

Analisis Strategi Pedagang dalam Meningkatkan Pendapatan melalui Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal di Wisata Kelabba Maja, Sabu Raijua

Selvi A M Ngede Ratu^{1*}, Aris Lambe², Jeni M Ataupah³, Hildigardis M I Nahak⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Sosiologi, Universitas Nusa Cendana
selviariancemarianangederatu@gmail.com*



e-ISSN: 2987-811X

MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 4 No. 2 Juni 2026

Page: 546-555

Article History:

Received: 20-05-2026

Accepted: 25-05-2026

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pedagang dalam meningkatkan pendapatan melalui pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal (Local Economic Development/LED) di objek wisata Kelabba Maja, Kabupaten Sabu Raijua. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan penelitian berjumlah delapan orang pedagang yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pedagang dalam meningkatkan pendapatan terbentuk melalui lima pola utama, yaitu adaptasi produk, harga kompetitif, pelayanan relasional, pengelolaan ruang usaha, dan pemanfaatan waktu kunjungan wisatawan. Adaptasi produk dilakukan dengan mengombinasikan produk khas daerah dan produk konsumsi langsung sesuai kebutuhan wisatawan. Strategi harga berorientasi pada keberlanjutan usaha melalui perputaran barang yang stabil. Pelayanan relasional memanfaatkan modal sosial berupa keramahan dan kedekatan interpersonal untuk membangun kepercayaan wisatawan. Pengelolaan ruang usaha dilakukan melalui penataan lapak yang menarik, sedangkan pemanfaatan waktu kunjungan diwujudkan melalui penyesuaian stok dan aktivitas usaha berdasarkan pola kunjungan wisatawan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan pedagang tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah wisatawan, tetapi juga oleh kemampuan mengintegrasikan modal budaya, modal sosial, dan strategi adaptasi ekonomi dalam konteks wilayah kepulauan.

Kata Kunci : Strategi Pedagang; Pendapatan; Pengembangan Ekonomi Lokal; Pariwisata; Kelabba Maja

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan aktivitas usaha masyarakat di sekitar kawasan wisata. Kehadiran wisatawan menciptakan peluang ekonomi bagi pelaku usaha kecil, termasuk pedagang, melalui pengeluaran terhadap barang dan jasa lokal yang menghasilkan efek pengganda (*multiplier effect*) terhadap pendapatan masyarakat (Balu et al., 2020; Muawanah et al., 2020; Setiawati et al., 2022). Namun, potensi tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peningkatan jumlah wisatawan tidak secara otomatis meningkatkan pendapatan pedagang. Keterbatasan modal, rendahnya kapasitas usaha, minimnya inovasi, akses pasar yang terbatas, serta lokasi usaha yang kurang strategis menjadi faktor yang menghambat optimalisasi manfaat ekonomi pariwisata (Nurfadhila & Suganda, 2021; Balu et al., 2020; Bawono et al., 2022). Selain itu, kemampuan pedagang dalam beradaptasi terhadap perubahan preferensi wisatawan, memanfaatkan teknologi digital, dan membangun jaringan usaha turut menentukan keberhasilan mereka dalam meningkatkan pendapatan (Febriansyah & Nuraini, 2022; Kunardi et al., 2020; Wurdaningsih et al., 2023). Kondisi tersebut juga diperkuat oleh masih terbatasnya dukungan kelembagaan, pelatihan, dan fasilitasi usaha bagi pedagang di kawasan wisata (Ibrahim et al., 2020; Krisnasari, 2022; Muflihah & Natalia, 2020).

Dalam perspektif Pengembangan Ekonomi Lokal (*Local Economic Development/LED*), peningkatan kesejahteraan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh keberadaan potensi ekonomi lokal, tetapi juga oleh kemampuan aktor lokal memanfaatkan peluang yang tersedia melalui penguatan kapasitas, partisipasi masyarakat, dan pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan (Anggita et al., 2022; Karnudu & Maruapey, 2022). Oleh karena itu, pendekatan LED relevan untuk memahami bagaimana pedagang mengembangkan strategi usaha dalam memanfaatkan peluang ekonomi yang dihasilkan oleh aktivitas pariwisata.

Meskipun kajian mengenai dampak pariwisata terhadap perekonomian masyarakat telah banyak dilakukan, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*). Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada dampak ekonomi pariwisata secara umum (Muawanah et al., 2020; Setiawati et al., 2022), pengembangan destinasi wisata dan implikasinya terhadap ekonomi lokal (Balu et al., 2020; Faridz, 2023), serta partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas (Ibrahim et al., 2020; Krisnasari, 2022). Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji strategi konkret pedagang dalam meningkatkan pendapatan di kawasan wisata, khususnya pada wilayah kepulauan seperti Sabu Raijua, masih sangat terbatas. Selain itu, penggunaan pendekatan LED untuk menganalisis strategi ekonomi pedagang di kawasan wisata lokal juga belum banyak dilakukan (Anggita et al., 2022; Karnudu & Maruapey, 2022).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengintegrasikan pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal (LED) dan analisis strategi pedagang di kawasan wisata Kelabba Maja, Kabupaten Sabu Raijua. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pedagang, tetapi juga menganalisis secara mendalam strategi yang mereka

lakukan untuk meningkatkan pendapatan dalam konteks pengembangan ekonomi lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian LED pada sektor pariwisata sekaligus menjadi dasar rekomendasi kebijakan bagi pemerintah daerah dalam memperkuat ekonomi masyarakat lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi yang diterapkan pedagang di kawasan wisata Kelabba Maja dalam meningkatkan pendapatan melalui pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana strategi yang diterapkan oleh pedagang di objek wisata Kelabba Maja Sabu Raijua dalam meningkatkan pendapatan melalui pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi pedagang dalam meningkatkan pendapatan di kawasan wisata Kelabba Maja, Kabupaten Sabu Raijua. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena sosial-ekonomi secara kontekstual dan komprehensif berdasarkan pengalaman langsung para pelaku usaha. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika strategi ekonomi pedagang dalam kerangka Pengembangan Ekonomi Lokal (*Local Economic Development/LED*), yang menekankan pada pemanfaatan potensi lokal, partisipasi masyarakat, serta penguatan kapasitas ekonomi komunitas (Anggita et al., 2022; Karnudu & Maruapey, 2022). Dengan desain deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan kondisi empiris secara sistematis tanpa manipulasi variabel.

Subjek penelitian terdiri dari delapan orang pedagang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria aktif berjualan di lokasi wisata dan memiliki pengalaman usaha yang memadai. Informan dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rentang usia yang bervariasi, sehingga memberikan perspektif yang beragam terkait strategi peningkatan pendapatan. Secara rinci, informan tersebut adalah E.B (38 tahun), M.D (60 tahun), D.L (25 tahun), H.W (48 tahun), W.R.R (41 tahun), B.K (34 tahun), L.R (53 tahun), dan G.H (55 tahun), yang seluruhnya berprofesi sebagai pedagang di kawasan wisata Kelabba Maja. Variasi usia dan jenis kelamin ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai karakteristik pelaku usaha kecil dalam konteks ekonomi lokal berbasis pariwisata.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang valid dan komprehensif. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas ekonomi pedagang secara langsung, sementara wawancara digunakan untuk menggali strategi yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung yang memperkuat temuan lapangan. Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta *member check* kepada informan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat kredibilitas dan validitas yang tinggi serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pedagang dalam Meningkatkan Pendapatan melalui Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal di Objek Wisata Kelabba Maja

Penelitian ini melibatkan delapan informan yang merupakan pedagang aktif di objek wisata Kelabba Maja Sabu Raijua, yaitu E.B (38 tahun), M.D (60 tahun), D.L (25 tahun), H.W (48 tahun), W.R.R (41 tahun), B.K (34 tahun), L.R (53 tahun), dan G.H (55 tahun). Seluruh informan menjadikan aktivitas berdagang sebagai sumber utama pendapatan keluarga. Berdasarkan hasil observasi, aktivitas perdagangan berlangsung di kawasan wisata alam terbuka yang memiliki karakteristik lingkungan relatif panas, minim area teduh, dan mengharuskan wisatawan berjalan cukup jauh untuk menikmati bentang alam Kelabba Maja. Situasi tersebut membentuk pola konsumsi tertentu di kalangan wisatawan sekaligus memengaruhi cara pedagang mengelola usaha mereka. Aktivitas perdagangan tidak berlangsung dalam ruang ekonomi yang terpisah dari lingkungan wisata, melainkan tumbuh dan berkembang mengikuti dinamika kunjungan wisatawan, kondisi geografis kawasan, serta sumber daya yang dimiliki masyarakat setempat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pedagang dalam meningkatkan pendapatan tidak dapat dipahami sebagai tindakan ekonomi yang berdiri sendiri. Strategi yang muncul merupakan hasil adaptasi jangka panjang terhadap kondisi sosial, budaya, dan geografis Sabu Raijua. Dalam kehidupan masyarakat kepulauan yang selama ini menghadapi keterbatasan akses pasar, fluktuasi ekonomi, serta ketergantungan terhadap sumber daya lokal, kemampuan beradaptasi menjadi modal utama untuk mempertahankan keberlangsungan hidup. Pengalaman tersebut tercermin dalam aktivitas perdagangan di Kelabba Maja, di mana pedagang tidak hanya berupaya memperoleh keuntungan dari kehadiran wisatawan, tetapi juga mengembangkan berbagai cara agar peluang ekonomi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara maksimal. Perspektif Pengembangan Ekonomi Lokal (*Local Economic Development/LED*) memandang kondisi ini sebagai kemampuan masyarakat lokal dalam mengelola sumber daya yang tersedia untuk menciptakan aktivitas ekonomi yang berkelanjutan (Anggita et al., 2022; Karnudu & Maruapey, 2022). Dalam konteks Kelabba Maja, kemampuan tersebut terlihat melalui strategi adaptasi produk, harga, pelayanan, pengelolaan ruang usaha, dan pemanfaatan waktu kunjungan wisatawan.

Adaptasi Produk sebagai Bentuk Negosiasi antara Budaya Lokal dan Kebutuhan Pasar

Strategi pertama yang ditemukan adalah penyesuaian produk berdasarkan kebutuhan wisatawan. Sebagian besar pedagang tidak hanya menjual produk khas daerah seperti sarung, selimut, dan selendang, tetapi juga menyediakan makanan ringan dan minuman. Informan E.B menjelaskan: “Kami di sini kebanyakan jual sarung, selimut, dan selendang karena wisatawan yang datang biasanya suka barang yang bisa dipakai atau dijadikan oleh-oleh... pembeli dari luar daerah biasanya cari sesuatu yang khas dan tahan lama”.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh informan M.D yang menyatakan: “Kami juga sediakan air minum, biskuit, dan makanan ringan... apalagi kalau cuaca panas, yang paling banyak dicari itu air minum dingin”.

Pada pandangan pertama, strategi ini tampak sebagai bentuk penyesuaian biasa terhadap kebutuhan konsumen. Namun, jika dianalisis lebih dalam, praktik tersebut

menunjukkan adanya proses negosiasi antara identitas budaya lokal dan tuntutan pasar wisata. Sarung, selimut, dan selendang yang dijual pedagang bukan sekadar barang dagangan, melainkan representasi budaya masyarakat Sabu yang memiliki nilai historis dan simbolik. Produk-produk tersebut membawa cerita tentang identitas lokal, tradisi tenun, dan kehidupan masyarakat yang diwariskan lintas generasi. Ketika produk budaya tersebut diperdagangkan kepada wisatawan, terjadi transformasi nilai budaya menjadi nilai ekonomi tanpa kehilangan makna simboliknya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat lokal tidak berada dalam posisi pasif menghadapi perkembangan pariwisata. Pedagang secara sadar memanfaatkan identitas budaya sebagai sumber daya ekonomi yang memiliki daya tarik bagi wisatawan. Aktivitas ekonomi yang berlangsung tidak sekadar menjual barang, tetapi juga menjual pengalaman dan kedekatan dengan budaya lokal. Kondisi ini memperlihatkan bagaimana sumber daya budaya berfungsi sebagai modal ekonomi dalam proses pengembangan ekonomi lokal.

Menariknya, produk budaya tidak menjadi satu-satunya sumber pendapatan pedagang. Kehadiran makanan ringan dan minuman menunjukkan bahwa pedagang memahami kebutuhan wisatawan yang muncul dari karakteristik geografis Kelabba Maja sebagai kawasan wisata alam terbuka. Wisatawan yang berjalan di bawah terik matahari membutuhkan konsumsi langsung untuk menjaga kenyamanan selama berkunjung. Kesadaran terhadap kebutuhan tersebut mendorong pedagang mengombinasikan produk simbolik dan produk fungsional dalam satu ruang usaha.

Temuan ini memperlihatkan pola yang berbeda dari penelitian Febriansyah dan Nuraini (2022) yang menempatkan produk lokal sebagai daya tarik utama dalam aktivitas ekonomi wisata. Pada kasus Kelabba Maja, pedagang tidak hanya mengandalkan keunikan budaya lokal, tetapi juga melakukan diversifikasi usaha untuk menghadapi ketidakpastian pasar. Pola tersebut berkaitan erat dengan karakter masyarakat kepulauan yang terbiasa mengelola berbagai sumber penghidupan secara bersamaan untuk mengurangi risiko ekonomi. Strategi adaptasi produk yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi lokal tidak hanya ditentukan oleh kekuatan budaya, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat menghubungkan budaya dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

Harga Kompetitif sebagai Strategi Bertahan dalam Ekonomi Kepulauan

Selain melakukan adaptasi produk, pedagang juga menerapkan strategi harga yang kompetitif dan fleksibel. Informan D.L menyatakan: “Kami biasanya menyesuaikan dengan pedagang lain supaya tidak terlalu mahal... wisatawan biasanya membandingkan harga sebelum membeli”.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh informan G.H yang menjelaskan bahwa harga yang terlalu tinggi sering kali membuat wisatawan mengurungkan niat membeli karena mereka memiliki banyak pilihan lapak yang berdekatan.

Praktik penyesuaian harga ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki pemahaman yang cukup baik terhadap perilaku pasar. Mereka menyadari bahwa wisatawan bukan sekadar pembeli yang datang tanpa pertimbangan, melainkan aktor yang melakukan perbandingan harga sebelum mengambil keputusan. Kesadaran tersebut mendorong pedagang mengembangkan strategi yang lebih berorientasi pada keberlangsungan usaha daripada keuntungan sesaat.

Dalam banyak teori ekonomi klasik, pelaku usaha sering diasumsikan berupaya memaksimalkan keuntungan pada setiap transaksi. Temuan penelitian ini justru memperlihatkan logika yang berbeda. Pedagang lebih memilih memperoleh keuntungan dalam jumlah kecil tetapi secara berulang daripada mengambil keuntungan besar yang berpotensi mengurangi minat pembeli. Rasionalitas seperti ini menunjukkan adanya orientasi jangka panjang yang dibangun berdasarkan pengalaman hidup dalam kondisi ekonomi yang tidak selalu stabil.

Kondisi geografis Sabu Raijua menjadi faktor penting yang menjelaskan munculnya strategi tersebut. Sebagai wilayah kepulauan, aktivitas ekonomi masyarakat sangat dipengaruhi oleh aksesibilitas, cuaca, dan arus mobilitas penduduk maupun wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan tidak selalu dapat diprediksi secara pasti. Pada periode tertentu kawasan wisata dapat ramai, sementara pada waktu lain kunjungan menurun secara signifikan. Ketidakpastian tersebut membuat pedagang lebih mengutamakan kesinambungan pendapatan daripada akumulasi keuntungan jangka pendek.

Temuan ini berbeda dengan penelitian Nurfadhila dan Suganda (2021) serta Yunita (2021) yang menempatkan harga sebagai instrumen utama dalam memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga juga berfungsi sebagai mekanisme stabilisasi ekonomi lokal. Pedagang tidak hanya mempertimbangkan hubungan antara harga dan pembeli, tetapi juga mempertimbangkan keberlangsungan hubungan ekonomi antar pedagang dalam kawasan wisata. Situasi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi lokal dibangun melalui kesadaran kolektif untuk menjaga keseimbangan pasar sehingga seluruh pelaku usaha tetap memperoleh manfaat dari aktivitas pariwisata.

Pelayanan Relasional dan Kekuatan Modal Sosial Lokal

Strategi berikutnya yang ditemukan adalah pelayanan yang ramah, komunikatif, dan tidak memaksa wisatawan untuk membeli. Informan G.H menjelaskan: "Pelayanan juga harus baik, seperti menyapa pembeli, menjelaskan barang, dan tidak memaksa mereka untuk membeli".

Informan B.K juga menyampaikan bahwa interaksi biasanya diawali dengan menanyakan asal daerah wisatawan sebelum menawarkan produk yang dijual. Hasil observasi menunjukkan bahwa percakapan antara pedagang dan wisatawan sering berlangsung cukup lama meskipun tidak selalu berakhir dengan transaksi. Pedagang kerap menjelaskan asal-usul produk, memberikan informasi mengenai lokasi wisata, bahkan terlibat dalam percakapan santai mengenai perjalanan wisatawan. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pedagang dan wisatawan tidak semata-mata dibangun atas dasar kepentingan ekonomi.

Dalam perspektif sosiologi ekonomi, hubungan sosial sering kali menjadi fondasi bagi terbentuknya aktivitas ekonomi. Transaksi tidak hanya terjadi karena adanya barang dan uang, tetapi juga karena adanya rasa percaya, kenyamanan, dan kedekatan sosial. Kondisi tersebut terlihat jelas dalam praktik pelayanan yang dilakukan pedagang Kelabba Maja. Keramahan yang ditunjukkan bukan sekadar teknik pemasaran, melainkan bagian dari nilai sosial yang telah lama hidup dalam masyarakat.

Budaya masyarakat Sabu dikenal memiliki ikatan kekeluargaan yang kuat serta penghormatan tinggi terhadap tamu. Nilai tersebut membentuk pola interaksi yang

menempatkan hubungan interpersonal sebagai aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Ketika masyarakat terlibat dalam aktivitas perdagangan, nilai-nilai tersebut tetap hadir dan menjadi bagian dari strategi usaha. Pelayanan yang ramah kemudian berkembang menjadi modal sosial yang mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap produk maupun penjual.

Temuan ini memperluas hasil penelitian Krisnasari (2022) yang menekankan pentingnya hubungan interpersonal dalam pariwisata berbasis komunitas. Pada kasus Kelabba Maja, modal sosial tidak hanya berfungsi memperkuat hubungan sosial, tetapi juga menjadi sumber daya ekonomi yang nyata. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang terbentuk, semakin besar peluang terjadinya transaksi dan rekomendasi dari wisatawan kepada pengunjung lainnya.

Pengelolaan Ruang Usaha dan Produksi Daya Tarik Ekonomi

Aspek lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pengelolaan ruang usaha. Informan L.R menyatakan: “Kami berusaha menata tempat jualan agar terlihat rapi dan bersih... kalau lapak terlihat menarik, wisatawan biasanya lebih tertarik untuk mendekat”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pedagang menyadari pentingnya tampilan visual dalam menarik perhatian wisatawan. Kesadaran ini muncul karena aktivitas perdagangan berlangsung dalam ruang wisata yang sangat mengandalkan pengalaman visual.

Kelabba Maja dikenal karena bentang alamnya yang unik dan menjadi objek fotografi bagi wisatawan. Dalam situasi seperti itu, wisatawan cenderung memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap aspek visual di sekitarnya. Lapak yang tertata rapi lebih mudah menarik perhatian dibandingkan lapak yang terlihat semrawut. Pedagang memahami kondisi tersebut dan menjadikannya sebagai bagian dari strategi usaha.

Ruang usaha pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai tempat menyimpan barang dagangan. Ruang tersebut menjadi media komunikasi yang menyampaikan pesan mengenai kualitas produk, keseriusan pedagang, dan kenyamanan berbelanja. Penataan lapak yang baik menciptakan kesan profesional sekaligus meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan. Aktivitas ekonomi dalam konteks ini berlangsung melalui kombinasi antara interaksi sosial, kualitas produk, dan pengalaman visual.

Pemanfaatan Waktu Kunjungan sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Fluktuasi Wisata

Strategi terakhir yang ditemukan adalah pemanfaatan waktu kunjungan wisatawan. Informan W.R.R menyatakan: “Pada akhir pekan atau hari libur, kami datang lebih pagi dan membawa barang lebih banyak”.

Informan H.W menjelaskan bahwa peningkatan jumlah wisatawan selalu diikuti dengan penambahan stok dan kesiapan pelayanan yang lebih intensif.

Strategi ini menunjukkan bahwa pedagang memiliki kemampuan membaca pola pergerakan wisatawan dan menyesuaikan aktivitas usaha berdasarkan momentum kunjungan. Aktivitas perdagangan tidak dilakukan secara seragam setiap hari, tetapi disesuaikan dengan ritme ekonomi yang terbentuk dari aktivitas pariwisata.

Kemampuan membaca waktu menjadi sangat penting dalam konteks wilayah kepulauan seperti Sabu Raijua. Kunjungan wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, mulai dari musim liburan, kondisi cuaca, hingga akses transportasi. Situasi tersebut menciptakan pola kunjungan yang fluktuatif. Pedagang yang mampu

memahami pola tersebut memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan pendapatan dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan rutinitas usaha biasa.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan tidak hanya ditentukan oleh jumlah wisatawan yang datang sebagaimana dijelaskan oleh Muawanah et al. (2020) dan Setiawati et al. (2022). Faktor yang tidak kalah penting adalah kemampuan pedagang dalam mengantisipasi peluang ekonomi yang muncul dari perubahan pola kunjungan wisatawan. Kapasitas adaptif seperti ini menjadi salah satu bentuk modal lokal yang sering kali tidak terlihat, tetapi memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pedagang di objek wisata Kelabba Maja membentuk suatu sistem adaptasi ekonomi lokal yang saling terhubung. Adaptasi produk, harga kompetitif, pelayanan relasional, pengelolaan ruang usaha, dan pemanfaatan waktu kunjungan wisatawan berkembang dari pengalaman masyarakat dalam menghadapi kondisi geografis kepulauan, keterbatasan sumber daya, serta dinamika pasar wisata. Strategi tersebut memperlihatkan bahwa pengembangan ekonomi lokal tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan potensi ekonomi yang tersedia, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan masyarakat mengolah modal budaya, modal sosial, dan pengalaman hidup menjadi praktik ekonomi yang produktif. Temuan ini memperluas kajian Pengembangan Ekonomi Lokal dengan menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi masyarakat wisata lahir dari proses adaptasi yang terus-menerus antara manusia, budaya, pasar, dan lingkungan tempat mereka hidup.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pedagang di objek wisata Kelabba Maja Sabu Raijua dalam meningkatkan pendapatan terbentuk melalui proses adaptasi ekonomi lokal yang dipengaruhi oleh karakteristik pariwisata, budaya masyarakat, dan kondisi geografis wilayah kepulauan. Strategi yang diterapkan meliputi adaptasi produk, harga kompetitif, pelayanan relasional, pengelolaan ruang usaha, dan pemanfaatan waktu kunjungan wisatawan. Kelima strategi tersebut tidak bekerja secara terpisah, tetapi saling berkaitan dalam membentuk sistem ekonomi lokal yang mendukung keberlangsungan usaha pedagang.

Adaptasi produk memperlihatkan kemampuan pedagang menghubungkan potensi budaya lokal dengan kebutuhan pasar wisata melalui kombinasi produk khas daerah dan produk konsumsi langsung. Strategi harga menunjukkan orientasi pedagang pada keberlanjutan usaha melalui perputaran barang yang stabil dibandingkan pencarian keuntungan sesaat. Pelayanan relasional berkembang dari nilai-nilai sosial masyarakat Sabu yang menempatkan keramahan dan kedekatan interpersonal sebagai modal sosial dalam aktivitas ekonomi. Pengelolaan ruang usaha menjadi upaya menciptakan daya tarik visual yang mendukung keputusan pembelian wisatawan, sedangkan pemanfaatan waktu kunjungan mencerminkan kemampuan pedagang membaca dan merespons fluktuasi aktivitas wisata.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan ekonomi lokal dalam konteks pariwisata tidak hanya ditentukan oleh keberadaan destinasi wisata dan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga oleh kapasitas masyarakat lokal dalam mengintegrasikan modal budaya, modal sosial, dan strategi adaptasi ekonomi ke dalam

praktik usaha sehari-hari. Dalam konteks Kelabba Maja, pedagang tidak berperan sebagai penerima manfaat pasif dari aktivitas pariwisata, melainkan sebagai aktor yang secara aktif membentuk, mempertahankan, dan mengembangkan sirkulasi ekonomi lokal melalui berbagai strategi yang kontekstual terhadap lingkungan sosial dan geografisnya.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian Pengembangan Ekonomi Lokal (*Local Economic Development*) dengan menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi masyarakat di kawasan wisata lahir dari interaksi antara sumber daya budaya, relasi sosial, kemampuan adaptasi pasar, dan kondisi geografis wilayah. Pada level praktis, hasil penelitian menunjukkan pentingnya kebijakan yang mendukung penguatan kapasitas pedagang melalui pengembangan produk lokal, peningkatan kualitas pelayanan, pengelolaan kawasan usaha yang lebih tertata, serta penguatan jaringan pemasaran yang mampu memperluas manfaat ekonomi pariwisata bagi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggita, N., Muchtar, M. J. U., & Hafida, S. H. N. (2022). Adaptasi New Normal Tourism Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Sekitar Waduk Cengklik. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(1), 48–56. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i1.11>
- [2] Astuti, W., & Rusdi, R. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pedagang Makanan Di Pantai Purus Padang 2019-2021. *Jurnal Kronologi*, 3(3), 296–307. <https://doi.org/10.24036/jk.v3i3.179>
- [3] Balu, F. A., Fanggidae, R. P. C., & Amtiran, P. Y. (2020). Analisis Pengembangan Obyek Wisata Pantai Oesapa Di Kota Kupang. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (Smes)*, 10(3), 327–345. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.2000>
- [4] Bawono, A. S., Prasasti, A. N., & Amirza, D. N. G. (2022). Eksistensi Pemerintah Kota Yogyakarta Pada Kawasan Malioboro Terhadap Perkembangan Sektor Ekonomi Pasca Covid-19. *Sibatik Journal Jurnal Ilmiah Bidang Sosial Ekonomi Budaya Teknologi Dan Pendidikan*, 2(1), 71–78. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.501>
- [5] Dana, G. N. W., & Yasin, Ach. (2021). Perekonomian Pedagang Sekitar Wisata Religi Troloyo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Independent Journal of Economics*, 1(3), 32–46. <https://doi.org/10.26740/independent.v1i3.41470>
- [6] Faridz, A. (2023). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Religi Balong Keramat Darmaloka, Darma, Kab. Kuningan. *Al Barakat - Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 16–29. <https://doi.org/10.59270/jab.v3i1.150>
- [7] Febriansyah, G. A., & Nuraini, I. (2022). Dampak Wisata Taman Ghanjaran Terhadap Pendapatan Masyarakat Desa Ketapanrame Kabupaten Mojokerto. *Journal of Economic and Social Empowerment*, 2(01), 125–136. <https://doi.org/10.22219/joesment.v2i01.20178>
- [8] Ibrahim, I., Zukhri, N., & Rendy, R. (2020). Dari Ekonomi Ke Ekonomi Politik: Transformasi Setengah Hati Sektor Ekowisata Di Bangka Belitung. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 5(2), 174. <https://doi.org/10.24198/jwp.v5i2.30631>

- [9] Karnudu, F., & Maruapey, M. W. (2022). Gagasan Wisata Halal Dan Perkembangan Lubang Buaya Morella Dengan Konsep TALC. *Jihbiz Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 140–152. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v6i2.1647>
- [10] Krisnasari, R. (2022). Community Based Tourism Desa Pangandaran Dan Desa Pananjung Dalam Pengembangan Wisata Alam Di Kawasan Pantai Pangandaran Jawa Barat. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(1), 62–68. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v3i1.47872>
- [11] Kunardi, D., Sudrajat, S., & Harini, R. (2020). DAMPAK PERKEMBANGAN KAWASAN WISATA MUSEUM KARST INDONESIA TERHADAP KONDISI LINGKUNGAN DI DUSUN MUDAL, GEBANGHARJO, PRACIMANTORO, WONOGIRI (Impact of the Indonesian Karst Museum Tourism Areas on Environmental Conditions in Dusun Mudal, Gebangharjo, Pracimantoro, Wonogiri). *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 26(2), 43. <https://doi.org/10.22146/jml.35999>
- [12] Muawanah, U., Triyanti, R., & Soejarwo, P. A. (2020). Dampak Ekonomi Wisata Bahari Di Kabupaten Alor. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 15(1), 33. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v15i1.8841>
- [13] Muflihah, A. N., & Natalia, D. A. R. (2020). Kawasan Wisata Waterfront Tanjung Adikarto Kulon Progo. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 3(1), 76–88. <https://doi.org/10.17509/jaz.v3i1.17892>
- [14] Nurfadhila, A., & Suganda, A. D. (2021). Intensitas Kunjungan Wisata Religi Menjadi Penentu Pendapatan Street Vendors Kawasan Masjid Agung Banten Lama. *I-Economics a Research Journal on Islamic Economics*, 7(1), 23–36. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v7i1.8990>
- [15] Sesa, K. C., Manaf, M., Salim, E., & Abbas, J. (2023). Strategi Peningkatan Kawasan Wisata Kuliner Pantai Tak Berombak Di Kecamatan Turikale, Kabupaten Maros. *Journal of Urban Planning Studies*, 3(2), 157–164. <https://doi.org/10.35965/jups.v3i2.380>
- [16] Setiawati, F. M., Arifin, Z., & Sari, N. P. (2022). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pantai Lombang Di Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi Jie*, 6(4), 597–607. <https://doi.org/10.22219/jie.v6i4.22612>
- [17] Suryade, L., Fauzi, A., Achسانی, N. A., & Anggraini, E. (2022). Variabel-Variabel Kunci Dalam Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata (KEK) Berkelanjutan Di Mandalika, Lombok Tengah, Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Destnasi Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(1), 16–30. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i1.327>
- [18] Wurdaningsih, Juanda, B., Siregar, H., & Ichsan, I. (2023). Pola Distribusi UMKM Desa Wisata Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Biduk Kabupaten Berau. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 12(2), 159–184. <https://doi.org/10.29244/jekp.12.2.2023.159-184>
- [19] Yunita, L. E. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Wisata Lembah Indah Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi Jie*, 5(4), 751–762. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i04.18767>