

**MUDIK DAN *PEAK SEASON*\***  
**Oleh**  
**Dr. Dyah Mutiarin\***

Pemudik dalam tradisi mudik menjelang Lebaran memiliki makna bukan sekedar masyarakat yang ingin merayakan lebaran atau yang ingin pulang kampung setiap tahun, namun juga memiliki makna khusus bagi sektor pariwisata. Pemudik tahun ini menurut data Dirjen Perhubungan Darat Kemenhub, Suroyo Alimoeso, akan mencapai 16 juta jiwa, dalam perspektif pariwisata menjadi pasar potensial bagi sektor pariwisata. Seluruh komponen sektor pariwisata seperti hotel, restoran, jasa transportasi dan obyek wisata antusias menyambut pemudik yang dibidik sebagai segmen pasar mereka. Beberapa obyek wisata pasca lebaran sudah siap dengan atraksi panggung dan seni, hotel menawarkan paket-paket Lebaran, dan pengusaha angkutan siap dengan armada tambahan. Sekalipun tarif hotel, angkutan dan juga makanan naik diatas normal sampai diatas 30 persen, namun karena situasi permintaan melebihi penawaran, maka mau tidak mau masyarakat menerima fenomena kenaikan tarif tersebut dengan berbagai pertimbangan. Mengapa kenaikan tarif di sektor pariwisata saat menjelang dan pasca lebaran tetap berlaku sekalipun terasa memberatkan para pemudik sebagai wisatawan?

Sudah menjadi fenomena umum bahwa ketika menjelang dan pasca Lebaran, segala ongkos terkait sektor pariwisata seringkali menaikkan tarif antara 20 persen sampai 50 persen dari harga normal di hari-hari biasa. Fenomena kenaikan tarif ini menjadi hal yang perlu diketahui oleh wisatawan mengingat dalam pariwisata memiliki masa *peak season*, yaitu masa ketika kunjungan wisatawan meningkat tajam. Masa pra dan pasca Lebaran menjadi salah satu masa yang masuk dalam kategori *peak season* bagi pariwisata di Indonesia, selain masa libur sekolah, Natal dan Tahun baru tentunya. Sebaliknya, pariwisata juga mengenal masa *low season* atau masa menurunnya kunjungan wisatawan seperti saat masa puasa, dan saat tidak ada liburan. Disaat *low season* biasanya hotel, moda transportasi seperti pesawat, dan restoran banyak memberikan diskon untuk menjaga stabilitas tingkat hunian hotel, jumlah penumpang dan juga pengunjung restoran.

Dilihat dari besarnya jumlah pemudik yang dibidik sebagai pasar potensial pariwisata saat *peak season*, maka sedikitnya ada tiga hal yang dapat ditelaah dari adanya fenomena pemudik dan *peak season* tersebut : Pertama, dari aspek pengeluaran wisatawan, setiap kegiatan pariwisata dapat dipahami akan menimbulkan permintaan akan barang dan jasa pada industri pariwisata dan industri terkait. Demikian juga dengan pemudik bila dibidik sebagai pasar potensial, data Bank Indonesia menyebutkan bahwa perputaran pengeluaran pemudik akan mencapai 83 trilyun secara nasional. Bila separoh jumlah pemudik mejadi wisatawan dengan aktivitas mengunjungi obyek wisata maka dapat diprediksikan sektor pariwisata akan menyerap perputaran uang mendekati 41,5 trilyun rupiah. Ini angka yang fantastis mengingat pengeluaran wisatawan (*tourism expenditure*) biasanya

---

\* Tulisan dimuat di Harian Kedaulatan Rakyat tanggal 21 Agustus 2012

dikeluarkan untuk akomodasi / hotel, makanan dan minuman, transportasi, jasa hiburan, dan cinderamata/ souvenir. Hal ini diperlukan untuk memacu pengeluaran wisatawan nusantara khususnya yang diharapkan mencapai besaran Rp. 700.000 per wisatawan di tahun 2012 (Rencana Strategis Kemenbudpar 2010-2014, sekarang Menparekraf). Dengan angka 41,5 triliun berarti angka ini sudah menyumbang lebih dari 24 persen secara nasional dari target penerimaan wisatawan nusantara sejumlah Rp 171,50 triliun yang ditargetkan di tahun 2012 ini.

Kedua, dari aspek kunjungan wisatawan, secara teoritis Spillane (1997) berpendapat bahwa semakin tinggi kunjungan wisatawan dianggap secara langsung meningkatkan jumlah pengeluaran wisatawan yang merupakan sumber penerimaan daerah. Tiap daerah tujuan pemudik berkepentingan untuk meningkatkan pengeluaran wisatawan ini untuk mengejar pendapatan asli daerah (PAD) masing-masing dari sektor pariwisata. Semakin lama wisatawan berada di obyek wisata maka akan semakin banyak pengeluaran yang dibelanjakan. Artinya bila semakin besar pengeluaran wisatawan, maka akan semakin besar pula penerimaan dari sektor pariwisata. Dalam mengejar PAD ini bukan berarti hanya berorientasi pada meningkatnya kunjungan wisatawan sebagai basis kenaikan PAD, namun perlu memperhatikan hak dan kewajiban baik provider pariwisata maupun wisatawan. Seperti provider /penyedia pariwisata perlu menyediakan *guide* / pemandu wisata sebagai komplimen pelayanan di obyek wisata, menyediakan cinderamata cuma-cuma, dan juga menyediakan buku saku pariwisata secara gratis pada pengunjung obyek wisata.

Ketiga, dari aspek kesiapan sektor pariwisata maka unsur keselamatan dan kualitas pelayanan menjadi tuntutan utama wisatawan. Oleh karena itu, menjadi kewajiban baik sektor pemerintah dalam hal ini khususnya Dinas Pariwisata dan unsur swasta pelaku pariwisata untuk selalu terus memperbaiki layanan dan fasilitas publik pariwisata seperti jaminan asuransi bagi wisatawan, toilet yang bersih, tempat sampah yang memadai dan dalam jumlah banyak, tempat ibadah, tempat parkir, klinik kesehatan di lokasi obyek wisata dan kalau memungkinkan adanya rambu-rambu etika berwisata bagi wisatawan agar dapat turut menjaga obyek wisata. Dengan merujuk antara keinginan wisatawan untuk berwisata dengan tersedianya fasilitas public wisatawan akan membuat wisatawan merasa nyaman, aman dan berkesan di tempat wisata.

*\* Penulis adalah Sekretaris Prodi Magister Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (MIP-UMY), dan peneliti pada JK School of Government UMY).*