



Pariwisata Adalah Bisnis Kepercayaan

BELUM normalnya geliat wisata, Yogya kembali dihadapkan dengan fakta yang tidak sedap. *Head line* KR (21/01) mengulas terjadinya parkir *nuthuk* berulang lagi. Akibatnya, banyak media mewartakan. Dipastikan menjadi suguhan yang kurang sedap bagi Yogyakarta sebagai kota wisata. Pemerintah pun diharapkan segera bertindak agar kasus seperti ini tidak berulang.

Berkaca dari kasus ini, tampaknya banyak aspek perlu dibenahi guna mendorong pariwisata DIY lebih bertanggungjawab. Celah dan kesempatan yang dapat dimanfaatkan oknum tertentu harus dihilangkan. Mengapa?

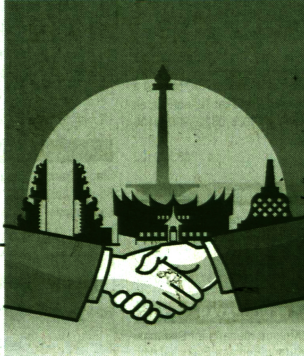
Tiga Point

Sejatinya, pariwisata adalah bisnis kepercayaan. Karena pariwisata buah dari interaksi antara produsen dan konsumen. Penyedia jasa wisata perlu serius memberikan layanan dan sebaliknya, konsumen rela mengeluarkan rupiah terhadap layanan yang diperolehnya asal sesuai harapan. Jangan sampai terjadi kekecewaan karena hal tersebut akan menimbulkan rusaknya pengalaman total. Kasus-kasus seperti halnya *nuthuk* tarif parkir ataupun harga pecele semestinya tidak patut lagi terjadi. Warga Yogyakarta adalah insan pariwisata yang perlu didorong untuk terampil mengejawantahkan nilai-nilai sadar wisata-sapta pesona. Tujuh pesona dalam sapta pesona patut diimplementasikan secara nyata di lapangan.

Semua pihak perlu memahami bila pariwisata adalah bisnis kepercayaan. Tiga point berikut penting disimak. Pertama, industri jasa ini bersifat *seasonal*, tergantung situasi, kadang ramai atau bahkan sebaliknya seperti saat Covid-19 melanda, pariwisata seolah mati suri. Namun, seiring dengan level pandemi yang diturunkan membuat masyarakat tumpah ke jalan membuang penat. Kondisi ini membuka kesempatan emas bagi para pelaku wisata mendulang pendapatan. Peluang meraup rejeki sebanyak

Destha T Raharjana

mungkin adalah hak setiap orang termasuk mereka yang memanfaatkan liburan. Namun, jangan sampai dinodai dengan adanya perilaku tidak terpuji. Guna menekan keluhan wisatawan. Modus perilaku *aji mumpung* masih saja berulang dalam praktek bisnis disaat *peak season*. Padahal perilaku seperti ini justru memberikan citra kurang sedap. Ungkapan Jawa, *tuna satak, bathi sanak*, baiknya



KR-JOKO SANTOSO

diyakini sebagai nilai positif dalam berbisnis di Yogyakarta agar lebih istimewa.

Kedua, dengan berwisata wisatawan dipaksa datang ke Jogja dan berharap mendapatkan pengalaman baru. Situasi ini memaksa pengelola untuk mampu bertanggungjawab dan melayani dengan sepenuh hati. Segala persiapan, baik itu pada objek, pengaturan arus keluar masuk wisatawan, pengaturan parkir, pos keamanan, posko kesehatan, peduli lingkungan, pos informasi ticketing dan lainnya perlu dipersiapkan secara seksama. Semua sarana itu harus siap. Jangan sampai memunculkan kekecewaan. Wisatawan yang kecewa akan lebih cepat *memposting* di media sosial. Tidak sedikit

yang kemudian menjadi viral. Untuk itu, mari secepat untuk jangan diulangi. Hentikan perilaku *nuthuk*. Segala bentuk penetapan tarif perlu regulasi.

Kelaikan

Ketiga, pentingnya aspek keselamatan dan kenyamanan berwisata. Beberapa fasilitas wisata di Yogyakarta perlu dipastikan kelaikan dan standarnya agar menjamin keselamatan. Jangan sampai ada yang dirugikan. Di sinilah point pentingnya interaksi yang dilakukan penyedia jasa kepada wisatawan dilandasi niat ibadah. Pariwisata hadir sebagai sarana ibadah yang tujuannya menyenangkan hati orang lain. Oleh sebab itu, komitmen dan kesungguhan dan sikap profesional segenap pelaku wisata sangat diperlukan guna menumbuhkan kepercayaan dimata wisatawan.

Mampukah Jogja menuju destinasi yang bertanggungjawab? Jawabnya tentu memerlukan tindakan nyata. Kunci *service excellent* menjadi faktor penting yang ditunjang dengan sentuhan melayani dengan hati. Jangan berpikir instan demi keuntungan sesaat. Guna mewujudkan pariwisata Jogja istimewa, diperlukan semangat dan budaya kerja di sanubari para pelaku usaha pariwisata. Agar bisnis yang dijalannya lebih beretika, santun, bertanggungjawab, dilandasi hati dalam melayani wisatawan. Agar mereka semakin kangen kembali ke Yogya. □

*) Destha T Raharjana , peneliti Puspur UGM

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Dinas Pariwisata	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 05 Juli 2026

Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM

NIP. 19690723 199603 1 005