

PARIWISATA SUMATERA BARAT: PARIWISATA BUDAYA DAN KERAKYATAN

Oleh : Adirozal¹, Zulkarnain Harun²

Abstract

Tourism is one of the industrial form that develop today. Many other sectors involved in this industry, so all of the countries and some district of Indonesia try to make tourism as the best product. The success of tourism become an income of a country, for example: Hawaii, Thailand, Bali and Yogyakarta. Because of this, West Sumatra that has natural and cultural resource also develop it tourism. We hope that tourism can be one of the regional income.

For this purpose, in developing tourism need to be carefully and use the exactly planning in order to minimize the negative effect. People are to be involved as subject and object, so they are ready to overcome the problem that happened in the tourism. Don't make the people as victims and out of their culture, just only few peoples who need regional income. It is proved that some countries have being victims of the developing tourism that does not have a good planning.

Pendahuluan

Ondeh rancak juo bantuak nyo turis tu pakai baju kurung¹. Secara kebetulan kalimat ini saya dengar ketika masyarakat sedang 'mampa kecekkkan' seorang wisatawan pada sebuah lapau. Wisatawan asing tersebut memang terlihat sedang berbaju kurung melewati

salah satu nagari yang sedang melakukan acara 'alek anak nagari'. Hal yang menarik bagi saya bukanlah wanita asing tersebut berbaju kurung melainkan kata turis (tourism) sudah tidak asing lagi bagi masyarakat kita. Meskipun pada sebuah nagari yang agak terpelosok ternyata masyarakat sudah mengenal turis untuk menyatakan

¹Penulis adalah staf pengajar di STSI Padangpanjang

²Penulis adalah staf pengajar di Jurusan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas dan saat ini dipercaya menjabat Ketua Jurusan Antropologi FISIP UNAND

orang asing yang berkunjung ke daerah nya.

Kegiatan pariwisata sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat kita mulai dari orang kota sampai orang desa. Walau nampaknya terkesan 'malu-malu' antara menerima dan menolak, antara setuju dan tidak menyetujui atas kehadiran kepariwisataan, namun 'turis' telah hadir di tengah-tengah masyarakat. Suatu kenyataan yang tidak dapat dimungkiri. Pandangan yang setuju dengan kehadiran pariwisata pasti melihat banyak keuntungan dari kegiatan pariwisata, sedangkan yang tidak setuju tentulah melihat pariwisata membawa dampak negatif.

Sehubungan dengan kegiatan pariwisata maka pada tingkat negara dinyatakan bahwa pengembangan kepariwisataan Indonesia sebatas alam dan budaya, dan di Sumatera Barat ditawarkan konsep kepariwisataan 'bersih' (*clean tourism*). Apakah pariwisata senantiasa membawa keuntungan? Tidakkah sekedar diharapkan 'kocek' si *turis*, dan bagaimana pengaruh pariwisata terhadap ekonomi rakyat? Diantara pertanyaan ini akan dibahas melalui pendekatan antropologis.

Industri Pariwisata dan Budaya Global

Pada dasawarsa sekarang semakin banyak manusia berkeinginan untuk melaksanakan perjalanan dari tempat tinggalnya ke daerah lain. Perasaan ingin tahu tentang adat istiadat dan kebiasaan orang lain merupakan dorongan kuat orang melakukan perjalanan jauh (Spilane, 2000:16). Dahulu faktor agama yang mendominasi orang untuk melakukan perjalanan jauh dengan berhari-hari dan bahkan berbulan-bulan meninggalkan kampungnya, untuk mengikuti upacara Olympus, ziarah ke Roma, Yerusalem, dan ke tanah suci (Mekah). Kemudian ada juga yang disebabkan motivasi untuk berdagang, tugas diplomatik. Namun sekarang ini berbagai motivasi yang menyebabkan orang melakukan perjalanan jauh atau berwisata. Sekarang tujuan orang berwisata untuk mencari kesenangan, kenikmatan, kepuasan dan hal-hal lain yang erat kaitannya dengan psikis. Menurut Wahab (1992:59) ada puluhan alasan yang melatarbelakangi kepergian seorang wisatawan yakni untuk bisnis, menghadiri konvensi, alasan-alasan keagamaan, kesehatan, olah raga, hobi, budaya, pendidikan, dan

kesenangan yang meliputi berlibur, rileks, perubahan lingkungan dan udara.

Begitu banyak motivasi orang untuk berwisata dan bahkan seolah-olah kebutuhan hidup orang modern menjadikan kegiatan kepariwisataan sebagai industri baru. Bahkan industri-industri lain pun secara tidak langsung mempunyai jalinan dengan kegiatan pariwisata. Lahan dan lapangan kerja menjadi banyak terbuka melalui kegiatan kepariwisataan mulai dari sekitar objek wisata sampai oleh-oleh atau cenderamata. Pantaslah setiap negara berupaya menata kepariwisataannya dan menggaet sebanyak mungkin wisatawan datang ke daerahnya. Di Indonesia sendiri gejala itu direpson dengan memasukkan kegiatan kepariwisataan ke dalam GBHN (Garis-garis Besar Haluan Negara) dan malah semenjak kabinet pembangunan VII sampai sekarang dibentuk Departemen Pariwisata Seni dan Budaya (Parsenibud). Tentu dengan harapan sektor pariwisata dapat menjadi salah satu sumber pendapatan negara. Untuk itu berbagai upaya dilakukan baik oleh pemerintah pusat maupun daerah guna menarik wisatawan, misalnya *visit Indonesian year 1991*, tahun Seni dan Budaya,

festival-festival seperti festival Danau Toba di Sumatera Utara, festival Tabut di Pariaman Sumatera Barat, dan festival Keraton di Yogyakarta. Belum lagi kunjungan 'duta seni' ke berbagai negara serta pameran-pameran lukisan dan hasil karya seni lainnya yang kesemua peristiwa budaya itu untuk industri pariwisata.

Di Indonesia sendiri wisatawan dikelompokkan atas dua yakni wisatawan dalam negeri yang juga sering disebut disebut *wisnus* (wisatawan nusantara atau lokal) dan yang datang dari negara asing atau dari berbagai negara disebut *wisman* (wisatawan manca negara). Perjalanan mereka terutama wisatawan asing lazimnya diatur oleh suatu biro perjalanan (*travel*), di samping ada juga yang datang sendiri dan melalui famili. Wisatawan asing yang memanfaatkan biro perjalanan umumnya wisata rombongan (*mass tourism*). Biasanya dari perusahaan-perusahaan di Eropa, Amerika, Korea, dan Jepang yang telah memberi perhatian terhadap karyawannya untuk berwisata. Wisatawan itu memanfaatkan jasa pelayanan mulai dari memilih lokasi, keberangkatan, di daerah tujuan wisata (DTW), penginapan,

konsumsi, dan sampai kembali ke daerah asalnya.

Memperhatikan berbagai keperluan wisatawan maka timbullah industri pariwisata, yakni sektor industri yang berkaitan langsung dengan kegiatan kepariwisataan. Sektor industri pariwisata lebih banyak bergerak dalam jasa yang memberikan pelayanan (*service*) pada pengguna jasa (wisatawan). Menurut Spilane (2000:47) industri pariwisata dapat dibagi ke dalam lima bidang, yaitu (1) *tour* dan *travel*, (2) hotel dan restoran, (3) transportasi, (4) pusat wisata dan souvenir, dan (5) bidang pendidikan pariwisata. Selain hal yang dikemukakan Spilane ini masih ada berbagai pelayanan jasa yang punya kaitan dengan industri pariwisata, misalnya perbankan/ *money changer*, diskotik, telekomunikasi dan asuransi.

Kegiatan pariwisata yang dipahami selama ini terfokus pada sektor ekonomi saja, pariwisata senantiasa dipandang sebagai suatu hal yang menguntungkan. Tidak sedikit yang memahami pariwisata sebagai suatu hal yang membawa kemajuan, dalam banyak *statement* (-biasanya dari pejabat-) menyatakan pariwisata "sebagai kunci perkembangan. Agaknya pernyaa-

taan tersebut (-jika tidak salah-) menyadur dari buku karangan Emanuel de Kadt, yaitu: *Tourism Passport to Development*. Tentu lah pula pernyataan tersebut konotasinya perkembangan ekonomi, pariwisata sebagai kunci perbaikan ekonomi masyarakat. Seolah-olah pariwisata suatu kegiatan baru di tengah masyarakat yang dapat meningkatkan taraf perekonomiannya, dan karena pariwisata sebagai kuncinya maka sangat perlu digalakkan. Maka berbagai upaya dan trik dilakukan masing-masing daerah (pemerintah dan masyarakatnya) untuk menarik dan mendatangkan wisatawan.

Dipandang dari sudut ekonomi kegiatan pariwisata nampaknya selalu menguntungkan daerah penerima wisatawan. Secara kasat mata memang dapat dilihat bahwa wisatawan mengeluarkan uang banyak untuk keperluan berwisata, mulai dari visa kunjungan (bagi wisatawan asing), jasa pesawat dan transportasi lokal, hotel atau penginapan, jasa *guide* (pemandu wisata), konsumsi, dan cenderamata. Belum lagi kalau wisatawan menggunakan jasa telekomunikasi dan menukarkan uangnya di bank. Tentulah uang yang dikeluarkan dan dibelanjakan wisatawan sebagian

besar akan masuk ke negara atau daerah tujuan wisata. Pada akhirnya atau sebahagian uang itu akan mengalir pada masyarakat yang mengakibatkan meningkatnya ekonomi rakyat.

Pada hal kepariwisataan tidak hanya menyangkut ekonomi saja, bidang-bidang lain punya peran dan andil yang tidak kalah pentingnya. Pariwisata selain menyajikan keindahan alam juga 'menjual budaya', artinya wisatawan datang ke suatu negara atau daerah karena ingin melihat alam dan budaya setempat, dan masyarakat daerah itu menyuguhkan berbagai bentuk budayanya. Bahkan tidak jarang wisatawan itu terlibat dalam berbagai aktifitas budaya daerah setempat, misalnya ikut menari, menenun, dan upacara adat.

Wisatawan yang datang ke suatu daerah objek wisata secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi budaya daerah setempat. Maka secara sosial budaya akan terjadi akulturasi karena terjadinya pertemuan dua budaya yang berbeda. Dalam hal ini bila jika yang datang ke daerah itu wisatawan nusantara atau lokal tentu tidak merisaukan penduduk setempat, karena budayanya relatif sama atau tidak terlalu

berbeda. Akan tetapi jika yang datang wisatawan dari manca negara (terutama Eropa dan Amerika) yang secara budaya berbeda dengan Indonesia tentulah mengkhawatirkan bagi kelangsungan budaya lokal. Apa lagi jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke suatu daerah sudah terlalu banyak maka akan sangat mudah mempengaruhi budaya masyarakat lokal. Menurut Smith (1989) semakin banyak wisatawan yang datang ke suatu daerah maka semakin banyak ia memberi dampak bagi masyarakat lokal, sebaliknya semakin sedikit maka sedikit pula pengaruhnya.

Kedatangan wisatawan ke daerah tujuan wisata sekaligus membawa budayanya dan alam pikirannya. Dengan mengadopsi teori modernisasi, wisatawan yang datang dari barat (Amerika dan Eropa) beranggapan bahwa bangsa Asia dan Afrika termasuk bangsa kita Indonesia sebagai bangsa terbelakang. Dalam pandangan mereka kita merupakan daerah atau bangsa yang terbelakang dalam banyak hal termasuk dalam budaya. Wisatawan yang datang itu membawa perubahan budaya lokal yang dianggap terbelakang ke arah budaya mereka. Jika perubahan ke arah yang lebih

maju tentulah sesuatu yang membahagiakan bagi kita semua, namun kebanyakan masyarakat lokal tidak memiliki ketahanan dan filter budaya yang baik, sehingga yang terjadi pada masyarakat lokal justru *demonstration effect* yaitu sikap meniru-niru penduduk lokal terhadap wisatawan baik pakaian maupun gaya dan bertingkah lakunya. Kasus-kasus yang terjadi di Nepal, Mijas, dan Gambia seperti yang digambarkan dalam buku *Anthropology of Tourism* oleh Dannison Nash khususnya pada bab *Tourism as Aculture or Development* menjadi pelajaran menarik bagi perkembangan wisatawan di Indonesia.

Dinyatakan bahwa perkembangan kepariwisataan di Gambia telah memarginalkan penduduk lokal baik sebagai pekerja musiman maupun nilai-nilai tradisional mereka. Negara kecil di Afrika Barat ini sebelum dikembangkan sebagai daerah wisata menghasilkan dari pertanian kacang. Pemerintah Gambia meminta bantuan World Bank dan konsultan 'barat' untuk mengembangkan negaranya sebagai daerah tujuan wisata. Para konsultan ini merekomendasi perkembangan yang berbau etnosentrik dan strategi yang bergaya barat. Dari kegiatan pariwisata nampak sekali sisi

positifnya secara ekonomi, perekonomian masyarakat jauh lebih baik sebelum adanya pariwisata di Gambia namun dampak negatifnya dari sisi sosial budaya tidak dapat dielakkan. Masyarakat lokal tidak bisa lagi bertani karena lahan pertanian mereka sudah tidak ada lagi, sebab digunakan untuk pengembangan kepariwisataan di samping mereka tidak memiliki lagi keterampilan bertani.

Begitu pula di Mijas merupakan daerah yang sebelumnya tertutup, penduduknya sangat terikat dengan nilai-nilai tradisi. Rakyat daerah tersebut berpenghasilan dari sepetak tanah dan mencari ikan (nelayan), serta tidak bergaya komersial. Tetapi setelah daerah pantai ini dikembangkan menjadi daerah wisata masyarakatnya berubah, pola hidup masyarakat bergaya komersial nilai-nilai tradisi secara perlahan menghilang, dan akhirnya penduduk yang tidak punya keterampilan menjadi tersingkir. Populasi masyarakat yang sebelumnya 85% bertani (1950) dan tinggal 7% pada tahun 1974. Selain itu juga terjadi konflik antara penduduk baik antara pendatang dengan penduduk lokal maupun sesama penduduk lokal, hanya elit-elit

lokal saja yang mempunyai akses ke investor.

Pengembangan pariwisata di Nepal agak lebih baik dan beruntung jika dibandingkan dengan kepariwisataan di Mijas dan Nambia, kepariwisataan Nepal dikembangkan dengan konsep pariwisata 'Resiprokal'. Pengembangan pariwisata ini tidak dalam bentuk *mass tourism* melainkan *small tourism*. Pemerin tahnya sangat berhati-hati dalam membuka dan mengembangkan objek wisata dan juga sangat selektif dalam menerima wisatawan yang berkunjung. Di Nepal terjadi akulturasi antara budaya lokal dengan budaya asing secara baik, wisatawan tidak menghegemoni budaya lokal dan tidak ada budaya datang (wisatawan) 'memangsa' budaya lokal. Pariwisata dengan konsep *resiprokal* di Nepal ini bersifat mengayomi masyarakat lokal.

Dalam kaitan industri pariwisata dengan kebudayaan lokal maka Robert E. Wood dari universitas Massachusetts menulis tentang "Kebudayaan dan Pariwisata Internasional di Asia Tenggara". Dinyatakannya bahwa pariwisata dikawasan Asia Tenggara (Hongkong, Malaysia, Singapura, Taiwan, dan Tailand) berkembang dengan cepat.

Akibat dari pariwisata internasional itu telah terjadi dampak bagi budaya lokal, kebutuhan wisatawan saling berhadapan dengan budaya lokal. Masyarakat lokal yang mempunyai nilai-nilai tradisi ketimuran berhadapan dengan kebutuhan wisatawan yang datang dengan budaya barat. Dengan mengutip pendapat ahli seperti Jucques Bagnicourt, Wood menyatakan bahwa pariwisata telah merusak budaya masyarakat lokal. Hal ini dilihat dari penduduk lokal yang suka meniru-niru wisatawan asing dan sikap wisatawan asing yang merendahkan penduduk lokal. Kerusakan budaya juga terjadi pada penjarahan karya seni dan artefak bersejarah, profanisasi dan vulgari sasi tempat ibadah dan penyimpangan perayaan agama. Namun hal ini baru mendapat perhatian setelah seminar Unesco dan Bank Dunia dengan judul "*Social and Cultural Impact of Tourism*" pada tahun 1976.

Pariwisata Sumatera Barat

Sumatera Barat salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia, berbagai potensi wisata dimiliki daerah ini. Potensi kepariwisataan Sumatera Barat dapat dikelompokkan ke

dalam aset, sarana penunjang kepariwisataan dan perkembangan kunjungan wisatawan. Keindahan alam, budaya, dan sejarah merupakan aset utama dalam kepariwisataan Sumatera Barat. Kekhasan objek wisata alam yang dimiliki Sumatera Barat seperti Ngarai Sianok (Bukittingg), danau Maninjau, danau Singkarak, dan danau Di atas dan danau Di bawah, pantai dan ombak di kepulauan Mentawai (konon terbaik di dunia). Arsitektur tradisional Minangkabau (rumah adat, dan *rangkiang*) dengan bentuk atap *hagonjong*, mesjid-mesjid dan surau tradisional. Aneka kesenian anak nagari seperti tari, randai, ukiran, tenunan, anyaman, dan gerabah. Bermacam makanan seperti randang, sanjai, gelamai, dan batiah, kesemuanya itu merupakan kekayaan budaya yang dimasukkan sebagai aset pariwisata Sumatera Barat.

Prasarana dan sarana yang dimiliki Sumatera Barat seperti jalan raya, kereta api, bandar udara, pelabuhan laut, listrik, telekomoni kasi, air minum, hotel dan perbankan ikut menunjang kepariwisataan. Jalan yang menghubungkan Sumatera Barat dengan propinsi-propinsi tetangga seperti Jambi, Riau, dan Bengkulu cukup baik, malah

jalan tersebut dalam jalur jalan Lintas Sumatera. Begitu juga jalan-jalan yang menuju ke objek wisata dalam kondisi bagus dan lancar. Jalur kereta api yang menghubungkan kota propinsi (Padang) dengan berbagai daerah cukup lancar. Setiap hari kereta api pengangkut batu bara senantiasa melintasi kota Sawahlunto, Solok, Padang panjang, sampai Padang (ke pelabuhan Teluk Bayur). Begitu juga jalur kereta api ke Pariaman yang mengangkut penumpang lancar setiap hari. Bandar udara satu-satunya yang dimiliki Sumatera Barat ialah bandara Tabing di Padang. Dari bandara ini senantiasa ada penerbangan dari/ke Jakarta setiap hari. Penerbangan yang dilayani adalah domestik antar propinsi di samping juga *entry point* bagi penerbangan dari/ke Kuala Lumpur Malaysia dan Singapura. Pelabuhan laut utama Sumatera Barat bernama 'Teluk Bayur' senantiasa beroperasi. Pelabuhan yang berada di kota Padang ini menghadap ke pantai barat Sumatera. Pelabuhan Teluk Bayur senantiasa disinggahi kapal penumpang, dan kapal kecil (penyeberangan) ke kepulauan Mentawai, dan juga kapal angkutan barang, serta sesekali kapal pesiar dari Eropa.

Pelabuhan ini merupakan salah satu pelabuhan alam yang terindah di Indonesia, pulau-pulau kecil diseberang teluk (pelabuhan) menjadi pagar atas gempuran ombak dari lautan samudera.

Selain itu kepariwisataan Sumatera Barat juga ditunjang oleh sarana telekomunikasi, listrik, dan perbankan. Di banyak daerah dan kawasan pariwisata Sumatera Barat jaringan telekomunikasi cukup merata, hampir semua ibu kota kecamatan telah tersambungkan kabel telepon, dan telepon sehulerpun telah banyak ditangkap signalnya dibanyak seluruh wilayah Sumatera Barat. Kapasitas listrik Sumatera Barat sangat memadai, ada tiga pembangkit listrik tenaga air (PLTA) yakni PLTA Batang Agam, Maninjau, dan Singkarak (walau akhir-akhir ini hampir merata seluruh Indonesia terjadi krisis listrik). Kemudian juga ada PLTU Ombilin, PLTD Muara Labuh, dan PLTD Sijunjung. Begitu juga dengan suplai air minum oleh PDAM cukup memadai, berbagai sumber air dapat memenuhi kebutuhan pariwisata dan masyarakat. Sumatera Barat memiliki puluhan sungai dan anak sungai, danau dan telaga, serta ratusan mata air. Begitu juga dengan perbankan

baik milik pemerintah maupun swasta. Perbankan sudah sampai ke seluruh ibu kota kecamatan se Sumatera Barat, bahkan beberapa cabang bank milik 'anak nagari' berada di desa.

Perkembangan kepariwisataan Sumatera Barat semenjak dirintis pada Pelita II cukup baik. Indikatornya dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat. Perkembangan itu tampak sekali dari tahun 1991 sampai 1996, namun setelah itu (1997 sampai 1999) terjadi penurunan sejalan berbagai krisis yang melanda Indonesia. Dari krisis itu berdampak terhadap kunjungan wisatawan ke hampir seluruh daerah di Indonesia dan dengan sendirinya termasuk Sumatera Barat. Walaupun Sumatera Barat termasuk daerah aman di Indonesia setelah Bali namun peningkatan kedatangan wisatawan asing ke Sumatera Barat tidak begitu memperlihatkan peningkatan berarti.

Peningkatan arus kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat secara aktual dapat dilihat pada tahun 1985 ke 1995. Distribusi kunjungan tersebut adalah 16.490 kunjungan wisatawan mancanegara tahun 1985 meningkat menjadi 102.899 kunjungan tahun 1995 (rata-rata laju pertumbuhan

22,6%). Pertumbuhan juga terjadi pada wisatawan nusantara yang pada tahun 1985 berjumlah 250.642 kunjungan, menjadi 780.591 kunjungan pada tahun

1995 (laju pertumbuhan rata-rata 13,4%). Rekapitulasi kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat pada tahun 1991 sampai 1999 dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel
Rekapitulasi Kunjungan Wisman dan Wisnus ke Sumatera Barat

No.	Tahun	Wisatawan Mancanegara		Wisatawan Nusantara	
		Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
1	1991	67.819	39,2%	475.233	13,1%
2	1992	76.174	12,3%	546.473	15,0%
3	1993	83.860	10,1%	639.305	16,9%
4	1994	92.634	10,0%	709.628	11,0%
5	1995	102.899	11,08%	780.591	10,0%
6	1996	108.676	5,58 %	858.612	10 %
7	1997	85.075	-21,71 %	772.786	-10 %
8	1998	51.028	-82,80 %	618.239	-20 %
9	1999	24.325	-105,3 %	679.565	-12 %

Sumber Dinas Pariwisata Sumatera Barat

Perkembangan arus kunjungan wisatawan pada awal 1990-an mendorong berkembangannya usaha industri kepariwisataan Sumatera Barat. Usaha-usaha yang punya kaitan langsung dengan kepariwisataan tersebut seperti biro perjalanan wisata, akomodasi dan restoran, *art shop* (toko cendera mata), dan industri kerajinan menjadi meningkat. Dari data dinas pariwisata Sumatera Barat terlihat peningkatan jumlah hotel bintang pada tahun 1995 yakni sebanyak 20 unit dengan 1.240 kamar, hotel

melati 133 unit dengan 2.126 kamar, dan pondok wisata 22 unit. Begitu pula dengan pertumbuhan biro dan agen perjalanan wisata pada tahun 1995 sebanyak 36 buah.

Peningkatan jumlah tenaga kerja terjadi sebanyak 5,73 % pertahun pada priode 1989-1993, dan meningkat lagi pad priode 1993-1996 sebanyak 11,59% pertahun. Penyerapan tenaga kerja terbanyak dari sektor pariwisata ini adalah sektor usaha akomodasi (53,57%) menyusul rumah makan (39,09%). Untuk

usaha kerajinan dapat dilihat dari daya serap pada toko souvenir sebanyak 1,89%. Sekalipun terjadi penyerapan tenaga kerja melalui sektor kepariwisataan, namun kontribusinya terhadap penyerapan angkatan tenaga kerja Sumatera Barat masih rendah bila dibandingkan total angkatan kerja seluruhnya yang berjumlah 2.348.650 orang (53,53% dari total penduduk). Daya serap kepariwisataan terhadap total angkatan kerja pada akhir 1990-an hanya sebanyak 0,256 %.

Dengan mengacu pada RIPPNAS (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional), maka Pemerintah Daerah Sumatera Barat membuat visi dan misi pembangunan kepariwisataannya. Adapun visi dan misi kepariwisataan Sumatera Barat adalah sebagai berikut.

1. Peningkatan perolehan devisa dan pendapatan daerah (PAD) serta pendapatan masyarakat,
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia kepariwisataan daerah, mencakup pelaku kepariwisataan daerah di sektor publik, swasta dan masyarakat,
3. Peningkatan partisipasi dan kontribusi masyarakat dan pelaku ekonomi menengah ke bawah yang berbasis komunitas dalam upaya

menciptakan kesempatan berusaha dan bekerja seluas-luasnya serta sekaligus upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kualitas desa tertinggal,

4. Pelaksanaannya berpegang teguh kepada adat dan agama masyarakat Sumatera Barat,
5. Peningkatan partisipasi dan dukungan kelembagaan dinas teknis terkait secara sungguh-sungguh dan profesional untuk menciptakan pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan,
6. Penciptaan standarisasi produk dan pelayanan wisata, dan
7. Pemberdayaan Dinas Tingkat II untuk menciptakan sinergitas pembangunan kepariwisataan daerah yang berkaitan erat dengan perluasan otonomi daerah yang berbasis pada daerah tingkat II tersebut (RIPP Sumatera Barat, 1996:9).

Pokok-pokok pikiran yang tergambar dalam RIPP Sumatera Barat di atas, tampaknya konsepsi pembangunan kepariwisataan Sumatera Barat yang pertama dilandasi oleh pertimbangan ekonomi. Pertimbangan-pertimbangan sosio-kultural lebih sebagai kontrol dari

implementasi kebijakan lapangan. Kenyataannya kebijakan pembangunan kepariwisataan di hadapan kepada dua tuntutan, yakni tuntutan progresif-ekonomik dan tuntutan ekspresif-etik. Melalui tuntutan pertama diharapkan terjadinya perubahan ke arah kemajuan yang berbasis ekonomi. Sedangkan melalui tuntutan kedua diharapkan adanya kontrol atas yang diusahakan. Agaknya dalam hal pula timbul kebijakan adanya *clean tourism* (pariwisata bersih). Sedangkan pembangunan ekonomi yang diharapkan dari kebijakan kepariwisataan Sumatera Barat adalah peningkatan partisipasi kelas menengah ke bawah dengan terciptanya kesempatan usaha dan bekerja seluas-luasnya.

Pariwisata Kerakyatan

Akhir-akhir ini dalam dunia kepariwisataan sering terdengar slogan 'pariwisata kerakyatan'. Mungkin di antara kita menangkap makna pariwisata kerakyatan ini adalah pariwisata yang secara ekonomi memihak rakyat. Kalau pandangan kita demikian maka sebagian yang dimaksud itu benar, namun pariwisata kerakyatan tidaklah sekedar pariwisata yang menguntungkan rakyat dari sisi ekonomi

saja. Pertanyaannya adalah mengapa timbul keinginan untuk mengembangkan pariwisata ke rakyat? Untuk membahas hal ini ada baiknya dirujuk pernyataan I Gde Pitana (dosen Pasca Sarjana Kajian Pariwisata UNUD dan Kepala Dinas Pariwisata Bali) yang mengutip keprihatinan masyarakat disekitar objek wisata yakni;

"Wisatawan menginap di hotel berbintang (yang dimiliki oleh orang luar) lalu diatur oleh biro perjalanan yang mengunjungi pedalaman Bali, lengkap dengan bekal dengan berbagai kebutuhan seperti minuman kaleng dan makanan kecil berbungkus plastik. Di pedesaan, mereka menikmati indahnya pemandangan alam, sawah yang herteras, dan kebudayaan Bali yang eksotik, atau berbagai upacara yang dilakukan oleh desa adat dan subak. Setelah puas menyaksikan dan membuat foto, lalu wisatawan digiring makan siang di restoran mewah (yang juga dimiliki oleh orang luar), lalu pulang membeli cenderamata di art shop...lalu, apa yang didapatkan oleh desa adat, yang menjadi obyek dan penyedia atraksi? Tidak ada, kecuali plastik pembungkus makanan dan botol minuman...!" (Pitana, 2000:8)

Mempedomani keprihatinan yang dikemukakan Pitana dengan mengemukakan pendapat benda sa adat (kepala suku) di atas adalah suatu hal yang ironis dalam pariwisata Indonesia selama ini. Rakyat lebih banyak sebagai objek kegiatan pariwisata bukan sebagai subjek yang ikut menentukan dan menikmati 'madu' kepariwisataan. Kebijakan pengembangan dan pembangunan kepariwisataan lebih banyak menguntungkan pihak tertentu saja dalam hal ini adalah mereka yang memiliki modal. Rakyat tidak lebih hanya sebagai sapi perahan yang hanya menyediakan objek atau sebagai objek.

Menyadari hal itu maka dalam pemerintahan sekarang dikembangkan 'pariwisata kerakyatan'. Suatu kegiatan pariwisata yang secara totalitas melibatkan masyarakat atau rakyat. Pariwisata kerakyatan itu sendiri adalah dimiliki serta dikelola oleh masyarakat lokal. Terkadang pariwisata kerakyatan juga disebut dengan *rural tourism*. Di beberapa negara konsep ini telah berkembang sejalan dengan perkembangan konsep-konsep seperti *farm tourism*, *agri tourism*, dan *rural tourism*, atau konsep yang lebih luas, *alternative tourism*. Sebagaimana

dimuat dalam laporan OECD (1992), pengembangan pariwisata desa (*rural tourism*), mulai "ngetren" sejak tahun 1970-an. Secara ringkas *rural tourism* didefinisikan sebagai "*tourism which takes in country side*".

Sementara menurut (Pitana, 2000:1) *rural tourism* dicirikan oleh sedikitnya intervensi terhadap lingkungan alam, kegiatan pariwisata lebih banyak di ruang terbuka, usaha pariwisata berskala kecil dan dimiliki serta dikelola oleh masyarakat lokal, kentalnya hubungan antara tamu dan masyarakat, dan sebagainya. *Rural tourism* ini berkembang karena adanya tuntutan pasar, yang terkait dengan banyak hal. Diantaranya, makin tertariknya wisatawan kepada aktivitas *outdoor*, meningkatnya hari libur (*leisure time*), mencuatnya isu lingkungan, meningkatnya nilai keaslian (*authenticity*) di kalangan wisatawan, dan keinginan untuk melakukan '*real travel*' yang benar-benar memperkaya pengalaman dan sedikit ada sifat petualangan. Dengan kata lain, adanya pencairan terhadap *locality*, *authenticity*, dan *uniqueness*.

Dalam pariwisata kerakyatan tidak hanya dilihat dari sisi keuntungan ekonomi saja. Keterlibatan masyarakat lokal

dalam merencanakan dan mengatur bentuk kepariwisataannya pasti tidak terlalu banyak merusak tatanan budayanya. Masyarakat lokal mempunyai kearifan tradisional dalam mempertahankan nilai keasliannya dan mengelola dilingkungannya. Dalam masyarakat Sumatera Barat (Minangkabau) kearifan itu tergambar dalam pituah adatnya *alam takambang jadikan guru* (alam terkembang tempat belajar menimba pengalaman). Alam sebagai tempat belajar bagi masyarakat Minangkabau tidak mungkin akan dirusaknya dengan semena-mena. Begitu juga dalam mempertahankan nilai-nilai keaslian akan dijumpai pernyataan *babuhua mati* (bersimpul mati) yang berarti tidak mungkin dirusak. Sesuatu yang tidak akan lapuk karena hujan dan tidak lekap karena panas.

Memang selama ini belum dilihat langsung pengembangan kepariwisataan Sumatera Barat akan merusak nilai-nilai adat, namun kecenderungan arah itu nampak. Misalnya dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata satu daerah kurang melibatkan komponen masyarakat setempat. Para alim ulama, kaum adat, bundo kanduang, dan tokoh masyarakat dibiarkan dalam konsep mereka sendiri

sendiri memandang kepariwisataan, sedangkan perencana dan pengembang (apakah pemerintah dan swasta) dalam konsep mereka pula, kita belum sejiwa dan sekata (*sa ciok bak ayam sa dancing bak basi*). Bila hal ini terus menerus berlanjut dua kerugian pasti akan dituai pertama nilai dan adat setempat terganggu dan kegiatan pariwisata itu tidak pernah menguntungkan ekonomi rakyat setempat.

Sebagaimana dipahami banyak orang bahwa pariwisata berkaitan dengan ekonomi, maka pariwisata kerakyatan pun terkait dengan ekonomi. Hanya saja bentuk pariwisata ini diharapkan dapat menguntungkan banyak pihak terutama rakyat setempat. Sehingga rakyat tidak sebagai penonton dan penerima limbah pariwisata seperti pernyataan bandesa adat di Bali. Maka sejalan dengan itu Menparbud Ardika menyarankan, jangan menempatkan pariwisata sebagai sumber utama PAD, tetapi jadikanlah pariwisata sebagai alat menggerakkan ekonomi agar bergulir, dan dengan sendirinya memberikan kesejahteraan bagi masyarakat.

Bagaimana pun pariwisata yang ingin kita kembangkan alangkah baiknya kita perhatikan

hasil kongres kebudayaan 1991 tentang pengembangan pariwisata Indonesia, yakni sebagai berikut.

"(1) Walaupun pariwisata diharapkan untuk menghasilkan keuntungan-keuntungan ekonomis, namun pembinaan dan pengembangan kebudayaan nasional harus tetap ditingkatkan dalam usaha-usaha pariwisata, (2) Dalam pengembangan usaha-usaha pariwisata secara ekonomi, kepentingan masyarakat umum khususnya yang berkaitan dengan berpenghasilan rendah harus diperhatikan, dan kelestarian lingkungan diperhatikan, (3) Adalah suatu kenyataan umum pariwisata selalu membawa dampak positif dan negatif. Dalam usaha-usaha kepariwisataan harus dihindari dampak

negatif atau paling tidak diminimalkan. Dalam hubungan ini masyarakat perlu diberikan kesempatan untuk turut serta dalam mengambil keputusan", (Depdikbud, 1992:97).

Penutup

Kegiatan pariwisata akan membuat silang budaya global, suka atau tidak dia akan berlangsung. Banyak keuntungan didapat bila kita mampu mengemas pariwisata dengan baik, sebaliknya terjadi dampak negatif baik secara ekonomi apalagi secara budaya. Untuk mengurangi dampak negatifnya maka sangat diperlukan melibatkan masyarakat setempat dalam mengembangkan pariwisata.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Azhari 1997. "Peranan Seni dan Budaya Minangkabau Dalam Pembangunan Pariwisata" dalam *Jurnal Palanta Seni Budaya*, No 2 bulan September, ASKI Padangpanjang, hal. 16-30.
- Adirozal, 2001 "Budaya Lokal dalam Konteks Budaya Global: Eksistensi Kesenian Tradisional dalam Industri Pariwisata" dalam *Jurnal Eksperisi Seni*, Vol 1 September, STSI Padangpanjang.
- , "Usaha Gerabah Untuk Cenderamata Dalam Pariwisata Sumatera Barat: Kasus Usaha Gerabah di Andaleh Kab. 50 Kota" . Tesis S2 Kajian Budaya(Pariwisata) Universitas Udayana Bali.

- Bagus, I Gusti Ngurah (ed.) 1997. "Masalah Kebudayaan dan Pariwisata Dalam Pembangunan". Denpasar : Program Studi Magister (S2) Kajian Budaya Universitas Udayana.
- Boediardjo, 1993. 'Pariwisata dan Kebudayaan di Indonesia: Pengaruh Kebudayaan Terhadap Kehidupan Budaya Bangsa' dalam "Kongres Kebudayaan 1991: Kebudayaan Nasional: Kini dan di Masa Depan". Jakarta: Dirjen Kebudayaan DEPDIBUD.
- Dahles, Heidi dan Karin Baras, 1999. *Tourism and small Entrepreneurs: Development, National Policy, and Entrepreneurial Culture: Indonesian Cases*. New York, Sydney, Tokyo: Cognizant Communication Corporation.
- Dinas Pariwisata Sumatera Barat 1998. "Analisis Kunjungan Wisata Mancanegara ke Sumatera Barat Tahun 1997". Padang.
- 1999. "Pariwisata Sumatera Barat Dalam Angka". Padang.
- Geriya, Wayan 1996. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global: Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*. Denpasar: Upada Sasrta.
- Hasanudin 1999. "Clean Tourism, Konflik dan Konformitas". Tesis S2 Kajian Budaya Universitas Udayana, Bali.
- Holloway, J Chistoper 1994. *The Businis of Tourism*. London: Pitman Publishing.
- Kadt, Emanuelle 1979. *Tourism Pasport to Development?* Published for The Word Bank Unesco Oxford University Press.
- Mill, Robert Cjistic, 1990. *Tourism the International Business*. Singapore: Prentice Hall Internatonal, Inc.
- Pitana, I Gde 1999. "Internasionalisasi dan Tradisonalisasi: Pariwisata dan Dinamika Sosial Budaya Masyarakat Bali". Materi Matrikulasi S2 Kajian Budaya Universitas Udayana, Bali, 1999/2000.
- 2000 "Pariwisata Kerakyatan dan Pariwisata Pedesaan dalam Pariwisata Bali". Denpasar: Univ. Udayana.
- Smith, Valene L. (ed) 1989. *Host and Guests, The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of pennsylvania.
- Spillane, James J. 1999. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

- 2000. **Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan**. Yogyakarta: Kanisius dan Lembaga Studi Realino.
- Yoeti. H. Oka A. 1994. **Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata**. Bandung : Angkasa.
- 1996. *Anatomi Pariwisata*. Bandung : Angkasa.