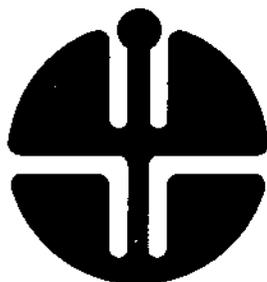


Seri Penelitian PSDR-LIPI No. 01/2002

ISSN: 1412-582X

**PARIWISATA ETNIK / BUDAYA DAN IDENTITAS
KOMUNITAS LOKAL DI SARAWAK,
MALAYSIA TIMUR**



**PUSAT PENELITIAN SUMBERDAYA REGIONAL
LEMBAGA ILMU PENGETAHUAN INDONESIA
2002**

**PARIWISATA ETNIK/ BUDAYA DAN IDENTITAS
KOMUNITAS LOKAL DI SARAWAK,
MALAYSIA TIMUR**

Tim Peneliti:

Taufik Abdullah
Hilman Adil
Yekti Maunati
John Haba
Sukri Abdurachman
I Ketut Ardhana
Rucianawati

PUSAT PENELITIAN SUMBERDAYA REGIONAL
LEMBAGA ILMU PENGETAHUAN INDONESIA
2002

KATA PENGANTAR

Penelitian *Pariwisata Etnis/Budaya dan Identitas Komunitas Lokat di Sarawak, Malaysia Timur* merupakan hasil penelitian studi literatur yang pertama kali diterbitkan oleh Pusat Penelitian Sumberdaya Regional - LIPI. Buku ini merupakan hasil penelitian yang diselenggarakan oleh Tim Pariwisata PSDR dari bulan Juli sampai dengan Desember 2001.

Pembahasan dalam penelitian ini lebih memusatkan pada persoalan karakteristik dari suatu komunitas lokal dalam hal ini masyarakat Dayak sebagai komunitas mayoritas yang bertempat tinggal di Sarawak. Untuk melihat bagaimana kaitan antara komunitas Dayak ini dengan masalah kebijakan pariwisata etnik/budaya, maka analisis ditekankan pada aspek-aspek sosial, budaya, ekonomi dan politik masyarakat Dayak. Selain itu, fokus analisa dititikberatkan juga pada persoalan bagaimana pemerintah lokal ikut berperan serta secara aktif untuk mempromosikan sektor pariwisata dalam menunjang pembangunan ekonomi negeri itu. Dengan demikian tampak pula, bahwa kebijakan pemerintah Sarawak lebih menempatkan persoalan komodifikasi budaya, dalam hal ini budaya Dayak dalam konteks pengembangan industri pariwisata di Sarawak Malaysia Timur.

Kami berharap bahwa hasil penelitian tahap awal ini dapat bermanfaat untuk dapat lebih memahami bagaimana komunitas lokal dapat berperan serta secara aktif dan memberikan sumbangan terhadap kebijakan pengembangan sektor industri pariwisata di Sarawak, Malaysia Timur. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan pariwisata di Indonesia.

Jakarta, 28 Mei 2002

Kepala Pusat Penelitian
Sumberdaya Regional - LIPI

Dr. Yekti Maunati
NIP 320004651

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
☛ BAB I PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Tujuan	6
I.3. Metode Penelitian	6
I.4. Organisasi Tulisan.....	7
☛ BAB II SIAPAKAH 'KOMUNITAS LOKAL' ITU?	
II.1. Pengayauan (<i>Headhunting</i>)	10
II.2. Rumah Panjang (<i>Longhouse</i>) dan <i>Nomadic</i>	12
II.3. Organisasi Sosial dan Politik	14
☛ BAB III ASPEK SOSIAL, EKONOMI, BUDAYA DAN POLITIK MASYARAKAT DAYAK DI SARAWAK	
III.1. Pendahuluan	15
III.2. Demografi.....	15
III.3. Perekonomian	16
1. Pertambangan, Pertanian dan Hasil-hasil Hutan.....	16
2. Peran Industri Pariwisata dalam Perekonomian Malaysia dan Sarawak	18
III.4. Posisi Politik Orang Dayak	19

☛	BAB IV	
	KEBIJAKAN PARIWISATA DI MALAYSIA	
	IV.1. Selintas Tentang Industri Pariwisata.....	23
	IV.2. Pariwisata di Malaysia	23
	IV.3. Sarawak: Pariwisata Alam dan Budaya	33
☛	BAB V	
	KOMODIFIKASI BUDAYA DALAM	
	KONTEKS INDUSTRI PARIWISATA	
	V.1. Komodifikasi Budaya: Sebuah Tinjauan.....	41
	V.2. Komodifikasi Budaya Dayak di Sarawak	44
	V.3. Pengamatan Obyek Wisata di Sarawak	
	dan Semenanjung	49
	1. Sarana dan Prasarana Penunjang Pariwisata.....	49
	2. Keunikan Budaya dan Masyarakatnya.....	52
☛	BAB VI	
	KESIMPULAN	55
	KEPUSTAKAAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel. 1	24
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Negara-Negara ASEAN Tahun 2000	
Tabel. 2	24
Negara Asal Wisatawan yang Mengunjungi Malaysia	
Tabel. 3	25
Negara Asal Wisatawan yang Mengunjungi Thailand, Indonesia, Singapura, Vietnam dan Filipina Tahun 2000	

BAB I PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Industri pariwisata dapat dikatakan sebagai salah satu sektor penting dewasa ini karena industri tersebut tidak hanya berfungsi sebagai “obat” untuk menangani persoalan penciptaan lapangan kerja, tetapi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Strategi ini tidak hanya berlaku di Indonesia, tetapi juga berlaku di berbagai negara, termasuk negara-negara di kawasan Asia Tenggara lainnya seperti Malaysia dan Thailand.

Hall (1994) menyebutkan bahwa industri pariwisata merupakan salah satu komponen pembangunan ekonomi di Asia Pasifik sejak tahun 1960-an dan sebagai sumber devisa penting bagi berbagai negara di kawasan itu. Selanjutnya Hall (1994) menambahkan, bahwa sejak tahun 1994, industri pariwisata ditargetkan sebagai sumber devisa kedua setelah minyak dan gas. Pentingnya peran sektor kepariwisataan ini juga diungkapkan oleh Urry (1990) yang menyebutkan bahwa pesatnya industri pariwisata ini dapat dianggap sebagai sumber kesempatan kerja di dunia.

Ada beberapa jenis kepariwisataan yang menyebabkan sektor ini memiliki daya tarik tersendiri. Seorang antropolog, Smith (1977:2-3) dalam bukunya *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* mengkategorikan lima jenis kepariwisataan, yakni kepariwisataan etnik, budaya, sejarah, lingkungan, dan rekreasi. Smith mengilustrasikan bahwa pariwisata etnik dipasarkan dengan bekal daya tarik adat-istiadat tua, namun memiliki daya tarik tersendiri (*quaint*) dari masyarakat adat setempat dan sering menampilkan orang-orang yang eksotik, seperti yang terjadi pada masyarakat Eskimo, Indian San Blas di Panama, dan Toraja di Indonesia. Sementara itu pariwisata budaya menampilkan keindahan dari warna lokal tertentu, seperti sisa dari beberapa gaya hidup yang sedang mengalami proses kepunahan, namun masih tetap melekat (*inherent*) dalam ingatan atau memori masyarakat pendukungnya. Hal ini dapat dilihat dalam wujud seperti model rumah tua, kereta kuda, bajak sapi, dan kerajinan tangan tanpa mesin. Pariwisata sejarah menampilkan kejayaan masa lalu yang dapat dipaparkan melalui tempat-tempat menyimpan barang-barang peninggalan sejarah di museum seperti yang terdapat di Roma, Mesir, dan Inca. Pariwisata lingkungan sering dianggap sebagai pendukung pariwisata etnik. Terakhir adalah pariwisata rekreasi yang menggabungkan antara pasir, laut, dan seks, serta dilengkapi dengan promosi keindahan alam yang pada gilirannya membuat wisatawan ingin berada di sana dengan

menikmati pantai, lapangan golf, dan berjemur. Dari jenis-jenis pariwisata yang dikategorikan oleh Smith di atas, tampaknya ia belum membicarakan jenis pariwisata ziarah dengan penekanan nuansa keagamaan yang sedang mengalami perkembangan dewasa ini.

Dari uraian tersebut di atas dapat dikatakan bahwa jenis kepariwisataan terus mengalami perkembangan yang dinamis. Dengan kata lain, tujuan wisata tertentu yang disenangi oleh para wisatawan dapat saja berubah sesuai dengan pencarian kesenangan baru tersebut. Urry (1990) misalnya menggambarkan bagaimana proses terjadinya keterpurukan daerah wisata yang sebelumnya pernah terkenal, di Morecambe-Inggris sebagai akibat terjadinya perubahan tujuan wisata masyarakat di sana. Dikatakan, bahwa kelompok wisatawan di Inggris sebelumnya hanya terbatas pada kelas lapisan atas saja, akan tetapi sekarang telah muncul kelompok lapisan bawah yang beranggapan, bahwa masalah tujuan wisata menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mereka juga. Namun demikian, tidaklah berarti bahwa masalah kelas sosial tidak relevan lagi dengan industri pariwisata, tetapi tetap terkait dengan pemilihan tempat dan jenis akomodasi yang berbeda. Urry (1990) menggambarkan bahwa para profesional yang bergerak di sektor kepariwisataan sedang mengalami perkembangan dan mencoba menciptakan obyek baru bagi wisatawan.

Ada satu hal yang menarik untuk diungkapkan, bahwa di tengah kejenuhan situasi yang serba moderen, tampaknya pariwisata etnik dan budaya mulai mengalami perkembangan dengan menonjolkan 'keunikan' adat-istiadat. Pariwisata etnik dan budaya telah memunculkan daya tarik dari 'keunikan' budaya yang dianggap 'otentik' sebagai pengisi kekosongan jiwa masyarakat moderen. Daya tarik utama dari pariwisata etnik dan budaya adalah adanya konsep tentang *the 'Other'* (kelompok lain). Negara berkembang melihat hal ini sebagai kesempatan untuk menggunakan kekaguman Barat pada *the Other* dengan mengembangkan pariwisata etnik dan budaya sebagai upaya untuk mempertinggi pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian pemerintah mempunyai peran penting dalam penentuan kelompok mana yang bisa 'dijual' kepada wisatawan. Wood (1997) melaporkan kebijakan pemerintah Cina dalam memilih lokasi yang tepat untuk pengembangan wisatawan internasional dengan memberikan prioritas kepada daerah yang memiliki sumber-sumber material untuk dapat menciptakan kembali tradisi-tradisi ritual sebagai konsumsi untuk wisatawan.

Di Indonesia, tampaknya pemerintah Orde Baru melaksanakan strategi kebijakan kepariwisataan yang kontradiktif terutama disebabkan adanya kepentingan yang dilematis. Di satu pihak, pemerintah menerapkan proyek nasionalis melalui gagasan '*unity in diversity*' untuk menyatukan masyarakat yang memiliki latar belakang yang heterogen, Di lain pihak, pemerintah tampaknya membiarkan keunikan dari kelompok-kelompok etnik "dijual" untuk konsumsi wisatawan. Hal ini tentu saja memberikan dampak negatif bagi masyarakat pendukung kebudayaan tertentu, sehingga upaya rekonstruksi serta strategi pemeliharaan kelompok-kelompok etnik sangatlah diperlukan.

Tinjauan kritis tentang strategi kebijakan pemerintah itu dapat dilihat pada sebuah karya yang ditulis oleh Kipp (1993). Ia mengemukakan, bahwa kebijakan pemerintah pada persoalan budaya dan etnisitas dapat dilihat dalam kerangka yang kontradiktif. Di satu pihak, ada upaya meminimalkan potensi konflik etnik, dan dipihak lain, memanfaatkan kekayaan budaya untuk kepentingan ekonomi. Selanjutnya Kipp (1993) mencatat bahwa pemerintah ingin menciptakan budaya tunggal untuk setiap propinsi. Hal ini dapat dilihat dengan didirikannya Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Sejalan dengan kebijakan ini, budaya material Dayak diangkat sebagai simbol kebudayaan yang menonjol untuk Kalimantan Timur, meskipun pada kenyataannya masyarakat Dayak ini merupakan kelompok minoritas (Gerke, 1997).

Kebijakan pemerintah pusat untuk mendirikan TMII di Jakarta, dapat dilihat pula pengaruhnya pada kebijakan pemerintah lokal untuk mendirikan lokasi yang sejenis, yaitu dengan didirikannya Desa Budaya Sarawak (*Sarawak Cultural Village*) pada tahun 1990 (Winzeler, 1997). Desa Budaya merupakan kehadiran berbagai rumah tradisional dari komunitas lokal sebagai refleksi budaya materi yang didasari atas etnisitas dengan tujuan untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah itu. Sebagaimana terjadi di Kalimantan Timur-Indonesia, di Sarawak-Malaysia orang Dayak yang merupakan komunitas lokal di daerah itu juga dijadikan primadona untuk pengembangan pariwisata etnik. Hal ini dapat dilihat dengan penampilan tarian tradisional Dayak Bidayuh yang dipertunjukkan ketika lokakarya budaya dilaksanakan (Winzeler, 1997:203). Salah satu tarian yang dipertunjukkan adalah *skull dance*. Pada saat pertunjukkan, narator menyampaikan bahwa makna yang tersirat dalam tarian itu ada kaitannya dengan upacara pengayauan (Winzeler, 1997:203). Pentingnya kehadiran budaya lokal seperti halnya budaya Dayak Iban pada sektor pariwisata di Sarawak, juga diuraikan oleh Zeppel (1993). Ia mendeskripsikan bagaimana upaya promosi

paket wisata untuk berkunjung ke rumah panjang (*longhouse*) sebagai gambaran betapa pentingnya identitas budaya Dayak dalam kontribusinya untuk pengembangan industri pariwisata di Sarawak (lihat: Zeppel, 1995; Sanggin dkk, 2000)

Perkembangan penelitian dewasa ini menunjukkan, bahwa para pakar ilmu sosial belum melakukan penelitian yang mendalam tentang persoalan kepariwisataan. Smith (1977) misalnya mencatat bahwa hanya pada tahun 1970-an perhatian terhadap persoalan kepariwisataan mulai diberikan yang terbatas pada analisis isu tertentu. Appadurai (1995) juga menambahkan, bahwa etnografi yang lengkap tentang kepariwisataan dengan pemaparan konstruksi dan rekonstruksi lokalitas tampaknya baru dimulai.

Di satu pihak kebanyakan studi antropologi yang meneliti masalah kepariwisataan masih menyoroti masalah sekitar dampak dari industri pariwisata. Penelitian seperti ini masih terfokus sekitar persoalan dampak yang positif atau negatif pada masyarakat lokal atau masyarakat adat. Di pihak lain, literatur tentang komodifikasi budaya, konsumerisme, dan munculnya pasar global sudah mengalami perkembangan.

Ada dua pandangan yang kontradiktif tentang masalah pengembangan industri pariwisata yaitu yang pesimis dan optimis. Para ahli yang pesimis beranggapan, bahwa industri pariwisata dapat menghancurkan budaya, sebaliknya yang optimis beranggapan, bahwa pengembangan perekonomian melalui industri pariwisata dapat menciptakan masyarakat untuk mampu memelihara dan mengadakan revitalisasi budaya.

Lebih lanjut, dampak ekonomi dari industri pariwisata juga masih dipersoalkan. Disatu pihak, dominasi elit dan marginalisasi masyarakat lokal yang berakibat pada distribusi kekayaan yang tidak seimbang masih terjadi. Di lain pihak, industri pariwisata dapat memperluas dan menciptakan lapangan kerja. Seorang peneliti masalah kepariwisataan di Mexico-Amerika Selatan, Van den Berghe (1994) beranggapan, bahwa industri pariwisata tidak hanya memberikan dampak negatif, tetapi juga memberikan dampak positif.

Untuk memahami masalah kepariwisataan secara lebih baik, tentu pemahaman kita tidak hanya di sekitar persoalan dampak negatif dan positif dari industri pariwisata. Akan tetapi, yang perlu dikaji secara mendalam adalah peranan perantara (*agents*) yang bergerak di sektor ini baik secara individual, maupun kelompok. Hal ini sangat penting mengingat, industri pariwisata

yang menekankan masalah kepariwisataan etnik dan budaya memerlukan promosi dari keunikan kelompok tertentu baik dari keeksotikannya maupun kekayaan budayanya. Sebagaimana sudah dijelaskan di atas, tampak pula proses komodifikasi budaya dalam konteks industri pariwisata terutama dalam kaitannya dengan masalah pariwisata etnik dan budaya, sering dianggap memberikan dampak negatif yaitu terjadinya penghancuran budaya (lihat misalnya Greenwood, 1977). Sebaliknya, sebagaimana dijelaskan oleh Firat (1995), Wood (1993), Adam (1997) dan Picard (1997) lebih memberikan gambaran yang optimis terhadap perkembangan budaya. Firat (1995) dan Adam (1997) misalnya menyebutkan, bahwa komodifikasi budaya telah mendorong proses pemeliharaan budaya dengan mempraktekkan dan mempertahankan tradisi-tradisi. Hal senada juga dikemukakan oleh Picard (1997) yang mengambil contoh Bali, bahwa proses pemeliharaan dan revitalisasi budaya pada masyarakat Bali terjadi dalam konteks perkembangan pariwisata budaya yang mengakibatkan munculnya rasa bangga dan sekaligus memberikan keuntungan bagi masyarakat Bali sendiri.

Melihat dampak yang terjadi pada budaya masyarakat Bali itu, tampak terjadi hal yang sama dalam budaya Dayak. Maunati (2000) menekankan, bahwa masyarakat Dayak di Kalimantan Timur merasa bangga, apabila budaya mereka dijadikan primadona untuk pengembangan pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian itu dapat disebutkan, bahwa proses komodifikasi budaya Dayak bukanlah menghancurkan budaya Dayak, tetapi sebaliknya justru memperkuat eksistensi budaya Dayak dalam kerangka memperkuat identitas keDayakannya. Masyarakat Dayak Bidayuh di Sarawak-Malaysia juga terlibat langsung dalam proses konstruksi tradisi yang tidak hanya merangkul para akademisi dan elit politik, tetapi juga masyarakat desa yang masih mempunyai pola panutan budaya secara tradisional (lihat misalnya, Winzeler, 1997:216).

Selain itu, Friedman (1990) menyebutkan bahwa dampak dari pasar global melalui komodifikasi budaya tidak hanya menghasilkan homogenisasi, tetapi justru menciptakan kembali identitas itu. Ia memberikan contoh dampak komodifikasi pada identitas dan budaya masyarakat Ainu di Jepang. Kelompok masyarakat asli ini memproduksi barang-barang kerajinan tradisional untuk menciptakan identitas mereka sendiri (Friedman, 1990:323). Mereka yang semula kurang diperhitungkan di negerinya sendiri, menjadi muncul ke permukaan karena industri pariwisata.

Meskipun masalah ekonomi tidak menyentuh langsung analisis revitalisasi budaya, namun aspek ini memberikan kontribusi penting juga dalam konteks industri pariwisata, Untuk melihat berbagai keterkaitan dalam proses

terbentuknya identitas budaya ini, maka penelitian tentang pariwisata etnik dan budaya di Sarawak-Malaysia menarik untuk diteliti untuk mendapat pemahaman bagaimana masyarakat lokal atau adat¹ bernegosiasi dengan pasar global dan upaya mereka dalam meningkatkan partisipasi politik pada tingkat lokal maupun nasional.

I.2. TUJUAN

Pelaksanaan penelitian ini mempunyai empat tujuan. Pertama, mengkaji kaitan antara aspek sosial, budaya, politik, dan ekonomi dengan pariwisata etnik/ budaya. Kedua, menambah pengetahuan tentang identitas komunitas marginal (komunitas lokal) di negara-negara Asia Tenggara, terutama Malaysia. Ketiga, mengkaji apakah terjadi paradoks globalisasi, yaitu suatu proses homogenisasi budaya yang berjalan seiring dengan kemunculan atau penguatan kembali budaya lokal. Keempat, memahami kaitan antara komodifikasi budaya dan kebangkitan identitas komunitas lokal (komunitas Dayak).

I.3. METODE PENELITIAN

Hasil tulisan pada tahun 2001 ini bertumpu pada tinjauan kepustakaan yang mencakup berbagai persoalan, seperti penentuan identitas orang Dayak, posisi politik dan ekonomi serta proses komodifikasi budaya yang terjadi di Sarawak. Penelitian berikutnya dilakukan secara berlanjut. Tahun 2002, misalnya penelitian dipusatkan pada kehidupan sosial, budaya, politik dan ekonomi di daerah tujuan wisata etnik dan budaya. Aspek lain yang dibahas dalam penelitian ini adalah masalah etnografi masyarakat dengan menganalisis paradoks globalisasi dan komodifikasi budaya. Selain itu, penelitian dipusatkan pada persoalan kaitan antara kekuatan politik, pasar global, komodifikasi budaya dan kebangkitan identitas masyarakat lokal (adat).

Pada tahun 2001, pengumpulan data dilakukan melalui sumber sekunder. Data sekunder ini dikumpulkan dari berbagai perpustakaan, instansi-instansi atau lembaga-lembaga terkait. Data primer melalui penelitian lapangan akan dilakukan pada tahun 2002 di Sarawak, sedangkan pada tahun 2003 dan 2004 masing-masing akan dilakukan di Tanah Semenanjung-Malaysia dan Thailand.

¹ Komunitas lokal dalam penelitian ini dibatasi pada masyarakat Dayak karena dalam industri pariwisata di Sarawak, budaya Dayak dijadikan primadona.

I.4. ORGANISASI TULISAN

Bab I memaparkan pendahuluan yang pada dasarnya mendiskusikan latar belakang penelitian, tujuan dan metode penelitian. Bab II tentang 'Siapakah 'komunitas lokal' itu?' mendiskripsikan karakteristik orang Dayak menurut para antropolog atau ilmuwan sosial. Bab III, 'Aspek sosial, ekonomi, budaya dan politik masyarakat Dayak di Sarawak' membahas masalah perekonomian terutama masyarakat Dayak, serta membahas upaya peningkatkan partisipasi politik masyarakat Dayak. Bab IV mendiskusikan tentang 'Kebijakan pariwisata di Malaysia'. Seperti halnya Indonesia, pariwisata budaya merupakan aspek yang penting untuk dikembangkan. Di Sarawak, pemerintah lokal aktif mempromosikan berbagai jenis pariwisata untuk mendukung perkembangan ekonomi. Bab V, dengan topik 'komodifikasi budaya dalam konteks industri pariwisata' mendiskusikan proses komodifikasi budaya Dayak yang menjadi primadona bagi pariwisata di Sarawak. Bab VI merupakan simpulan.

BAB II SIAPAKAH 'KOMUNITAS LOKAL' ITU?

Secara umum istilah 'Dayak' mengacu pada masyarakat asli Borneo yang 'non-Muslim' dan 'non-Melayu' (King, 1993). Istilah Ini tidak hanya berlaku di Kalimantan-Indonesia, tetapi juga di Sarawak-Malaysia Timur. Berikut ini akan dideskripsikan pendapat para pakar ilmu sosial seperti sosiolog dan antropolog mengenai siapa sebenarnya yang dapat dikategorikan sebagai orang Dayak. Seorang sosiolog, Rousseau (1990) misalnya mencatat bahwa istilah itu digunakan untuk merujuk pada masyarakat yang bertempat tinggal di hulu Borneo.

Sampai saat ini, ulasan mengenai makna kata "Dayak" masih diperdebatkan. Commans (1987) misalnya menyebutkan bahwa di satu pihak ada yang menyebutkan kata "Dayak" berarti "manusia", di pihak yang lain ada yang mengartikan kata itu sebagai "hulu". Namun ia sendiri mengartikan kata "Dayak" itu merujuk pada masyarakat yang menempati hulu sungai. Senada dengan makna itu, Lahajir dkk (1993: 4) mengatakan bahwa orang Iban menggunakan kata "Dayak" yang memiliki makna "manusia". Mereka juga menekankan bahwa kata "Dayak" mengacu pada karakteristik orang Borneo yang kuat, gagah, berani dan ulet.

Kelompok yang dikategorikan sebagai orang Dayak terdiri dari berbagai sub-suku yang sampai saat ini terdapat lebih dari 450 sub-suku (lihat misalnya Ukur, 1992). Para ahli antropologi klasik sering mendeskripsikan orang Dayak sebagai kelompok masyarakat yang eksotik, unik dan memiliki kekhasan tertentu seperti pengayauan (*headhunting*), rumah panjangnya (*longhouse*), animisme, dan kehidupan yang berpindah-pindah (*nomadic*). Tulisan-tulisan pada zaman kolonial² sering mempresentasikan orang Dayak sebagai kelompok yang terisolasi atau belum tersentuh, dan dikategorikan sebagai "kelompok lain" (*Other*) yang tidak berubah. Mereka bahkan sering dikontraskan dengan laki-laki Eropa yang menganggap diri sebagai agen perubahan (*agents of change*) dalam sejarah (lihat Millum, 1994).

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana para antropolog dan ilmuwan sosial lainnya melukiskan orang Dayak dan keDayakannya, berikut akan dianalisis beberapa persoalan, yaitu pengayauan, model tempat tinggal, dan organisasi sosial dan politik.

² Namun demikian, tulisan ini tidak terbatas pada zaman kolonial saja.

II.1. PENGAYAUAN (*HEADHUNTING*)

Bagi kalangan ilmuwan sosial yang mempelajari Borneo, istilah pengayauan tidaklah asing lagi. Karya Bock, *'The Head-hunters of Borneo'* (1881) membahas secara kritis tentang citra pengayauan itu (lihat Saunders, 1993:23). Sementara itu, McKinley mencatat sebagai berikut:

Headhunting is one of those customs which was almost certain to attract a great deal of attention from early western observers because it fits so well with the western world's fantasies regarding the savagery of primitive life (McKinley, 1976: 92).

Pengayauan itu sendiri merupakan bentuk aksi sosial yang kompleks. Ini salah satu alasan mengapa para ahli tertarik untuk menelitinya. Mereka dalam beberapa hal bahkan memberikan penjelasan yang beragam. Seorang peneliti, Miller (1946), misalnya menyebutkan, bahwa ritual pengayauan berkaitan erat dengan kepercayaan pada kekuatan supranatural dari kepala manusia.

To the Dyak, a dried skull is the most powerful magic in the world. A freshly cut head is potent enough to save an entire kampong from the plague. A seasoned head, properly manipulated, is powerful enough to produce rain, increase the rice yield, warn away evil spirits, and impart knowledge to the tribe's wise men. If it does not it is because its power is fading and a fresher skull is needed. Of course, the more dried heads there are, the greater the power exercised by their combined efforts. A tribe without an ulu, or head, to its name is in no condition to ward off the mandaus and poison darts of a more fortunately equipped neighbour (Miller, 1946:121).

Penjelasan tentang pengayauan ini tidak hanya bersumber pada tulisan yang sifatnya populer seperti di atas, tetapi didasari pada penjelasan dari para pakar melalui penjelasan teoritisnya. Dalam hal ini penting untuk mengkaji karya McKinley (1976) yang membahas masalah pengayauan itu melalui struktur dan arti dari ritual yang relevan. McKinley mengatakan sebagai berikut:

...the ritual treatment of the heads was a community's way of saying to itself: "Those who were once our enemies, hereby become our guardians, our friends, our benefactors" (McKinley, 1976: 95).

Dari kutipan McKinley tersebut dapat dilihat tentang proses transisi dari lawan menjadi kawan. Di sini muncul pertanyaan kenapa kepala dan bukan

bagian lain dari tubuh manusia yang diambil sebagai simbol dari perkawanan. Selanjutnya McKinley mempertahankan argumentasinya dengan menyatakan:

The head is chosen as the most apt symbol for these rites because it contains the face, which, in a manner akin to the social value of personal names, is the most concrete symbol of social personhood. Social personhood, in turn, is the enemy's most human attribute, and is therefore the attribute which must be claimed for one's own community (McKinley, 1976: 124).

Sementara itu, Freeman (1979) mendasari penjelasannya yang bertumpu pada arti simbolik (*symbolic meaning*). Dalam studinya tentang masyarakat Iban, Freeman menyatakan bahwa kata pengayauan secara simbolik berkaitan dengan fertilitas.

The climax of the remarkable allegory central to the Iban cult of head-hunting which, as it is chanted by bards, is acted out by aspirant head-hunters, is a rite known as ngelampang, which literally means "to cut into pieces". In this part of the allegory a graphic description is given of the ritual splitting of a trophy head, or antu pala, by Lang Singalang Burong, the Iban god of war. Lang achieves this feat (which symbolizes the actual beheading of an enemy) with one swift blow of his sword, and from the head which he has split open there pours forth seed which when sown grows into a human crop... (Freeman, 1979: 234).

Ilmuwan lain, seperti sejarawan Koepping (t.t.) berpendapat, bahwa adanya kelemahan ahli-ahli yang lain, karena kekurangan pemahaman mereka akan persoalan ekonomi. Menurutnya, kebanyakan penulis menyoroiti persoalan itu melalui 'the exotic or macho element' (Koepping, tt:1). Ia bahkan menambahkan tentang tidak adanya kaitan antara agama dan pengayauan, meskipun ia sendiri kurang membahasnya secara mendalam. Pendapatnya itu hanya berkisar sekitar persoalan ekonomi yang memicu permusuhan antar kelompok di lembah Labuk, yang terjadi antara tahun 1870-1910 (Koepping, tt:1).

Apabila pertimbangan ekonomi dijadikan dasar penjelasan tampaknya argumentasi itu terlalu sederhana. Adapun alasannya, sebagaimana dikemukakan oleh McKinley (1976), bahwa jika pengayauan hanya terkait dengan persoalan perkelahian dengan musuh kenapa harus memenggal kepala, apakah membunuh lawan atau musuh tidaklah cukup. McKinley memberikan alasan bahwa kepala adalah simbol dari seseorang (*personhood*) yang memiliki wajah. Dengan demikian proses transformasi kekuatan spiritual dari lawan menjadi kawan itu sangatlah dimungkinkan. Aspek

ekonomi kemudian memiliki arti yang penting, karena adanya keterkaitan antara upaya menghindari kelaparan dengan kebutuhan akan spirit dari arwah. Namun demikian, eksplanasi secara budaya lebih bermakna pada persoalan pengayauan ini. Meskipun muncul berbagai argumentasi, namun dengan adanya penjelasan tunggal tentu tidak akan menjamin untuk dapat memberikan jawaban yang tepat dan benar tentang permasalahan pengayauan ini. Oleh karena itu, tinjauan pada perbedaan geografis dan etnik menjadi penting untuk dilakukan. Di kalangan orang Dayak memang terdapat keanekaragaman dalam hal kepercayaan dan mitologi. Hal ini dapat diperjelas melalui perbedaan perlakuan terhadap kepala di antara kelompok Dayak seperti di daerah Land Dayak, Iban dan Kayan (McKinley 1976:114-5). Di samping dengan persoalan pengayauan, kelompok Dayak sering dikaitkan dengan tempat tinggal yang spesifik yang disebut rumah panjang (*longhouse*) dan adanya kehidupan yang nomadic.

II.2. RUMAH PANJANG (*LONGHOUSE*) DAN *NOMADIC*

Menurut pandangan antropolog, kunci utama untuk mengetahui keberadaan masyarakat Dayak adalah dengan adanya tempat tinggal yang spesifik. Mereka mengkaji masalah rumah panjang tidak hanya karena keunikan arsitektur yang dimilikinya, tetapi adanya refleksi struktur hubungan sosial yang menjadi kekhususan orang Dayak. Berkaitan dengan hal ini, Geddes (1968), menyimpulkan bahwa bangunan rumah panjang juga merupakan tanda perbedaan gaya hidup pada masyarakat Land Dayak. Ia membandingkan sistem komunal dalam rumah panjang dengan gaya hidup individualistik pada orang Eropa. Lain halnya dengan Geddes, Lebar mencatat bagi orang Kenyah, rumah panjang memiliki fungsi yang sama dengan desa (1972). Rumah panjang yang dimiliki oleh orang Kenyah biasanya terletak di tepi sungai (lihat Whittier, 1978). Mengenai alasan mengapa lokasi rumah panjang terletak di pinggir sungai diberikan oleh Furness. Menurutnya, karena sungai sebagai sarana transportasi utama. Dengan demikian diperlukan akses yang cepat menuju rumahnya pada era pengayauan (Furness, 1902). Baik Geddes (1968) maupun Furness (1902) berpendapat bahwa mereka mendirikan rumah panjang untuk melindungi pengayauan yang datangnya secara mendadak. Selain itu, jika ada pertentangan akan mudah dipecahkan karena mereka berkumpul dengan *tetua* yang dihormati dan mampu menyelesaikan pertentangan tersebut secara informal.

Freeman (1960) menyebutkan, bahwa dengan pemahaman akan pola tempat tinggal masyarakat Dayak maka akan dapat dipahamai pola kekerabatan dan

hubungan sosialnya. Misalnya dengan melihat rumah panjang maka dapat diketahui pola kekerabatan yang menganut pola bilateral. Ia menyatakan bahwa setiap keluarga mempunyai *bilek* tersendiri dalam rumah panjang yang terdiri dari banyak *bilek*. Penghuni rumah panjang pada umumnya memiliki kaitan kekerabatan. Pada masyarakat Iban, rumah panjang ditempati kelompok inti yang bertempat di tengah-tengah dan biasanya sebagai pendiri komunitas masyarakat itu. Di sebelah kanan dan kirinya dihuni oleh kerabat dekatnya. Freeman (1960) lebih lanjut mengatakan bahwa perpindahan dari rumah panjang ke rumah panjang lainnya cukup banyak terjadi pada masyarakat Iban, sedangkan Whittheir (1973) menemukan hal yang berbeda pada masyarakat Kenyah, misalnya mereka perlu mendapat izin dari kepala desa untuk berpindah ke rumah panjang lainnya (lihat Rousseau, 1990).

Sebagaimana sudah disebutkan di atas bahwa kehidupan dalam rumah panjang menggambarkan hubungan sosial pada masyarakat Dayak. Lebar (1972), melihat adanya posisi kepala dalam rumah panjang dan posisi anggota badan lainnya. Beberapa ahli menyebutkan adanya seorang kepala adat (*chief*) pada setiap rumah panjang (Miller, 1946; Lebar, 1972; Conley, 1973; King, 1985). Dalam setiap rumah panjang umumnya memiliki seorang kepala, seorang aristokrat, yang menempati apartemen (atau dikenal sebagai *bilek* atau *lamin*) yang terletak di tengah rumah panjang dan dikelilingi oleh keluarga dekatnya Lebar (1972). Gillow dan Dawson (1994) mencatat pula bahwa untuk orang Kenyah dan Kayan tata ruang rumah panjang menggambarkan hirarki dari komunitasnya. Keluarga biasa (*commoners*) menempati apartemen di samping keluarga aristokrat, sedangkan budak secara tradisional berada di ujung rumah panjang, dan posisinya paling rawan pada era pengayauan (lihat misalnya, Gillow dan Dawson, 1994:144).

Miller (1946) juga menyebutkan bahwa apartemen seorang kepala akan mudah dikenali dari jauh karena posisi atapnya yang sekitar lima kaki lebih tinggi dari apartemen tetangganya. Bagi masyarakat Dayak rumah panjang merupakan ciri khas yang menjadi bagian dari identitas mereka. Namun demikian selain rumah panjang, sebagian dari masyarakat Dayak, seperti Dayak Punan, masih bertempat tinggal secara *nomadic*. Karena tradisi yang dimiliki Dayak Punan ini muncul persoalan, ketika dianggap esensi dari identitas Dayak adalah rumah panjang. Hoffman (1986) mencatat bahwa kelompok ini hidup di hutan dan tidak menetap di satu tempat, tetapi pindah dari satu *camp* ke *camp* lainnya. Persoalan juga muncul dengan kehadiran rumah individual pada masyarakat Dayak. Apakah kemudian orang yang tidak tinggal di rumah panjang tetapi sebagai *nomadic* atau tinggal di rumah individual menjadi bukan Dayak lagi. Akan tetapi, pada umumnya mereka

masih tetap dianggap sebagai orang Dayak. Sebagaimana diungkapkan oleh Eriksen (1993) identitas dapat dilihat dari pengakuan orang lain dan dari pengakuan kelompok itu sendiri. Kedua aspek tampaknya menggambarkan *fluidity* dari identitas itu. Selain karakteristik tempat tinggal, tampaknya pola organisasi sosial dan politik yang spesifik 'milik' komunitas Dayak itu menjadi pembahasan para antropolog.

II.3. ORGANISASI SOSIAL DAN POLITIK

Beberapa antropolog berpendapat bahwa yang menyebabkan masyarakat Dayak unik, karena kekhasan organisasi sosial dan politik yang dimilikinya. Hal ini terlihat jelas pada komunitas Kenyah, yang memiliki kekhususan pada susunan antara *chiefs, councils, minor officials* dan *longhouse headmen* (Conley, 1973). Ia lebih lanjut mencatat bahwa desa merupakan unit utama dari organisasi sosial dan politik komunitas itu. Ia juga menambahkan bahwa peranan kepala adat besar tidak terstruktur dan simbolis karena pada dasarnya desa memiliki otonomi.

Keharmonisan komunitas Kenyah, menurut Conley (1973), menjadi tanggung jawab dari pimpinan yang berasal dari keluarga aristokrat. Seorang *chief* boleh menjadi pimpinan sampai ia meninggal. Jika ia memiliki masalah kesehatan, anak laki-laki tertua bisa menggantikannya. Ia dianggap memiliki tanggung jawab terhadap kemakmuran warganya dan memiliki otoritas terhadap kepala rumah panjang. Selain itu, ia merepresentasikan rakyatnya dalam kaitannya dengan pemerintah atau hubungan antar desa (Conley, 1973). Bagi komunitas Kenyah, *council* terdiri dari *tetua* dan para kepala rumah panjang (Conley, 1973). Berbeda dengan komunitas Kenyah, pada komunitas Iban kepala rumah panjang biasanya sama dengan kepala desa. Kepala rumah panjang untuk orang Iban tidak hanya memiliki tugas untuk memelihara hukum adat mereka, tetapi juga merupakan penghubung dengan pemerintahan kolonial Inggris (lihat, Freeman, 1960)³. Berbeda dengan kelompok Iban atau Kenyah, orang Punan tidak memiliki pimpinan yang jelas meskipun mereka menghormati *tetuanya* (lihat, Lebar, 1972)⁴. Tampaknya masyarakat Dayak memiliki variasi dalam hal organisasi sosial dan politik. Di Bab berikut akan

³ Orang Iban kebanyakan tinggal di Sarawak, Malaysia Timur.

⁴ Orang Kenyah yang semula tinggal di daerah Apo Kayan, perbatasan antara Malaysia dan Indonesia sejak konfrontasi antara Indonesia dan Malaysia sebagian berpindah ke Malaysia dan sebagian lainnya berada di Kalimantan Indonesia, terutama Kalimantan Timur. Ikatan kekerabatan antara orang Kenyah di Malaysia dan Indonesia masih tampak jelas sampai sekarang (lihat Maunati, 2000).

BAB III

ASPEK SOSIAL, EKONOMI, BUDAYA DAN POLITIK MASYARAKAT DAYAK DI SARAWAK

III.1. PENDAHULUAN

Uraian berikut ini akan menganalisis kaitan antara sektor pariwisata dan perekonomian serta dampaknya kepada kehidupan masyarakat Dayak di Sarawak, Malaysia Timur. Aspek-aspek yang dianalisis adalah: demografi, komposisi kelompok etnik, perekonomian dan pariwisata. Analisis dari tulisan ini bersifat kualitatif dengan mempergunakan data primer dan sekunder.

III.2. DEMOGRAFI

Penduduk Negara Bagian Sarawak sangat kaya akan perbedaan aspek-aspek kebudayaan. Dari keseluruhan jumlah penduduk negeri ini yang berjumlah sekitar 2.210.000 jiwa (1999), kelompok etnik terbesar di samping Dayak adalah Cina dan Melayu. Kelompok etnik yang termasuk dalam kategori Dayak antara lain adalah Iban, Bidayuh, Kenyah, dan Melanau. Kelompok etnik Dayak Iban umumnya bermukim di daerah dataran, pedalaman dan pegunungan Sri Aman, Sibu, Miri dan wilayah Kapit. Kelompok etnik yang bertempat tinggal di daerah pedesaan wilayah Kuching adalah kelompok etnik Melayu yang tinggal di daerah pantai Kuching Samarahan dan Sri Aman, dan kelompok etnik Cina umumnya bertempat tinggal di daerah perkotaan dan pusat-pusat perekonomian seperti Kuching dan Miri. Kelompok etnik lain yang secara umum dikenal dengan nama Orang Ulu bertempat tinggal umumnya di daerah pedalaman Miri, Kapit dan Limbang.

Negara Bagian Sarawak yang berbatasan dengan wilayah Kalimantan Barat, Indonesia memiliki 26 kelompok etnik dengan perbedaan bahasa, adat istiadat dan kebudayaan. Penduduk asli negara ini adalah kelompok etnik Dayak yang berjumlah sekitar 200.000 jiwa; dan masih dikelompokkan dalam sub-sub etnik seperti: Iban, Bidayuh, Kenyah, Kayan, Murut, Punan, Bisayah, Kelabit, Berawan dan Melanau. Kelompok etnik lain yang lebih kecil jumlah warganya namun terkenal di Sarawak ialah Penan (kelompok ini sering dimasukkan sebagai orang Dayak oleh beberapa ahli). Kebanyakan orang Dayak bermigrasi ke Borneo (termasuk Sarawak) diperkirakan ribuan tahun

warganya namun terkenal di Sarawak ialah Penan (kelompok ini sering dimasukkan sebagai orang Dayak oleh beberapa ahli). Kebanyakan orang Dayak bermigrasi ke Borneo (termasuk Sarawak) diperkirakan ribuan tahun yang lalu, dibandingkan dengan kelompok etnik Melayu (yang mendominasi sektor politik dan pemerintahan); sedangkan kelompok etnik Cina baru tiba kemudian mengontrol sektor perdagangan dan industri.

Sebagai satu negara bagian terbesar di Malaysia dan terkaya akan sumber-sumber alam (minyak dan gas), negeri ini juga memiliki hutan terluas di Malaysia. Menurut sejarah, pada tahun 1839, seorang pedagang Inggris bernama James Brooke tiba di Kuching, Sarawak dan menemukan sebuah dinasti bernama "*white rajahs*" yang menaklukkan keseluruhan suku bangsa, yang oleh James Brooke dilukiskan sebagai "*a trader's paradise*". Pada tahun 1946, komunitas ini diserahkan kepada pemerintah kolonial Inggris, dan kemudian pada tahun 1963 memasukkannya ke dalam Negara Federasi Malaysia.

III.3. PEREKONOMIAN

Bagian ini akan membahas perekonomian secara umum dan bagaimana posisi masyarakat Dayak dalam perekonomian tersebut. Selain sektor pertambangan, pertanian dan hasil-hasil hutan akan dibahas peran industri pariwisata sebagai upaya meningkatkan ekonomi di Malaysia dan Sarawak pada khususnya.

1. Pertambangan, Pertanian dan Hasil-hasil Hutan

Dibandingkan dengan Negara Bagian Sabah (Malaysia Timur), struktur perekonomian Sarawak lebih kurang sama yang dikaitkan dengan aktifitas ekspor dan dominasi komoditas primernya. Sektor perekonomian utama Sarawak didukung oleh sektor pertambangan, pertanian dan hasil-hasil hutan. Lebih dari 40 persen dari keseluruhan Gross Domestic Product (GDP), ditambah dengan sektor-sektor sekunder seperti manufaktur dan konstruksi sebesar 30 persen telah menjadikan Sarawak sebuah negara yang makmur. Perekonomian Sarawak pada periode 1990-1998 tumbuh rata-rata 6.5 persen setiap tahun. Khusus untuk tahun 1999, negara Sarawak mengalami pertumbuhan ekonomi sebanyak 5.3 persen. Dalam kaitan dengan sumbangannya terhadap GNP, pertambangan merupakan sektor pemasukan devisa ke kas negara terbesar diikuti oleh sektor manufaktur. Sejak permulaan

tahun 1980an, Sarawak telah memperkembangkan diversifikasi usaha dan perubahan pada ekonominya yang berorientasi kepada industrialisasi. Diversifikasi dan industrialisasi di sektor perekonomian negara telah mengakibatkan kemajuan signifikan pada ekonomi Sarawak. Seperti negara Sabah, Sarawak juga memiliki kelimpahan sumberdaya alam, seperti gas alam cair (LNG) dan minyak yang merupakan sumber pendapatan utama untuk negeri ini sampai sekarang. Di sektor perkayuan, Sarawak termasuk salah satu negara terkaya pengeksport kayu gelondongan di dunia. Walaupun demikian, akhir-akhir ini terjadi perubahan dalam kebijakan perkayuan di negeri ini saat pemerintah Sarawak mengeluarkan peraturan yang keras untuk membatasi kuota ekspor kayu gelondongan (*log*), dengan tujuan untuk menjaga pembangunan hutan berkelanjutan. Negeri ini masih sanggup mengeksport sekitar 9-10 juta meter kubik kayu gelondongan setiap tahunnya. Untuk hasil-hasil pertanian, Sarawak telah mengalokasikan lahan pertanian dalam jumlah besar untuk pembangunan tanaman komersial. Lebih kurang 32.0 persen atau sekitar 4 juta hektar lahan milik negara telah diidentifikasi sebagai layak/subur untuk usaha pertanian. Meskipun demikian, hanya kurang dari 9 persen dari lahan yang potensial untuk ditanami itu dimanfaatkan untuk tanaman-tanaman komersial; dan sebagian besar dipergunakan untuk perladangan berpindah (*shifting cultivation*) untuk padi gunung (*hill rice*) seluas 1.6 juta hektar. Tanaman komersial utama adalah kelapa sawit yang telah berkembang dengan pesat dalam sepuluh tahun terakhir, di samping sagu dan lada.

Dalam pemahaman kelompok etnik Dayak, tanah dan sumber-sumber daya alam yang ada sangat penting untuk kehidupan mereka. Tanah tidak saja untuk kehidupan tetapi juga berkaitan dengan kehidupan keagamaan penduduk. Kebanyakan penduduk Dayak yang bermukim di daerah pedalaman dan pegunungan masih tetap mempraktekkan kegiatan perladangan berpindah dan berburu, disertai dengan upacara-upacara keagamaan. Kebiasaan ini masih ditemukan di antara kelompok etnik Penan (sekitar 500 jiwa) yang terus berpindah tempat untuk mempertahankan kehidupan mereka. Kelompok-kelompok suku Dayak masih tinggal di rumah-rumah panjang (*lamin, ramin*), dan setiap lamin (dalam pemahaman tradisional orang Dayak) merupakan sebuah desa saat ini. Setiap keluarga (batih, *extended family*) mendiami kamar yang terpisah dengan kamar lain dalam satu lamin, tetapi setiap penghuni kamar itu memiliki sebuah serambih yang sama (lihat juga Bab II). Sebuah komunitas rumah panjang mempunyai sebidang tanah komunal (bersama) yang dipergunakan untuk berburu dan mengumpulkan hasil-hasil hutan. Sebidang tanah warga lamin itu sekaligus menjadi persediaan lahan untuk usaha pertanian di waktu-waktu yang akan datang (*a reserve for future cultivation*). Hak milik pribadi atas tanah tidak dikenal

di kalangan suku Dayak di pedalaman, tetapi siapa mengusahakan sebidang tanah ia dianggap 'memiliki' tanah tersebut.

2. Peran Industri Pariwisata Dalam Perekonomian Malaysia dan Sarawak

Industri pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Malaysia secara keseluruhan, yang tidak saja menjadikannya sebagai sektor yang potensial dari sisi ekonomi; akan tetapi juga di sektor ketenagakerjaan akan sanggup menyediakan 'pasar' baru yang menjanjikan. Di Malaysia, sektor pariwisata menyumbangkan 10 persen dari keseluruhan tenaga kerja. Selama 15 belas tahun (1981-1996), tingkat kunjungan wisata ke Malaysia bertambah secara meyakinkan, dan hal ini dibuktikan dari pendapatan di sektor pariwisata yang bertambah dari 1 miliar RM (Ringgit Malaysia) pada tahun 1981 menjadi RM. 11 milyar pada tahun 1996 (Sanngin-Noweg, 2000:423).

Menurut Laporan Tahunan Bank Negara (Malaysia) pada tahun 1998, sektor pariwisata menduduki posisi ketiga dalam pemasukan devisa ke Malaysia setelah sektor manufaktur dan kelapa sawit dalam valuta asing yang bernilai sejumlah RM. 9.3 milyar. Nilai devisa ini lebih sedikit dibandingkan dengan pendapatan tahun sebelumnya (1996-1997) sebagai konsekuensi dari menurunnya pengunjung yang masuk ke Malaysia dalam dua tahun tersebut. Walaupun demikian, pada tahun 1999 ketika Malaysia sedang mengalami pemulihan ekonomi setelah krisis ekonomi yang dimulai pada tahun 1997; data yang tersedia menentukan perkembangan yang luar biasa di sektor pariwisata di mana 8 juta wisatawan mengunjungi negeri ini, dengan estimasi pendapatn RM. 13 milyar dibandingkan; dengan 5.5 juta pengunjung pada tahun-tahun sebelumnya yang telah menghasilkan RM. 9 miliar. Industri pariwisata di Malaysia akan bertumbuh secara signifikan sebab pemerintah memberikan perhatian besar di sektor promosi dan infrastuktur.

Khusus untuk Sarawak, para wisatawan meningkat pada tahun-tahun terakhir. Menyadari akan pentingnya sektor pariwisata untuk negara bagian Sarawak, pemerintah terus mengembangkan berbagai sektor untuk menarik wisatawan dari luar negeri. Pembentukan Kementerian Pariwisata (*the Ministry of Tourism*) merupakan sebuah bukti nyata akan keseriusan pemerintah Sarawak dalam mengembangkan sektor pariwisata (lihat juga Bab IV tentang Kebijakan Pariwisata di Malaysia). Sarawak sebagai negara bagian terbesar di Malaysia dengan luas 124,450 km², memiliki berbagai pusat pariwisata yang dapat 'dijual' untuk menarik para pengunjung sebagai ekoturisme menarik (Hon,

1988). Selama ini pengunjung dari luar negeri mengetahui Sarawak dari satu sisi kecil saja yaitu sebagai negara yang kaya akan sumber-sumber daya alam, pengembangan akan taman nasional yang begitu menarik, termasuk Gunung Mulu, Gua Niah dan juga kekayaan kebudayaan yang merefleksikan diversifikasi kelompok etnik di Sarawak. Keragaman fauna dan flora seperti yang ditemukan di Bako, Niah, Daerah Perbukitan Lambir, Gunung Gading dan Taman Nasional Similajau telah menjadikan Sarawak sebagai tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan asing (untuk detail tentang pariwisata lihat Bab IV).

Isu perekonomian tersebut di atas yang melihat berbagai sektor, terutama pertanian, pertambangan, hasil hutan dan industri pariwisata memberikan gambaran tentang posisi masyarakat Dayak dalam perekonomian di Sarawak secara luas. Di bawah ini kita akan melihat posisi politik orang Dayak.

III.4. POSISI POLITIK ORANG DAYAK

Seperti telah disebutkan di atas bahwa peristilahan mengenai kata 'Dayak' telah menjadi diskursus yang cukup lama di kalangan orang Dayak sendiri, juga pembahasan yang berasal dari orang di luar komunitas ini. Diperkirakan istilah 'Dayak' atau 'daya' berasal dari pengertian linguistik/kebahasaan, seperti halnya dengan istilah 'Bidayuh' dan 'Lun Dayeh' (King 1993:29-31). Kendatipun demikian, indikasi kebahasaan yang tipikal ini tidaklah harus representatif untuk merujuk kepada berbagai asosiasi komunitas non-Muslim di Kalimantan, yang telah hidup di Kalimantan bahkan sebelum invasi bangsa Eropah. Menurut Boulanger:

In more recent times as well, "Dayak", as a term and as an ethnic concept, continued to serve administrative convenience more than it addressed Bornean ethnicity as the natives perceived it (2000:44).

Secara khusus di Sarawak, Malaysia Timur, pemerintah negara bagian ini secara diam-diam dengan persetujuan pemerintah Malaysia, tampaknya lebih toleran terhadap penggunaan peristilahan etnik dan sub-etnik, bahkan pada tataran tertentu ikut mendorong pembakuan dari pemakaian istilah etnik dan sub etnik (Dayak) di negeri jiran ini. Lebih jauh, saat ini di Sarawak terdapat tendensi yang mendorong gerakan asimilasi ke dalam komunitas masyarakat Dayak dengan kelompok-kelompok etnik lainnya. Gerakan ini merupakan sebuah upaya awal untuk secara politik dan sosial mengkorporasikan kelompok etnik Dayak dalam konteks non-Dayak secara meluas di Sarawak; yang keberadaan dan motivasinya di kemudian hari diharapkan dapat tumbuh

secara spontan. Hal ini telah dicoba sejak tahun 1980an. Akan tetapi pada bagian terakhir dari gerakan ini pada tahun 1990an, kebangkitan dari pada 'Dayakism' dalam format politiknya berjalan lambat tetapi secara efektif dirusakkan melalui, apa yang oleh James Scott (1990) disebut sebagai '*hidden transcript*' yang tidak dapat ditawar-tawar lagi oleh kekuatan politik utama dalam pemerintahan Malaysia (Far Eastern Economic Review, 1991:19, Jayum: 1993:45-69). Dayakism sebagai sebuah fenomena kultural tampaknya menjadi lebih menarik untuk negara bagian Sarawak dan rakyatnya begitu juga untuk pemerintahan federal Malaysia.

Melalui proses kultural Dayakism beberapa tahun terakhir tampaknya berlangsung 'pembauran' tanpa muatan atau dimensi historis pada gerakan ini. Dayakisme adalah bagian dari proses urbanisasi Sarawak. Sebelum Perang Dunia kedua, jumlah penduduk Dayak di Kuching (Sarawak) terfrekmentasi dalam berbagai kelompok (etnik); yang mayoritasnya dikomposisikan oleh sub-etnik Iban; tetapi diklasifikasikan dalam disparitas pekerjaan, agama, pendidikan dan sebuah kebijakan yang tidak masuk akal/gila (*schizophrenic*); sebagai bagian dari kebijakan di bawah administrasi Brooke; yang pernah mempromosikan kelompok etnik Dayak. Contoh konkrit dari intervensi positif Brooke adalah mempromosikan warga Dayak dalam barisan keamanan kota kendatipun usulan ini tidak seluruhnya disetujui sendiri oleh penduduk Dayak di daerah perkotaan (Lockard 1987: 141-145).

Selama perang dunia kedua (periode Jepang), kebijakan atau strategi keamanan yang serupa di Asia saat itu, antara lain dengan mendorong dan memberikan kesempatan kepada warga pribumi (Dayak) untuk mendirikan persatuan (sosial dan politik). Salah satu hasil dari kebijakan sosial politik pemerintahan fasis Jepang itu adalah terbentuknya '*The Dayak Sarawak Association*' (Tan 1994:8-12). Anggota-anggotanya terdiri dari kelompok etnik Iban dan Bidayuh, tetapi penduduk Orang Ulu dari Kuching dinegosiasikan dari asosiasi ini. Kemudian pada tahun 1956, dibentuklah '*The Sarawak Dayak National Union*' (SDNU). Kendatipun, pada tataran diskursus, SDNU tetap menerima orang Dayak dalam asosiasi politik ini, tetapi realitas membuktikan bahwa mayoritas anggota SDNU adalah orang-orang Iban. Kebanyakan orang Dayak lebih suka berjuang melalui asosiasi etnik mereka yang disebut '*The Dayak Bidayuh National Union*' (DBNA), dan '*The Orang Ulu National Association*' (OUNA) yang di kemudian hari menjadi tempat bersekutu berbagai kelompok etnik seperti SDNU.

Konsekwensi dari pergerakan dan realitas politik ini, mendorong warga komunitas etnik kecil lain memandang kelompok Dayak Iban sebagai bersifat acuh terhadap kepentingan politik mereka terhadap kelompok-kelompok etnik lainnya. Dalam perkembangannya, SDNU terpecah menjadi tiga asosiasi, dengan keluarnya anggota-anggota non-Iban dari organisasi ini (SDNU). Saat ini, SDNU terus menurun kinerjanya dari tujuan utama dan ke arah mana organisasi politik ini akan bermuara. Reorientasi politik SDNU merupakan syarat untuk menarik dan menampung berbagai kelompok kepentingan, sehingga di masa mendatang kinerjanya akan menjadi daya tarik sekaligus faktor pencegah berlanjutnya 'perpecahan' di tubuh SDNU itu sendiri.

Salah satu upaya politik untuk menarik dan mengambil hati gerakan 'Dayakisme' di Sarawak adalah melalui jalur keagamaan, yaitu secara formil menerima Hari Raya masyarakat Dayak dalam kalender pemerintah negara bagian Sarawak (Munan 1993: 11-16). Konsep ini dipelopori oleh seorang anggota Perserikatan wanita (kini disebut Datuk) Tra Zehnder, seorang wanita Iban yang memiliki banyak pengalaman di luar Kota Kuching dan lama tinggal di rumah panjang; di daerah pedalaman selama masa pendudukan Jepang. Meskipun bertopang kokoh pada Perserikatan Perempuan masyarakat urban, Hari Raya (Gawai Dayak) ditetapkan untuk mengkonfirmasi tradisi masyarakat Dayak pedalaman. Waktu yang ditetapkan untuk Hari Raya 'Gawai' (terminology Iban untuk persekutuan religius) jatuh pada tanggal 1 Juni setiap tahun; waktu di antara masa menanam dan menuai. Ketika Gawai Dayak resmi menjadi Hari Raya orang Dayak, sejak awal tidak ditemukan bahwa Hari Raya ini akan memiliki pengaruh kultural dan sosial untuk warga Dayak di daerah perkotaan sampai wilayah pedalaman. Tanpa menghiraukan bahwa terminologi 'gawai' dekat dengan kelompok Iban, rekognisi terhadap warisan kultural warga Dayak di Sarawak ini kembali menghidupkan sentimen lintas etnik, mulai dari Kuching hingga ke daerah pedalaman. Dengan perkataan lain, pengakuan akan 'Dayak Gawai' itu serta merta 'menghilangkan' disparitas hubungan sub-sub etnik di kalangan warga Dayak Sarawak sendiri. Sebaliknya, penguatan hubungan antar etnik di bawah sentimen religius tadi semakin memperkuat solidaritas politik dan sosial warga Dayak di negara bagian Sarawak.

Seperti halnya di Kalimantan Indonesia, posisi masyarakat Dayak di bidang politik juga masih relatif rendah. Berbagai upaya pemberdayaan telah dilakukan. Misalnya, Chee-Beng (1997) mencatat bahwa munculnya berbagai asosiasi Dayak, seperti Dayak Iban dan Bidayuh terkait dengan tujuan untuk memperkuat posisi politik orang Dayak dan ekonomi yang sering

termarginalisasi. Chee-Beng (1997) juga melaporkan bahwa umumnya, asosiasi didirikan oleh kaum terdidik Dayak.

Asosiasi yang dibuat oleh kelompok Dayak memiliki tujuan yang serupa, antara lain untuk menunjukkan konstitusi mereka yang berharga dengan melestarikan/memelihara dan mempromosikan warisan budaya, menumbuhkan kesatuan dan saling membantu antar mereka, untuk memajukan pendidikan dan pencapaian ekonomi, untuk mengorganisasi dan mendorong aktivitas sosial, rekreasi dan olah raga (lihat Chee-Beng, 1997:274).

Asosiasi juga dimaksudkan untuk meningkatkan pendidikan kelompok Dayak. Misalnya, melalui asosiasi Chee-Beng mencatat, semua pimpinan asosiasi Dayak menganggap bahwa bagi *indigenous people* pendidikan adalah sarana untuk mencapai mobilitas ke atas (1997:275). Dengan pendidikan orang bisa menjadi pegawai negeri atau guru, atau sebagai profesional di berbagai sektor yang masih didominasi oleh orang Cina (Chee-Beng, 1997:275). Pada dasarnya, pendidikan akan memberikan peluang pada peningkatan ekonomi maupun peran politik dan juga mempromosikan integrasi pada sistem ekonomi dan politik yang lebih luas (Chee-Beng, 1997: 275). Seorang informan dari Sarawak yang memiliki perhatian pada masyarakat Dayak di sana melihat bahwa masyarakat Dayak pada umumnya masih tersingkir dalam kancah politik lokal dan terpinggirkan dalam ekonomi. Mereka belum menjadi pengambil keputusan yang dominan.

Berikut ini akan dibahas masalah kebijakan pariwisata di Malaysia dan Sarawak pada khususnya.

BAB IV KEBIJAKAN PARIWISATA DI MALAYSIA

IV.1. SELINTAS TENTANG INDUSTRI PARIWISATA

Dalam mengantisipasi persaingan global, salah satu sektor yang mempunyai peluang untuk dikembangkan di negara-negara ASEAN adalah industri pariwisata. Industri ini telah memberikan kontribusi yang nyata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di negara-negara itu. Pertumbuhan industri pariwisata di negara-negara berkembang cenderung lebih cepat daripada di negara-negara maju dan kondisi yang dinamis ini tampaknya terus berlanjut sampai beberapa dekade (Bukart dan Medlik, 1987: 60).

IV.2. PARIWISATA DI MALAYSIA

Malaysia sebagai salah satu negara ASEAN tampak cukup intens dalam mengelola industri pariwisata. Upaya itu dapat dilihat ketika Malaysia merencanakan untuk membangun gedung *twin tower* sebagai yang tertinggi di dunia. Beberapa kalangan tampak cukup pesimis dengan rencana itu, dan bahkan menganggap proyek itu hanya sebagai realisasi ambisi Perdana Menteri Mahathir Muhammad. Keadaan menjadi lain, ketika gedung yang mempunyai ketinggian 452 meter itu selesai dibangun. Lebih-lebih ketika gedung itu mulai dimanfaatkan, maka dunia pun tampak kagum dengan upaya itu. Hal yang sama terjadi pula ketika Malaysia membangun bandara Kuala Lumpur International Airport (KLIA). Setelah bandara itu selesai dibangun dan dinyatakan sebagai bandara terbaik di dunia (Kompas, 27 Oktober 2001) maka banyak kalangan juga memberikan kekagumannya. Oleh karena itu potret Malaysia sebagai negara yang bersemangat untuk membangun sesuatu yang spektakuler merupakan julukan yang cukup pantas diberikan.

Semangat tinggi pemerintah Malaysia untuk membangun industri pariwisata dapat dikatakan telah dilakukan secara terencana dan terprogram. Hal ini dapat dilihat pada pembangunan di Penang, Langkawi, Sipadan, Genting, kawasan di sekitar Kuala Lumpur, Negara Bagian Sarawak Malaysia Timur, Negara Bagian Sabah dan di beberapa negara bagian lainnya. Pembangunan itu memerlukan dana yang besar. Pemerintah Malaysia misalnya dikatakan telah mengalokasikan anggaran promosi wisata sekitar 150 juta dollar AS (Kompas, 27 Oktober 2001). Hal ini dapat dikatakan berhasil, karena pada tahun 2000 negara ini telah muncul sebagai negara terbanyak pertama di kawasan ASEAN yang menerima kunjungan wisatawan. Data kunjungan

negara-negara ASEAN pada tahun 2000 dapat dilihat dalam tabel berikut di bawah ini.

Tabel. 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Negara-Negara ASEAN Tahun 2000

No	Negara ASEAN penerima kunjungan Wisatawan	Jumlah Wisatawan
1	Malaysia	10.271.582
2	Thailand	9.508.577
3	Singapura	7.691.399
4	Indonesia	5.064.217
5	Vietnam	2.150.100
6	Filipina	1.406.467
7	Brunei	984.093
8	Kambodja	466.365
9	Myanmar	270.665

Sumber Data : Kompas, 27 Oktober 2001 mengutip data dari ASEAN National Tourism Organization (ASEAN NTOs)

Keterangan : Tidak diperoleh data Negara Laos

Negara asal wisatawan yang mengunjungi Malaysia prosentase terbesar (69,93 %) adalah wisatawan dari negara-negara ASEAN dan wisatawan dari Negara-Negara Asia Timur (12,10 %). Data selengkapnya dapat dilihat pada Tabel. 2.

Tabel. 2
Negara Asal Wisatawan Yang Mengunjungi Malaysia

No	Negara Asal Wisatawan	Jumlah	
		F	%
1	Negara-negara ASEAN	7.182.452	69,93
2	Negara-negara Asia Timur	1.243.030	12,10
3	Negara-negara Asia Selatan	132.127	1,29
4	Negara-negara Timur Tengah	53.370	0,52
5	Negara-negara Eropa Utara	385.628	3,75
6	Negara-negara Eropa Barat	165.227	1,61
7	Negara-negara Eropa Selatan	34.548	0,34
8	Australia dan Negara-negara di Pasifik	256.126	2,49
9	Negara-negara Amerika Utara	239.899	2,33
10	Negara-negara Afrika	11.540	0,11
11	Lain-lain	567.635	5,53
Total		10.271.582	100,00

Sumber Data : Kompas, 27 Oktober 2001 mengutip data dari ASEAN National Tourism Organization (ASEAN NTOs)

Keterangan : tidak diperoleh data wisatawan asal dari negara Eropa Timur dan Amerika Selatan yang mengunjungi Malaysia

Jika dibandingkan negara asal wisatawan yang mengunjungi Thailand, Indonesia, Singapura, Vietnam dan Filipina pada tahun 2000, diperoleh gambaran seperti tertera dalam tabel berikut ini :

Tabel. 3
Negara Asal Wisatawan Yang Mengunjungi
Thailand, Indonesia, Singapura, Vietnam dan Filipina
Tahun 2000

No	Negara Asal Wisatawan	Thailand	Indonesia	Singapura	Vietnam	Filipina
		F %	F %	F %	F %	F %
1	Negara-negara ASEAN	2.196.847 (23,10)	2.054.974 (40,58)	2.427.668 (31,56)	265.338 (12,34)	96.692 (6,87)
2	Negara-negara Asia Timur	3.544.108 (37,27)	1.313.213 (25,93)	2.295.462 (29,85)	1.067.223 (49,64)	607.881 (43,22)
3	Negara-negara Asia Selatan	340.650 (3,58)	51.569 (1,02)	510.150 (6,63)	-	19.110 (1,36)
4	Negara-negara Timur Tengah	159.656 (1,68)	35.214 (0,69)	75.700 (0,98)	-	12.890 (0,92)
5	Negara-negara Eropa Barat	947.307 (9,96)	469.012 (9,26)	409.707 (5,33)	155.801 (7,25)	90.577 (6,44)
6	Negara-negara Eropa Utara	899.740 (9,46)	268.644 (5,30)	575.049 (7,48)	84.683 (3,94)	86.591 (6,16)
7	Negara-negara Eropa Selatan	175.133 (1,84)	98.011 (1,94)	75.185 (0,98)	15.715 (0,73)	18.122 (1,29)
8	Negara-negara Eropa Timur	26.857 (0,28)	24.439 (0,48)	29.507 (0,38)	6.017 (0,280)	2.418 (0,17)
9	Negara-negara Amerika Utara	568.533 (5,98)	212.638 (4,20)	466.850 (6,07)	239.487 (11,14)	394.577 (28,05)
10	Negara-negara Amerika Selatan	11.415 (0,12)	27.822 (0,55)	10.183 (0,13)	-	3.041 (0,22)

No	Negara Asal Wisatawan	Thailand	Indonesia	Singapura	Vietnam	Filipina
		F %	F %	F %	F %	F %
11	Australia dan Negara-negara Pasifik	379.816 (3,99)	421.701 (8,33)	610.783 (7,94)	73.447 (3,41)	62.428 (4,44)
12	Negara-negara Afrika	38.876 (0,41)	37.529 (0,74)	47.102 (0,61)	-	916 (0,06)
13	Lain-lain	219.639 (2,31)	49.451 (0,98)	158.044 (2,06)	242.389 (11,27)	11.244 (0,80)
Total		9.508.577 (100)	5.064.217 (100)	7.691.399 (100)	2.150.100 (100)	1.406.467 (100)

Sumber Data : Diolah dari data Kompas, 27 Oktober 2001 yang mengutip data dari ASEAN National Tourism Organization (ASEAN NTOs)

Sementara itu data kunjungan wisatawan ke Negara Bagian Sarawak Malaysia Timur pada tahun 1997 berjumlah 196.223 orang dan pada tahun 1998 berjumlah 195.051 orang atau terjadi penurunan sekitar 0,60 % atau 1.172 wisatawan (Sanggin, dkk. 2000: 423). Namun tidak diperoleh data negara asal wisatawan yang mengunjungi Sarawak dalam dua tahun tersebut.

Data kunjungan wisatawan ke Negara Bagian Sabah, Malaysia Utara pada tahun 1995 berjumlah 516.164 orang dan pada tahun 1998 berjumlah 423.284 atau telah terjadi penurunan sekitar 18 % atau 92.880 wisatawan selama tiga tahun (Rosazman Hussin, 2000 : 482).

Negara asal wisatawan yang mengunjungi Sabah, umumnya dari negara-negara ASEAN, negara-negara Asia Timur (RRC, Hongkong, Taiwan, Jepang), negara-negara Eropa (Inggris, Swedia), dan negara-negara di kawasan Pasifik (Australia, New Zealand). Tidak diperoleh data kunjungan wisatawan ke Sarawak dan Sabah dalam dua tahun terakhir (1999 dan 2000).

Industri pariwisata di Malaysia telah memberi kontribusi yang cukup besar di bidang perekonomian, seperti pengembangan dunia usaha dan penciptaan lapangan kerja baru. Hal ini disebabkan adanya motivasi kunjungan wisatawan yang cenderung meningkat dan bervariasi. Mathieson dan Wall (1996) mencatat ada dua belas faktor penarik yang menyebabkan wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata, antara lain kerajinan tangan, bahasa, tradisi dan adat istiadat, makanan, kesenian dan musik, sejarah kampung, wilayah dan

bandar, agama dan kepercayaan, pakaian dan sebagainya. Selain itu, tentu daya tarik keindahan alam juga memegang peranan penting, seperti pemandangan di pegunungan, laut, cuaca alam, hutan dan rimba, dan sebagainya. Jarak menuju lokasi wisata dan kemudahan sarana dan prasarana seperti sarana transportasi, penginapan (hotel, losmen) juga berpengaruh. Faktor lain yang cukup menentukan pula adalah adanya media pemasaran paket pariwisata seperti promosi ke berbagai negara, baik melalui brosur-brosur, iklan di majalah, koran dan bahan cetak, iklan di radio, televisi, internet dan melalui pameran-pameran.

Rosazman Hussin (2000: 494-495) mencatat faktor-faktor yang memberi motivasi wisatawan sebelum mengunjungi ke Kota Kinabalu, Malaysia diantaranya faktor keanekaragaman budaya (30 %), keselamatan dan keamanan (24 %), keuangan (24 %), tempat penginapan (14 %), cuaca dan iklim (8 %). Tanggapan wisatawan tentang Kota Kinabalu adalah sebagai berikut. Aspek keindahan alam (68 %), tempat yang unik dari segi budaya dan masyarakat (28 %), tempat yang masih terbelakang dibandingkan dengan tempat asal wisatawan (4 %) (Rosazman Hussin, 2000, 496). Sebab-sebab wisatawan memilih Kota Kinabalu sebagai tempat tujuan wisata adalah sebagai berikut: keadaan alam yang indah dan alami (70 %), promosi (10 %), budaya dan masyarakat (8 %), alasan lain, seperti karena tertarik dengan cerita rekan-rekan (12 %) (Rosazman Hussin, 2000: 497-498).

Hasil studi ini menyimpulkan bahwa faktor keunikan budaya Sabah bukanlah sebagai daya tarik dan pilihan utama wisatawan untuk berkunjung ke Kota Kinabalu atau ke Sabah pada umumnya (Rosazman Hussin, 2000: 502-503). Sebaliknya, faktor utama wisatawan memilih Kota Kinabalu sebagai tempat tujuan wisata, karena mereka tertarik dengan keadaan alam yang indah dan masih alami terutama gunung Kinabalu, hutan rimba tropika, pulau-pulau dan pantai peranginan, serta keadaan flora dan faunanya. Oleh karena itu, faktor keunikan budaya dan masyarakat Sabah hanya sebagai faktor pendukung. Lingham (1994:35) misalnya mengatakan bahwa tujuan wisatawan modern yaitu adanya keinginan untuk melihat sesuatu yang lain di tujuan wisata. Keadaan yang demikian merupakan anugerah alam yang indah dan alami, yang terdiri dari habitat, hutan serta kehidupan liar di dalamnya. Atas dasar itu '*ecotourism*' telah menjadi konsep yang populer dikalangan wisatawan, para pengembang industri pariwisata, pemerintah dan swasta terutama dalam upaya memelihara dan menjaga keindahan alam dan keanekaragaman flora dan faunanya. Sebagaimana halnya dengan negara kawasan Asia Tenggara, Malaysia juga merupakan salah satu negara tropis

yang sejak dahulu menjadi daya tarik tersendiri bagi para pendatang. Sampai saat ini, keindahan alam Malaysia menjadi andalan utama pariwisata, di samping menyajikan seni dan budaya yang cukup beragam. Jumlah penduduk Malaysia yang tercatat pada saat ini sekitar 23,3 juta jiwa, dengan tingkat pertumbuhan penduduk 2,3% per tahun. Sebagian besar penduduk Malaysia, yaitu sekitar 83% tinggal di Semenanjung Malaysia, 8% tinggal di Sabah, sedangkan sisanya, 9% tinggal di daerah Sarawak. Malaysia merupakan negara multi-etnik, dimana penduduknya terdiri dari berbagai etnik, seperti etnik Melayu, Cina, India dan penduduk asli. Penduduk asli Malaysia terdiri dari beberapa suku, misalnya suku Iban, Bidayuh, Melanau, Dayak dan Kenyah. Kelompok mayoritas adalah etnik Melayu yaitu sekitar 52%, Cina 29%, India 8%, sedangkan jumlah penduduk asli sekitar 11%. Dengan demikian jumlah etnik Melayu yang seringkali disebut sebagai bangsa 'bumiputera' (*indigenous people*) adalah 63% dari keseluruhan jumlah penduduk Malaysia. Perbedaan etnik di Malaysia bukanlah menjadi halangan untuk bersatu, akan tetapi dapat saling berbagi dan memadukan segenap unsur budaya yang ada, sehingga tercipta kekayaan seni dan budaya yang beraneka-ragam.

Malaysia yang terbagi dalam beberapa negeri, menyadari akan potensi alam serta kebudayaan yang dimilikinya. Itulah sebabnya pemerintah berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan kelebihan yang dimiliki tersebut, antara lain dalam bentuk paket-paket wisata. Dapat dikatakan bahwa hampir setiap daerah atau negara bagian di Malaysia memiliki keunikan yang dapat dikemas sebagai suatu daya tarik wisata.

Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa industri pariwisata merupakan sektor penting dalam perekonomian Malaysia. Industri ini tidak saja sebagai sektor yang potensial dari aspek ekonomi, akan tetapi sektor ini mampu memberikan alternatif masalah ketenagakerjaan serta menyediakan 'pasar' baru yang menjanjikan. Sektor pariwisata ini dapat memberikan kontribusi sekitar 10 persen dari keseluruhan tenaga kerja. Selama 15 tahun (1981 – 1996), tingkat kunjungan wisata di Malaysia bertambah secara meyakinkan dan hal ini dibuktikan dari pendapatan di sektor pariwisata yang bertambah dari RM. 1 milyar (Ringgit Malaysia) pada tahun 1981 menjadi RM. 11 milyar pada tahun 1996 (Sanggin-Noweg., 2000: 423).

Pengembangan industri pariwisata ini tampaknya memberi harapan yang cukup berarti, karena pemerintah setempat memberikan perhatian besar di sektor promosi dan infrastruktur. Dalam kaitan ini Malaysia bahkan

menyebut negerinya sebagai 'tempat tujuan wisata keluarga', dalam arti sebuah wahana yang benar-benar terbuka untuk siapa saja, baik ibu, bapak, anak ataupun muda-mudi. Oleh karena itu pembangunan tempat wisata di negeri ini selalu melekat dengan sentuhan untuk keluarga, dalam pengertian bahwa seluruh anggota keluarga diharapkan dapat menikmati objek wisata itu. Sebagai contoh adalah kompleks olah raga golf, The Pan Pacific Glenmarie Resort yang terletak di Kuala Lumpur. Tempat ini menyediakan perlengkapan olah raga kebugaran dan arena bermain bagi anak-anak serta fasilitas keluarga lainnya (Kompas, 17 Januari 1997).

Pada saat ini pemerintah Malaysia tetap berupaya untuk melaksanakan promosi wisata, untuk dapat bersaing dengan negara-negara di sekitarnya yang lebih dahulu berhasil dalam bidang pariwisata, seperti Hongkong dan Singapura. Dalam konsep kepariwisataannya, Malaysia berusaha untuk menjaga unsur-unsur moralitas, misalnya dengan program anti ganja dan narkotika serta menjauhi *trade mark* sebagai tempat wisata seks dan perjudian. Tiga andalan utama atau aset wisata negeri ini yaitu keindahan alam, kekayaan budaya/ etnik dan obyek wisata fantasi buatan.

Obyek wisata alam di Malaysia jumlahnya cukup banyak, antara lain yang menawarkan keindahan pulau dan pantai, taman nasional dan tempat peristirahatan di pegunungan. Masing-masing tempat tujuan wisata tersebut mempunyai keunikan yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Sebagai contoh adalah Pulau Mabul dan Kapalai di negara bagian Sabah. Pulau yang dipenuhi dengan tanaman palm ini terkenal dengan mikro fauna dan binatang laut seperti kura-kura dan *octopus* (cumi-cumi dengan 8 tangan).

Taman wisata alam yang terdapat di Malaysia biasanya terletak di lereng pegunungan, dengan menampilkan pesona keindahan flora dan fauna. Salah satu contoh adalah Taman Kinabalu yang terletak di negara bagian Sabah. Taman ini menempati area kurang lebih 7537 km², dengan keindahan flora yang beraneka ragam. Tanaman-tanaman dari berbagai belahan bumi dapat ditemukan di sini. Di taman ini terdapat lebih dari 1200 species anggrek dan lebih dari 300 species burung. Keindahan alam seperti itulah yang dijadikan modal utama promosi wisata pemerintah, khususnya wisata alam (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 1999a: 34-35).

Kebijakan pemerintah dalam promosi wisata tidak terlepas pula dari penawaran obyek wisata budaya. Obyek wisata budaya yang dimaksudkan di sini antara lain obyek wisata yang berupa benda - benda atau bangunan

peninggalan masa lalu. Malaysia memiliki kemampuan untuk menjaga dan merawat bangunan-bangunan kuno. Di Melaka contohnya, terdapat lebih dari 300 bangunan kuno yang terawat dalam kondisi utuh dan bersih. Pengunjung dapat merasakan kebesaran masa silam dengan mengunjungi dan menyaksikan kemegahan bangunan-bangunan kuno. Erat kaitannya dengan wisata budaya adalah keunikan adat istiadat masyarakat pribumi (penduduk asli), yang biasanya disajikan sebagai bentuk wisata etnik, seperti yang terlihat dalam seni budaya suku-suku bangsa (terutama Dayak) di daerah Sarawak

Obyek wisata fantasi buatan dapat dilihat di Lagoon dan di Genting Highlands Resort. Di Lagoon, wisatawan dapat menikmati air terjun buatan, bermain luncur air atau bermain di laut dengan debur ombak buatan. Daerah wisata Genting Highlands dibangun di atas perbukitan tinggi yang berhawa dingin. Daerah ini tampak sebagai sebuah kota fantasi dengan kompleks bangunan perhotelan, pertokoan, taman bunga dan zona permainan yang serba modern. Seperti semboyan pemerintah, Genting Highlands ini benar-benar menjadi tempat wisata keluarga yang cocok untuk semua usia (Kompas, 17 Januari 1997).

Dalam melaksanakan promosi wisata, pada tahun 1992 pemerintah Malaysia membentuk Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia (LPPM), yang berada di bawah Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan. Misi yang diemban oleh LPPM ini adalah untuk memasarkan Malaysia sebagai sebuah destinasi terkemuka dan untuk menjadikan industri pariwisata sebagai penyumbang utama dalam pembangunan sosial ekonomi negara. Lembaga ini berusaha untuk menyediakan kerangka kerja strategis kepariwisataan di Malaysia dalam melaksanakan berbagai programnya, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Selain itu LPPM juga menjadi suatu lembaga penghubung yang menyampaikan rencana kerangka kerja strategis kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti pihak kerajaan, negara bagian, pengelola industri pariwisata maupun khalayak ramai (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2001a).

LPPM bertanggungjawab untuk menciptakan Malaysia sebagai sebuah destinasi pariwisata internasional. Tujuan utama pariwisata di Malaysia antara lain adalah untuk meningkatkan masuknya wisatawan asing dan lamanya wisatawan tinggal di Malaysia dengan tujuan peningkatan pendapatan di sektor pariwisata. Selain itu, LPPM berperan dalam merangsang pertumbuhan sektor pariwisata di dalam negeri dan meningkatkan kegiatan pasar di Malaysia melalui program *Malaysia Megasale*, yaitu pengadaan diskon

belanja besar-besaran (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2001a). Pada dasarnya fungsi LPPM sebagaimana yang digariskan dalam akta pendiriannya adalah untuk merangsang dan menggalakkan pariwisata (pelancongan) ke dalam negeri dan di dalam negeri sendiri, memasarkan Malaysia sebagai sebuah destinasi pariwisata internasional dan domestik, menyelaraskan aktivitas pemasaran atau promosi kepariwisataan yang dilakukan oleh setiap kerajaan/ negara bagian atau agen-agen wisata, serta memberikan masukan kepada menteri mengenai peraturan-peraturan, langkah-langkah dan program-program yang dapat diterapkan untuk mempermudah serta merangsang pembangunan dan promosi industri pariwisata di Malaysia (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2001a).

LPPM terorganisasi secara rapi, antara lain terlihat dalam pembagian kerja yang cukup teratur. Bagian Pemasaran Antarbangsa berfungsi untuk melaksanakan program-program promosi pariwisata Malaysia di luar negeri, sedangkan Bagian Domestik berfungsi untuk menggalakkan wisata domestik melalui program-program seperti promosi produk dan kegiatan wisata, seminar serta pengiklanan. Bagian Domestik juga mengatur kegiatan khusus seperti *Shopping Carnival*, *Cuti-Cuti Malaysia* dan *Malaysian Tourism Award*. Selain kedua bagian tersebut, terdapat lagi beberapa bagian dengan fungsi masing-masing, seperti bagian penyelidikan, bagian informasi teknologi, bagian pameran dan bagian manajemen (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2001a).

Pembangunan industri pariwisata di Malaysia memang terus ditingkatkan, baik oleh pemerintah sendiri seperti pembentukan LPPM, ataupun bentuk-bentuk kerjasama dengan pihak swasta untuk promosi dan pembangunan objek wisata. Peranan pihak swasta tidak dapat diabaikan, misalnya dalam pembangunan prasarana seperti hotel, restoran, juga pembangunan objek wisata fantasi buatan. Usaha tersebut mendapat dukungan dari masyarakat karena secara tidak langsung perkembangan industri pariwisata ini juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Kebijakan pemerintah dalam pembangunan industri pariwisata di Malaysia terlihat pula dengan pembangunan berbagai sarana dan prasarana yang mendukung perkembangan kepariwisataan, seperti pembangunan bandara dan jalan-jalan raya, serta penyediaan sarana transportasi menuju lokasi wisata. Selain itu faktor keamanan juga merupakan modal yang sangat mendukung bagi perkembangan kepariwisataan di Malaysia. Dapat dikatakan bahwa tingkat kriminalitas di Malaysia sangat rendah. Pergolakan politikpun tak ada

Kegiatan yang berpusat pada suatu wilayah tertentu dan menampilkan ciri khas daerah tersebut antara lain seperti Festival Pelancongan Melaka, Pesta Flora Kelantan, Festival Pantai Langkawi dan Pesta Sabah. Di samping itu ada pula kegiatan khusus yang bertujuan untuk mempromosikan suatu daerah, misalnya festival layang-layang di daerah wisata pantai, pameran dan pesta makanan tradisional, serta festival obat-obatan tradisional. Kegiatan semacam ini bersifat tidak tetap atau berpindah-pindah dari satu daerah ke daerah lain agar daerah tersebut lebih dikenal oleh wisatawan.

Usaha pemerintah untuk memasarkan dunia wisata di Malaysia pada dasarnya meliputi misi pemasaran (*Sales Mission*), pameran perdagangan dan pariwisata (*Trade and Tourism Fairs*), seminar/ workshop dan pengenalan program-program yang biasanya dilakukan oleh kantor cabang pariwisata Malaysia di berbagai negara, serta pameran seni dan budaya Malaysia di luar negeri. Pemerintah bekerjasama dengan pihak swasta seperti pengelola hotel, maskapai penerbangan dan agen-agen perjalanan wisata dalam mengorganisir misi pemasaran ke luar negeri (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2001a).

Negara-negara bagian di Malaysia, sebenarnya juga mempunyai kebijakan-kebijakan khusus untuk mempromosikan daya tarik wisata yang dimilikinya. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, hampir setiap negara bagian di Malaysia mempunyai objek-objek wisata dengan keunikan masing-masing yang dapat dibanggakan. Salah satu daerah yang gencar mengumandangkan promosi wisata alam dan budaya adalah daerah Sarawak yang terletak di barat laut pulau Borneo.

IV.3. SARAWAK: PARIWISATA ALAM DAN BUDAYA

Lebih dari 30 kelompok etnik hidup bersama secara harmonis di Sarawak, termasuk 27 etnik pribumi, dengan 45 bahasa dan dialek yang berbeda-beda, yang mana masing-masing kelompok menyebut Sarawak sebagai 'rumahnya'. Mereka memiliki kepercayaan yang berbeda-beda seperti Islam, Kristen, Budha dan kepercayaan tradisional (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 1999b). Berbagai suku bangsa yang bermukim di daerah Sarawak, antara lain adalah etnik Cina, Melayu dan masyarakat adat seperti suku Iban, Bidayuh, Melanau, Penan, Punan, Kenyah dan Orang Ulu. Setiap suku bangsa mempunyai tata nilai, adat istiadat dan kesenian yang setiap tahun dipertunjukkan dalam sebuah festival tradisional dan internasional yang diselenggarakan baik oleh pemerintah maupun oleh kelompok masyarakat.

Sebagai contoh yaitu Festival Borneo yang diadakan pada bulan Desember 2001 di Sarawak. Negara bagian Sarawak juga mempunyai kegiatan-kegiatan khusus yang menjadi agenda wisata. Sebagai contoh adalah *Hari Gawai*, yaitu pesta menuai padi yang biasanya dilaksanakan pada tanggal 31 Mei dan 1 Juni. Para perantau akan pulang ke desanya masing-masing untuk merayakan pesta dengan keluarganya. Saat ini juga merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan pernikahan ataupun pertunangan. Tiap-tiap keluarga akan menjamu tamu-tamu yang datang dengan tuak dan kue-kue tradisional. Pada *Hari Gawai* ini juga akan ada pertunjukan nyanyian dan tari-tarian lengkap dengan pakaian tradisional (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2001c).

Dari 13 negara bagian yang ada di Malaysia, Sarawak merupakan negara bagian terbesar yang luasnya mencapai 124, 449 km² atau sekitar 37,5% dari keseluruhan luas Malaysia. Daerahnya diselimuti oleh hutan hujan, gua-gua, serta kaya akan flora dan fauna yang unik. Disana terdapat bunga terbesar di dunia, yaitu bunga *Rafflesia*, tupai dan ular yang bisa terbang, rusa yang sekecil kucing, tumbuhan yang memakan serangga dan berbagai tumbuhan yang langka. Kesuburan daerah ini dikarenakan iklim tropis yang dimiliki, dengan rata-rata suhu 23°C – 32°C. Satu sisi lain yang tak kalah menarik adalah budaya penduduk asli Sarawak, seperti keunikan dalam rumah panjang (*longhouse*) sebagai hunian khas komunitas local (sarawaktourism.com, 2001).

Obyek wisata utama yang terdapat di Sarawak dapat dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu wisata alam dan budaya. Obyek wisata alam yang cukup terkenal adalah Taman Nasional Niah. Taman ini merupakan kawasan peninggalan zaman purba yang penting, misalnya di Gua Niah telah ditemukan kerangka manusia tertua di Asia Tenggara, yang berusia 40.000 tahun. Gua Niah dihuni oleh berjuta-juta ekor kelelawar dan burung layang-layang. Gua lain yang juga sangat menarik adalah Gua Sarawak yang merupakan gua terbesar di dunia. Konon gua ini dapat memuat 40 pesawat terbang jenis Boeing 747 (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2000: 20).

Sarawak memiliki 9 taman nasional dengan total area 113,955 hektar, 3 hutan lindung dengan total area 174,851 hektar, serta satu hutan yang merupakan pusat rehabilitasi seluas 740 hektar. Untuk pengembangannya, pada saat ini tengah dibuat 7 taman nasional, 5 hutan lindung dan satu lagi hutan pusat rehabilitasi. Para pengunjung yang datang ke daerah ini dilarang untuk merusak atau mengambil hasil hutan, tumbuhan maupun hewan liar yang ada

disana (sarawaktourism.com, 2001). Daya tarik wisata budaya di Sarawak, antara lain terlihat dalam model perkampungan tradisional Sarawak. Kegiatan dalam kehidupan sehari-hari seperti kegiatan pertanian negeri Sarawak juga memiliki keistimewaan tersendiri yang sangat menarik bagi wisatawan. Kampung budaya Sarawak yang terletak di kaki Gunung Santubong misalnya, merupakan tempat wisata budaya yang sangat digemari wisatawan. Tempat ini lebih dikenal sebagai museum hidup, yang dapat merepresentasikan kekayaan budaya Sarawak. Dari daerah-daerah perkampungan ini wisatawan dapat pula memperoleh cinderamata seperti ukiran kayu, manik-manik dan kain tenun "Pua Kumbu" (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 2000: 20).

Obyek wisata lain di daerah Sarawak, yang merupakan bagian dari wisata budaya adalah Museum Sarawak di Kuching, yang merupakan salah satu museum terbaik di Asia. Di Museum Sarawak dapat dijumpai peninggalan sejarah dan kebudayaan masa lalu yang terawat dengan baik. Selain itu di Kuching juga terdapat Benteng Margherita (Fort Margherita), dengan bentuk bangunan berarsitektur Inggris.

Jumlah kunjungan wisatawan di Sarawak meningkat pada tahun-tahun terakhir. Sebagai contoh, pada tahun 1997 jumlah mereka sekitar 195,051 dibandingkan dengan keadaan tahun 1998 sebanyak 196,223. Menyadari akan pentingnya sektor pariwisata untuk negara bagian Sarawak, pemerintah terus mengembangkan berbagai sektor untuk menarik wisatawan dari luar negeri. Pembentukan Kementerian Pariwisata (the Ministry of Touris) merupakan sebuah bukti nyata akan keseriusan pemerintah Sarawak dalam mengembangkan sektor pariwisata. Sarawak sebagai negara bagian terbesar di Malaysia, memiliki berbagai pusat pariwisata yang dapat 'dijual' untuk menarik para pengunjung sebagai ekoturisme menarik (Hon, 1988). Selama ini pengunjung dari luar negeri mengetahui Sarawak dari satu sisi kecil saja, yaitu sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, pengembangan taman nasional yang begitu menarik, termasuk Gunung Mulu, Gua Niah dan juga kekayaan kebudayaan yang merefleksikan diversifikasi kelompok etnik di Sarawak. Keragaman flora dan fauna seperti yang ditemukan di Bako, Niah, daerah perbukitan Lambir, Gunung Gading dan Taman Nasional Similajau telah menjadikan Sarawak sebagai tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan asing.

Seperti disebutkan di atas, untuk kepentingan kepariwisataan di Sarawak, pada tahun 1995 dibentuk Kementerian Pariwisata (*Ministry of Tourism*) yang berfungsi untuk melaksanakan pembangunan pariwisata di negara bagian

Sarawak, sesuai dengan kebijakan pemerintah pusat. *Ministry of Tourism* (MOT) ini bertujuan untuk meningkatkan kontribusi sektor industri pariwisata dalam pendapatan daerah Sarawak. Sumbangan nyata dari sektor pariwisata ini antara lain adalah tersedianya lapangan kerja, mengurangi jumlah kemiskinan, meningkatkan pembangunan daerah dan memelihara integrasi nasional (sarawaktourism.com, 2001). Pada tanggal 14 Juni 1995, pemerintah negara bagian Sarawak juga mendirikan sebuah lembaga pariwisata, *The Sarawak Tourism Board* (STB) untuk memasarkan berbagai daya tarik daerah Sarawak. Selain itu dibentuk pula semacam kelompok-kelompok kerja dari pihak swasta maupun publik, antara lain dari Departemen Kehutanan, Taman Nasional, Jabatan Kerja Raya dan sebagainya, yang bertujuan untuk membantu komunitas lokal dalam memecahkan masalah yang mungkin timbul dari pembangunan pariwisata, memberikan pengetahuan tentang pariwisata kepada komunitas lokal serta untuk memberikan tanggapan tentang hasil pembangunan, kecenderungan/trend dari para pengunjung dan berbagai masalah di lapangan kepada MOT dan pemerintah pusat (sarawaktourism.com, 2001).

Sebagai pelengkap kunjungan wisata, biasanya wisatawan akan membeli cinderamata sebagai kenang-kenangan. Melihat peluang ini, maka pemerintah negara bagian Sarawak mendirikan *Sarawak Craft Council* (SCC) pada tahun 1996, yang bertujuan untuk membangun industri cinderamata agar lebih terkoordinir dan lebih maju. Industri cinderamata ini merupakan pelengkap kebutuhan dalam industri pariwisata. Sarawak dengan penduduk beragam etnik tentunya memiliki kekayaan seni dan budaya yang juga terwujud dalam keanekaragaman cinderamata. Macam-macam cinderamata yang ditawarkan salah satunya adalah kain 'Pua Kumbu', yang merupakan motif supernatural. Motif kain ini terinspirasi dari mitos dan kepercayaan animisme kuno. Kain 'Pua Kumbu' yang ditunen oleh wanita dari suku Iban ini merupakan cinderamata termahal dan paling berharga di Sarawak. Cinderamata lain yang ditawarkan diantaranya adalah ukiran kayu yang banyak dihasilkan oleh suku Orang Ulu dan anyaman rotan yang banyak dihasilkan oleh suku Bidayuh (sarawaktourism.com, 2001). Kebijakan pemerintah dalam promosi wisata di daerah Sarawak antara lain adalah dengan menyelenggarakan paket-paket wisata. Paket wisata khususnya yang berhubungan dengan budaya masyarakat Iban terbagi dalam dua kelompok, yaitu *cultural sightseeing* dan *meet the people*. Program pertama biasanya merupakan acara kunjungan sekelompok wisatawan yang meliputi kegiatan yang terstruktur, misalnya kunjungan ke bangunan rumah panjang, pertunjukan tari-tarian (*ngajat*), kunjungan ke tempat penjualan cinderamata, serta menyaksikan beberapa permainan seperti

meniup sumpit dan sabung ayam. Wisatawan dapat pula menyusuri hutan dengan dipandu oleh orang-orang Iban. Program wisata *meet the people* biasanya hanya dilakukan oleh 1 – 3 wisatawan yang ingin melihat kehidupan masyarakat Iban secara lebih mendalam. Wisatawan ini akan bergabung dalam kegiatan sosial dengan masyarakat Iban. Jadi seolah-olah wisatawan tersebut adalah anggota masyarakat Iban. Dengan demikian wisatawan tersebut dapat mengetahui budaya masyarakat Iban secara langsung (Spencer E. Sanggin, et al., 2000: 426).

Kebijakan pariwisata di daerah Sarawak tidak terlepas dari kebijakan pemerintah pusat, yaitu dengan membangun suatu keselarasan program promosi antara pusat dan negara bagian. Untuk Sarawak sendiri dibentuklah *Sarawak Tourism Association* (STA) yang disebut sebagai ‘jembatan vital’ untuk menyelaraskan program antara pihak swasta, Kementerian Pariwisata, *Sarawak Tourism Board* serta organisasi-organisasi lain yang berhubungan dengan kepariwisataan di Sarawak. Sebagai bagian dari pelayanan terhadap wisatawan, dibentuk pula *Visitor Information Centre* yang sangat membantu wisatawan yang berkunjung ke Sarawak, misalnya tentang peta wisata, sarana transportasi, informasi cuaca (kondisi alam) dan sebagainya (sarawaktourism.com).

Sarana pendukung kemajuan sektor pariwisata dipersiapkan sebaik mungkin, misalnya kepentingan transportasi. Transportasi darat, laut dan udara cukup tersedia sehingga memudahkan wisatawan untuk berkunjung dari satu objek wisata ke objek wisata lain. Tersedia penerbangan reguler yang menghubungkan Kuching sebagai bandara yang terbesar dengan kota-kota besar lain di Sarawak. Untuk lebih membuat nyaman wisatawan, disediakan persewaan mobil, perahu, helikopter dan bahkan dimungkinkan untuk menyewa pesawat yang agak besar (Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan, 1999b).

Dalam rangka membangun industri pariwisata, pemerintah Negeri Sarawak telah menetapkan Kuching sebagai Gateway bagi wisatawan (istilah setempat ‘pelancong’) domestik (Malaysia) dan wisatawan mancanegara. Pemerintah Negeri Sarawak dan kalangan swasta telah melakukan berbagai kajian kepariwisataan, baik menyangkut lokasi dan objek pariwisata maupun prosedur kepariwisataan. Mereka telah melakukan antara lain *Joint Tourism Promotion*, *Joint Gateway*, *Joint Tourism Research* dan *Joint Product Tourism Development*.

Kementerian Pariwisata membuat program khusus (*Research Survey Program*) untuk pembangunan pariwisata di Sarawak. Program yang telah dilaksanakan selama 5 tahun terakhir adalah:

- ☞ *Tourist Arrivals Survey*, yaitu mengadakan survei tentang jumlah wisatawan yang datang. Dalam melaksanakan program ini Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Departemen Imigrasi dan telah dimulai sejak tahun 1995.
- ☞ *Tourist Exit Survey*, yaitu survei tentang wisatawan yang keluar/pulang. Survei ini ditujukan untuk memperoleh tanggapan dari wisatawan tentang keinginan mereka dan menunjukkan tingkat pelayanan pariwisata di Malaysia. Tanggapan ini akan memberikan petunjuk tentang tempat-tempat yang paling disenangi, juga tempat-tempat yang paling tidak menyenangkan sehingga perlu adanya perbaikan.
- ☞ *Data Inventory*, yaitu inventarisasi yang menyangkut semua fasilitas yang tersedia, aktivitas dan pelayanan.
- ☞ *Tourism Training Needs Analysis*, yaitu training/pelatihan untuk mengangkat pariwisata sebagai suatu industri yang atraktif, kompetitif dan meyakinkan (sarawaktourism.com).

Seperti diketahui, Sarawak secara menyeluruh sebagai ujung tombak pembangunan ekonomi termasuk pariwisata tidak lagi terfokus pada pemerintah, tetapi sudah berada di pihak swasta sebagai *'leading sector'*. Ini merupakan visi baru pemerintah Negeri Sarawak dalam mengantisipasi kerjasama dan persaingan internasional.

Dalam meningkatkan arus wisatawan, pemerintah Sarawak telah membuka jalur penerbangan ke berbagai negara, termasuk pula membuka jalur perhubungan darat dengan beberapa negara tetangga yang berbatasan langsung seperti Brunei dan Indonesia (Kalimantan Barat). Disamping itu, pemerintah Negeri Sarawak melalui kerjasama Sosial Ekonomi Malaysia-Indonesia (SOSEK MALINDO) telah melakukan kerjasama dengan Pemerintah Daerah Kalimantan Barat yang disebut dengan nama JKK Sosek Malindo Negeri Sarawak (Jawatan Kuasa Keselamatan Sosial Ekonomi Malaysia-Indonesia Negeri Sarawak) yang berkedudukan di Kuching dan KK Sosek Malindo Daerah Kalimantan Barat (Kelompok Kerja Sosial Ekonomi Malaysia-Indonesia Daerah Kalimantan Barat) yang berkedudukan di Pontianak. Pembentukan KK/JKK Sosek Malindo Tingkat Daerah ini dilakukan menjelang akhir tahun 1985. Hingga bulan Agustus 2000 telah

dilakukan pertemuan sebanyak 16 kali antara JKK Sosek Malindo Negeri Sarawak dengan KK Sosek Malindo Daerah Kalimantan Barat. Salah satu aspek yang secara rutin dibahas dalam pertemuan adalah kerjasama bidang pariwisata, di samping kerjasama di bidang ekonomi dan perdagangan, perhubungan dan asuransi, kehutanan, energi, ketenagakerjaan, kesehatan, sosial-budaya dan olah raga, lingkungan hidup dan lain-lain. Dari pertemuan yang dilakukan, upaya-upaya untuk meningkatkan industri pariwisata dilakukan melalui promosi, pameran, pengiriman misi kesenian, sumber daya manusia (*Human Resource Development*), penelitian kepariwisataan, tukar menukar informasi pariwisata melalui *Link Home Page Web Site Sarawak* ke dalam Home Page Pariwisata Kalimantan Barat untuk mendukung promosi bersama, dan lain-lain. Beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh pemerintah Malaysia pada umumnya dan Negeri Sarawak pada khususnya untuk para wisatawan yang berkunjung ke Sarawak antara lain bebas visa untuk 14 hari kunjungan (*Fourteen-Day Visa Free Visit*) berlaku untuk warga negara di Asia Tenggara dan wisatawan internasional, baik transit maupun non transit. Kecuali wisatawan dari Albania, Chinese People's Republic, Cuba, East Germany, Israel, Mongolia, Korea Utara, Vietnam, Afrika Selatan dan Southern Rhodesia dapat memilih salah satu (transit dan non transit) bebas visa 14 hari kunjungan ke Malaysia/ Sarawak. Informasi keadaan cuaca dan kondisi jalan menuju lokasi wisata, agen-agen perjalanan, perusahaan transportasi, hotel dan lain-lain.

Dari uraian yang dipaparkan di atas dapat diambil suatu simpulan mengenai kebijakan pariwisata di Malaysia, khususnya di negara bagian Sarawak sebagai berikut: Pertama, membentuk suatu lembaga yang bertugas khusus untuk merencanakan program dan promosi wisata. Kedua, mengadakan promosi wisata di dalam negeri dan luar negeri. Ketiga, menyediakan sarana dan prasarana wisata yang baik. Keempat, memaksimalkan kekayaan aset alam dan budaya untuk memajukan sektor pariwisata itu.

BAB V

KOMODIFIKASI BUDAYA DALAM KONTEKS INDUSTRI PARIWISATA

V.1. KOMODIFIKASI BUDAYA: SEBUAH TINJAUAN

Proses komodifikasi budaya sebagai akibat pengembangan industri pariwisata telah berlangsung di berbagai kawasan wisata. Proses ini telah berpengaruh terhadap nilai ekonomi dari aspek kehidupan manusia yang semula nilainya terpisah dari industri pariwisata. Greenwood yang meneliti Fuenterrabia, Guipuzcoa, di Spanyol memfokuskan penelitiannya pada *'the promotion of "local color" as a part of tourism merchandising'* (1977:130). Greenwood mendiskripsikan proses komodifikasi dari *Alarde*, upacara keagamaan publik yang utama di Fuenterrabia. Upacara *Alarde* ini melibatkan hampir semua laki-laki, perempuan, dan anak-anak di kota baik pada saat persiapan, maupun pada saat pelaksanaannya. Greenwood (1977) menjelaskan bahwa upacara itu adalah sebuah pertunjukan untuk peserta dan bukan sebuah tontonan. Oleh karena itu dapat dikatakan, bahwa upacara ini berorientasi ke dalam masyarakatnya sendiri. Namun, menurut Greenwood, *Alarde* mengalami ketidakberuntungan karena upacara itu dilakukan ketika musim wisatawan, sehingga elemen darinya dikomodifikasi. Misalnya, pemerintah di sana mempromosikan *Alarde* melalui brosur wisata dan kalender yang pada gilirannya upacara tersebut menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Gelombang besar dari wisatawan yang ingin menyaksikan pertunjukan tersebut mendorong dewan kota membuat keputusan untuk mengadakan upacara dua kali sehingga semua orang bisa melihatnya. Akibatnya Dewan Kota, demi motivasi yang berhubungan dengan uang, mendefinisikan *Alarde* sebagai pertunjukan umum untuk ditonton orang luar yang karena mendatangkan uang memiliki hak untuk melihatnya (Greenwood, 1977:135).

Senada dengan Greenwood, Picard juga menggambarkan makna penampilan tari Panyembrana sebagai pernyataan ungkapan 'Selamat datang kepada wisatawan' di Bali:

*...the fate of the short group dance which opens every performance of "Legong Dance" - whether destined for tourists or for the Balinese - is revealing. It was originally a temple dance, called the **Pendet**, performed by dancers presenting welcoming offerings of flowers, food, and incense to the visiting gods installed on their shrines. During the 1950s, it became the rule to greet President Sukarno and important state guests with a large-scale **Pendet**. This custom was then taken up by the management of the Bali Beach Hotel, which decided to open each "Legong Dance" with a **Pendet**, as a welcome dance for their guests. This caused great distress to the Balinese religious authorities, shocked that the tourists were being treated in the same way as the gods, and worried about the desecration of ritual dance. Thus, in the late 1960s, they ordered the composition of a new dance inspired by the **Pendet** from a choreographer of the Conservatory of Music. Entitled **Panyembrama** (literally "that which is offered to the guests") or else *Tari Selamat Datang* ("welcome dance"), this new creation from then on replaced the **Pendet** as a curtain-raiser to the tourist performances. Later on, this tourist version of a temple dance was brought back to the temple, as dancers who had learned the **Panyembrama** at the Conservatory began to perform it instead of the **Pendet** during temple festivals (Picard, 1990:52).*

Kasus komodifikasi budaya seperti di atas ini telah terjadi di beberapa tempat. Bahkan proses ini telah menjadi gejala global dalam konteks industri pariwisata.

Berlangsungnya proses komodifikasi budaya juga dapat dilihat pada aspek arsitektur. Pemerintah Indonesia misalnya menyarankan agar supaya kantor pemerintah, hotel, airport, dan gedung-gedung lainnya menggunakan aspek arsitektur tradisional untuk menarik wisatawan. Di Bali, Sumatra Barat, Kalimantan Timur dan tempat lainnya di Indonesia banyak ditemukan berbagai gedung pemerintah dan hotel yang menggunakan corak-corak tradisional, terutama pada atap dan dindingnya. Bali merupakan pioner dan dianggap sukses. Di Kalimantan Timur, pemerintah daerah mendorong penggunaan arsitektur atau budaya materi Dayak. Hal ini dapat dilihat pada kantor Pemerintah Daerah, Dinas Kehutanan, Kepolisian, Airport, Bank, dan lain sebagainya. Kahn (1997) menemukan hal serupa di Georgetown, Malaysia dimana arsitektur tradisional digunakan sebagai dekorasi. Seperti yang terjadi di Bali, Tana Toraja (lihat Volkman, 1990), Spanyol (Greenwood, 1977) dan San Cristobel, Mexico (Van den Berghe, 1994) komodifikasi budaya juga merupakan elemen utama dari industri pariwisata di Sarawak. Komodifikasi budaya terutama berkaitan dengan pariwisata etnik dan budaya

karena memang budayalah yang ditawarkan sebagai daya tarik utama. Van den Beghe mengatakan bahwa:

The Fourth World peoples who are attractive to ethnic tourists are often at a disadvantage in "selling" themselves directly to the tourists, although they may be quick to exploit new economic niches open to them for the "commodidization" of themselves and their artefacts. Thus they start demanding fees for being photographed, or producing artefacts more or less distantly related to their "traditional" ones for sale to tourists (Van den Berghe, 1994:13).

Orang Dayak telah menjadi primadona dalam hal pengembangan pariwisata etnik di Sarawak. King (1993) mencatat bahwa di samping memiliki makna ritual, ukiran kayu, lukisan, tenunan Dayak dan lainnya juga dijual sebagai souvenir. Sekarang ini wisatawan dapat dengan mudah memperoleh akses untuk mengikuti paket tour untuk melihat budaya Dayak Iban di Sarawak (lihat Zeppel, 1995).

Perdebatan utama pada penulis ilmu sosial, terutama antropologi, adalah menyangkut masalah transformasi budaya yaitu adanya suatu proses yang merusak esensi budaya dan menggerogoti identitas budaya. Pendapat para kaum pesimis menganggap bahwa pariwisata merupakan ancaman bagi budaya tradisional, sementara kaum optimis percaya kalau pariwisata dapat memelihara budaya tradisional. Wood (1993) mengulas bahwa kelompok optimis menganggap budaya tradisional itu adaptif dan tahan. Pariwisata dapat memperkuat budaya tradisional karena dapat meningkatkan kebanggaan lokal. Memproduksi kerajinan tradisional dan kegiatan ekonomi yang aktif juga menjadi bagian yang penting dalam industri pariwisata. Senada dengan ini, Picard (1990) mengatakan bahwa bahaya dari pariwisata pada budaya Bali telah banyak ditentang karena dengan mempromosikan budaya Bali, pariwisata kontribusi terhadap pemeliharaan dan revitalisasi budaya yang pada gilirannya tidak saja menguntungkan secara ekonomis tetapi juga menimbulkan kebanggaan pada orang Bali. Picard (1990) menganggap bahwa budaya Bali belum dirusak oleh pesatnya industri pariwisata karena budaya itu sendiri tidak statis dan tetap.

Senada dengan Picard, Kahn (1995) mencatat bahwa Greenblatts menyimpulkan bahwa budaya Bali terpelihara melalui pariwisata dan kekuatan adaptif dari komunitas lokal. Di samping itu, Friedman (1990) berargumentasi bahwa dampak dari pasar global melalui komodifikasi budaya tidak menghasilkan homogenitas tetapi menciptakan kembali identitas. Misalnya, Friedman memberikan gambaran pada masyarakat Ainu di Jepang

yang memproduksi barang-barang tradisional dalam rangka menciptakan identitasnya. Menurut Appadurai (1986) komoditi merepresentasikan bentuk-bentuk sosial yang kompleks dan distribusi pengetahuan. Kenyataannya ini tidak hanya melibatkan harga tetapi 'otentisitas' dari komoditi yang sering dinegosiasikan lewat pariwisata (lihat Appadurai, 1986).

Keaslian atau keotentikan sering merupakan elemen penting dari pariwisata. Namun, keotentikan bukan harga mati dan ada kemungkinan berubah sebagaimana budaya tradisional yang sering didefinisikan kembali atau dikonstruksi kembali. Wood (1993) mengatakan bahwa tradisi sering tidak tradisional dan apa yang didefinisikan sebagai budaya tradisional, baik untuk masa lalu maupun kini, selalu direformulasikan. Handler dan Linnekin juga menekankan hal yang sama dan menanggapi bahwa tradisi itu secara simbolik dikonstruksi pada masa kini, bukan 'sesuatu' yang diserahkan dari masa lalu. Wood (1993) menegaskan bahwa keaslian maupun ketidakeaslian tergantung pada harapan dan tujuan dari wisatawan. Artinya, keaslian merupakan konsep yang dikonstruksi yang kriterianya tergantung pada persepsi wisatawan dan tuan rumah.

Bagi kelompok tertentu (seperti orang lokal), konsumsi budaya materi (souvenir/ cinderamata) bisa berarti perluasan pasar. Namun, ini bisa juga berarti, bahwa tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama dan sangat tergantung pada kemampuan individu untuk melihat peluang tersebut. Van den Berghe (1994) menemukan kenyataan bahwa usahawan yang mampu menindaklanjuti peluang yang ada adalah mereka yang memiliki modal. Persoalan yang muncul adalah bagaimana proses komodifikasi budaya Dayak di Sarawak berlangsung, apakah proses tersebut menghancurkan identitas mereka atau justru memperkuat dan mendorong proses revitalisasi budaya?.

V.2. KOMODIFIKASI BUDAYA DAYAK DI SARAWAK

Untuk melihat proses komodifikasi budaya di Sarawak, pembahasan akan dibatasi pada beberapa hal, seperti 'tradisional' arsitektur, rumah panjang, dan ritual. Sebagaimana disebutkan di atas arsitektur memiliki arti yang penting bagi proses komodifikasi budaya dalam konteks industri pariwisata. Arsitektur tradisional sering diciptakan kembali untuk memberikan kesan tentang kekhasan etnik yang hidup di suatu daerah tertentu. Di kota Kuching misalnya yang merupakan ibukota Malaysia Timur, dan kota-kota lain di Sarawak terdapat kondisi lingkungan yang bersih dan tertata dengan baik,

dilengkapi sarana transportasi yang menunjang. Beberapa obyek pariwisata yang menjadi andalan Negeri Sarawak adalah Wisata Sungai Sarawak dengan perahu motor selama dua jam orang dapat berlayar mengitari kota Kuching dengan panorama di sekitarnya berupa perpaduan bentuk arsitektur bangunan pemukiman rumah-rumah tradisional dan gedung-gedung arsitektur modern. Sebagaimana disebutkan pada Bab II rumah panjang (*longhouse*) menjadi bagian yang sangat penting dari kehidupan orang Dayak. Dengan kata lain, rumah panjang merupakan bagian terpenting yang mencirikan keunikan orang Dayak. Promosi pariwisata yang bernuansa etnik atau budaya di Sarawak menggunakan daya tarik rumah panjang bagi wisatawan, terutama wisatawan manca negara yang ingin melihat 'keaslian' etnik yang masih dianggap eksotik. Misalnya, Zeppel (1995) menggarisbawahi bahwa di Sarawak rumah panjang milik masyarakat Dayak Iban merupakan kunci utama dalam hal daya tarik pariwisata di sana. Zeppel (1993) melaporkan bahwa pada tahun 1991 saja sudah ada sekitar 16.456 wisatawan yang mengunjungi rumah panjang Iban. Pada umumnya wisatawan ini menggunakan jasa paket tour petualangan yang mempromosikan 'River Safari' (lihat Zeppel, 1995:109).

Untuk melihat rumah panjang, wisatawan juga dapat melihat tujuan wisata lainnya. Misalnya, sekitar 22 Km dari Kuching atau kira-kira 30 menit dengan kendaraan roda empat terdapat Pusat Rehabilitasi Orang Utan, dan tempat perlindungan binatang seperti Burung Enggang, beruang, dan monyet. Di jalan menuju Serian, sekitar 29 Km dari Kuching terdapat peternakan buaya. Dalam perjalanan, dapat dilihat keindahan alam dan perkebunan lada (*paper*), buah-buahan dan hutan tropis. Sekitar 50 km dari Kuching atau perjalanan dengan mobil kira-kira satu setengah jam dapat dilihat rumah panjang orang Dayak Benuk dan Dayak Gayu (Dayak Darat) yang dihuni 10 - 20 keluarga.

Bagi wisatawan yang tertarik dengan pertambangan dan hutan, sekitar 48 km atau perjalanan dengan bis sekitar satu setengah jam dari Kuching terdapat tambang emas dan areal hutan yang masih asri di Bau. Selain itu, juga terdapat Taman Bako Nasional kira-kira 38 km dari Kuching. Di dalamnya terdapat berbagai jenis burung dan binatang lainnya. Kira-kira 100 km di luar kota Kuching terdapat rumah panjang orang Dayak Iban (Sea Dayak) dan kehidupan asli orang Dayak Iban yang dulu terkenal dengan julukan 'Headhunters' (detail lihat Bab II) atau 'pemotong/ pemanggal kepala'.

Perkampungan budaya (*cultural village*) di Santubong yang juga dikenal dengan sebutan '*the living museum*' (museum hidup) adalah representasi dari kepelbagaian budaya dari komunitas rumah panjang itu. Pola perkampungan kebudayaan itu, menurut Boulanger:

the Sarawak Cultural Village puts on a massive spectacle meant to show the state's diverse cultures. But at the Cultural Village, culture is reduced to pap for foreign consumption (2000: 51)

Apabila para wisatawan asing selama ini lebih banyak mempergunakan waktu mereka untuk mengunjungi obyek-obyek wisata alam, maka kecenderungan untuk mengunjungi dan memahami akan obyek-obyek wisata budaya seperti rumah panjang semakin meningkat. Sebagai bagian dari kebudayaan material.

Material culture is also an important part of the efforts of ethnic groups in Sarawak to display their traditions; here different groups have different strengths and seek to convey different messages (Winzeller, 2005).

Bagi Sarawak, kontribusi devisa dari sektor pariwisata cukup signifikan, tetapi konsekwensi dari berkembangnya pariwisata terhadap gaya hidup dan kebudayaan masyarakat di negeri ini belum dianalisis sebanyak dampak sektor pariwisata terhadap sektor perekonomian sebab kurangnya studi terhadap isu ini. Sanggin, Noweg dan rekan-rekan mencatat, dalam hubungan dampak pariwisata terhadap komunitas lokal di Sarawak sebagai berikut

However, to what extent this industry affects the livelihood of the indigenous people in Sarawak is an issue of great importance and one that lacks empirical evidence. Studies on tourism in Sarawak are quite limited (2000: 424).

Pada saat sekarang evaluasi tentang dampak pariwisata terhadap kehidupan komunitas lokal rumah panjang sangat dibutuhkan. Makna dari studi tersebut adalah untuk membantu menetapkan sebuah kebijakan dalam upaya untuk melindungi masyarakat lokal dari 'serbuan' pengunjung dari dalam dan luar negeri. Mereka pada umumnya hanya ingin memperoleh hiburan tanpa memperhatikan akibat yang ditimbulkan oleh pengembangan pariwisata alam dan budaya serupa itu. Kecenderungan untuk hanya mengeksploitir kebudayaan masyarakat untuk tujuan-tujuan ekonomis telah membawa kerusakan besar pada struktur masyarakat. Salah satu dampak dari kebijakan pariwisata juga kebijakan-kebijakan pembangunan lain yang hanya didominasi oleh maksud ekonomi terjadi diantara penghuni rumah panjang sendiri. Rumah panjang sebagai obyek (salah satu dari kebudayaan material) telah dijadikan obyek seperti tontonan, aktifitas keseharian di rumah panjang menjadi obyek pembuatan berita dan bahan penyiaran, tetapi dari sisi finansial, eksploitasi berencana serupa membuat kerugian bagi penghuni

rumah panjang itu sendiri. Waktu yang harus disisihkan untuk melayani para wisatawan, tendensi komersialisasi terhadap kebudayaan material yang memiliki makna simbolik dan representasi identitas dan intensitas warga rumah panjang tidak menjadi variabel penting bagi para pengambil kebijakan-sebagaimana terjadi juga di Indonesia- terhadap kehidupan komunitas-komunitas lokal.

Untuk mencegah dampak negatif terhadap komunitas rumah panjang dan masyarakat di pedalaman Sarawak (sentra-sentra wisata budaya dan alam), dengan diresmikannya Kementerian Pariwisata, maka secara berangsur terlihat proteksi dan upaya mengikutsertakan warga masyarakat dalam program pengembangan pariwisata di Sarawak. Indikator partisipasi aktif masyarakat pedalaman seperti di Ai, Engkari dan Skarang di sektor pariwisata terlihat dari aktifitas berikut: menyewakan perahu-perahu mereka, penyediaan akomodasi dan makanan, acara hiburan seperti menari dan acara-acara kesenian lainnya, pemandu wisata (pendakian, memancing dan mengunjungi obyek-obyek wisata), menjual barang-barang hasil kerajinan tangan, makanan dan minuman, pajak kepala (*head tax*) dan lain sebagainya. Pajak kepala adalah satu-satunya pendapatan yang diperuntukkan bagi masyarakat rumah panjang yang dikelola oleh Komisi Keamanan dan Pembangunan Desa (*The Village Development and Security Committee /JKKK*).

Kendatipun keikutsertaan masyarakat di lokasi-lokasi obyek wisata telah diimplementasikan tetapi dampak yang diakibatkan oleh aktifitas pariwisata akan sangat besar bagi kehidupan sosial dan kebudayaan masyarakat, dibandingkan dengan keuntungan ekonomi yang tidak selalu dialami oleh masyarakat di sekitarnya. Dampak bagi kebudayaan dan ekoturisme akan menjadi lebih signifikan bagi penduduk pedesaan atau mereka yang bermukim di dekat gua, sungai, hutan dan lokasi hutan wisata. Secara khusus, bagian ini akan menggarisbawahi akibat yang ditimbulkan oleh aktifitas pariwisata terhadap kehidupan warga rumah panjang. Layaknya seperti rumah panjang lain di Sarawak (juga di Kalimantan, Indonesia), rumah panjang bagi suku Dayak Iban merupakan suatu kesatuan sosial, jalinan nilai, kewajiban moral, ikatan kekerabatan, kewajiban sosial dan keteraturan hidup dalam sebuah komunitas masyarakat adat. Unsur-unsur kebudayaan suku Dayak Iban yang sementara dikomersialiasikan adalah: menyabung ayam, aktifitas kehidupan rumah panjang, konstruksi rumah panjang, gaya hidup dan aktifitas keseharian warga rumah panjang. Masuknya pengunjung dari luar secara terus menerus, selain membawa keuntungan ekonomi juga secara simultan mengubah orientasi nilai sosial seperti tolong menolong yang saat ini berubah menjadi aktifitas uang.

Tourism has added a new element to the longhouse economy—the commoditization of culture. This involves the display of cultural elements, which previously had ritualistic significance and prestige value, to tourists for a fee. For example the traditional dances could be performed on demand at rates depending on the type and number of dancers involved (Sanggin-Noweg, 2000: 434).

Namun demikian, pihak berwenang ‘menjual’ rumah panjang yang merupakan peninggalan kebudayaan yang eksotik dan tipikal di Sarawak. Dengan mengandalkan keotentikan model rumah panjang, pihak pengusaha di sektor pariwisata berupaya meyakinkan pihak-pihak berkepentingan bahwa rumah panjang adalah sebuah saksi sejarah dengan identitas masyarakat Dayak yang semestinya dihargai namun ‘eksploitasi’ sebagai komoditas kebudayaan yang bersifat komersial. Konsekwensi dari persepsi serupa ini adalah; masyarakat penghuni rumah panjang harus memodifikasi rumah-rumah mereka di mana rumah panjang dijadikan obyek wisata, dan rumah yang lain (baru) dibuat seperti replika untuk tempat tinggal. Kebijakan serupa ini cukup dilematis dan dapat dipahami, sebab kebudayaan selalu bersifat dinamis, adaptif dan kumulatif, sehingga sebuah argumen tidak perlu dipertahankan, bahwa ada kebudayaan yang utuh, asli dan tidak berubah. Pada tataran ini dapat disebutkan bahwa pariwisata telah menggugah pemahaman klasik tentang eksistensi kebudayaan, khususnya bagi penghuni rumah panjang bahwa perubahan kebudayaan dan proses asimilasi akan selalu terjadi saat *an encountering process* berlangsung di dalam kehidupan masyarakat umumnya, dan khususnya di antara warga masyarakat rumah panjang di Sarawak.

Dalam membangun industri pariwisata, tampaknya pemerintah negeri Sarawak berusaha mempromosikan nilai-nilai budaya dan adat istiadat lokal, kelestarian lingkungan hidup dan mengkombinasikan dengan sentuhan-sentuhan modern atau budaya barat. Proses pemeliharaan budaya dan tradisi melibatkan berbagai agen, termasuk pemerintah. Apabila ada upacara perayaan hari besar nasional juga sering diundang kelompok etnik untuk pertunjukan budaya dan asosiasi komunal yang merupakan instrument dalam pengorganisasian hal-hal seperti itu (lihat misalnya Chee-Beng, 1997:275).

Tetua juga memiliki peran dalam hal ini. Misalnya, Chee-Beng (1997:274) melaporkan bahwa para pimpinan dan kaum tua menganggap adalah suatu kebutuhan untuk mengembangkan musik tradisional, tari, dan kerajinan, karena anak-anak muda yang sekolah tidak diajarkan tradisi budaya yang

cenderung kehilangan ketertarikan pada seni tradisional. Karena tradisi budaya menjadi simbol yang penting bagi identitas sebagai komunitas yang otonom atau semi-otonom maka perlu diintegrasikan dengan negara yang multi etnik, yaitu adanya kebutuhan yang mendasar tentang pemeliharaan praktek-praktek tradisi (Chee-Beng, 1997: 274-5).

Untuk memahami proses komodifikasi, berikut akan dipaparkan pengalaman salah seorang peneliti yang mengunjungi Sarawak beberapa kali. Paparan berikut ini untuk berbagi pengalaman tentang pengamatan awal terhadap obyek-obyek pariwisata di Sarawak dan Semenanjung Malaysia.

V.3. PENGAMATAN OBYEK WISATA DI SARAWAK DAN SEMENANJUNG

Paparan berikut ini akan menguraikan pengamatan awal terhadap sarana dan prasarana penunjang pariwisata seperti transportasi, akomodasi (hotel/ tempat penginapan), pusat perbelanjaan/pertokoan; penataan kota dan pedesaan termasuk pemukiman penduduk; keindahan alam dan lingkungan; keunikan budaya dan masyarakatnya yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Sarawak dan Semenanjung Malaysia.

Dalam beberapa hal memang harus diakui bahwa Sarawak dan Semenanjung Malaysia mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Apalagi semuanya dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi asset wisata yang mempunyai nilai ekonomi yang dapat menambah devisa negara secara signifikan.

1. Sarana dan Prasarana Penunjang Pariwisata

Dalam beberapa kali kunjungan ke Sarawak yang dilakukan pada tahun 1995, 1996 dan 2000 suatu hal yang perlu dikedepankan adalah keberhasilan Negara Bagian Sarawak dalam membangun sarana dan prasarana yang sangat menunjang industri pariwisata. Dalam perjalanan dari Pontianak hingga ke Entikong Kalimantan Barat sebagai pintu gerbang daerah perbatasan sebelum memasuki Entebu dan Tebedu pintu gerbang daerah perbatasan Sarawak terus ke Serian dan selanjutnya ke Kuching, ibukota Sarawak. Dapat dilihat misalnya betapa masih tertinggalnya Indonesia dalam bidang pembangunan sarana dan prasarana. Misalnya sarana jalan raya yang menghubungkan Pontianak ke Entikong yang dibangun pemerintah Indonesia yang dapat dibandingkan dengan jalan dari Entebu hingga ke Kuching dan ke berbagai daerah lainnya di Sarawak yang dibangun pemerintah negara Bagian Sarawak, baik secara kualitas

maupun lebarnya badan jalan, tampak Indonesia jauh tertinggal. Keadaan jalan kita hanya mampu dilalui oleh kendaraan dengan daya angkut maksimal 10 ton dengan lebar badan jalan tidak lebih dari 12 meter, sedangkan keadaan jalan di Sarawak dapat dilalui kendaraan dengan daya angkut 25 ton dengan lebar badan jalan sekitar 24 meter. Kondisi jalannya yang begitu baik, sehingga dapat memperlancar perjalanan ke berbagai daerah atau obyek-obyek pariwisata di Sarawak. Demikian halnya dengan di Semenanjung, keadaan jalannya jauh lebih baik lagi. Paling tidak dari apa yang diketahui dalam perjalanan dari Kuala Lumpur International Airport ke Port Dickson Negeri Sembilan, Malaka, Kuala Lumpur dan sekitarnya. Hal itu ditunjang pula sarana transportasi yang begitu baik, seperti Bis, taxi dllnya, baik untuk keperluan di dalam kota maupun ke luar kota atau ke pedesaan. Sebagai bahan perbandingan jika kita bepergian dari Pontianak menuju Sarawak menggunakan bis-bis Sarawak (Bis Tembakang misalnya) dengan bis bis Pontianak (Bis DAMRI, AJS misalnya) akan terasa dari segi kenyamanan dan pelayanannya. Meskipun dari sisi harga tiket bis agak lebih mahal bis Sarawak dibandingkan dengan harga tiket bis Pontianak. Meskipun demikian dalam penggunaan taxi atau mini bis kita harus ekstra hati-hati, jika tidak kita akan dikenakan biaya lebih mahal dari harga resmi. Untuk menghindarkan hal tersebut, ada baiknya dengan sistem carteran.

Adapun mengenai hotel dan tempat penginapan, baik di Sarawak maupun di Semenanjung cukup tersedia, dari hotel melati hingga berbintang lima. Dari sisi harganya cukup terjangkau. Umumnya hotel atau tempat penginapan di Malaysia dari sisi kebersihan dan kerapian cukup tertata dengan baik termasuk hotel melati atau losmen.

Jika dibanding dengan hotel atau tempat penginapan di Kalimantan Barat, agaknya kita tertinggal. Namun demikian, dari sisi pelayanan khusus terhadap orang Indon (istilah setempat terhadap wisatawan asal Indonesia) kurang memuaskan, setidaknya-tidaknya dari sisi keramah-tamahannya kurang begitu bersahabat, bahkan ada kesan seperti tidak percaya, seperti biaya penginapan setiap hari harus dibayar dimuka, dan selalu ditanyakan kapan akan kembali, atau berapa lama akan menginap lagi. Begitu pula penggunaan fasilitas hotel seperti air, AC, televisi, telpon dllnya kontrol yang dilakukan petugas berulang kali, sehingga dari sisi kenyamanan dan ketenangan kurang dapat dinikmati, bahkan agak terganggu. Pengalaman ini di jumpai baik Hotel Melati di Sarawak maupun Hotel berbintang di Semenanjung. Hanya perbedaannya, khusus hotel berbintang di Semenanjung ketika akan *check out* kita mendapat cindramata berupa kaos sebagai tanda mata dari hotel dan itu tidak dijumpai hotel-hotel berbintang di Indonesia. Selain itu, hotel-hotel atau tempat penginapan di

Malaysia umumnya menyediakan tempat penjualan cindramata yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Ini menunjukkan bahwa hotel memiliki peran dalam hal komodifikasi budaya lokal melalui penjualan cindramata yang 'otentik' milik etnik komunitas lokal. Baik di Sarawak maupun di Semenanjung terdapat berbagai pusat perbelanjaan dan pertokoan, seperti mal, plaza untuk kelas menengah ke atas hingga pedagang kaki lima untuk masyarakat kelas bawah. Pusat-pusat perbelanjaan dan pertokoan tertata dengan baik, dan kebersihannya begitu dijaga. Paling tidak wisatawan yang hobbinya shopping dapat memanfaatkan fasilitas yang tersedia.

Yang menarik adalah pengelolaan sarana perparkiran, baik di Sarawak maupun di Semenanjung dalam mengelola perparkiran begitu tertata rapi dan tertib. Jangan coba-coba memarkir mobil tidak pada tempatnya. Begitu pula penggunaan karcis parkir, jangan sampai salah memberi tanda waktu atau tanggalnya, jika salah menggunakannya, maka ketika akan mengambil kendaraan sudah tertera di depan mobil denda tilang dan tempat pembayarannya.

Hal lain yang menarik juga untuk dikemukakan mengenai restoran dan warung di Serian dan Kuching yang cukup unik. Penjual minuman umumnya orang Cina, akan tetapi penjual makanannya adalah orang Melayu atau non-Cina. Padahal tempatnya satu tempat atau menyatu. Kelihatannya mereka yang non-Cina tidak mendapat peluang untuk menjual minuman, khususnya restoran atau warung yang berada di pasar Serian dan Kuching. Selain itu, restoran atau warung selalu tertera tulisan halal dan tidaknya, sehingga memudahkan wisatawan dalam memilih restoran atau warung yang diinginkan.

Hal lain, sarana dan prasarana pendidikan dan kesehatan terutama di pedesaan. Sarana pendidikan misalnya, fasilitas yang dibangun pemerintah Malaysia begitu baik, baik bangunannya maupun kebersihan dan kerapiannya. Di setiap dinding depan gedung sekolah terdapat peta geografis Malaysia yang cukup mencolok. Peta ini sekaligus berfungsi memberi bahan pengajaran bagi anak didik mereka untuk mengenal sejak dini nilai-nilai atau wawasan nasional mereka. Begitu pula sarana kesehatan di pedesaan, pemerintah menyediakan tenaga medis (dokter) dan sarana kesehatan lewat angkutan udara (helikopter) terhadap pedesaan yang belum terjangkau oleh sarana transportasi darat. Dalam perjalanan dari Pontianak ke Kuching Sarawak, suatu hal yang menarik untuk diamati, ketika kita berhenti di pintu gerbang perbatasan Entikong, kita dapat melihat dan mengkritisi pemerintah Orde Baru yang membangun Tugu Pancasila yang begitu besar dan megah (tentu biayanya cukup besar) di depan pintu masuk perbatasan Entikong. Sementara sarana lain yang penting seperti pertokoan, pasar agaknya kurang diperhatikan. Sedangkan pemerintah Malaysia atau

negara bagian Sarawak hanya membangun tugu yang begitu kecil, tentu biayanya juga kecil. Karena mereka menganggap tugu seperti itu tidak bernilai ekonomi, dan tidak menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Apalagi letaknya tidak begitu strategis, seperti di pusat kota. Mereka lebih mengutamakan pembangunan sarana perekonomian, seperti pertokoan, restoran, warung, sarana pergudangan dllnya seperti yang terlihat di Entebu dan Tubedu daerah perbatasan Sarawak.

2. Keunikan Budaya dan Masyarakatnya

Seperti telah dikemukakan di atas, salah satu keunikan budaya yang dijadikan sebagai obyek wisata di Sarawak adalah rumah panjang orang Dayak. Terdapat dua bentuk rumah panjang, yaitu rumah panjang orang Dayak Arat (Dayak Benuk, Dayak Gayu), dan rumah panjang Dayak pantai/ Sea Dayak (Dayak Iban).

Kedua bentuk rumah panjang orang Dayak tersebut, meskipun jumlahnya makin berkurang, tetapi masih dapat dijumpai di beberapa perkampungan di Sarawak. Pemerintah kerajaan Malaysia dan Negara Bagian Sarawak mempunyai perhatian yang besar dalam menjaga kelestarian rumah panjang orang Dayak. Hal itu diperlihatkan dengan membangun contoh rumah panjang di Taman Mini Malaysia, Taman Mini ASEAN di Semenanjung dan *Sarawak Cultural Village* yang merupakan museum kehidupan berbagai budaya masyarakat dari kelompok-kelompok etnik yang ada di Sarawak. Seperti : Bedayuh, Iban, Punan, Orang Ulu, Melanau, Melayu dan Cina.

Dalam kunjungan ke rumah panjang yang terdapat di Taman Mini Malaysia/ Taman Mini ASEAN di Semenanjung pada tahun 2000 terdapat kesan bahwa rumah panjang yang ada di Taman Mini tersebut agak berbeda dari rumah panjang yang sesungguhnya ada di pedalaman atau perkampungan orang Dayak. Contoh rumah panjang yang ada seakan-akan tidak mempunyai nilai atau makna bagi kehidupan manusia, sama halnya seperti dengan kita melihat atau memandang pondok kosong di tengah ladang. Padahal rumah panjang bagi kehidupan orang Dayak selain bermakna nilai-nilai sosial budaya seperti kekerabatan, kebersamaan, perlindungan dari ancaman musuh dan binatang liar, juga mengandung nilai-nilai agama dan kepercayaan, dan aspek kepedulian terhadap lingkungan di sekitarnya. Kesan lain, bahwa rumah panjang yang ada di Taman Mini tidak tampak lagi citra pemukiman tradisional atau rumah orang kampung atau pedalaman. Yang menarik ketika kita berada di dalam rumah panjang tersebut seperti berada di ruang besar

pertemuan adat atau balai adat. Padahal ruang yang ada adalah tempat kehidupan keluarga orang Dayak yang dihuni oleh beberapa keluarga. Peralatan rumah tangga yang ada di dalam rumah panjang di Taman Mini Malaysia juga kurang mencerminkan kehidupan orang Dayak yang sesungguhnya. Hobby orang Dayak memelihara anjing, berburu binatang sama sekali tidak atau kurang terlihat. Selain itu, rumah contoh yang ada juga memunculkan pertanyaan bahwa sejak kapan sebenarnya orang Dayak mulai mengenal rumah panjang, apakah betul rumah panjang adalah rumah asli orang Dayak, ataukah buatan orang luar atau penjajah agar lebih mudah mengontrol atau mengawasi mereka. Tidak ada penjelasan tentang hal tersebut. Jadi sebenarnya contoh rumah panjang yang dibangun di Taman Mini Malaysia kurang menggambarkan rumah panjang orang Dayak yang sesungguhnya. Ini berarti pula bahwa rumah panjang yang dijadikan obyek wisata merupakan contoh peran pemerintah dalam proses komodifikasi budaya Dayak.

Keunikan budaya lainnya adalah kita akan menemukan patung kucing di berbagai tempat strategis di Kota Kuching. Kucing dijadikan simbol atau lambang pemerintah negara bagian Sarawak, di samping lambang burung enggan. Selain itu terdapat tulisan 'untuk masyarakat berbudaya' yang menjadi motto kota Kuching.

Dari paparan di atas tampak bahwa pemeliharaan tradisi budaya sangat penting bagi kelompok etnik di Sarawak, termasuk komunitas Dayak. Ini menjadi bagian terpenting untuk menunjukkan identitas budaya komunitas Dayak tersebut. Selain itu, pemerintah lokal juga berperan dalam proses ini, misalnya melalui pembangunan *cultural village* yang memberikan gambaran tentang siapakah etnik-etnik yang ada di Sarawak dan apa budaya materinya.

BAB VI

KESIMPULAN

Pariwisata di Sarawak, sebagaimana terlihat dari penjelasan di atas, tidak hanya merupakan sektor penting dari segi ekonomi, tetapi juga budaya. Pemeliharaan budaya materi merupakan bagian yang penting dalam industri pariwisata yang memfokuskan pada daya tarik keunikan budaya dari komunitas Dayak.

Kekhawatiran tentang hancurnya budaya lokal karena adanya pariwisata global memang selalu menjadi bagian yang penting dari perdebatan tentang dampak proses komodifikasi budaya yang terjadi karena pariwisata global tersebut. Akan tetapi, tampaknya budaya selalu adaptif dan bukan sesuatu yang mati. Melalui pemeliharaan tradisi budaya yang dilakukan karena salah satunya dipengaruhi oleh kekuatan ekonomi tersebut maka muncul peluang bagi komunitas lokal untuk menformulasikan dan rekonstruksi budaya dan identitas mereka.

Perlu diakui bahwa tulisan ini merupakan tahap awal dari penelitian berjangka waktu empat tahun sehingga terdapat berbagai kekurangan. Akan tetapi tulisan ini tetap bisa dijadikan sumber atau pijakan pada penelitian berikutnya yang akan dilakukan secara mendalam. Selain itu, identitas komunitas Dayak yang lama terpinggirkan baik secara ekonomi maupun politik merupakan isu yang penting untuk diteliti. Ini tidak hanya karena penelitian tersebut akan memberikan kontribusi terhadap pemahaman dan pengetahuan tentang *indigenous people* yang sekarang mulai marak menuntut hak-haknya, tetapi juga pemahaman terhadap isu etnisitas.

KEPUSTAKAAN

- Adams, Kathleen M. (1997) Touting Touristic "Primadonas": Tourism, Ethnicity, and National Integration in Sulawesi, Indonesia. Di Michel Picard & Robert E. Wood (eds), *Tourism, Ethnicity, and the State in Asia and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Appadurai, Arjun (1995) The production of locality. Di Richard Fardon (ed.), *Counterworks: Managing the Diversity of Knowledge*. London and New York: Routledge.
- Boulanger, Clare, L. 2000. "On Dayak, Orang Ulu, Bidayuh, And Other Imperfect Ethnic Categories in Sarawak". pp. 44-65. *Borneo 2000. Ethnicity, Culture and Society. (Proceeding of the Sixth Biennial Borneo Research Conference*. Michael Leigh (ed). Kuching-Sarawak: SDI - UNIMAS.
- Chee-Beng, Tan (1997) 'Indigenous People, The State and Ethnogenesis: A Study of the Communal Associations of the "Dayak" Communities in Sarawak, Malaysia', *Journal of Southeast Asian Studies* 28, 2 (september 1997); 263-284
- Far Eastern Economic Review. "The Quiet Drums". 10 October 1991.
- Firat, A Fuat (1995) Consumer culture or culture consumed? Di Janeen Arnold Costa and Gary J. Bamossy (eds.), *Marketing in a Multicultural World: Ethnicity, Nationalism, and Cultural Identity*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Friedman, Jonathan (1990) Being in the World: Globalization and Localization. *Theory, Culture & Society*, 7: 311-328.
- Gerke, Solvay (1997) Ethnic Relations and Cultural Dynamics in East Kalimantan: The Case of the Dayak Lady. *Indonesia and the Malay World*, (72): 176-187
- Greenwood, Davydd J. (1977) Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. Di Valene L. Smith (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. United States of America: University of Pennsylvania Press.
- Hall, Colin Michael (1994) *Tourism in the Pacific Rim: Development, Impacts and Markets*. Melbourne: Longman.
- Hitchcock, Michael, dkk (1993) Tourism in South-East Asia: introduction. Di Michael Hitchcock, Victor T. King and Michael J.G. Parnwell (eds.), *Tourism in South-East Asia*. London and New York: Routledge.
- Jayum, A. Jawan. 1993. *The Iban Factor in Iban Sarawak Politics*. Serdang: Universiti Pertanian Malaysia.
- Kahn, Joel S. (1995) *Culture, Multiculture, Postculture*. London, Thousand Oaks, and New Delhi: SAGE Publications

- Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan (2001a) *Lembaga Penggalakan Pelancongan Malaysia*.
- Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan (2001b) *Malaysia My Destination*.
- Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan (2001c) *Malaysia Negara Pelancongan: Berfestival, Berkarnival dan Ceria Sepanjang Masa. Kalendar acara 2001*.
- Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan (2000) *Malaysia: Panduan Pelancongan*.
- Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan (1999a) *Hill Resort Malaysia: Truly Asia*.
- Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan (1999b) *Sarawak: The Hidden Paradise of Borneo*.
- King, Victor, T. 1993. *The Peoples of Borneo*. Oxford: Blackwell.
- Kipp, Rita Smith (1993) *Dissociated Identities: Ethnicity, Religion, and Class in an Indonesian Society*. The United States of America: The University of Michigan Press.
- Kompas*, 17 Januari 1997.
- Kompas*, 25 Juni 1997
- Maunati, Yekti (2000) *Contesting Dayak Identity: Commodification and the Cultural Politics of Identity in East Kalimantan*. Desertasi, Latrobe University, Melbourne, Australia.
- Munan, Heidi. 1993. "The Origin of Sarawak Dayak Festival Dayak", in *Kalimantan Review* 2 (4) pp. 11-16.
- Picard, Michel (1997) *Cultural Tourism, Nation-Building, and Regional Culture: The Making of a Balinese Identity*. Di Michel Picard & Robert E. Wood (eds.), *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Regis, Patricia dan Malangkling, Mary (2000) 'An overview of tourism in Sabah promoting culture and environmental preservation in Sabah, 1990-2000', di Michael Leigh (editor) *Borneo 2000: Language, Management and Tourism*. Proceedings of the Sixth Biennial Borneo Research Conference, Kuching, Sarawak, July 10-14, 2000.
- Sanggin, Spencer E, dkk (2000) 'Impact of tourism on longhouse communities in Sarawak', di Michael Leigh (editor) *Borneo 2000: Language, Management and Tourism*, Proceedings of the Sixth Biennial Borneo Research Conference, Kuching, Sarawak, July 10-14, 2000.
- Scott, James, C. 1990. *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University Press.
- Spencer E. Sanggin et.al. (2000) *Impact of Tourism on Longhouse Communities in Sarawak*. Di Michael Leigh (ed.), *Borneo 2000: Language, management and tourism*. Kuching: Universiti Malaysia Sarawak.

- Smith, Valene (1977) Introduction. Di Valene L. Smith (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. United States of America: University of Pennsylvania Press.
- Tan, Chee Beng. 1994. *Communal Association of the Indigenous Community of Sarawak*. Kuala Lumpur: Institut Pengajian Tinggi. Universiti Malaysia.
- Urry, John (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London, Newbury Park, and New Delhi: SAGE Publications
- Urry, John (1990) The 'consumption' of tourism. *Sociology*, February, 24 (1): 23-35.
- Van den Berghe, Pierre L. (1994) *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in Sand Cristobel Mexico*. Seattle & London: University of Washington Press.
- Volkman, Toby Alice (1990) Visions and revisions: Toraja culture and the tourist gaze. *American Ethnologist*, Februari, 17 (1): 91-110
- Winzeler, Robert L. (1997) Modern Bidayah Ethnicity and the politics of Culture in Sarawak. Di Robert L. Winzeler (ed.), *Indigenous Peoples and the State: Politics, Land, and Ethnicity in the Malayan Peninsula and Borneo*. New Have, Connecticut: Yale University Southeast Asia Studies, Monograph 46/Yale Southeast Asia Studies
- Winzeler, Robert L. (1997) Introduction. In Robert L. Winzeler (ed.), *Indigenous Peoples and the State: Politics, Land, and Ethnicity in the Malayan Peninsula and Borneo*. New Haven, Connecticut: Yale University Southeast Asia Studies, Monograph 46/Yale Southeast Asia Studies
- Wood, Robert E. (1993) Tourism, Culture and the Sociology of development. Di Michael Hitchcock, Victor T. King and Michael J.G. Parnwell (eds.), *Tourism in South-east Asia*. London and New York: Routledge.
- Wood, Robert E. (1997) Tourism and the State: Ethnic Options and Constructions of Otherness. Di Michel Picard & Robert E. Wood (eds.), *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Zeppel, Heather (1993) Getting to Know the Iban: The Tourist Experience of Visiting an Iban Longhouse in Sarawak. In Victor T. King (ed.), *Tourism in Borneo: Issues and Perspectives*. Papers from the second Biennial International Conference Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia, July 1992, Borneo Research Council Proceedings Series.
- Zeppel, Heather (1995) 'Authenticity and Iban longhouse tourism in Sarawak', *Borneo Review* 6 (2), Desember 1995, 109-125.