakomodasi wisatawan yang mengunjungi daerahnya; (2) *Lokal response and initiative*, inisiatif masyarakat lokal sudah insentif dan pemerintah ikut campur dalam pengaturannya; (3) *Institutionalize*, yaitu pada akhirnya sistem pariwisata dikuasai atau didominasi oleh pihak luar dan pada fase

pariwisata sudah menjadi industri skala internasional, pada fase inilah masyarakat lokal terpinggirkan. Melihat teori tersebut, daerah Kintamani masih berada pada fase *lokal response and initiative*, meskipun kebutuhan dan keinginan yang merupakan trend internasional, seperti dibutuhkannya pelayanan pariwisata berstandar internasional sudah diterapkan di hotel dan restoran yang ada di sekitar objek.

Memahami makna *lokal response and initiative*, peranan pemerintah merupakan hal yang penting untuk mengarahkan daerah dan masyarakat untuk siap menjadi pelaku pariwisata yang baik dan profesional. Satu hal yang patut dibanggakan oleh pemerintah daerah di Kabupaten Bangli ini, bahwa daerah tujuan wisata Kintamani belum dikuasai oleh orang luar, dimana wilayah ini masih kuat sistem kebersamaannya yang memilih untuk berteman dengan sesama warga lokal meskipun harus berkompetisi dalam menjual produk daripada menjadi buruh di daerahnya dengan mengabdikan diri kepada orang luar. Hal ini dikemukakan oleh salah seorang pedagang acung pada saat dilaksanakan pengabdian masyarakat bulan oktober tahun 2011 lalu, dimana dikatakan "meski bersaing dan uang yang didapat sedikit, tetapi yang penting dapat tetap bersama". Hal ini merupakan sesuatu yang positif agar mereka dan wilayahnya tidak mengalami fase *institutionalize*, yang dimana pada fase ini masyarakat lokal dapat terpinggirkan apabila tidak memiliki *skill* dan *knowledge* yang dibutuhkan oleh industri pariwisata. Terlebih lagi, masyarakat di wilayah ini tingkat pendidikannya sebagian besar tamatan SD.

Tabel 1. Tingkat Pendidikan Masyarakat Batur Tahun 2011

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	Tidak Tamat SD	899 orang
2	Tamat SD	1.015 orang
3	Tamat SMP	383 orang
4	Tamat SMA	556 orang
5	Diploma/Sarjana	129 orang

Kondisi masyarakat yang dipaparkan diatas, tentu membutuhkan uluran tangan dari pihak yang memiliki tugas dan kewenangan dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, khususnya memahami keberadaan dan kebutuhan mereka. Terlebih lagi, pengembangan pariwisata di wilayah mereka seharusnya memegang prinsip pariwisata berkelanjutan.

Organisasi pariwisata internasional yakni *The World Tourism Organization* mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai berikut:

“Sustainable tourism development guidelines and management practice are applicable to all forms of tourism in all types of destinations, including mass tourism and the various niche tourism segments. Sustainability principles refer to the environmental, economic, and socio cultural aspects of tourism development and a suitable balance must be establishment between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability. Thus, sustainability tourism should: 1) Make optimal use of environmental resources that constitute a key element in tourism development, maintaining essential ecological processes and helping to conserve natural resources and biodiversity; 2) Respect the socio cultural authenticity of host communities, conserve their built and living cultural heritage and traditional values and contribute to their-cultural understanding and tolerance; 3) Ensure viable, long term economic benefits to all stakeholders that are fairly distributed, including stable employment and income earning opportunities and social service to host communities and contributing to poverty alleviation.

Sustainable tourism development requires the informed participation of all relevant stakeholders, as well as strong political leadership to ensure wide participation and consensus building. Achieving sustainable tourism is a continuous process and it requires constant monitoring of impacts, introducing the necessary of preventive and/or corrective measure whenever necessary.

Sustainable tourism should also maintain a high level of tourist satisfaction and ensure a meaningful experience to the tourists, raising their awareness about sustainable issues and promoting sustainable tourism practices amongst them.”

Paparan diatas dapat dipahami yakni bahwa prinsip-prinsip pengembangan pariwisata keberlanjutan harus memperhatikan berbagai aspek yakni lingkungan, budaya, ekonomi, sosial. Pariwisata berkelanjutan seharusnya: 1) Memanfaatkan sumber daya lingkungan yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, memelihara proses ekologi penting dan membantu untuk melestarikan sumber daya alam dan keanekaragaman hayati, 2) Menghormati keaslian budaya sosial masyarakat tuan rumah, melestarikan mereka dibangun dan hidup warisan budaya dan nilai-nilai tradisional dan berkontribusi-budaya mereka pemahaman dan toleransi; 3) Memastikan masyarakat mendapat manfaat ekonomi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, seharusnya memperhatikan sumber daya lokal baik itu sumber daya alam, sumber daya budaya dan sumber daya manusianya. Dimana dalam memanfaatkan

sumber daya- sumber daya tersebut, masyarakat harus memperoleh manfaat positif khususnya bidang ekonomi. Tentunya, ini dapat tercapai dengan memberdayakan masyarakat menjadi individu-individu yang mampu memanfaatkan potensi dirinya menjadi pelaku pariwisata yang memahami kebutuhan dan motivasi wisatawan serta mampu memberikan pelayanan pariwisata yang profesional, sekalipun hanya sebagai pedagang acung. Selain itu dalam penjualan produk lokal sebagai souvenir, seharusnya dapat penjual mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yakni wisatawan. Terlebih lagi, produk buatan Bali sudah banyak di ekspor yang kemudian dijual di negara mereka sendiri. Masyarakat Kintamani sebagai individu yang kemampuan dan pengetahuannya masih kurang dalam hal pemahaman tentang kebutuhan wisatawan terhadap produk lokal, menjadi catatan penting bagi pemerintah atau pemilik modal yang ingin berbisnis namun tetap memperdulikan masyarakat untuk membantu masyarakat menjadi individu yang paham terhadap kebutuhan pasar.

Jumlah pedagang acung yang sangat banyak hingga mencapai 107 orang dalam wilayah dagang yang cukup sempit *lake view* dan *garden view*, menyebabkan persaingan untuk mendapatkan konsumen semakin ketat. Ini sesungguhnya dapat diatasi dengan memberikan peluang dan kesempatan kepada masyarakat untuk membagi dirinya sebagai pembuat produk dan penjual produk. Tidak hanya mengandalkan kiriman barang dari daerah Badung dan Gianyar, namun juga seharusnya mereka bisa membuat produk yang sesuai dengan karakteristik mereka. Tentu, dalam hal ini modal dan kreatifitas menjadi hal yang sangat penting. Namun, apabila pihak pemerintah mau bekerjasama dengan kalangan pemilik modal untuk membantu dalam hal permodalan dan kalangan akademisi pada bidang pembuatan desain yang kreatif dan inovatif, ini akan menjadi peluang bagi masyarakat Kintamani untuk memperoleh penghasilan yang lebih dari sebelumnya.

Pembuatan sebuah produk tentu memerlukan kajian tentang kebutuhan pasar yang disesuaikan dengan trend pasar yang terus berkembang dari waktu ke waktu. World Tourism Organization, 2005 menjelaskan:

“The viability of tourism destinations and individual enterprises depends on an ability to identify markets that will continue to deliver business in the long term; to understand what potential consumers are looking for; and to adapt to trends and changes in source market research to guide tourism development in

the destination as a whole and realistic market assessment for individual project proposals.

Long –term viability needs satisfied visitors who return and who recommend other to visit. This means delivering an experience that meets or exceeds expectations. It requires: An emphasis on the quality of every component of the visitors experience, including mechanism for checking, identifying and improving it; Attention to value for money and the overall competitiveness of the destination; Obtaining regular feedback from visitors”

Paparan yang dikemukakan oleh WTO diatas dapat dijelaskan bahwa perlu adanya pemahaman dan kemampuan dalam mengidentifikasi pasar yang potensial untuk dijadikan sebagai sasaran, sehingga dapat diketahui hal-hal yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, termasuk kemampuan beradaptasi terhadap trend dan perubahan pasar. Menyikapi hal tersebut, maka pelaku pariwisata dituntut untuk terus berkreatifitas untuk menghasilkan produk wisata yang kreatif dan inovatif. Dalam waktu jangka panjang, pihak-pihak yang terlibat sebagai penjual produk wisata dituntut untuk harus mampu mendapatkan konsumen yang potensial sebagai target dari produk yang dijual. Dalam hal ini *value for money* menjadi sangat penting untuk diperhatikan, yakni jumlah uang yang dibayarkan kepada wisatawan harus memiliki nilai yang setara dengan produk wisata yang dibelinya, sehingga dapat tercipta sebuah kepuasan.

Penjelasan tentang kondisi masyarakat dan alternatif yang telah disampaikan diatas, maka sangatlah penting dipahami bahwa masyarakat di Kintamani sesungguhnya memiliki potensi untuk menjadi pelaku pariwisata yang professional. Tentu untuk mewujudkan hal ini perlu bantuan dari berbagai pihak baik itu pemerintah, kalangan akademisi dan penanam modal. Khusus bagi pemerintah daerah Kabupaten Bangli, baik itu dalam lingkup desa, kelurahan, hingga kabupaten seharusnya mampu memahami kebutuhan masyarakat yang juga disesuaikan dengan tuntutan pasar.

Kintamani sesungguhnya telah memiliki tempat parkir yang sangat luas dan dapat digunakan sebagai tempat untuk parker bagi pengunjung yang datang. Dengan membuat aturan yang tegas bahwa semua pengunjung harus parkir ditempat yang telah disediakan yakni di stop over Kintamani di depan museum Geopark, maka waktu kunjung wisatawan dapat menjadi lebih lama. Hal ini akan berdampak langsung terhadap waktu jual pedagang acung kepada wisatawan. Ketegasan dan pengawasan yang ketat tentu

harus diberlakukan di daerah ini, mengingat banyak juga sopir atau guide yang bermain curang dengan memarkir kendaraannya di sekitar objek yang selian berdampak terhadap rendahnya penjualan masyarakat juga berdampak terhadap kondisi jalan yang terkesan tidak rapi karena banyak kendaraan yang parkir sesuka hati mereka.

Dengan mengambil sikap yang mampu memenangkan kedua belah pihak yakni masyarakat yang merupakan individu-individu yang memiliki daerah tersebut dan guide yang memiliki kemampuan untuk mendatang wisatawan. Masyarakat seharusnya memahami kondisi *guide* yang berkewajiban untuk memberikan pelayanan yang ramah, aman dan nyaman kepada wisatawan. Sedangkan guide juga harus memahami bahwa masyarakat pedagang acung adalah orang yang menjaga objek wisata tersebut dan berprofesi sebagai pedagang acung untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Apabila hal ini dipahami oleh kedua belah pihak, maka akan terjadi keharmonisan antara masyarakat, guide dan wisatawan. Hal inilah yang nantinya dapat mewujudkan pariwisata yang berbasis masyarakat dan bersifat humanis. Menyikapi hal tersebut, maka perlu adanya peranan pemerintah daerah untuk mempertemukan kesepahaman dan kesepakatan kedua belah pihak hingga tercipta solusi yang memenangkan bagi masyarakat pedagang acung maupun *guide*.

4. Penutup

Pariwisata merupakan industri yang mampu memberikan berbagai implikasi terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, baik itu pada bidang sosial, ekonomi, budaya hingga politik. Implikasi yang paling nyata dirasakan oleh masyarakat secara langsung adalah sosial dan ekonomi, dimana dengan mengambil peluang kerja di bidang industri pariwisata baik itu sebagai karyawan maupun pedagang telah mampu memberikan kontribusi langsung terhadap penghasilan mereka yang dimanfaatkan untuk makan, sekolah dan bersosialisasi. Perkembangan pariwisata di Kintamani telah banyak memunculkan permasalahan-permasalahan, namun hingga pada pertikaian. Salah satu permasalahannya adalah kurangnya komunikasi yang baik antara masyarakat pedagang acung dengan *guide* dalam member pelayanan kepada wisatawan. Untuk itu perlu adanya pendampingan dan pengawasan terhadap kondisi seperti ini sehingga kebutuhan masyarakat pedagang acung dalam memperoleh penghasilan terpenuhi tanpa harus membuat wisatawan merasa tidak aman dan nyaman. Begitupula sebaliknya, *guide*

sebagai orang luar yang telah diterima baik oleh masyarakat sekitar seharusnya mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan memperpanjang waktu singgah wisatawan yang berimplikasi terhadap peluang bagi pedagang acung untuk menawarkan produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Widiastini, Ni Made Ary. 2008. *Pemanfaatan Puri Ubud Sebagai Objek Wisata Serta Implikasinya Terhadap Desa-Desa Di Kawasan Pariwisata Ubud, Gianya, Bali*. Program Studi Kajian Pariwisata. Universitas Udayana. Denpasar.

_____. 2010. Model Pembinaan Dan Pelatihan Yang Tepat Untuk Diterapkan Kepada Masyarakat Lokal Di Objek Wisata Penelokan Untuk Meningkatkan Kualitas Komunikasi Dan Tata Cara Penjualan Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Wisatawan.

World Tourism Organization. 2005. *Making Tourism More Sustainable (a Guide For Policy Makers)*. United