

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM KEGIATAN WISATA

1.1. Peranan Perempuan dalam Kegiatan Wisata

Perkembangan ekonomi menuju pada suatu pola pembagian kerja. Pola pembagian kerja tersebut dilakukan antara anggota keluarga. Kriteria pembagian kerja adalah kelompok umur dan jenis kelamin. Anak-anak mendapatkan pekerjaan yang lebih ringan, sementara beberapa kewajiban tertentu dikerjakan oleh perempuan dan kewajiban lainnya dilakukan oleh laki-laki. Masyarakat primitif maupun yang lebih maju menganggap bahwa pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan merupakan suatu hal yang wajar (Sajogyo dan Sajogyo, 1984).

Kebanyakan perempuan bekerja pada sektor informal. Diperkirakan 60% wanita dalam perkembangan negara berada dalam pekerjaan informal non-pertanian (84% di Afrika Sub-Sahara, 86% di Asia dan 58% di Amerika Latin). Pariwisata memiliki potensi untuk berkontribusi pada pekerjaan informal yang lebih baik dan untuk memberikan peluang yang layak untuk kewirausahaan. Organisasi Buruh Internasional (ILO) menemukan lebih dari sepertiga dari semua pekerjaan informal berada di sektor jasa dan sebagian besar dalam pekerjaan terkait pariwisata. Pembuatan souvenir, pekerjaan katering, pekerjaan kebersihan, posisi penjaga keamanan, dan pertanian memberikan peluang bagi perempuan tidak terampil yang seharusnya menganggur (UNWTO, 2011).

Pemberdayaan perempuan dalam kegiatan wisata dapat dibedakan menjadi pemberdayaan psikologis, pemberdayaan sosial dan pemberdayaan politik. Pemberdayaan psikologis dapat dilihat dari rasa bangga masyarakat terhadap destinasi wisata ditempat tinggal mereka. Kedatangan wisatawan ditempat tinggal mereka untuk melihat keunikan budaya menjadi kebanggaan bagi masyarakat yang ada disana. Perempuan dianggap sebagai agen pelestari budaya. Pemberdayaan sosial dapat terlihat dari kesempatan individu untuk terlibat dalam kegiatan wisata. Masyarakat biasanya bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga memunculkan kekompakan didalam masyarakat. Perempuan yang awalnya hanya dirumah tangga, dapat bekerja pada sektor wisata, menyediakan kebutuhan wisatawan. Kebersamaan dalam menyediakan kebutuhan kegiatan wisata dapat menimbulkan kebersamaan dan membentuk kelompok perempuan. Pemberdayaan politis ditandai dengan terbukanya kesempatan masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait dengan kegiatan wisata. Perempuan mempunyai hak dalam hal pengambilan keputusan terkait dengan wisata, meskipun masih rendah peranan perempuan dalam pengambilan keputusan terkait dengan kegiatan wisata (Rahayu, 2018).

UNWTO telah mengimplementasikan rencana aksi untuk memberdayakan perempuan melalui kegiatan wisata. Tujuan rencana tersebut adalah menguntungkan orang miskin (juga melalui pariwisata), melindungi lingkungan dan memberdayakan perempuan. Pariwisata adalah bagian penting dari PDB dunia (lebih dari 10%) dan menciptakan sekitar 8% dari lapangan kerja dunia. Dari semua orang yang bekerja di sektor pariwisata, 60-70% adalah perempuan (UNWTO, 2008).

Fleksibilitas dari pekerjaan pariwisata, seperti memproduksi kerajinan tangan, dapat memungkinkan para wanita ini untuk melanjutkan tradisi mereka, sambil meningkatkan standar hidup mereka. Namun, pekerjaan informal juga membawa sejumlah besar risiko. Tidak semua pekerjaan informal positif, misalnya gaji yang berisiko tidak dibayar. Hal ini dapat menyebabkan kegagalan dalam pemberdayaan ekonomi atau sosial, khususnya jika ini memperkuat pembagian kerja tradisional berdasarkan gender di dalam rumah tangga dan masyarakat (UNWTO, 2011).

Pariwisata, salah satu penghasil kekayaan dan pekerjaan terbesar di dunia, menyediakan berbagai peluang peningkatan pendapatan bagi perempuan, khususnya di daerah berkembang. Perempuan hampir dua kali lebih mungkin menjadi pengusaha di bidang pariwisata dibandingkan dengan sektor lainnya. Pariwisata juga menawarkan berbagai kemungkinan kepemimpinan (UNWTO, 2011).

Perempuan mempunyai peranan yang sangat besar dalam kegiatan wisata. Perempuan menjadi lebih penting daripada laki-laki dalam kegiatan wisata karena tingginya kreativitas perempuan (Subekti, 2017). Keterlibatan perempuan dalam kegiatan wisata juga menguntungkan dalam kegiatan wisata baik secara kultural maupun secara sosial ekonomi. Keterlibatan perempuan dalam kegiatan wisata akan mewujudkan kesetaraan dan keadilan dalam kehidupan berkeluarga, pengembangan kemitraan yang harmonis dengan

laki-laki, menciptakan kesetaraan gender dan meningkatkan peran dan kemandirian dari perempuan (Haryanto, 2017).

Mengingat peran penting yang dimainkan perempuan dalam pariwisata, penting agar mereka juga terwakili dengan baik dalam kepemimpinan pariwisata. Kepemimpinan dalam pariwisata dapat memberdayakan dan menginspirasi wanita lain untuk menjadi lebih proaktif dalam mengejar peluang bisnis pariwisata. Tiga jenis posisi kepemimpinan pariwisata diidentifikasi untuk pemantauan: kepemimpinan politik, kepemimpinan pariwisata nasional, dan kepemimpinan bisnis pariwisata. Wanita yang menjadi menteri pariwisata sebagai indikator kepemimpinan dalam pariwisata. Persentase perempuan yang menjadi CEO atau menjadi direktur pada dewan pariwisata nasional menjadi hal yang penting. Dewan pariwisata nasional mengambil keputusan terkait dengan perencanaan dan kebijakan pariwisata. Adanya perempuan yang berperan penting dalam sektor pariwisata dapat membantu wanita lainnya dalam menyoroti keperluan wanita dalam kegiatan pariwisata (UNWTO, 2011).

1.2. Kendala Perempuan dalam Kegiatan Wisata

Faktor budaya membatasi hak dan keterlibatan perempuan di tempat kerja. Agama masih memiliki peran kunci dalam menentukan norma-norma gender di banyak budaya dan pandangan fundamentalis lintas spektrum agama membatasi hak-hak wanita, termasuk hak yang terkait dengan seks dan seksualitas, dan untuk mobilitas dan pekerjaan. Sementara budaya politik penting untuk membawa perubahan, perempuan terus memiliki suara terbatas di tingkat lokal dan nasional, dan perempuan tidak dapat berpartisipasi sepenuhnya dalam sistem kekuasaan formal.

Di sebagian besar budaya, tidak ada perbedaan gender dan hubungan generasi rumah tangga dengan laki-laki memiliki tingkat kontrol yang tinggi. Seorang wanita pergi bekerja sering dibaca oleh orang lain sebagai makna bahwa pria tidak dapat menyediakan kebutuhan keluarganya, membuat pria enggan dan dengan demikian membatasi keterlibatan perempuan dalam pekerjaan berbayar melalui kekerasan atau ancaman kekerasan. Ketika wanita terlibat dalam pekerjaan yang dibayar dapat meningkatkan suara mereka di rumah dan kemampuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan rumah tangga. Itu juga bisa menyebabkan konflik di rumah, terutama jika wanita mendapatkan penghasilan lebih banyak daripada pria (Bradshaw, dkk, 2013). Perempuan terus mempunyai mobilitas terbatas dan, dalam beberapa budaya, perempuan tidak mampu meninggalkan rumah jika tidak ditemani oleh pria, secara efektif meniadakan segala jenis pembayaran pekerjaan. Bahkan ketika wanita dibiarkan pergi, mereka mungkin menghadapi verbal, seksual dan kekerasan fisik dari laki-laki yang tidak diketahui karena berada di jalan dan menghadapi gosip dan stigma di dalamnya komunitas mereka sendiri (Bradshaw, dkk, 2013).

Beberapa lokasi wisata di Indonesia, kegiatan wisata didominasi oleh perempuan. Kaum laki-laki menganggap sektor wisata bukan pekerjaan pokok tetapi merupakan pekerjaan sampingan. Perempuan lah yang mengelola kegiatan wisata, meskipun peranannya masih kurang optimal dan terbatas karena peran gandranya didalam keluarga (Subekti, 2017).

Peranan perempuan dalam kegiatan wisata masih sangat terbatas. Kegiatan perempuan dalam kegiatan wisata adalah terbatas pada aktivitas membersihkan penginapan, tour guide, dan memasak. Perempuan hanya sebagai penjaga fasilitas pariwisata, bukan sebagai pelaku aktif dalam pariwisata (Sushartami, 2016; Subekti, 2017). Peranan dan partisipasi perempuan dalam kegiatan wisata juga masih dipandang belum penting (Haryanto, 2017).

Pendapatan perempuan dalam kegiatan wisata terkadang juga tidak menentu dan tergolong rendah karena mayoritas penghasilan didapatkan dari pembagian hasil kegiatan. Banyak dari perempuan bekerja disektor pariwisata bukan dengan tujuan utama untuk mendapatkan penghasilan. Tujuan utamanya adalah untuk kegiatan sosial kemasyarakatan (Subekti, 2017). Perempuan sering “terkonsentrasi pada pekerjaan dengan keterampilan rendah, dibayar rendah dan tidak pasti”, biasanya mendapatkan “10% hingga 15% lebih sedikit daripada rekan laki-lakinya” dan cenderung melakukan pekerjaan seperti memasak, membersihkan, dan keramahtamahan (UNWTO, 2011).

Perempuan juga berisiko tereksplotasi dalam kegiatan wisata. Eksploitasi melalui pariwisata dapat mengambil berbagai bentuk: upah yang buruk, kondisi kerja yang berbahaya, diskriminasi seksual, pelecehan seksual, pelacuran, perbudakan, dan perdagangan manusia. Wanita dan anak-anak yang hidup

dalam kemiskinan di negara-negara berkembang sangat rentan terhadap ancaman-ancaman ini. Pariwisata pekerja seks mungkin tampak memberikan jalan keluar dari kesulitan hidup sehari-hari, tetapi bisa berakibat jauh kesulitan jangka panjang yang lebih besar seperti HIV/AIDS dan penyakit menular seksual lainnya, dislokasi sosial, kemelaratan, atau kecanduan narkoba (UNWTO, 2011).

1.3. Peranan Perempuan dalam Kegiatan Wisata di Pasar Terapung Lok Baintan

Perempuan di Pasar Terapung Lok Baintan memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan wisata. Perempuan di Pasar Terapung Lok Baintan merupakan pelaku dalam kegiatan wisata. Para perempuan berperan sebagai pedagang, pengumpul barang dagangan dan sebagai petani (Arisanty, dkk, 2018^a).

Berdagang merupakan pekerjaan utama perempuan yang ada di wilayah Lok Baintan. Mereka berdagang mulai dari selepas subuh sampai sekitar jam 10 pagi. Mereka melakukan pekerjaan tersebut dengan cara mengayuh sampan mengikuti arus sungai.

Barang dagangan yang dijual berupa barang kerajinan, hasil pertanian, hasil perikanan dan makanan. Barang kerajinan juga dibuat oleh perempuan, misalnya bakul atau keranjang yang terbuat dari bambu. Barang kerajinan tersebut kemudian dijual oleh pedagang di pasar terapung. Pengrajin tidak berprofesi sebagai pedagang. Mereka hanya berprofesi sebagai pengrajin saja. Pengrajin menjual barang kerajinannya kepada pedagang.

Hasil pertanian ditanam oleh kaum laki-laki. Kaum perempuan pada umumnya hanya membantu saja di kebun atau di sawah. Mereka kemudian mengumpulkan hasil kebun untuk kemudian dijual kembali di pasar terapung. Hasil kebun seperti pisang, jeruk, nanas, sirsak, dan sayur-sayuran didapatkan dari kebun mereka sendiri maupun mereka kumpulkan dari kebun orang lain. Lok Baintan merupakan penghasil jeruk yang sangat potensial, biasanya buah jeruk banyak dijual di Pasar Terapung Lok Baintan. Peranan perempuan sangat besar dalam kegiatan wisata ini, karena mereka terlibat mulai dari proses perolehan barang dagangan sampai pada proses pengumpulan dan perdagangannya (Arisanty, dkk, 2017^a).

Penangkapan ikan biasanya dilakukan oleh laki-laki, meskipun ada juga kaum perempuan yang menangkap ikan. Ikan yang ditangkap biasanya akan dijual langsung di pasar terapung atau dibuat menjadi ikan asin dan dikemas secara sederhana. Perempuan adalah yang kemudian menjual kembali ikan yang telah diasinkan tersebut sebagai produk dan oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung di Lok Baintan. Peranan perempuan sangat besar dalam kegiatan wisata ini. Perempuan adalah yang menjadi penggerak dalam kegiatan perdagangan di pasar terapung. Perempuan yang menyediakan produk perikanan, mengolahnya dan kemudian menjual kembali produk tersebut (Arisanty, dkk, 2017^a).



Gambar 1.1. Kaum Perempuan yang Bekerja di Sektor Wisata sebagai Pedagang

Produk lainnya yang dijual di Pasar terapung Lok Baintan adalah masakan dan makanan. Perempuan yang menjual makanan pada umumnya adalah membuat sendiri kue atau masakan yang mereka jual di pasar terapung. Biasanya mereka menjual makanan tradisional khas Banjar. Atraksi mereka dalam menjajakan makanan menjadi ciri khas tersendiri, karena wisatawan menikmati makanan sambil duduk di perahu.



Gambar 1.2. Perempuan yang Bekerja sambil Mengasuh Anaknya

Kegiatan wisata di Lok Baintan benar-benar dikendalikan oleh perempuan. Perempuan memegang peranan yang sangat besar dalam kegiatan wisata tersebut. Perempuan adalah yang mengendalikan kegiatan wisata. Sayangnya, kegiatan wisata ini masih memberikan penghasilan yang rendah. Meskipun demikian, perempuan tetap bertahan berjualan di pasar terapung karena tidak ada pilihan lain. Pendidikan perempuan juga rendah yang menyebabkan mereka tidak bisa bekerja di sektor lain. Dampak positif bagi perempuan adalah mereka dapat bekerja dan mempunyai penghasilan tambahan dari kegiatan wisata. Ada beberapa pedagang yang membawa anak mereka sambil berdagang di Pasar Terapung Lok Baintan. Perempuan dapat memegang kedua peranan mereka, yaitu sebagai pengasuh anak sambil tetap bisa mempunyai penghasilan sendiri untuk membantu keluarganya.

Kegiatan wisata bagi perempuan tidak hanya membantu perekonomian tetapi juga tempat berkumpul dan bersosialisasi. Kegiatan wisata telah menimbulkan suatu komunitas yang membuat kegiatan wisata dapat berlangsung. Komunitas para pedagang dan juga komponen lainnya yang saling berinteraksi membentuk suatu sistem.



Gambar 1.3. Kegiatan Wisata yang Didominasi oleh Kaum Perempuan

BAB II

COMMUNITY BASED TOURISM (CBT)

2.1. Konsep *Community Based Tourism (CBT)*

Istilah dari *Community based tourism (CBT)* mulai pada pertengahan tahun 1990. *CBT* umumnya berskala kecil dan melibatkan interaksi antara pengunjung dan komunitas lokal, cocok digunakan daerah pedesaan dan regional. *CBT* umumnya dipahami untuk dikelola dan dimiliki oleh komunitas, untuk komunitas yang berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat melalui dukungan mata pencaharian yang berkelanjutan, dan melindungi tradisi sosio-budaya, dan sumber daya warisan alam dan budaya (Asker, dkk, 2010; ASEAN Secretariat, 2016). *CBT* adalah bentuk pariwisata lokal, yang mendukung penyedia layanan dan pemasok lokal dan berfokus pada menafsirkan dan mengkomunikasikan budaya dan lingkungan setempat. Kegiatan *CBT* ini didukung oleh masyarakat, lembaga pemerintah lokal dan organisasi non-pemerintah (LSM) (Asker, dkk, 2010).

CBT dapat meningkatkan keberlanjutan sosial dengan memberdayakan masyarakat lokal untuk mengelola sumber daya mereka sendiri, menyediakan pekerjaan yang berarti, dan membantu dengan pengembangan kapasitas dan pelestarian budaya. Manfaat lingkungan termasuk penghasilan bagi masyarakat untuk secara aktif melindungi lahan mereka dari degradasi dan dapat meningkatkan upaya konservasi untuk menarik wisatawan terutama yang berkaitan dengan inisiatif ekowisata. *CBT* juga mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui diversifikasi pekerjaan, secara finansial layak, menghormati dan mendorong partisipasi yang setara dari masyarakat lokal, berkelanjutan secara ekologis dan meminimalkan dampak terhadap lingkungan, melestarikan dan mempromosikan warisan budaya dan kesejahteraan hidup, mendidik pengunjung tentang budaya dan alam, menunjukkan praktik manajemen yang baik, dan memastikan kualitas dan pengalaman aman bagi semua individu yang terlibat (Asker, dkk, 2010).

Terdapat 10 macam prinsip dalam *CBT*. Prinsip *CBT* tersebut adalah melibatkan dan mendorong masyarakat untuk memastikan kepemilikan dan manajemen yang transparan, membentuk kemitraan dengan pemangku kepentingan yang relevan, mendapatkan reputasi yang diakui dengan otoritas yang relevan, meningkatkan kesejahteraan sosial dan pemeliharaan martabat manusia, menyertakan pembagian manfaat yang adil dan transparan mekanisme, meningkatkan keterkaitan dengan ekonomi lokal dan regional, menghormati budaya dan tradisi lokal, berkontribusi terhadap konservasi sumber daya alam, meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung dengan memperkuat interaksi tuan rumah dan tamu yang berarti, dan bekerja menuju keuangan swasembada (ASEAN Secretariat, 2016).

CBT meliputi 5 dimensi, yaitu dimensi ekonomi, dimensi sosial, dimensi budaya, dimensi lingkungan dan dimensi politik. Dimensi budaya dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata. Dimensi sosial dengan indikator peningkatan kualitas hidup, peningkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki-laki perempuan, generasi muda dan tua, membangun penguatan organisasi komunitas. Dimensi budaya dengan indikator berupa dorongan kepada masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal. Dimensi lingkungan, dengan indikator mempelajari *carrying capacity area*, mengatur pembuangan sampah, meningkatkan kepedulian akan perlunya konservasi. Dimensi politik, dengan indikator peningkatan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, menjamin hak-hak dalam pengelolaan SDA (Suansri, 2003).

Langkah-langkah pengembangan *CBT*, strategi, dan kegiatan tergantung pada tujuan dan karakteristiknya termasuk konteks geografis, sosial dan budaya, tahap pengembangan ekonomi, tahap pengembangan pariwisata di samping sejumlah faktor lainnya. Oleh karena itu, tidak ada satu kerangka atau cetak biru yang cocok untuk semua tujuan. Setiap kasus *CBT* unik dalam hal karakteristik tujuan, fase pengembangan, dan dengan demikian, pemangku kepentingan, peran mereka, tanggung jawab dan langkah-langkah tindakan (Tasci, dkk, 2013).

Tabel 2.1. Jenis Umum Produk *CBT* sebagai Atraksi dan Kegiatan untuk Pengunjung

Kegiatan tunggal atau benda	Tur budaya/ berjalan/	Alam/satwa liar/kegiatan di	Situs-situs penting
-----------------------------	-----------------------	-----------------------------	---------------------

pekerjaan sehari-hari/ produksi/ produk	kunjungan/ acara/berkelas	luar ruangan	
<ul style="list-style-type: none"> • Drum • Menari • memegang rambut • pekerjaan • kerajinan • produksi • kerajinan tangan • makanan • masakan • berbagi cerita • mati alami • keranjang roti • tembikar 	<ul style="list-style-type: none"> •wisata desa •tur pertanian •wisata sejarah •pemandu jalan •kunjungan sekolah •kelas bahasa •acara seafood •kelas memasak 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengamati burung • penggunaan obat tanaman • rumput ilalang • koleksi teh herbal • trofi berburu • manajemen perkemahan • penjelajahan hutan • memancing tradisional • safari • kura-kura • bunga-bunga 	<ul style="list-style-type: none"> • air panas • air terjun • gunung berapi • hutan hujan • danau • sungai • situs kuno • produksi • fasilitas • gunung

Sumber: Tasci, dkk, 2013

Beberapa elemen kunci *CBT* menurut Suansri (2003) adalah:

- a. Sumber Daya Alam dan Budaya
 - ✓ Sumber daya alam terjaga dengan baik
 - ✓ Ekonomi lokal dan mode produksi bergantung pada penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan
 - ✓ Adat dan budaya adalah unik untuk tujuan
- b. Organisasi Masyarakat
 - ✓ Komunitas berbagi kesadaran, norma dan ideologi
 - ✓ Komunitas memiliki penatua yang memiliki pengetahuan dan kearifan lokal tradisional.
 - ✓ Komunitas memiliki rasa kepemilikan dan keinginan untuk berpartisipasi dalam pengembangannya sendiri
- c. Manajemen
 - ✓ Komunitas memiliki aturan dan peraturan untuk pengelolaan lingkungan, budaya, dan pariwisata.
 - ✓ Organisasi atau mekanisme lokal ada untuk mengelola pariwisata dengan kemampuan untuk menghubungkan pariwisata dan pengembangan masyarakat.
 - ✓ Manfaat dibagikan secara merata kepada semua.
 - ✓ Persentase laba dari pariwisata berkontribusi pada dana komunitas untuk pengembangan ekonomi dan sosial masyarakat
- d. Belajar

Kegiatan dan layanan pariwisata bertujuan:

 - ✓ Membina proses pembelajaran bersama antara penghuni dan tamu.
 - ✓ Mendidik dan membangun pemahaman tentang beragam budaya dan cara hidup.
 - ✓ Meningkatkan kesadaran konservasi alam dan budaya di kalangan wisatawan dan masyarakat setempat.

Perbedaan antara ekoturisme dan *CBT* menurut Suansri (2003) adalah:

Tabel 2.2. Perbedaan Ekoturisme dan *CBT*

Ekoturisme	<i>CBT</i>
1. Tujuan Manajemen yang bertanggung jawab atas atraksi alam, budaya lokal, dan kualitas unik dari destinasi	Manajemen yang bertanggungjawab pada lingkungan, sumberdaya alam, sistem sosial, dan budaya dalam menanggapi kebutuhan masyarakat

2. Pemilik Tidak spesifik	Komunitas
3. Manajemen Wisata Tidak spesifik	Komunitas
4. Ikatan pariwisata Penekanan pada wisata dan lingkungan	Penekanan pada pengembangan holistik

Perbedaan antara konsep kunjungan pendek (*short visit*) dan *CBT* menurut Suansri (2003) terdapat pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3. Perbedaan *CBT* dan Kunjungan Pendek

<i>CBT</i>	Kunjungan Pendek
1. Durasi kunjungan Waktu yang cukup untuk memahami, melalui observasi, aktivitas, dan diskusi.	Waktu singkat untuk observasi; Sedikit atau tidak ada waktu bagi pengunjung untuk berpartisipasi dalam kegiatan lokal. Sedikit atau tidak ada pertukaran dengan penduduk setempat untuk meningkatkan pemahaman lintas budaya.
1. Partisipasi komunitas dalam aktivitas Tinggi	Rendah
2. Pembelajaran dan pertukaran budaya Tinggi	Rendah
3. Harga dan pendapatan Diatur oleh komunitas	Komunitas memiliki sedikit kontrol kecuali dalam kasus tur yang datang untuk tujuan membeli produk lokal
4. Pemahaman Wisatawan tentang Komunitas Mungkin melalui pengamatan yang berarti, percakapan dan interaksi dengan anggota masyarakat sebagai hasil dari rancangan program.	Hanya mungkin melalui narasumber dari luar yang memiliki pengetahuan tentang komunitas lokal dan bertindak sebagai perantara ahli.

Perbedaan antara *CBT* dan *homestay* berdasarkan pendapat dari Suansri (2003) terdapat pada Tabel 2.4.

Tabel 2.4. Perbedaan *CBT* dan *Homestay*

<i>CBT</i>	<i>Homestay</i>
1. Definisi Pembelajaran datang dari seluruh komunitas	Pembelajaran berasal dari keluarga tuan rumah
1. Akomodasi Banyak tipe yang dapat diatur seperti tenda, kabin, <i>guesthouse</i> , dan <i>homestay</i>	Akomodasi dari rumah keluarga tuan rumah
2. Proses pembelajaran	

<i>CBT</i>	<i>Homestay</i>
Kemungkinan melalui interaksi dengan banyak tipe orang termasuk keluarga tuan rumah, pemandu lokal, dan kelompok dimana kegiatan telah terorganisasi dalam sebuah komunitas	Tergantung pada antusiasme pengunjung dan tuan rumah
3. Keuntungan komunitas Anggota komunitas dari status yang berbeda dapat memperoleh keuntungan dari berbagai macam peran dalam manajemen pariwisata seperti sebagai sumberdaya perorangan, pemandu, tuan rumah. Bagian dari keuntungan berkontribusi dalam proyek komunitas.	Sering rumah tangga yang lebih kaya yang mempunyai kesempatan untuk menyediakan akomodasi dan akan memperoleh keuntungan untuk mereka sendiri, kecuali menjadi bagian dari proyek komunitas.

Perbedaan antara CBT dan pembangunan holistik menurut Suansri (2003) terdapat pada Tabel 2.5.
Tabel 2.5. Perbedaan CBT dan Pembangunan Holistik

Dimensi	Pembangunan berkelanjutan	Pariwisata Berkelanjutan
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> - Pendapatan dari produksi lokal - Diversifikasi ekonomi lokal - Kemandirian 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan dana untuk pengembangan komunitas - Menciptakan pekerjaan dalam wisata - Meningkatkan pendapatan untuk penduduk lokal
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Pembangunan berfokus pada manusia - Keadilan sosial - Kepuasan kualitas hidup - Organisasi komunitas yang aktif 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas hidup - Meningkatkan kebanggaan komunitas - Membagi peran antara laki-laki/perempuan, usia yang muda/usia yang lebih tua
Budaya	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan formal dan informal - Budaya lokal yang wariskan kepada generasi berikutnya - Pelestarian budaya 	<ul style="list-style-type: none"> - Mendorong rasa hormat untuk budaya yang berbeda - Mempertahankan pertukaran budaya - Menanamkan perkembangan dalam budaya lokal
Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> - Pengelolaan sumber daya alam - Hak - Tanggung jawab 	<ul style="list-style-type: none"> - Mempelajari daya dukung area tersebut - Mengelola pembuangan limbah

Dimensi	Pembangunan berkelanjutan	Pariwisata Berkelanjutan
	lingkungan - Konservasi sumber daya alam	- Meningkatkan kesadaran akan perlunya konservasi
Politik	- Partisipasi komunitas - Pembangunan sebagai tanggapan terhadap kebutuhan masyarakat - Demokratisasi	- Memungkinkan partisipasi masyarakat setempat - Meningkatkan kekuatan komunitas dari luar - Memastikan hak dalam pengelolaan sumber daya alam

Jenis wirausaha atau pilihan dalam kegiatan CBT menurut The Mountain Institute (2000) adalah:

1. Produk yang ada/market yang ada
Melibatkan penjualan melebihi produk yang ada untuk pasar yang sama dari kostumer, memberikan lebih banyak dari kostumer dengan tipe yang sama seperti wisatawan independen untuk pergi ke tempat dengan rute yang ada.
2. Produk yang ada/market yang baru
Opsinya melibatkan pasar baru atau tipe dari kostumer untuk produk yang sudah ada, sebagai tambahan untuk kostumer yang ada, menemukan tipe baru dari kostumer, seperti pengunjung domestik dan grup untuk pergi ke tempat dengan rute yang telah ada.
3. Produk baru/pasar yang ada
Opsinya mencari untuk menemukan produk baru untuk kostumer yang ada, membuat produk untuk basis yang ada dari kostumer, misalnya jalur atau rute yang baru untuk pengunjung independen.
4. Produk baru/pasar baru
Pilihan dengan risiko tertinggi, mengembangkan produk baru untuk kostumer yang baru, misalnya mencari rute terbaru yang sebelumnya tidak ada.

2.2. *Community Based Tourism (CBT)* dalam Kegiatan Wisata di Pasar Terapung Lok Baintan

Keberhasilan kegiatan wisata di Lok Baintan merupakan tanggung jawab seluruh komponen yang ada. Aktivitas perdagangan yang menjadi atraksi wisata yang memegang peranan yang sangat penting. Peranan pedagang didalam aktivitas wisata menjadi paling penting disamping peranan komponen yang lain. Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan membawa dagangannya, kemudian ditawarkan kepada para penumpang, atau barter dengan sesama pedagang. Atraksi jual beli diatas sungai inilah kemudian menjadi daya tarik wisata di Pasar Terapung Lok Baintan.

Meskipun demikian, keberhasilan kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan tidak hanya dengan adanya pedagang yang ada di Pasar Terapung Lok Baintan. Keberadaan komponen yang lain juga diperlukan dalam kegiatan wisata. Adanya penjaga parkir, supir *kelotok* atau perahu bermotor yang mengangkut wisatawan, petani yang menyediakan hasil pertaniannya, pencari ikan, pengrajin, pemerintah desa, dinas pariwisata kabupaten dan provinsi juga mempunyai andil yang sangat besar dalam kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan.

Aksesibilitas jalan yang baik menyebabkan kemudahan dalam menjangkau lokasi pasar terapung. Dahulu, pasar terapung hanya dapat dijangkau dengan menggunakan perahu bermotor saja dari Kota Banjarmasin. Sekarang jalan menuju ke Pasar Terapung Lok Baintan dapat dijangkau dengan menggunakan sepeda motor dan mobil. Adanya akses darat menyebabkan adanya tukang parkir di dekat dermaga Pasar Terapung Lok Baintan. Keberadaan tukang parkir menjadi komponen yang penting juga bagi keberlangsungan kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan.

Supir perahu bermotor ada yang berasal dari Desa Lok Baintan dan ada yang dari Kota Banjarmasin. Keberadaan supir perahu bermotor akan membawa dampak yang sangat besar bagi keberlangsungan

aktivitas wisata di Pasar Terapung Lok Baintan. Supir perahu bermotorlah yang membawa penumpang yang menjadi wisatawan untuk menuju ke lokasi pasar terapung.



Gambar 2.1. Kegiatan di Pasar Terapung Lok Baintan dengan Adanya Keterlibatan Supir Perahu Bermotor, Wisatawan, dan Pedagang

Petani, penangkap ikan atau nelayan, dan pengrajin di Pasar Terapung Lok Baintan juga mempunyai peranan yang besar dalam kegiatan wisata. Mereka yang menyediakan hasil pertanian, hasil perikanan, dan barang kerajinan untuk dijual kembali di pasar terapung. Tanpa hasil pertanian, perikanan dan kerajinan dari mereka, maka kegiatan wisata tidak akan berlangsung.

Pemerintah desa juga mempunyai peranan yang penting dalam kegiatan wisata. Pemerintah desa mendukung keberhasilan dalam kegiatan wisata, dan menentukan kebijakan dalam kegiatan wisata. Pemerintah Desa Lok Baintan telah membangun fasilitas jalan dari dana desa untuk mendukung kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan, sehingga akses menuju ke Pasar Terapung Lok Baintan dapat dengan berbagai macam alternatif, tidak hanya lewat sungai tetapi juga dapat melalui jalan darat. Fasilitas tersebut sangat mendukung kegiatan wisata yang ada di Pasar Terapung Lok Baintan.

Dinas pariwisata juga mempunyai peranan yang sangat besar. Dinas pariwisata mempromosikan kegiatan wisata melalui berbagai macam even wisata dan mempromosikan melalui website dan sosial media. Bantuan dari pihak swasta juga sangat besar manfaatnya dalam mendukung kemajuan di lokasi wisata.

Peranan komunitas dalam kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan telah berlangsung dengan baik. Setiap komponen telah melaksanakan peranan masing-masing. Pedagang memerlukan pasokan barang dagangan dari petani, nelayan, dan pengrajin, pedagang juga memerlukan wisatawan untuk datang yang dibawa supir perahu bermotor atau perlu tukang parkir untuk menjaga kendaraan wisatawan. Setiap komponen dari komunitas tersebut mendapatkan keuntungan dari kegiatan wisata dan menjadi sumber pendapatan mereka.

Ada beberapa hal yang menyebabkan penghasilan komunitas masih belum maksimal, antara lain disebabkan oleh kegiatan wisata berlangsung sebentar, wisatawan hanya sebentar di lokasi wisata, tidak ada penginapan di lokasi wisata, tidak ada redistribusi masuk ke lokasi wisata, dan belum adanya pengelolaan yang lebih terstruktur didalam kegiatan wisata. Selama ini keuntungan masih diperoleh oleh pelaku wisata di kota karena penginapan ada disana, dan banyak yang menyediakan paket wisata sekaligus dengan penginapan. Perlunya beberapa komponen lain didalam komunitas ini seperti adanya penjaga karcis masuk, pengelola penginapan, toko souvenir dan oleh-oleh khas Pasar Terapung Lok Baintan dapat menambah penghasilan komunitas yang ada di sana.



Gambar 2.2. Interaksi antara Pedagang dan Wisatawan di Pasar Terapung Lok Baintan

BAB III PRODUK UNGGULAN WISATA

3.1. Produk Pariwisata

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada pasar, baik barang yang berwujud maupun yang berupa jasa. Produk digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan (Budiman, dkk, 2017). Produk wisata dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata. Salah satu fungsi dari produk wisata ialah sebagai referensi wisatawan dalam setiap melakukan kunjungan ke suatu objek wisata (Sutopo, 2016). Atribut produk wisata mencakup atraksi di tempat wisata, fasilitas dan pelayanan, aksesibilitas, gambaran mengenai tempat wisata, harga yang harus dibayarkan oleh wisatawan, dan pertumbuhan jumlah wisatawan (Rahayu, 2010). Produk pariwisata mungkin barang atau jasa berwujud atau tidak berwujud yang harus memenuhi persyaratan wisatawan dan preferensi selama perjalanan mereka (Kozhevnikova, 2016).

Produk wisata dapat dibedakan menjadi dua, yaitu produk wisata total dan produk wisata khusus. Produk wisata total terdiri dari kombinasi semua elemen, yang dikonsumsi oleh seorang turis selama perjalanannya. Produk khusus adalah komponen dari total produk wisata dan dapat dijual sebagai penawaran individu seperti akomodasi, transportasi, atraksi dan fasilitas lainnya untuk wisatawan. Definisi ini menjelaskan sifat kompleks dari produk pariwisata dan menunjukkan kriteria, faktor dan faktor penentu pilihan produk wisata oleh klien pariwisata (Ferencová dan Karas, 2013).

Tingkatan pada sebuah produk menurut Kozhevnikova (2016) adalah:

- a. Produk inti - ketika pelanggan memutuskan untuk membeli produk ini, mereka menerima voucher untuk tur sehari penuh pada tanggal dan waktu tertentu.
- b. Produk yang memfasilitasi - pada level ini produk tersebut meliputi: transfer dengan bus yang nyaman ke tujuan wisata dan kembali, pemandu berbahasa Inggris yang menyertai selama seluruh tur, perkiraan program tur, namun tidak wajib mengikuti grup dan program;

- c. Produk pendukung – makanan ringan yang menciptakan suasana hati yang baik sejak awal perjalanan, peta yang dirancang dengan warna-warni dengan rute yang menarik di suatu tujuan, souvenir yang tak terlupakan;
- d. Produk yang ditingkatkan - suasana yang ramah, informal dan internasional sebagai dasar konsep. Layanan ini disediakan oleh orang muda dan ditawarkan kepada segmen muda.

Terdapat lima komponen pembentuk atribut produk wisata yang digunakan untuk mengukur keputusan wisatawan berkunjung menurut Mayasari dan Budiarmo (2017), yaitu:

- a. Atraksi wisata
Merupakan daya tarik keindahan alam, budaya, keunikan alam dan budaya yang menarik wisatawan untuk datang
- b. Amenitas
Adalah fasilitas yang dapat diberikan untuk kenyamanan wisatawan
- c. Aksesibilitas
Adalah kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata
- d. Citra
Adalah keyakinan dan ide bahwa orang memiliki destinasi wisata tersebut.

Kualitas akan berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan wisatawan. Kualitas produk wisata mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung pada suatu lokasi wisata (Sangkaeng, dkk, 2015).

Pemilihan produk wisata tergantung pada konsumen dari produk wisata tersebut. Beberapa masalah dalam perilaku wisatawan adalah perilaku wisatawan dan perilaku konsumen berbeda satu sama lain, sehingga seorang turis harus dianggap sebagai cara yang berbeda dari konsumen umum. Jika perilaku konsumen umumnya terfokus pada pilihan produk dan kepuasan dengan produk, perilaku wisatawan telah memperpanjang fase di sekitar kegiatan wisata (Sinitsyn, 2015).

Harapan wisatawan jauh lebih rumit dan kurang spesifik. Salah satu alasan untuk keterlibatan harapan wisatawan adalah bahwa produk pariwisata terdiri dari berbagai elemen yang mempengaruhi pengalaman wisata dan kepuasan. Sebagai contoh perbandingan pembelian mobil salju dan safari mobil salju, seorang konsumen yang membeli mobil salju akan mengharapkan karakteristik teknis tertentu darinya. Saat membeli perjalanan mobil salju, seorang turis tidak akan mengharapkan spesifikasi mesin, tetapi lebih fokus pada dasar emosional dan pengalaman yang mungkin. Bahkan dalam kasus pembelian safari kecil ada beberapa elemen yang menjadi dasar ekspektasi, misalnya dapat berupa: lingkungan, pemandu, wisatawan lain, dan aktivitas itu sendiri. Kesulitan lain adalah bahwa harapan wisatawan memiliki lebih banyak alasan psikologis dan muncul melalui pemahaman karakter pribadi. Dari pernyataan yang disebutkan di atas, berbagai pendekatan yang berfokus pada konsumen biasa tidak selalu berlaku untuk pertimbangan wisatawan dan setidaknya harus diubah dan ditambah (Sinitsyn, 2015).

Wisatawan memilih paket liburan, perjalanan, kunjungan ke negara berdasarkan beberapa kriteria misalnya harga, dan stabilitas politik. Hal utama yang digunakan wisatawan adalah berdasarkan pengalaman mereka sendiri atau pengalaman produk atau layanan yang disediakan (Ferencová dan Karas, 2013).

Sebuah destinasi pariwisata memerlukan strategi portofolio produk yang baik untuk dapat mengembangkan pariwisata. Portofolio harus didasarkan pada daya tarik dan sumber daya yang sudah ada, tetapi juga harus mempertimbangkan infrastruktur, fasilitas dan layanan yang dibutuhkan untuk membuat pengembangan menjadi kenyataan (Masip, 2006).

Selama proses tersebut, kriteria lain akan diperlukan untuk membantu dalam melakukan evaluasi yang akurat dari potensi berbagai produk. Kriteria ini dapat berdasarkan pada kondisi ekonomi, sosial, budaya, lingkungan atau politik. Beberapa contoh dapat berupa potensi pasar yang ditetapkan untuk produk, gambar produk dan posisi suatu tujuan, daya tarik investasi publik atau swasta, meramalkan tingkat investasi, hasil yang diharapkan, efektivitas sosial, dan biaya. Perlu adanya strategi untuk mengetahui tingkat persaingan, dan dengan mempertimbangkan kebutuhan berbagai aktor yang hadir

melalui proses pembangunan dan penciptaan produk baru. Penciptaan produk pariwisata dilaksanakan setelah portofolio produk ditentukan dan tujuan dikhususkan. Produk dan layanan digunakan untuk melengkapi kegiatan pariwisata (Masip, 2006).

Penciptaan nilai dalam tujuan pariwisata dapat ditentukan melalui penciptaan produk yang ditargetkan untuk segmen pasar tertentu. Penciptaan produk pariwisata adalah proses yang membutuhkan berbagai elemen dan mengikuti beberapa langkah. Langkah awal adalah dimana semua elemen dasar diperhitungkan, setelah itu produk dibuat dan akhirnya dikomunikasikan ke pasar sehingga dapat dikonsumsi oleh sebagian dari permintaan pariwisata (Masip, 2006).

Permintaan pariwisata yang berbasis alam mengalami peningkatan. Tempat wisata perlu mempertimbangkan produk pariwisata untuk menjaga segmen konsumen dan agar mampu bersaing dengan tempat wisata lainnya. Wisatawan selalu mencari beberapa produk yang unik, istimewa dan baru, sehingga lokasi wisata perlu mempertimbangkan produk wisata tersebut (Sinitsyn, 2015).

Proses untuk membuat produk adalah sangat kompleks dan membutuhkan keberadaan organisasi manajemen

yang harus memimpin, mengoordinasikan, menyusun, mengembangkan, dan mengimplementasikan proses. Itu juga akan diperlukan karena semua masalah berbeda terkait dengan proses penciptaan produk yang perlu dikoordinasikan untuk dapat menjamin keberhasilannya, selalu mempertimbangkan perspektif ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan (Masip, 2006).

3.2. Produk Wisata di Pasar Terapung Lok Baintan

3.2.1. Kerajinan tangan

Kerajinan tangan mengutamakan ketrampilan tangan sebagai media dalam membuat benda-benda kerajinan. Kerajinan tangan pada umumnya membuat barang secara manual dengan mengutamakan keindahan.

Produk kerajinan tangan yang terdapat di Desa Lok Baintan berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan masyarakat, 60% masyarakat mengatakan ada memiliki kerajinan tangan berupa topi *purun* dan 90% mengatakan ada memiliki kerajinan tangan berupa *bakul* (keranjang). Usaha kerajinan tangan ini merupakan kerajinan anyaman turun temurun yang tetap hidup dan berkembang untuk memberikan tambahan penghasilan bagi masyarakat. Proses pembuatan kerajinan tangan sejak dulu sampai sekarang masih menggunakan cara manual dengan memanfaatkan hasil alam berupa tanaman *purun* yang merupakan tanaman khas lahan rawa. Hasil kerajinan tangan akan dipasarkan di Pasar Terapung Lok Baintan. Sumber dagangan berupa kerajinan tangan di Pasar Lok Baintan terdapat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Sumber Dagangan Berupa Kerajinan Tangan

No.	Asal dagangan	Jumlah	Presentase (%)
1	Membuat sendiri dan membeli dari orang lain	0	0
2	Membuat sendiri	4	8
3	Membeli dari orang lain	10	20
4	Tidak berdagang kerajinan	36	72
Total jawaban		50	100

Sumber: Arisanty, dkk (2017^b)

Pedagang yang berjualan dari hasil kerajinan di Pasar Terapung Lok Baintan adalah pedagang topi *purun* dan keranjang. Berdasarkan jawaban responden yang berjumlah total 50 responden diketahui bahwa 4 pedagang membuat sendiri dengan hasil yang semuanya adalah menguntungkan, 4 pedagang menjual hasil perikanan dari membeli milik orang lain dengan hasil juga yang menguntungkan, dan 36 pedagang lainnya tidak menjual hasil kerajinan.

Pedagang yang membuat kerajinan berupa topi *purun* dan keranjang sebanyak 4 pedagang dan mereka mendapatkan bahan baku dari pohon nipah dan rumput *purun*. Pengetahuan membuat kerajinan topi *purun* dan keranjang berasal dari turunan keluarga, nenek moyang dan kreatifitas sendiri. Topi *purun*

dan keranjang yang dijual berkisar antara 25-30 ribu/buah. Pedagang juga ada yang menjual kerajinan berupa mainan perahu. Kerajinan ini didatangkan dari tempat lain, diluar wilayah Lok Baintan.



Gambar 3.1. Kerajinan Tangan yang dijual di Pasar Terapung Lok Baintan

Pedagang yang tidak membuat sendiri kerajinan topi *purun* dan keranjang berjumlah 10 pedagang dan mereka membeli kerajinan topi *purun* dan keranjang dari para pengepul atau membeli dari pedagang yang ada di Pasar Lima Kota Banjarmasin. Harga satu topi *purun* yang mereka beli seharga 7-8 ribu/buah, dan harga satu keranjang yang mereka beli berkisar dari harga 15-17ribu/buah. Topi *purun* yang mereka jual kembali di Pasar Terapung Lok Baintan berkisar antara 20-25 ribu dan harga keranjang yang mereka jual kembali di Pasar Terapung Lok Baintan sebesar 30 ribu/buah.

Pengrajin keranjang yang ada di Desa Lok Baintan hanya ada satu orang. Dia membuat keranjang yang berasal dari bambu kecil yang disebut dengan *bamban*. *Bamban* didapatkan dari pedagang lain yang memasok barang setiap seminggu atau dua minggu sekali tergantung pada stok yang ada. Seratus buah *bamban* dibeli dengan harga Rp 4000. Seikat *bamban* berisi 40 batang. 40 buah batang *bamban* akan menghasilkan 5 buah keranjang kecil. Sehari pengrajin hanya dapat menghasilkan 5 buah keranjang kecil. Jumlah kerajinan yang dibuat tergantung pada stok *bamban* yang ada.

Sebuah keranjang kecil dijual pengrajin ke pedagang dengan harga 30000-5000 rupiah/keranjang tergantung pada ukurannya. Keranjang dijual kembali di Pasar Terapung dengan harga berkisar 20.000/buah. Keahlian membuat keranjang merupakan hasil kerajinan dan kreatifitas pengrajin sendiri. Pengraji menyatakan bahwa belum ada mendapatkan bantuan berupa pelatihan dan modal dari pemerintah.



Gambar 3.2. Produk Kerajinan yang dihasilkan oleh Pengrajin di Desa Lok Baintan

3.2.2. Hasil Perkebunan

Hasil dari perkebunan menjadi komoditi yang bernilai untuk dijual. Berkebun merupakan adalah salah satu mata pencaharian bagi masyarakat di kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan. Masyarakat

menanam pisang, jeruk, dan nanas. Hasil perkebunan yang dijual di Pasar Terapung Lok Baintan yaitu 94% menjual jeruk, 34% jeruk bali, 86% nanas, 92% pisang dan sayuran 16%.

Masyarakat di Desa Lok Baintan khususnya perempuan yang menjadi pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan, namun selain berdagang juga melakukan kegiatan lainnya seperti berkebun. Hasil dari kebun juga akan dijual di pasar terapung. Produk yang mereka jual adalah dalam bentuk bahan mentah dan belum diolah. Mereka memanen hasil kebunnya pada sore hari, kemudian dibawa ke Pasar Terapung Lok Baintan pada pagi harinya. Jumlah hasil kebun yang mereka bawa juga jumlahnya terbatas karena hasil kebunnya yang sedikit dan sampan yang mereka gunakan juga kecil. Kegiatan jual beli hasil kebun di Pasar Terapung Lok Baintan menjadi daya tarik wisata di wilayah ini. Adapun asal dari hasil perkebunan yang dijual pedagang di Lok Baintan terdapat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Asal Hasil Kebun yang dijual oleh Pedagang di Pasar Lok Baintan

No	Asal Hasil Kebun	Jumlah	Presentase (%)
1	Kebun sendiri dan milik orang lain	3	6
2	Kebun Milik sendiri	13	26
3	Milik orang lain	11	22
4	Tidak berjualan hasil kebun	23	46
Total jawaban		50	100

Sumber: Arisanty, dkk (2017^b)

Pedagang yang berjualan dari hasil perkebunan di Pasar Terapung Lok Baintan adalah pedagang buah jeruk, pisang, nanas, sirsak dan sayur-sayuran. Berdasarkan total 50 responden diketahui bahwa 13 pedagang memiliki kebun sendiri, 11 pedagang menjual hasil perkebunan dari membeli hasil kebun orang lain, dan 3 pedagang yang menjual dari hasil kebun dan membeli dari orang lain. Sebanyak 23 pedagang lainnya tidak menjual hasil perkebunan.

Pedagang buah jeruk sebanyak 12 orang (7 menjual dari orang lain dan 5 dari hasil kebun sendiri) menyatakan bahwa waktu memanen hasil jeruk ketika buah sudah mulai masak. Luas lahan pedagang yang memiliki lahan kebun jeruk bervariasi mulai dari 10 m x 15 m hingga 2 Ha, adapun jumlah panen tergantung dengan luas kebun, semakin luas lahan kebun jeruk maka semakin banyak pula hasil panen yang dihasilkan. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa hasil panen selama setahun berkisar dari 200 kg-2 ton. Harga jual jeruk di pasar terapung sekitar 120/keranjang, satu keranjang berisi 100 jeruk.



Gambar 3.3. Hasil Perkebunan yang dijual di Pasar Terapung Lok Baintan

Di Desa Lok Baintan, terdapat juga perempuan yang berprofesi sebagai pengepul buah jeruk. Dia mengumpulkan jeruk dari petani-petani jeruk yang ada di Desa Lok Baintan dan desa sekitarnya. Jeruk kemudian dijual kembali ke luar daerah misalnya ke wilayah Pelabuhan Kabupaten Tanah Laut.

Pedagang juga ada yang mendapatkan barang dagangan dari orang lain. Para pedagang membeli jeruk ketika stok sudah habis atau sehari sebelum berjualan dipasar terapung, sebagian besar responden mengatakan harga beli buah jeruk adalah 1ribu/biji (100biji/100ribu) dan dijual kembali dengan harga 120 ribu rupiah.

Pedagang buah pisang sebanyak 9 orang (1 orang pedagangmenjual pisang yang dibeli dari orang lain dan 9 orang pedagang menjual dari hasil kebun sendiri). Pedangan yang mendapatkan buah pisang dari kebun sendiri menyatakan bahwa waktu memanen hasil pisang ketika buah sudah mulai masak/berbuah. Luas lahan pedagang yang memiliki lahan kebun pisang bervariasi mulai dari 10 m x 15 m hingga 1 Ha, adapun jumlah panen tergantung dengan luas kebun, semakin luas lahan kebun jeruk maka semakin banyak pula hasil panen yang dihasilkan. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa hasil panen selama setahun berkisar dari 200 kg-500 kg. Dalam 1 tahun, pedagang yang memiliki kebun pisang dapat panen sebanyak 4 kali. Harga jual pisang di pasar terapung sekitar 30 ribu/tandan pisang (5 ribu/sisir). Pendapatan ekonomi yang didapat para pedagang yang memiliki kebun pisang sendiri adalah menguntungkan, namun sayangnya, dari jawaban responden belum ada/tidak ada niat untuk mengolah pisang sebelum menjual kepasar terapung.

Pedagang yang mendapatkan barang dagangan dari petani lain bukan kebun sendiri menyatakan bahwa mereka membeli pisang ketika stok sudah habis atau sehari sebelum berjualan dipasar terapung, sebagian besar responden mengatakan harga beli buah pisang adalah 5ribu/sisir (1 tundun/30-35ribu) dan dijual kembali dengan harga 10ribu rupiah.

Pedagang buah nanas/sirsak sebanyak 3 orang (2 orang pedagang nanas dan 1 orang pedagang sirsak). Semua pedagang buah nanas dan sirsak yang berjualan di pasar terapung merupakan pedagang yang membeli barang dagangannya dari orang lain. Waktu pembelian biasanya dilakukan sehari sebelum berdagang di Pasar Terapung Lok Baintan. Nanas biasanya dibeli seharga 3-4 ribu/biji sedangkan harga sirsak dibeli seharga 7-10 ribu/biji. Sedangkan harga jual nanas dijual seharga 10 ribu/biji dan untuk harga jual sirsak berkisar antara 10-15 ribu/biji.

3.2.3. Hasil Perikanan

Hasil perikanan yang terdapat di Desa Lok Baintan berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan masyarakat, 100% responden mengatakan bahwa hasil perikanan yang terdapat di Desa Lok Baintan yaitu ikan patin, ikan *haruan* (gabus), ikan *pepuyu* (bethok), dan ikan sepat. Ikan tersebut merupakan ikan khas di daerah rawa yang banyak ditemui di perairan di wilayah Lok Baintan. Ikan yang mereka jual juga dalam bentuk bahan mentah dan belum diolah sehingga biasanya jumlah ikan yang mereka bawa terbatas untuk dihabiskan pada hari itu juga. Pedagang juga membawa ikan asin yang telah dikemas dengan kemasan yang sederhana. Sumber barang dagangan yang dijual oleh pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan terdapat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Sumber Barang Dagangan Hasil Perikanan yang dijual di Pasar Terapung Lok Baintan

No.	Asal dagangan	Jumlah	Presentase (%)
1	Menangkap sendiri dan membeli dari orang lain	1	2
2	Hasil tangkapan sendiri	10	20
3	Membeli dari orang lain	2	4
4	Tidak berdagang ikan	38	76
Total jawaban		50	100

Sumber: Arisanty, dkk (2017^b)

Pedagang yang berjualan dari hasil perikanan di Pasar Terapung Lok Baintan adalah pedagang ikan *haruan* (gabus), ikan *papuyu* (bethok), dan ikan *sepat*. Berdasarkan total 50 responden diketahui bahwa 10 pedagang menangkap sendiri dengan hasil yang semuanya adalah menguntungkan, 2 pedagang menjual hasil perikanan dari membeli milik orang lain dengan hasil juga yang menguntungkan, dan 1 pedagang yang menjual dari hasil tangkapan sendiri dan membeli dari orang lain dengan hasil yang sangat menguntungkan, sedangkan 38 pedagang lainnya tidak menjual hasil perikanan.

Pedagang yang menangkap ikan *haruan* sendiri dan menjualnya di Pasar Terapung sebanyak 5 pedagang. Waktu menangkap ikan biasanya dilakukan sore hari. Mereka menjual ikan keesok harinya dengan harga jual berkisar antara 15-30 ribu/kilo.

Pedagang yang menangkap ikan *haruan* dan ikan *papuyu* serta ikan *haruan* dan ikan *sepat* sebanyak masing-masing 2 pedagang. Waktu menangkap ikan biasanya dilakukan sore hari disetiap harinya dengan harga jual ikan *haruan* antara 25-30/kilo, ikan *papuyu* antara 20-25ribu/kilo dan ikan *sepat* antara 15-20/kilo.

Pedagang yang menjual ikan *sepat* dari hasil membeli dagangan orang lain sebanyak 2 pedagang. Adapun ikan yang mereka jual adalah ikan *sepat* yang sudah diolah menjadi olahan ikan asin. Harga saat mereka membeli dari orang lain berkisar dari 15-20 ribu/kilo dan dijual kembali dengan harga berkisar 25-35/bungkus bahkan ada yang dijual menjadi 80 ribu/bungkus jika ikan *sepat* asin yang mereka jual diolah lagi (dihias/dibentuk menyerupai kipas atau dikemas dengan rapi).

Pedagang yang menjual dari hasil tangkapan sendiri dan dari hasil membeli barang orang lain sebanyak 1 orang. Adapun untuk jenis jualannya adalah menangkap ikan *haruan* sendiri dan membeli ikan nila dari orang lain. Ikan nila pada umumnya dibudidayakan sehingga penjual membeli ikan tersebut pada orang yang membudidayakan ikan.



Gambar 3.4. Produk Perikanan yang dijual di Pasar Terapung Lok Baintan

3.2.4. Makanan khas daerah

Makanan tradisional/khas adalah makanan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu, dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat tersebut. Makanan khas yang dijual di Pasar Terapung adalah makanan yang berasal dari sumberdaya alam yang ada di wilayah ini, misalnya *gangan humbut* dan *gangan keladi* yang memanfaatkan *umbut* dan *keladi* yang banyak tumbuh di wilayah ini (Arisanty, dkk, 2018^a).

Makanan khas yang terdapat di Desa Lok Baintan yang dijual pada Pasar Terapung berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan masyarakat, adalah nasi kuning yang dijual dengan menggunakan daun pisang. Daun pisang digunakan sebagai pembungkus tradisional, selain karena menambah rasa makanan yang enak, juga dapat menjadi pembungkus yang ekonomis dan ramah lingkungan. Makanan yang banyak dijual di Pasar Terapung lainnya adalah nasi sop, soto banjar, dan sate. Biasanya wisatawan menikmatinya sambil duduk di perahu bermotor atau *kelotok*. Sensasi duduk di perahu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang menikmati kuliner di Pasar Terapung.



Gambar 3.5. Pedagang Soto Banjar di Pasar Terapung Lok Baintan

3.2.5. Kue tradisional

Kue adalah penganan atau makanan ringan yang di buat dari campuran berbagai bahan pangan dan memiliki bentuk dan jenis yang beraneka ragam. Kue tradisional yang terdapat di Desa Lok Baintan berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan masyarakat, ada beberapa jenis makanan khas yang dijual di Pasar Terapung Lok Baintan misalnya ampanan tatak, apam, bingka, cucur, kue cincin, pundut, wadai lapis, untuk-untuk, dan pais pisang. Pedagang kue biasanya juga sambil berjualan teh hangat sebagai pendamping ketika makan kue. Kue tradisional tersebut dijual beragam, sekitar Rp 1000-Rp 2000/buah.

Kue tradisional khas banjar menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan karena rasanya yang khas dan enak. Banyak wisatawan yang tertarik untuk membeli karena kekhasan kue tersebut yang belum pernah mereka temukan ditempat lain.



Gambar 3.6. Pedagang Kue di Pasar Terapung Lok Baintan

BAB IV

DAMPAK WISATA TERHADAP KONDISI SOSIAL EKONOMI PEREMPUAN PELAKU WISATA

4.1. Peranan Sektor Wisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pelaku Wisata

Saat ini pariwisata telah muncul sebagai raksasa sosio-ekonomi di tingkat global regional dan nasional. Sektor pariwisata diakui sebagai industri. UNWTO (2002) berpendapat bahwa pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja, adanya keterkaitan dengan ekonomi lokal, peningkatan pendapatan devisa dan efek berganda, dan dapat mengarahkan pertumbuhan ekonomi serta pembangunan ekonomi. Negara-negara berkembang dicirikan oleh ketergantungan mereka pada pertanian untuk pendapatan ekspor, kemiskinan, pendapatan per kapita yang rendah, distribusi pendapatan dan kekayaan yang tidak merata, tingkat perkembangan industri yang rendah, pengangguran yang tinggi, pasar domestik kecil, pendapatan yang kecil dan pembangunan daerah yang tidak merata; dan pariwisata dapat dilihat sebagai solusi untuk masalah ini. Pariwisata bukan entitas tunggal, tetapi merupakan kombinasi dari berbagai industri (Sandeep dan Vinod, 2014; Shiji, 2016).

Dampak dalam pembangunan sosial dan ekonomi di kawasan wisata adalah keuntungan yang memengaruhi kehidupan masyarakat dalam hal uang dan hubungan dengan orang lain. Oleh karena itu, pengembangan usaha yang berupaya untuk meningkatkan kehidupan penduduk sangat dibutuhkan. Pariwisata telah berkembang menjadi iklim kewirausahaan, baik untuk bisnis yang sudah ada maupun yang baru didirikan. Pariwisata tidak hanya memberikan pendapatan yang sah bagi sebagian besar bisnis, pariwisata juga telah menciptakan dampak sosial-ekonomi bagi penduduk yang dulunya hidup sederhana (Phoummasak, 2014).

Industri pariwisata membutuhkan serangkaian input seperti transportasi, makanan dan akomodasi, keamanan, rekreasi, dan sebagainya; semua itu secara otomatis membuka berbagai kegiatan ekonomi. Sejumlah besar orang dapat terlibat dalam mengangkut, menampung, melayani dan menciptakan kembali wisatawan. Ini dapat menghasilkan fasilitas kerja dalam berbagai mode sistem transportasi seperti udara, jalan, kereta api dan air. Pekerjaan juga dapat dihasilkan dengan menyediakan makanan dan layanan akomodasi seperti hotel, motel, restoran, dll. Pariwisata tidak hanya bermanfaat tetapi juga memiliki biaya untuk menampung masyarakat. Ada banyak biaya sosial yang ditimbulkan dari pariwisata seperti penyakit, seperti HIV, polusi budaya, dll. Kerugian dari aspek-aspek negatif dari pariwisata ini menembus secara perlahan ke dalam masyarakat yang sulit untuk diukur (Ali, 2013).

Rumah tangga miskin dapat memperoleh manfaat dari upah yang lebih tinggi dan peningkatan produksi di industri terkait pariwisata. Namun, efek ini mungkin cukup, jika rumah tangga miskin tidak memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja di bisnis ini. Efek pendapatan yang mengimbangi datang dari jatuhnya produksi dan upah di sektor ekspor tradisional. Aspek negatif dari ekspansi pariwisata adalah bahwa jika orang miskin sangat bergantung pada pendapatan dari sektor ekspor komoditas, peningkatan permintaan pariwisata dapat menyebabkan peningkatan kemiskinan. Konsumsi pariwisata (misalnya pariwisata domestik) terutama terkonsentrasi pada bagian masyarakat terkaya (Ardahaey, 2011).

Pariwisata berkontribusi pada pengembangan sektor ekonomi lainnya dan juga mendorong pertukaran budaya di wilayah tersebut. Akibatnya dampak yang diciptakan oleh pariwisata beragam. Secara umum mereka dibagi menjadi dampak ekonomi, dampak sosial dan budaya dan dampak lingkungan. Dampak paling penting yang diciptakan oleh pariwisata adalah pada kondisi ekonomi ekonomi. Jadi dampak ekonomi utama adalah peningkatan kesempatan kerja, peningkatan investasi, pengembangan dan pengeluaran infrastruktur, peningkatan pendapatan pajak, menciptakan peluang bisnis baru dan berkontribusi terhadap pendapatan dan standar hidup masyarakat. Efek pariwisata terhadap ekonomi dapat diklasifikasikan ke dalam efek langsung, efek tidak langsung dan efek yang diinduksi. Efek langsung terkait langsung dengan pengeluaran pengunjung. Di sisi lain, dampak tidak langsung adalah perubahan dalam perekonomian sebagai akibat dari putaran sekunder pembelian yang dilakukan dalam pengeluaran langsung. Tetapi efek yang diinduksi terkait dengan perubahan ekonomi sebagai akibat dari pendapatan yang diterima dari pengeluaran wisatawan (baik secara langsung maupun tidak langsung) (Shiji, 2016).

Dampak sosial dan budaya dapat bersifat positif atau negatif. Dampak sosial dan budaya positif yang penting yang diciptakan oleh pariwisata adalah peningkatan fasilitas seperti taman, fasilitas rekreasi dll., peningkatan kualitas hidup masyarakat, meningkatkan pemahaman berbagai komunitas dan investasi dalam seni dan budaya. Di sisi lain dampak sosial dan budaya yang negatif adalah hilangnya identitas asli, bentrokan budaya, tekanan sosial seperti meningkatnya permintaan akan sumber daya, pengucilan penduduk lokal dari sumber daya alam dan masalah etika seperti pariwisata seks atau pekerja anak (Shiji, 2016).

Pariwisata sepenuhnya bergantung pada lingkungan alam. Pariwisata menciptakan dampak terhadap lingkungan juga. Dampak lingkungan yang penting adalah menipisnya sumber daya alam, polusi dan dampak fisik seperti hilangnya keanekaragaman hayati (Shiji, 2016).

4.2. Kondisi Sosial Ekonomi Perempuan Pelaku Wisata di Lok Baintan

Kegiatan wisata telah memberikan dampak terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat, baik dari segi kepemilikan terhadap aset ekonomi maupun hubungan kemasyarakatan. Tinjauan terhadap aset yang dimiliki perempuan sebagai pedagang dan pelaku utama kegiatan wisata adalah aset sumberdaya alam, aset finansial, aset sumberdaya manusia, aset fisik, aset sosial, kemudahan mendapatkan akses, dan aktivitas masyarakat. Aset sumberdaya alam, aset finansial, aset fisik adalah aset ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat sedangkan aset sumberdaya manusia, aset sosial, kemudahan mendapatkan akses dan aktivitas masyarakat merupakan aset sosial.

4.2.1. Aset Sumberdaya alam

Aset sumberdaya alam yang dimiliki oleh pedagang di pasar terapung Lok Baintan terdapat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Aset Sumberdaya Alam Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan

Aset Sumberdaya Alam		Responden	Presentase (%)
Sawah/ladang	Tidak ada	29	58
	Sewa	2	4
	Milik sendiri	19	38
Kebun	Tidak ada	25	50
	Sewa	3	6
	Milik sendiri	22	44
Kolam/empang	Tidak ada	49	98
	Sewa	0	0
	Milik sendiri	1	2
Ternak	Tidak ada	43	86
	Sewa	0	0
	Milik sendiri	7	14

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pedagang yang berjualan di Pasar Terapung Lok Baintan menyatakan bahwa yang memiliki sawah/ladang hanya 19 orang, yang menyewa sawah/ ladang ada 2 orang, dan yang tidak memiliki sawah/ladang sebanyak 29 orang. Data tersebut menggambarkan bahwa di pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan sebagian besar tidak memiliki sawah/ladang sendiri namun mereka bekerja di sawah orang lain dengan sistem bagi hasil. Pedagang menjual hasil sawah mereka di Pasar Terapung Lok Baintan atau dikonsumsi sendiri untuk kebutuhan sehari-hari.



Gambar 4.1. Sawah dan Kebun Jeruk yang ada di Desa Lok Baintan

Kepemilikan kebun dari pedagang yang ada di Pasar Terapung Lok Baintan adalah sebanyak 22 orang memiliki kebun milik sendiri, 3 orang yang menyewa kebun orang lain dengan sistem bagi hasil dan warga yang tidak memiliki kebun ada 25 orang. Hasil dari kebun tersebut kemudian dijual di Pasar Terapung Lok Baintan. Hasil kebun yang banyak dijumpai di Lok Baintan adalah jeruk dan pisang.



Gambar 4.2. Kebun Pisang di Desa Lok Baintan

Kepemilikan kolam dan empang dari pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan adalah sebanyak 1 orang memiliki kolam/empang dan sebanyak 49 orang tidak memiliki kolam/empang. Masyarakat mengumpulkan ikan dari sungai dan rawa sehingga membuat kolam/empang bukan menjadi prioritas mereka. Ikan yang mereka tangkap di sungai dan rawa adalah ikan patin, ikan *seluang*, ikan *sepat*, ikan gabus (*haruan*) dan ikan bethok (*papuyu*). Ikan tersebut diasinkan atau langsung dijual di Pasar Terapung Lok Baintan.

Kepemilikan ternak dari pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan adalah sebanyak 7 orang memiliki ternak dan sebanyak 43 orang tidak memiliki ternak. Peternakan merupakan pekerjaan sampingan pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan. Mereka beranggapan bahwa ternak seperti ayam dan bebek dapat merusak lahan pertanian mereka, sehingga banyak yang tidak mau beternak. Selain itu, hasil ternak tidak biasa dijual di Pasar Terapung Lok Baintan, sehingga beternak bukan merupakan aktivitas utama pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan.

Aset sumberdaya alam yang dimiliki oleh para pedagang telah menopang keberlangsungan kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan. Pasar Terapung Lok Baintan memberikan kemudahan bagi para pedagang untuk menjual hasil pertanian, perkebunan dan perikanan mereka, yang artinya memberikan penghasilan bagi mereka.

4.2.2. Aset Finansial

Aset finansial pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan terdapat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Aset Finansial Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan

Aset Finansial		Responden	Presentase (%)
Penghasilan rutin	< Rp. 600.000	4	8
	> Rp. 600.000	46	92
Penghasilan sampingan	Tidak punya	39	78
	Punya	11	22
Kepemilikan Emas	Tidak punya	28	56
	Punya	22	44
Kepemilikan Tabungan	Tidak punya	34	65
	Punya	16	35
Kepemilikan Asuransi	Tidak punya	49	98
	Punya	1	2
Kepemilikan piutang	Tidak punya	46	92
	Punya	4	8
Kepemilikan arisan	Tidak punya	19	38
	Punya	31	62
Kepemilikan kredit	Tidak punya	46	8
	Punya	4	92
	Milik sendiri	7	14

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pendapatan rutin tiap bulan pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan adalah terdapat 46 pedagang berpenghasilan > Rp. 600.000 dan 4 pedagang berpenghasilan < Rp. 600.000. Pedagang mempunyai penghasilan bersih sekitar 20.000-50.000/hari dari hasil mereka berjualan di Pasar Terapung Lok Baintan. Mereka menyatakan bahwa penghasilan tersebut masih kurang untuk kebutuhan sehari-hari.

Pendapatan sampingan selain berdagang di Pasar Terapung Lok Baintan adalah ada 11 orang yang mempunyai pendapatan sampingan dan 39 orang yang tidak memiliki pendapatan sampingan. Berdagang di Pasar Terapung Lok Baintan menjadi pekerjaan utama wanita di wilayah Lok Baintan. Ada sebagian pedagang yang memiliki kebun, sawah dan ternak sehingga mereka mendapatkan penghasilan lain selain dari berdagang.

Pedagang yang berjualan di Pasar Terapung Lok Baintan yang memiliki emas sebanyak 22 orang dan yang tidak memiliki emas 28 orang. Pedagang mengatakan bahwa di Lok Baintan sebagianarganya memiliki investasi atau tabungan berupa emas. Emas lebih mudah disimpan dan ketika diperlukan mudah juga untuk dijual. Akses terhadap bank yang sulit menyebabkan mereka lebih memilih untuk menabung dalam bentuk emas.

Pedagang di Lok Baintan yang memiliki tabungan sebanyak 18 orang dan yang tidak memiliki tabungan 34 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Lok Baintan sebagian besararganya tidak memiliki tabungan. Penghasilan yang sedikit dari hasil berjualan dan kesulitan dalam mengakses bank menyebabkan banyak yang tidak mempunyai tabungan. Mereka lebih memilih menabungkan hasil jualan di pasar terapung dalam bentuk emas, atau hanya digunakan untuk keperluan sehari-hari.

Pedagang yang memiliki asuransi sebanyak 1 orang dan yang tidak memiliki asuransi 49 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat di Lok Baintan sebagianarganya belum memiliki asuransi. Masyarakat tidak mengenal asuransi termasuk BPJS. Mereka berobat ke puskesmas di desa tersebut ketika sakit. Penghasilan yang terbatas dan pengetahuan yang terbatas mengenai asuransi menyebabkan masyarakat masih belum memanfaatkan asuransi.

Pedagang Pasar Terapung Lok Baintan yang memiliki piutang sebanyak 4 orang dan yang tidak memiliki piutang 46 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan sebagian besar tidak memiliki piutang. Penghasilan yang terbatas dan tidak menentu menyebabkan para

pedagang lebih memilih tidak mempunyai piutang karena khawatir tidak mampu untuk membayar piutangnya.

Pedagang yang memiliki arisan sebanyak 19 orang dan yang tidak memiliki arisan 31 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan memiliki kegiatan rutin berupa kegiatan arisan yang dilakukan satu minggu sekali. Arisan menjadi pertemuan untuk bersosialisasi dan untuk menabung uang penghasilan mereka. Uang arisan sesuai dengan kemampuan mereka dan tidak memberatkan sehingga pedagang lebih memilih untuk ikut arisan.

Pedagang yang memiliki kredit sebanyak 4 orang dan yang tidak memiliki kredit 46 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan sebagian warganya tidak memiliki kredit barang dalam bentuk apapun. Penghasilan yang terbatas dan ketidakmampuan membayar barang kredit membuat pedagang tidak memilih membeli barang dengan cara kredit. Mereka memilih hidup sederhana daripada memberatkan diri dengan adanya kredit barang.

Secara finansial, pedagang di Pasar Terapung Lok Baitan mendapatkan penghasilan dari kegiatan pariwisata di Lok Baintan meskipun penghasilannya relative rendah, hanya berkisar antara 20.000-50.000/hari. Penghasilan rendah ini menyebabkan keterbatasan dalam kepemilikan emas, tabungan, asuransi dan barang-barang kredit. Mereka lebih memilih memanfaatkan hasil pekerjaannya untuk keperluan hidup sehari-hari, misalnya untuk makan, atau untuk membiayai anaknya sekolah. Meskipun demikian, adanya kegiatan wisata ternyata telah memberikan penghasilan bagi perempuan yang bekerja di sektor pariwisata untuk membantu perekonomian keluarganya.

4.2.3. Aset Sumberdaya Manusia

Aset sumberdaya manusia di kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan disajikan pada Tabel 4.3. Tabel 4.3. Aset Sumberdaya Manusia Pedagang di Kawasan Pasar Terapung Lok Baintan

Aset Sumberdaya Manusia		Responden	Presentase (%)
Jenjang Pendidikan	Tidak Sekolah – SD	34	68
	SLTA-SLTP	15	30
	Diploma/Sarjana	1	2
Dana untuk pendidikan	Pihak lain	11	22
	Sendiri	39	78
Keahlian selain berdagang	Tidak punya	39	80
	Punya	11	20
Status pekerjaan saat ini	Tetap	40	80
	Tidak tetap	10	20
Keterlibatan anggota keluarga dalam pekerjaan	Tidak Terlibat	34	69
	Terlibat	15	31
Frekuensi terserang penyakit	Sering	1	2
	Jarang	30	60
	Tidak pernah	19	38
Keterlibatan dalam program imunisasi	Tidak aktif	23	47
	Aktif	26	53
Keterlibatan dalam akseptor KB	Tidak aktif	15	30
	Aktif	35	70
Pihak yang membiayai kesehatan	Pihak lain	1	2
	Sendiri	49	98

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang menempuh pendidikan sampai jenjang sekolah SD/tidak sekolah ada 34 orang, jenjang SLTA-SLTP ada 15 dan yang sampai jenjang diploma/sarjana 1 orang. Rata-rata masyarakat di Lok Baintan untuk jenjang pendidikan terakhir masih di dominasi lulusan SD dan bahkan ada yang tidak sekolah. Perempuan yang bekerja sebagai pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan didominasi oleh yang berpendidikan rendah. Meskipun mereka berpendidikan rendah, tetapi anak-anak mereka diusahakan agar mempunyai pendidikan yang lebih baik daripada orang tuanya. Keberadaan wisata pasar terapung ini telah memberikan mereka harapan agar mempunyai penghasilan yang dapat digunakan untuk menyekolahkan anaknya.

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang melakukan pembiayaan pendidikan sendiri untuk anak-anak mereka ada 10 dan yang dibiayai oleh pihak lain ada 39 orang. Berdasarkan data tersebut bahwa rata-rata masyarakat masih menggunakan pembiayaan sendiri dalam melakukan pembiayaan pendidikan untuk anak-anaknya dari hasil berdagang dan hasil pertanian. Adanya sekolah yang dekat dengan permukiman dari jenjang SD-SMA, sangat memudahkan mereka untuk menyekolahkan anak-anaknya. Kegiatan wisata menjadi sumber pendapatan mereka telah membantu masyarakat disana untuk menyekolahkan anaknya kejenjang yang lebih tinggi meskipun dengan pendapatan yang minim.

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang menyatakan bahwa tidak memiliki keahlian selain pekerjaan saat ini ada 39 orang dan responden yang punya keahlian lain ada 11 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan mayoritas tidak memiliki keahlian selain pekerjaan utamanya yaitu berkebun dan berjualan di pasar terapung. Pendidikan yang rendah menyebabkan mereka tidak mempunyai keahlian lain yang mendukung perekonomiannya.

Pedagang yang menyatakan bahwa status pekerjaannya saat ini merupakan pekerjaan yang tidak tetap ada 40 orang dan yang mengatakan pekerjaannya tetap ada 10 orang. Perempuan di Pasar Terapung Lok Baintan masih cenderung mengadakan perkebunan dan berdagang di pasar terapung sebagai pekerjaan tetap mereka. Bertani atau berkebun dan sebagai pedagang menjadi sumber perekonomian mereka. Belum adanya pelatihan pengolahan hasil pertanian, perikanan dan kerajinan membuat pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan menjual buah dan hasil perkebunan serta hasil perikanan langsung dipasar terapung tanpa adanya pengolahan lebih lanjut yang akan memberikan mereka penghasilan tambahan.

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang menyatakan bahwa anggota keluarganya terlibat dalam pekerjaannya ada 15 orang dan yang menyatakan anggota keluarganya tidak terlibat ada 34 orang. Dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan hanya sebagian kecil yang melibatkan keluarganya dalam melakukan pekerjaan. Perempuan berperan utama dalam kegiatan perdagangan dan laki-laki berperan dalam bidang pertanian/perkebunan.

Dari segi kesehatan, pedagang yang berjualan di Pasar Terapung Lok Baintan mengatakan jarang terkena penyakit yang berbahaya bahkan ada yang mengatakan tidak pernah sama sekali, ini membuktikan bahwa masyarakat di Lok Baintan untuk status kesehatan tergolong baik. Apabila sakit, mereka berobat di puskesmas dan layanan kesehatan yang ada di wilayah Pasar Terapung Lok Baintan. Pedagang yang menyatakan terlibat aktif pada kegiatan imunisasi di kawasan wisata Lok Baintan ada 35 orang dan yang tidak aktif ada 15 orang. Berdasarkan data tersebut dapat diungkapkan bahwa sebagian besar masyarakat terlibat aktif dalam kegiatan yang mendukung kesehatannya dan keluarganya. Adanya fasilitas kesehatan yang ada di wilayah wisata Lok Baintan sangat memudahkan dalam mengakses fasilitas kesehatan.

Pedagang yang menyatakan terlibat aktif dalam akseptor KB (frekuensi) ada 35 orang dan yang menyatakan tidak aktif ada 15 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat turut aktif dalam akseptor KB (frekuensi) di Lok Baintan. Fasilitas kesehatan berupa puskesmas dan posyandu yang dibangun pada areal wisata memudahkan mereka untuk mendapatkan fasilitas layanan KB.

Pembiayaan kesehatan pada umumnya masih menggunakan biaya sendiri. Sebanyak 49 responden menggunakan biaya sendiri, sedangkan 1 orang menggunakan BPJS. Berdasarkan data ini dapat disimpulkan dalam hal pembiayaan kesehatan pedagang menggunakan pembiayaan sendiri. Penghasilan yang tidak menentu menyebabkan mereka lebih memilih ke puskesmas ketika berobat, tidak semua orang yang berdagang di Pasar Terapung Lok Baintan mampu untuk mempunyai asuransi BPJS sehingga ketika sakit parah akan menjadi masalah.

Sarana dan prasarana pendidikan, dan kesehatan pada wilayah Lok Baintan sudah tergolong baik. Ketersediaan sarana tersebut menyebabkan pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan mudah untuk

mendapatkan pelayanan pendidikan dan pelayanan kesehatan. Meskipun mereka berpendidikan rendah, tetapi ada keinginan dari para pedagang untuk menyekolahkan anaknya kejenjang yang lebih tinggi, ditunjang oleh adanya fasilitas pendidikan yang sudah baik. Sarana kesehatan seperti puskesmas dan posyandu sudah tersedia di desa. Masyarakat dapat memanfaatkannya untuk keperluan pengobatan, imunisasi dan KB. Sarana pendidikan dan kesehatan merupakan penunjang bagi kegiatan wisata, ternyata mempunyai dampak yang positif bagi pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan.

4.2.4. Aset Sosial

Aset sosial yang terdapat di kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan terdapat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4. Aset Sosial pada kawasan Wisata Pasar Terapung Lok Baintan

Aset Sosial		Responden	Presentase (%)
Kegiatan Gotong royong	Tidak ada	0	0
	Temporal	45	90
	Terjadwal	5	10
Organisasi Kemasyarakatan	Tidak punya	28	56
	Punya	22	44
Kepengurusan Organisasi	Tidak terlibat	33	66
	Terlibat (bukan pengurus)	5	10
	Terlibat (Pengurus)	12	24
Kepemilikan keluarga tempat tinggal	Tidak punya	8	16
	Punya	42	84
Relasi dengan pemerintah	Tidak punya	42	84
	Punya	8	16

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang menyatakan bahwa bahwa kegiatan gotong royong masyarakat di Lok Baintan bersifat temporal ada 45 orang dan yang mengatakan terjadwal ada 5 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan gotong royong ini dominan dilakukan secara temporal oleh masyarakat. Kegiatan gotong royong dilakukan jika ada even tertentu saja pada kawasan Pasar Terapung Lok Baintan. Meskipun demikian, kegiatan gotong royong dapat meningkatkan kekeluargaan dan kebersamaan anggota masyarakat di sekitar kawasan Pasar Terapung Lok Baintan.

Berdasarkan kegiatan organisasi kemasyarakatan, pedagang yang menyatakan mempunyai atau ikut dalam organisasi kemasyarakatan ada 22 orang dan yang tidak punya ada 28 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat sebagian ada yang ikut organisasi masyarakat dan sebagian lagi belum ikut andil. Pedagang yang menyatakan ikut dalam kepengurusan organisasi ada 12 orang, yang tidak terlibat ada 33 orang, dan yang terlibat namun bukan pengurus ada 5 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan sebagian besar tidak terlibat dalam kepengurusan organisasi masyarakat yang ada di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan. Adanya organisasi dalam kegiatan wisata menyebabkan masyarakat terlibat dalam penentuan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan wisata. Sebagian ada yang terlibat dan paham dengan peranan organisasi kemasyarakatan, sebagian lagi dari mereka apalagi yang sudah tua tidak terlibat dalam kegiatan organisasi kemasyarakatan.

Berdasarkan kekerabatan, pedagang yang menyatakan memiliki keluarga di daerah tempat tinggal mereka di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan ada 42 dan yang tidak punya keluarga di tempat tinggal ada 8 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang yang berjualan di Pasar Terapung Lok Baintan memiliki keluarga di wilayah tersebut. Pedagang di Lok Baintan adalah penduduk asli di wilayah tersebut. Mereka tinggal di desa tersebut dan turun temurun tinggal di desa tersebut.

Berdasarkan hubungan dengan pemerintah desa, pedagang yang menyatakan mempunyai relasi atau hubungan dengan pemerintah ada 8 orang dan yang tidak punya relasi ada 42 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat di Lok Baintan tidak memiliki relasi atau hubungan dengan pemerintah daerah. Perlunya relasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat adalah untuk menciptakan

kondisi yang kondusif dalam kegiatan wisata. Setiap keluhan pada kawasan wisata dapat ditampung dan dicarikan solusinya, untuk kemajuan kegiatan wisata.

Aset sosial yang dimiliki oleh pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan masih rendah. Banyak dari pedagang yang masih belum terlibat dalam organisasi kemasyarakatan. Pentingnya organisasi kemasyarakatan adalah keterlibatan perempuan dalam mengambil keputusan terkait dengan kegiatan wisata. Perempuan pada kegiatan wisata, hanya mengikuti alur saja, tidak mempunyai keputusan yang terkait dengan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan wisata di Pasar Terapung Lok Baintan.

4.2.5. Aset Fisik

Aset fisik pada kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baitan terdapat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Aset Fisik Pedagang pada Kawasan Pasar Terapung Lok Baintan

Aset Fisik		Responden	Presentase (%)
Sumber air minum	Air hujan	0	0
	Sumur/sungai	23	46
	Air PDAM	27	54
Kepemilikan tempat tinggal	Tidak ada	1	2
	Sewa	0	0
	Milik sendiri	49	98
Kepemilikan kendaraan bermotor	Tidak punya	19	38
	Punya	31	62
Kepemilikan fasilitas jamban	Tidak punya	39	78
	Punya	11	22
Kepemilikan listrik	Tidak punya	0	0
	Punya	50	100
Kepemilikan peralatan TIK	Tidak punya	14	28
	Punya	36	72

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang menyatakan mengonsumsi air minum dari air PDAM ada 27 orang dan yang menggunakan air sungai ada 23, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian masyarakat di Lok Baintan sudah mengonsumsi air menggunakan air PDAM dan sebagian lagi masih ada yang menggunakan air sungai untuk dikonsumsi sebagai air minum. Sungai yang keruh dan berwarna kecoklatan terutama pada saat surut menyebabkan sebagian masyarakat tidak mengonsumsi air sungai. Ketersediaan air bersih merupakan kebutuhan dalam kegiatan wisata.

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang memiliki tempat tinggal milik sendiri ada 49 orang dan ada 1 responden yang menyatakan tinggal di rumah yang disewa. Kesimpulan dari data tersebut adalah bahwa mayoritas pedagang Lok Baitan untuk tempat tinggal merupakan milik sendiri karena sebagian besar adalah penduduk asli wilayah ini. Mereka mengatakan bahwa mereka ada yang masih menumpang dengan orang tuanya. Mereka memilih menumpang atau serumah dengan orang tuanya daripada menyewa karena penghasilan yang tidak menentu. Lebih baik uang digunakan untuk keperluan makan sehari-hari.



Gambar 4.3. Permukiman di sekitar Pasar Terapung Lok Baintan

Hasil wawancara tentang kepemilikan listrik kepada 50 responden menyatakan bahwa semua pedagang sudah memanfaatkan energi listrik. Listrik sudah mengalir 24 jam di wilayah desa ini. Adanya aliran listrik memudahkan mendukung kegiatan wisata yang ada di desa ini.

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan yang menyatakan memiliki fasilitas jamban atau memiliki jamban ada 11 orang dan yang tidak punya ada 39 orang, ini menandakan bahwa pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan masih cenderung menggunakan jamban di sungai. Sungai selain dijadikan sebagai kawasan berdagang, dan jalur transportasi, bagian pinggir sungai juga digunakan sebagai jamban. Ditinjau dari aspek kesehatan dan estetika, adanya jamban sepanjang sungai pada kawasan wisata kurang baik dan dapat meningkatkan kadar bakteri e-coli pada sungai. Keberadaan jamban juga membuat kawasan wisata menjadi kurang nyaman dan kurang bagus ketika dilihat wisatawan.

Berdasarkan kepemilikan peralatan TIK, pedagang yang menyatakan mempunyai peralatan TIK ada 36 orang berupa TV dan ponsel dan yang menyatakan tidak mempunyai TV dan ponsel ada 14 orang. Mereka lebih baik memanfaatkan uang hasil berdagang di Pasar Terapung Lok Baintan untuk kebutuhan hidup sehari-hari daripada untuk membeli TV dan ponsel. TV dan ponsel belum menjadi kebutuhan pokok bagi pedagang.

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan telah mampu memiliki air bersih, rumah tempat tinggal, listrik, TV dan ponsel. Pedagang masih banyak yang belum memiliki fasilitas jamban. Keberadaan wisata telah berdampak positif bagi perempuan di sekitar kawasan Pasar Terapung Lok Baintan. Perempuan telah mampu mempunyai penghasilan sendiri, yang dapat mereka manfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

4.2.6. Kemudahan Akses

Kemudahan akses pada kawasan Pasar Terapung Lok Baintan terdapat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6. Kemudahan Akses Para Pedagang pada Kawasan Pasar Terapung Lok Baintan

Kemudahan akses		Responden	Presentase (%)
Akses terhadap jalan	Sulit	0	0
	Mudah	50	100
Akses Terhadap Layanan TIK	Sulit	7	14
	Mudah	43	86
Akses terhadap pasar	Sulit	0	0
	Mudah	50	100
Akses terhadap kesehatan	Sulit	5	10
	Mudah	45	90
Akses terhadap layanan	Sulit	1	2
	Mudah	49	98

Kemudahan akses		Responden	Presentase (%)
pendidikan			
Akses terhadap layanan perbankan	Sulit	43	86
	Mudah	7	14
Akses terhadap layanan komunikasi	Sulit	2	4
	Mudah	48	96
Akses terhadap layanan kantor pemerintah	Sulit	0	0
	Mudah	50	100

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan menyatakan untuk akses terhadap layanan jalan sudah mudah di jangkau oleh masyarakat setempat. Adanya bantuan berupa dana desa yang telah membangun jalan di kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan. Keberadaan jalan telah membuat aksesibilitas masyarakat menjadi lebih mudah. Akses yang mudah juga menyebabkan wisatawan mudah berkunjung ke kawasan wisata ini.



Gambar 4.4. Akses Jalan Menuju ke Lokasi Wisata Pasar Terapung Lok Baintan yang Bagus

Pedagang yang menyatakan bahwa akses terhadap layanan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) sudah mudah di jangkau oleh masyarakat setempat ada 43 orang. Sisanya masih belum bisa menjangkau layanan TIK. Pedagang yang sulit untuk mengakses TIK pada umumnya berpendidikan rendah dan sudah tua sehingga tidak paham dalam mengakses TIK.

Untuk akses terhadap layanan pasar sangat mudah di jangkau oleh para pedagang. Keberadaan objek wisata pasar terapung di sungai, kemudahan akses jalan dan keberadaan dermaga pasar terapung telah membuat kemudahan untuk mendapatkan layanan pasar.



Gambar 4.5. Dermaga Pasar Terapung yang Memudahkan Akses terhadap Pasar

Layanan kesehatan juga sudah mudah dijangkau oleh penduduk. Adanya puskesmas dan posyandu yang berada di desa membuat masyarakat mudah untuk mendapatkan layanan kesehatan. Layanan kesehatan di puskesmas dan posyandu yang relatif murah, memudahkan pedagang untuk mendapatkan layanan kesehatan.

Mayoritas pedagang menyatakan layanan pendidikan di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan dapat dengan mudah dijangkau. Di desa sudah terdapat jenjang pendidikan sekolah dasar dan Madrasah Tsnowiyah. SMA sudah terdapat di ibukota kecamatan yang jaraknya relatif dekat dengan desa, sedangkan jenjang pendidikan yang lebih tinggi yaitu perguruan tinggi juga masih bisa dijangkau. Perguruan tinggi ada di Kota Banjarmasin. Jarak dari desa ke Kota Banjarmasin tidak begitu jauh. Meskipun demikian, belum semua pedagang di Lok Baintan menyekolahkan anaknya ke jenjang yang paling tinggi karena keterbatasan biaya.

Akses terhadap layanan ekonomi (perbankan) masih sulit untuk dijangkau oleh sebagian besar pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan. Jarak yang jauh dari bank dan penghasilan yang masih belum dapat ditabungkan menyebabkan pedagang tidak dapat mengakses bank. Alternatif yang dapat ditawarkan pada kawasan ini adalah koperasi. Koperasi lebih mudah dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan aktivitas simpan pinjam.

Berdasarkan akses layanan komunikasi (ponsel, TV), para pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan sudah dapat mengakses layanan komunikasi berupa ponsel, dan TV. Pedagang di Lok Baintan sudah ada yang memiliki ponsel dan TV. Kemudahan layanan komunikasi seperti ketersediaan TV, ponsel dan jaringan atau sinyal ponsel sangat diperlukan dalam kawasan wisata. Kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan sudah tersedia dan mudah dalam mengaksesnya.

Akses terhadap layanan Kantor Pemerintah Desa Lok Baintan pada kawasan Pasar Terapung Lok Baintan adalah sangat mudah. Kantor kepala desa sudah terdapat di Desa Lok Baintan pada kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan. Keberadaan kantor kepala desa memudahkan para pedagang dalam mendapatkan pelayanan administrasi.



Gambar 4.6. Kantor Kepala Desa Lok Baintan

Akses yang terdapat di kawasan wisata Pasar Terapung Lok Baintan tergolong sudah baik. Pedagang mudah untuk mendapatkan akses jalan, akses pendidikan, akses pasar, akses layanan TIK, akses kesehatan, dan akses kantor pemerintahan desa. Kesulitan dalam akses adalah bank, karena memang bank tidak terdapat pada kawasan wisata dan relatif jauh. Keberadaan kawasan wisata ini telah membuat kemudahan bagi para pelaku wisata dalam mengakses berbagai macam fasilitas wisata, terutama pedagang yang ada di pasar terapung. Keberadaan pasar terapung memberikan dampak positif dan memperbaiki kehidupan masyarakat disekitar kawasan wisata.

4.2.7. Aktivitas Masyarakat

Aktivitas masyarakat pada kawasan Lok Baintan terdapat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Aktivitas Pedagang pada Kawasan Pasar Terapung Lok Baintan

Aktivitas Masyarakat		Responden	Presentase (%)
Aktivitas Perkebunan	Tidak ada	17	34
	Sampingan	20	40
	Utama	13	26
Aktivitas Peternakan	Tidak ada	38	76
	Sampingan	9	18
	Utama	3	6
Aktivitas Perikanan	Tidak ada	48	96
	Sampingan	0	0
	Utama	2	4
Aktivitas Jasa Usaha	Tidak ada	50	100
	Sampingan	0	0
	Utama	0	0
Frekuensi Makan	Teratur	50	100
	Tidak teratur	0	0
Frekuensi Layanan terhadap pasar	Teratur	50	100
	Tidak teratur	0	0
Frekuensi Layanan terhadap Layanan Kesehatan	Teratur	39	78
	Tidak Teratur	11	22
Frekuensi Layanan terhadap Layanan Pendidikan	Teratur	40	80
	Tidak Teratur	10	20
Frekuensi Layanan terhadap Layanan Perbankan	Teratur	35	70
	Tidak Teratur	15	30

Sumber: Arisanty, dkk, 2018^b

Pedagang yang menyatakan bahwa aktivitas pertanian merupakan aktivitas utama selain mereka berdagang ada 4 orang, yang menyatakan sampingan ada 34 orang dan yang tidak melakukan aktivitas pertanian ada 12 orang. Kegiatan pertanian masih menjadi kegiatan sampingan. Kegiatan pertanian pada umumnya dilakukan oleh kaum laki-laki. Kegiatan utamanya perempuan di Pasar Terapung Lok Baintan adalah berdagang.

Pedagang yang menyatakan bahwa aktivitas perkebunan adalah kegiatan utama ada 13 orang, yang menyatakan kegiatan sampingan ada 20 orang dan yang tidak sama sekali ada 17 orang. Sama halnya seperti kegiatan pertanian, kegiatan perkebunan masih merupakan pekerjaan sampingan perempuan di

Pasar Terapung Lok Baintan. Mereka beraktivitas di kebun untuk membantu suaminya dan dikerjakan setelah mereka berdagang di pasar terapung.

Kegiatan peternakan juga merupakan kegiatan sampingan untuk mendapatkan penghasilan tambahan selain berdagang. Pedagang yang menyatakan kegiatan peternakan sebagai kegiatan utama selain berdagang adalah 3 orang, yang menyatakan kegiatan sampingan ada 9 orang dan yang menyatakan tidak ada sebanyak 38 orang.

Aktivitas perikanan yang ada di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan adalah menangkap ikan langsung di sungai atau di rawa-rawa. Pedagang di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan tidak ada yang membuat keramba atau mempunyai kolam ikan. Ikan yang mereka jual berasal dari sungai dan rawa disekitar tempat tinggal mereka.

Informasi mengenai hasil wawancara tentang aktivitas usaha jasa (bidang transportasi, ojek, travel) pada kawasan Pasar Terapung Lok Baintan adalah mayoritas pedagang menyatakan bahwa tidak ada aktivitas usaha jasa (bidang transportasi, ojek, travel) di Pasar Terapung Lok Baintan. Kegiatan usaha yang ada di Lok Baintan adalah sebagai supir *kelotok* atau perahu bermotor. Pekerjaan ini dilakukan oleh laki-laki. Perahu bermotor biasanya digunakan oleh wisatawan yang ingin berkunjung ke Lok Baintan.

Berdasarkan data frekuensi makan, mayoritas pedagang menyatakan bahwa frekuensi makan masyarakat tergolong teratur. Mereka dapat makan dengan teratur sebanyak 3 kali sehari dengan menu yang sederhana. Keberadaan hasil alam berupa hasil pertanian padi dan adanya ikan di rawa-rawa atau sungai menjadi sumber makanan bagi penduduk di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan.

Frekuensi layanan pasar masyarakat tergolong teratur. Mereka mudah mendapatkan akses layanan pasar karena aktivitas yang dijalankan oleh masyarakat juga sebagai pedagang di pasar terapung.

Frekuensi terhadap layanan pendidikan pedagang di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan adalah tergolong teratur. Keberadaan fasilitas pendidikan yang dapat dijangkau oleh masyarakat menyebabkan kemudahan akses terhadap pendidikan meskipun masih pada taraf pendidikan dasar. Dengan demikian frekuensi terhadap layanan pendidikan termasuk baik.

Mayoritas pedagang menyatakan bahwa frekuensi terhadap layanan ekonomi (perbankan) masyarakat tergolong tidak teratur. Jumlah uang yang terbatas menyebabkan masyarakat tidak bisa menabung ke bank. Uang penghasilan mereka hanya cukup untuk kehidupan mereka sehari-hari. Jarak yang jauh dari bank juga menyebabkan frekuensi menabung ke bank juga terbatas.

Berdasarkan aktivitas, aktivitas wisata memang merupakan aktivitas utama pedagang yang ada di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan. Aktivitas pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan menjadi aktivitas sampingan atau tambahan yang mereka kerjakan setelah berdagang. Aktivitas wisata ternyata telah menjadi aktivitas dominan masyarakat disana. Adanya aktivitas wisata juga telah membuat keteraturan dalam frekuensi makan, pendidikan, pasar dan kesehatan. Fasilitas yang ada pada kawasan wisata telah membuat kemudahan dan keteraturan dalam memperoleh akses tersebut.

Secara umum, kegiatan wisata telah memberikan dampak secara ekonomi dan sosial kepada masyarakat. Masyarakat telah dapat memiliki aset sumberdaya alam, aset finansial, dan telah mempunyai aset fisik. Secara sosial, sumberdaya manusia juga mengalami peningkatan, secara sosial terjadi interaksi antar masyarakat, dan kemudahan mendapatkan layanan aksesibilitas. Masyarakat yang dulunya berpendidikan rendah, terbuka pikirannya untuk memberikan pendidikan yang lebih kepada anaknya. Pasar Terapung Lok Baintan juga telah menyebabkan kemudahan-kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan akses seperti jalan yang bagus, ketersediaan fasilitas pendidikan, kesehatan, dan pasar. Perencanaan yang lebih baik lagi dalam kegiatan wisata diharapkan dapat meningkatkan kehidupan sosial ekonomi masyarakat di Pasar Terapung Lok Baintan.

BAB V.

PERANAN PEMERINTAH DALAM MENDUKUNG PRODUK UNGGULAN

5.1. Peranan Pemerintah dalam Kegiatan Wisata

Peran pemerintah dalam kegiatan wisata adalah koordinasi dengan stakeholder pariwisata untuk mencapai tujuan yang sama. Peran koordinasi akan mendukung penerapan strategi pengembangan pariwisata, misalnya perencanaan bidang sosial, ekonomi, pemasaran daya tarik wisata, pemanfaatan aset alam dan budaya sebagai daya tarik wisata, pemanfaatan aset alam dan budaya sebagai daya tarik wisata, perencanaan lingkungan dan berbagai perencanaan lainnya. Peranan tersebut dimaksudkan agar kegiatan wisata menghasilkan dampak positif yang lebih besar daripada dampak negatif (Junaid, 2016; Martins, dkk, 2017).

Pemerintah berperan dalam melakukan perencanaan dalam meningkatkan daya tarik wisata, sarana dan prasarana. Perencanaan meliputi penambahan daya tarik wisata, penyediaan sarana prasarana dan peningkatan aksesibilitas. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan mengikuti event wisata, promosi melalui media elektronik dan media sosial. Pembangunan kawasan wisata ditujukan untuk meningkatkan aksesibilitas wisatawan dan masyarakat (Afandi, dkk, 2017). Pendapat yang serupa dari

Festival dan acara diakui sebagai sarana yang sangat baik dimana masyarakat setempat dapat merayakan aset, kekuatan, dan sejarah lokal, sambil mengambil pendekatan yang ditargetkan untuk menarik pengunjung. Pihak pemerintah setempat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap acara-acara lokal. Selain kontribusi keuangan, pemerintah setempat mendukung acara dengan mengalokasikan sumber daya staf, penutupan jalan, penyediaan area pementasan, pemasangan papan nama, manajemen lalu lintas dan parkir mobil, pengumpulan sampah tambahan dan pembersihan jalan, dukungan kesehatan dan keselamatan, manajemen acara, pemasaran dan publisitas, perizinan, pelatihan dan dukungan administratif (Local Authority Tourism Activity, 2017).

Jenis-jenis pekerjaan infrastruktur yang dilakukan oleh otoritas lokal termasuk memelihara pantai, memasang papan-papan penunjuk jalan, papan peta, interpretif dan panel informasi turis; membangun tempat parkir dan tempat melihat; membangun dan memelihara jalan setapak dan jalan setapak; mendirikan tempat penampungan bis di pemberhentian tur dan berinvestasi di bagian utama infrastruktur perjalanan seperti layanan feri dan bandara (Local Authority Tourism Activity, 2017).

Pemerintah juga dapat berperan sebagai pengusaha atau pelaku wisata. Pemerintah sebagai pengusaha dapat memaksimalkan potensi daerah dan memaksimalkan aset sumberdaya manusia yang ada pada wilayah wisata tersebut (Junaid, 2016). Keberadaan kegiatan wisata dapat memberikan kontribusi yang baik dalam terbukanya mata pencaharian baru bagi masyarakat. Kebijakan pengembangan wisata yang berorientasi pada pengembangan ekonomi masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Afandi, dkk, 2017).

Pemerintah daerah dapat memberikan wewenang kepada perangkat desa dalam mengatur kegiatan melalui peraturan desa. Pemberian wewenang tersebut didasari karena masyarakat lebih mengetahui kondisi yang ada pada kawasan wisata tersebut. Beberapa aturan tersebut misalnya penetapan tarif masuk kekawasan wisata, dan kewajiban menggunakan alat keselamatan untuk wisata pada kawasan perairan (Afandi, dkk, 2017).

Otoritas lokal dan manajer pariwisata dan perencana harus mengakui pentingnya menganalisis persepsi penduduk dalam pengambilan keputusan dan kebijakan perencanaan untuk pengembangan pariwisata. Persepsi masyarakat yang memadai tentang pentingnya sektor pariwisata dapat mengarah pada keterlibatan yang lebih besar pada bagian mereka untuk manajemen destinasi, yang menghasilkan keramahan yang lebih besar terhadap wisatawan. Selain itu, aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan destinasi akan lebih mudah dijamin. Pemerintah daerah menghadapi beberapa tantangan dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata secara efisien. Salah satu tantangan ini terkait dengan berbagai persepsi dan sikap yang berbeda yang dimiliki masyarakat lokal tentang penerapan prinsip-prinsip pengembangan wisata berkelanjutan (Vieira, et.al, 2016).

Selain pemerintah, sektor swasta juga mempunyai peranan dalam pengembangan wisata. Peranan sektor swasta adalah menyediakan berbagai fasilitas dan akomodasi, informasi, produk wisata, tujuan

wisata, program pendidikan dan pelatihan, dan kualitas pelayanan kepada wisatawan. Berbagai macam sektor swasta adalah jasa transportasi, biro perjalanan, hotel dan restoran, jasa souvenir, operator dan jasa lainnya. Swasta juga dapat melibatkan ekonomi penduduk lokal, dan meningkatkan nilai investasi dan menyumbangkan nilai ekspor bagi negara (Nugroho, 2011).

5.2. Peranan Pemerintah Daerah Dalam Mendukung Produk Unggulan di Pasar Terapung Lok Baintan

a. Peranan Dinas Pariwisata Kabupaten Banjar

Peranan Dinas Pariwisata dalam pengembangan wisata Pasar Terapung Lok Baintan terkait pengembangan wisata yaitu pengembangan destinasi dan promosi. Terkait destinasi tidak hanya dari Dinas Pariwisata tetapi juga melibatkan dinas yang lain dan masyarakat setempat. Program yang dibuat untuk Pasar Terapung Lok Baintan dari pemerintah Provinsi adalah pembangunan fasilitas untuk menunjang aktivitas wisatawan yang ada di Lok Baintan.

Dinas Pariwisata mempunyai bagian yang menyiapkan Usaha Kecil Mikro (UKM) yang terkait kepariwisataan namun untuk Lok Baintan belum dilakukan. Bentuk kegiatannya berupa pelatihan khusus masyarakat ditempat wisata berupa cara membuat sablon baju dan gantungan kunci yang nantinya hasilnya dapat dipasarkan ditempat wisata untuk oleh-oleh wisatawan.

Dinas Pariwisata berfokus pada POKDARWIS (kelompok sadar wisata). Kelompok binaan ini dilatih khusus untuk manajemen kepariwisataan agar masyarakat setempat lebih sadar wisata. Tujuan POKDARWIS itu sendiri adalah membina masyarakat tentang cara menyambut wisatawan yang datang agar wisatawan dapat membawa pulang kesan yang bagus bagi objek wisata tersebut. POKDARWIS terdiri 20-30 orang. Konsep sadar wisata sendiri yang ditanamkan ke masyarakat berpatokan pada 7 sapa pesona. Harapannya adalah wisatawan memperoleh kesan yang baik. Wisatawan yang mempunyai kesan yang baik mengenai destinasi wisata dapat membantu dalam mempromosikan tempat wisatanya kepada orang lain baik dari cerita yang dibawa pulang kemudian diceritakan lagi ke orang lain maupu melalui foto-foto yang di upload di media sosial (Arisanty, dkk, 2019).

Dinas Pariwisata tidak terlalu terlibat dalam pengembangan produk perikanan yang ada di Lok Baintan. Dinas Pariwisata lebih fokus ke objek wisatanya. Meskipun produk perikanan merupakan produk yang dijual di Lok Baintan, tetapi memang produk perikanan belum menjadi prioritas pengembangan produk wisata di Lok Baintan. Produk perkebunan juga belum menjadi prioritas dalam pengembangan produk wisata di Lok Baintan meskipun produk wisata juga merupakan produk yang dijual di Lok Baintan. Meskipun demikian, dinas pariwisata tetap menargetkan untuk kedepannya mengolah hasil perikanan dan perkebunan menjadi sebuah produk wisata.

Even yang telah Dinas Pariwisata yaitu acara 1000 *jukung* di Pasar Terapung Lok Baintan yang akan dilaksanakan bulan November 2018. Target yang mau dicapai dengan adanya kegiatan ini adalah agar wisata pasar terapung akan semakin mendunia dan banyak menarik wisatawan untuk datang, karena sekarang masyarakat sendiri mempertahankan kebudayaan pasar terapung ini karena mereka sudah sadar bahwa wisatawan yang datang dapat mengangkat perekonomian mereka (Arisanty, dkk, 2019).

Acara kegiatan 1000 *jukung* ini sebenarnya sudah menjadi kegiatan nasional di Kabupaten Banjar, tetapi kekurangan biaya menyebabkan kegiatan tersebut tidak bisa dilakukan rutin 1 tahun sekali. Acara tersebut akan dimulai lagi tahun 2019 dan Dinas Pariwisata akan terus berusaha agar kegiatan ini dapat terus dilakukan tiap tahun (Arisanty, dkk, 2019).

b. Peranan Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Banjar

Bidang ekonomi kreatif sendiri baru 1 tahun dibuat dan belum bisa masuk sampai ke tempat-tempat wisata untuk ikut andil dalam mengatur kegiatan masyarakat. Kegiatan ekonomi kreatif juga memerlukan dana namun dananya belum ada sehingga ini juga menghambat kinerja bidang tersebut. Berdasarkan wawancara dengan kepala bidang ekonomi kreatif, beliau menyatakan bahwa pemasaran wisata menjadi fokus utamanya.

“Sementara yang dapat lakukan berupa pemasaran tempat wisata saja, untuk bisa fokus ke pengembangan ekonomi kreatifnya kemungkinan tahun depan akan mulai dilaksanakan karena memang sasarannya kami anggarkan di tahun 2019 untuk pelatihan. Sekilas yang dapat dilihat di pasar terapung

Lok Baintan hanya didominasi oleh buah-buahan dan makanan, belum ada inovasi untuk pengolahan produk mentah menjadi sebuah produk unggulan yang menjadi ciri khas tersendiri “.

Kegiatan promosi yang sejauh ini dilakukan yaitu melalui media sosial dan pameran. Dalam pameran, Dinas Pariwisata memberikan penjelasan mengenai objek wisata yang ada di Kabupaten Banjar termasuk Lok Baintan. Untuk pelatihan memang belum ada di Lok Baintan karena memang diprogramnya pada tahun 2019, sementara pelatihan yang sudah berjalan itu sudah dilaksanakan di wilayah Pengaron dan wilayah Matang Keladan Aranio. Jenis pelatihannya seperti cara pembuatan kue, kerajinan tangan dan pemberdayaan wanita.

Rencana yang akan di kembangkan di Lok Baintan sendiri adalah di bidang kerajinan tangan. Lok Baintan mempunyai banyak terdapat eceng gondok yang dapat diolah menjadi sebuah produk nantinya (Arisanty, dkk, 2019).

c. Peranan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan

Provinsi Kalimantan Selatan mengelola dua pasar terapung yaitu Lok Baintan dan Kuin. Pasar terapung yang bersifat tradisional baik budaya maupun barang-barang yang di jual dipasar terapung ini membuat ciri khas yang tidak dimiliki daerah lain, namun yang menjadi kendala bagi pengembangannya yaitu tidak adanya modernisasi baik dalam mengemas barang dagangan maupun jenis barang dagangannya itu sendiri.

Dinas pariwisata Provinsi untuk tahun 2019 mencoba melakukan pengembangan berupa penataan cara berdagang yang meliputi pakaian para pedagang yang tradisional sampai pada cara mengemas dan menyusun barang dagangan mereka. Mayoritas di pasar terapung yang di jual adalah buah-buahan, ini juga menjadi target pengembangan. Masyarakat juga direncanakan diberikan pelatihan agar bisa mengolah barang dagangan mentah menjadi sebuah produk yang dapat menjadi ciri khas pasar terapung itu sendiri seperti minuman yang memiliki kemasan, pakaian, gantungan kunci dan lain sebagainya. Dengan harapan para wisatawan dapat membawa pulang oleh-oleh yang merupakan ciri khas pasar terapung.

Tahun 2019 juga direncanakan dibangun warung terapung oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan di Pasar Terapung Lok Baintan, karena selama ini dilihat tidak ada titik tumpu para pedagang berkumpul sehingga jeda waktu untuk para wisatawan bisa menikmati pasar terapung cukup singkat. Pasar terapung Lok Baintan buka dari jam 05.30- 10.00 pagi dengan konsep *belarut* (mengikuti arus air) sehingga bagi para wisatawan yang datangnya siang hari tidak akan dapat melihat kegiatan pasar terapung lebih lama, harapannya dengan dibagunnya warung terapung nantinya akan menjadi titik temu para pedagang berkumpul serta ini juga akan menambah durasi waktu pasar terapung sampai sore hari, jadi wisatawan dapat benar-benar mengikuti kegiatan pasar terapung baik.



Gambar 5.1. Bantuan Program Sosial dengan Membuat Dermaga di Lokasi Wisata Pasar Terapung Lok Baintan

Bentuk pengembangan lainnya berupa pembentukan 100 kelompok masyarakat sadar wisata di Lok Baintan dengan harapan dengan adanya kelompok ini masyarakat akan dibina bagaimana mengelola kegiatan wisatawan, jadi nantinya masyarakatlah yang akan mengelola objek wisatanya sendiri tanpa bergantung lagi pada pemerintah. Untuk pengembangan ini sendiri dana yang diperbantukan untuk mendukung kegiatan ini yaitu 15.000.000/kelompok untuk pembiayaan mendatangkan tenaga ahli untuk membina mereka (Arisanty, dkk, 2019).

Dinas Pariwisata Kabupaten Banjar dan Provinsi Kalimantan Selatan telah berupaya untuk memajukan Pasar Terapung Lok Baintan yang menjadi ikon Provinsi Kalimantan Selatan. Berbagai macam program telah mereka buat dalam rangka mempromosikan dan memperbaiki kualitas objek wisata ini, seperti even 1000 *jukung*, warung terapung, penataan objek wisata dan pelaku wisata seperti penataan pakaian pedagang, dan penataan barang dagangan. Kegiatan yang direncanakan adalah inovasi kreatif produk wisata yang ada di Pasar Terapung Lok Baintan, seperti mengolah bahan mentah menjadi produk makanan, minuman dan kerajinan, termasuk juga pengemasannya, sehingga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh dan souvenir. Peranan Dinas Pariwisata dalam kegiatan wisata dirasakan sangat besar manfaatnya bagi keberlangsungan kegiatan wisata pada kawasan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Sunarti, Hakim, L. 2017. Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Gili Noko Kabupaten Gresik (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 49 No.1, hal 116-121.
- Ali, Md. B. 2013. Socio-economic Impacts of Tourism Development: An Empirical Study on Cox's Bazar. *Asian Journal of Business and Management* 1(2).
- Ardahaey, F.T. 2011. Economic Impacts of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management* Vol. 6, No. 8
- Arisanty, D., Normelani, E., Putro, H. P. N., Anis, M. Z. A. 2017^a. The Role of Women in Lok Baintan Floating Market, South Kalimantan: Implication for Tourism Development *J. Ind. Tour. Dev. Std.*, Vol.5, No 3.
- Arisanty, D., Normelani, E., Putro, H. P. N., Anis, M. Z. A. 2017^b. Model pemberdayaan perempuan sebagai upaya pengembangan Community Based Tourism (CBT) berbasis ekonomi kreatif. *Research Report*. Lambung Mangkurat University. Banjarmasin.
- Arisanty, D., Normelani, E., Putro, H. P. N., Anis, M. Z. A. 2018^a. Local Products of Lok Baintan Floating Market, South Kalimantan Province. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 145. Doi: 10.1088/1755-1315/145/1/012067
- Arisanty, D., Normelani, E., Putro, H. P. N., Anis, M. Z. A. 2018^b. Socio-economic Impact of Lok Baintan Floating Market as the Tourism Area for Local Community. *Proceeding of the 1st ICELLA conference*, Universitas Lambung Mangkurat.
- Arisanty, D., Normelani, E., Putro, H. P. N., Anis, M. Z. A. 2019. The Role of local government for local product processing: the implication for tourism sustainability in Lok Baintan Floating Market. *J. Ind. Tour. Dev. Std.*, Vol.7, No.1.

- ASEAN Secretariat. 2016. ASEAN Community Based Tourism Standard. Jakarta.
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., Paddon, M. 2010. Effective community based tourism: a best practice manual. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Bradshaw, S., Castellino, J., Diop, B. 2013. Women's role in economic development: Overcoming the constraints. High-Level Panel of Eminent Persons on the Post-2015 Development Agenda.
- Budiman, M.A, Mawardi, M.K., Hakim, L. 2017. Identifikasi Potensi Dan Pengembangan Produk Wisata Serta Kepuasan Wisatawan Terhadap Produk Wisata (Studi Kasus Di Pantai Bangsring, Kabupaten Banyuwangi). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 50 No. 4.
- Ferencová, M. dan Karas, L. 2013. A Review of Differences in Attitudes of Tourism Clients toward the Choice of a Holiday Package. International Journal of Business and Social Science Vol. 4 No. 15.
- Haryanto, D.P. 2017. Partisipasi Perempuan Dalam Pengembangan Wisata Bahari (Studi Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan). Skripsi. Universitas Lampung
- Junaidi, I. 2016. Optimalisasi Peran Pemerintah dalam Kebijakan dan Perencanaan Pariwisata. Jurnal Kepariwisata, Volume 10, No. 02, hal. 50-64
- Kozhevnikova, V. 2016. New Tourism Product Development Case: "Guided Tour to Savonlinna for Saimia International Students". Degree Programme in Hotel, Restaurant and Tourism Management Bachelor's Thesis. Saimaa University of Applied Sciences
- Local Authority Tourism Activity. 2017. Role of Local Government in Tourism. Collaborate Locally to Compete Globally.
- Martins, Z., Paturusi, S. A., Surya, I.B.K. 2017. Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Area Branca Metiaut, Dili. JUMPA Volume 3 Nomor 2, pp 372-386.
- Masip, J.D. 2006. Tourism Product Development: A Way To Create Value: The Case Of La Vall De Lord. International Doctoral Tourism and Leisure Colloquium. ESADE.
- Mayasari, W.M., Budiarmo, A. Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. Jurnal Administrasi Bisnis Volume 6 Nomor 1.
- Nugroho, I. 2011. Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Phoummasak, K., Kongmanila, X., Changchun, Z. 2014. The Socio-Economic Impact of Tourism and Entrepreneurs in Luang Prabang Province, Lao PDR. International Journal of Business and Management; Vol. 9, No. 12.
- Rahayu, A.T. 2018. Gambaran Keberdayaan Perempuan di Desa Wisata Pentingsari berdasarkan *Resident Empowerment through Tourism Scale* (RETS). Gadjah Mada Journal of Tourism Studies. Volume 1 No 1.
- Rahayu, A. 2010. Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. Trikonomika Volume 9, No. 2.
- Sajogyo dan Sajogyo, P. 1984. Sosiologi Pedesaan. Jilid 2.

- Sandeep, K., Vinod, K. 2014. Perception of Socio-Culture Impacts of Tourism: A Sociological Review. *International Research Journal of Social Sciences*. Vol. 3(2), 40-43.
- Sangkaeng, S. Mananeke, L. Oroh S.G. 2015. Pengaruh Citra, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Objek Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Objek Wisata Taman Laut Bunaken Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA* 1089 Vol.3 No.3. Hal.1089-1100.
- Shiji, O. 2016. Economic impact of tourism in India. *International Journal of Social Science* 5 (1), 35-46.
- Sinitsyn, M. 2015. Nature-Based Tourism Product and its Development: Case Safartica. Thesis. Lapland University of Applied Sciences School of Tourism and Hospitality Management.
- Sushartami, W. 2016. Mengkaji Peran Perempuan dalam Industri Pariwisata. <http://www.balairungpress.com/2016/11/mengkaji-peran-perempuan-dalam-industri-pariwisata/>
- Suansri, P. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.
- Subekti, A.I. 2017. Peran Perempuan Dalam Pariwisata Di Desa Wisata Wukirsari Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sutopo, I. S. 2016. Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoko Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management* Volume 5, Nomor 4, hal 1-10
- Tasci, A. D. A., Semrad, K. J., Yilmaz, S. S. 2013. *Community Based Tourism Finding The Equilibrium In Comcec Context Setting The Pathway For The Future*. COMCEC Coordination Office. Turkey.
- The Mountain Institute. 2000. *Community-Based Tourism for Conservation and Development: A Resource Kit*, The Mountain Institute.
- Vieira, I., Rodrigues, A., Fernandes, D., Pires, C. 2016. The role of local government management of tourism in fostering residents' support to sustainable tourism development: evidence from a Portuguese historic town. *International Journal Tourism Policy*, Vol. 6 No 2, pp 109-135.
- UNWTO. 2011. *Global Report on Women in Tourism, 2010*. http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folleto_global_report.pdf. Diakses pada 29 Desember 2018.
- UNWTO. 2011. *Tourism a vehicle for gender equality and women's empowerment*, UN reports. <http://europe.unwto.org/news/2011-03-11/tourism-vehicle-gender-equality-and-women-s-empowerment-un-reports>
- UNWTO. 2008. *Empowering women through tourism*. <http://forimmediaterelease.net/pm/1285.html>. Diakses pada 4 Januari 2018
- UNWTO. 2002. *Tourism and Poverty Alleviation*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

