

Pengembangan Pariwisata Budaya dalam Perspektif Pelayanan Publik

Tunggul Prasodjo
STISIP 17-8-1945 Makassar
e-mail: tunggul.prasodjo@gmail.com

ABSTRAK

Daya tarik objek wisata tidak lepas dari beberapa faktor yang harus ada di dalamnya, mulai dari objek wisata itu sendiri, organisasi yang mengelola objek wisata, dan wisatawan itu sendiri. Guna meningkatkan daya tarik wisatawan, kemampuan manajemen dari objek pariwisata itu baik untuk mengembangkan atau pun melayani sangat menentukan kualitas keterterarikan wisatawan. Kajian ringkas ini coba menganalisa upaya pengembangan pariwisata budaya dari sudut pandang administrasi dan pelayanan publik. Kebutuhan wisatawan secara administratif, berhubungan erat juga dengan kebutuhan pelayanan.. Pelayanan yang baik oleh pengelola pariwisata akan berbanding lurus dengan perkembangan objek wisata tersebut. Selain itu, guna menguatkan daya tarik bagi wisatawan yang lebih luas, maka diperlukan sistem pemasaran yang baik.

Kata Kunci: Pariwisata Budaya, Adminsitration, Pelayanan Publik.

ABSTRACT

Tourist attraction can not be separated from several factors that must be in it, ranging from the tourist attraction itself, the organization that manages the tourist attraction, and the tourists themselves. In order to increase the attractiveness of tourists, the ability of management of tourism object is good to develop or serve the very determine the quality of tourist kecterikan. This brief review attempts to analyze the development of cultural tourism from the point of view of administration and public service. Tourist needs are administratively, closely related to the needs of services.. Good service by tourism managers will be directly proportional to the development of these attractions. In addition, in order to strengthen the attraction for tourists more broadly, it needs a good marketing system.

Keywords: *Cultural Tourism, Adminsitration, Public Service.*

PENDAHULUAN

Ketertarikan terhadap sesuatu yang ada di luar diri kita sesungguhnya merupakan ketertarikan yang bersifat ilmiah. Hanya saja ketertarikan tersebut tidak baik dalam kualitan dan kuantitasnya. Sebagai contoh seperti apa para pelancong datang ke negeri kita dan terperangan dengannya, mulai dari ombak di Pantai Kuta, julangan kokoh Candi Borobudur, atau ritual pemotongan rambut gimbal di daerah Wonosobo, sedangkan kita merasa bahwa hal-hal tersebut adalah hal-hal yang bersifat biasa saja (Muhyidin, 2000: 157).

Pernyataan Muhyidin tersebut tentunya sangat beralasan, dan memang pada dasarnya setiap manusia mendatangi suatu tempat baik sekedar untuk mencari hiburan atau sekedar

menjawab rasa penasaran tidak lepas dari keberadaannya yang tidak terjangkau setiap waktu dengan atau dimana keberadaan kita. Namun lebih dari itu, yang jelas bahwa adanya nilai estetika inilah yang menggerakkan manusia untuk selalu mencari kepuasan jiwa terutama dengan cara bepergian ke tempat-tempat wisata. Atau bisa saja seperti dikatakan Haryono (Razak dan Rimadewi, 2013: 14), menyebutkan pariwisata adalah aktivitas dimana seseorang mencari kesenangan dengan menikmati berbagai hiburan yang dapat melepaskan lelah.

Terlepas dari dasar pemikiran tersebut, Sesuai dengan adanya peraturan otonomi daerah sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 yang kemudian diubah menjadi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, disebutkan bahwa pemerintah daerah berwenang untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas yang berlaku dan tugas pembantuan. Pemberian wewenang pemerintah pusat kepada daerah diarahkan untuk mempercepat terjadinya perubahan guna mencapai kesejahteraan masyarakat melalui kualitas pelayanan yang juga melibatkan peran serta masyarakat (Nurhadi, dkk, TT: 325-326).

Terdapat berbagai sektor yang dapat dikembangkan yaitu pada sektor pariwisata dengan wisata budaya di dalamnya. Bagaimanapun, pengembangan sektor ini seperti dijelaskan Wahab (Nurhadi, dkk. TT: 326), bahwa pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu menyediakan lapangan kerja serta adanya perkembangan ekonomi yang cukup sepat, disamping adanya pendapatan, serta meningkatkan taraf hidup dengan membuka sektor produksi lainnya dalam negara penerima wisatawan.

Berdasarkan hal tersebut, pemerintah yang merupakan pemegang wewenang pertama sangat perlu untuk memahami hakikat dari pengembangan pariwisata terutama sekali pariwisata budaya dalam konteks ini, salah satunya yaitu dengan mengoptimalkan fungsi administrasi yang dapat mengidentifikasi kebutuhan pengembangan, sekaligus juga kemampuan pelayanan yang baik bagi pengunjung/wisatawan.

Konsep Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor wisata yang banyak dikembangkan oleh pemerintah daerah akhir-akhir ini. Menurut Nafila (2013), bahwa pariwisata budaya adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan budaya sebagai daya tarik utama. Dimana di dalam pariwisata budaya ini wisatawan akan diapandu untuk disamping mengenali sekaligus memahami budaya dan kearifan pada komunitas lokal tersebut. Disamping itu, pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan, tempat-tempat bersejarah sekaligus museum, representasi nilai dan sistem hidup masyarakat lokal, seni (baik seni pertunjukan atau pun seni lainnya), serta kuliner khas dari masyarakat asli atau masyarakat lokal yang bersangkutan.

Sedangkan Goeldner (Nafila, 2013: 1), mengemukakan bahwa pariwisata budaya mencakup semua aspek dalam perjalanan untuk saling mempelajari gaya hidup maupun pemikiran. Definisi ini lebih mengarah pada tujuan pengunjung/atau wisatawan mengunjungi wisata budaya lebih pada untuk memahami hakikat dan membandingkannya dengan kondisi budaya yang dimilikinya sebagai sebuah pemahaman baru, tentunya disamping adanya nilai estetika yang terkandung di dalamnya.

Mappi (Asriady, 23: 2016) lebih jelas mengemukakan bahwa beberapa aspek yang termasuk dalam objek pariwisata budaya diantaranya, seperti: adanya upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik-musik tradisional, perkawinan, pakaian tradisional (pakaian adat), berbagai macam upacara (seperti turun ke sawah dan upacara panen), bangunan-bangunan bersejarah, cagar budaya, beberapa peninggalan tradisional, kain tradisional (seperti kain tenun), pemeran festival budaya dan pertunjukan tradisional, hasil tekstil lokal, museum sejarah dan budaya, serta adat-istiadat lokal lainnya.

Cakupan objek wisata budaya dengan demikian sangatlah luas, namun secara sederhana dapat dikatakan bahwa situs wisata budaya tersebut berasal dari apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh manusia selaku pemilik budaya sebagai identitas dari kebudayaan tertentu yang muncul dalam *artefact*, *ideafact* dan *sosiofact*. Wisata budaya yang demikian sangatlah menarik bagi wisatawan yang berada di luarnya, sehingga hal ini menjadi potensi dan daya tarik tersendiri apabila dapat dikemas dengan baik, sehingga akhir-akhir ini pariwisata budaya di Indonesia semakin tumbuh dengan pesatnya pada setiap daerah.

Menurut McKercher dan du Cros (2002), bahwa adanya perkembangan pariwisata budaya berkaitan erat dengan adanya apresiasi dari masyarakat untuk secara terus-menerus menjaga dan memelihara aset budaya atau pusaka budaya mereka yang dalam perkembangannya saat ini semakin dirasakan berkurang. Ahli tersebut kemudian menguraikan bahwa pada dasarnya pariwisata budaya ini paling tidak memiliki empat elemen, seperti pariwisata, bagaimana penggunaan aset-aset budaya tersebut, konsumsi produk/hasil karya, dan wisatawan budaya itu sendiri. Keempat elemen ini perlu dianalisa lebih lanjut untuk lebih menekankan pada bagaimana pelayanan publik dibentuk guna mengembangkan keempat elemen dasar dalam pariwisata budaya tersebut.

Secara garis besar, ketiga sumber munculnya pariwisata budaya tersebut tentunya memunculkan apresiasi yang tidak sama dari para pengunjung/wisatawan. Daya tarik wisata budaya yang bersumber dari sosial budaya dan sejarah sejauh ini sepertinya jauh lebih menarik perhatian wisatawan dibandingkan dengan yang bersumber dari agama. Terutama sekali yang bersumber dari wisata sejarah bukan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, namun juga sebagai bagian dari pengembangan wawasan dan ilmu pengetahuan.

Pengelolaan Administrasi Pariwisata Budaya

Kaitannya dengan fungsi administrasi dalam pengembangan pariwisata budaya tidak lepas dari beberapa hal seperti dijelaskan Rezi Kurnia Putri (2015: 53-54), diantaranya adalah pengelolaan administratif yang terdiri dari dua komponen yaitu sebagai berikut: 1) Inventaris daya tarik wisatawan, 2) Inventaris fasilitas untuk wisatawan. Pengelolaan objek wisata budaya dengan cara inventarisasi tersebut juga perlu dikemas dengan pendeskripsian setiap objek dengan sejelas-jelasnya, sampai pada keunikan-keunikan yang dimiliki. Bila perlu dalam penulisannya selain menggunakan bahasa Indonesia sekaligus dapat menggunakan bahasa global seperti bahasa Inggris. Inilah yang sampai saat ini masih memerlukan usaha yang lebih, karena hanya sedikit dari objek wisata khususnya wisata budaya yang keberadaannya sudah

didokumentasikan terutama dalam bentuk tulisan, kebanyakan hanya dalam bentuk dokumentasi gambar.

Selain melakukan inventarisasi terhadap dua hal di atas, promosi dan pemasaran wisata perlu mendapatkan dukungan yang kuat pada pengambil kebijakan administratif. Semua daya tarik yang sudah diinventarisir harus dipromosikan dengan cara yang elegan dan tentunya mengikuti perkembangan teknologi. Karena saat ini masyarakat global sedang berorientasi pada informasi online, maka pengadministrasian yang baik dalam pemasarannya harus pula mengikuti perkembangan trend tersebut untuk dapat eksis dan terus dapat bersaing dalam menarik para wisatawan.

Dukungan pemerintah sebagai pengambil kebijakan juga memiliki peranan yang strategis. Paling tidak seperti dijelaskan Rivai (Agustina, dkk. 2016: 7), yaitu: 1) Adanya peran dalam kepemimpinan yaitu berusaha mengerjakan segala sesuatu yang benar. Dimana hal ini harus sesuai dengan visi dan misi daerah yang bersangkutan, dan 2) Adanya peran manajemen yang tentunya memiliki peranan yang utama dalam melakukan sesuatu sesuai dengan tupoksinya secara benar dalam pelaksanaannya.

Peranan pemerintah dengan birokrasinya dalam pengembangan pariwisata budaya memang harus sejalan dengan visi-misi daerah yang bersangkutan. Artinya baik pengelolaan secara birokrasi atau pun apa saja yang akan ditawarkan sebagai bagian dari situs pariwisata budaya mencerminkan identitas dan keunikan daerah tersebut. Keunikan-keunikan tersebut harus dikemas dalam bentuk yang elegan untuk menguatkan daya tarik wisatawan.

Disamping itu, dalam fungsinya sebagai bagian dari manajemen pengembangan pariwisata budaya harus pula memiliki daya dukung yang mumpuni dalam pelayanannya. Oleh sebab itu, pelayanan dari segala aspek akan sangat mempengaruhi intensitas wisatawan untuk berkunjung. Wawasan pelayanan publik yang mumpuni seperti akan didiskusikan selanjutnya menjadi penting untuk diberikan kepada manajemen yang secara langsung menangani kegiatan pariwisata budaya tersebut.

Wisatawan dan Pendekatan Pelayanan Publik

Sistem pelayanan yang dibangun dalam pengembangan wisata untuk menarik wisatawan tidak lepas dari pemahaman dan analisis pelayanan publik. Apabila diasumsikan seperti barang dagangan, maka pariwisata sebagai jualan untuk mendatangkan pelanggan harus pula disandingkan dengan proses pelayanan yang ada di dalamnya. Karena bagaimanapun kecenderungan pelanggan untuk terus membeli di tempat tersebut bukan hanya ditentukan oleh kualitas dan kuantitas barangnya, namun lebih dari itu adalah kepuasan dalam bidang pelayanan yang di dapatkan, hal ini pada dasarnya berdampak pada psikologis pelanggan, begitu juga halnya dengan wisatawan sebagai pelanggan dari objek wisata tersebut.

Makna dasar dari pelayanan publik akan selalu dikaitkan dengan adanya suatu tindakan, dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh individu, kelompok, atau pun instansi sebagai upaya untuk membantu dan memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk memberikan apa yang diharapkan sesuai dengan tujuan mereka masing-masing. Karena masyarakat (wisatawan) memiliki tujuan yang tidak sama, maka pelayanan publik ini akan semakin penting untuk

dikembangkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Apabila demikian semua elemen memiliki ranah dalam hal ini, mulai dari pemerintah atau pun swasta yang tentunya bergerak dalam bidang wisata. Pelayanan publik ini dengan demikian dapat tidak hanya merupakan urusan pemerintah dengan birokrasinya, namun juga bisa dilakukan oleh organisasi swasta, partai politik, organisasi yang bergerak dalam bidang keagamaan, atau pun lembaga swadaya masyarakat, semuanya dapat melakukan hal yang sama (Suryono, TT: 5).

Ahli lain, Moenir (Serfianus, 2014: 1707), mengemukakan bahwa pelayanan publik merupakan kegiatan baik yang dikerjakan oleh individu atau pun kelompok yang berpijak pada adanya tujuan material dengan sistem, atau pun melalui prosedur dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Merujuk pada kedua pendapat di atas, kepuasan pelanggan (yang dalam hal ini wisatawan) dalam pelayanan publik merupakan yang paling utama. Sehingga hak-hak sesuai dengan apa yang diinginkannya dapat terpenuhi dengan sebaik mungkin. Tentu saja untuk dapat melakukan pelayanan kepada wisatawan dengan cara yang terbaik itu, paling tidak terdapat tiga hal pokok yang harus diperhatikan yaitu kemampuan menyesuaikan diri, produktivitas, dan kepuasan kerja baik bagi pekerja atau pun bagi pelanggan. Kepuasan kerja ini merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan bagi kedua belah pihak (Hasjimzum, 2014: 447).

Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa kualitas pelaksanaan pelayanan publik bagi para wisatawan adalah akumulasi dari hubungan dari beberapa aspek, seperti bagaimana sistem pelayanan yang diberikan, kemudian bagaimana sumber daya manusia pemberi pelayanan, strategi, dan ketertarikan pelanggan. Disamping itu, manajemen yang menangani pelayanan publik khususnya untuk wisatawan perlu secara berkesinambungan diberikan pendidikan dan pelatihan. Pendidikan diberikan untuk meningkatkan wawasan, emosi, dan karakter pekerja, sementara pelatihan diberikan untuk mempermudah pekerjaan yang dilakukan supaya lebih efektif.

SIMPULAN

Wisata budaya merupakan salah satu objek pariwisata yang cukup menarik perhatian wisatawan dewasa ini. Kunjungan ke objek wisata budaya selain disebabkan oleh adanya rasa ingin tahu dan penasaran, sekaligus juga untuk menemukan nilai etika dan estetika dari tempat dan budaya lain yang berbeda dengan seorang/kelompok wisatawan tersebut. Disamping kelengkapan sarana dan daya dukung lain yang dapat menarik wisatawan, kemampuan administrasi yang baik dan pelayanan yang memadai dapat menjadi tolak ukur kemajuan sektor atau objek wisata budaya tersebut. Kemampuan pengelolaan administrasi yang dimaksud dalam hal ini lebih mengarah pada kemampuan manajemen pengelola pariwisata tersebut baik untuk menginventarisir semua objek inti dan pelengkap dari wisata budaya tersebut, sekaligus menginventarisasi kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan wisatawan untuk menjangkau objek wisata itu. Kaitannya dengan perlunya inventarisasi kebutuhan wisatawan secara administratif, berhubungan erat juga dengan kebutuhan pelayanan, dalam konteks ini dapat disebut sebagai pelayanan terhadap wisatawan publik. Pelayanan yang baik oleh pengelola pariwisata akan berbanding lurus dengan perkembangan objek wisata tersebut. Selain itu, guna menguatkan

daya tarik bagi wisatawan yang lebih luas, maka diperlukan sistem pemasaran yang lebih ilegan dan sesuai dengan perkembangan tren masa kini, salah satunya dengan menggunakan media internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. dkk (2016). *Peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengelolaan Objek Wisata Pantai Trikora 2 dan 4 di Kabupaten Bintan*. Naskah Publikasi: Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.
- Asriady, I. (2016). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Makassar: UNHAS.
- Hasjimzum, Y. (2014). *Model Demokrasi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik (Studi Otonomi Daerah dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pasca Reformasi)*. Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 14, No. 3 September 2014.
- Muhyidin, M. (2000). *Kamu Anak Adam Atau Kera*. Bandung: Garai Ilmu.
- Nafila, O. (2013). *Peran Komunias Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalithikum Gunung Padang*. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 24, No. 1, April 2013.
- Nurhadi, dkk. (TT). *Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Pemerintah Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi pada Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokero)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 2, No. 2, hlm. 235-331.
- Putri, R. K. (2015). *Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kota Bukittinggi untuk Meningkatkan Pendapat Asli Daerah*. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Padang: Universitas Andalas.
- Razak, A & Rimadewi, S. (2013). *Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu di Kepulauan Seribu*. Jurnal Teknik Pomits, Vol. 2, No. 1, 2013.
- Serfianus, dkk. (2014). *Perilaku Birokrasi dalam Pemberian Pelayanan Publik (Studi pada Badan Koordinasi Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu Kabupaten Tunukan)*. eJournal Administrative Reform, Vol. 2, No. 3, 2014.
- Suryono, A. TT. *Budaya Birokrasi Pelayanan Publik*. TT. TP.