

ANALISIS

MUDIK DAN PARIWISATA

Dr. Dyah Mutiarin

Mudik menjadi kata yang populer bagi masyarakat Indonesia setiap menjelang Lebaran. Seperti sebuah kewajiban untuk meyambangi kampung halaman dan orang tua, mudik telah menjadi magnet bagi sebagian besar masyarakat. Mudik entah dengan naik bis, kereta, pesawat, travel bahkan sepeda motorpun akan dijalani sepanjang dapat pulang kampung menjelang lebaran. Meskipun harus berdesak-desak mendapatkan tiket, lelah selama diperjalanan, dan juga menghabiskan uang yang tidak sedikit, namun pemudik akan tetap berusaha untuk dapat pulang kampung. Data pemudik tahun ini memperlihatkan angka yang fantastis. Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) dan juga Kementerian Perhubungan memperkirakan pemudik pada tahun ini mencapai 17 juta orang melalui berbagai moda transportasi baik darat, laut dan udara.

Mudik dan pariwisata dua sisi mata uang yang tak terpisahkan. Orang mudik dengan tujuan pulang kampung merayakan lebaran dan dengan aktivitas mudik pula sebagian besar pemudik memanfaatkan waktu liburan untuk berwisata. Dengan demikian pemudik dalam perspektif pariwisata dapat dikatakan sebagai *tourist/wisatawan* seperti dijelaskan dalam Undang-Undang Kepariwisata yaitu UU No 10 Tahun 2009 bahwa wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Aktivitas pemudik sebagai wisatawan otomatis menggerakkan dinamika pariwisata nasional secara umum, dan pariwisata daerah pada khususnya. Dinamika aktif pariwisata ketika musim mudik tiba terlihat pada meningkatnya permintaan pemudik sebagai wisatawan terhadap hunian hotel, penggunaan berbagai moda transportasi, juga konsumsi makanan, hiburan, dan souvenir.

Meningkatnya permintaan pariwisata (*tourism demand*) karena aktivitas pemudik sekaligus wisatawan ini secara langsung terkait dengan empat dimensi pariwisata seperti dijelaskan oleh Robert C Mill dalam bukunya *Tourism: The International Business* menjelaskan bahwa pariwisata memiliki 4 dimensi pokok yaitu: *attraction, facilities, transportation and hospitality*. Nyoman S Pendit selanjutnya menyebutkan bahwa atraksi dalam pariwisata merupakan obyek penarik wisatawan yang berhubungan dengan keindahan alam, budaya dan sosial ekonomi dan sebagainya. Dengan pengertian tersebut, kita dapat memahami mengapa ketika musim mudik tiba, pemudik juga sekaligus adalah wisatawan domestik, dan banyak mengunjungi obyek wisata di daerah masing-masing.

Sebagai respon terhadap kebutuhan wisatawan musiman ini, dari aspek *supply side* sisi penawaran pariwisata, para pelaku pariwisata seperti pengusaha hotel, restaurant, travel agent, pengusaha souvenir, UKM

pariwisata, pengusaha angkutan, pengusaha hiburan dan termasuk desa wisata, nampak berusaha dengan sungguh-sungguh dalam pemasaran pariwisata agar mampu memaksimalkan margin keuntungan dari aktivitas mudik ini. Banyak paket ditawarkan dengan berbagai kemasan promosi untuk menarik wisatawan. Rupanya dampak multiplier effect yang dibawa oleh wisatawan musiman ini disadari benar oleh para pelaku usaha pariwisata sehingga masing-masing berusaha menawarkan produk dan jasa yang kadang justru menjadi sebuah paradoks bagi sektor pariwisata itu sendiri. Praktek-praktek seperti menaikkan harga jual produk, kamar, makanan, tiket masuk obyek wisata, tiket angkutan segala moda transportasi, sewa mobil, parkir, dan jasa-jasa terkait wisata, ditawarkan melambung melebihi harga normal karena alasan permintaan wisatawan yang tinggi sangat jamak terjadi. Praktek-praktek kenaikan harga inipun seringkali kurang dibarengi dengan kualitas produk/barang dan jasa/layanan yang diberikan oleh para pihak pelaku pariwisata maupun pengusaha pariwisata tersebut seperti pelayanan yang tergesa-gesa, tidak ramah, kenyamanan yang minim, keamanan di obyek wisata yang masih rawan, serta fasilitas publik pariwisata yang seadanya terkesan kurang dirawat, dan aspek kebersihan yang kurang dijaga. Pada akhirnya paradoks pariwisata ini pun menjadi bumerang bersifat kontra produktif bagi pelaku/pengusaha pariwisata itu sendiri karena efek jera wisata yang ditimbulkan dari *aji mumpung* tersebut.

Dengan situasi disatu sisi ingin melayani pemudik sebagai wisatawan, dan disisi lain juga untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada, maka ada beberapa hal yang perlu untuk direnungkan oleh berbagai pihak otoritas pariwisata dan para pemangku kepentingan. Pertama Pemerintah daerah terutama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan setempat perlu menjadi pemegang otoritas pariwisata yang mampu menjalankan public sector management for tourism. Meminjam istilah James Elliot seperti dikatakan dalam bukunya Tourism : Politics and public sector management, bahwa pemerintah perlu menempatkan pariwisata dalam komitmen politik dan kebijakan yang kuat , mendorong pariwisata sebagai leading sector industry, serta mengelola pariwisata dengan mengutamakan lima prinsip pengelolaan pariwisata yaitu: mengutamakan kepentingan publik, pelayanan publik, efektivitas, efisiensi, dan akuntabilitas yang tinggi.

Kemudian terkait dengan pelaku pariwisata terutama pelaku/pengusaha pada prinsipnya pelaku/pengusaha pariwisata adalah mitra dan sekaligus pemangku kepentingan pariwisata, sehingga yang perlu dilakukan selain melakukan sinergi dalam perencanaan dan koordinasi dengan pemerintah adalah melakukan "mutual-benefit of tourism". Mutual benefit of tourism disini dapat dimaknai sebagai menjalin hubungan yang saling bermanfaat terutama dengan pemerintah dan selanjutnya dengan masyarakat pariwisata. Praktek usaha pariwisata yang ramah, melayani, dan peduli nilai-nilai wisatawan adalah diantara hal-hal yang dapat diterapkan dalam konsep "mutual-benefit of tourism".

Terakhir bagi wisatawan adalah mengembangkan sikap responsible tourism community yaitu menjadi wisatawan yang mau dan mampu menjadi masyarakat pariwisata yang bertanggungjawab, dalam arti lebih menghargai

nilai-nilai pariwisata seperti menjaga kebersihan, santun terhadap sesama wisatawan, menjaga kelestarian alam, menjaga keaslian obyek wisata, serta mendukung kebijakan pariwisata pemerintah. Semoga.

Penulis adalah Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan-Fisipol
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta