
PINISI, WARISAN BUDAYA TAK BENDA: ANTARA SIMBOL, IDENTITAS, DAN TANTANGAN KOMERSIALISASI DI ERA PARIWISATA

Basmawati Haris*

Interdisciplinary Islamic Studies, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia

*Pos-el: Harisbasmawati@gmail.com

ABSTRAK

Pinisi merupakan warisan budaya tak benda asal Bulukumba, Sulawesi Selatan, yang telah diakui UNESCO sejak 2017. Lebih dari sekadar kapal layar tradisional, Pinisi adalah simbol kebanggaan, keterampilan maritim, serta identitas kultural masyarakat Bugis-Makassar. Artikel ini membahas Pinisi dalam tiga dimensi utama, yaitu simbol, identitas, dan tantangan komersialisasi di era pariwisata. Dari sisi simbol, Pinisi mengandung nilai spiritual, filosofis, dan sosial yang tercermin dalam ritual adat serta keterampilan teknis pembuatannya. Dari perspektif identitas, Pinisi berfungsi pada level lokal sebagai warisan kolektif, pada level nasional sebagai representasi Indonesia sebagai negara maritim, dan pada level global sebagai instrumen diplomasi budaya. Namun, transformasi Pinisi menjadi ikon wisata dan kapal modern menimbulkan tantangan serius, termasuk risiko hilangnya autentisitas, marginalisasi komunitas pembuat, serta dominasi pasar pariwisata. Artikel ini menegaskan bahwa keberlanjutan Pinisi membutuhkan strategi pelestarian partisipatif yang menyeimbangkan antara autentisitas budaya dan tuntutan ekonomi. Pendekatan berbasis komunitas, edukasi generasi muda, perlindungan hukum, serta kolaborasi multilevel menjadi kunci agar Pinisi tetap relevan dan bermakna di tengah arus globalisasi pariwisata.

Kata kunci: Pinisi, warisan budaya, identitas, komersialisasi, pariwisata

ABSTRACT

Pinisi is an intangible cultural heritage originating from Bulukumba, South Sulawesi, officially recognized by UNESCO in 2017. Beyond its function as a traditional sailing vessel, Pinisi embodies collective pride, maritime expertise, and the cultural identity of the Bugis-Makassar people. This article examines Pinisi through three dimensions: symbolism, identity, and the challenges of commercialization in the tourism era. As a symbol, Pinisi represents spiritual, philosophical, and social values expressed through rituals and craftsmanship. In terms of identity, it functions locally as a collective heritage, nationally as a representation of Indonesia as a maritime nation, and globally as a tool of cultural

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

diplomacy. However, the transformation of Pinisi into a tourism icon and modern vessel raises critical issues, including the risk of losing authenticity, marginalization of local boatbuilders, and domination of the tourism market. This article argues that sustaining Pinisi requires participatory preservation strategies that balance cultural authenticity with economic demands. Community-based approaches, intergenerational education, legal protection, and multilevel collaboration are essential to ensure that Pinisi remains relevant and meaningful amid the pressures of global tourism.

Keywords: *Pinisi, cultural heritage, identity, commercialization, tourism*

A. PENDAHULUAN

Pinisi merupakan warisan budaya tak benda asal Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, yang pada tahun 2017 telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity*. Sebagai kapal layar tradisional, Pinisi tidak hanya mencerminkan keahlian maritim masyarakat Bugis-Makassar, tetapi juga merepresentasikan identitas kolektif, nilai spiritual, dan kebanggaan kultural masyarakat pesisir (Rahman, 2019). Bagi masyarakat Bulukumba, khususnya di Ara, Tanah Beru, dan Lemo-Lemo, proses pembuatan kapal Pinisi tidak sekadar aktivitas ekonomi, melainkan juga manifestasi nilai-nilai gotong royong, kepercayaan, dan tradisi turun-temurun yang menjadi bagian penting dari sistem sosial dan budaya mereka. Dengan demikian, Pinisi berfungsi sebagai simbol keterampilan maritim sekaligus penanda identitas budaya yang hidup pada level lokal, nasional, dan global.

Urgensi pelestarian nilai-nilai budaya ini semakin penting seiring meningkatnya arus wisatawan ke Kabupaten Bulukumba, khususnya kawasan Tanjung Bira yang menjadi ikon utama pariwisata Sulawesi Selatan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba (2024), jumlah kunjungan wisatawan nusantara mencapai 546.032 orang, meningkat dari 383.693 orang pada tahun 2022. Sementara itu, kunjungan wisatawan mancanegara juga menunjukkan tren positif, dengan 2.681 kunjungan pada tahun 2024, naik dibandingkan 2.105 kunjungan pada 2023 (*Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba, Laporan Statistik Kunjungan Wisatawan 2024*). Destinasi utama yang menyumbang kunjungan tertinggi adalah Pantai Pasir Putih Bira, diikuti oleh Apparalang dan Puncak Pua Janggo. Peningkatan jumlah wisatawan ini menciptakan peluang ekonomi yang signifikan, terutama bagi pelaku industri wisata dan pengrajin kapal Pinisi.

Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata, masyarakat pembuat Pinisi menghadapi tantangan baru dalam menjaga keberlanjutan nilai budaya lokal. Arus wisata yang tinggi mendorong sebagian pengrajin tradisional untuk beralih membuat kapal wisata modern yang lebih diminati pasar, sehingga ritual adat pembuatan kapal seperti *maccera lopi* (pemberkatan kapal) sering kali ditinggalkan. Akibatnya, nilai simbolik dan spiritual Pinisi mulai mengalami

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

degradasi. Meskipun nilai ekonomi meningkat, sebagian besar keuntungan justru dinikmati oleh pemilik modal di sektor pariwisata, bukan oleh komunitas pembuat kapal itu sendiri. Kondisi ini menimbulkan ketegangan antara pelestarian autentisitas budaya dan komersialisasi ekonomi, sehingga diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana masyarakat lokal menegosiasikan nilai tradisi di tengah perubahan ekonomi pariwisata dan modernitas.

Masalah penelitian terletak pada minimnya kajian interdisipliner yang memandang Pinisi tidak hanya sebagai objek material atau komoditas wisata, melainkan sebagai entitas simbolik dan identitas kultural yang tengah dinegosiasikan di antara kepentingan lokal, nasional, dan global. Dialektika antara autentisitas budaya dan kebutuhan pasar pariwisata belum banyak dikaji secara mendalam, khususnya dengan pendekatan yang memadukan perspektif antropologi budaya, kajian pariwisata kritis, dan studi warisan budaya tak benda. Padahal, fenomena komersialisasi Pinisi sering kali mengakibatkan penghilangan ritual adat, marginalisasi komunitas pembuat, dan potensi hilangnya nilai filosofis yang diwariskan lintas generasi (Nurhayati, 2021).

Artikel ini menawarkan kerangka analisis yang menempatkan Pinisi dalam tiga dimensi: simbol, identitas, dan tantangan komersialisasi. Dengan memadukan literatur warisan budaya dan teori autentisitas dalam pariwisata, penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana Pinisi berfungsi sebagai simbol kebudayaan, identitas kultural, sekaligus menghadapi tekanan komodifikasi. Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengkaji Pinisi sebagai simbol budaya yang mengandung nilai religius, kosmologis, dan sosial; (2) menganalisis peran Pinisi dalam membentuk identitas kultural pada level lokal, nasional, dan global; (3) mengeksplorasi dinamika serta tantangan komersialisasi Pinisi dalam pariwisata modern; dan (4) menawarkan strategi pelestarian yang relevan agar autentisitas Pinisi tetap terjaga di tengah globalisasi.

Urgensi penelitian ini semakin kuat seiring meningkatnya arus wisatawan ke Sulawesi Selatan, khususnya kawasan Tanjung Bira, yang menjadikan Pinisi sebagai ikon utama destinasi (Dinas Pariwisata Kab Bulukumba, 2022). Fakta ini mengandung paradoks: di satu sisi, pariwisata membuka peluang ekonomi; di sisi lain, ia berisiko mengikis nilai simbolik Pinisi sebagai warisan budaya tak benda. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberi kontribusi akademik pada kajian warisan budaya, tetapi juga menyajikan perspektif praktis dalam merumuskan strategi pelestarian yang partisipatif dan berkelanjutan.

B. KERANGKA TEORI (LITERATURE REVIEW)

Penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa *Pinisi* merupakan bagian dari warisan budaya tak benda sebagaimana dimaknai oleh UNESCO (2003, 2017), yaitu praktik, pengetahuan, dan keterampilan yang diwariskan lintas generasi serta menjadi penanda identitas kolektif suatu komunitas. Dalam konteks masyarakat Bugis-Makassar, Pinisi tidak hanya berfungsi sebagai kapal layar tradisional, melainkan simbol keterampilan maritim, spiritualitas, dan kebanggaan kultural

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

(Smith, 2006). Namun, ketika warisan budaya ini masuk dalam ranah pariwisata, muncul persoalan mengenai bagaimana nilai-nilai tersebut dinegosiasikan dan dimaknai ulang dalam konteks ekonomi dan globalisasi.

Konsep autentisitas menjadi penting untuk memahami perubahan tersebut. MacCannell (1976) memperkenalkan gagasan *staged authenticity*, yakni ketika budaya lokal dipentaskan untuk memenuhi ekspektasi wisatawan, sehingga keasliannya berpotensi terdistorsi. Sementara itu, Wang (1999) menekankan *existential authenticity*, yaitu pengalaman subjektif wisatawan yang dapat tetap terasa otentik meskipun terjadi modifikasi budaya. Dalam konteks Pinisi, autentisitas dapat dilihat dari dua sisi: autentisitas kultural yang dimiliki komunitas pembuat dan autentisitas eksistensial yang dialami wisatawan sebagai bentuk pengalaman simbolik terhadap budaya lokal.

Dinamika autentisitas ini erat kaitannya dengan komodifikasi budaya, sebagaimana dikemukakan Cohen (1988), bahwa proses menjadikan warisan budaya sebagai komoditas pariwisata dapat memperluas fungsi simbolik dan pengakuan publik, tetapi sekaligus berpotensi mengikis nilai spiritual dan meminggirkan masyarakat lokal. Dalam kasus Pinisi, komodifikasi tampak ketika kapal tradisional diubah menjadi ikon promosi pariwisata, festival budaya, atau produk ekonomi kreatif, yang menunjukkan pergeseran dari fungsi spiritual dan sosial menuju fungsi ekonomi.

Untuk menjembatani antara pelestarian budaya dan kepentingan ekonomi, konsep pariwisata berbasis komunitas (Community-Based Tourism/CBT) menjadi relevan (Suansri, 2003; Timothy & Boyd, 2003). Pendekatan ini menempatkan masyarakat lokal sebagai subjek yang berperan aktif dalam pengelolaan pariwisata, bukan sekadar objek yang ditampilkan. Melalui CBT, nilai-nilai budaya dapat tetap dijaga, sementara manfaat ekonomi dapat dirasakan langsung oleh komunitas pembuat Pinisi. Hal ini sekaligus menegaskan pentingnya partisipasi, kemandirian, dan keberdayaan masyarakat dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya.

Selanjutnya, perubahan makna dan fungsi Pinisi juga berkaitan dengan konstruksi identitas budaya dalam konteks global. Hall (1997) memandang identitas sebagai representasi yang terus bergerak, tidak tetap, dan selalu dinegosiasikan dalam ruang sosial. Sementara Robertson (1995) melalui konsep *glocalization* menjelaskan bahwa dalam era globalisasi, budaya lokal tidak semata-mata tersubordinasi oleh global, tetapi justru mengalami negosiasi kreatif untuk menyesuaikan diri tanpa kehilangan akar lokalnya. Dalam hal ini, Pinisi dapat dipahami sebagai simbol glocalisasi: tetap berakar pada nilai-nilai maritim dan tradisi Bugis-Makassar, namun bertransformasi menjadi representasi budaya yang mampu menyesuaikan diri dengan logika industri pariwisata global.

Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menempatkan transformasi Pinisi sebagai proses negosiasi antara autentisitas budaya, komodifikasi ekonomi, dan pembentukan identitas dalam konteks glocalisasi. Warisan budaya tak benda yang sebelumnya hidup dalam konteks lokal kini menjadi arena interaksi antara nilai-nilai tradisi dan tuntutan pasar pariwisata

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

global. Melalui analisis ini, penelitian berupaya menjelaskan bagaimana komunitas pembuat Pinisi mempertahankan makna dan identitas budayanya di tengah arus komodifikasi, sekaligus menunjukkan bagaimana pariwisata dapat menjadi ruang baru bagi pelestarian dan reinterpretasi warisan budaya.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretatif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali makna simbolik, identitas, dan dinamika sosial yang melekat pada Pinisi sebagai warisan budaya tak benda (Creswell & Poth, 2018). Penelitian kualitatif juga memungkinkan peneliti memahami perspektif masyarakat lokal yang terlibat dalam praktik pembuatan, pelestarian, dan komersialisasi Pinisi.

2. Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan, khususnya di tiga desa yang menjadi sentra pembuatan Pinisi, Ara, Tanah beru, dan Lemo-lemo. Subjek penelitian meliputi pembuat Pinisi, tokoh adat, nelayan, pelaku pariwisata, serta aparat pemerintah daerah. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan relevansi dan keterlibatan mereka dalam isu Pinisi (Patton, 2015).

3. Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Wawancara mendalam dilakukan kepada pembuat Pinisi, tokoh masyarakat, dan nelayan lokal untuk menggali narasi tentang simbol, identitas, serta pengalaman mereka dalam menghadapi komersialisasi budaya. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan dengan keterlibatan langsung peneliti dalam berbagai aktivitas masyarakat, seperti prosesi peluncuran Pinisi (*maccera lopi*), guna memahami makna simbolik yang terkandung di dalamnya. Peneliti juga melakukan studi dokumen dengan menelaah laporan resmi, arsip UNESCO, dan artikel akademik yang berkaitan dengan Pinisi dan pariwisata. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber (Denzin, 2012).

4. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi tiga tahap:

- a. Reduksi data: menyaring, memilih, dan mengorganisasi data wawancara, observasi, dan dokumen.

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

- b. Penyajian data: menyusun data ke dalam tema “simbol”, “identitas”, “komersialisasi”, serta “autentisitas vs pariwisata”.
- c. Penarikan kesimpulan/verifikasi: merumuskan temuan penelitian berdasarkan pola, hubungan, dan makna yang muncul.

5. Tahapan Penelitian

Proses penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan melalui kajian literatur yang berkaitan dengan Pinisi, warisan budaya tak benda, dan pariwisata. Tahap berikutnya adalah kerja lapangan yang meliputi pengumpulan data primer melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis dan interpretasi dengan menghubungkan temuan lapangan pada kerangka teori tentang warisan budaya, identitas, dan komersialisasi. Selanjutnya, hasil penelitian disusun dalam bentuk artikel ilmiah yang mengikuti struktur dan kaidah akademik yang berlaku.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pinisi sebagai Simbol

Pinisi bukan hanya kapal layar kayu yang dibuat oleh masyarakat Bulukumba, Sulawesi Selatan, melainkan juga sebuah simbol kebudayaan yang sarat dengan nilai-nilai sosial, spiritual, dan identitas kolektif. Sebagai hasil dari tradisi maritim yang panjang, Pinisi telah melampaui fungsinya sebagai alat transportasi laut dan perdagangan, untuk menjadi representasi keahlian, spiritualitas, dan kebanggaan masyarakat Bugis-Makassar (Rahman, 2018).

a. Nilai Filosofis dan Ritual dalam Pembuatan Pinisi

Proses pembuatan Pinisi tidak semata-mata kegiatan teknis, tetapi juga ritual simbolik yang mengandung nilai spiritual. Dalam praktiknya, pembuatan kapal Pinisi diawali dengan pemilihan kayu tertentu, biasanya kayu *jati* atau *bitti*, yang dilakukan melalui doa dan ritual adat. Kayu dianggap memiliki jiwa (*sumange*) sehingga harus diperlakukan dengan penghormatan. Ritual ini merepresentasikan hubungan harmonis antara manusia, alam, dan Sang Pencipta (Hafid, 2015).

Selain itu, terdapat prosesi adat seperti *maccera lopi* (penyucian kapal) sebelum Pinisi diluncurkan ke laut. Prosesi ini melibatkan doa, sesaji, dan kerja kolektif, yang mencerminkan nilai gotong royong (*sipakatau*, saling menghargai; *siri*, harga diri; dan *pesse*, solidaritas) sebagai landasan moral masyarakat Bugis-Makassar (Pelras, 1996). Dengan demikian, Pinisi dapat dipahami sebagai simbol keterkaitan antara aspek teknis, spiritual, dan sosial yang menyatu dalam budaya maritim lokal.

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

b. Pinisi sebagai Simbol Keterampilan Maritim

Pinisi juga merepresentasikan keterampilan teknis dan keunggulan masyarakat Bugis-Makassar dalam dunia pelayaran. Kapal ini dirancang dengan teknologi layar ganda yang memungkinkan navigasi jarak jauh, bahkan sebelum adanya teknologi modern. Kemampuan tersebut telah menjadikan masyarakat Bugis-Makassar dikenal sebagai pelaut ulung, yang dalam literatur sejarah disebut sebagai bangsa perantau dengan jaringan perdagangan luas di Nusantara bahkan Asia Tenggara.

Dari wawancara dengan seorang pembuat Pinisi di Desa Ara, Bapak Al, terlihat bagaimana Pinisi tidak dipandang sekadar produk teknis, melainkan juga sarat nilai simbolik dan spiritual. Ia menyatakan:

“Pinisi bukan hanya kayu yang disusun jadi kapal. Sebelum menebang kayu, kami berdoa. Saat melancarkan, ada doa khusus. Kalau tidak, kapal tidak akan berumur panjang. Jadi Pinisi ini seperti anak yang lahir, harus dijaga dengan adat dan doa.” (Wawancara dengan AL, 19 Juli 2025).

Pernyataan ini mempertegas argumen bahwa simbolisme Pinisi tidak bisa dilepaskan dari dimensi ritual dan kosmologi lokal. Kehadiran doa, upacara, dan makna religius menempatkan Pinisi sebagai “makhluk hidup” yang terlahir dari alam dan adat, bukan semata benda mati.

Dengan demikian, Pinisi berfungsi sebagai simbol kompetensi maritim dan daya adaptasi masyarakat lokal terhadap dinamika global. Ia bukan sekadar perahu kayu, melainkan juga representasi dari *massompe*’ (semangat merantau) yang menjadi ciri khas masyarakat Bugis-Makassar.

c. Pinisi sebagai Simbol Status Sosial dan Kebanggaan Kolektif

Di tingkat lokal, Pinisi juga memiliki dimensi simbolik sebagai penanda status sosial. Kepemilikan atau kemampuan membuat Pinisi sering dikaitkan dengan prestise keluarga dan komunitas. Pinisi bukan hanya kapal untuk berdagang, tetapi juga simbol pencapaian dan kebanggaan. Hal ini sejalan dengan konsep *siri*’ (harga diri) dalam budaya Bugis, di mana kemampuan membangun Pinisi dipandang sebagai refleksi kehormatan komunitas (Mattulada, 1995).

Di tingkat nasional, Pinisi telah diangkat sebagai simbol budaya maritim Indonesia. Kapal ini sering dijadikan ikon dalam berbagai event budaya dan pariwisata, serta tampil dalam narasi besar Indonesia sebagai bangsa bahari. Pengakuan UNESCO pada tahun 2017 semakin memperkuat status simbolik Pinisi, tidak hanya bagi masyarakat Bulukumba, tetapi juga bagi identitas nasional Indonesia di mata dunia (UNESCO, 2017).

d. Interpretasi Simbolik dalam Konteks Global

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

Dalam perspektif global, Pinisi bertransformasi menjadi simbol diplomasi budaya. Kapal ini kerap digunakan dalam kegiatan internasional untuk merepresentasikan kekayaan warisan budaya maritim Indonesia. Misalnya, replika Pinisi dihadirkan dalam pameran pariwisata dunia, festival maritim internasional, maupun sebagai ikon branding destinasi wisata bahari.

Namun, simbolisasi ini juga menimbulkan dilema. Di satu sisi, Pinisi memperoleh legitimasi internasional dan membuka peluang ekonomi melalui pariwisata. Di sisi lain, ada risiko reduksi makna simbolik, ketika Pinisi lebih dipandang sebagai produk wisata ketimbang sebagai warisan budaya yang hidup (MacCannell, 1976). Di sinilah terjadi ketegangan antara fungsi simbolik dan fungsi komersial, yang akan dibahas lebih lanjut pada bagian berikutnya.

2. Pinisi sebagai Identitas

Pinisi tidak hanya berfungsi sebagai simbol keterampilan maritim, tetapi juga sebagai penanda identitas budaya yang hidup pada tiga level: lokal, nasional, dan global. Identitas ini tidak bersifat statis, melainkan terus dinegosiasikan melalui interaksi antara nilai tradisional dan dinamika modernitas, sejalan dengan pandangan Hall (1997) bahwa identitas adalah proses representasi yang selalu berubah.

a. Identitas Lokal

Di level lokal, Pinisi adalah bentuk *living heritage* yang merepresentasikan nilai-nilai *siri'* (kehormatan diri dan martabat sosial) serta *pesse* (solidaritas dan empati kolektif). Kedua nilai ini berfungsi sebagai etika budaya yang mengatur hubungan sosial antar-pengrajin dalam proses pembuatan Pinisi. Pewarisan keterampilan lintas generasi melalui sistem *apprenticeship* menunjukkan bahwa Pinisi bukan sekadar objek, tetapi proses sosial yang hidup. Dalam konteks teori *cultural hybridity*, *siri'* dan *pesse* berperan sebagai *cultural anchor*—penambat nilai yang memungkinkan masyarakat lokal tetap menjaga makna spiritual di tengah adaptasi modernitas. Dengan kata lain, masyarakat tidak menolak perubahan, tetapi menegosiasikannya melalui bingkai nilai lokal agar tidak kehilangan identitas kolektif.

b. Identitas Nasional

Pada tataran nasional, Pinisi direpresentasikan sebagai simbol kebanggaan bangsa yang memperkuat narasi “Indonesia sebagai negara maritim”. Melalui proses representasi ini, terjadi apa yang disebut Hall (1997) sebagai *articulation of identity*—identitas dibentuk melalui praktik representasi dan kekuasaan. Negara berperan sebagai aktor dominan dalam menentukan bagaimana Pinisi ditampilkan dalam festival, promosi wisata, dan diplomasi budaya.

Namun, proses ini juga mengandung tensi antara representasi dan pengalaman

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

otentik, di mana makna spiritual dan ritual adat masyarakat Bulukumba sering direduksi menjadi simbol visual. Dalam kerangka *heritage dissonance* (Smith, 2006), muncul ketidaksinkronan antara identitas simbolik yang dikonstruksi oleh negara dan identitas hidup yang dijalani oleh pembuat Pinisi di tingkat lokal.

c. Identitas Global

Konsep cultural hybridity dari Bhabha (1994) menjadi kunci untuk memahami dinamika globalisasi Pinisi. Dalam kerangka ini, budaya tidak dipandang sebagai entitas murni yang statis, tetapi sebagai hasil pertemuan dan pencampuran nilai-nilai di “ruang ketiga” (*third space*). Pinisi sebagai kapal wisata modern—yang menggabungkan desain tradisional Bugis-Makassar dengan fasilitas mewah bagi wisatawan asing—adalah wujud nyata hibriditas tersebut.

Di satu sisi, transformasi ini memungkinkan kelangsungan ekonomi dan pengakuan internasional; di sisi lain, ia menimbulkan ambivalensi kultural: apakah Pinisi yang telah dimodifikasi masih dapat disebut otentik? Dalam ruang inilah, identitas Pinisi menjadi produk negosiasi antara nilai lokal dan tuntutan global, bukan sekadar warisan statis.

d. Dialektika dan Dissonansi Identitas

Meskipun memperkuat pengakuan budaya pada berbagai level, dinamika globalisasi juga melahirkan ketegangan antara autentisitas dan komodifikasi. Dalam kerangka *heritage dissonance* (Smith, 2006), muncul perbedaan kepentingan antara pelaku lokal yang ingin mempertahankan nilai spiritual Pinisi dan pihak industri pariwisata yang memodifikasi bentuknya untuk kepentingan ekonomi. Pinisi yang dahulu sakral kini banyak direproduksi sebagai kapal wisata mewah tanpa ritual adat, mengakibatkan erosi makna simbolik bagi komunitas pembuat. Dissonansi ini tidak hanya soal perubahan bentuk, tetapi juga pergeseran makna dan otoritas atas warisan budaya. Dengan demikian, Pinisi menjadi ruang dialektis antara pelestarian dan adaptasi, antara simbol lokal dan komoditas global.

Melalui wawancara mendalam dengan para pengrajin, tampak bahwa *cultural hybridity* tidak hanya terwujud dalam bentuk fisik kapal, tetapi juga dalam cara berpikir dan strategi bertahan hidup mereka. Seorang pengrajin yang kami temui mengatakan “Sekarang orang maunya kapal besar, ada kamar dan AC, tapi kita tetap bilang ini Pinisi karena tangan kita yang buat.” Pernyataan ini mencerminkan ruang hibriditas kultural ketika nilai autentik direproduksi dalam bentuk baru tanpa kehilangan akar spiritual. Dalam konteks ini, *cultural hybridity* bukan sekadar perubahan, tetapi mekanisme kultural untuk mempertahankan keberlanjutan makna di tengah arus kapitalisasi budaya.

Pendekatan teoritik melalui *cultural hybridity* (Bhabha, 1994) dan *heritage dissonance* (Smith, 2006) memungkinkan pembacaan yang lebih dalam terhadap perubahan fungsi dan makna Pinisi. Identitasnya tidak hilang, melainkan bertransformasi secara dinamis dalam negosiasi antara nilai *siri*, *pesse*, dan

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

tekanan ekonomi global. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan perubahan sosial-budaya, tetapi juga menawarkan pemahaman tentang cara komunitas lokal mereproduksi identitas dan makna dalam ruang global yang hibrid dan disonans.

3. Tantangan Komersialisasi di Era Pariwisata

Transformasi Pinisi dari kapal niaga tradisional menjadi ikon pariwisata mencerminkan fenomena kompleks. Komersialisasi membuka peluang ekonomi dan memperluas simbol Pinisi, namun juga menghadirkan risiko hilangnya makna autentik, marginalisasi komunitas pembuat, serta praktik *staged authenticity* (MacCannell, 1976).

a. Transformasi Fungsi

Sejak awal 2000-an, terutama di Bali dan Labuan Bajo, Pinisi mulai dimodifikasi menjadi kapal wisata bahkan hotel terapung, lengkap dengan kabin mewah dan fasilitas hiburan. Pergeseran fungsi ini mengaburkan makna Pinisi sebagai simbol spiritualitas dan kerja keras masyarakat lokal, menjadikannya produk pariwisata.

b. Peluang Ekonomi dan Branding

Pariwisata berbasis Pinisi menyumbang signifikan pada ekonomi daerah dan citra Indonesia sebagai negara maritim. Pinisi digunakan sebagai *brand image* destinasi, terutama di Labuan Bajo. Namun, keuntungan sering kali didominasi investor eksternal, sementara komunitas pembuat memperoleh manfaat minimal.

c. Risiko Autentisitas

Dimensi spiritual Pinisi, seperti *maccera lopi*, kerap dipertahankan hanya sebagai atraksi wisata, sehingga kehilangan makna asli. Hal ini memperlihatkan terjadinya *staged authenticity*, di mana budaya dipentaskan untuk konsumsi wisatawan.

d. Marginalisasi Komunitas

Pengrajin Pinisi di Bulukumba kerap berada di posisi subordinat dalam rantai nilai pariwisata. Regenerasi juga terancam, karena generasi muda lebih tertarik pada pekerjaan modern yang lebih menjanjikan.

e. Dialektika Pelestarian dan Pasar

Tantangan utama adalah menyeimbangkan antara pelestarian budaya dan kebutuhan pariwisata. Pendekatan *community-based tourism* (Suansri, 2003) dapat menjadi solusi, dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan distribusi manfaat. Tanpa itu, Pinisi berisiko terjebak dalam komodifikasi berlebihan yang mengikis makna simboliknya.

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

4. Dialektika Autentisitas vs Pariwisata

Autentisitas menjadi isu sentral dalam pariwisata budaya. Wisatawan mendambakan pengalaman "asli" dari warisan lokal, sementara proses komersialisasi kerap mengubah budaya agar sesuai ekspektasi pasar. Dialektika ini tampak jelas pada kasus Pinisi.

Bagi masyarakat Bulukumba, autentisitas Pinisi tidak hanya terletak pada bentuk fisiknya, tetapi pada filosofi, ritual (misalnya *maccera lopi*), serta keterampilan teknis yang diwariskan lintas generasi. Nilai ini menyatukan aspek spiritual, etika sosial (*siri'* dan *pesse*), serta keahlian maritim.

Namun, dalam industri pariwisata, autentisitas sering direproduksi atau dipentaskan. MacCannell (1976) menyebutnya *staged authenticity*, seperti ketika prosesi peluncuran Pinisi dipersingkat agar sesuai paket wisata. Meski demikian, Wang (1999) mengingatkan bahwa wisatawan dapat tetap merasakan *existential authenticity*, yaitu pengalaman personal yang memunculkan keterhubungan dengan komunitas lokal, meskipun terjadi modifikasi.

Dengan demikian, autentisitas Pinisi berada dalam ketegangan antara nilai lokal dan tuntutan pasar global. Ia menjadi arena kontestasi makna (Cohen, 1988), di mana masyarakat, pemerintah, pelaku wisata, dan UNESCO berperan dalam menentukan batas antara yang otentik dan yang dapat dikomodifikasi. Dialektika ini tidak bisa dihindari, tetapi dapat dikelola melalui strategi pelestarian yang partisipatif.

5. Strategi Pelestarian

Menghadapi tantangan komersialisasi, pelestarian Pinisi harus menjaga keseimbangan antara nilai budaya dan potensi ekonomi pariwisata. Upaya ini menuntut keterlibatan komunitas lokal, pemerintah, lembaga internasional, dan sektor wisata.

Pelestarian berbasis komunitas. Melalui *community-based tourism* (CBT), masyarakat dapat menjadi pemilik dan pengelola utama pariwisata Pinisi. Model koperasi pengrajin, wisata edukasi, dan distribusi keuntungan yang adil menjadikan komunitas Bulukumba aktor sentral dalam narasi budaya mereka. Edukasi dan regenerasi. Keterampilan membangun Pinisi perlu diwariskan ke generasi muda melalui pelatihan, sekolah maritim, atau kurikulum lokal, agar identitas budaya tetap hidup. Perlindungan hukum. Sertifikasi bagi kapal tradisional serta regulasi pembagian manfaat ekonomi dapat memperkuat posisi komunitas pembuat Pinisi, sekaligus mencegah komodifikasi berlebihan. Kolaborasi multilevel. Peran UNESCO, pemerintah pusat dan daerah, serta akademisi diperlukan untuk mendokumentasikan, merumuskan regulasi, dan menguatkan legitimasi global. Pariwisata berkelanjutan. Pengembangan pariwisata Pinisi harus berbasis pada prinsip keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan agar ia tidak sekadar

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

komoditas, tetapi juga sarana memperkuat identitas budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

E. SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa Pinisi bukan sekadar sebuah kapal kayu tradisional, tetapi representasi kompleks dari simbol, identitas, dan praktik budaya masyarakat Bugis-Makassar, khususnya di Bulukumba. Pinisi merepresentasikan kearifan lokal dalam bidang maritim, yang terwujud melalui filosofi, ritual, serta keterampilan teknis yang diwariskan lintas generasi. Dalam perspektif simbolik, Pinisi hadir sebagai metafora hubungan harmonis antara manusia, laut, dan nilai spiritualitas; sedangkan dalam perspektif identitas, Pinisi berfungsi sebagai penanda kebanggaan dan citra kultural masyarakat Sulawesi Selatan, sekaligus memperkuat identitas Indonesia sebagai bangsa maritim.

Namun, era pariwisata global menghadirkan tantangan baru berupa komersialisasi. Pinisi yang semula berfungsi sebagai sarana perdagangan dan transportasi tradisional kini mengalami transformasi menjadi kapal wisata dan ikon pariwisata. Proses ini memberikan peluang ekonomi yang signifikan, tetapi di sisi lain berpotensi mereduksi nilai-nilai filosofis dan otentisitas budaya yang melekat pada Pinisi. Dialektika antara autentisitas dan pariwisata memperlihatkan adanya kontestasi makna: apakah Pinisi akan tetap dipertahankan sebagai warisan budaya hidup, atau sekadar menjadi produk wisata yang dikomodifikasi sesuai permintaan pasar.

Untuk menjawab tantangan tersebut, strategi pelestarian yang komprehensif diperlukan. Pelestarian berbasis komunitas (community-based tourism) dapat menjamin keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam mengelola narasi dan manfaat ekonomi dari Pinisi. Selain itu, edukasi dan regenerasi keterampilan pembuatan kapal perlu diprioritaskan untuk memastikan kesinambungan pengetahuan tradisional. Perlindungan hukum dan sertifikasi juga dapat menjadi instrumen penting untuk membedakan antara Pinisi otentik dengan produk tiruan. Di tingkat global, kolaborasi antara UNESCO, pemerintah, akademisi, dan komunitas lokal harus terus diperkuat untuk menjaga Pinisi sebagai warisan budaya tak benda yang diakui dunia.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberlanjutan Pinisi terletak pada keseimbangan antara pelestarian nilai-nilai autentik dan pemanfaatan potensi pariwisata. Pinisi harus dipahami bukan hanya sebagai objek komoditas, tetapi sebagai subjek budaya yang hidup, yang merepresentasikan identitas kolektif masyarakat Bugis-Makassar. Upaya pelestarian yang partisipatif, adil, dan berkelanjutan menjadi syarat utama agar Pinisi tetap relevan di era modern sekaligus tidak kehilangan akar budayanya.

Sebagai catatan akhir, penelitian ini masih terbatas pada analisis konseptual mengenai simbol, identitas, dan komersialisasi Pinisi. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan studi lapangan yang lebih mendalam, termasuk wawancara dengan pembuat Pinisi, pelaku wisata, dan wisatawan, untuk melihat bagaimana

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

makna autentisitas dan praktik komersialisasi dinegosiasikan dalam konteks nyata. Dengan demikian, studi tentang Pinisi dapat terus berkembang sebagai kontribusi bagi kajian pariwisata budaya, pelestarian warisan budaya takbenda, dan penguatan identitas maritim Indonesia di kancah global.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia (BAZNAS RI) atas dukungan finansial dan fasilitasi yang telah diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bantuan tersebut menjadi bagian penting yang memungkinkan penelitian ini berjalan dengan baik hingga tahap penyusunan artikel ilmiah dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin. (2018). Ritual pembuatan pinisi: tradisi maritim masyarakat Bulukumba. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 39(2), 145–160.
- Akil, M. (2020). Pinisi sebagai identitas budaya maritim indonesia. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*, 5(2), 134–150.
- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. London: Routledge.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals Of Tourism Research*, 15(3), 371–386
- Dinas Pariwisata Bulukumba. (2022). *Laporan tahunan pariwisata Bulukumba 2022*. Bulukumba: Dinas Pariwisata Kab Bulukumba.
- Hafid, A. (2015). Nilai budaya dalam tradisi pembuatan perahu pinisi. *Jurnal Walasuji*, 6(2), 145–156
- Hall, S. (1997). Cultural identity and diaspora. In K. Woodward (Ed.), *Identity and Difference* (Pp. 51–59). London: SAGE Publications
- Maccannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. New York: Schocken Books.
- Pelras, C. (1996). *The Bugis*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Pratiwi, S. (2021). Komodifikasi budaya dalam pariwisata bahari: studi kasus pinisi di labuan bajo. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 9(1), 45–60.
- Rahman, A. (2019). *Tradisi pembuatan pinisi di bulukumba: Antara warisan budaya dan tantangan modernisasi*. Makassar: Pustaka Sulawesi.

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
 Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata

-
- Rahman, A., & Yani, H. (2022). Kearifan lokal dalam industri kapal pinisi: perspektif ekonomi dan budaya. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 43(2), 89–106.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of hospitality and tourism management*, 36, 12-21.
- Smith, L. (2009). *Uses of heritage*. New York: Routledge.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour (REST).
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Pearson Education.
- UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2017). *Art of boatbuilding in South Sulawesi*. Retrieved From <https://ich.unesco.org>
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals Of Tourism Research*, 26(2), 349–370

Basmawati Haris

Pinisi, Warisan Budaya Tak benda : Antara Simbol, Identitas, dan
Tantangan Komersialisasi Di Era Pariwisata