

**PARTISIPASI KELOMPOK USAHA SOUVENIR REBO LEGI
DALAM SISTEM PARIWISATA
DI KLASTER PARIWISATA BOROBUDUR**

TUGAS AKHIR

Oleh :
GRETIANO WASIAN
L2D 004 314



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2008**

ABSTRAKSI

Sistem pariwisata di kawasan klaster pariwisata Borobudur, banyak memiliki potensi sumber kepariwisataan, yaitu modal alam, modal budaya dan modal manusia. Modal alam yang dapat dikembangkan adalah panorama alam di kawasan tersebut yang masih asri, dan belum memiliki lahan terbangun seperti di perkotaan. Potensi modal budaya dapat dilihat dari kondisi sosial masyarakat, kesenian tradisional yang berkembang di dalam kehidupan masyarakat lokal dan Candi Borobudur. Sedangkan untuk modal manusia adalah modal yang menunjukkan keterampilan manusia itu sendiri, seperti pembuatan souvenir. Akan tetapi dari potensi-potensi yang ada, hanya Candi Borobudur, sebagai salah satu warisan peradaban kebudayaan Indonesia yang dilindungi oleh UNESCO, yang dikelola dan dikembangkan. Namun hal tersebut juga belum cukup baik karena wisatawan yang datang hanya mengunjungi Candi Tersebut selama 1,5 jam sampai 2 jam dan kemudian pulang. Hal ini diakibatkan pelaku wisata yang terlibat, kebanyakan bukan pelaku lokal, sehingga kurang mengetahui potensi lokal yang ada. Kurangnya keterlibatan pelaku lokal juga menyebabkan kurang meratanya pendapatan yang diterima, padahal potensi aktivitas wisata di sekitar Candi tersebut masih cukup banyak untuk dikembangkan, seperti wisata belanja, wisata alam, desa wisata, ataupun aktivitas wisata kelompok usaha souvenir.

Kelompok usaha souvenir yang ada di dalam sistem pariwisata klaster pariwisata Borobudur adalah kelompok usaha souvenir Rebo legi. Kelompok usaha ini, selain memproduksi produk souvenir, sebagai salah satu objek yang dicari wisatawan setelah selesai menikmati suatu atraksi wisata, juga memproduksi jasa atraksi wisata produksi souvenir, proses produksi yang terjadilah yang menjadi atraksi yang ditampilkan bagi wisatawan, karena keunikan kegiatan yang dilakukan. Atraksi ini juga berpotensi sebagai atraksi penahan, karena wisatawan diajak untuk terlibat ke dalam aktivitas produksi yang dilakukan. Namun pada kenyataannya diantara aktivitas pariwisata yang dilakukan oleh kelompok usaha Souvenir Rebo Legi dengan aktivitas dalam sistem pariwisata Borobudur belum ada integrasi yang cukup optimal untuk mendukung keberlanjutan aktivitas pariwisata yang ada. Padahal kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor yang potensial selain migas, karena wisatawan yang datang harus mengeluarkan biaya untuk dapat menikmati suatu atraksi wisata. Dan biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan inilah, yang kemudian dinikmati oleh penyelenggara wisata di daerah tujuan wisata. Yang kemudian secara tidak langsung akan mempengaruhi perekonomian daerah tersebut (Soekadijo, 1996). Senada dengan yang diucapkan Wahab bahwa pariwisata sebagai salah satu penunjang pertumbuhan ekonomi yang cepat, karena dapat menyediakan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lainnya di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 1996). Sedangkan kelompok usaha souvenir memiliki karakteristik Skala usaha relatif kecil, padat karya, berbasis sumber daya lokal dan menyebar (Taufik, 2004).

Bila kedua sistem aktivitas itu dapat terintegrasi dengan baik, maka dampak yang dihasilkan pun akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat lokal. Oleh karena itulah penelitian ini mencoba melihat sejauh mana partisipasi yang dilakukan oleh kelompok usaha souvenir Rebo Legi dalam sistem pariwisata Borobudur dalam kaitannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, yang juga sebagai pelaku wisata lokal, melalui aktivitas pariwisata ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, karena penelitian yang ada lebih banyak menggunakan data primer hasil wawancara dibandingkan dengan data sekunder. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan komparatif kualitatif. Karena informasi empiris yang diperoleh dapat dimengerti dan diinterpretasi dengan lebih baik melalui deskripsi. Kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan teori yang sesuai ataupun dibandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan oleh pelaku sendiri, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih informatif. Analisis yang digunakan adalah analisis sistem pariwisata, analisis aktivitas pariwisata yang dilakukan oleh kelompok usaha souvenir Rebo legi dan analisis partisipasi kelompok usaha souvenir Rebo Legi dalam sistem pariwisata di klaster pariwisata Borobudur.

Dari hasil penelitian ini didapat bahwa partisipasi yang dilakukan oleh kelompok usaha souvenir Rebo legi dalam sistem pariwisata Borobudur masih kecil, karena integrasi aktivitas kepariwisataan yang belum cukup baik, masih adanya kesenjangan antar stakeholder yang terlibat dan dampak yang dirasakan pelaku usaha dari kegiatan pariwisata ini masih sangat kecil.

Keywords

: Partisipasi, kelompok usaha, souvenir

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata sebagai salah satu dari industri gaya baru, mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lainnya di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003). Oleh karena itulah dilakukan penelitian mengenai sistem pariwisata Borobudur, sebagai salah satu kegiatan pariwisata yang dikembangkan di klaster pariwisata Borobudur. Pemilihan sistem pariwisata Borobudur sebagai objek penelitian, dikarenakan sistem pariwisata Borobudur memiliki Candi Borobudur sebagai atraksi utama dan atraksi penangkap wisatawan (Soekadijo, 1997) dan adanya kelompok usaha souvenir Rebo Legi, sebagai sebuah unit usaha dalam bidang pariwisata yang digerakkan masyarakat lokal.

Candi Borobudur sebagai atraksi penangkap wisatawan, merupakan salah satu warisan peradaban dunia. Candi yang terletak di Kabupaten Magelang ini, didirikan antara tahun 750 sampai 800 Masehi, pada masa pemerintahan Wangsa Syailendra. Candi Borobudur merupakan salah satu cagar budaya yang diakui dan didukung pelestariannya oleh UNESCO. Karena keunikan bangunan dan warisan budaya yang dikandungnya, maka banyak wisatawan, baik domestik ataupun internasional, yang datang berkunjung. Hal ini menyebabkan Candi Borobudur merupakan pintu masuk utama ke dalam sistem pariwisata Borobudur, dan baru setelah itu wisatawan mengunjungi atraksi wilayah lainnya, walaupun hanya sebagian kecil. Distribusi kedatangan wisatawan yang tidak merata ini, disebabkan oleh kesenjangan dalam pengelolaan komponen dalam sistem pariwisata, sehingga tiap-tiap komponen yang ada dikelola oleh masing-masing stakeholder tanpa adanya kesatuan satu sama lainnya. Hal ini terlihat dari pengelolaan Zona II Candi Borobudur yang hanya dilakukan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur (PT TWCB), pengelolaan Zona III yang dilakukan pemerintah tanpa melibatkan masyarakat sebagai bagian dari sistem, dan masyarakat yang bergerak sesuai dengan kepentingan mereka masing-masing dalam melakukan aktivitas pariwisata di kawasan sistem pariwisata Borobudur.

Pengelolaan Candi Borobudur, khususnya, pada zona II, yang diserahkan sepenuhnya kepada PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan Dan Ratu Boko (PT TWCB), melalui Keputusan Presiden Nomor 1 Tahun 1992, tanggal 2 Januari 1992 Tentang Pengelolaan Taman Wisata Candi Borobudur dan Taman Wisata Candi Prambanan serta Pengelolaan Lingkungannya, menyebabkan suatu kesenjangan. Kesenjangan tersebut dapat dilihat dari kurang dilibatkannya masyarakat dan

pemerintah dalam membuat kebijakan dalam pengelolaan Candi Borobudur. Contohnya adalah dalam menetapkan kebijakan mengenai akomodasi. Seperti dalam kebijakan mengenai penataan pedagang asongan, yang hanya memperhatikan tempat berdagang, tapi belum memperhatikan kegiatan perdagangan yang berlangsung didalamnya. Selain itu penetapan kebijakan mengenai infrastruktur, juga belum optimal dan belum mendukung satu sama lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari peletakan lahan parkir yang berada cukup jauh dari pintu masuk Candi Borobudur, yang menyebabkan kurangnya kenyamanan wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata. Disamping itu, dengan adanya kesenjangan antar stakeholder juga menyebabkan pelaksanaan kebijakan yang dilakukan oleh PT TWCB, kurang mendapatkan pengawasan dari pihak lainnya. Hal ini terlihat dari penetapan kebijakan lahan bebas berdagang. Di satu sisi, pedagang asongan dilarang berjualan di kawasan taman setelah pintu masuk tiket, namun kenyataannya PT TWCB sendirilah yang berdagang di kawasan tersebut.

Pemerintah daerah yang seharusnya dapat memberikan kebijakan yang dapat mendukung kesejahteraan rakyat melalui kegiatan pariwisata ini, belum mampu berbuat banyak untuk mengoptimalkan hal tersebut. Hal ini dikarenakan fokus pengembangan di kawasan sistem pariwisata Borobudur hanya terletak bagaimana pengelolaan Candi yang lebih baik, sehingga tidak hanya pengelola saja yang mendapatkan keuntungan, namun dari pemerintah daerah juga dapat merasakan hal tersebut. Kegiatan ini menyebabkan perhatian pemerintah hanya terfokus pada pengelolaan Candi, padahal masih banyak potensi lain yang dapat dikembangkan untuk menunjang keberlanjutan sistem pariwisata yang ada, seperti kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh klaster usaha pariwisata Borobudur (KPB).

Klaster Pariwisata Borobudur (KPB) merupakan klaster usaha yang dibentuk untuk memfasilitasi masyarakat, pemerintah dan lembaga lain yang terkait, dalam usaha memberdayakan masyarakat lokal, sehingga masyarakat dapat menggali potensinya sendiri dan melakukan pengelolaan juga evaluasi terhadap kegiatan yang mereka lakukan. KPB berfungsi untuk membantu meningkatkan kapasitas pelaku usaha agar dapat lebih optimal dalam memproduksi dan melakukan pelayanan wisata. Tujuannya adalah agar pelaku wisata lokal dapat menerima dampak yang cukup besar dari aktivitas yang mereka lakukan, karena selama ini masih ada kesenjangan antar pelaku yang menimbulkan suatu iklim persaingan yang tidak sehat. Bila dilihat dari fungsi KPB sendiri, secara substansial, yaitu sebagai fasilitator untuk membantu menyelesaikan konflik yang terjadi, KPB memang sangat diperlukan. Namun dari sisi praktis, apa yang dilakukan oleh KPB sendiri belumlah optimal, karena dengan banyaknya jumlah anggota KPB, maka kepentingan yang timbul pun semakin banyak pula, sedangkan sumber daya manusia (SDM) dan fasilitas yang ada masih terbatas. Hal ini menyebabkan masih banyak kepentingan yang belum dapat difasilitasi dan

menyebabkan kekecewaan tersendiri bagi masyarakat yang terlibat sebagai pelaku wisata, oleh karena itulah dibentuk kelompok usaha.

Kelompok usaha berfungsi sebagai perpanjangan tangan KPB, sehingga penanganan permasalahan terlebih dahulu dilakukan oleh kelompok usaha. Apabila permasalahan yang timbul terlalu sulit, barulah KPB turun tangan. Fenomena inilah yang kemudian terjadi di kelompok usaha souvenir Rebo Legi. Kelompok usaha yang terdiri dari 17 anggota ini, terletak di Kecamatan Borobudur, dengan tempat usaha yang tersebar di beberapa desa dan dusun. Kelompok usaha ini membawahi unit-unit usaha yang bergerak dalam kerajinan tangan (*hand made*) yang menghasilkan cinderamata atau souvenir.

Kelompok usaha souvenir, sebagai salah satu bagian dalam kluster usaha pariwisata di kawasan Borobudur, memiliki daya tarik yang cukup baik. Daya tarik dapat dilihat dari fungsi kelompok usaha souvenir sebagai penyedia produk wisata berupa souvenir, karena souvenir merupakan salah satu barang yang akan selalu dicari dan dibeli oleh wisatawan ketika berkunjung di suatu objek wisata (Soekadijo, 1997), dan atraksi wisata produksi souvenir, sebagai atraksi penahan wisatawan. Produk souvenir yang dihasilkan memiliki beragam jenis, baik dari produk berbahan kayu, kaleng batu sampai dengan produk makanan dan minuman. Akan tetapi dalam pemasarannya, produk souvenir yang dijual oleh kelompok usaha souvenir Rebo Legi lebih banyak dijual di luar kawasan kluster pariwisata Borobudur, sedangkan untuk pemenuhan souvenir di sistem pariwisata Borobudur didatangkan dari Jogjakarta, padahal bila produk kelompok usaha Souvenir dapat dijual di dalam kawasan itu sendiri, bukankah akan lebih baik dan memberikan citra yang positif kepada wisatawan. Disamping itu, kelompok usaha souvenir juga menunjukkan atraksi kepada wisatawan yang datang, yaitu atraksi wisata produksi souvenir. Atraksi tersebut merupakan suatu atraksi proses produksi yang ditampilkan kepada wisatawan yang datang, Sehingga wisatawan tidak hanya membeli produk yang dihasilkan saja, akan tetapi juga ikut membeli pengalaman dengan melihat bagaimana produk tersebut diproduksi dan dapat menahan mereka lebih lama agar biaya yang dikeluarkan juga lebih banyak. Dengan asumsi, semakin lama wisatawan berdiam di suatu tempat wisata, semakin besar pula biaya yang mereka keluarkan (Soekadijo, 1997). Maka semakin lama kelompok usaha dapat menahan wisatawan di tempat mereka, maka akan semakin besar jumlah pendapatan yang mereka hasilkan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan rute perjalanan wisata dari satu atraksi souvenir ke atraksi souvenir lain. Dan untuk menarik minat wisatawan, kelompok usaha souvenir harus dapat mengenalkan produk mereka ke pada calon wisatawan melalui kegiatan pemasaran. Sehingga dapat dilihat bahwa kedua produk wisata yang ada memiliki potensi yang besar, walaupun pada kenyataannya pengembangan atraksi ini belum optimal.