

Pariwisata: Masalah Kepedulian Bersama

MENJELANG tahun 2003, Sektor Pariwisata dijadwalkan mampu menjadi pengganti pemasok devisa utama setelah menipisnya migas. Di balik harapan yang begitu besar, memang Indonesia memiliki potensi alam dan budaya luar biasa melimpah dan memang benar-benar layak untuk dibanggakan. "Tambang" pariwisata masih luas yang belum terjamah. Dengan berbagai kekayaan alam inilah Industri 'jasa' Pariwisata diharapkan melakukan semacam "pengolahan dan pengemasan" yang berkualitas. Pendayagunaan itu secara maksimal diprogramkan agar tidak terlalu merusak penyangga kekayaan alam-budaya akan tetapi mampu secara optimal memberi nilai tambah ekonomis bagi setiap daerah pemilik potensi wisata.

Melihat begitu besarnya harapan pemberdayaan kondisi fisik, budaya dan keunggulan komparatif Indonesia, kiranya penting untuk senantiasa mengingat bahwa pariwisata bisa menjadi salah satu alternatif acuan lahan kehidupan bagi aktivitas masyarakat. Dalam kerangka pikir demikian, tidak mustahil tersembul harapan yang terlalu "tinggi" sehingga menyedatkan perilaku bermasyarakat. Oleh karenanya perlu dipahami semenjak awal kerja, bahwa masyarakat yang akan tercipta dalam industri pariwisata adalah masyarakat global dengan bingkai pola hidup khas Indonesia, yang menyadari adanya solidaritas antar umat manusia, dengan tidak mempermasalahakan perbedaan suku bangsa yang datang. Di samping itu juga tetap meyakini bahwa kualitas hidup tuan rumah penyelenggara pariwisata Indonesia tangguh untuk dijadikan bahan bandingan dengan bangsa lain, yang telah dikunjungi oleh para wisatawan itu.

Dalam pergaulan hidup masyarakat global, akibat perkembangan pariwisata ini, tentu tetap harus memperhatikan faktor kemanusiaan yang tinggi. Atau dengan bahasa yang lebih tegas; konsep bermasyarakat tidak boleh terlupakan akibat dari penekanan kepentingan

sia tentu tidak akan (terlalu) bergeser dari sifat gotong royong, yang berkepribadian Pancasila dan peduli terhadap hakikat persahabatan manusia. Jika terjadi penyimpangan sifat hakiki masyarakat Indonesia setelah digalakkannya industri jasa ini, diduga keras muncul sebagai akibat terlalu bertenensi untuk menjadikan setiap aktivitas masyarakat senantiasa berarti mengumpulkan dolar, yen atau poundsterling, bagi pemasukan masyarakat.

Yang penting untuk dipertegas saat ini adalah, pariwisata diproyeksikan menjadi sumber pemasok devisa negara. Oleh karenanya pendekatan ekonomi menjadi prioritas di atas segala kepentingan lain yang mungkin muncul akibat industri jasa ini. Sementara juga telah dipahami secara benar bahwa pelaku pariwisata adalah tuan rumah (*hosts*), wisatawan (*guests*), dan perantara (*brokers*); sehingga masalah pokoknya seringkali hanya berada pada kualitas sosio-ekonomis hubungan tuan rumah dengan tamu, yang diantarai oleh penaja obyek wisata.

Masalah pariwisata

Jika disederhanakan, sesungguhnya aktivitas pariwisata ditentukan oleh taraf hidup tuan rumah masyarakat yang dikunjungi. Kualitas itu bisa terjadi dimunculkan oleh satu atau lebih komoditas yang ditawarkan kepada para 'tamu'. Jika saja kondisi alam sekitar masyarakat yang begitu indah dikemas menjadi obyek wisata, atau bahkan warisan budaya tradisi masa lalu yang "dijual" maka tetap saja akan terlihat taraf hidup manusia sekitarnya. Dengan kata lain, di balik obyek-obyek wisata itu sesungguhnya para wisatawan "hanya ingin menikmati" kualitas hidupnya sendiri dengan membandingkan kualitas hidup bangsa lain yang dikunjungi. Bangsa atau masyarakat yang dikunjungi oleh wisatawan sering dipandang dalam perbandingan kualitas kehidupan di satu situasi lingkungan berbeda-beda. Kita bisa dipikirkan sebagai unik dan menarik bagi wi-

Arif E Suprihono

satawan. Sehingga masalah yang kompleks dari pariwisata, secara lugas dapat dirujuk dari tingkat kemajuan peradaban masyarakat pengelola/tuan rumah industri pariwisata.

Jika sudut pandang yang demikian dipergunakan untuk mencermati industri pariwisata Indonesia maka sumber masalahnya tidak saja sebatas persiapan fasilitas tinggal bagi para wisatawan; tidak juga sebatas menyediakan pekerja terampil, cukup mahasiawi terhadap setiap wisatawan yang masuk ke daerah kunjungan wisata. Bukan juga sebatas kerumitan mempersiapkan atraksi yang memikat, dalam artian usaha mengemas salah satu aktivitas masyarakat untuk kepentingan wisatawan yang ingin mengetahui budaya Indonesia. Karena rumusan demikian masih sebatas masalah teknis yang ada di permukaan saja. Tetapi akar yang lebih mendasar sesungguhnya adalah bagaimana menjadikan bangsa yang bangsa terhadap kualitas hidupnya; baik kualitas masa lalu yang masih tertinggal dan dapat dinikmati dalam obyek peninggalan budaya; atau masa sekarang yang tidak bisa dilepaskan dengan tingkat kemajuan peradaban yang sedang dijalani.

Dalam aktivitasnya (sekali lagi) para wisatawan akan mencoba mengetahui, menikmati dan kemudian memahami kualitas hidup bangsa yang dikunjungi. Bisa terjadi "sebatas" ingin mengetahui reruntuhan perang, seperti di *Cu Chi-tunnels* -- (terowongan tikus) Vietnam; atau belanja di atas parit *floating market* (pasar apung) -- Thailand; atau bisa terjadi kualitas teknologi di balik kemegahan Borobudur, sampai dengan kualitas transportasi kereta listrik canggih tulang punggung andalan -- MRT di Singapura. Obyek-obyek ini bagaimanapun bagi wisatawan memberikan kesan tersendiri, dan tetap saja senantiasa dianggap sebagai kepiawaian mengolah potensi, di samping juga dinilai sebagai cermin kepedulian kualitas kehidupan masyarakat yang

ada di seputar obyek itu.

Sering terdengar masalah yang dihadapi pariwisata Yogyakarta antara lain adalah: pendeknya waktu tinggal (*length of stay*) para wisatawan; semakin beratnya persaingan produk wisata (termasuk persaingan harga jual dan pelayanan akomodasi wisata); dan bagaimana meningkatkan jumlah wisatawan yang datang di Yogyakarta. Sementara itu, masalah kesadaran akan semakin penting membenahi diri sebagai satu tekad untuk lebih menyemarakan wisata, sampai dengan berbagai upaya untuk memanfaatkan potensi kesenian dan sumber daya manusia yang ada di wilayah Yogyakarta masih dibicarakan bisik-bisik (ada sedikit data, bahwa sampai saat ini masih sangat sedikit investasi yang diarahkan untuk menopang pariwisata dalam industri hiburan). Masalah-masalah ini kemudian menjadi satu tuntutan kondisional, yang tentu saja wajar dan semestinya dikerjakan secara terencana dan kreatif. Yang tidak tersebut di permukaan, dan belum sempat dibicarakan (meski bisik-bisik sekali pun) adalah perilaku sehari-hari masyarakat yang kurang (lebih tepatnya belum maksimal) menyadari bahwa setiap sisi kehidupan masyarakat diamati secara seksama oleh para wisatawan. Meski pengamatan itu hanya dilakukan selintas saja.

Bertolak dari kondisi masyarakat dengan masalah yang demikian kompleks, sudah selayaknya jika setiap usaha untuk mengevaluasi dan mencermati aktivitas pariwisata menjadi cukup penting dan layak digalakkan. Tentu hal ini bukan bermaksud menuding cela dan mengorek luka atau kedodoran program pariwisata. Seperti misalnya ketertiban lalu lintas yang belum maksimal, padahal kita menyadari secara penuh bahwa aspek transportasi ini sangat vital dan sering meningkatkan kesan terlalu kuat di mata wisatawan. Masalah bagaimana memberikan kesadaran atau penertiban penggunaan halte bus umum; menertibkan asap pekat hitam kendaraan bermotor; pengaturan kembali kelancaran dan kesopanan me-

ngendarai.

Kasus yang lain seperti kebersihan kota. Problema sampah dan kesadaran warga masyarakat untuk menjaga kebersihan masih perlu ditinjau kembali, karena kualitas masyarakat juga dapat dilihat langsung dari bagaimana memberlakukan pembuangan sampah.

Keamanan lingkungan harus meyakinkan karena merupakan hal terpenting bagi setiap anggota masyarakat. Kondisi aman harus kembali bermuara pada kepedulian setiap orang untuk menjaga dan menciptakan perasaan aman bagi setiap pengunjung daerah wisata.

Kasus-kasus di balik harapan besar yang tersembul keluar, dengan dilaksanakannya industri pariwisata adalah bersumber pada masalah peningkatan kualitas hidup masyarakat pelaku industri jasa ini. Semakin pentingnya menjaga meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan dengan berusaha menjadikan daerah obyek wisata "istimewa" di mata wisatawan harus diupayakan. Sudah tentu hal ini bukan saja harus disadari, akan tetapi juga harus dikondisikan secara tersistem. Kondisi yang ingin diraih dalam mempertahankan "bertumpuk" sebutan kekayaan pariwisata, perlu *diragati* dengan segala kesadaran.

Bagaimana kondisi komparatif bangsa Indonesia dalam jumlah potensi pariwisata? Bagaimana Pariwisata Indonesia dalam menyediakan sarana akomodasi? Untuk menjawab hal ini tentu terpulang kepada peran setiap warga masyarakat Indonesia. Bukan harus mengarah kepada para pengelola kegiatan pariwisata saja. Bahwa sesungguhnya harapan besar di balik industri pariwisata itu yakin akan dapat diraih, apabila juga telah didukung oleh kesadaran akan kualitas kehidupan bangsa yang tinggi, yang merasakan langsung betapa pentingnya mendukung industri ini, untuk menciptakan kesejahteraan menyeluruh. Tentunya ini harus dimulai dari sekarang secara serentak.

*) Drs Arif E Suprihono
M.Hum, Dosen Fakultas Seni
Media Rekam ISI Yogyakarta.