



## Pariwisata dan Mengemas Filosofi Jawa

**JOGJA** istimewa. Maka relokasi PKL Malioboro pun harus menuju pusat ekenomi masyarakat Yogya yang istimewa. Yogya hidup dalam tata krama, sopan-santun. dan welas asih pada sesama.

Walaupun tarif parkir *nuthuk* beberapa waktu lalu, menjadi sesuatu yang mengagetkan. Sekalipun bukan hal baru. Setahun lalu, berita sama juga menghebohkan. Mengagetkan, karena berulang. Apalagi berita *nuthuk* parkir atau lesehan di lokasi wisata DIY sering tampil di koran. Mungkin banyak pengalaman tak terpublikasikan. Persoalan ini harus diselesaikan sehingga Yogya tetap istimewa kotanya, pariwisata dan orangnya.

### Filosofi Bisnis

Filosofi *tuna satak bathi sanak* merupakan salah satu filosofi bisnis orang Jawa. Ditemukan penjelasan bahwa *tuna satak bathi sanak*, berasal dari kata *tuna* dalam Bahasa Jawa berarti rugi. Kata *satak* berasal dari kata *sa-etak* yang berarti *satu etak*. Konon, sebelum kemerdekaan, dikenal satuan mata uang etak. Satu etak sama dengan 100 dhuwit. Ungkapan *tuna satak bathi sanak* secara harfiah berarti "merugi sejumlah uang, tetapi beruntung mendapat saudara".

Maksudnya dalam situasi yang amat sulit, untuk sementara waktu berniaga dengan sedikit merugi tidak mengapa, asal persaudaraan dan kesejahteraan—bersama masyarakat—tetap terjaga. Semoga penjelasan ini tidak membenarkan perilaku *nuthuk* wisatawan. Dan jangan menganggap, wisatawan adalah orang yang sedang bersenang-senang dan banyak duitnya, maka boleh diberi harga mahal. Hal ini tentu tidak sesuai dengan tujuan bisnis dan pengembangan wisata itu sendiri. Poinnya, orang Jawa lebih menyukai paseduluran.

Hasil penelitian mahasiswa tentang bisnis tradisional angkringan menemukan bahwa masih banyak angkringan tradisional menerapkan filosofi *tuna satak bathi sanak* ini. Angkringan tradisional biasanya memberikan ruang perte-

### Sartini

muan langsung antara pedagang dan pembeli, antara penjual jasa dan pengguna. Ada ruang untuk saling mengenal, berempati, yang menimbulkan paseduluran. Orang Jawa biasanya melanjutkan proses bertemu ini dengan bertanya asal daerahnya yang menunjukkan keakraban. Suatu saat pembeli akan datang lagi karena merasa sebagai sedulur dan mendapat harga yang pas.

Bila belanja di tempat lain, pembeli ini akan waspada dan khawatir bertemu

tingkat kesopanan yang paling rendah di Asia Tenggara. Beberapa analisis menjelaskan beda dunia maya dan nyata. Kebanyakan orang Indonesia merasa *syngkan* (malu, termasuk berbuat salah) jika bertatap muka secara langsung. Sebaliknya, orang menjadi lebih berani menyatakan pendapat (termasuk dengan bahasa dan konten yang buruk) karena mereka bisa menyembunyikan identitas aslinya. Itulah yang terjadi dengan dunia internet, dunia medsos, dunia hoaks.

Bila itu masalahnya, para pelaku wisata dan pendukungnya haruslah ditunjukkan jati dirinya. Penting mereka memakai seragam khas Jogja, pemakaian *name card*, papan penanggung jawab lingkungan, kontak owner, media pengaduan, harga yang jelas, pas dan apalagi murah. Pedagang yang jujur, ramah, semanak terhadap pengunjung, juga keamanan yang harus dijaga. Harapannya, tidak akan ada lagi istilah *nuthuk re-ga*, *nuthuk parkir* dan lainnya. *Tuna satak bathi sanak* perlu dikemas dengan cara lebih modern sehingga lebih menarik dan sesuai tujuan bisnis dan industri pariwisata.

Pariwisata membutuhkan kepuasan pengunjung. Maka bila kita menginginkan keberlanjutan kunjungan wisatawan, jangan kita sebagai tuan rumah yang ramah dan menyenangkan. Tuan dan Puan, yang membuat orang tertarik untuk datang lagi, dan tidak *kapok*. □

\*) **Dr Sartini MHum**, Ketua Departemen Filsafat Timur Fakultas Filsafat UGM.



KR-JOGJA SARITINO

penjual yang nakal. Sikap nakal ini sering disebut *mblandrokke*, memberi harga tinggi dengan bumbu-bumbu ucapan yang meyakinkan. Akibatnya orang takut membeli dan bahkan takut datang lagi. Kalau kita berharap bisnis termasuk pariwisata berumur panjang, pembeli datang lagi, wisatawan datang lagi, maka jujur dan *semanak* menjadi sikap yang harus dibudayakan.

### Ironis

Banyak sumber menjelaskan keramahan dan sopan santun adalah ciri khas Indonesia. Ironisnya, riset Microsoft melalui survei Digital Civility Index (DCI) yang mengukur tingkat kesopanan pengguna internet sepanjang 2020 menunjukkan hasil mencengangkan. Indonesia menjadi negara dengan

### 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](mailto:opinikr@gmail.com) dengan panjang tulisan antara 536 - 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
2. Dinas Kebudayaan			

Yogyakarta, 02 Juli 2026  
 Kepala

**Ig. Trihastono, S.Sos. MM**  
 NIP. 19690723 199603 1 005