

# **MENINGKATKAN KEJUJURAN SEBAGAI NILAI POSITIF INDUSTRI PARIWISATA**

Oleh : Dra. Sri Pangestuti, M.Si

## **Abstrak**

Pariwisata merupakan salah satu sektor non migas yang diupayakan untuk bisa meningkatkn devisa negara Terdapat 7 macam sapta pesona yang dicanangkan dalam sektor ini, seperti (1) aman, (2) tertib, (3) bersih, (4) sejuk, (5) indah, (6) ramah dan (7) kenangan. Selama keberlangsungannya, keberhasilan dari sector ini ternyata banyak dijumpai kendala, yang dampaknya yaitu rendahnya tingkat kunjungan wisatawan di sebagian besar daerah di Indonesia. Seharusnya ketujuh elemen sapta pesona itu, memang harus berjalan sinergis antara pemerintah, masyarakat, media massa dan pelaku pariwisata sendiri.

Kejujuran, bisa digolongkan dalam elemen ke 7 yang masuk didalam domain kenangan, dan merupakan nilai penting yang sangat positif khususnya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Dia, adalah nilai hakiki dalam moral manusia, atau ruh yang kemudian tercermin didalam sikap sportifitas, tanggungjawab dan mudah dipercaya oleh lawan mainnya. Didalam perjalanannya, sifat jujur ini mulai menurun, karena dorongan kebutuhan financial, godaan, hedonisme akibat globalisasi dan berbagai hal lain, yang tanpa disadari dapat merugikan serta menghambat banyak tujuan.

Bagaimanapun, kejujuran dalam industri pariwisata harus ditingkatkan terus menerus yang dapat dilakukan melalui promosi melalui media massa, himbauan kepada masyarakat, iklim organisasi yang berlaku untuk tiap instansi pemerintah masyarakat, dan swasta. Sifat jujur, sesungguhnya punya dampak yang cukup signifikan pada kondisi daerah, diantaranya : peningkatan pendapatan daerah, peningkatan ekonomi masyarakat, keamanan wilayah, keindahan tata ruang wilayah, pencerahan sifat manusia menjadi pribadi yang ramah dan menjadi suasana 'well come' wilayah.

## **Pendahuluan**

Pariwisata, disamping sebagai salahsatu segi non-migas yang terus digalakkan untuk menunjang devisa negara, juga terkait dengan deklarasi Manila tahun 1980, tentang Kepariwisataan Dunia, yang menetapkan bahwa Kepariwisataan merupakan kegiatan penting bagi kehidupan bangsa-bangsa dan juga perkembangannya sangat erat terkait dengan kebebasan bepergian (World Tourism Organization, 2002:6). Ini artinya, setiap negara bangsa harus siap dengan industri pariwisatanya masing-masing yang tentu saja akan terdapat karakter di tiap wilayahnya. Karakter yang berbeda inilah yang menarik para wisatawan, sehingga mereka akan mengunjungi masing-masing wilayah..

Negara Republik Indonesia, meletakkan pariwisata dalam idiom Sapta Pesona, yang berisi tujuh (7) elemen pekerjaan seperti : (1) aman; (2) tertib; (3) bersih; 4 (bersih); (5) sejuk; (6) ramah dan (7) kenangan. Untuk menjalankan secara baik dan konsoisten 7 butir sapta persona ini tidak mudah karena selalu dijumpai banyak masalah – yang cenderung berkaitan dengan dimensi sumber daya manusia (SDM), seperti perbedaan pendapat yang tidak berujung sehingga memungkinkan terjadi konflik, dan juga keterbatasan dana untuk membangun infrastruktur pariwisata tersebut. Namun, diantara rangkaian masalah social yang terjadi, makadisini dapat ditarik benang merah bahwa etika social yaitu nilai kejujuran merupakan suplemen utama yang harus ada.

Nilai kejujuran, adalah sifat hakiki dari manusia yang secara alamiah terimplementasi pada tindakan sehari-hari. Kejujuran di era sekarang ini memang tidak mudah dijalankan secara baik dan konsisten. Nilai kejujuran itu makin lama makin menurun didalam implementasinya, karena banyak godaan yang sangat menarik, seperti, sifat hedonis, tuntutan material yang tinggi, gengsi, popularitas, dan banyak faktor lain.

Hendaknya itu semua jangan dibiarkan, karena justru akan merugikan bagi semuanya. Pihak-pihak yang berkompeten harus terus mennerus menyadarkannya, bahwa kejujuran merupakan modal social yang harus ada dan ditingkatkan oleh seluruh

masyarakat, utamanya untuk mendukung sector pariwisata. Bahwa, nilai kejujuran apabila diterapkan secara baik, maka akan muncul sikap profesionalitas, yang mengesankan. Namun, nilai social ini sangat mungkin terjadi perbedaan didalam penerapannya. Apabila diklasifikasikan, ada individu yang sifat aslinya memang jujur, agak jujur dan terdapat pula individu yang suka menipu, menodong, menjambret dan lainnya.

Kejujuran dan pariwisata, merupakan dua buah kata yang signifikan dan mengesankan untuk dipromosikan. Kejujuran sangat berkorelasi dengan bisnis jangka panjang. Kejujuran, juga merupakan alat suap yang paling ampuh, bahkan sebagai kunci sukses. Wisatawan, sangat mengharapkan pelayanan dengan kejujuran, dalam soal keamanan, informasi, dan lain sebagainya. Oleh karena itu pemerintah daerah sebagsai pihak yang bertanggungjawab atas dinamika patriwisata di wilayahnya, berhak meminta para pelaku pariwisata untuk jujur.

Di pulau Bali, kejujuran merupakan suplemen utama dalam industri pariwisata. Sebagian besar perilaku masyarakat Bali, juga instansi pemerintah, media massa, dan pelaku pariwisatanya memiliki komitmen jujur didalam kehidupannya. Dan, domain ini menjadi hal yang mengesankan bagi wisatawan yang berkunjung ke pulau dewata itu. Manakala kesan iu melekat dan terkenang maka wisatawan akan berkunjung lagi dan datang lagi. Persoalannya, apakah daerah-daerah lain serta masyarakatnya dapat bertindak seperti di pulau Bali ?.

Kondisi dan situasi budaya lokal di tiap-tiap daerah di Indonesia, memang tidak sama. Masing-masing daerah memiliki potensi daerahnya secara tersendiri. Terdapat kearifan local yang sangat penting untuk dipertahankan. Ketika suatu daerah memang memiliki potensi alam yang memadai sebagai modal didalam industry pariwisata, maka dia sesegera mungkin membangun daya dukung, sarana dan prasarana bersama pihak-pihak terkait. Studi-studi kelayakan dan pertimbangan serta pemikiran yang matang melalui diskusi dan ‘ rembugan ‘ harus dilakukan secara intensif. *Pemerintah daerah, masyarakat, investor, swasta, dan media,*

merupakan lembaga-lembaga yang memiliki sumber daya yang professional kearah kunjungan wisatawan tersebut. Akhirnya hasil diskusi itu menentukan keputusan besar, bahwa sector pariwisata dipilih sebagai salah satu peningkatan ekonomi daerah. Niat dan semangat yang tinggi tentang pariwisata harus dilakukan secara konsisten oleh setiap elemen masyarakat. Itu semua dapat terwujud apabila meletakkan domain kejujuran sebagai modal social yang harus tumbuh kembang.

Dapat diambil contoh, pariwisata di pulau dewata Bali. Di Bali, tingkat kunjungan pariwisata relative naik sepanjang tahun. Disamping alamnya indah, kepribadian masyarakatnya relative jujur, sehingga wisatawan merasa yaman. Kalau kondisinya seperti itu, maka kunjungan wisatawan akan meningkat dan akan kembali datang dan datang lagi.

## **Pembahasan**

Memang ada persoalan penting yang ada di pulau dewata Bali, bahwa kejujuran merupakan elemen utama sikap dan perilaku kehidupan sehari-hari, yang secara nyata sudah terinternalisasi selama bertahun-tahun. Idiomnya manusia harus berlaku jujur, kalau tidak akan berlaku karma yang akan menimpa dirinya. Pada gilirannya kini, kejujuran merupakan suplemen utama dalam industry pariwisata. Rasanya kita semua setuju tentang hal itu. Untuk meningkatkan nilai kejujuran memang tidak mudah, namun secara bertahap harus dapat dilakukan. Tahap persiapan, yang *pertama*, pemerintah daerah kabupaten atau kota, sebagai pihak yang memiliki *power* atau kekuatan daya, dapat mengajak jajarannya dan *stakeholder* pariwisata untuk berlaku jujur didalam semua transaksi. Situasi dan kondisi ini hendaknya dilakukan secara konsisten dan diawasi dengan tegas. Didalamnya akan pasti terjadi konflik vertical dan horizontal yang kadang krusial, namun katena sector pariwisata sudah dipilih untuk visi dan misi daerah maka tetap tegas harus berjalan. Bersamaan dengan itu, sarana dan prasarana obyek pariwisata harus dibangun dengan baik. Pelayanan prima kepada wisatawan juga harus baik dan professional.

Pemerintah Daerah, juga harus mengajak masyarakat untuk tersenyum ikhlas kepada wisatawan. *Kedua*, *investor* merupakan *stakeholder* yang juga penting untuk diajak kerjasama bukan saja kepentingannya mencari untung namun juga ikut bertanggungjawab atas kelangsungan kunjungan wisatawan tersebut. Dapat diambil contoh, ketika membangun sebuah obyek wisata, dia menerapkan ciri khas daerah, seperti bentuk dan corak bangunan, mempertahankan bangunan kuno yang sudah ada, dan sebagainya, sehingga masing-masing daerah memiliki ciri khas bangunan yang berbeda. *Ketiga*, didalam rekrutmen tenaga kerja untuk pariwisata, juga harus menekankan seleksi profesional – yang meminta etika social, dan kejujuran sebagai nilai plus yang harus dikerjakan. Ini bisa diketahui dari hasil psikotes dari calon pramuwisata tersebut. Para pengelola hotel, karyawan, suster, perawat, sopir taksi, tukang becak, pedagang souvenir, petugas informasi wisata, petugas imigrasi, pelayan restoran dan masyarakat lain golongan atas hingga bawah harus mampu tersenyum ikhlas, dan berlaku jujur.

Media massa memiliki peran yang sangat penting bagi dunia pariwisata. Dia, sebagai sarana penyampai informasi dan sosialisasi yang cukup ampuh. Dengan kelebihanannya itu, maka diminta untuk mempromosikan tempat-tempat wisata, makanan-makanan khas, cendera mata secara benar dan baik. Informasi tentang kesehatan, keselamatan, keamanan, kenyamanan harus teratur untuk dikomunikasikan. Misalnya melalui Koran local, radio ( RRI daerah) dan radio local lain, menginformasikan tentang peningnya sabuk pengaman didalam mobil, mengumumkan tingkat bahaya dan tidak betbahayanya lokasi-lokasi licin karena musim hujan seperti lokasi Baturaden di kabupaten Banyumas ini. Para penyiarnya juga diharap menyapa dengan ramah, menyampaikan informasi sesuai fakta yang benar khususnya unuk para wisatawan. Hal ini sangat penting karena akan dipercaya oleh wisatawan. Jadwalnya bisa diatur secara baik, karena jumlah radio siaran di suatu kota cukup memadai. Demikian juga website di internet juga seyogyanya menyediakan informasi yang memadai sebagai panduan wisatawan.

Kemudian, badan pariwisata local baik diwakili oleh Dinas Pariwisata maupun pihak swasta juga seharusnya siap untuk srelalu mengadakan koordinasi secara lintas sektoral secara intensif, seperti dengan kepolisian – berkaitan dengan keamanan, rumah sakit, transportasi, agen perjalanan dan paket, kebersihan lingkungan, kualitas makanan di tiap rumah makan atau restoran dan lainnya. Kita ini, sekarang sudah dihadapkan oleh persaingan sengit didunia pariwisata, sehoinnga harus diperhatikan bahwa negara-negara lain seperti Singapura, Malaysia, Thailand dan lainnya selalu meningkatkan pelayanan pariwisatanya. Kenyaman, menjadi faktor penentu kunjungan wisatawan didalam bepergian / travelling.

## **Penutup**

Kejujuran dalam pariwisata, kalau dipikirkan dengan seksama dan diperhatikan secara cermat merupakan harga mati. Ini, karena nilai kejujuran, sudah sulit didapat didalam perilaku manusia. Untuk wisatawannya, kejujuran yang disajikan oleh para pelaku wisata, merupakan kesan spesifik dan kenangan yang tak terlupakan, sehingga memungkinkan mereka untuk dating lagi. Nilai kejujuran ini hendaknya dilakukan oleh semua pihak, sperti pemerintah pusat – daerah, kepolisian, media massa, transportasi, rumah sakit, pelayanan untuk pengaduan wisatawan, kuliner, pengelola hotel, took-toko cinder mata dan masyarakat lainnya. Sedangkan bagi pihak pelaku pariwisata sendiri, kejujuran yang ada dan berlangsung malah menguntungkan secara social, ekonomi, maupoun politik. Karena hasilnya adalah pekerjaan cenderrung berlangsung professional, tertib social berlangsung stabil, dan sector ekonomi akan lebih meningkat. Dengan demikian, nilai kejujuran merupakan modal social yang harus dijalanskan secara konsisten.

## **Daftar Pustaka**

- Effendy, Onong Uchjana, 2009, *Komunikasi – Teori Dan Praktek*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Gromang, James J, (2002), *Tuntunan Keselamatan dan keamanan Wisatawan*, P T. Percetakan Penerbit, Jakarta
- Spilliane, James J., (1994), *Pariwisata Indonesia – Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*, Kanisius, Yogyakarta
- Sirait, Jones, (2012), [infopariwisata.wordpress.com//2011/08/23-pariwisata-yang-jujur-senyum-iklas](http://infopariwisata.wordpress.com//2011/08/23-pariwisata-yang-jujur-senyum-iklas)
- Susilo, Arief Budi (2012), [www.bisnis.com/articles/kafe-bisnis-menyogoklaqh-dengan-kejujuran](http://www.bisnis.com/articles/kafe-bisnis-menyogoklaqh-dengan-kejujuran)