

.....

ANALISIS SIKAP PEDAGANG ASONGAN TERHADAP KENYAMANAN WISATAWAN DI KAWASAN PARIWISATA MANDALIKA KUTA LOMBOK

Oleh
Wahyu Khalik
I Ketut Purwata
Dosen Akademi Pariwisata Mataram

ABSTRAK: Faktor kenyamanan wisatawan merupakan aspek terpenting pada suatu kawasan pariwisata, hal tersebut dapat disebabkan oleh beragam faktor internal dari masyarakat lokal maupun dari faktor eksternal. Dengan demikian potensi daya tarik wisata dengan panorama alam, keunikan, maupun ciri khas yang dimiliki tidak akan berarti tanpa pemberian rasa nyaman pada destinasi wisata tersebut. Untuk memberikan kenyamanan tersebut peran masyarakat lokal sangat penting, tidak terlepas pula bagi pedagang asongan yang memiliki intensitas kontak langsung kepada wisatawan. Penelitian secara mendalam tentang analisis sikap pedagang asongan terhadap kenyamanan wisatawan di kawasan pariwisata kuta Lombok sebagai rumusan masalah yang dikedepankan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap pedagang asongan terhadap kenyamanan wisatawan di kawasan pariwisata mandalika kuta Lombok. Metode penelitian menggunakan partisipatif dengan melakukan wawancara dan observasi. Metode ini bertujuan untuk mengetahui sikap yang diberikan pedagang asongan kepada wisatawan yang berkunjung. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian mengemukakan bahwa aktivitas pedagang asong dari variable sikap, norma, dan niat menunjukkan perbedaan sikap yang diberikan kepada setiap wisatawan. Berdasarkan data wawancara yang dilakukan, pedagang asong memiliki alasan yang berbeda pula berdasarkan pada jenis usaha mereka. Latar belakang setiap wisatawan merupakan faktor utama yang menyebabkan respon yang berbeda dari pedagang asongan. Perbedaan sikap yang diberikan oleh pedagang asongan merupakan informasi bagi pemerintah dan melakukan upaya tindak lanjut dan mengatur internal yang terjadi di kawasan pariwisata mandalika kuta Lombok.

Kata kunci: Analisis Sikap, Pedagang Asongan, dan Kenyamanan Wisatawan.

PENDAHULUAN

Kenyamanan menjadi kondisi yang sangat penting dalam industri pariwisata. Aspek tersebut pada dua dekade terakhir telah menjadi isu yang semakin besar dan mempunyai dampak yang sangat besar terhadap keberlangsungan aktivitas perjalanan dan pariwisata (István Kövári dan Krisztina Zimányi, 2011). Faktor kenyamanan wisatawan merupakan aspek terpenting pada suatu kawasan pariwisata, hal tersebut dapat disebabkan oleh beragam faktor internal dari masyarakat lokal maupun dari faktor eksternal. Dengan demikian potensi daya tarik wisata dengan panorama alam, keunikan,

maupun ciri khas yang dimiliki tidak akan berarti tanpa pemberian rasa nyaman pada destinasi wisata tersebut.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki daya tarik wisata yang tidak kalah indahnnya dengan destinasi wisata yang ada pada provinsi lain di Indonesia. Berdasarkan karakteristik dan katagori wisatawan yang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat dan Lombok pada khususnya, diidentifikasi bahwa isu kenyamanan tetap menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam membuat keputusan berwisata (Jumail, 2011:2). Hal tersebut mencerminkan bahwa faktor internal dari masyarakat sebagai tuan rumah (*host*)

.....

khususnya pedagang asongan memiliki dampak yang sangat besar terhadap pemberian rasa nyaman bagi wisatawan. Sikap pedagang asongan yang kerap membuat wisatawan merasa terganggu menjadi ancaman bagi destinasi wisata yang bisa membuat wisatawan mengurungkan niat untuk berkunjung.

Pada sisi lain laju pertumbuhan wisatawan ke pulau Lombok semakin meningkat, dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah kunjungan pada tahun 2014 mampu mencapai 1,6 juta wisatawan dengan 876.816 wisatawan nusantara dan 752.306 wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan tersebut meningkat jika dilihat dari daftar kunjungan wisatawan tahun 2013 yang mencapai angka 1.357.602 dari total wisatawan (Dinas Pariwisata NTB, BPS: NTB dalam Angka 2008-2016). Peningkatan tersebut merupakan cermin dari terus berkembangnya kepariwisataan Pulau Lombok. Dengan demikian untuk mempertahankan dan menambah jumlah kunjungan wisatawan pada tahun berikutnya, hal tersebut tidak terlepas dari pentingnya faktor kenyamanan yang diberikan kepada setiap wisatawan yang berkunjung ke kawasan pariwisata Mandalika Kuta Lombok.

Untuk memberikan kenyamanan tersebut peran masyarakat lokal sangat penting, tidak terlepas pula bagi pedagang asongan yang memiliki intensitas kontak langsung kepada wisatawan. Dalam hal ini sikap yang diberikan dapat berbeda-beda tergantung pada target wisatawan yang menjadi objek, seperti sikap pandangan (asumsi), pendengaran (informasi), dan perasaan (harapan) dari pedagang asongan yang mengakibatkan perbedaan sikap yang diberikan kepada wisatawan.

Latar belakang tersebut melandasi perlu adanya penelitian secara mendalam tentang analisis sikap pedagang asongan terhadap kenyamanan wisatawan di kawasan pariwisata Kuta Lombok sebagai rumusan

masalah yang dikedepankan. Dengan mengetahui berbagai perbedaan sikap yang diberikan kepada wisatawan lokal, nusantara, maupun kepada wisatawan mancanegara.

Tujuan yang akan dicapai dengan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap pedagang asongan terhadap kenyamanan wisatawan di kawasan pariwisata Mandalika Kuta Lombok. Sehingga penelitian ini bermanfaat sebagai kontribusi pada;

1. Pengambilan kebijakan terhadap langkah yang tepat dalam menindaklanjuti sikap pedagang asongan dan
2. Pengaturan aktivitas pedagang asongan dengan membuat suatu kebijakan yang tegas dalam menjaga kualitas kenyamanan bagi wisatawan di kawasan pariwisata Mandalika Kuta Lombok.
3. Panduan dalam pembuatan kebijakan tata tertib dengan melihat kepentingan pengelola kawasan Mandalika Kuta Lombok.

LANDASAN TEORI

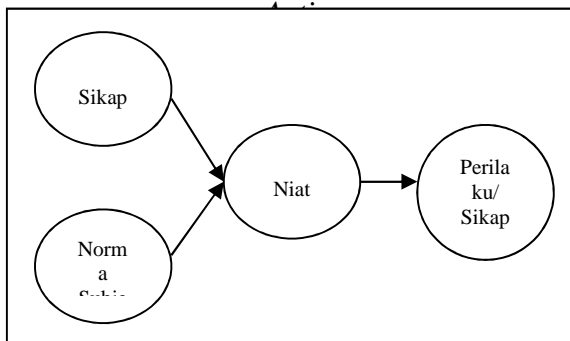
Secara konsep temporary yang diberikan seseorang terhadap orang lain dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (O'Donohue dan Frying, 2007) adalah momentum sikap, sikap ekonomi, kecocokan hukum, pendirian opsional, perilaku adjunctive, kontrol diri, dan kesetaraan. Ada empat definisi sikap (Handika, 2013), Pertama, bagaimana perasaan mereka terhadap obyek positif atau negatif, terima atau tidak terima, pro atau kontra. Kedua, sikap sebagai kecenderungan untuk merespon sebuah obyek atau golongan obyek dengan sikap yang secara konsisten menerima atau tidak menerima. Ketiga, sikap berorientasi pada psikologi sosial yaitu motivasi, emosi, persepsi, dan proses kognitif yang bertahan lama dengan beberapa aspek dari masing-masing individu. Keempat, keseluruhan sikap dari seseorang terhadap obyek dilihat dari fungsi kekuatan dari tiap-tiap sejumlah

kepercayaan yang seseorang pegang tentang beberapa aspek dari obyek dan evaluasi yang diberikan dari tiap-tiap kepercayaan yang bersangkutan pada obyek (Hanna, Nessim, dan Wozniak 2003).

Menurut Peter dan Olson (2005, 149), perilaku merupakan tindakan yang bersifat khusus yang ditujukan kepada beberapa target. Pada waktu tertentu, perilaku akan muncul dalam suatu konteks situasional atau lingkungan. Aspek kejelasan tentang aspek keinginan berperilaku sangat perlu dipahami oleh pemasar, dengan tujuan agar dapat mengerti bahwa komponen teori tindakan beralasan harus didefinisikan dan diukur dalam konteks perilaku khusus. Niat berperilaku (*behavioral intention*) pada dasarnya adalah suatu proposisi yang berhubungan dengan diri dan tindakan yang akan datang. Ada pendapat yang mengatakan bahwa niat adalah sebuah rencana agar dapat terlibat dalam suatu perilaku yang bersifat khusus guna mencapai tujuan.

Fishbein dan Ajzen (1975) dalam Andhikan menggambarkan teori *Theory of Reasoned Action (TRA)* seperti terlihat pada Gambar berikut:

Gambar 2.1: Model *Theory of Reasoned*



Sumber: Schiffman dan Kanuk, (2004).

Sikap dan perilaku tiap orang dipengaruhi oleh segala sesuatu yang berada di sekitarnya, seperti orang tua, teman, pengalaman, serta pengetahuan yang dimiliki dalam proses pengambilan keputusan. Tidak adanya keinginan, keuangan yang tidak

mencukupi, perubahan lingkungan, maupun tidak adanya motivasi merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan (Evans 2006, 74). Niat dapat menjelaskan tingkah laku seseorang yang juga dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif, dan kontrol keprilakuan yang dirasakan. Sikap lebih melihat kepada penilaian dari seseorang bahwa pelaksanaan pada suatu tingkah laku adalah positif dan itu berlaku pula sebaliknya, sedangkan norma subyektif lebih melihat kepada persepsi seseorang bahwa orang yang memikirkan orang lain yang dekat dengannya harus atau tidak harus melakukan suatu tingkah laku dalam konteks tertentu.

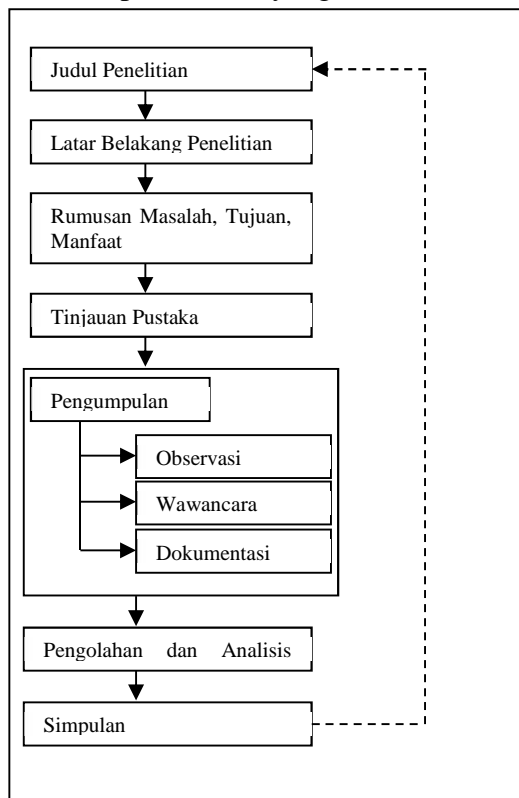
Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sikap pedagang asongan yang dilihat dari beberapa unsur yaitu sikap keramahan dan responsif. Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber langsung dari subjek penelitian yaitu dengan melakukan; 1) Wawancara yaitu proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan oleh dua belah pihak (Bungin, 2006; 134) dan 2) Observasi langsung terhadap objek penelitian serta data sekunder yang berkaitan dengan jumlah kunjungan wisatawan lokal, nusantara maupun wisatawan mancanegara. Lokasi penelitian ini dibatasi pada kawasan Mandalika Kuta Lombok yang terdiri dari Pantai Kuta (Seneq), Pantai Benjon, Pantai Seger, dan Pantai Tanjung Aan.

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2002). Populasi yang dimaksud adalah seluruh pedagang asongan yang terdaftar sebagai anggota dalam Asosiasi Asongan Mandalika. Adapun jumlah yang dijadikan sebagai informan sebanyak 52 orang, yang mana 40 orang anggota pedangan asongan dan 12 orang dari Asosiasi Asongan Mandalika. Instrumen wawancara

menggunakan interview guide yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban yang terfokus pada informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data langsung terhadap pemberian sikap pedagang asongan kepada wisatawan yang datang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Dimana peneliti menganalisis data yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai sikap pedagang asongan terhadap kenyamanan wisatawan di kawasan pariwisata mandalika kuta Lombok. Seluruh hasil analisis data disajikan baik secara formal dan informal dalam bentuk foto, dan narasi atau pernyataan-pernyataan mengenai kenyamanan wisatawan di kawasan pariwisata Kuta Lombok.

METODE PENELITIAN

Skema penelitian yang dilakukan sebagai



HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi penelitian berdasarkan hasil observasi terletak di Kawasan Pariwisata Mandalika Kuta Lombok. Gambar 4.1 merupakan kawasan pariwisata Mandalika Kuta Lombok sebagai lokasi penelitian dilakukan.

Gambar Lokasi Penelitian di Kawasan Pariwisata Mandalika Kuta Lombok.



Dokumen jumlah anggota pedagang asongan berdasarkan data dari Lombok Tourism Forum (LTF) sebagai Pembina Asosiasi Asongan Mandalika (AMAN) sebanyak 244 pedagang asongan. Berdasarkan hasil wawancara dengan menggunakan panduan wawancara dan observasi yang dilaksanakan dalam menganalisis sikap yang diberikan pedagang asongan terhadap kenyamanan wisatawan dapat dianalisis berdasarkan beberapa karakteristik.

a. Karakteristik Pedagang Asong Berdasarkan Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
Laki-laki	105	43
Perempuan	139	57

b. Karakteristik Pedagang Asong Berdasarkan Usia.

No	Kelompok Usia	Jumlah (orang)
1	20 – 26	43
2	27 – 40	119
3	41 – 60	82

c. Karakteristik Pedagang Asong Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)
1	SD	43
2	SMP	119
3	SMA	82

d. Karakteristik Pedagang Asong Berdasarkan Asal.

No	Alamat Asal	Jumlah (orang)
1	Sengkol	40
2	Kuta	53
3	Kawo	2
4	Sukedane	1
5	Sekembang	1
6	Rambitan	32
7	Penyalu	8
8	Selemang	25
9	Rebuk	25
10	Kukun	15
11	Bontor	41
12	Mertak	1
Jumlah total		244

e. Karakteristik Pedagang Asong Berdasarkan Zona Dagang.

No	Zona Dagang	Jumlah (orang)
1	Pantai Kuta (Seneq) dan Sekitarnya	115
2	Pantai Benjon dan Sekitarnya	29
3	Pantai Seger dan Sekitarnya	27
4	Pantai Tanjung Aan dan Sekitarnya	73

Kawasan pariwisata Kuta Lombok merupakan kawasan pariwisata yang diusulkan oleh PT Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang kemudian disetujui oleh pemerintah dengan mengeluarkan PP No.52 Tahun 2014 pada tanggal 30 Juni 2014 dengan luas lahan 1.035,67 hektar yang berfokus utama pada pengembangan industri pariwisata. Peresmian operasional KEK Mandalika pada 20 oktober 2017 oleh Presiden Joko Widodo.

Peresmian operasional Kawasan Pariwisata Mandalika merupakan angin segar bagi para pelaku pariwisata dikalangan bawah. Salah satunya adalah pedagang asongan yang memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan kawasan tersebut. Berdasarkan pada hasil obsevasi yang dilakukan bahwa terlihat kesan ketidaknyamanan wisatawan terhadap sikap yang diberikan pedagang asongan ketika berada di kawasan Mandalika. Hal tersebut merupakan tugas dan tanggungjawab stakeholder pengambil kebijakan dalam pengaturan dan penertibannya.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada pedagang asongan menunjukkan keinginan untuk eksistensi didalam perkembangan Kuta Mandalika sebagai pusat Kawasan Ekonomi Khusus sehingga mereka dapat merasakan dampak ekonomis dari kegiatan pariwisata yang ada. Akan tetapi dalam proses pengembangan kawasan dalam masa transisi, pedaganga asongan merasakan dampak yang sangat singgikan terhadap pendapatan mereka. Hasil wawancara yang dilakukan kepada ketua Asosiasi Asongan Mandalika bahwa pada fase pembangunan dan pengembangan kawasan, para pedagang mengeluhkan pendapatan mereka turun drastis disebabkan pembatasan ruang dagang mereka terkait area pembangunan dan regulasi lainnya. Hal tersebut dikuatkan pula dari keterangan anggota asosiasi atas nama Sukrun yang

PEMBAHASAN

berdagang di kawasan Pantai Seneq (pantai kuta) yang menuturkan ”*mauqte jeq nani endeqn pasti pak, saq jelasn jeq ndeqn maraq laeq sendeqman merini.*”(Wawancara, 10 Agustus 2017)”



Pria yang berumur 45 tahun tersebut menuturkan bahwa pendapatan penjualan pada waktu pembangunan dan perbaikan kawasan Mandalika mengalami penurunan yang signifikan, dikarenakan adanya area umum yang masih dibangun. Keterangan yang diberikan tentang faktor apa yang mempengaruhi perbedaan sikap yang diberikan, dari seluruh responden dapat dikelompokkan kedalam beberapa faktor. Yang pertama adalah tipe wisatawan, dari 40 pedagang yang sembilan puluh persen menerangkan bahwa wisatawan asing (mancanegara) maupun nusantara (luar pulau Lombok) dari segi harga memberikan harga yang lebih tinggi bahkan hingga 3 kali lipat dari harga normal dan memberikan harga yang lebih murah bagi wisatawan lokal. Kedua adalah kedekatan emosional, artinya pedagang yang sudah merasa akrab dengan wisatawan baik asing maupun lokal maka sika yang diberikan berbeda pula.

Secara umum hasil penelitian yang dilakukan mendapatkan beberapa faktor internal (pribadi) pedagang asongan yaitu, a) Tingkat pendidikan, b) Jenis Kelamin, c) Usia, d) Asal (alamat), dan e). Zona Dagang. Hasil

wawancara dengan Asosiasi Asongan Mandalika (AMAN) tentang sikap yang diberikan pedagang asongan adalah membuat peraturan dan tata tertib yang harus dipatuhi oleh setiap anggota. Ketua AMAN Bapak Lalu Maulidin, QH., AP.Par. membentuk suatu program yang dapat meningkatkan hospitaliti bagi setiap anggotanya sehingga mampu bersaing. Jenis pelatihan yang diberikan adalah hygiene dan sanitasi, prosedur pelayanan pelanggan dan lainnya. Asosiasi juga bekerjasama dengan Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC) untuk merencanakan, menata, dan memberikan ruang bagi pedagang asong sehingga dapat menjaga citra Kawasan Pariwisata Mandalika Kuta Lombok.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa pedagang asongan secara tidak sadar memberikan perlakuan yang berbeda-beda kepada wisatawan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan. Faktor internal (pribadi) pedagang merupakan faktor yang paling dominan yang mendorong mereka memberikan perlakuan yang berbeda-beda yaitu a) Tingkat pendidikan, b) Jenis Kelamin, c) Usia, d) Asal (alamat), dan e). Zona Dagang.

Adanya asosiasi yang menaungi pedagang asongan yaitu Asosiasi Asongan Mandalika (AMAN) yang memberikan pelatihan hygiene dan sanitasi, prosedur pelayanan pelanggan. Luaran dari penelitian ini berupa kerjasama antara peneliti, AMAN, dan LTF dalam menyusun draff tata tertib yang kemudian diajukan ke manajemen ITDC dengan draff berikut:

Saran

1. Dalam keadaan seperti ini semua asosiasi agar tidak menerima anggota yang telah dikeluarkan dan tidak diperkenankan untuk mengganti.

2. Sebaiknya pemerintah memberikan langsung Surat Peringatan Tertulis tahap Pertama (SPT 1) kepada orang tua yang membiarkan (baik sengaja maupun tidak disengaja) anaknya melakukan kegiatan usaha (dagang) bukan pada hari/waktu yang telah ditentukan.

Fakultas Hukum Universitas Jendral Soedirman Purwokerto. *Jurnal Dinamika Hukum Vol. 12 No. 1 Januari 2012.*

- [8] Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. *Consumer Behavior*, 8th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2004.
- [9] Peter, Paul and Jerry C. Olson. 2005. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 6th ed. NY: McGraw-Hill.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handhika. 2013. Analisis Hubungan Antara Sikap, Norma Subyektif, dan Kontrol Keperilakuan yang Dirasakan terhadap Perilaku Berbagi Pengetahuan Manajer: Studi Empiris pada Perusahaan di Wilayah Jakarta. Universitas Pelita Harapan, Jurusan Manajemen.
- [2] Hanna, Nessim. 2001. *Consumer Behavior: An Applied Research*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Inc.
- [3] Kövári, István dan Zimányi, Krisztina. 2011. *Safety and Security in the Age of Global Tourism (The changing role and conception of Safety and Security in Tourism)*. Budapest. Agroinform Publishing House.
- [4] Moleong, 2007. Metode Analisis Data. diunduh 25 Mei 2016. Tersedia pada: <http://www.penalaran-unm.org/index.php/artikel-nalar/penelitian/116-metode-penelitian-kualitatif.html>.
- [5] O'Donohue, William and Frying, Mitch. 2007. How Has Applied Behavior Analysis and Behavior Therapy Changed?: An Historical Analysis of Journals. *The Behavior Analyst Today*. Vol. 8, Issue 1, 2007.
- [6] Salim, Peter dan Yenny Salim. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- [7] Sarsiti dan Taufiq, Muhammad. 2012. *Penerapan Perlindungan Hukum terhadap Wisatawan yang Mengalami Kerugian di Obyek Wisata: Studi di Kabupaten Purbalingga*. Purwokerto: