

PENGEMBANGAN JARINGAN EKONOMI DI KAWASAN WISATA NUSA TENGGARA BARAT

Direktorat
Kebudayaan

165

DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN
DIREKTORAT SEJARAH DAN NILAI TRADISIONAL
BAGIAN PROYEK PENGKAJIAN DAN PEMBINAAN
KEBUDAYAAN MASA KINI
JAKARTA 1997 / 1998

330.02865 516p

Milik Depdikbud
Tidak diperdagangkan

PENGEMBANGAN JARINGAN EKONOMI DI KAWASAN WISATA NUSA TENGGARA BARAT

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN
DIREKTORAT SEJARAH DAN NILAI TRADISIONAL
BAGIAN PROYEK PENGAJIAN DAN PEMBINAAN
KEBUDAYAAN MASA KINI
JAKARTA 1997/1998**

PENGEMBANGAN JARINGAN EKONOMI DI KAWASAN WISATA NUSA TENGGARA BARAT

Penulis/Peneliti : Drs. Sigit Widiyanto
Dra. Renggo

Penyunting : Drs. Sri Guritno

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang

Di terbitkan oleh : Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Kebudayaan Masa Kini
Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Direktorat Jenderal Kebudayaan
Departemen Pendidikan dan Kebudayaan

Cetakan Pertama Tahun Anggaran 1997/1998

J a k a r t a

Di cetak oleh : **CV. BUPARA Nugraha - Jakarta**

SAMBUTAN DIREKTUR JENDERAL KEBUDAYAAN DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

Penerbitan buku sebagai salah satu usaha untuk memperluas cakrawala budaya merupakan usaha patut dihargai. Pengenalan berbagai aspek kebudayaan dari berbagai daerah di Indonesia diharapkan dapat mengikis etnosentrisme yang sempit di dalam masyarakat kita yang majemuk. Oleh karena itu, kami gembira menyambut terbitnya buku merupakan hasil dari **Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Kebudayaan Masa Kini**, Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan,

Penerbitan buku ini kami harap akan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai aneka ragam kebudayaan di Indonesia. Upaya ini menimbulkan kesaling kenalan dan dengan demikian diharapkan tercapai pula tujuan pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional kita.

Berkat adanya kerjasama yang baik antara penulis dengan para pengurus Proyek, akhirnya buku ini dapat diselesaikan. Buku ini belum merupakan suatu hasil penelitian yang mendalam sehingga di dalamnya masih mungkin terdapat kekurangan dan kelemahan, yang diharapkan akan dapat disempurnakan pada masa yang akan datang.

Sebagai penutup saya sampaikan terima kasih kepada pihak yang telah menyumbangkan pikiran dan tenaga bagi penebitan buku ini.

Jakarta, September 1997

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'ES' followed by a long horizontal stroke.

Prof. Dr. Edi Sedyawati

PRAKATA

Usaha pembangunan nasional yang makin ditingkatkan adalah suatu usaha yang berencana untuk meningkatkan taraf kesejahteraan hidup dan kehidupan warga masyarakat Indonesia. Usaha pembangunan semacam ini pada dasarnya bukanlah usaha yang mudah diterapkan. Berbagai persoalan dan kesulitan yang muncul dan dihadapi dalam penerapan pembangunan ini, antara lain berkaitan erat dengan kemajemukan masyarakat di Indonesia.

Kemajemukan masyarakat Indonesia yang antara lain ditandai oleh keanekaragaman suku bangsa dengan berbagai budayanya merupakan kekayaan nasional yang perlu mendapat perhatian khusus. Kekayaan ini mencakup wujud-wujud kebudayaan yang didukung oleh masyarakatnya. Setiap suku bangsa memiliki nilai-nilai budaya khas yang membedakan jati diri mereka dari suku bangsa lain. Perbedaan ini akan nyata dalam gagasan-gagasan dengan hasil-hasil karya yang akhirnya dituangkan lewat interaksi antarindividu dan antarkelompok.

Berangkat dari kondisi, Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Kebudayaan Masa Kini berusaha menemukenali, mengkaji, dan menjelaskan berbagai gejala sosial, serta perkembangan kebudayaan, seiring kemajuan dan peningkatan pembangunan. Hal ini tidak bisa diabaikan sebab segala tindakan pembangunan tentu akan memunculkan berbagai tanggapan masyarakat sekitarnya. Upaya untuk memahami berbagai gejala sosial sebagai akibat adanya pembangunan perlu dilakukan, apalagi yang menyebabkan terganggunya persatuan dan kesatuan bangsa.

Percetakan buku " **PENGEMBANGAN JARINGAN EKONOMI DI KAWASAN WISATA NUSA TENGGARA BARAT** " adalah salah satu usaha untuk tujuan tersebut diatas. Kegiatan ini sekaligus juga merupakan upaya untuk menyebarluaskan hasil penelitian tentang berbagai kajian mengenai akibat perkembangan kebudayaan.

Penyusunan buku ini merupakan kajian awal yang masih perlu penyempurnaan penyempurnaan lebih lanjut. Diharapkan adanya berbagai masukan yang mendukung penyempurnaan buku ini di waktu-waktu mendatang. Akhirnya kepada semua pihak yang memungkinkan terbitnya buku ini kami sampaikan banyak terima kasih atas kerjasamanya.

Mudah-mudahan buku ini bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan juga para pengambil kebijaksanaan dalam rangka membina dan mengembangkan kebudayaan nasional.

Jakarta, September 1997

Pemimpin Bagian Proyek Pengkajian
dan Pembinaan Kebudayaan Masa Kini



Suhardi

DAFTAR ISI

Halaman

SAMBUTAN DIREKTUR JENDERAL KEBUDAYAAN	v
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR PETA	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar	1
B. Masalah	3
C. Kerangka Pemikiran	5
D. Tujuan Penelitian	7
E. Metode Penelitian	7
F. Kerangka Penulisan	7
BAB II. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
A. Lokasi dan Lingkungan Alam	9
B. Pemerintah Desa	12
C. Pola Perkampungan	14
D. Prasarana dan Sarana	15
E. Kependudukan	16
BAB III. PERTUMBUHAN JARINGAN EKONOMI DI DAERAH WISATA	23
A. Bidang Jasa	33
B. Bidang Perdagangan	39
C. Bidang Home Industri	43

BAB IV. KETERLIBATAN MASYARAKAT SETEMPAT DALAM PEREKONOMIAN	49
A. Jaringan Penduduk Baru di Perkampungan Penduduk	50
B. Aktivitas Penduduk sekitar di dalam Terjun ke Dunia Pariwisata	58
 BAB V. PENUTUP	 91
DAFTAR KEPUSTAKAAN	93
DAFTAR INFORMAN	95
LAMPIRAN : PETA-PETA	96

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
II. 1	Luas Wilayah Desa Batulayar Menurut Penggunaan Tanah	11
II. 2	Jumlah Penduduk Desa Batulayar	16
II. 3	Jumlah Penduduk Desa Batulayar Menurut Umur dan Jenis Kelamin	18
II. 4	Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	19
II. 5	Jumlah Penduduk Desa Batulayar Menurut Agama ..	20
II. 6	Banyaknya Tempat Ibadah di Desa Batulayar	20
II. 7	Jumlah Penduduk Menurut Matapecaharian	21
III. 1	Banyaknya Hotel Berbintang dan Melati Menurut Jumlah Kamar dan Tingkat Penghunian Kamar	25
III. 2	Banyaknya Rumah Makan, Biro Perjalanan Umum, Agent Perjalanan, dan Artshop	26
10.	Banyaknya Wisman dan Wisnu yang datang di NTB..	27
11.	Banyaknya Wisman dan Wisnu yang menginap di Hotel Berbintang di NTB	28
12.	Banyaknya Wisman dan Wisnu yang menginap di Hotel Melati	29
13.	Banyaknya Tenaga Kerja yang Terserap di Bidang Usaha Kepariwisataaan	30

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Hotel berbintang di Senggigi	45
2. Home Stay sebagai tempat istirahat wisatawan	45
3. Restoran di Senggigi	46
4. Suasana pertokoan di Senggigi	46
5. Pasar seni tampak dari depan	47
6. Pasar seni sebagai tempat untuk menarik wisatwan ..	47
7. Suasana di pasar seni	48
8. Pondokan kelas menengah dengan kamar mandi dalam	84
9. Pondokan kelas bawah	84
10. Koperasi sebagai tempat membangun usaha bersama.	85
11. Kios kelontong sebagai dampak pertumbuhan pondokan.	85
12. Tukang perahu sedang menunggu wisatwan	86
13. Strategi menjajakan penjual asongan	86
14. Penjual kerang di pinggir pantai	87
15. Pengrajin anyaman sedang berusaha menawarkan dagangannya pada wisatawan	87
16. Wisatawan sedang menawar perahu	88
17. Pedagang asongan (perak) sedang menawarkan dagangan.	88
18. Berbagai corak tenun yang dipasarkan	89
19. Penjual buku-buku bacaan	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR

Pariwisata merupakan salah satu aset pemerintah di dalam mendapatkan devisa negara. Sumber ini menjadi semakin penting seiring dengan berkurangnya sumber minyak bumi yang menjadi andalan devisa pada masa lalu.

Berdasarkan kenyataan tersebut maka tidak mengherankan apabila pada dasawarsa terakhir ini pembangunan di bidang pariwisata terus digalakkan pemerintah dalam rangka untuk menambah devisa nonmigas. Berbagai upaya telah dijalankan, mulai dari penyempurnaan dan pembenahan lokasi-lokasi wisata yang sudah ada sampai pada pembukaan lokasi pariwisata baru. Hal ini sesuai dengan apa yang sudah digariskan GBHN yang menempatkan pariwisata untuk memperluas kesempatan berusaha, serta meningkatkan devisa negara.

Indonesia dengan ciri khas kebhinekaannya, sebenarnya merupakan negara yang diuntungkan dengan semakin tingginya mobilitas penduduk, salah satunya untuk kebutuhan rekreasi.

Sebagian penduduk, baik dari dalam maupun luar negeri telah menempatkan pariwisata dalam agenda kehidupannya. Menurut Spillane (1985: 30-31), bentuk wisata dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu (1) wisata perjalanan, (2) wisata rekreasi, (3) wisata kebudayaan, dan (4) wisata olah raga.

Indonesia telah menggunakan beberapa cara untuk merangsang datangnya wisatawan. Salah satunya adalah dengan mempromosikan berbagai tempat wisata alam dan budaya yang ada di Indonesia ke seluruh dunia. Promosi tersebut dilakukan baik melalui kedutaan-kedutaan, maupun melalui biro-biro perjalanan dan pengadaan penyelenggaraan acara-acara dalam olah raga atau kesenian yang bertaraf internasional. Dengan cara-cara ini para wisatawan manca negara diharapkan akan merasa yakin, bahwa kedatangannya ke negara kita tidak akan rugi.

Di Indonesia penerapan fasilitas untuk kunjungan wisata ini sudah dirintis sejak konperensi PATA (Pasific Area Travel Association) yang diselenggarakan di Jakarta pada tahun 1974. Seiring dengan konperensi ini berbagai akomodasi yang berkaitan dengan kedatangan para turis mengalami kemajuan pesat. Sejak itu, banyak hotel didirikan di beberapa kota besar seperti di Jakarta, Bandung Yogyakarta, Denpasar, Surabaya dan Medan (Pendit, 1987:20).

Kunjungan wisatawan di suatu kawasan wisata, sedikit atau banyak akan berdampak terhadap tata kehidupan perekonomian masyarakat setempat. Tata kehidupan perekonomian itu akan terkait dengan jaringan ekonomi di kawasan wisata tersebut. Dalam upaya melayani para wisatawan berbagai kegiatan baru, mulai banyak dinikmati penduduk di kawasan wisata dan sekitarnya. Berbagai strategi dagang dan atau jasa yang tadinya tidak mereka miliki, berangsur-angsur dapat mereka pelajari, baik dari pengalaman mereka maupun pengetahuan dari pihak lain.

Namun demikian, kunjungan wisatawan di suatu kawasan wisata, baik disadari maupun tidak sebenarnya juga telah memper-

kenalkan pranata-pranata baru yang dibawanya, sehingga pergeseran-pergeseran pranata-pranata tradisional tidak dapat dihindari. Di satu pihak, dengan adanya kawasan wisata maka akan muncul berbagai jaringan ekonomi sebagai pranata-pranata baru, yang pada gilirannya akan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Namun dilain pihak perlu diwaspadai pula bahwa arus wisatawan juga berdampak negatif bagi beberapa segi kehidupan masyarakat setempat. Hal ini sebenarnya tidak akan menimbulkan permasalahan apabila pergeseran-pergeseran itu tetap dapat ditoleransi dan tidak menyimpang dari nilai-nilai budaya setempat.

B. MASALAH

Perkembangan daerah wisata sangat erat berkaitan dengan perubahan nilai-nilai tradisional yang telah mapan. Pernyataan ini tampaknya tidak dapat disangkal, karena daerah tersebut merupakan tujuan wisata dari berbagai pendatang dengan berbagai latar belakang kehidupannya untuk menikmati obyek wisata yang ditawarkan. Terjadinya interaksi antara para wisatawan dengan penduduk setempat tentunya akan memunculkan suatu pola baru, baik dari segi sosial budaya maupun perekonomian.

Melihat kenyataan di atas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Jaringan ekonomi baru apa saja yang muncul di kawasan wisata tersebut.
2. Dengan munculnya jaringan ekonomi tersebut, apa saja dampaknya bagi masyarakat setempat.
3. Bagaimana sikap masyarakat setempat dalam menanggapi kedatangan wisatawan.
4. Strategi apa yang ditetapkan masyarakat setempat untuk menjadi "raja" di daerahnya sendiri.

C. KERANGKA PEMIKIRAN

Malinowski dalam teori fungsionalis mengajukan asumsi bahwa semua unsur kebudayaan bermanfaat bagi masyarakat dimana unsur itu terdapat. Oleh karena itu, pada setiap kebudayaan, setiap pola kelakuan yang sudah menjadi kebiasaan, setiap kepercayaan dan sikap yang merupakan bagian dari kebudayaan dalam suatu masyarakat akan memenuhi fungsi mendasar dalam kebudayaan yang bersangkutan.

Menurut Malinowski fungsi dari satu unsur budaya adalah kemampuannya untuk memenuhi beberapa kebutuhan dasar atau beberapa kebutuhan yang timbul dari kebutuhan dasar, yaitu kebutuhan sekunder seperti kebutuhan akan kerja sama, organisasi politik, dan pengawasan sosial yang akan menjamin kebutuhan pokok tersebut terlaksana. Jadi menurut pandangan Malinowski, semua unsur kebudayaan akhirnya dapat dipandang sebagai hal yang memenuhi kebutuhan dasar bagi warga masyarakat pendukung kebutuhan tersebut.

Kawasan wisata merupakan suatu tempat dimana di dalamnya mempunyai unsur-unsur yang menjadikan kawasan tersebut mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Berbagai kondisi disiapkan di kawasan tersebut agar supaya menjadi kawasan menarik dan membuat senang bagi pengunjungnya.

Berbicara tentang kawasan atau lingkungan, kita dihadapkan pada dua subkomponen, yaitu lingkungan fisik dan non fisik. Lingkungan fisik dapat dibedakan antara lingkungan alami dan lingkungan yang dibangun manusia. Lingkungan nonfisik meliputi tingkah laku dan agama. Lingkungan fisik dapat dipandang sebagai modal atau setting tempat manusia melakukan kegiatan (Saludu, 1992: 8).

Pariwisata menurut Robert McIntosh dan Sastrikant Gupta adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan

rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan itu serta pada pengunjung lain (Pendit : 1991 : 31).

Dari definisi ini terlihat bahwa dalam pariwisata terdapat interaksi berbagai unsur yang bertujuan untuk membuat daya tarik bagi wisatawan yang akhirnya wisatawan tersebut akan merasa senang dan rela mengeluarkan uangnya untuk pemerintah daerah. Menurut Inpres No. 9/1969 yang disebut wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungan tersebut.

Mengacu pada Koperensi PATA 1963, istilah wisatawan pada prinsipnya adalah orang-orang yang mengadakan perjalanan di luar tempat tinggalnya dengan waktu perjalanan minimal 24 jam dan maksimal perjalanan 3 bulan. Menurut Pendit (1991) orang-orang yang termasuk dalam istilah ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk ber-senang-senang, untuk keperluan pribadi, untuk keperluan kesehatan, dan sebagainya.
2. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan untuk meng-hadiri pertemuan, konperensi, musyawarah atau di dalam hubungan sebagai utusan berbagai badan/organisasi (ilmu pengeta huan, administrasi, diplomatik, olah raga, keagamaan dan lain-lain).
3. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.

Kedatangan wisatawan di suatu kawasan wisata merupakan sumber potensial untuk mendapatkan penghasilan baik bagi penduduk setempat maupun penduduk pendatang yang mencoba mengais rejeki di tempat tersebut. Masing-masing penduduk tersebut berlomba untuk menanggapi datangnya wisatawan dengan melakukan pelayanan-pelayanan bagi para wisatawan. Oleh karena itu, tidaklah aneh bila pembangunan secara fisik di daerah wisata cenderung cepat.

Berbagai pelayanan dan pandangan baru yang tadinya tidak dikenal masyarakat setempat, dengan cepat muncul disebabkan untuk menarik dan mempermudah wisatawan sehingga akan merasa betah. Jaringan ekonomi baru ini merupakan unsur-unsur yang mendorong tetap berjalannya pariwisata tersebut.

D. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian "Pengembangan Jaringan Ekonomi di Kawasan Wisata" ini dilakukan untuk melihat keberhasilan pembangunan yang berkaitan dengan pengembangan obyek wisata pada umumnya, dan secara khusus, informasi keberhasilan tersebut dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan dorongan bagi masyarakat di kawasan wisata dalam peningkatan perekonomiannya. Dengan melihat berbagai keberhasilan-keberhasilan mereka dan pada kegiatan-kegiatan perekonomian baru apa saja, maka pemberdayaan sumber daya masyarakat khususnya di kawasan wisata dapat ditingkatkan.

E. RUANG LINGKUP

Pengkajian dan penelitian tentang pengembangan jaringan ekonomi akan dilakukan di kawasan wisata Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Ruang lingkup yang akan dikaji meliputi jaringan-jaringan ekonomi baru, di antaranya : perdagangan, pelayanan jasa dan home industry, dan peranan masyarakat sekitar terhadap jaringan ekonomi baru tersebut. Perubahan sikap masyarakat setempat akibat kawasan wisata tersebut, dan strategi-strategi apa saja yang diterapkan masyarakat sekitar dalam kaitannya dengan perkembangan jaringan baru tersebut.

F. METODE PENELITIAN

Penelitian tentang "Pengembangan Jaringan Ekonomi di Kawasan Wisata" ini menggunakan metode deskriptif analisis. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan. Untuk memperoleh data primer dilakukan melalui pengamatan dan wawancara.

Pengamatan diperlukan untuk melihat gejala-gejala yang ada di kalangan masyarakat di kawasan wisata. Dari hasil pengamatan tersebut kemudian dikembangkan melalui wawancara dengan para informan yang dianggap tahu permasalahannya. Untuk mengetahui pandangan orang-orang di kawasan wisata dilakukan dengan wawancara mendalam.

G. KERANGKA PENULISAN

Bab I. Pendahuluan

- a. Latar
- b. Masalah
- c. Kerangka Pemikiran
- d. Tujuan Penelitian
- e. Ruang Lingkup Penelitian

Bab II. Gambaran Umum Daerah Penelitian

- a. Lokasi dan Lingkungan Alam
- b. Pemerintahan Desa
- c. Pola Perkampungan
- d. Prasarana dan Sarana
- e. Kependudukan

Bab III. Pertumbuhan Jaringan Ekonomi di Daerah Wisata

- a. Bidang Jasa
- b. Bidang Perdagangan
- c. Bidang Home Industry

Bab IV Keterlibatan Masyarakat Setempat Dalam Perekonomian

- a. Jaringan Ekonomi Baru di Perkampungan Penduduk
- b. Aktivitas Penduduk Sekitar di Dalam Terjun ke Dunia Pariwisata.

Bab VI. Penutup

Daftar Kepustakaan

Daftar Informan

Lampiran

BAB II

GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. LOKASI DAN LINGKUNGAN ALAM

1. Lokasi

Desa Batulayar secara administrasi termasuk wilayah Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Lombok Barat, Propinsi Nusa Tenggara Barat. Batas-batas wilayahnya, di sebelah utara berbatasan dengan Desa Panenang Barat (Kecamatan Tanjung), di sebelah timur berbatasan dengan Desa Kekait dan Desa Sandik, di sebelah selatan berbatasan dengan Desa Maninting, sedangkan di sebelah barat berbatasan dengan Selat Lombok.

Dari ibukota Kecamatan Gunungsari, Desa Batulayar ini berjarak sekitar 3 km dan dapat ditempuh dengan kendaraan tradisional yang disebut Cidomo, yaitu sejenis dokar yang ditarik kuda. Perjalanan dengan Cidomo ini memerlukan waktu \pm 30 menit dengan ongkos Rp. 500,- untuk sekali jalan. Sedangkan bila ditempuh dengan colt atau angkutan umum hanya memakan waktu \pm 10 menit dengan ongkos Rp. 300,- untuk sekali jalan. Adapun jarak Desa

Batulayar ke ibukota Kabupaten Lombok Barat maupun ibukota Propinsi Nusa Tenggara Barat jaraknya sama, yaitu \pm 6 km dan dapat ditempuh dengan kendaraan umum dalam waktu \pm 0,30 menit dengan ongkos Rp. 750,- sekali jalan.

Sarana dan prasarana transportasi yang ada di Desa Batulayar cukup memadai, sehingga memperlancar hubungan dengan desa-desa yang ada di sekitarnya, seperti Desa Pamenang dan Desa Bangsal. Kedua desa ini merupakan desa tujuan para wisatawan setelah dari pantai Senggigi. Di samping itu Desa Bangsal ini juga merupakan tempat penyeberangan ke tiga gunung pulau di sekitar wisata Senggigi, yakni Gili Meno, Gili Aik, dan Gili Trawangan. Penyeberangan dari Bangsal ke Gili Trawangan, Gili Meno atau Gili Aik rata-rata ditempuh dalam waktu 1 jam, dengan menggunakan sampan (motor tempel). Penyeberangan ke Gili Trawangan ongkosnya sebesar Rp. 1.750,- per orang untuk sekali jalan, sedangkan ke Gili Meno dan Gili Aik ongkosnya sebesar Rp. 1.400,- per orang untuk sekali jalan.

2. Lingkungan Alam

Secara Geografi, wilayah Desa Batulayar terdiri atas dataran rendah dan dataran tinggi dengan ketinggian 5-7 meter di atas permukaan laut. Jenis tanah daratan yang cukup subur dipergunakan untuk lahan pertanian, yaitu untuk menanam padi dan palawija. Oleh karena keadaan air di sana masih tergantung pada musim, maka jenis tanaman padi dan palawija ini hanya dapat ditanam setahun sekali. Namun untuk kebutuhan air sehari-hari masyarakat biasanya mengusahakan dengan penggalian air sumur.

Tanah dataran tinggi biasanya dipergunakan untuk perkebunan rakyat seperti kebun kelapa, kopi, pisang, buah-buahan, dan sebagainya. Menurut data yang tercatat dalam buku monografi Desa Batulayar 1995/1996, tanah yang digunakan untuk perkebunan rakyat ini hanya mencapai 3553 ha. Adapun mengenai luas wilayah Desa Batulayar menurut penggunaan tanah dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

TABEL II. 1

**LUAS WILAYAH DESA BATULAYAR MENURUT
PENGUNAAN TANAH TAHUN 1995/1996**

No.	Jenis Penggunaan Tanah	Jumlah (ha)
1.	Tanah Pertanian	
	- Tanah sawah setengah teknis	11
	- Tanah sawah non teknis	9
2.	Pertanian tanah kering, ladang, tegalan	39
3.	Perkebunan Rakyat	3.553
4.	Hutan Negara	300
5.	Tanah tandus/alang-alang	126,5
6.	Perumahan/pekarangan	41,5
7.	Pegunungan/bukit	400
8.	Lain-lain	24,6

Sumber : Monografi Desa Batulayar 1995/1996

Aneka flora yang ada di wilayah Desa Batulayar meliputi vegetasi di kawasan hutan negara, tumbuh-tumbuhan di tanah pertanian, perkebunan rakyat maupun tanaman yang dipelihara di pekarangan rumah penduduk. Adapun fauna penghuni lingkungan wilayah ini umumnya terdiri dari hewan-hewan di kawasan hutan, perikanan rakyat, maupun hewan-hewan yang sehari-hari dipelihara di sekitar rumah masyarakat.

Keadaan iklim batulayar termasuk wilayah beriklim tropis sedang atau tropis basah. Suhu udaranya berkisar antara 24^o-38^oC dengan curah hujan rata-rata 275 mm per tahun. Musim penghujan terjadi antara bulan Oktober - Maret, sedangkan musim kemarau antara April - September.

B. PEMERINTAHAN DESA

1. Asal Usul Desa

Kenapa dinamakan Desa Batulayar ? Menurut cerita rakyat setempat, konon ada sebuah rakit yang terbuat dari batang pisang yang hanyut di perairan Selat Lombok bagian Barat Daya. Oleh karena pada saat itu keadaan cuaca buruk maka arus sangat kencang, sehingga rakit yang tadinya berada di Selat Lombok kemudian terdampar di sekitar Semenanjung pantai Senggigi. Akibat badai yang ganas disertai tiupan angin kencang, maka rakit yang terdampar tersebut tertarik kembali ke tengah menuju ke arah bagian timur laut sejauh kira-kira 2 mil.

Pada saat itu di pinggiran pantai terdapat seorang lelaki tua renta yang sedang menenangkan pikirannya. Ketika ia sedang memandangi laut, dilihatnya sebuah benda yang lambat laun makin mendekat ke tepi dan makin jelas bentuknya. Benda tersebut tidak lain adalah sebuah rakit dari batang pisang. Di atas rakit terlihat olehnya seikat kain putih yang kiri-kanannya terdapat sebuah batu hitam yang mengapit ikatan kain putih tersebut.

Akibat derasny arus dan kencangnya tiupan angin akhirnya dua buah batu yang terlihat olehnya itu terjatuh ke dasar laut. Anehnya tidak lama kemudian batu tersebut terapung di atas permukaan air dan berlayar kembali menuju ke tepi pantai. Namun sebelum batu tersebut tiba di tepi pantai, tanpa disadari lelaki tua renta tadi berteriak seperti raksasa yang kelaparan "...batu berlayar !batu berlayar !", teriaknya. Tentu saja teriakan orang tua tadi mengejutkan warga setempat yang kebetulan mendengarnya, akhirnya tanpa banyak berpikir lagi mereka menghampiri orang tua tadi untuk menanyakan perihal yang terjadi. Orang tua tersebut lalu menunjuk batu berlayar dengan tangannya. Namun tanpa terduga, batu yang tadinya berlayar itu mendadak berhenti tanpa sebab dan rakit yang membawa ikatan kain putih tersebut berbalik arah menuju ke tengah laut akibat derasny arus dan kencangnya angin.

Kejadian yang baru saja terjadi ini telah menjadikan heran yang menyaksikan. Seorang warga setempat kemudian mohon petunjuk kepada orang tua tadi karena keemasannya. Oleh orang tua tadi dikatakan bahwa kejadian tersebut bukannya mendatangkan hal-hal yang tidak baik, namun senantiasa perlu dikenang. Hal ini diwujudkan dalam bentuk pemberian nama wilayah dengan "Batu Berlayar" oleh orang tua tersebut. Mengingat masyarakat setempat tidak terbiasa menyebut "Batu Berlayar" maka lambat laun wilayah tersebut disebut "Batu Layar" sampai sekarang ini.

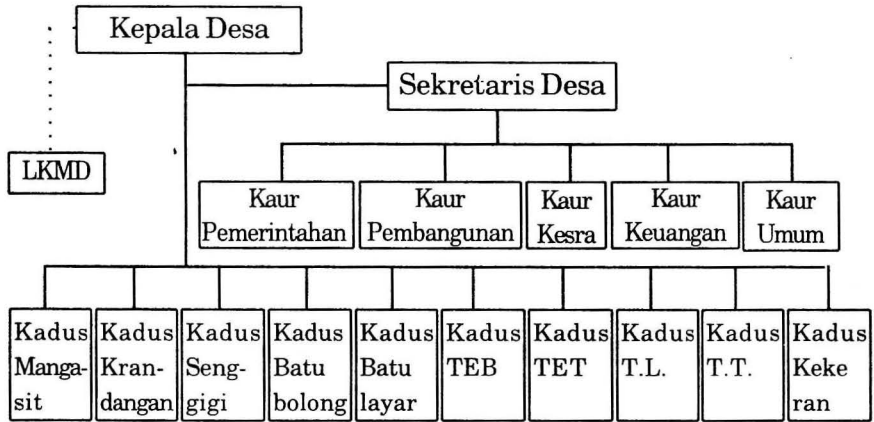
Perlu diketahui bahwa sebelum menjadi wilayah Desa Batulayar, desa ini masih bergabung menjadi satu dengan Desa Maninting dengan nama "Desa Senteluk". Pada tahun 1961 Desa Senteluk dipecah menjadi dua wilayah, yaitu :

- (1) Desa Senteluk Selatan menjadi Desa Maninting
- (2) Desa Senteluk Utara menjadi Desa Batulayar.

2. Struktur Pemerintahan Desa

Desa merupakan satu wilayah yang ditempati sejumlah penduduk sebagai suatu kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai organisasi pemerintahan terendah langsung di bawah camat dan berhak mengatur rumah tangganya sendiri dalam ikatan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pengaturan rumah tangga desa menjadi tugas dan tanggung jawab pemerintahan desa.

Dalam UU No. 5 tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa, Peraturan Menteri Dalam Negeri No. I tahun 1981 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa maupun PERDA Tk. II Lombok Barat No. 19 Tahun 1981 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa dan Perangkatnya disebutkan, bahwa pemerintah desa adalah kepala desa, Lembaga Musyawarah Desa dan perangkat desa. Adapun struktur organisasi pemerintahan Desa Batulayar dapat dilihat seperti di bawah ini "



Keterangan

TEB : Tanah Embet Barat

TET : Tanah Embet Timur

T.L. : Teloke Lauk

T.T. : Teloke Tengah

----- : garis koordinasi

_____ : garis komando

Sementara itu yang dimaksud dengan administrasi pemerintahan desa adalah semua kegiatan yang bersumber pada pemerintahan desa, yang terdiri atas tugas-tugas kewajiban dan tanggung jawab serta hubungan kerja yang dilaksanakan dengan berlandaskan peraturan-peraturan yang berlaku untuk menjalankan pemerintahan desa. Untuk mengupayakan keberhasilan tugas tersebut, maka pemerintah Desa Batulayar tetap melaksanakan administrasi pemerintahan desa dengan baik dengan berpedoman pada peraturan Menteri Dalam Negeri No. 6, 7 dan 8 Tahun 1982 tentang Administrasi Penduduk, Keuangan dan Umum. Pelaksanaannya ialah dengan mempergunakan 17 macam buku administrasi/ register dari pemerintah daerah tingkat I Nusa Tenggara Barat.

C. POLA PERKAMPUNGAN

Seperti desa-desa pada umumnya, Desa Batulayar terdiri atas dusun-dusun yang disebut "dasan" atau "bubuk". Seringkali di jumpai bahwa dusun yang satu dengan yang lain letaknya terpisah oleh sawah., kebun, sungai atau ladang bahkan hutan. Ada sementara

rumah yang mempunyai pintu atau pagar rumah untuk menghindari gangguan binatang ternak yang lalu lalang ataupun untuk alasan keamanan.

Letak desa biasanya pada " tanah bubuk " yang tidak jelas batas pekarangannya dan biasanya tidak teratur serta tidak memiliki gang seperti lazimnya. Namun khusus di dusun senggigi kualitas bangunan rumah penduduk umumnya cukup baik, karena ditunjang adanya kawasan wiyata pantai senggigi. Mereka rata-rata membangun rumah sudah dalam bentuk permanen, dindingnya tembok atau setengah tembok serta sudah dilengkapi dengan gang-gang sebagai perbatasan. Rumah - rumah tersebut biasanya dibuat kamar - kamar atau petak - petak yang kemudian disewakan atau dikontrakkan bagi pekerja - pekerja yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan. Jadi di Dusun Senggigi jarang sekali di temukan rumah yang reyot dengan bahan seadanya.

D. Prasarana dan Sarana

Berbagai prasarana dan sarana yang tersedia dilingkungan tempat tinggal Desa Batulayar, antara lain berupa: jalan - jalan / gang - gang untuk perhubungan , air bersih dan MCK, posyandu sumber penerangan dan tempat ibadah. Prasarana fisik berupa jalan - jalan yang ada di Desa Batulayar diantaranya jalan dusun/ lingkungan atau tanah sepanjang 6 km, jalan desa berupa jalan tanah sepanjang 1, 5 km, jalan kabupaten yang beraspal sepanjang 1 km , jalan propinsi yang beraspal/ hotmik sepanjang 8 km. Prasarana fisik berupa jembatan yang mendukung kelancaran arus lalu lintas yang ada di Desa Batulayar. Menurut klasifikasinya , jumlah jembatan beton sebanyak 13 buah, sedangkan jembatan deklek berjumlah 15 buah.

Sarana angkutan yang ada di Desa Batulayar terdiri dari 2 jenis, yaitu angkutan tradisional yang disebut cidomo dan colt (mobil angkutan umum) . Cidomo melayani trayek sekitar dari kawasan Senggigi sampai kerumah-rumah tempat tinggal

penduduk, sedangkan mobil angkutan umum melayani trayek dari kawasan sengigi kekota kabupaten atau sebaliknya. Sarana angkutan lain adalah bus atau minibus, namun angkutan ini hanya melayani carteran para wisatawan untuk berkeliling ke tempat-tempat wisata di sekitar Lombok.

E. KEPENDUDUKAN

Penduduk Desa Batulayar sampai dengan akhir tahun 1994 jumlahnya mencapai 8.763 jiwa. Namun, selama kurun waktu satu tahun jumlah ini mengalami kenaikan sebesar 0,39% atau sekitar 34 jiwa. Sehingga sampai dengan akhir tahun 1995 jumlah penduduk desa Batulayar menjadi 8.797 jiwa (Tabel 2).

TABEL 2

**JUMLAH PENDUDUK DESA BATULAYAR
PADA AKHIR TAHUN 1995**

No.	Nama Dusun	Jumlah	Jumlah Penduduk		
			KK	Laki-Laki	Perempuan
1.	Mangsit	133	242	307	549
2.	Krandangan	162	349	361	710
3.	Senggigi	198	449	502	951
4.	Batubolong	171	282	271	553
5.	Batulayar	320	697	727	1 424
6.	Tanah Embet Barat	106	230	203	433
7.	Tanah Embet Timur	110	241	236	477
8.	Teloke Lauk	245	500	505	1 065
9.	Teloke Tengah	178	287	355	742
10.	Kekeran	474	1 041	912	1 953
	Jumlah	2 097	4 418	4 379	8 797

Sumber : Monografi Desa Batulayar Tahun 1995/1996

Pertambahan penduduk di Desa Batulayar ini di satu sisi tentunya akan mempengaruhi kepadatan wilayah, sedangkan di sisi lain luas tanah yang tersedia tidak bertambah. Secara geografis, kepadatan penduduk Desa Batulayar untuk tahun 1995/1996 jumlahnya mencapai 195 juta / km.

Sesuai dengan ketentuan dalam UU No. 56 Tahun 1960 yang antara lain berisi kriteria kepadatan penduduk di suatu wilayah sebagai berikut : (a) 1 - 50 orang : tidak padat; (b) 51 - 250 orang : kurang padat; (c) 251 -400 orang : cukup padat; dan (d) > 401 orang : sangat padat. Berdasarkan kriteria tersebut, maka kepadatan penduduk 195 jiwa/km Desa Batulayar termasuk dalam kriteria penduduk kurang padat.

Sebagaimana telah dikemukakan di atas bahwa jumlah penduduk Desa Batulayar sampai dengan akhir tahun 1995 berkisar 8797 jiwa. Jumlah tersebut terdiri dari 4418 atau 50,22 persen laki-laki dan 4379 atau 49,78 persen perempuan. Penduduk yang berusia 0 - 14 th berjumlah 3455 atau 39,27 persen dari jumlah penduduk secara keseluruhan. Sayangnya, data penduduk menurut umur dan jenis kelamin yang ada dalam tabel tidak memerinci jumlah penduduk yang berusia 65 tahun ke atas. Padahal kedua kelompok umur ini merupakan penduduk usia non produktif yang dapat bermanfaat untuk melihat besarnya beban tanggungan (*burden of dependenney ratio*) di desa tersebut. Adapun mengenai jumlah penduduk desa Batulayar menurut umur dan jenis kelamin sampai dengan akhir tahun 1995 adalah sebagai berikut :

TABEL II. 3

**JUMLAH PENDUDUK BATULAYAR MENURUT
UMUR DAN JENIS KELAMIN SAMPAI TAHUN 1995**

No.	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	0 - 4	548	593	1 141
2.	5 - 9	596	687	1 283
3.	10 - 14	565	466	1 031
4.	15 - 19	408	350	758
5.	20 - 24	350	419	769
6.	25 - 29	396	487	883
7.	30 - 34	351	340	691
8.	35 - 39	284	255	539
9.	40 - 44	221	161	382
10.	45 - 49	206	163	369
11.	50 - 54	210	191	401
12.	< 55	283	267	550
	Jumlah	4 418	4 379	8 797

Sumber : Monografi Desa Batulayar Tahun 1995/1996.

Keadaan pendidikan penduduk Desa Batulayar cukup memprihatinkan. Hal ini karena sebagian besar penduduk desa tersebut, yaitu 5556 jiwa atau 63,16 persen belum dan tidak pernah sekolah, sebagai mana terlihat dalam tabel 4 di bawah ini :

TABEL II. 4

**JUMLAH PENDUDUK MENURUT TINGKAT
PENDIDIKAN DI DESA BATULAYAR**

Tingkat pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Belum dan tidak pernah sekolah	5556	63,16
Sekolah Dasar	2616	29,74
SMTp	367	4,17
SMTA	203	2,31
Perguruan Tinggi (PT)/Akademi	21	0,24
Kursus	34	0,39
Jumlah	8797	100

Sumber : Monografi Desa Batulayar 1995/1996

Berdasarkan Tabel II. 4 diatas, maka jumlah penduduk yang berpendidikan sekolah dasar ada 2616 jiwa atau 29,74 %, dari jumlah penduduk secara keseluruhan. penduduk yang tingkat pendidikannya SMTp berjumlah 367 jiwa atau 4,17 %, penduduk yang tingkat pendidikannya SMTA ada 203 jiwa atau 2,31 %, penduduk yang tingkat pendidikannya sampai PT / akademi berjumlah 21 jiwa atau 0,24 % sedangkan penduduk yang mengikuti kursus jumlahnya ada 34 jiwa atau 0,39 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kesadaran penduduk Desa Batulayar terhadap arti pentingnya pendidikan masih sangat rendah.

Mayoritas penduduk Desa Batulayar, yakni 7350 jiwa atau persen memeluk agama Islam, sedangkan yang memeluk agama Protestan hanya mencapai 9 jiwa atau persen, dan merupakan agama minoritas. Adapun jumlah penduduk Desa Batulayar menurut agama yang dipeluk secara terperinci dapat dilihat dalam Tabel II. 5 dibawah ini.

TABEL II. 5
JUMLAH PENDUDUK DESA BATULAYAR
MENURUT AGAMA YANG DIPELUK

Agama	Jumlah	(Jiwa)
Islam		7 530
Hindu		1 246
Budha		-
Katholik		12
Protestan		9

Sumber : Monografi Desa Batulayar, Tahun 1995/1996

Sementara itu sarana ibadah yang ada di Desa Batulayar diantaranya berupa : 15 buah mesjid, 15 buah surau atau mushola dan 11 bulah kuil/pura, sebagaimana terlihat dalam Tabel II. 6 dibawah ini.

TABEL II. 6
BANYAKNYA TEMPAT IBADAH DI DESA
BATULAYAR

Agama	Jumlah	(Jiwa)
1. Masjid		15
2. Surau/Mushola		15
3. Kuil/Pura		11
4. Gereja		-
Jumlah		41

Sumber : Monografi Desa Batulayar, Tahun 1995/1996

Matapencaharian penduduk Desa Batulayar pada umumnya bekerja sebagai petani, baik petani pemilik/penggarap maupun buruh Tani. Berdasarkan data yang tercatat dalam monografi desa, penduduk yang bekerja dibidang ini besarnya mencapai 1066 jiwa atau 56,71 persen. Penduduk yang bekerja sebagai nelayan, baik yang berstatus sebagai pemilik maupun buruh berjumlah 139 jiwa atau

7,41 persen. Kedua jenis pekerjaan ini merupakan matapencaharian pokok penduduk Desa Batulayar. Sebelum daerah tersebut dijadikan sebagai kawasan wisata.

Kini, setelah Desa Batulayar menjadi kawasan wisata, matapencaharian penduduk desa tersebut lebih bervariasi. Adapun Jumlah penduduk Desa Batulayar menurut matapencaharian secara terperinci dapat dilihat dalam Tabel II. 7 di bawah ini.

TABEL II. 7
JUMLAH PENDUDUK MATAPENCAHARIAN
DI DESA BATULAYAR TAHUN 1995

Matapencaharian	Jumlah (Jiwa)	%
Nelayan pemilik	102	5,43
Nelayan buruh	37	1,98
Petani pemilik/penggarap	888	47,28
Petani buruh	178	9,28
Pedagang besar	1	0,06
Pedagang kecil	155	8,25
Pedangan kaki lima	2	0,11
Bakulan	290	5,44
Pegawai Negeri Sipil	38	2,02
ABRI	6	0,32
Lain-lain	181	9,64
Jumlah	1878	100,00

Sumber : Monografi Desa Batulayar, Tahun 1995/1996

BAB III

PERTUMBUHAN JARINGAN EKONOMI DI DAERAH WISATA

Kunjungan para wisatawan mancanegara maupun domestik daerah Lombok Barat, khususnya kawasan pantai Senggigi baik secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi pertumbuhan perekonomian di daerah tersebut. Pertumbuhan ini ditandai dengan meningkatnya pembangunan prasarana dan sarana pariwisata kesemua jaringan-jaringan ekonomi yang ada di dalamnya.

Prasarana dan sarana pariwisata seperti hotel berbintang, losmen, bungalow, restoran/rumah makan, kios cenderamata, biro perjalanan, transportasi dan telekomunikasi telah memberikan peluang terhadap penduduk di kawasan obyek wisata untuk mendapatkan pekerjaan baru sehingga pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan mereka. Di samping itu juga akan menimbulkan jaringan ekonomi baru di kalangan penduduk, yaitu munculnya profesi-profesi baru baik di bidang perdagangan maupun jasa pelayanan.

Apabila ditinjau dari keadaan penduduk di Lombok Barat sebelum adanya isi PERDA No. 9 Tahun 1989, yaitu tentang Pene-

tapan 15 Kawasan Potensial dalam Pengembangan Kepariwisata (9 kawasan di Pulau Lombok dan 6 kawasan di Pulau Sumbawa), termasuk kawasan-kawasan obyek wisata pantai Senggigi, maka dapat kita bandingkan bahwa keadaan masyarakat saat itu cukup memprihatinkan. Kebanyakan mereka menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, perkebunan, dan pemanfaatan kelautan dengan hasil yang minim. Lebih buruk lagi bagi warga yang tidak memiliki lahan pertanian atau perkebunan, biasanya mereka hanya bekerja sebagai buruh tani yang adanya hanya pada saat-saat tertentu, yaitu pada saat musim tanam dan musim panen. Di luar kedua musim tersebut, pada umumnya mereka menjadi tenaga pengangguran.

Setelah wilayah Desa Batulayar ditetapkan sebagai kawasan wisata, secara berangsur-angsur tingkat perekonomian masyarakat meningkat, bahkan peningkatan ini cukup drastis pada tahun-tahun belakangan ini. Peningkatan taraf ekonomi masyarakat ini sebagai akibat dari pembangunan kepariwisataan di daerah setempat seiring dengan lajunya arus kunjungan wisatawan.

Pembangunan prasarana pariwisata berupa hotel-hotel misalnya, di NTB pembangunan prasarana ini dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan, sehingga memberikan peluang kepada penduduk setempat untuk mendapatkan pekerjaan baru.

Peningkatan pembangunan prasarana pariwisata berupa hotel ini tidak hanya hotel berbintang saja, melainkan juga hotel melati, sebagai mana terlihat pada tabel 8. Sebenarnya, yang dimaksud dengan hotel melati ini lebih cocok disebut "home stay", karena letaknya berada di lingkungan rumah tempat tinggal. Namun demikian masyarakat setempat pada umumnya menyebut dengan istilah "bungalow".

Menurut informasi dari para informan, munculnya bungalow di kawasan wisata senggigi berlangsung pada awal tahun 80-an. Pada waktu itu usaha bungalow ini merupakan usaha kecil-kecilan yang sifatnya coba-coba. Dengan derasny arus wisatawan yang berkun-

jung, maka usaha bungalow menjadi lebih berkembang, sehingga menjadi pekerjaan pokok bagi sebagian warga masyarakat setempat sebagai sumber pendapatan keluarga.

TABEL III. 1

**BANYAKNYA HOTEL BERBINTANG DAN MELATI
MENURUT JUMLAH KAMAR DAN TINGKAT
PENGHUNIAN KAMAR (TPK) DI NTB 1989-1995**

No.	Tahun	HOTEL BERBINTANG			HOTEL MELATI		
		Jumlah	Jumlah Kamar	TPK %	Jumlah	Jumlah Kamar	TPK %
1.	1989	8	361	47,20	97	1 390	28,30
2.	1990	9	416	57,20	118	1 634	30,00
3.	1991	9	549	55,58	134	1 931	32,20
4.	1992	14	819	44,40	173	2 167	33,50
5.	1993	15	859	41,57	181	2 278	28,70
6.	1994	20 *)	1 062	46,34	196	2 463	24,40
7.	1995	22	1 106	43,76	213	2 682	25,10

Keterangan : * 5 hotel beroperasi pada bulan Juli dan November 1994

Sumber : *Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Dati I NTB dan Kantor Perwakilan BPS NTB Tahun 1995*

Prasarana dan sarana pariwisata lainnya yang ada sejalan dengan pertumbuhan obyek wisata di Nusa Tenggara Barat adalah munculnya rumah-rumah makan, biro perjalanan umum, agen perjalanan, dan Art shop (Tabel II. 9) Beberapa prasarana dan sarana pariwisata ini setiap saat siap melayani para wisatawan, baik wisatawan manca negara maupun wisatawan nusantara.

TABEL III. 2

**BANYAKNYA RUMAH MAKAN, BIRO PERJALANAN
UMUM (BPU) AGEN PERJALANAN DAN
ART SHOP DI NTB 1989 - 1995.**

No.	Tahun	Rumah Makan		BPU/Agen Perjalanan		Art Shop
		Jumlah	Jumlah Kursi	BPU	Agen Perjalanan	
1.	1989	131	5 198	30	3	27
2.	1990	147	5 710	35	2	29
3.	1991	137	5 267	28	-	50
4.	1992	141	4 998	38	4	42
5.	1993	134	5 406	48	4	52
6.	1994	161	6 440	56	4	55
7.	1995	226	7 622	61	4	55

Sumber : Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Dati I NTB, Tahun 1995.

Dari Tabel III. 2 di atas tampak banyak usaha membuka rumah makan yang dilakukan oleh penduduk di kawasan wisata menunjukkan peningkatan yang cukup menyolok, sedangkan usaha penduduk yang cenderung tidak mengalami perkembangan adalah usaha membuka agen perjalanan. Hal ini di samping memerlukan modal yang cukup besar, untuk mengelola usaha ini diperlukan pendidikan yang cukup memadai, sebagai penduduk asli yang pendidikannya masih relatif rendah tidak dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Sementara itu para wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Nusa Tenggara Barat ternyata tidak hanya wisatawan dari mancanegara saja, akan tetapi juga wisatawan nusatenggara. Untuk

mendapatkan yang jelas mengenai arus kunjungan wisatawan ke daerah Nusa Tenggara Barat dapat dilihat pada Tabel III. 3 di bawah ini.

TABEL III. 3

BANYAKNYA WISATAWAN MANCANEGARA DAN NUSANTARA YANG DATANG DI PROPINSI NUSA TENGGARA BARAT, TAHUN 1989/1995

No.	Tahun	Mancanegara	Nusantara	Jumlah	%
1.	1989	56 149	67 146	123 294	7,75
2.	1990	107 480	77 256	184 736	11,67
3.	1991	118 465	99 011	217 476	13,66
4.	1992	129 997	102 040	232 037	14,58
5.	1993	140 442	106 907	247 349	15,54
6.	1994	158 813	120 279	279 092	17,53
7.	1995	167 267	140 940	308 207	19,36
	Jumlah	878 612	713 579	1 592 191	100,00

*Sumber : Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Dati I NTB
Tahun 1995*

Berdasarkan data yang tercatat pada Tabel III. 3 di atas menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah wisatawan yang berkunjung ke Propinsi Nusa Tenggara Barat selalu mengalami peningkatan sekitar 2%, dan yang paling banyak dikunjungi para wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun nusantara adalah obyek wisata di Lombok Barat. Hal ini terlihat dari banyaknya wisatawan yang menginap di hotel berbintang (Tabel III. 4). Peningkatan ini dikarenakan oleh beberapa faktor, seperti promosi kepariwisataan daerah Nusa Tenggara Barat yang sangat gencar dilakukan, baik oleh pemerintah daerah setempat maupun Deparpostel Pusat. Di samping itu, para wisatawan mancanegara

yang telah mengunjungi kawasan wisata Nusa Tenggara Barat, khususnya di Lombok Barat telah membagi pengalamannya dengan jalan menceritakan keadaan maupun suasana obyek wisata yang telah dikunjunginya kepada keluarga atau teman-temannya sehingga telah mendorong mereka untuk berkunjung ke obyek wisata tersebut.

TABEL III. 4

**BANYAKNYA WISATAWAN MANCANEGARA DAN
NUSANTARA YANG MENGINAP DI HOTEL
BERBINTANG DI DAERAH NUSA TENGGARA BARAT
MENURUT KABUPATEN/KOTAMADYA TAHUN 1995**

No.	Kabupaten/Kodya	Mancanegara	Nusantara	Jumlah
1.	Kodya Mataram	2 106	17. 703	19 809
2.	Lombok Barat	69 742	20 346	90 088
3.	Lombok Tengah	-	-	-
4.	Lombok Timur	-	-	-
5.	Sumbawa	967	8	975
6.	Dompu	-	-	-
7.	Bima	-	-	-
	Jumlah	72 815	38 057	110 872

*Sumber : Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Dati I NTB,
Tahun 1995*

Adapun alasan lainnya yang telah membuat para wisatawan berkunjung ke daerah Kabupaten Lombok Barat adalah banyaknya obyek wisata yang menarik, baik obyek wisata alam maupun obyek wisata budaya yang terdapat di daerah ini. Untuk wisata alam, daerah Lombok barat memiliki potensi bahari yang sangat menarik. Di samping pantai senggigi yang sangat indah, terdapat pula tiga gugusan pulau-pulau kecil yang dikelilingi oleh taman laut dengan

karang berwarna dan ikan-ikan hias serta kondisi pantai yang ideal untuk berenang, "diving", ataupun olah raga lainnya. Dengan alasan ini maka penekanan utama dalam pengembangan obyek wisata lebih berorientasi pada obyek wisata alam dengan daya tarik utama pada keindahan pantainya.

Di samping hotel berbintang, para wisatawan yang menginap hotel melati pun jumlahnya juga cukup banyak. Bahkan banyaknya wisatawan yang menginap di hotel ini kecuali di obyek wisata Lombok Barat - jumlahnya lebih banyak jika dibandingkan dengan wisatawan yang menginap di hotel berbintang. Hal ini karena di samping tarifnya lebih murah, dengan menginap di hotel melati para wisatawan dapat melihat dari dekat mengenai kehidupan sosial budaya masyarakat di kawasan obyek wisata. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang banyaknya wisatawan yang menginap di hotel melati, dapat dilihat pada Tabel III. 5 di bawah ini.

TABEL III. 5

BANYAKNYA WISATAWAN MANCANEGERA DAN NUSANTARA YANG MENGINAP DI HOTEL MELATI DI DAERAH NUSA TENGGARA BARAT MENURUT KABUPATEN/KOTAMADYA TAHUN 1995

No.	Kabupaten/Kodya	Mancanegara	Nusantara	Jumlah
1.	Kodya Mataram	10 083	45 450	55 533
2.	Lombok Barat	65 075	16 215	81 290
3.	Lombok Tengah	10 231	1 155	11 386
4.	Lombok Timur	2 000	3 029	5 029
5.	Sumbawa	2 067	14 801	16 868
6.	Dompu	262	9 616	9 878
7.	Bima	4 734	12 617	17 361
	Jumlah	94 452	102 883	197 335

Sumber : Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Dati INTB, Tahun 1995

Sejalan dengan meningkatnya pembangunan prasarana dan sarana pariwisata di Nusa Tenggara Barat dari tahun ke tahun dengan sendirinya tenaga kerja yang terserap di dalamnya pun juga mengalami peningkatan. Pada tahun 1993 misalnya, banyak tenaga kerja yang terserap di bidang pariwisata ini jumlahnya mencapai 5 059 orang. Jumlah ini pada tahun 1994 meningkat menjadi 5 621 orang, sedangkan pada tahun 1995 meningkat menjadi 6 176 orang sebagaimana terlihat dalam Tabel III. 6 di bawah ini.

TABEL III. 6

**BANYAKNYA TENAGA KERJA YANG TERSERAP DI
BIDANG USAHA KEPARIWISATAAN DAERAH NTB
MENURUT KABUPATEN/KOTAMDAYA,
TAHUN 1993 - 1995**

No.	Kabupaten/Kodya	Tahun 1993	Tahun 1994	Tahun 1995
1.	Kodya Mataram	-	1 839	1 854
2.	Lombok Barat	3 767	2 405	2 727
3.	Lombok Tengah	293	320	399
4.	Lombok Timur	216	218	193
5.	Sumbawa	328	330	432
6.	Dompu	103	127	185
7.	Bima	352	382	382
	Jumlah	5 059	5 621	6 176

*Sumber : Laporan Tahunan Dinas Pariwisata Dati I NTB,
Tahun 1995*

Adapun jenis-jenis pekerjaan yang berkaitan dengan usaha kepariwisataan tersebut di antaranya : Sebagai pekerja di hotel berbintang/hotel melati, di restourant/bar, di rumah makan, di biro perjalanan wisata, sebagai pemandu wisata, di tempat rekreasi dan hiburan, dan sebagainya.

Meskipun jumlah tenaga kerja yang terserap di bidang pariwisata dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan, namun apabila memperhatikan angka-angka yang tertera pada tabel di atas, tampak bahwa jumlah tenaga kerja di Kabupaten Lombok Barat pada tahun 1993 - 1994 menunjukkan adanya penurunan yang cukup menyolok. Hal ini karena kemampuan yang ada pada masyarakat di kabupaten tersebut, khususnya di Desa Batulayar tidak dapat memenuhi kualifikasi persyaratan yang ada. Warga setempat umumnya mempunyai latar belakang pendidikan yang cukup rendah. Selain itu, sebelum adanya pengembangan industri kepariwisataan, mereka umumnya bekerja sebagai petani, buruh tani dan nelayan, sehingga tidak memiliki bekal pengetahuan yang cukup untuk berperan serta dalam pengembangan industri pariwisata di wilayahnya. Hal inilah yang menyebabkan adanya penurunan jumlah tenaga kerja yang terserap di sektor kepariwisataan. Sehingga lapangan kerja ini banyak diisi oleh tenaga-tenaga dari luar Lombok Barat yang mempunyai kemampuan atau tenaga profesional.

Sungguhpun demikian, perkembangan pariwisata di daerah Lombok Barat tampaknya telah membawa pergeseran mata pencaharian masyarakat setempat, masyarakat yang semula bekerja sebagai petani dan nelayan, kini berpindah ke mata pencaharian baru yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Pergeseran yang paling tampak adalah beralihnya beberapa nelayan ke profesi baru, yaitu sebagai pemandu wisata atau menyewakan kapalnya kepada wisatawan. Padahal sebelum dikembangkan sebagai kawasan wisata hampir di setiap desa yang terletak di sepanjang pantai Senggigi terdapat nelayan-nelayan tradisional. Namun, dewasa ini mereka hanya sebagian kecil saja yang masih bertahan sebagai pencari ikan di laut. Beralihnya profesi sebagai nelayan ke penyewaan kapal ini, selain pendapatannya lebih besar, juga ikan di sekitar perairan setempat jumlahnya telah banyak berkurang di bandingkan masa lalu. Namun demikian pergeseran ini sebenarnya tidak di harapkan oleh pemerintah daerah setempat. Hal ini karena keberadaan nelayan sebenarnya di harapkan dapat menjadi pemasok ikan dan makanan laut bagi tamu hotel dan restourant-restourant.

Di Samping profesi pemandu wisata dan pelayanan jasa penyewaan kapal, beberapa jenis pekerjaan baru yang digeluti penduduk kawasan pantai Senggigi lainnya adalah sebagai pedagang cendera mata, pengrajin, pengusaha angkutan wisata, dan sebagainya. Akan tetapi jenis-jenis pekerjaan baru ini cenderung diisi oleh para pendatang, karena mereka mempunyai pendidikan dan keterampilan lebih. Penduduk asli yang tidak dapat bersaing dalam mendapatkan pekerjaan di bidang-bidang tersebut, kebanyakan akan menjadi buruh pada industri kecil atau buruh bangunan atau menggeluti jenis-jenis pekerjaan lain yang mengandalkan tenaga kasar.

Demikian pertumbuhan jaringan ekonomi baru di kawasan wisata Nusa Tenggara Barat, khususnya di pantai Senggigi dan sekitarnya pada umumnya ditandai dengan munculnya jenis-jenis pekerjaan baru di kalangan masyarakat dalam bidang pariwisata. Adapun faktor utama pendorong tumbuhnya jaringan ekonomi baru itu adalah arus kunjungan wisatawan yang senantiasa meningkat setiap tahun. Dengan adanya peningkatan kunjungan wisatawan, maka terciptalah jenis-jenis pekerjaan baru di bidang industri pariwisata. Namun demikian, tersedialah lapangan kerja yang bervariasi di atas kurang didukung oleh tenaga kerja profesional, sehingga kualitas dan produk kerjanya kurang memuaskan.

Untuk keperluan lapangan kerja formal, para pengusaha pengembang kegiatan wisata di daerah Senggigi seringkali harus mendatangkan tenaga profesional dari luar daerah Lombok. Hal ini di samping belum adanya tenaga lokal yang memenuhi syarat, juga masih jarangya lembaga pendidikan khusus setempat yang memberikan pendidikan dan pelatihan tenaga-tenaga terampil pendukung kegiatan wisata. Oleh sebab itu, tenaga kerja lokal cenderung menggeluti sektor pekerjaan informal.

A. BIDANG JASA

Peranan masyarakat Desa Batulayar dalam mendukung pengembangan pariwisata di kawasan wisata pantai Senggigi diwujudkan dalam bentuk pelayanan-pelayanan di bidang jasa. Adapun bentuk-bentuk pelayanan tersebut meliputi : pelayanan jasa transportasi air, jasa transportasi darat, pemandu wisata, penginapan atau bungalow, hiburan dan jasa-jasa lainnya.

Usaha pelayanan di bidang jasa tersebut sangat dirasakan pengaruhnya terhadap tingkat penghasilan penduduk. Dari informasi yang didapat di lapangan menunjukkan bahwa penghasilan dari penjualan jasa di atas sangat besar, sehingga dapat dijadikan sumber pendapatan pokok. Hal ini bisa dimengerti, karena hampir setiap wisatawan yang berkunjung tentunya akan memanfaatkan pelayanan dari salah satu jasa di atas.

1. Transportasi Air

Jasa transportasi air di antaranya berupa pelayanan penyeberangan dari pantai Senggigi ke Gili air, dari pantai Senggigi ke Gili Meno, dan dari pantai Senggigi ke Gili Trawangan, sedangkan sarannya dengan perahu motor tempel (long boat). Jenis perahu ini memiliki cadik dua buah yang letaknya di samping kiri dan kanan badan perahu sehingga relatif aman. Ukuran perahu panjangnya \pm 10 meter, lebarnya \pm 2 meter dan mampu mengangkut penumpang sebanyak 6-8 orang.

Para pemilik perahu adalah penduduk setempat dan umumnya milik perorangan. Dalam menjalankan bidang usaha di bidang transportasi ini, mereka tergabung dalam suatu wadah koperasi yang diberi nama Koperasi KOTASI. Sebagai anggota koperasi, mereka berkewajiban untuk menyisihkan keuntungannya Rp. 10.000,- guna meningkatkan kualitas hidup anggotanya. Dari dana yang terkumpul, para anggotanya, seperti fasilitas simpan pinjam, penyediaan bahan bakar dan koordinasi dengan pelayanan terkait lainnya. Oleh karena

sebagian besar pemilik perahu termasuk dalam kategori ekonomi lemah, maka keberadaan koperasi ini benar-benar dirasakan manfaatnya.

Dalam memasarkan jasa penyeberangan terutama pada musim sepi wisatawan, mereka dibantu oleh beberapa orang yang bertugas mencari penumpang. Orang-orang ini lebih mirip sebagai "calo" yang meminta komisi apabila mereka berhasil mendapat pengguna jasa. Sasaran utama para calo ini adalah para wisatawan, di kawasan wisata pantai Senggigi karena mereka biasanya mereka akan tertarik untuk berkunjung ke Gili Trawangan yang terkenal dengan keindahan taman laut dan "blu coral"-nya. Untuk mencapai tempat di obyek wisata tersebut, para wisatawan harus menyeberang. Oleh sebab itu dapat dipastikan mereka akan menggunakan jasa penyeberangan yang ada. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh para calo untuk mendapatkan komisi dari pemilik perahu.

Sebaliknya, pada musim liburan, hari-hari besar dan musim kunjungan wisata(bulan Agustus - Maret) para calo tersebut peranannya cenderung tidak berfungsi. Hal ini karena banyaknya para wisatawan yang berkunjung ke pantai Senggigi, sehingga penduduk yang bekerja di bidang jasa transportasi tidak perlu bersusah payah menjual jasanya kepada para wisatawan.

2. Penyewaan Alat-Alat Selam ("Diving")

Keindahan pantai Senggigi berikut taman lautnya tampaknya telah mendorong para wisatawan untuk menikmatinya. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan mancanegara atau wisatawan nusantara yang ingin menyelam, maka beberapa penduduk setempat menyediakan jasa yang berupa penyewaan alat-alat selam (Diving"). Alat-alat selam ini meliputi pakaian selam, tabung oksigen dan masker yang memiliki kualitas standar. Penyewaan alat selam ini tampaknya merupakan usaha jasa yang potensial, hal ini terbukti dengan meningkatnya intensitas pengguna jasa ini.

Belakangan ini juga terdapat beberapa klub-klub selam yang sebagian besar dikelola oleh para pemuda yang sekaligus sebagai instruktur selam bagi para wisatawan. Klub selam ini di samping menyediakan jasa penyewaan alat selam, juga menyediakan pendidikan kilat menyelam.

Sistem pengajarannya dibuat sesederhana mungkin, namun tanpa mengabaikan segi keamanan dan beberapa hal pokok yang penting bagi kegiatan menyelam. Program ini berdasar pada panduan standar internasional. Sehingga sertifikat yang dikeluarkan oleh klub selam tersebut juga berlaku secara internasional.

Biaya yang ditawarkan untuk program pendidikan menyelam ini biasanya relatif terjangkau oleh wisatawan, yaitu \$ 300 untuk wisman, Rp. 300.000,- untuk wisnu. Adapun program yang ditawarkan meliputi, teori pengenalan alat-alat selam dan cara-cara menyelam selama 2 hari, penggunaan alat-alat selam dan menyelam di kolam renang selama 1 hari, sedangkan tahap terakhir ditutup dengan menyelam di Gili Trawangan selama 1 hari. Paket kursus menyelam yang memakan waktu 4 hari itu rupanya sangat diminati oleh para wisatawan.

3. Jasa Transportasi Darat

Di bidang transportasi darat terdapat transportasi tradisional masyarakat setempat yang disebut "cidomo". Cidomo adalah modifikasi dari cikal dokar dan mobil, bentuknya seperti cikal yang diberi atap dan tempat duduk. Tenaga penariknya adalah kuda. Sebagaimana halnya dengan dokar, rodanya menggunakan roda mobil bekas. Sebenarnya keberadaan cidomo di kawasan Senggigi bukan untuk pelayanan wisata, melainkan untuk melayani keperluan penduduk setempat. Namun dengan meningkatnya permintaan wisatawan khususnya wisatawan dari mancanegara terhadap jasa transportasi tersebut, maka banyak pengemudi cidomo ini yang bersedia mengantarkan para wisatawan yang ingin berjalan-jalan berkeliling di kawasan pantai Senggigi.

Bagi penduduk setempat, keberadaan cidomo ini sebenarnya digunakan sebagai sarana transportasi lokal, seperti jika ada seorang penduduk yang hendak pergi ke atau pulang dari berbelanja di pusat perdagangan dan pasar. Adapun besarnya tarif jasa transportasi ini bervariasi, namun ada umumnya disesuaikan dengan jarak perjalanannya. Sedangkan untuk keperluan berwisata keliling digugusan pulau Gili pun tarifnya juga bervariasi, biasanya tergantung pada wisatawan dan tempat-tempat yang ingin dikunjungi. Dalam hal ini sistem pembayaran dikenakan tarif borong atau carter.

Apabila ada wisatawan yang ingin berjalan-jalan sendiri atau berkelompok keliling daerah wisata, mereka juga dapat menyewa sepeda, sepeda motor, mobil atau bus, di beberapa tempat sekitar jalan menuju pantai Senggigi. Meskipun penyewaan jasa ini kurang diminati namun keberadaannya cukup diperlukan. Biaya sewa disesuaikan dengan jenis atau merek yang digunakan dan lama waktu sewanya. Dari informasi lapangan, banyak wisatawan memilih untuk menyewa motor dan sepeda daripada mobil dan bus.

4. Usaha Penginapan dan Rumah Makan

Bentuk usaha di bidang jasa lainnya adalah penginapan. Sebagaimana telah dikemukakan di muka bahwa setiap tahunnya jumlah penginapan dengan kelas hotel Melati dan Bungalow selalu mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan bahwa usaha jasa penginapan tersebut cukup menjanjikan keuntungan ekonomi, apalagi dengan meningkatnya arus kunjungan wisatawan ke Lombok setiap tahunnya. Oleh karena itu, maka sudah sewajarnya apabila penduduk yang merasa berkemampuan dan ada lahan yang dinilai strategis, dengan serta merta mereka membangun bungalow dan penginapan-penginapan di dekat rumah mereka, terutama di Gili Terawang. Sebagai akibat dari "lomba" membangun bungalow ini bukan saja mempercepat laju pertumbuhan bungalow di kawasan wisata, tetapi juga menimbulkan persaingan memperebutkan pangsa pasar.

Kebanyakan penginapan yang berada di kawasan wisata Desa Batulayar dan daerah-daerah wisata di sekitarnya (termasuk di Gili Terawang) dimiliki oleh beberapa keluarga. Satu bungalow (dengan satu nama) yang terdiri atas beberapa bangunan "cottage" pada umumnya milik dua atau tiga keluarga. Satu keluarga dapat memiliki dua atau tiga bangunan cottage. Hal ini dapat terjadi karena pembangunan dan kepemilikan bungalow dilakukan dengan cara patungan dari beberapa keluarga, sehingga bagi keluarga yang kemampuan keuangannya kuat dapat memiliki lebih dari satu bungalow.

Bungalow ini sangat diminati bukan saja oleh wisman tetapi juga wisnu. Faktor yang mempengaruhi minat mereka menginap adalah harga yang relatif murah dan suasana sosial yang lebih asli jika dibandingkan dengan hotel berbintang atau jenis penginapan sekelasnya. Fasilitas yang disediakan bungalow lebih ditekankan pada keperluan pokok wisatawan seperti kamar mandi, WC, dan sebagainya. Di samping itu, bungalow umumnya memberikan pelayanan yang cukup menyenangkan sehingga para wisatawan merasa krasan.

Setiap bungalow biasanya menyediakan fasilitas rumah makan/restoran, warung makanan dan minuman dan barang-barang kelontong untuk kebutuhan para wisatawan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan tambahan keluarga. Pada kenyataannya banyak wisatawan yang membelanjakan uangnya di warung milik penduduk setempat atau rumah makan lokal, sehingga jasa inipun semakin berkembang seiring dengan perkembangan bidang-bidang pariwisata lainnya.

Menu makanan yang disajikan di rumah makan pada umumnya disesuaikan dengan menu yang disukai wisatawan, seperti sea food, european food, chinese food dan makanan Indonesia. Di samping itu, beberapa rumah makan juga menyajikan masakan khas masyarakat Nusa Tenggara Barat.

Seperti diketahui bahwa perkembangan pariwisata daerah Nusa Tenggara Barat umumnya kurang dibarengi dengan adanya penyediaan sumber daya manusia pendukungnya, sehingga para pengusaha banyak mendatangkan tenaga kerja dari luar daerah tersebut. Tenaga kerja ini tentu saja membutuhkan tempat tinggal sementara, berikut keperluan-keperluan pokok yang terdapat di sekitar tempat kerja mereka. Sehubungan dengan itu, banyak penduduk setempat yang berinisiatif untuk menyediakan kebutuhan tersebut dengan jalan membangun rumah kontrakan/rumah petak dan warung makan.

Rumah kontrakan ini umumnya dibangun di dalam perkampungan sekitar kawasan wisata yang dilengkapi dengan fasilitas yang sederhana, sesuai dengan kebutuhan pemakainya. Meskipun demikian, pemilik penginapan senantiasa berusaha untuk menyediakan semua sarana secara memadai, baik dari segi kebersihan, kenyamanan maupun tarifnya. Sistem pembayarannya pun cukup luwes, dengan kata lain disesuaikan dengan kepentingan pengguna jasa tersebut. Secara umum pembayaran sewa dilakukan setiap bulan atau mingguan bahkan dapat harian. Apabila si pengguna jasa ingin memperpanjang kontrak sewa, maka diadakan kesepakatan lagi di antara keduanya.

Demikian pula halnya dengan rumah makan yang dibangun dekat dengan rumah kontrakan, rumah makan ini umumnya khusus melayani para pekerja pendatang tersebut, sedangkan menu masakannya sesuai dengan selera masyarakat umum. Mereka menyediakan makanan untuk sarapan pagi, makan siang dan juga makan malam. Di samping menyediakan makanan warung-warung tersebut juga menyediakan berbagai barang-barang kelontong seperti minuman, sabun, gula, rokok, dan sebagainya.

5. Bidang Jasa Lain-Lain

Bentuk pelayanan jasa lain yang dapat dijumpai di sekitar pantai Senggigi adalah pelayanan buku cerita atau majalah-majalah

berbahasa asing, seperti bahasa Inggris dan Belanda. Tempat pelayanan ini umumnya berupa kios-kios kecil di pinggir jalan di kawasan wisata pantai Senggigi. Meskipun terkesan sepele, pelayan jasa ini sangat diminati oleh wisatawan mancanegara sebagai bahan bacaan selama mereka berjemur (mandi matahari) di pasir-pasir pinggir pantai.

Ada lagi bentuk jasa lain yang dilakukan penduduk Desa Batulayar, yaitu sebagai pemandu wisata. Pengertian pemandu wisata di sini bersifat informal, yang tak terbatas sasaran, waktu ataupun tempat operasinya. Pelayanan utama mereka adalah memberikan informasi dan mengantar wisatawan ke tempat-tempat yang menarik dikunjungi, dan menemani mereka pergi ke tempat-tempat wisata di Nusa Tenggara Barat. Dari hasil pengamatan lapangan tampak bahwa keberadaan mereka cukup dibutuhkan oleh wisatawan mancanegara yang ingin mengenal dan menikmati lingkungan wisata setempat.

Bagi gadis-gadis dan ibu-ibu muda Desa Batulayar, derasnya arus kunjungan wisatawan ke Nusa Tenggara Barat, terutama Lombok Barat sedikit banyak juga memberi mereka penghasilan tambahan. Mereka menjual jasa sebagai pengecat kuku (bahasa setempat disebut *ngutek*) yang dijajakan di sepanjang pantai Senggigi. Dalam mengecat kuku mereka menghiasi kuku pelanggannya dengan motif-motif bunga. Hal inilah yang dipandang para wisatawan mempunyai nilai seni, sehingga mereka antusias untuk mengecat kukunya.

B. BIDANG PERDAGANGAN

Sejalan dengan perkembangan industri pariwisata di Nusa Tenggara Barat juga telah memberikan peluang munculnya bidang perdagangan benda-benda cinderamata. Bahkan peluang ini tidak hanya dimanfaatkan oleh penduduk setempat, melainkan juga dari luar daerah tersebut. Mereka mendirikan toko-toko cinderamata sebagai jaringan ekonomi baru yang potensial. Hal ini tampak dari

meningkatnya jumlah wisatawan yang membelanjakan uangnya di toko-toko tersebut. Gejala ini kiranya dapat dimengerti, karena setiap wisatawan setelah selesai menikmati kunjungan wisatawan, biasanya ia ingin membawa oleh-oleh yang dapat mereka jadikan kenang-kenangan pada saat kembali ke tempat tinggalnya. Dengan demikian tidaklah berlebihan apabila dirasakan bahwa keberadaan toko-toko cinderamata merupakan pendukung pariwisata yang cukup potensial untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan baru bagi warga masyarakat di kawasan pariwisata.

Sekarang ini pemerintah daerah setempat telah mendirikan pusat perdagangan barang-barang cinderamata di kawasan wisata pantai Senggigi. Pusat perdagangan tersebut lokasinya tergabung menjadi satu dengan pasar seni. Adapun tujuan dari pembangunan kawasan ini adalah untuk memperkenalkan benda-benda seni masyarakat di Nusa Tenggara Barat, khususnya masyarakat Lombok, sebagai produk yang dikemas untuk wisatawan. Keberadaan kawasan ini sangat membantu peningkatan taraf hidup penduduk sekitar, khususnya yang berkecimpung dalam jasa penjualan cinderamata karena di kawasan ini mereka dapat terlibat memasarkan produk. Di kawasan ini terdapat kios-kios yang menjual berbagai barang kerajinan seperti kerajinan keramik atau gerabah, kerajinan tenun, kerajinan rotan dan bambu, patung, topeng, lukisan, dan lain-lain. Dari semua produk yang dipasarkan di kawasan ini rata-rata merupakan hasil produksi penduduk yang sudah mendapat binaan dari pemerintah daerah dan instansi terkait dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar wisata.

Pada mulanya kerajinan yang dibuat masyarakat Lombok khususnya kerajinan anyaman dari daun pandan dan tenun ikat lebih ditujukan sebagai pemenuhan kebutuhan sendiri, seperti kebutuhan rumah tangga dan upacara-upacara adat maupun sebagai hiasan rumah. Namun dengan adanya kegiatan wisata, kerajinan di atas saat ini lebih ditujukan sebagai pemenuhan pasar wisata, sehingga dalam perkembangannya hasil kerajinan tersebut mengalami pengembangan fungsi dan bentuk.

Selain pasar seni Senggigi juga terdapat beberapa kios penjualan barang cinderamata yang terletak di sepanjang jalan menuju kawasan pantai Senggigi. Sebagaimana kios-kios di pasar seni, kios ini juga menjual barang-barang kerajinan tangan.

Begitu pula penduduk sekitar kawasan Senggigi, banyak yang terlibat dalam penjualan barang-barang cinderamata di luar pasar seni Senggigi ataupun kios-kios cinderamata. Mereka bertindak sebagai penjaja cinderamata secara perorangan di sepanjang kawasan wisata pantai. Umumnya mereka termasuk golongan ekonomi lemah, dan barang-barang cinderamata yang mereka jual adalah satu jenis dan memiliki nilai ekonomis yang tidak begitu tinggi, sebab mereka melakukan pekerjaan ini juga hanya dengan modal tenaga dan dana yang pas-pasan. Adapun barang-barang yang mereka jual berupa kerajinan kerang, kerajinan cincin perak, miniatur perahu, tas anyaman dari daun pandan, pembatas kuku, bando, gelang, kalung.

Para penjaja cinderamata di kawasan pantai Senggigi menjajakan dagangannya mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 WITA. Pada waktu kunjungan wisatawan ramai mereka menambah jam kegiatan sampai pukul 18.00 WITA. Hal ini banyaknya wisatawan yang berkunjung. Sebaliknya, pada hari-hari biasa mereka hanya mengharapkan dari beberapa wisatawan yang berminat membeli, yang kebetulan berjalan-jalan di pantai atau berjemur di pinggir pantai dari pagi sampai sore hari.

Hampir semua penjaja barang cinderamata tersebut tidak memiliki strategi khusus dalam rangka menjual barangnya. Mereka cenderung menunggu pembeli, dengan kata lain, mereka tidak menawarkan barang dagangannya secara aktif. Namun demikian, banyak wisatawan yang tertarik membeli barang mereka, bahkan ada beberapa wisatawan mancanegara yang menjadi pelanggan mereka. Hal ini dimungkinkan karena para wisatawan tersebut telah beberapa kali datang ke obyek wisata pantai Senggigi, di lain pihak para pedagang tersebut memiliki tempat mangkal yang tetap.

Interaksi antara penjaja barang cinderamata dengan para wisatawan mancanegara seringkali menimbulkan hubungan kekeluargaan di antara mereka. Hubungan ini diwujudkan dalam bentuk pemberian bantuan keuangan dari wisatawan kepada para penjaja, yang umumnya dari golongan ekonomi kurang mampu. Banyak wisatawan mancanegara yang bertindak sebagaimana layaknya orang tua asuh, yaitu dengan mengirimkan sejumlah uang kepada pelanggannya baik untuk memperluas usaha dagangannya maupun untuk keperluan hidup keluarga. Kiriman uang tersebut sifatnya sukarela dan tanpa ikatan apa-apa, hanya berlandaskan atas rasa kemanusiaan saja. Bagi para penjaja barang cinderamata sendiri, sokongan dari para wisatawan ini tampaknya mempunyai peranan yang sangat besar dalam rangka peningkatan segi ekonomi mereka.

Meningkatnya arus kunjungan wisatawan di kawasan pantai Senggigi tampaknya juga telah dimanfaatkan oleh penduduk sekitar untuk berjualan barang-barang nonkerajinan, seperti pakaian jadi, kaos-kaos, kacamata, dan jam tangan.

Waktu kegiatan para penjaja barang-barang ini tidak berbeda dengan waktu kegiatan penjaja barang cinderamata lain yaitu mulai pagi sampai sore hari setiap harinya. Pada musim liburan dan kunjungan wisatawan mereka juga menambah waktu kerjanya sampai menjelang malam hari. Hanya saja dalam menjajakan barang dagangannya mereka lebih aktif, yaitu dengan berjalan di sekitar pantai sambil menawarkan kepada setiap wisatawan yang ditemuinya.

Di samping itu, ada pula penduduk di kawasan wisata yang menjual buah-buahan dari daerah tropis, seperti pepaya, pisang, kelapa muda, nenas, dan sebagainya. Buah-buahan ini bagi wisatawan mancanegara memang jarang ditemui di negaranya, walaupun ada biasanya karena import dari negara-negara tropis. Oleh sebab itu tidak sedikit para wisatawan mancanegara yang berminat membeli buah-buahan tersebut, sehingga bagi para penjaja buah-buahan dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan keluarga.

C. BIDANG HOME INDUSTRI

Perkembangan industri pariwisata biasanya diimbangi oleh perkembangan industri rumah tangga atau "home industri". Namun ternyata perkembangan wisata di kawasan pantai Senggigi tidak demikian, hal ini dapat dibuktikan dengan langkanya kegiatan home industri barang-barang kerajinan di Desa Batulayar. Padahal Industri rumah tangga atau "home industri" itu sesungguhnya sangat potensial sebagai jaringan ekonomi baru.

Langkanya kegiatan home industri di kawasan wisata pantai Senggigi ini disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, terbatasnya kemampuan penduduk setempat dalam membuat barang-barang kerajinan untuk memenuhi pasar wisata. Kedua, partisipasi penduduk Desa Batulayar dalam kegiatan industri pariwisata banyak diwujudkan melalui usaha penginapan, rumah makan dan perdagangan cinderamata yang telah banyak didatangkan dari luar Desa Batulayar seperti tenun ikat dari Lombok Tengah, kerajinan tembikar atau gerabah dari Lombok Barat.

Untuk menumbuhkan industri rumah tangga di sekitar Desa Batulayar sebenarnya tidak begitu sulit. Hanya saja memang diperlukan upaya penggalan, pembinaan dan pengembangan potensi yang ada, sehingga penduduk setempat tergerak untuk memulai membuka usaha industri rumah tangga yang hasil industrinya layak dijual sebagai barang kemasan wisata. Selain itu, pengembangan potensi kerajinan rakyat juga dapat dimaksudkan sebagai antisipasi terhadap punahnya kerajinan rakyat setempat, mengingat semakin sedikitnya orang-orang yang berkemampuan sebagai pengrajin.

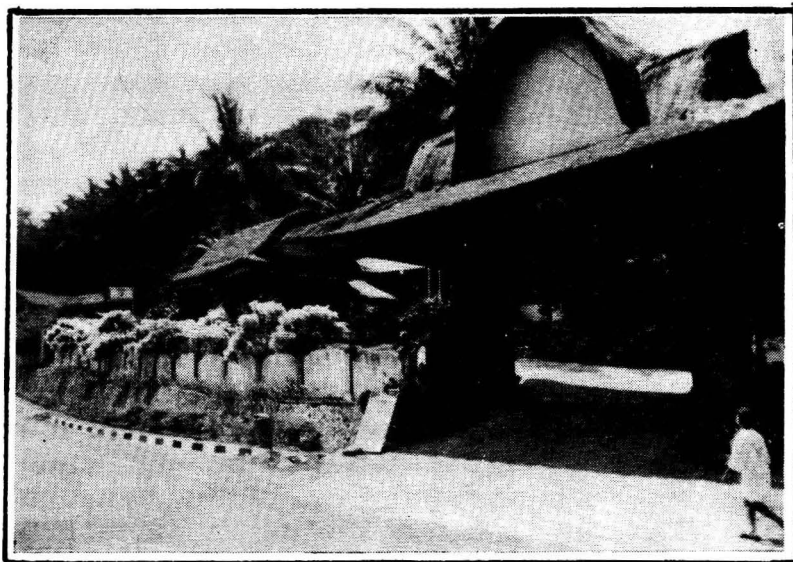
Walaupun demikian, sebenarnya ada juga sebagai penduduk di sekitar kawasan wisata Senggigi yang secara kecil-kecilan membuka usaha industri rumah tangga, yaitu kerajinan kayu yang dibentuk miniatur perahu layar nelayan setempat. Kerajinan tangan ini belum diarahkan sebagai kegiatan industri rumah tangga, sebab pembuatan hanya dikerjakan pada waktu senggang dan lebih bersifat

sebagai tambahan penghasilan dari mata pencaharian pokoknya, yakni sebagai pedagang cinderamata, seperti kerajinan kerang, cincin dan kalung.

Proses pembuatan miniatur perahu layar melibatkan seluruh anggota keluarga batih (bapak, ibu dan anak-anak), dan pemasarannya pun dilakukan sendiri dengan cara menggelar kerajinan itu disepanjang pantai Senggigi. Dari pengamatan lapangan tampak bahwa kerajinan ini cukup diminati oleh wisatawan mancanegara yang berkunjung di kawasan pantai Senggigi. Bahkan menurut penjualnya sendiri, pada setiap harinya ia mampu menjual 3 sampai 4 buah perahu miniatur. Meskipun demikian, produksi miniatur perahu layar ini tidak terikat target, artinya pengrajin akan membuat lagi apabila sudah tidak ada persediaan, dan apabila waktu kunjungan wisata sepi, barang yang tidak laku akan disimpannya untuk dijual pada musim kunjungan wisata berikutnya.

Selain kerajinan miniatur perahu seperti disebutkan dimuka, industri rumah tangga di kawasan Senggigi belum terlihat nyata, hanya ada beberapa kerajinan tangan seperti pembuatan pembatas buku, dan bando yang terbuat dari bahan baku benang. Seperti halnya dengan kerajinan miniatur perahu, penjualan kerajinan tangan ini pun juga dilakukan sendiri oleh si pembuatnya. Apabila musim kunjungan wisata kerajinan ini juga banyak diminati wisatawan, bahkan ada yang memesan sampai 50 buah baik bando ataupun pembatas buku untuk dibawa pulang ke negaranya. Bila sepi kunjungan wisata mereka akan menyimpan juga dagangannya seperti pedagang miniatur perahu, baru setelah ramai bulan-bulan kunjungan wisata mereka giat berjualan lagi. Namun demikian bukan berarti dia pasif, mereka tetap membuat kerajinan tersebut hanya saja jumlahnya dikurangi.

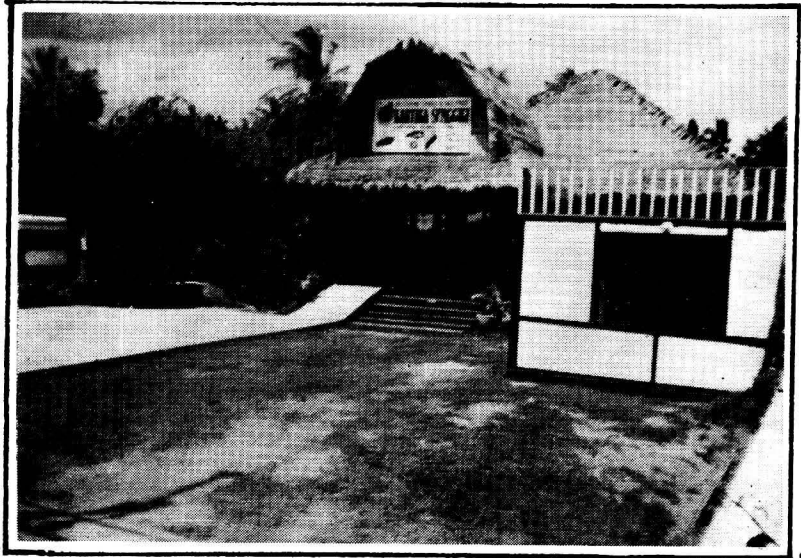
Jadi, meningkatnya arus kunjungan wisatawan di kawasan wisata Senggigi telah membawa peningkatan ekonomi penduduk setempat. Peningkatan ekonomi ini ditandai dengan tumbuhnya jaringan-jaringan ekonomi baru sebagai akibat dari perkembangan pariwisata.



Gambar 1
Hotel berbintang di Senggigi



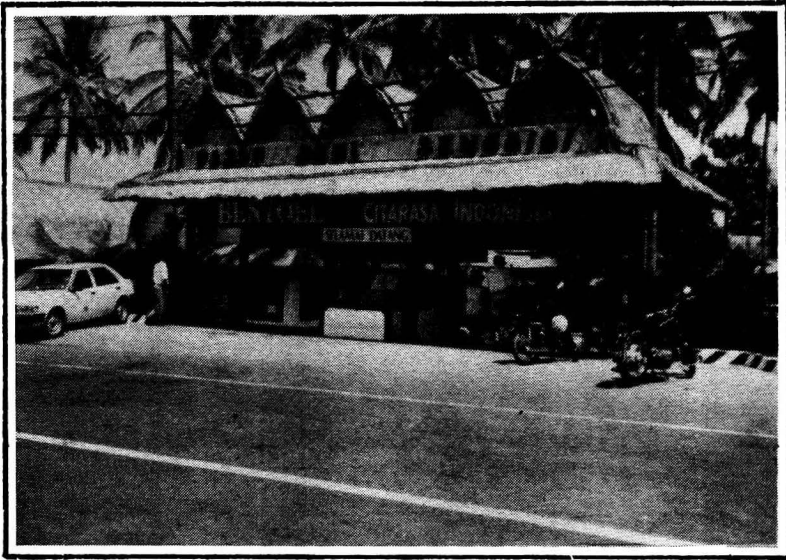
Gambar 2
Home Stay sebagai tempat istirahat wisatawan



Gambar 3
Restoran di Senggigi



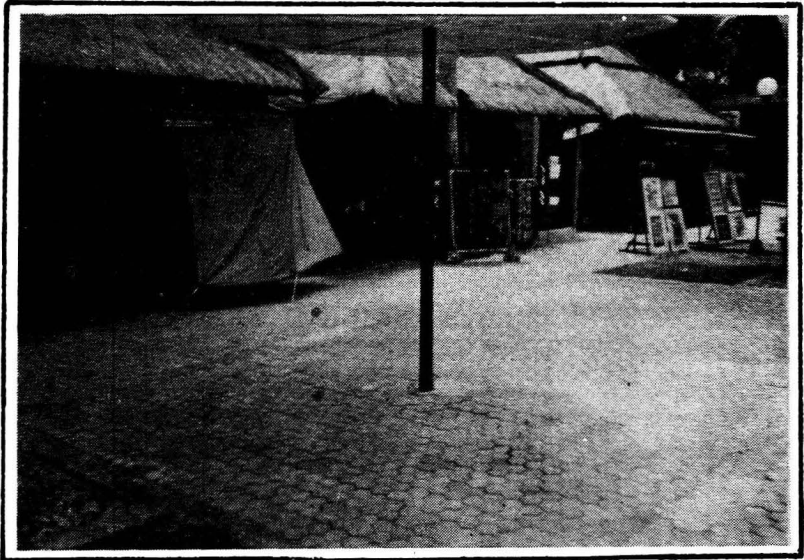
Gambar 4
Suasana pertokoan di Senggigi



Gambar 5
Pasar seni tampak dari depan



Gambar 6
Pasar seni sebagai tempat untuk menarik wisatawan



Gambar 7
Suasana di pasar seni

BAB IV

KETERLIBATAN MASYARAKAT SETEMPAT DALAM PEREKONOMIAN

Jaringan ekonomi merupakan bagian yang penting dari sebuah pembangunan suatu kawasan wisata. Oleh karena itu, perkembangan suatu daerah dapat dilihat dari tinggi rendahnya perekonomian daerah tersebut. Semakin tinggi tingkat perekonomian suatu daerah berarti akan semakin maju pula perkembangan daerah tersebut. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat perekonomian suatu daerah maka akan semakin terlihat kesenjangan masyarakatnya.

Pantai Senggigi merupakan kawasan wisata yang beberapa tahun terakhir ini dipromosikan sebagai obyek pilihan wisatawan. Pemerintah dengan gencar berusaha mengenalkan daerah Lombok dengan budayanya melalui berbagai media. Upaya ini tampaknya tidak sia-sia, sebab pandangan wisatawan yang dahulu hanya mengenal Bali sebagai surganya pariwisata di Indonesia, sekarang berangsur-angsur telah bergeser. Mereka tidak lagi berorientasi ke pulau Bali, akan tetapi juga ke pulau-pulau yang relatif masih lebih alami, seperti Lombok.

Dengan semakin banyaknya wisatawan yang datang ke daerah ini, sedikit demi sedikit telah mempengaruhi kehidupan penduduk setempat. Baik dari segi etos kerja maupun kreativitasnya. Mereka dari hari ke hari semakin paham bahwa kehadiran wisatawan akan mendatangkan uang. Oleh karena itu apabila dilihat dari beberapa perkembangan perekonomian masyarakat setempat dapat diklasifikasikan menjadi : (1) Pondokan sebagai perekonomian baru (2) Aktivitas penduduk sekitar di dalam terjun ke dunia pariwisata. (3) Pengusaha besar didalam mempersiapkan usaha mereka di pantai Senggigi.

A. JARINGAN EKONOMI BARU DI PERKAMPUNGAN PENDUDUK

1. Pondokan dan Beberapa Jenis Pekerjaan yang Mendukungnya

Sebelum daerah pantai Senggigi diorbitkan menjadi kawasan wisata, penduduknya sebagian besar bermatapencaharian sebagai nelayan dan petani ladang. Mereka melakukan aktivitas kesehariannya seperti layaknya penduduk di daerah pantai pada umumnya yaitu sebagai nelayan, sedangkan penduduk yang bermata pencaharian sebagai peladang pada umumnya menanam singkong di sekitar rumah maupun di ladang mereka yang terletak di gunung-gunung.

Semakin berkembangnya kawasan wisata di pantai Senggigi, tanahpun semakin diburu para investor dari luar Lombok, terutama dari Jakarta. Tanah yang dianggap strategis dengan cepat dibelinya. Kondisi demikian sudah dimulai sejak terdengarnya isu rencana pembangunan kawasan wisata pantai Senggigi yang akan diproyeksikan sebagai daerah wisata setaraf dengan Bali. Di sisi lain penduduk setempat yang belum tahu akan cerah masa depan daerah mereka, dengan adanya banyaknya penawaran atas tanah mereka dengan segera menjualnya. Pada saat itu harga tanah 1 are (10 m²) Rp. 10.000. Oleh karena itu tidaklah mengherankan apabila

ratusan hektar tanah, terutama yang berada dipinggir jalan raya dari hari ke hari semakin banyak berpindah tangan ke para investor. Akibatnya sekarang, penduduk asli cenderung bertempat tinggal agak ke dalam. Namun demikian mereka masih bisa tersenyum merasakan keuntungan pariwisata, yaitu dengan lakunya kamar-kamar tempat tinggal mereka sebagai tempat kost para calon pekerja yang sedang menjalani training di hotel-hotel yang ada di kawasan wisata pantai Senggigi. Training ini diadakan setahun sekali antara bulan Mei - Juli.

Ditinjau dari sejarahnya, pondokan-pondokan di kawasan wisata Senggigi mulai ada sejak tahun 1982. Pada tahun ini hotel-hotel yang ada di Senggigi mulai menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah perhotelan di Mataram. Sejak saat itulah banyak siswa perhotelan, terutama yang sedang mengikuti training mencari pondokan di rumah-rumah penduduk. Peluang untuk menambah penghasilan tersebut kemudian berkembang sampai sekarang dan menjamur, hampir 60% dari jumlah penduduk setempat mempunyai kamar yang siap dikontrakkan.

Keadaan demikian menyebabkan pada bulan Mei sampai Juli hampir semua kamar terisi oleh pemondok. Harga sewa per kamarnya berkisar antara Rp. 35.000 - Rp. 80.000, tergantung dari baik buruknya kondisi kamar tersebut. Baik buruk kamar ini juga sangat tergantung pula dari cara mengatur keuangan pemiliknya dalam meningkatkan usahanya.

Umumnya, kamar-kamar pondokan ini terbuat dari satu rumah yang dipetak-petak dengan kamar berukuran 3 x 3 m², 3 x 2,5 m² atau 2,5 x 2,5 m². Pemetakan dilakukan secara sederhana, yaitu dengan tripleks, sedangkan bagi rumah yang tergolong mewah dengan dinding tembok dan lantai keramik. Fasilitas yang diberikan adalah tempat tidur, kasur, listrik serta kamar mandi dan WC yang letaknya di dalam, sedangkan bagi kelas menengah dan bawah kamar mandi dan WC terletak di luar. Untuk kamar mandi yang berada di luar ini, umumnya setiap maksimal 5 kamar ada sumur, kamar mandi dan WC di dekatnya.

Ditinjau dari para penghuninya, pemondok di Senggigi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu :

1. Para pengikut training yang pada umumnya hanya tinggal sementara (\pm 3 bulan). Mereka biasanya terdiri dari anak-anak muda usia sekolah.
2. Para pekerja yang ada di kawasan wisata pantai Senggigi, seperti pekerja-pekerja hotel, tempat-tempat hiburan, guide, pedagang, dan lain-lain, yang biasanya tinggal bersama istri dan anak-anak yang masih kecil. Umumnya mereka tinggal dalam waktu lama.
3. Para tamu atau turis yang sifatnya lebih mencari suasana yang menyatu dengan masyarakat. Biasanya turis ini menyewa satu kamar atau rumah penduduk yang kebetulan tidak ditinggali. Biasanya mereka tinggal seminggu sampai sebulan.

Dalam usaha mengembangkan pondokan tersebut, berbagai upaya dilakukan, tetapi upaya terbesar biasanya adalah dengan menjual tanah atau ladang-ladang mereka. Hasil penjualan tanah ini di samping digunakan usaha, juga digunakan untuk naik haji. Kenyataan demikian tidak dapat dipungkiri sebab masyarakat Desa Senggigi pada dasarnya adalah merupakan penganut muslim yang taat.

Berkembangnya tempat-tempat pondokan ini, mempunyai pengaruh positif pula bagi masyarakat yang tidak mempunyai pondokan. Dengan kejeliannya sebagian penduduk dapat memanfaatkan peluang bisnis seperti pengetahuan membuka warung. Seorang informan mengatakan bahwa dari pengalaman awal menjual minuman es dengan sebuah meja. Kemudian menjadi berkembang dengan menyediakan nasi sayur dan makanan-makanan instan seperti Indomi dan Supermi rebus. Akibat banyaknya permintaan dari penghuni pondokan, setahap demi setahap semakin banyak pula jenis dagangan yang dijual. Dari sini kemudian ditiru oleh tetangganya sehingga dalam perkembangannya yang sekarang semakin banyak penduduk yang membuka warung.

Ditinjau dari letak lokasinya, warung-warung di Senggigi memang diperuntukan bagi penduduk di kampung tersebut. letaknya yang di tengah-tengah pemukiman menyebabkan bila secara sepintas kita lewat di daerah ini warung-warung tersebut hampir tidak terlihat sama sekali. Akan tetapi karena pembelinya penduduk sekitar, hal ini tidak menimbulkan masalah. Penghasilan para pedagang ini sehari rata-rata mencapai 15 - 50 ribu Rupiah.

Di samping sebagai tempat bisnis, warung-warung ini juga kerap dijadikan tempat mengobrol para penduduk. Berbagai informasi dapat diperoleh di warung ini, seperti kamar pondokan yang kosong, warga yang kena musibah, dan lain-lain. Oleh karena itu, tempat berjualan ini sekaligus memberikan suatu masukan-masukan informasi yang berguna bagi warga di daerah tersebut.

Semaraknya warga yang mondok ini, secara langsung juga semakin menambah keramaian kampung terutama pada hari-hari libur. Di samping itu, interaksi masyarakat setempat dengan para pendatang yang pada umumnya mempunyai pendidikan setingkat akademi telah turut membuka cakrawala baru bagi masyarakat setempat. Pengetahuan seperti ingin menyekolahkan anaknya di kota agar dapat bekerja di kantoran telah merambah pula dalam pikiran penduduk setempat.

Di samping itu, adanya iklan-iklan tentang lowongan tenaga kerja perhotelan yang diperuntukan untuk menjangkau tenaga-tenaga yang sedang mengikuti training untuk dipekerjakan di luar negeri telah turut pula mempengaruhi pola pikir para generasi muda setempat. Selain itu kehidupan pekerja hotel yang mempunyai penghasilan tetap sehingga membedakan dengan kehidupan para orang tua mereka yang petani telah merangsang pula generasi muda setempat untuk bersekolah.

Di sisi lain, para orang tua yang dulunya enggan menyekolahkan anaknya ke kota, dengan semakin meningkatnya perekonomian telah mempengaruhi pula pandangannya terhadap pen-

didikan anak. Walaupun hal ini belum bisa dikatakan dengan tegas bahwa semua orang tua sudah berpikiran demikian, akan tetapi dari hasil wawancara pola pikir demikian sudah banyak dimiliki masyarakat setempat.

Kenyataan tersebut cukup menggembirakan, sebab sebelum terjadi perkembangan pariwisata para orang tua lebih mengarahkan pendidikan anak ke agama. Mereka lebih memilih menyekolahkan anaknya ke pesantren. Di samping itu, banyak orang tua yang agak keberatan bila anaknya bekerja pada bule. Akibatnya pendidikan anak setempat kurang mendukung pariwisata di daerah mereka.

Terlepas dari keberatan-keberatan tersebut, perkembangan pariwisata tetap jalan terus. Penduduk tetap harus menerima segala akibat dengan datangnya wisatawan. Pondokan-pondokan yang sudah dibangun, bila tidak ada peserta training, terpaksa harus dicarikan tamu, tak terkecuali dari wisatawan asing. Sadar atau tidak penduduk akhirnya tetap tidak dapat menghindari diri dari interaksi dengan orang-orang asing tersebut.

Secara lambat tetapi pasti, interaksi penduduk dengan wisatawan telah merubah persepsi mereka. Wisatawan bukan lagi berarti kendala tetapi lebih berarti pada pemasukan uang, sehingga dari pandangan demikian banyak di antara mereka yang bertindak sebagai perantara bagi wisatawan tersebut, terutama mengenai persewaan pondokan, perahu, maupun kebutuhan turis yang lain.

Aturan-aturan mengenai komisi atau balas jasa sudah tidak merupakan barang baru. Hal ini bila seorang perantara membawa tamu untuk menginap di suatu pondokan atau menawarkan barang-barang tertentu. Mereka akan selalu diberi komisi. Besarnya komisi tidak ada ketentuan yang pasti, tetapi berkisar 10-20 %. Bagi pemilik pondokan atau persewaan barang, tampaknya akan berusaha selalu membina hubungan baik terhadap para perantara tersebut agar barang dagangannya dapat laku dengan lancar.

Harga untuk sebuah kamar tidak tentu dalam arti tidak ada harga yang pasti, tetapi sesuai dengan kesepakatan antara pemilik dengan tamu. Biasanya seorang pemilik pondokan akan menawarkan kamar setinggi mungkin, misal harga sewanya sebesar Rp. 50.000, akan ditawarkan Rp. 100.000. Hal ini merupakan strategi untuk mendapatkan harga yang tinggi.

Animo wisatawan untuk menyewa pondokan tampaknya tidak terpengaruh dengan semakin banyaknya hotel-hotel berbintang yang terus bermunculan, karena pangsa pasar mereka mempunyai kelas berbeda.

Bila dilihat dari sifat wisatawannya, ada perbedaan antar tamu yang menginap di hotel berbintang dengan yang di pondokan. Wisatawan yang menginap di hotel berbintang, mereka lebih eksklusif dan tidak mau diganggu oleh pedagang-pedagang asongan, sedangkan turis-turis pondokan justru lebih mempunyai rasa kekeluargaan, walaupun mereka tidak membeli akan tetapi mau bertanya-tanya tentang harga, dibuat dari apa dan lain-lain.

Kenyataan demikian, di samping karena status sosial ekonomi yang berbeda, juga biasanya yang tinggal di hotel-hotel adalah tamu-tamu yang mempunyai usia relatif tua, sedangkan wisatawan yang tinggal di pondokan pada umumnya usia muda sehingga jiwa petualangan mereka relatif tinggi.

Dilihat dari sudut manfaatnya, justru para wisatawan yang menginap di pondokan yang lebih mendatangkan keuntungan langsung bagi masyarakat setempat, sebab mereka akan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, seperti mencuci pakaian dan makan, biasanya akan memilih di warung-warung setempat.

Biaya mencuci pakaian bervariasi, akan tetapi biaya minimal mencuci pakaian adalah Rp. 2.000 sekali cuci dan akan lebih mahal lagi bila pakaian yang dicucikan semakin banyak. Pekerjaan mencuci ini tampaknya dilakukan beberapa penduduk yang mengkhususkan diri pada pekerjaan tersebut.

Penghasilan para pencuci ini, bila nasib sedang baik mencapai Rp. 20.000 - Rp. 25.000 sebulan. Akan tetapi, bila lagi sepi hanya berkisar Rp. 10.000 - Rp 15.000 sebulan, bahkan kadang-kadang tidak ada pekerjaan sama sekali. Sungguhpun demikian, karena para buruh ini umumnya adalah istri para buruh yang kerja di laut maka sifatnya hanya sebagai tambahan penghasilan.

Untuk penghasilan warung makan yang terletak di pinggir jalan dan merupakan usaha penduduk setempat, dapat dikatakan cukup ramai. Umumnya, pembelinya bukan dari kalangan wisatawan, tetapi pegawai hotel, pegawai travel dan lain-lain yang bekerja di sekitar tempat itu tetapi bertempat tinggal di luar Senggigi.

Biaya untuk sekali makan umumnya berkisar Rp. 1.000-Rp. 2.000. Penghasilan mereka rata-rata sehari mencapai Rp. 30.000-Rp. 50.000. Dari keterangan seorang informan penghasilan mereka meningkat, terutama pada menjelang akhir bulan. Hal ini dikarenakan pada masa-masa itu para karyawan umumnya menerima gaji.

2. Penjual Sayuran Keliling

Mata pencaharian sebagai penjual sayur keliling muncul sekitar tahun 1983 atau setahun setelah pondokan mulai ramai ditempati. Pekerjaan ini walaupun mempunyai syarat harus bangun pagi-pagi - karena mengejar waktu pasar - supaya mendapat sayuran yang bagus, tetapi beberapa penduduk ada yang menjadikan pekerjaan ini sebagai mata pencaharian pokok.

Penjual sayuran keliling ini, mulai marak sejak banyaknya para karyawan hotel dengan keluarganya menyewa kamar-kamar pondokan di Senggigi. Hal ini didukung oleh lokasi pasar yang jaraknya relatif jauh, yakni \pm 7 km dari Senggigi, atau tepatnya di Mantoh, sehingga cukup menyulitkan ibu-ibu rumah tangga dalam berbelanja sehari-hari.

Strategi pemasarannya, biasanya mereka setelah mengambil barang dari pasar, kemudian langsung mendatangi para langganannya. Tampaknya antara penjual dan pembeli sudah mempunyai hubungan yang cukup akrab, sehingga di antara mereka sering terjadi dialog yang lancar dan tidak kaku.

Sistem pemasarannya, pedagang akan mendatangi satu kompleks pondokan dan membuka dasar di suatu tempat yang biasa dipakai memasarkannya. Biasanya waktu tiba di tempat tersebut antara jam 06.30 - 07.30 WITA. Rata-rata setiap keluarga berbelanja antara Rp. 500 - Rp. 1.500, kadang-kadang adapula yang berbelanja lebih, tetapi hal ini biasanya karena di rumahnya ada tamu, misalnya ada saudara datang atau suaminya sedang mendapat rejeki yang lumayan.

Penghasilan pedagang sayuran ini per harinya dapat mencapai Rp. 20.000 - Rp. 25.000. Dari hasil ini pedagang sayur tersebut mempunyai untung antara Rp. 7.000 - Rp. 15.000. Suatu jumlah keuntungan yang cukup lumayan bagi masyarakat di Senggigi. Bahkan kadang-kadang kalau nasib sedang baik pedagang sayuran ini mendapat tamu yang berbelanja banyak. Tamu ini terutama peserta training hotel yang memasak secara beramai-ramai, sehingga menyuruh penduduk memasak. Bila terjadi hal seperti ini, keuntungan pedagang sayur ini dapat lumayan sebab biasanya menu yang disiapkan akan dipesan. Harga penjualan sayur-sayuran pesanan tersebut akan lebih tinggi dari pada penjualan biasanya.

Keadaan demikian dapat terjadi, sebab di antara pedagang biasanya mempunyai pemikiran bahwa dengan adanya sayur pesanan, mereka harus mencari satu-satu pesanan tersebut sehingga memerlukan waktu. Oleh karena itu, mereka layak menjual dengan harga yang lebih tinggi. Menurut pedagang, harga yang ditawarkan tersebut tidak akan menimbulkan masalah sebab pemesan tentu sudah memakluminya

Strategi dagang yang demikian, menyebabkan mereka kadang-kadang mendapat untung besar. Sementara itu dari pihak pemesan, khususnya peserta training biasanya tidak merasa begitu dirugikan sebab tujuan belanja tercapai, sedangkan masalah harga, karena mereka belanja secara kolektif maka jatuhnya tetap lebih murah. Oleh karena itu, jika dibandingkan dengan membeli sayuran di warung-warung makan yang berada di pinggir jalan, harga itu jauh lebih irit.

Beragamnya jenis pekerjaan baru yang muncul dengan adanya pondokan tersebut telah menyebabkan perekonomian masyarakat cenderung semakin meningkat. Di samping itu, kecenderungan untuk beralih ke pekerjaan yang berorientasi ke wisata semakin hari semakin nyata.

B. AKTIVITAS PENDUDUK SEKITAR DI DALAM TERJUN KE DUNIA PARIWISATA

1. Jaringan Ekonomi Baru yang Ada di Pantai

a. Persewaan Perahu Masyarakat

Persewaan perahu adalah salah satu pekerjaan lain yang timbul dan berkembang sebagai akibat semakin majunya dunia pariwisata di Senggigi. Munculnya mata pencaharian itu sangat berkaitan dengan pengembangan mata pencaharian masyarakat setempat yang sebagian besar sebagai nelayan.

Wisatawan yang menggemari wisata perahu ini disebabkan adanya lokasi wisata di pulau-pulau Gili Air, Gili Meno, dan Gili Trawangan yang letaknya tidak jauh dari obyek wisata Senggigi, yang merupakan pulau-pulau yang masih "perawan". Waktu tempuh dari Senggigi ke pulau-pulau berkisar antara 5-6 jam dengan perhitungan mengunjungi 2 di antara tiga pulau tersebut. Biasanya yang dipilih adalah Gili Meno dan Gili Trawangan, karena dianggap lebih indah dan berpasir putih.

Strategi pemasaran penyewaan perahu ini adalah dengan langsung menawarkan kepada konsumen. Akan tetapi dapat pula melalui perantara. Bila melalui perantara harga untuk sekali perjalanan pulang pergi dapat bervariasi, tergantung kepintaran perantara dalam menawarkan dan pengetahuan wisatawan mengenai barang dan jasa setempat.

Penawaran persewaan perahu pada wisatawan mempunyai klasifikasi, yaitu untuk wisatawan mancanegara harga sewanya antara Rp. 150.000 sampai Rp. 300.000, sedangkan untuk wisatawan domestik antara Rp. 60.000 sampai Rp. 80.000.

Pembagian hasil penyewaan perahu ini mempunyai pendistribusian yang pasti yaitu kepada tenaga pemasaran, tenaga buruh perahu dan koperasi. Bila tidak melalui pemasaran, pendistribusian pada pemasaran tetap ada. Hal ini karena seorang tenaga pemasaran biasanya adalah sebagai orang kepercayaan dari para juragan atau si empunya perahu, sehingga untuk menjaga hubungan baik mereka tetap mendapat pembagian, dengan harga penawaran yang telah disepakati.

Pembagian hasil untuk tenaga pemasaran dapat dikatakan yang paling besar, sebab mereka merupakan orang yang mencari konsumen, sehingga bisa menentukan harga atau menawarkan harga langsung pada konsumen atau wisatawan. Bila kesepakatan harga tercapai di atas harga pasar yang ditentukan, maka para pemasar ini akan mendapat keuntungan ganda, yaitu di samping keuntungan dari harga di atas harga pasar juga pembagian dari harga pasaran yang umumnya mencapai Rp. 60.000.

Perhitungan tenaga pemasaran ini biasanya harga sewa dikurangi biaya upah untuk tenaga perahu Rp. 20.000 (biasanya dua orang) dan koperasi 10 % atau sekitar Rp. 6.000, sehingga yang diterima bersih adalah Rp. 34.000 untuk harga umum yang disepakati antara pemilik perahu.

Dapat pula terjadi seorang tenaga pemasaran merupakan orang kepercayaan dari bos-bos yang mempunyai perahu. Mereka diberi kepercayaan langsung sebagai pengelola perahu-perahu tersebut. Selanjutnya mereka akan menyetorkan hasilnya setelah dikurangi biaya operasional pada juragan mereka yang biasanya tinggal di Jakarta, Surabaya atau ada pula yang dari Mataram. Untuk setoran kepada bos-bos ini tampaknya tidak ada ketentuan yang baku, karena lebih dititikberatkan pada faktor kepercayaan. Biasanya untuk setoran bulanan berkisar antara Rp. 500.000 sampai 1.500.000, tergantung dari ramai tidaknya pemakaian perahu dan banyaknya perahu yang dikelolanya.

Upah untuk tenaga perahu biasanya seharusnya hanya berkisar Rp. 10.000 per orang. Hal ini disebabkan waktu yang digunakan untuk ke pulau-pulau Gili Air, Gili Meno, dan Gili Trawangan memerlukan waktu seharian sehingga mereka hanya dapat sekali jalan. Penghasilan Rp. 10.000 sehari ini menurut seorang informan sebenarnya cukup untuk hidup sehari-hari mereka. Akan tetapi permasalahannya mereka belum tentu mendapat penumpang dalam kesehariannya. Oleh karena itu, ada beberapa buruh yang pagi harinya menyempatkan diri mencari ikan di pantai sampai kurang lebih pukul 09.00 WITA, baru dilanjutkan menyewakan perahu.

Kadang-kadang penyewaan perahu ini tidak ke pulau Gili, tetapi hanya berputar-putar di laut saja atau penyelaman di laut. Untuk penyewaan seperti ini biasanya dengan standar Dollar, yaitu 20 Dollar per jam untuk turis asing, sedangkan turis domestik Rp. 20.000/jam. Bagi turis asing rata-rata menyelam dilaut antara 3-5 jam, ini berarti penerimaan perahu dari wisatawan asing adalah 60-100 dollar atau bila wisatawan domestik Rp. 60.000 - 100.000. Dari jumlah tersebut penerimaan para buruh rata-rata Rp. 10.000 setiap orang, ditambah tip dari turis bila ada. Untuk tip ini biasanya para turis memberi Rp. 5.000 - Rp. 10.000.

Persewaan perahu ini dikoordinir oleh sebuah koperasi, sehingga tidak ada persaingan harga di antara para pemilik perahu. Di samping itu, dengan adanya koperasi ini mesin-mesin motor perahu

setelah dipakai akan dilepas dan dikumpulkan di koperasi. Kemudian dirawat secara kolektif sehingga selalu dalam keadaan baik.

Harga persewaan perahu rakyat tersebut berbeda dengan persewaan yang dikelola oleh Taman Seni. Untuk persewaan perahu yang dikelola oleh taman seni harganya relatif lebih mahal, sebab ditengahnya ada kaca sebagai sarana melihat taman laut. Harga sewa setiap jamnya 50 dollar. Persewa perahu di pasar seni memang pada umumnya adalah wisatawan yang cukup berduit, mereka rata-rata tinggal di hotel-hotel berbintang. Di samping menyediakan perahu, juga disediakan peralatan untuk menyelam. Harga sewa peralatan ini berkisar antara 10-20 dollar. Mahalnya harga persewaan ini karena mahalnya sewa tempat di kawasan pasar seni tersebut.

2. Guide atau Pemandu Wisata.

Berkembangnya pariwisata di Senggigi, ikut mendorong pula bertambahnya para pemandu wisata. Pada umumnya pemandu ini merupakan pendatang dari Mataram, namun sebagian besar dari Lombok Timur. Mereka ada yang menetap di Mataram ada pula yang mondok di Senggigi.

Strategi mereka dalam menjaring wisatawan, biasanya menawarkan diri secara langsung pada para wisatawan. Wisatawan yang merasa butuh, ia akan menerima tawaran tersebut tetapi yang tidak butuh akan menolak. Strategi semacam ini merupakan hal yang harus dilakukan dan tidak ada strategi merayu, sebab orang asing cenderung lebih tegas dalam pengambilan keputusan. Bila terjadi perayuan dan memohon-mohon agar mereka mau dipandu, biasanya turis akan marah sebab merasa terganggu ketenangannya.

Pada umumnya tarif untuk seorang pemandu wisata berkisar Rp. 50.000 sehari, tetapi dapat pula lebih, bila mereka dapat uang tip (tambahan) dari turis. Dari tarif Rp. 50.000 tersebut sebagian disisihkan untuk koperasi, yaitu sebesar Rp. 10.000 sebagai tanda keanggotaan.

Seorang pemandu dalam melayani wisatawan tidak harus keseluruhan waktunya dihabiskan dengan turis tersebut, karena kadang-kadang dapat pula wisatawan tidak mengajaknya bila mereka pergi ke pulau-pulau Gili sebab dirasa akan memberatkan biaya. Oleh sebab itu, bila terjadi hal yang demikian maka seorang pemandu akan menunggu di Senggigi sampai turis kembali. Dalam proses menunggu ini seorang pemandu belum menerima honor sama sekali, sehingga disini faktor kepercayaan sangat besar. Dari hasil wawancara dengan beberapa informan, semuanya mengatakan bahwa orang asing selalu akan menepati janjinya, sehingga mereka tidak pernah merasa khawatir ditipu.

Keyakinan dan kepercayaan yang demikian, menyebabkan tidak pernah terjadi keributan antara wisatawan dan pemandu. Begitu pula para pemandu wisata yang sedang menanti tamunya, secara konsekuen mereka tidak akan mencari tamu lagi, sebab lama pelayanan wisatawan tidak dapat dipastikan. Mereka takut mengecewakan wisatawan yang dipandunya bila melayani tamu lain. Umumnya para wisatawan akan datang kembali ke Senggigi menjelang sore.

Dilihat dari arus kedatangan wisatawan terdapat spesifikasi asal wisatawan, seperti pada bulan Agustus kebanyakan adalah wisatawan dari Itali, bulan September kebanyakan wisatawan dari Jerman, sedangkan pada bulan-bulan lain wisatawan yang datang dari Australia, Jepang, dan lain-lain. Bervariasinya asal wisatawan ini tidak berarti para pemandu ini bisa berbagai bahasa, tetapi kepandaian mereka adalah bahasa Inggris.

Kebanyakan pemandu wisata di Senggigi tidak mempunyai latar belakang pendidikan formal bahasa asing, tetapi mereka lebih cenderung belajar secara mandiri. Biasanya, pemandu ini belajar dari teman kemudian nimbrung bicara dengan wisatawan, dan bila terjadi kesalahan temannya akan membetulkan. Begitu seterusnya sampai dia merasa bisa untuk berkomunikasi dengan turis.

3. Penjaja Makanan yang Berjualan di Tepi Pantai.

Penjaja makanan yang berada ditepi pantai muncul seiring dengan semakin ramainya wisata di senggigi, yaitu sekitar tahun 1989-1990. Munculnya pedagang makanan ini tidak terlepas dari tuntunan pasar, yaitu seiring dengan semakin banyaknya buruh dan pedagang di tempat tersebut.

Dilihat dari asalnya, sebagian besar pedagang makanan berasal dari Mataram. Mereka setiap hari "nglaju" berdagang di tempat tersebut. Keuntungan yang dirasa cukup lumayan telah menyebabkan semakin hari semakin banyak pula pedagang yang muncul.

Penjaja makanan yang menjual makanannya di tepi pantai dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis.

1. Penjual makan dan minuman kaleng/botol seperti Aqua, Sprite, dan lain-lain serta makanan yang sudah dikemas seperti kacang, kripik, dan lain-lain.
2. Penjual makan olahan seperti rujak, es campur dan makanan nasi bungkus.

Pada umumnya, konsumen dari pedagang kategori pertama adalah wisatawan domestik dan wisatawan asing. Untuk wisatawan asing pembelanjaan terbesar adalah Aqua dan minuman kaleng seperti Sprite, Coca Cola, roti dan kacang, sedangkan konsumen dari wisatawan domestik justru lebih menyenangi makanan-makanan seperti kacang, kripik, dan aqua.

Untuk pedagang kategori kedua, konsumennya pada umumnya berasal dari wisatawan domestik, sangat jarang wisatawan asing membeli dagangan tersebut. Hal ini disebabkan para wisatawan merasa tidak cocok dengan makanan setempat, sehingga dikhawatirkan akan mengganggu kesehatannya.

Bila seorang penjual mempunyai dagangan buah-buahan seperti mangga, nenas, atau pepaya, wisatawan asing justru tertarik. Harga sebuah pepaya adalah Rp. 2.000 perbuah, nenas Rp. 1.000 per buah, sedangkan mangga Rp. 500. Biasanya dalam transaksi jual beli ini terjalin hubungan pertemanan yang cukup akrab, sehingga wisatawan yang pernah datang ke Senggigi kemudian berkunjung kembali, mereka akan mencari penjual-penjual tersebut.

Dalam kaitan dengan hubungan pertemanan antara pedagang dengan wisatawan tampaknya penawaran hanya sekedar sebagai formalitas, sebab ada kalanya setelah menawar wisatawan akan memberi kaos atau celana. Dengan pemberian ini pedagang akan merasa simpati dan menjalin hubungan yang baik. Hal ini terbukti dengan para pedagang ini mampu mengingat nama-nama para wisatawan langganannya. Walaupun pengucapannya tidak pas, tetapi tampaknya para wisatawan telah menarik simpati para pedagang yang berjualan si tepi pantai.

Kadang-kadang, seorang wisatawan dapat pula memesan buah yang disukainya kepada seorang pedagang buah dan pedagang tersebut akan berusaha mencarikan buah yang dipesan langganannya itu. Dalam situasi seperti ini buah pesanan tersebut tidak akan dijual lagi pada orang lain, walaupun dibeli dengan harga yang lebih mahal. Hal ini menggambarkan kesetiaan pedagang tersebut kepada wisatawan sahabatnya tersebut.

Melihat kenyataan tersebut kita dapat berbangga sebab kedatangan wisatawan telah mampu melatih mentalitas pedagang untuk memilih sikap-sikap disiplin dan menghargai janji. Hal ini secara lebih luas akan memacu perkembangan pariwisata di Senggigi.

Untuk pedagang makanan dan minuman biasanya akan memasang harga 50% - 100% di atas harga pasaran. Alasan mereka memberi tarif demikian karena mereka yakin bahwa orang yang datang ke daerah tersebut adalah orang-orang berduit. Penawaran barang-barang seperti minuman Aqua botol kecil berkisar Rp. 800 -

Rp. 1.000, roti kemasan plastik Rp. 2.500 - Rp. 3.000 dan lain-lain. Dalam sehari rata - rata pedagang ini dapat membawa pulang hasil kotor Rp 50.000 - Rp 75.000. Larisnya penjualan mereka tidak terlepas dari tempat berdagang yang strategis, sehingga mereka dapat memasarkan barang dagangannya di jalan masuk utama kepantai, disamping ada pula yang berjualan dipinggir pantai tidak jauh dari jalan masuk tersebut.

Strategi dagang mereka, di samping meletakkan dagangannya supaya mudah terlihat juga selalu menawarkan aneka jenis dagangan nya pada wisatawan yang datang. Strategi demikian rupanya cukup berhasil sebab wisatawan akan mendekat dan kemudian membeli beberapa makanan dan minuman.

Berbeda dengan pedagang minuman dan makanan kemasan (pabrik), pedagang mempunyai konsumen pasar yang berbeda. Untuk pedagang ini biasanya konsumennya adalah para buruh perahu dan asongan lain. Lauk pauk yang disediakandisamping sayuran biasanya ikan, telur, daging, dan lain - lain. Harga yang ditawarkan relatif murah, sepiring nasi sayur di jual dengan harga Rp. 1.000,- Rp 1.500. hal ini tergantung dari lauk yang dipilihnya. Seporsi nasi, dengan lauk sayur dan telur harganya Rp 1.000, sedangkan bila dengan lauk ikan dan sayur Rp 1.250 - 1.300 dn bila dengan lauk daging Rp 1.500.

Harga-harga tersebut berlaku bagi pembeli langganan, sedangkan untuk wisatawan atau orang baru yang tidak biasa makan di situ, harganya jadi tidak menentu. Dikatakan demikian sebab harga lebih di tentukan pada penampilan pembeli, semakin pembeli kelihatan perlente maka harga yang tawarkanpun menjadi semakin tinggi.

Di lihat dari segi kesehatan, pedagang nasi sayur tersebut dapat dikatakan tidak memenuhi syarat kesehatan, sebab lokasinya di alam terbuka. Mereka berdagang di bawah pohon dan makanannyapun hanya ditutupi oleh kain seperti taplak meja. Walaupun terkesan

seadanya tetapi pedagang ini ternyata banyak diserbu pembeli dan cukup menolong sebagian besar buruh atau pedagang yang ada di tempat tersebut.

Pendapatan penjualan nasi perharinya berkisar antara Rp. 20.000 - Rp. 30.000 dengan waktu berjualan antara jam 08.30 sampai jam 16.00 WITA. Akan tetapi, bila nasib sedang baik jam sebelum itu dagangan sudah habis. Larisnya penjualan nasi ini tidak terlepas dari masa ramai tidaknya wisatawan yang berlibur. Hal ini karena terkait pula dengan pendapatan buruh atau pedagang yang biasanya bekerja ditempat tersebut.

Strategi didalam melayani pembeli tampaknya seperti layaknya penjual lain, yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat, harga murah dan di samping itu berusaha untuk selalu melayani secara sopan dan ramah pada pembeli. Cara seperti ini menurut pedagang mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan.

Untuk pedagang rujak dan es campur, pembelinya kebanyakan wisatawan domestik. Pada umumnya para pedagang ini datang ke pantai jam 10.00 WITA. Dagangan mereka akan sangat laris pada musim kemarau. Oleh karena itu, pada saat seperti ini dagangan mereka dipersiapkan lebih banyak agar keuntungan yang didapat pun dapat lebih maksimal.

Harga untuk sepiring rujak adalah Rp. 750,- dalam sehari kalau nasib sedang baik mereka mampu menjual 30-40 piring. Pendapatan kotor penjual rujak berkisar Rp. 22.500 - Rp. 30.000 sehari. Dari penghasilan ini pedagang mendapat keuntungan bersih Rp. 7.500 - Rp. 15.000 sehari. Penghasilan ini dapat dikatakan lumayan, bila mereka dapat berdagang setiap hari. Akan tetapi, gangguan-gangguan dalam bekerja sering terjadi seperti hujan, tidak mendapat buah yang baik, dan lain-lain.

Dari beberapa pedagang kelas "bawah" yang berjualan tepi pantai terdapat persamaan dalam hal pengambilan barang. Pada

umumnya mereka berbelanja di Mataram, yaitu di Pasar Kebunruik sekitar jam 04.00 - 05.00 WITA. Di pasar ini kebanyakan pedagang sudah mempunyai langganan, sehingga tidak terlalu repot mencari-cari barang dagangannya.

Selesai berbelanja, barang belanjaan tersebut baru diolah di rumah dibantu oleh anak atau istrinya. Selesai diolah lalu dibawa ke lokasi penjualan. Dalam berjualan, mereka dibantu oleh anak atau orang lain yang biasanya membantu mencuci piring atau gelas.

4. Pedagang Asongan di Pantai

Pedagang asongan ini banyak dilakukan oleh orang-orang dari luar Senggigi. Kebanyakan dari mereka berasal dari Kecamatan Cakranegara, Ampenan, dan lain-lain. Banyaknya pedagang dari kecamatan ini disebabkan di daerah tersebut terdapat usaha kerajinan seperti pakaian, jam, dan asesoris seperti kalung, gelang dari bahan-bahan logam maupun dari manik-manik. Ada pula kerajinan dari mutiara yang disumberdayakan di Cakranegara, sedangkan penduduk setempat, biasanya mereka berjualan kerang dan batu-batuan dasar laut yang sangat indah sebagai bahan perhiasan.

a. Pedagang Pakaian.

Bagi pedagang pakaian keliling, umumnya mereka menjual di kawasan pantai maupun di depan hotel. Harga-harga untuk pakaian ini tidak ada standar yang pasti, akan tetapi dalam strategi pemasaran mereka menawarkan harga barangnya setinggi-tingginya. Seorang pedagang mengatakan kebanyakan para turis sekarang sudah mulai pintar menawar. Harga yang ditawarkan langsung ditawar separo dari harga penawaran. Oleh karena itu, mereka sekarang menawarkan tiga kali dari harga biasa. Misalnya harga kain batik dengan harga pembelian Rp. 15.000 yang biasa mereka jual dengan wisatawan domestik Rp. 25.000 - Rp. 40.000 dengan wisatawan asing dapat dijual 25 - 30 dollar.

Barang-barang dagangan para pedagang pakaian keliling ini, biasanya diambil dari seorang juragan di Cakranegara. Jenisnya ada berbagai macam seperti kain corak Bali, batik Yogya, batik Solo, atau batik cap Pekalongan. Semua barang-barang itu tinggal diambil dahulu, tanpa jaminan. Unsur kepercayaan tampaknya sangat dominan dalam jaringan kerja mereka. Namun demikian, kepercayaan ini tidak akan diberikan pada semua orang. Hanya orang-orang yang sudah dikenal kejujurannya yang diberi kepercayaan oleh juragan.

Seorang juragan mengambil barang-barang dagangan melalui kenalan-kenalannya atau relasi bisnisnya. Barang-barang tersebut umumnya mempunyai kualitas menengah ke bawah. Alasan mengambil barang dengan kualitas demikian dikarenakan harganya yang tidak begitu mahal, sehingga mampu ditawarkan pada wisatawan.

Dalam strategi memasarkan pada konsumen, para pedagang ini langsung menggelar dagangannya di depan wisatawan, dengan cara membuka dan membentangkan berbagai jenis kain dan disampirkan di pundaknya. dengan cara berdagang demikian mereka dapat lebih mobil atau dengan istilah mereka akan mampu mengejar konsumen. Di samping itu, juga menghindari sewa tempat yang relatif mahal.

Berdasarkan pengalaman pedagang, umumnya para wisatawan membeli baju-baju untuk dipakai selama ada di tempat tersebut. Sangat jarang wisatawan asing membeli barang-barang tersebut untuk dibawa kembali ke negara asalnya. Hal ini karena cara berpikir mereka yang cenderung praktis, yaitu tidak mau membawa barang-barang yang dianggap memberatkan. Kenyataan tersebut terbukti dari pengalaman, bila mereka mau pulang kebanyakan pakaian atau kaos-kaosnya yang di beli di tempat tersebut akan dibagikan pada penduduk Senggigi atau kepada pedagang-pedagang kenalan mereka, sedangkan yang dibawa pulang hanya satu atau dua potong pakaian sebagai kenang-kenangan.

Penghasilan keseharian pedagang kain ini tidak menentu, bahkan kadang-kadang tidak laku sama sekali. Akan tetapi penghasilan kotor mereka selama seminggu rata-rata berkisar Rp. 50.000 - Rp. 100.000. Dari jumlah ini mereka mempunyai penghasilan bersih antara Rp. 15.000 - Rp. 60.000 seminggu. Dengan penghasilan tersebut, berarti sebulan didapat penghasilan rata-rata antara Rp. 60.000 - Rp 240.000.

Di samping penghasilannya yang lumayan, ada lagi yang memantapkan para pedagang untuk tetap bertahan menjadi pedagang kain, yaitu hubungan mereka yang erat dengan juragannya. Hal ini menyebabkan mereka merasa enggan untuk beralih profesi. Menurut pengakuan seorang pedagang, mantapnya ia di pekerjaan tersebut disebabkan juragan mereka mau mengerti keadaannya, terutama bila ia dalam kesusahan, seperti anak atau istri sakit maka juraganlah yang selalu menolong meminjamkan uang sebagai biaya pengobatan, sedangkan pengembaliannya dapat diangsur. Oleh karena itu, kebaikan juragan tersebut harus mereka balas dengan kesetiaan. Hal ini belum tentu didapat bila mereka beralih ke pekerjaan dengan juragan yang lain.

5. Pedagang Jam

Bila kita datang ke Senggigi, pedagang yang paling terlihat menonjol adalah pedagang jam. Dapat dikatakan demikian sebab pedagang tersebut jumlahnya relatif banyak dan mobilitasnya tinggi, sehingga pagi siang ataupun sore akan terlihat berkeliaran mencari konsumen. Pedagang jam ini banyak berasal dari Lombok Barat, Tengah, maupun Timur.

Modal yang mereka miliki, pada umumnya berkisar antara 1,5 - 2 juta rupiah. Modal ini wajib dipunyai oleh setiap pedagang, sebab dalam pengambilan barang dagangan harus dilakukan secara kontan. Adapun tempat pengambilan barang tersebut biasanya di Cakranegara, sebuah kota kecamatan di Mataram.

Strategi pemasaran pedagang jam ini, sebenarnya relatif sama dengan pedagang asongan lain. Pada umumnya mereka selalu menjejer wisatawan yang baru datang atau menawarkan barang dagangannya di pinggir pantai kepada para wisatawan yang sedang bersantai. Akan tetapi, karena persaingan yang relatif ketat di antara sesama pedagang jam sendiri, maka tampaknya terdapat aturan tak tertulis di antara mereka, yaitu setiap pedagang yang dagangannya dipegang calon pembeli tidak boleh pedagang lain menawarkan atau menyodorkan dagangannya. Baru, setelah wisatawan tersebut meletakkan barang dagangan tersebut, pedagang lain baru boleh mencoba menawarkan barangnya.

Pada umumnya, penawaran harga mencapai tiga atau empat kali lipat dari harga sebenarnya. Penawaran harga yang tinggi tersebut sebenarnya merupakan strategi mereka untuk mendapat keberuntungan yang tinggi. Bila wisatawan menawar barang tersebut tidak hati-hati dan menawar harga dengan separonya saja, maka mereka sudah langsung untung dua kali lipat, sedangkan bila wisatawan itu menawar lebih rendah lagi mereka masih tetap mempunyai keuntungan. Menurut keterangan pedagang tersebut, faktor keberuntungan seperti ini sekarang semakin kecil sebab para wisatawan pada umumnya sudah mencari informasi berbagai hal tentang daerah tujuan wisata, baik pada biro informasi maupun pada teman-temannya yang sudah lebih dahulu datang.

Alasan para wisatawan tertarik pada jam yang ditawarkan kepadanya, selain bentuknya yang menarik, harganya relatif rendah. Akan tetapi, ada alasan lain yakni sebenarnya mereka takut menggunakan jam-jam mereka yang relatif mahal. Dengan jam-jam yang murah meriah ini kebutuhan akan waktu setiap saat dapat dipenuhi dan resiko kerugian akibat kehilangan relatif kecil.

Harga sebuah jam sebenarnya berkisar Rp. 25.000 - Rp. 30.000. Hal ini tergantung dari bentuknya. Bila jam tersebut banyak dicari orang harganya akan lebih tinggi, begitu pula sebaliknya. Keadaan tersebut menyebabkan harga standar jam antara pedagang satu dengan lainnya tidak mempunyai ketentuan yang pasti.

Dengan tidak adanya ketentuan yang pasti, maka seorang wisatawan dengan barang yang sama akan dapat membeli dengan dengan harga yang berbeda. Akan tetapi, hal ini biasanya tidak menimbulkan masalah sebab wisatawan sudah merasa beruntung dengan barang yang mereka dapat. Menurut seorang pedagang barang tersebut, dalam sebulan ia mampu menjual 10-20 buah, sedangkan hasil bersihnya berkisar Rp. 75.000,- - Rp. 350.000,- sebulan. Hasil ini di perhitungkan dari harga pengambilan barang, dimana setiap jam tangannya mencapai Rp. 10.000,0 - Rp. 15.000,-.

Besarnya penghasilan pedagang ini tidak selalu berbanding lurus dengan banyaknya jam yang terjual, sebab kadang-kadang bila mereka mendapat wisatawan kaya dan tidak terlalu pelit menawar, keuntungannya sekali menjual dapat mencapai Rp. 50.000,- - Rp. 70.000,-. Namun kejadian seperti ini sangat langka.

Tempat tinggal pedagang jam ini, umumnya mengontrak kamar-kamar dan tinggal dalam satu rumah. Adanya pengelompokan tempat tinggal ini sekaligus mempermudah pinjam meminjam barang dagangan agar bentuknya lebih bervariasi. Tukar menukar barang dagangan ini, walaupun tidak ada aturan atau tata cara yang pasti, akan tetapi bila jam yang dipinjam laku maka sipeminjam biasanya akan memberi keuntungan kepada siempunya jam. Keuntungan yang diberikan berkisar Rp. 2.500 - Rp. 5.000. Hal ini juga sekaligus sebagai ungkapan rasa terima kasih.

Hal yang sangat menarik dari kehidupan penjual jam ini adalah kiatnya rasa persaudaraan di antara mereka, sebab nasib mereka sering mengalami pasang surut. Pada satu saat dagangan laku keras di lain hari temannya yang laku keras. Dengan kondisi demikian menyebabkan tolong menolong di antara mereka pun terus terbina dengan erat.

Dengan kondisi yang demikian, maka tidaklah mengherankan bila si pemilik pondokan pun akhirnya memahami bila terjadi keterlambatan pembayaran. Dengan pengalamannya dipondoki peda-

gang jam ini akhirnya memberi toleransi dalam pembayaran. Umumnya mereka tidak diharuskan membayar sebelum tanggal 10, tetapi asal masih pada bulan tersebut.

Menurut seorang pedagang jam, kadang-kadang bila waktu membayar pondokan tiba, mereka akan menjual barang dagangannya selaku-lakunya. Pokoknya mereka dapat membayar pondokan yang sebulan Rp. 10.000. Kenyataan demikian bukan berarti hasil mereka tidak mencukupi, tetapi mereka kadang-kadang menganggap enteng kehidupan mereka, sehingga bila mendapat lebih diprioritaskan dikirim ke istrinya di daerah.

Melihat manajemen para penjual jam ini, memang menampakan manajemen yang acak-acakan. Banyak di antara mereka, begitu dapat uang langsung makan enak, sementara bila tidak ada uang mencari pinjaman ke sana ke mari. Walaupun mereka mendapat banyak uang, tetapi kemauan menabung untuk mengembangkan usaha sangat kurang. Mereka hanya berpikir bagaimana agar modal dasar mereka tidak ikut kemakan. Oleh karena itu, bila diperhatikan tampaknya mereka sudah merasa puas asal barangnya terjual, tanpa cita-cita ke depan.

6. Pedagang Kerajinan Anyaman, Maniqu, Kerang

Pengrajin anyaman, Maniqu, dan pedagang kerang merupakan pedagang kecil. Hidup mereka dapat dikatakan dari usaha ketrampilan. Dikatakan demikian sebab usaha ini menggunakan keahlian dan latihan.

a. Pengrajin Anyaman

Pedagang anyaman merupakan pengrajin anyam-anyaman yang mencirikan khas Lombok. Berbagai macam barang dibuat seperti pembatas kuku, bandul rambut, dan lain-lain. Dapat pula model-model pesanan seperti anyaman yang dibentuk nama diri atau nama-nama tertentu yang dikenang oleh pemesannya. Kebanyakan

pengrajin remaja. Mereka menjual keterampilan kepada para wisatawan dengan harga Rp. 5.000 - Rp. 25.000.

Daerah asal pengrajin sebagian besar dari Kecamatan Cakranegara dan Ampenan, sedangkan lokasi berdagang mereka di kawasan pantai Senggigi. Mereka belajar menganyam melalui teman-teman atau belajar sendiri. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan di samping ada corak-corak yang relatif sama, ada pula corak-corak khas dari masing-masing pembuat. Namun demikian, model-modelnya tidak ada perbedaan yang mencolok.

Hubungan antara pedagang dan wisatawan tampaknya banyak yang sudah terjalin akrab, sebab kebanyakan para wisatawan yang datang di Senggigi sudah pernah datang sebelumnya. Oleh karena itu, begitu mereka ketemu, biasanya wisatawan itu akan menyapa dengan penuh persahabatan dan mereka berjanji untuk memesan kerajinannya menjelang kepulangannya dari Senggigi sebagai buah tangan di negaranya.

Strategi pemasaran pedagang kerajinan anyaman ini berbeda dengan pedagang kain atau jam. Bila pedagang jam dan kain cenderung selalu mencari wisatawan, maka pedagang kerajinan ini berhenti di suatu tempat sambil memperagakan cara pembuatan. Bila ada wisatawan yang tertarik biasanya ia akan berhenti dan melihat, baru pada saat itu pedagang kerajinan akan menawarkan barang-barangnya.

Bila ternyata tidak ada pembeli seorang pengrajin akan berusaha membawa ke pelataran belakang hotel yang banyak wisatawan istirahat. Akan tetapi, karena mereka tidak dapat masuk di garis kekuasaan pelataran hotel, mereka cuma mengacung-acungkan barang-barang buatannya. Bila nasib lagi baik, biasanya ada yang tertarik dan akan menemui mereka.

Untuk harga penawaran terdapat perbedaan antara wisatawan asing dan domestik. Untuk wisatawan asing harga persatuan untuk pembatas buku minimal ditawarkan Rp. 10.000,- sedangkan untuk

wisatawan domestik hanya Rp. 5.000,-. Harga ini bila ditawarkan oleh wisatawan asing akan dapat turun menjadi Rp. 7.500,- sedangkan untuk wisatawan domestik harganya dapat Rp. 2.500 - Rp. 4.000,-.

Penghasilan mereka sehari berkisar Rp. 10.000,- - Rp. 25.000,- akan tetapi, kalau lagi tidak mujur bisa sehari tidak mendapat apa-apa. Sedangkan penghasilan rata-rata perbulan berkisar Rp. 50.000,- Rp. 200.000,-. Penghasilan ini naik turun berkaitan pula dengan banyak sedikitnya wisatawan yang datang.

Bagi banyak wisatawan, barang kerajinan ini mempunyai nilai tambah untuk dijadikan buah tangan. Hal ini selain karena bentuk seninya yang khas, barang kerajinan tersebut ringan dan mudah dibawa-bawa oleh wisatawan, sehingga banyak wisatawan yang sekali pesan dapat 10-20 buah. Adapun barang yang paling laku keras adalah pembatas buku. Hal ini dikarenakan barang itu bisa langsung dipakai karena kebiasaan wisatawan yang gemar membaca.

b. Pedagang Manique

Manique adalah suatu pekerjaan yang baru muncul seiring dengan semakin banyaknya kedatangan wisatawan asing. Pekerjaan manique ini adalah pelayanan pengecatan kuku. Berbagai macam warna disediakan oleh pedagang ini dan ditempatkan pada tas kecil supaya mudah dibawa.

Strategi pemasarannya, mereka menawarkan langsung kepada wisatawan. Dari keterangan seorang pedagang manique ini, kebanyakan dari pemakainya adalah para wisatawan yang sedang pacaran ataupun yang masih muda. Walaupun demikian, tidak menutup kemungkinan para wisatawan dari usia lanjut pun menggunakan jasa ini. Hal yang menarik dari strategi pemasaran pedagang ini adalah mereka tidak mau menawarkan pada wisatawan domestik. Dari keterangan mereka, para wisatawan domestik tampaknya tidak tertarik pada manique ini. Kenyataan ini dibuktikan dari pengalaman mereka yang belum pernah melayaninya.

Untuk tarif manique ini, tampaknya sangat tergantung dari negosiasi harga kedua belah pihak. Menurut pengakuan seorang pedagang manique jasa manique ini tarifnya berkisar antara Rp. 5.000. Harga ini sebenarnya tidak betul-betul mencerminkan harga ganti jasa yang sudah diberikan pedagang manique, sebab tampaknya banyak di antara wisatawan yang sudah mengenal pedagang tersebut, sehingga mereka tidak segan-segan membantu pedagang manique. Dengan merogoh koceknya 5 - 10 dollar sekaligus sebagai tanda persahabatan di antara mereka, baik persahabatan yang dibina sejak lama, dalam arti wisatawan tersebut pernah datang ke Indonesia sebelumnya maupun persahabatan baru yang diciptakan pada saat melayani tersebut. Tampaknya pedagang manique dapat berkomunikasi dengan baik sehingga banyak wisatawan yang senang berkomunikasi dengannya dan akhirnya memberi tip.

c. Pedagang Rumah-Rumahan Kerang

Pedagang rumah-rumahan kerang ini kebanyakan penduduk setempat yang mencoba hidup dengan memanfaatkan kekayaan pantai Senggigi. Bagi mereka, kehidupan yang hanya bermodalkan ketrampilan menyelam untuk mencari kerang merupakan sarana hidup yang harus ditempuh demi kelangsungan hidupnya dan keluarganya. Dapat dikatakan demikian sebab usaha mereka merupakan pemanfaatan satu-satunya ketrampilan yang dimilikinya, secara turun temurun.

berbekal keahlian itu, pedagang kerang terus berusaha untuk mempertahankan hidupnya. Di dalam melakukan usaha tersebut, pedagang kerang melibatkan anak-anaknya untuk menyelam ke dasar laut mencari rumah kerang sedangkan ayahnya bekerja menjualnya.

Sistem pemasaran pedagang ini adalah dengan mempertontonkan kerang-kerang tersebut di pinggir pantai kepada wisatawan yang lalu lalang di depannya, sambil mengatakan bentuk bagus dan harganya murah. Harga kerang-kerang itu berkisar antara

Rp. 5.000 - Rp. 10.000. Akan tetapi, berjualan kerang-kerang ini dapat dikatakan konsumennya sangat sedikit. Hal ini di samping bentuknya yang besar, barang tersebut gampang pecah sehingga wisatawan tidak banyak yang tertarik.

Untuk mengantisipasi sedikitnya konsumen yang berminat terhadap rumah kerang tersebut, penjual tersebut juga membawa kerajinan yang berupa perahu layar. Kerajinan ini dibuat dari kayu yang dibentuk kapal dan diberi layar. Tampaknya kerajinan ini banyak menarik minat para wisatawan, sebab di samping bentuknya yang kecil juga mudah dibawa dan tidak memberatkan.

Kerajinan perahu yang dijual terdapat 3 jenis ukuran, yaitu kecil, sedang, dan besar. Harga perahu kecil Rp. 7.500,-, sedang Rp. 10.000,-, dan besar Rp. 15.000,-. Akan tetapi, wisatawan yang ingin membeli barang-barang tersebut harus pintar-pintar menawar, sebab harga yang ditawarkan dapat mencapai empat kali lipat. Hal ini menyebabkan pembeli yang kurang hati-hati atau penawarannya kurang berani akan cenderung menawar separuhnya. Biasanya walaupun penawaran yang diajukan sudah mendapat untung, tetapi seorang penjual tidak langsung memberikan. Mereka masih mencoba untuk menaikan harganya. Bila tampaknya wisatawan sudah tidak berminat menaikan, buru-buru barang tersebut diberikan dengan berteriak sambil memanggil-manggil wisatawan tersebut.

Menurut seorang pedagang rumah kerang, tata cara dalam menawarkan barang dagangannya kepada wisatawan domestik ada perbedaan jika dibandingkan dengan wisatawan asing. Pada wisatawan domestik, bila betul-betul tertarik maka pedagang akan menurunkan harga secara bertahap sampai tercapai negosiasi. Sedangkan untuk wisatawan asing, bila terjadi penawaran maka ia cuma sekali atau dua kali penawaran, kalau tidak terjadi kecocokan maka ia akan pergi. Bila kemudian barang tersebut diberikan maka ia akan menolaknya. Oleh karena itu, berdasarkan pengalaman seorang pedagang akan cepat memberikan barang dagangannya tersebut, bila sudah dirasa mendapat keuntungan.

d. **Jual Beli Buku**

Dari sekian banyak penduduk terdapat dua orang warga Batulayar yang tanggap adanya peluang bisnis perbukuan. Mula-mula mereka berusaha untuk mengumpulkan buku-buku dari para wisatawan kemudian membuat kios kecil sebagai tempat untuk memajang buku-buku tersebut.

Upaya jual beli buku bekas ini sedikit demi sedikit terlihat semakin laku. Dagangan buku yang mula-mula hanya berjumlah puluhan buah saja, sekarang sudah mencapai ratusan. Strategi penjualan buku ini, tampaknya tidak melalui jalan yang sulit, sebab sebagian besar wisatawan yang datang tampaknya haus bacaan, sehingga mereka tinggal menyediakan dan wisatawan datang dengan sendirinya.

Dilihat dari jenis buku-buku yang dijual, pada umumnya novel-novel berbahasa Inggris dan sebagian kecil berbahasa Jerman, Belanda, dan Jepang. Buku-buku ini sebagian besar merupakan cerita-cerita fiksi yang merupakan bacaan ringan bagi wisatawan sambil menikmati suasana alam yang nyaman di Senggigi. Hal yang menarik dari jenis buku-buku yang dijual adalah hampir dikatakan tidak ada satupun buku-buku cerita atau novel bahasa Indonesia yang dijual. Ini berarti minat baca wisatawan domestik dapat dikatakan masih sangat rendah atau dengan istilah lain budaya membaca belum merambah masyarakat kita.

Penghasilan jual beli buku bacaan ini tampaknya lumayan, sebab minat di antara wisatawan asing yang membutuhkan buku-buku bacaan berupa cerita-cerita novel sangat tinggi. Para wisatawan ini sebenarnya sudah membawa buku-buku bacaan dari negerinya, tetapi sampai di Senggigi bacaannya habis terbaca. Oleh sebab itu, para wisatawan tersebut banyak yang menukar buku-bukunya dengan buku-buku yang dijual di senggigi tersebut dengan biaya antara Rp. 5.000,- - Rp. 10.000,-. Sedangkan bila mereka membeli tanpa menukar buku-buku bacaan mereka maka harganya mencapai Rp. 20.000,- - Rp. 25.000,- tergantung dari tebal tipis dan kondisi buku.

Dari keterangan penjual buku-buku tersebut, penghasilan dari penjualan buku ini dapat dikatakan lumayan sebab paling tidak mereka mereka mendapat tambahan penghasilan, di samping mengharapkan hasil kebun mereka yang berupa singkong. Rata-rata penghasilan penjualan buku ini per bulan berkisar Rp. 50.000,- - Rp. 150.000,-. Saat penjualan paling ramai terutama pada waktu musim liburan.

Penjaga warung ini, biasanya melibatkan anak dan istrinya. Walaupun kadang-kadang mereka tidak menguasai harga-harganya, akan tetapi keberadaan mereka paling untuk menunggu kios buku mereka. Sementara suaminya mengerjakan kebun atau mencari pekerjaan yang menghasilkan uang seperti mencarikan penginapan, mengantar turis, dan lain-lain. Bila dalam situasi demikian ada seorang yang ingin menukar atau membeli, selama masih dapat dikerjakan atau istrinya biasanya akan dilayani. Akan tetapi bila tidak dapat maka pembeli dimohon untuk menunggu, sedangkan anak atau istri tersebut mencari bapak atau suaminya, atau sipembeli disuruh untuk kembali lagi sore atau pagi harinya.

Menurut keterangan pedagang tersebut, wisatawan mancanegara bila sudah kehabisan bahan bacaan, mereka akan berusaha mendapatkan buku-buku tersebut. Oleh karena itu, pedagang tersebut tidak merasa khawatir bila tidak melayani pada saat itu, wisatawan tersebut akan tidak kembali. Dengan keyakinan bahwa wisatawan memang haus akan bacaan, para pedagang merasa optimis bahwa usahanya pasti akan sukses.

e. Pertokoan di Senggigi

Munculnya berbagai pertokoan modern di Senggigi tidak terlepas dari peranan investor dari luar daerah seperti Jakarta, Surabaya dan lain-lain. Berbagai perekonomian modern seperti hotel, bank, supermarket tumbuh dan berkembang dengan penanganan secara profesional. Oleh sebab itu, tidaklah mengherankan bila pekerja di daerah ini merupakan tenaga-tenaga

terdidik. Mereka masuk bekerja melalui tes yang ketat, terutama dengan landasan pendidikan yang sesuai dengan bidangnya dan bidang berbahasa asing, minimal bahasa Inggris.

Begitu ketatnya persaingan mencari mencari pekerjaan di sana, sehingga tenaga-tenaga yang sudah berpengalamanlah yang umumnya dapat diterima. Kebanyakan dari mereka merupakan tenaga-tenaga yang pernah bekerja di Pulau Bali. Persaingan pekerjaan di Bali yang ketat menyebabkan banyak pekerja tidak betah dan berusaha pindah ke Lombok untuk mendapatkan fasilitas yang lebih baik.

Dengan melihat kenyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam perkembangan perekonomian modern ini masyarakat sekitar sangat sedikit yang terlibat sebab pendidikan mereka banyak yang relatif masih rendah.

f. Pertokoan

Pertokoan merupakan daya tarik yang besar bagi wisatawan. Hal ini disebabkan segala kebutuhan sehari-hari selama di Senggigi dapat dibeli disini. Para turis merasa aman dengan mengkonsumsi makanan-makanan kemasan. Kenyataan demikian, terlihat dari banyaknya wisatawan yang membeli makanan-makanan kemasan di tempat pertokoan tersebut. Dari keterangan seorang wisatawan mancanegara, mereka tidak mau membeli makanan lokal karena takut mengganggu liburan mereka akibat terserang sakit.

Strategi pertokoan ini dalam mempromosikan barangnya tampaknya tidak jauh berbeda dengan supermarmarket-supermarket di kota-kota lain. Perbedaannya hanya pada banyaknya barang yang berorientasi khas daerah Nusa Tenggara Barat. Di samping itu, berbagai barang-barang yang berorientasi pada olah raga pantai atau sarana untuk menikmati keindahan laut banyak dipasarkan.

Tenaga kerja sebagai pramuniaga atau karyawan dan karyawan umumnya datang dari Cakranegara, Ampenan dan kota-kota sekitarnya. Kenyataan ini disebabkan dasar pendidikan orang-orang di sekitar Senggigi banyak yang belum mempunyai pendidikan yang memadai. Oleh karena itu, mereka masih jarang terjun ke perekonomian modern seperti supermarket dan lain-lain.

Untuk dapat bekerja di sektor pramuniaga pada umumnya memerlukan ijazah SMU dan persyaratan lain, seperti wajah tidak mengecewakan, mempunyai pengalaman kerja di toko serta ramah. Gaji seorang pramuniaga per bulan berkisar Rp. 100.000,- - Rp. 150.000,-, tergantung dari masa kerjanya, sedangkan waktu kerjanya dari pukul 08.00 - 14.00 WITA atau pukul 14 - pukul 21.00 WITA.

Setiap pramuniaga sebelum masuk kerja sudah dibekali pengetahuan, terutama menyangkut sikap dalam melayani pembeli. Oleh karena itu, biasanya para pramuniaga ini umumnya bisa melayani wisatawan dengan baik, sedangkan untuk pelayanan pada wisatawan asing terutama yang berhubungan dengan harga mereka sedikit-sedikit menguasai bahasa Inggris. Hal ini sangat memudahkan wisatawan asing untuk mendapatkan barang yang dicari.

Pesatnya bisnis pertokoan ini juga tercermin dari semakin banyaknya pembangunan ruko-ruko baru yang belum jadi, tetapi sudah siap untuk dipasarkan. Harga ruko-ruko ini berkisar antara 300 juta sampai dengan 500 juta rupiah. Di samping itu, pembukaan tanah-tanah baru yang siap untuk dibangun pertokoan terus bermunculan.

Disamping toko-toko yang menjajakan kebutuhan sehari-hari ada pula wartel, penjual barang antik dan rumah makan yang menyediakan makanan laut maupun makanan khas Lombok, tempat cuci film, pub-pub ini, banyak terdapat di sepanjang jalan utama. Munculnya pub-pub ini, terutama di waktu malam telah menambah semaraknya suasana di Senggigi.

Jenis-jenis usaha yang ada di Senggigi, terutama yang termasuk klasifikasi menengah ke atas, semuanya dimiliki pengusaha-pengusaha dari Jakarta, Surabaya, dan kota-kota lain di luar Mataram. Umumnya mereka mempekerjakan tenaga kerja yang mempunyai latar belakang pendidikan minimal SMU dan keterampilan bahasa Inggris.

Tingginya persyaratan yang harus dipenuhi menyebabkan sangat sedikit penduduk Senggigi yang terlibat, sebab mereka sebagian besar masih berorientasi ke pendidikan pesantren. Dengan latar belakang pendidikan yang demikian menjadikan jumlah mereka yang terjun ke dunia pariwisata sangat sedikit. Hal tersebut ditambah lagi oleh sikap para orang tua yang masih belum sepenuhnya mendukung anak-anak mereka kerja di hotel-hotel maupun di bar-bar. Walaupun proses ke arah itu, dewasa ini sudah mulai nampak.

Gema pariwisata yang menjanjikan dollar, sampai pada saat penelitian ini berlangsung masih menjadi lahan orang-orang di luar daerah Senggigi. Tampaknya para generasi muda perlu terus menerus diberikan bimbingan agar dapat menjadi "raja" di daerahnya, sekaligus dapat membangun daerahnya tanpa lepas dari kerangka kebudayaannya.

g. Pasar Seni

Pasar seni merupakan tujuan wisata di Senggigi. Di tempat ini terdapat berbagai macam kesenian dari daerah setempat maupun daerah lain seperti Bali, Yogya, dan lain-lain. Penataan tempat berjualan di Senggigi dilakukan secara apik dan profesional.

Dilihat dari jenis pedagangnya, pedagang yang berani berdagang di pasar seni ini termasuk pedagang kelas menengah ke atas. Hal ini disebabkan pedagang yang berani berjualan di tempat ini umumnya sudah mempunyai modal yang kuat guna menyewa kios. Harga sewa 1 kios berkisar satu juta rupiah.

Jam buka pasar seni biasanya dimulai pada jam 09.00 WITA sedangkan selesainya pada jam 17.00 - 18.00 WITA. Pada malam hari suasana pasar seni ini tidak ada kegiatan sehingga sangat sepi, kecuali kios-kios yang ada di pinggir laut yang merupakan warung makan.

Menurut seorang pedagang, banyak pedagang yang tadinya menyewa di kios pasar seni tersebut, tetapi karena tidak laku kemudian mengundurkan diri. Persaingan yang ketat di antara pedagang-pedagang ternyata berdampak pada seleksi antarpedagang, yaitu hanya pedagang yang betul-betul mampu yang dapat bertahan untuk berjualan di tempat tersebut.

Dilihat dari golongan wisatawan yang berbelanja di taman seni dapat dikatakan wisatawan dari golongan menengah ke atas. Rata-rata mereka tinggal di hotel berbintang. Hal ini tidak berarti wisatawan dari kelas rendah tidak ada yang datang. Mereka tetap mengunjungi pasar seni, tetapi rata-rata tujuan mereka adalah hanya ingin melihat-lihat berbagai barang yang ditawarkan. Jikapun ada yang berbelanja jumlahnya relatif kecil.

Secara kualitas, barang yang didagangkan di pasar seni ini memang lebih baik daripada yang diperdagangkan secara asongan. Hal ini disebabkan adanya perhatian dan campur tangan Pemda dalam membina pedagang di pasar seni ini, sekaligus sebagai tempat untuk menarik minat wisatawan mancanegara.

Bagi penduduk sekitar, sebenarnya tidak secara langsung juga ikut menikmati keuntungan dari pasar seni ini, sebab secara permodalan untuk berdagang di pasar seni jelas sangat berat. Akan tetapi, dengan munculnya pasar seni ini angkutan rakyat seperti cidomo, ojek ikut menikmati hasilnya, sebab para wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat tersebut pada umumnya cenderung senang naik kendaraan rakyat.

Untuk naik cidomo setiap orang dikenakan biaya Rp. 300,-, akan tetapi dapat pula cidomo ini dicarter. Bila terjadi hal yang demikian maka biayanya dapat dinegosiasikan. Tetapi umumnya berkisar antara Rp. 5.000,- - Rp. 7.500,-, sedangkan untuk ojek rata-rata Rp. 500,- tetapi bila penumpangnya asing harganya biasanya antara Rp. 1.000,- - Rp. 2.000,-, tergantung dari kepandaian wisatawan tersebut menawar. Sedangkan bila keliling di gugusan Pulau Gili tarifnya rata-rata Rp. 5.000,- - Rp. 7.500,-, untuk wisnu dan Rp. 10.000,- - Rp. 15.000,- untuk wisman.

Dengan keberadaan pasar seni ini, masyarakat sekitar juga dapat berdagang berbagai kerajinan rakyat seperti kerajinan perak, perahu-perahu layar dan lain-lain yang ditawarkan di saat wisatawan berkunjung di pasar seni.



Gambar 8
Pondokan kelas menengah dengan kamar mandi dalam



Gambar 9
Pondokan kelas bawah



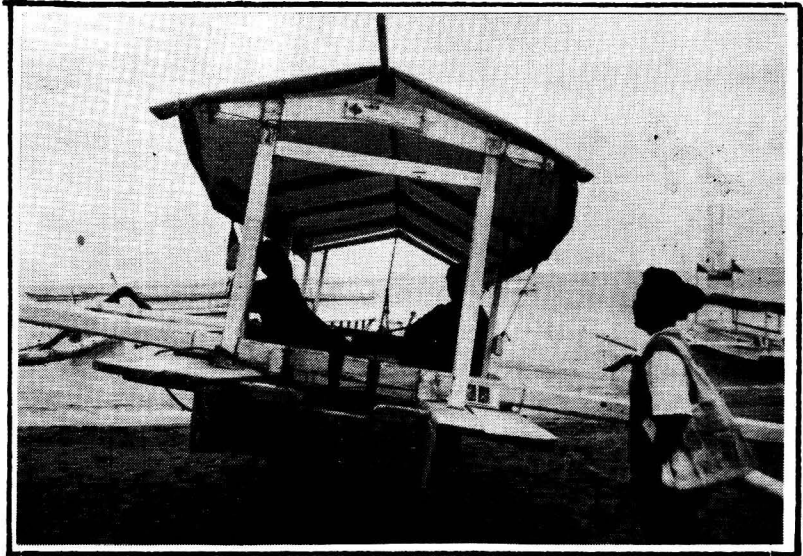
Gambar 10

Koperasi sebagai tempat membangun usaha bersama



Gambar 11

Kios kelontong sebagai dampak pertumbuhan pondokan



Gambar 12
Tukang perahu sedang menunggu wisatawan



Gambar 13
Strategi menjajakan penjual asongan



Gambar 14

Penjual kerang di pinggir pantai



Gambar 15

Pengrajin anyaman sedang berusaha menawarkan dagangannya pada wisatawan



Gambar 16
Wisatwan sedang menawar perahu

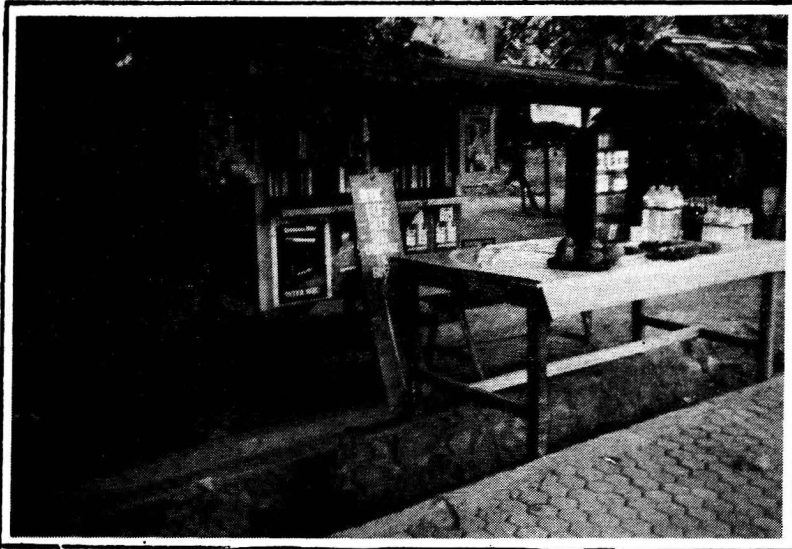


Gambar 17
Pedagang asongan (perak) sedang menawarkan dagangan



Gambar 18

Berbagai corak tenun yang dipasarkan



Gambar 19

Penjual buku-buku bacaan

BAB V

PENUTUP

Senggigi merupakan daerah wisata yang sedang dikembangkan. Berbagai sarana dan prasarana di daerah tersebut dari tahun ke tahun terus meningkat. Berbagai fasilitas hiburan terus bermunculan. Senggigi yang beberapa tahun yang lalu masih terdengar suara binatang di waktu malam, sekarang telah berubah menjadi hingar bingar irama musik.

Sebagai daerah kunjungan wisata, Senggigi telah merangsang masyarakat Nusa Tenggara Barat dan sekitarnya untuk mencari rejeki ke tempat tersebut. Munculnya berbagai fasilitas hiburan dan hotel-hotel bertaraf internasional telah memunculkan berbagai peluang kerja bagi masyarakat.

Dilihat dari jenis pekerjaan di Senggigi, dapat diklasifikasikan menjadi 2 jenis, yaitu sektor formal dan sektor informal. Pada sektor formal, Senggigi ternyata belum memberikan kesejahteraan bagi masyarakat di sekitarnya. Kenyataan demikian disebabkan tenaga kerja yang dibutuhkan diharuskan mempunyai latar belakang pendidikan yang memadai, sedangkan masyarakat setempat umum-

nya mempunyai jenjang pendidikan yang belum sesuai dengan lowongan yang ada atau belum memenuhi syarat. Akibatnya, banyak penduduk sekitar yang lari ke sektor informal.

Di sektor informal, penduduk sekitar dari hari ke hari semakin banyak yang terlibat di sektor pariwisata. Mereka terus memanfaatkan peluang dari kedatangan para wisatawan. Lambat tapi pasti dari hari ke hari semakin banyak yang terlibat dalam bidang perdagangan maupun bidang jasa. Berbagai jaringan perekonomian baru timbul dan berkembang sebagai akibat dari kemajuan wisata.

Pengetahuan masyarakat tentang budaya asing telah melonggarkan budaya setempat. Akan tetapi pembukaan cakrawala dengan berkembangnya daerah tersebut sedikit demi sedikit telah memacu kemajuan masyarakat baik secara kualitas maupun secara kuantitas. Hal ini akhirnya akan dapat menjadikan masyarakat Senggigi menjadi "raja" di daerahnya karena mampu menguasai berbagai jaringan ekonomi tersebut.

KEPUSTAKAAN

- Hardoyo Surito, MA.
1988 *Dampak pada Sosial Budaya*. Yogyakarta.
Pusat Penelitian Lingkungan Hidup UGM.
- Koentjaraningrat
1982 *Masalah-Masalah Pembangunan Bunga
Rampai Antropologi Terapan*.
LP3ES. Jakarta.
- Komaruddin
1985 *Pengantar untuk Memahami Pembangun
an*. Angkasa. Bandung.
- Novari, Fadjria
1993 *Pariwisata dan Pengaruhnya Terhadap
Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat
Lombok Barat*. P3NB. Jakarta.
- Salim, Emil
1986 *Pembangunan Berwawasan Lingkungan*.
LP3ES. Jakarta.
- Schumacher EF
1980 *Kecil itu Indah*. LP3ES. Jakarta.
- School J.W.
1984 *Modernisasi*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Soekanto, Soeryono
1985 *Karl Mannheim Sosiologi Sistematis*.
Rajawali. Jakarta.
- Spallant, James. J
1989 *Ekonomi Pariwisata*. Kanisius. Yogyakarta.
- Suwarsono
1991 *Perubahan Sosial dan Pembangunan di
Indonesia*. LP3ES. Jakarta.

Tim Peneliti Ditjen. J.

1976 *Pengantar Pariwisata Indonesia.* Ditjen.
Pariwisata. Jakarta.

Vredenbregt. J.

1984 *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat.*
Gramedia. Jakarta.

Youti Joko A.

1980 *Pemasaran Pariwisata.* Angkasa. Bandung.

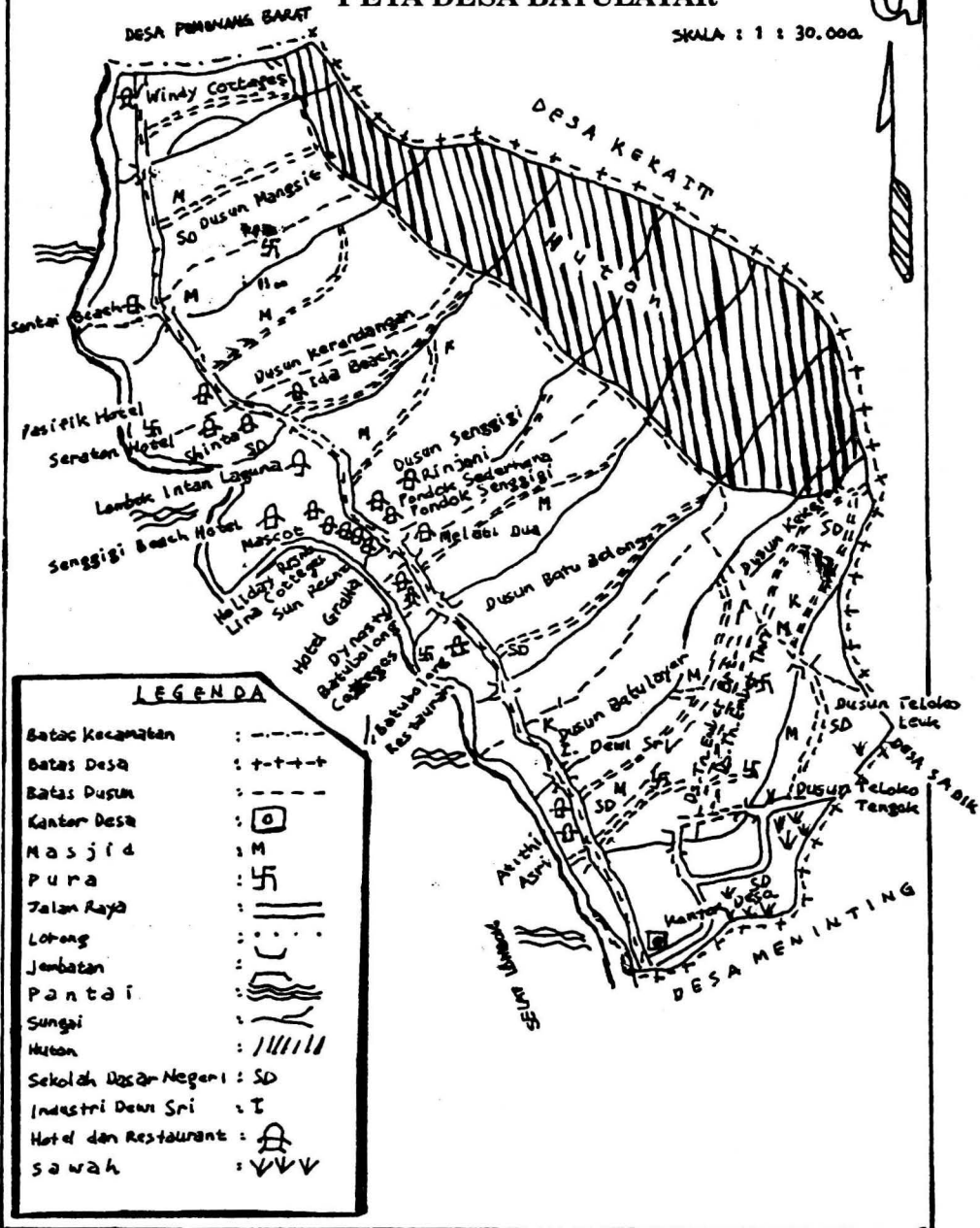
1985 *Komersialisasi Seni Budaya dalam Pari-
wisata.* Angkasa. Bandung.

LAMPIRAN**DAFTAR INFORMAN**

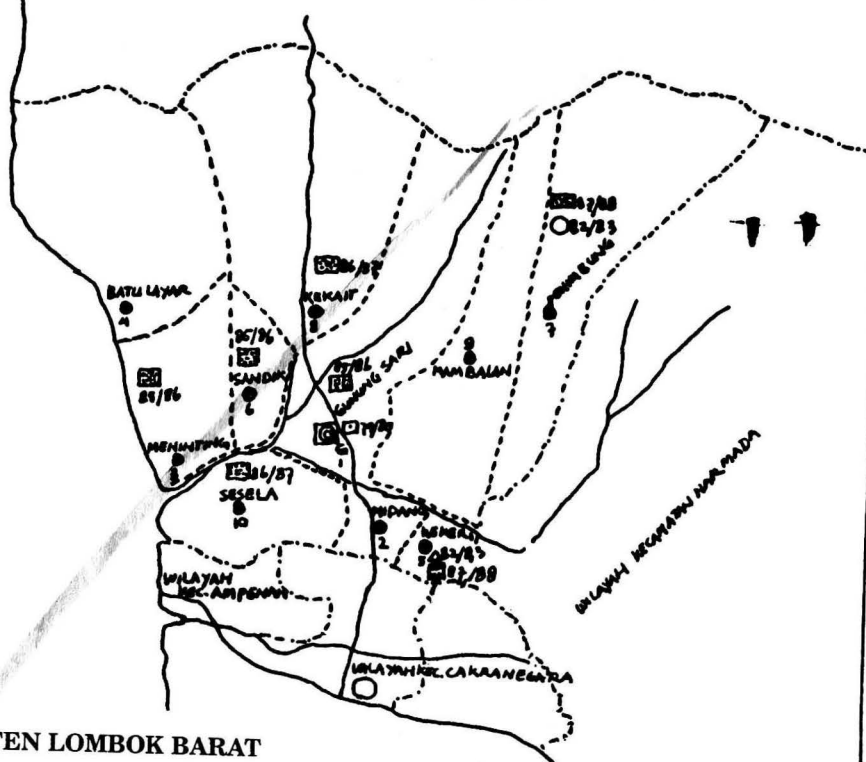
No.	Nama	Umur (Thn.)	Pekerjaan
1.	Rischa	22	pedagang sayur
2.	Abdulrahman	30	pemandu wisata
3.	Haban	25	pedagang asongan
4.	Ike	30	ibu rumah tangga
5.	Kewisa	50	tukang perahu
6.	Gaspar	40	penarik cidomo
7.	Kanda	40	pemandu wisata
8.	Husen	35	pedagang asongan
9.	Rape	40	pedagang buah
10.	Mani	40	pedagang buah dan pengutek
11.	Wisnu	35	perantara perahu
12.	Tutur	34	perantara perahu
13.	Simin	30	tukang cidomo
14.	Sugandi	45	tukang ojeg
15.	Wawan	30	karyawan hotel
16.	Arto	25	pedagang rujak

PETA DESA BATULAYAR

SKALA : 1 : 30.000



PETA KECAMATAN GUNUNG SARI



KABUPATEN LOMBOK BARAT

KECAMATAN GUNUNG SARI

KETERANGAN

NAMA DESA

- 1 DESA GUNUNG SARI
- 2 DESA NIDANG
- 3 DESA MENUNTING
- 4 DESA BUKU LAYAR
- 5 DESA KEMBAI
- 6 DESA SANDANG
- 7 DESA PENIMBANG
- 8 DESA KEMAIT
- 9 DESA MAMBALAN
- 10 DESA SESELA

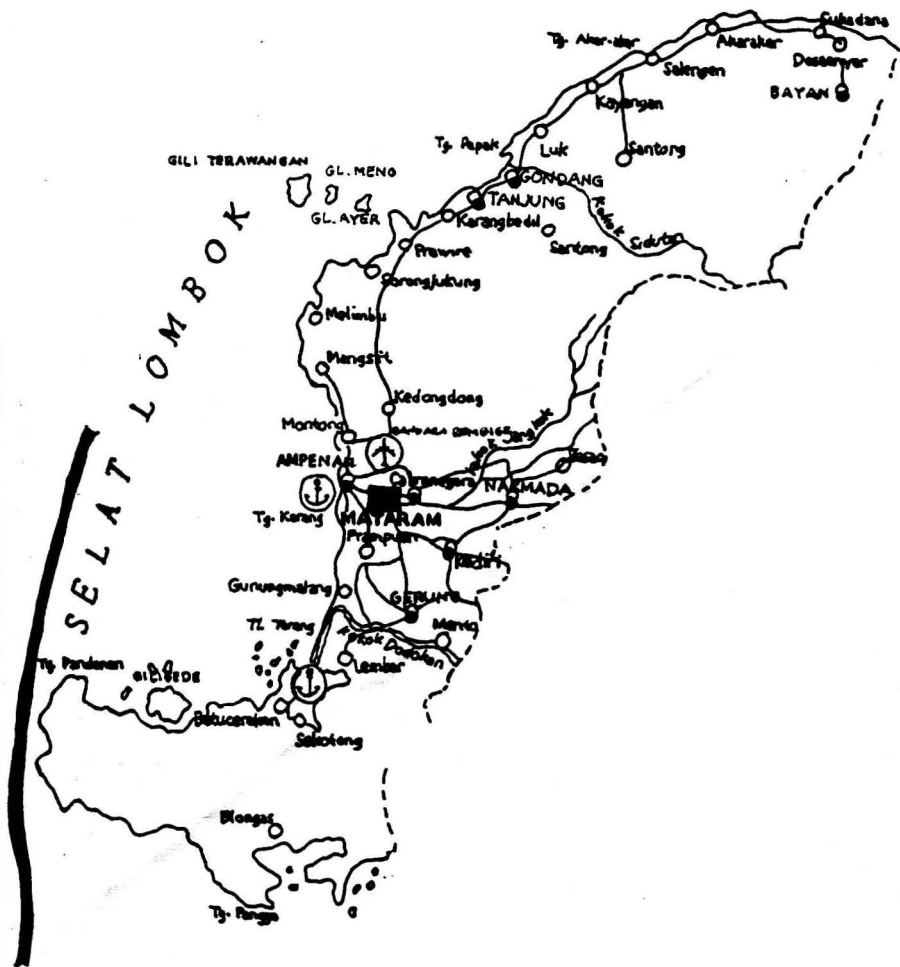
- ☐ LOKASI BENCAHA ALAM
- LOKASI DEP PU APBN
- LOKASI DEP PU APBD
- LOKASI DEP DAGRI APBN
- LOKASI DEP DAGRI APBD
- △ LOKASI DEPOS APBN
- ▲ LOKASI DEPOS APBD
- +++ BATAS KABUPATEN
- BATAS KECAMATAN
- BATAS DESA
- == JALAN KABUPATEN
- JALAN DESA
- ~ SUNGAI
- ⊙ IBUKOTA KECAMATAN
- ▣ CALON LOKASI DESA PELDT

SKALA 1:35.000

LOMBOK BARAT

P. LOMBOK

U



Perpustakaan
Jendera

33