



Analisis Pariwisata DIY Pascalebaran

Dr Amiluhur Soeroso MM MSc CHE

HARI raya keagamaan seperti Idul Fitri atau Lebaran, tidak dipungkiri riuh rendah dan gegap gempita seiring terdengkraknya permintaan pariwisata di Yogyakarta, sehingga menjadi mesin pendorong penting terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan kausalitas searah. Meningkatnya permintaan terhadap produk pariwisata, akan menumbuhkan perekonomian lokal dan menjadikan kondisi perekonomian warga lebih baik. Katakanlah pertumbuhan ekonomi DIY di kuartal pertama 2024 ini, sedikit melampaui 5,07% dengan inflasi tetap terjaga di angka sekitar 3% YoY meskipun tingkat inflasi month to month pada April naik sedikit dibandingkan Maret 2024 yang sebesar 0,43%.

Namun jangan senang dulu, fitur pariwisata juga menimbulkan eksternalitas negatif. Kedatangan tamu yang melimpah ke Yogyakarta meningkatkan permintaan terhadap sumber daya air, listrik, dan makanan, yang dapat mengakibatkan kelangkaan dan harga yang lebih tinggi untuk penduduk lokal dan pengunjung itu sendiri. Luaran dari kegiatan itu dapat menyebabkan penurunan fungsi lingkungan alam melalui polusi air, udara dan tanah, melubernya limbah dan sampah, juga polusi visual dan budaya.

*** Bersambung hal 10 kol 1**

Destinasi wisata seperti pantai, laut, gunung, danau, hutan dan lahan Karst akan tertekan jutaan pelancong, sedangkan barang buatan manusia seperti kota bersejarah, bangunan pusaka, monumen, dll terganggu estetikanya. Ada sinyalemen, sebagian besar kebahagiaan Lebaran hanya dinikmati oleh pemilik modal besar, seperti penginapan, hotel, homestay, rumah makan dan sejenisnya yang kebanyakan justru bukan orang DIY. Sedangkan orang lokal kadang hanya menerima silaturahmi saudara, rekan dan handai taulan, plus sisa dan limbah kegiatan para wisatawan saja.

Bayangkan saja, 11,7 juta tamu masuk ke Yogyakarta ditambah 5 juta orang lokal, mengakibatkan beban hampir 16 juta orang selama kurang lebih 10 hari. Jika diasumsikan buangan sampah per kapita 0,68 kg per hari, maka akan menimbulkan masalah pada ongkos pembuangan serta tempat pengolahannya yang sampai saat ini belum teratasi. Kemacetan, masalah parkir yang sering mengganggu laju lalu lintas kendaraan dengan ongkos yang ditetapkan sesuka hati para tukang parkir liar, serta pelayanan buruk, termasuk kebersihan dan sanitasi, yang ikuti harga 'nuthuk' oleh penyaji makanan pinggir jalan (street food) juga merupakan masalah klasik yang selalu muncul di saat peak season. Belum lagi, ketidaknyamanan

penduduk karena selama 10 hari serasa terkungkung dan terbelenggu di 'sangkar madu' yaitu rumahnya sendiri, menghindari keruwetan di segala penjuru wilayah. Hal ini tentu dapat semakin menurunkan indeks kebahagiaan orang lokal (71,70) yang sebenarnya sudah kurang bahagia, jauh di bawah Maluku Utara (76,34), bahkan Papua Barat (74,52). Akibat jangka panjangnya adalah penurunan nilai brand 'Jogja Istimewa' yang melekat di benak konsumen. Oleh karena itu jika dampak negatif ini tidak diperhitungkan atau diantisipasi dengan baik, akan mendorong pembangunan pariwisata menjadi anomali, tidak berkelanjutan, dan justru kontradiksi dan mengaburkan makna Idul Fitri yang seharusnya 'kembali suci dan bersyukur nikmat Allah SWT'. Jika itu terjadi, dipastikan secara cepat, pariwisata Yogyakarta akan dilibas oleh geliat daerah sekitarnya semacam Solo yang digawangi oleh anak-anak muda yang progresif.

Harapan ke depan, para pelaku bisnis pariwisata Yogyakarta menjaga kualitas pelayanan, paling tidak, pada kecakapan, kecepatan, ketepatan, jaminan dan mengutamakan CHSE/kebersihan, kesehatan, keamanan, dan kelestarian lingkungan, yang melampaui harapan dan kebutuhan konsumen. Pasokan sumberdaya harus terukur dan menjauhi ke langkaan. Kenaikan harga jual produk se-

lama Lebaran diharapkan sewajarnya saja, tidak berlebihan alias tidak 'nuthuk'. Juga ada ketegasan pengelolaan parkir, termasuk siapa petugas resmi yang ditunjuk, kendaraan hanya diperbolehkan parkir di zona tertentu (kantong parkir) sehingga tidak meluber ke jalan raya, dengan ongkos terkendali (diberikan karcis parkir resmi dari pemerintah).

Di samping itu, para pemangku kepentingan pariwisata harus memompa pertumbuhan ekonomi agar jauh semakin tinggi dan memiliki daya saing produk, dengan menampilkan inovasi kemelimpahan budaya yang dimiliki orang lokal dengan menghidupkan ruh kampung-kampung dan desa-desa sebagai destinasi wisata etnik dan premium, sekaligus sebagai zona penyangga koridor Kawasan Sumbu Filosofis Yogyakarta terutama dari Tugu, Jalan Malioboro sampai titik nol kilometer. Jika itu terjadi maka orang lokal tidak lagi menjadi objek penderita (penerima eksternalitas negatif) yang menonton haru biru wisata 'Lebaran', tetapi juga menjadi subjek aktif yang mampu memperoleh limpahan ekonomi, sekaligus merawat lingkungannya tetap bersih, aman dan lestari. Untuk itu jargon 'pariwisata untuk masyarakat' harus digeser menjadi 'masyarakat untuk pariwisata'. -f.

(Penulis adalah pengurus ISEI DIY, LARI, Dosen Stipram Yogyakarta)

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

Yogyakarta, 15 Januari 2025
Kepala

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