

MENDAYAGUNAKAN BUDAYA MINANGKABAU SEBAGAI DAYA TARIK INDUSTRI WISATA DI SUMATERA BARAT

Oleh:
Wisran Hadi

Pengantar

Boleh jadi semua orang sependapat bahwa, hasil usaha manusia sepanjang hidup untuk memenuhi berbagai hasrat dan keinginannya yang disebut dengan *budaya* itu, dibentuk, dijaga, dipertahankan, dikembangkan dan tidak ada pikiran untuk menjualnya. Jika ada pikiran untuk menjual hasil budaya, event-event budaya dan beragam bentuk kesenian, pikiran demikian datang kemudian, di luar usaha pembentukan budaya itu sendiri.

Menjual hasil budaya, dengan bahasa yang lebih beradab; industri wisata adalah usaha yang datang dari pemikiran komersial.

Namun hal itu tidak mengapa, asal saja jangan sampai hasil-hasil budaya yang sudah terbentuk sebegitu lama, akhirnya takluk oleh selera pasar yang tidak menguntungkan untuk perkembangan kebudayaan itu sendiri.

Apakah memang ada yang akan dijual atau apakah memang ada pembelinya, atau apakah barang yang kita jual itu laku atau tidak, itu adalah persoalan lain lagi.

Jika timbul pemikiran bahwa budaya Minangkabau itu perlu diberdayagunakan untuk menjadi daya tarik wisata, tentu pemikiran tersebut harus dilengkapi dulu dengan jawaban atas beberapa pertanyaan, antara lain; aspek-aspek apa saja yang akan diberdayagunakan dari sebuah kebudayaan seperti kebudayaan Minangkabau itu; bagaimana usaha dan strategi memberdayagunakannya; berapa lama proses yang diperlukan untuk memberdayagunakan budaya itu; dan pertanyaan yang paling mendasar adalah; kenapa budaya itu harus diberdayagunakan, apakah tidak ada daya tarik lain yang dapat diusahakan oleh sebuah industri yang bernama industri wisata ini? Sedangkan beberapa pertanyaan lainnya seperti; siapa yang akan memberdayagunaan, berapa biaya pemberdayagunakan, kerugian dan keuntungan apa yang diperoleh dari sebuah

pendayagunaan kebudayaan, tentulah memerlukan jawaban yang lebih khusus dan lebih rinci lagi.

Dalam kondisi dunia kepariwisataan di Indonesia dan di Sumatera Barat khususnya, secara implisit dirasakan adanya semacam pemaksaan dan sekaligus pelecehan terhadap budaya-budaya yang ada di nusantara ini. Hal ini terlihat pada pemilihan istilah; budaya lokal. Pertanyaan yang timbul dari pemakaian istilah ini adalah; kalau ada budaya lokal, budaya nasional yang mana? Siapa pendukung budaya lokal dan siapa pendukung budaya nasional? Apakah semua apa yang dilakukan orang di ibukota negara dapat atau harus disebut sebagai budaya nasional? Jika kita sama-sama menghormati dan menghargai budaya masing-masing etnis, seharusnya istilah *budaya lokal* diganti dengan nama-nama yang telah melekat pada budaya itu, misalnya; budaya Minangkabau, budaya Sunda, budaya Jawa, budaya Bugis dstnya.

Tidak ada budaya Jakarta, yang ada budaya Betawi misalnya.

Jika kita sudah sependapat untuk memilih dan memakai kata budaya Minangkabau dan bukan lagi budaya lokal, barulah kita dapat melanjutkan pembicaraan tentang bagaimana usaha untuk menjadikan budaya Minangkabau menjadi daya tarik dalam industri wisata. Tentu akan timbul juga beberapa persoalan lain; benarkah budaya Minangkabau dapat menjadi daya tarik pariwisata? Budaya Minangkabau yang mana? Yang Ideal? Yang sudah amburadul seperti sekarang? Atau budaya Minangkabau yang akan datang, yang mungkin tidak jelas lagi rujukan dan nilai-nilainya? Bagian yang mana dari budaya Minangkabau yang dianggap dapat sebagai daya tarik? Ukuran siapa atau siapa yang menentukan tertarik atau tidaknya suatu bagian dari budaya Minangkabau itu? Yang akan ditarik itu wisatawan mana? Dalam atau luar negeri? Luar negerinya mana? Eropa, Timur Tengah, Asia, Amerika?

Dilema kepariwisataan Sumatera Barat dari tahun ke tahun

Masalah industri wisata di Sumatera Barat mempunyai berbagai masalah krusial yang itu ke itu juga sejak dulu; semangat komersialisme dalam industri wisata, nilai-nilai budaya tradisi yang dianggap sublim dan abiguitas, masyarakat Minangkabau yang masih ragu berada dipersimpangan tradisionalisme dan kemoderenan, kondisi dan situasi birokrasi yang tidak stabil. Di samping itu, pelaku budaya dan penjual budaya masing-

masing berada situasi yang dikotomis; di satu pihak budaya diartikan secara sempit oleh penjual budaya, sedangkan bagi pelaku budaya, kebudayaan diartikan sesuatu yang mapan.

Kondisi seperti ini terus berlangsung dan masing-masing pihak atau satu sama lain tidak pernah melakukan suatu pembicaraan bersama yang serius, sejauh mana dan apa-apa saja yang boleh “dijual” untuk kepentingan pariwisata dan apa-apa saja yang tidak mungkin dijual. Juga tidak pernah diberikan batasan yang tegas, pariwisata dalam ukuran selera pelaksana penjual atau selera wisatawan itu sendiri. Hal yang sama yang juga tidak pernah dilakukan usaha untuk mempertegas batas antara; pariwisata untuk kepentingan politik atau kepentingan budaya itu sendiri terutama di dalam arena publik.

Negara Republik Indonesia tercinta ini, walau semua orang sudah bicara tentang otonomi daerah, namun dalam sektor ke pariwisataan, tetap saja dilatarbelakangi pikiran-pikiran sentralistik, sebagaimana dulu sebelum adanya isu otonomi. Artinya, pengertian dan kebijakan kepariwisataan daerah tetap mengacu pada pengertian dan kebijakan pusat. Istilah *budaya lokal* muncul dalam tataran pikiran seperti ini. Tidak pernah ada keinginan untuk membenarkan perlu adanya perbedaan dan variasi daerah. Semua pikiran tertuju untuk *penyeragaman*. Pariwisata maupun kebudayaan dari setiap etnis seakan tidak termasuk bagian dalam otonomi daerah.

Sebagai contoh, mari kita lihat bagaimana kebijakan kepariwisataan yang diusahakan seragam untuk seluruh daerah budaya.

Bali dengan segala keunggulan kepariwisataannya; budaya, seni, pengelolaan, sikap masyarakat, nilai-nilai agama **telah dijadikan tolok ukur atau rujukan dalam pengelolaan pariwisata di Sumatera Barat.**

Jakarta sebagai kota metropolitan dengan segala keleluasaan dan kebebasan yang tumbuh dalam masyarakatnya **telah dijadikan rujukan untuk keleluasaan dan kebebasan masyarakat Minangkabau.**

Tidak ada usaha yang nyata dan terencana untuk membuatkan filter atau pembatasan-pembatasan yang patut dalam usaha melestarikan nilai-nilai budaya atau kekhasan masing-masing budaya.

Kesuksesan sebuah kegiatan industri pariwisata diukur menurut ukuran dan kacamata aparat dinas pariwisata, tanpa mengevaluasi secara jujur dan bertanggung

jawab, misalnya; sudah berapa biaya yang dikeluarkan untuk promosi pariwisata dan sudah berapa divisa yang masuk dari wisatawan. Apakah sudah tercapai perimbangan pembiayaan antara ongkos yang dikeluarkan dengan devisa yang masuk.

Yang paling tidak pernah dipertanggung jawabkan adalah; sudah seberapa kerusakan yang terjadi dalam dunia kesenian dan masyarakat pendukungnya setelah kesenian-kesenian itu diobok-obok petugas pariwisata yang berselera rendah dan vulgar?



Mendayagunakan budaya Minangkabau.

Kesenian tradisi Minangkabau banyak sekali macam dan ragamnya, namun tidak semua kesenian itu pantas atau dapat dijual. Ada event-event budaya dan kesenian yang tidak untuk dijual dan tidak perlu dijual. Ada kesenian-kesenian tradisi yang harus *disesuaikan* dengan nilai-nilai agama yang dianut masyarakat Minangkabau itu sendiri. Kesenian tradisi yang harus dipertahankan adalah kesenian tradisi yang tidak menyalahi nilai-nilai dan aturan-aturan agama. Kesenian tradisi yang diminati turis tetapi tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya masyarakat tidak perlu dilestarikan.

Namun semua penampilan dan kegiatan kesenian tradisi tanpa pandang bulu dikangkangi oleh Dinas Pariwisata baik yang di daerah-daerah maupun propinsi tanpa ada pengawasan terhadap mutu dan nilai-nilainya.

Bagi industri pariwisata yang penting baginya kesenian tradisi itu ada. Kalau tidak ada, diada-adakan. Sesuai atau tidak menurut nilai-nilai budaya dan agama masyarakat Minangkabau tidak pernah menjadi persoalan yang serius.

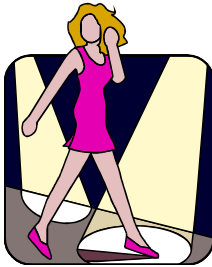
Pendekatan yang dilakukan beberapa oknum Dinas Pariwisata kepada masyarakat pemilik kesenian dan budaya itu sangat tidak bersahabat, justru semakin menjadi arogan. Apalagi menyangkut masalah anggaran dan penghargaan yang harus diterima oleh seniman-seniman pelaku seni tradisi itu sendiri.

Banyak janji yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Pariwisata akhirnya hanyalah kemasam politik bagi melegalisir orang-orang Dinas Pariwisata untuk pergi melalanguana ke seluruh jagat raya dengan alasan promosi pariwisata.

Di bawah ini ditampilkan sebuah contoh kecil tentang bagaimana arogansinya pihak Dinas Pariwisata di Sumatera Barat.

Masyarakat Sumatera Barat yang berbudaya Minangkabau (*masyarakat etnis lain yang tidak berbudaya Minang, tidak termasuk dalam pembicaraan ini*) melalui beberapa budayawan dan wartawan sudah berkali-kali menegur pihak Dinas Pariwisata baik dalam berbagai dialog, diskusi maupun di surat-surat kabar agar sesegeranya menghentikan kegiatan Uni Uda karena tidak sesuai dengan nilai-nilai, citarasa, kepatutan dan kepantasan dalam kehidupan sosial masyarakat Minangkabau. Uni Uda bukan sebuah bentuk kesenian tradisi Minangkabau yang harus dilestarikan. Uni Uda bukan bagian dari budaya tradisi Minangkabau. Uni Uda itu tidak memberikan signifikansi apa-apa terhadap peningkatan industri wisata.



Justru, dengan mempertahankan Uni Uda menyebabkan citra budaya Minangkabau tidak lagi menjadi spesifik. Belum ada bukti nyata bahwa Uni Uda adalah bagian dari daya tarik pariwisata Sumatera Barat.

Jadinya, budaya Minangkabau sudah sama saja dengan budaya bukan Minangkabau. Akan tetapi pihak Pemerintah Daerah Sumatera Barat dengan seluruh tingkat serta Dinas Pariwisatanya sampai sekarang tidak menggubris aspirasi masyarakat ini. Seakan-akan mereka secara bersama-sama sepakat untuk melakukan pembohongan publik; bahwa dengan digalakkannya program Uni Uda, industri wisata Sumatera Barat maju. Namun secara objektif, tidak pernah ada bukti-bukti atas kemajuan itu yang dapat dipertanggung jawabkan baik secara moral maupun secara keilmuan. Maju atau tidaknya industri wisata Sumatera Barat adalah karena keunikan budayanya, tinggi dan terhormatnya kedudukan perempuan dalam sistim matrilineal, beragamnya kesenian tradisinya, nilai-nilai

kemasyarakatannya yang tinggi, bukan karena cantik dan genitnya Uni Uda yang menunggu di lapangan terbang. Program Uni Uda hanyalah jiplakan dari program Dinas Pariwisata di daerah lain dan sengaja dipromosikan oleh orang-orang tertentu untuk mengaburkan keunikan, kekhasan dan nilai-nilai budaya masyarakat Minangkabau itu sendiri.

Contoh lain adalah; Dinas Pariwisata mengumpulkan semua pimpinan randai se Sumatera Barat untuk ditatar. Isi penataran itu adalah; bagaimana memperingkas sebuah cerita randai agar tidak membosankan para turis. Jadi meringkaskan cerita randai bukan untuk kepentingan kebudayaan tetapi kepentingan segelintir pejabat Pariwisata yang mengatas namakan wisatawan. Apa benar pejabat Pariwisata itu tahu selera seni seorang turis?

Contoh yang paling parah adalah penyebaran buku-buku di beberapa objek wisata yang tidak pernah diawasi. Buku-buku yang menyesatkan, yang tidak terdaftar dalam penerbitan buku secara nasional yang tidak mempunyai ISBN dan tidak sesuai dengan sumber-sumber kesejarahan bertebaran dan dijual bebas. Seharusnya informasi yang disebarkan kepada masyarakat dan wisatawan harus jelas, mana yang sejarah, legenda, mitologi atau *ota* dari pejabat-pejabat pariwisata di lapangan. Ketika beberapa ahli dan pemerhati mengajukan koreksian akan hal ini, Dinas Pariwisata tidak pernah menggubrisnya sebagai sebuah kontrol sosial masyarakat yang juga punya kepedulian terhadap sejarah, adat dan budaya Minangkabau.

Banyak contoh lain di lapangan yang tak berkeruncingan, tetapi tidak pernah seorangpun pejabat Pariwisata mau mengangkatnya menjadi sebuah persoalan serius, persoalan yang dapat merusak kebudayaan dan kesenian Minangkabau itu sendiri. Karena apa? Karena visi kepariwisataan kita masih sebatas menjual pemandangan-pemandangan alam saja.

Diharapkan para pakar, stakeholder, politisi dan birokrat yang berasal, bermukim dan bekerja di Sumatera Barat ini jika benar-benar serius mau mendayagunakan budaya Minangkabau untuk daya tarik industri wisata, beberapa usaha ke arah itu dapat dilakukan, antara lain;

- Soal berapa banyaknya pemandangan indah, danau, ngarai, sungai, pantai di Sumatera Barat itu bukanlah prestasi kerja Dinas Pariwisata, tetapi adalah rahmat yang disediakan Allah kepada ummat manusia.
- Dinas Pariwisata selama ini tidak pernah punya andil dalam membina kesenian-kesenian tradisi Minangkabau, kecuali beberapa kelompok asuhannya sendiri. Oleh karena itu, secara moral mereka tidak sepatutnya ikut mencampuri bentuk dan nilai-nilai yang ada dalam kesenian tradisi. Serahkan saja kepada ahlinya. Biarkan masyarakat itu sendiri yang menentukan sebuah bentuk kesenian bisa berkembang atau mati sesuai dengan kondisi dan citarasa mereka. Kegiatan-kegiatan kesenian tradisi tidak perlu dicurigai, sebagaimana kecurigaan terhadap kegiatan-kegiatan politik.
- Masyarakat Minangkabau harus selektif terhadap event-event budaya dan keseniannya. Mana yang dapat dijual dan mana yang tidak perlu dijual. Tidak semua yang bisa dijual bisa menguntungkan dan tidak semua yang tidak terjual itu buruk.
- Kepariwisatahan harus diartikan sebagai aktivitas budaya milik publik, bukan sebagai bagian dari usaha memenuhi keinginan beberapa pejabat pemerintah yang ditugaskan untuk urusan pariwisata, apalagi dengan semangat untuk hanya memenuhi target-target kegiatan.
- Promosi pariwisata harus dilakukan secara terencana dan terprogram melalui media massa, film, buku-buku bermutu yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya secara ilmiah.
- Kesenian-kesenian bermutu, baik yang tradisi maupun yang modern serta event-event budaya harus diberi kesempatan untuk dihadirkan ke tengah masyarakat secara terencana, kontinyu dan tidak pilih kasih. Wisatawan darimanapun akan tetap menikmati apa yang dinikmati masyarakat di daerah itu.



Dalam budaya Minang, tidak ada kesenian untuk wisatawan.

- Promosi pariwisata dengan membawa rombongan istri-istri pejabat didampingi Uni Uda ke luar negeri yang tidak ada kaitannya dengan pariwisata adalah pemborosan

dan merugikan negara. Perlu diadakan pemeriksaan dan audisi terhadap anggaran-anggaran kesenian yang telah dibelanjakan dengan mutu kesenian yang telah dicapai.

- Keberhasilan pariwisata harus dapat diukur dengan meletakkan nilai-nilai standar yang diakui oleh para ahlinya berdasarkan kearifan lokal, nilai-nilai budaya yang dianut masyarakat pendukungnya, bukan hanya oleh pihak penguasanya.
- Para penjual jasa dalam industri wisata dan pemerintah harus meletakkan dirinya secara profesional. Karya-karya seni haruslah menjadi otoritas dan milik daripada senimannya baik kesenian tradisi maupun kesenian modern.
- Hak cipta karya-karya seni harus diakui dan dihargai sesuai dengan undang-undang hak cipta negara republik Indonesia. Dinas Pariwisata harus dapat melindungi pelanggaran-pelanggaran terhadap hak cipta, baik hak cipta karya kreatif maupun hak cipta karya keilmuan.
- Semua petugas dan pejabat pariwisata harus punya pengetahuan yang memadai dan jujur dalam mengungkapkan data-data sejarah, kebudayaan dan kesenian yang ada di Sumatera Barat. Koordinasi antara pejabat dinas pariwisata harus berada dalam pola dan disiplin yang sejalan satu dengan lainnya.
- Pemerintah dalam hal ini pejabat pariwisata seharusnya tidak langsung menjadi pelaksana tetapi menjadi fasilitator dalam pengelolaan pariwisata.

Sebagai penutup, tentulah sebuah jawaban terhadap pertanyaan sebagaimana judul pembicaraan ini; apa-apa saja yang dapat diberdayagunakan untuk jadikan daya tarik industri wisata di Sumatera Barat? Jawabannya adalah; semuanya dapat dijadikan daya tarik, termasuk dusta-dusta budayanya. ***

Padang 1 Juni 2007

Alamat:
Jalan Gelugur Blok H no. 2
Wisma Indah II
Padang 25142
Telp. 0751 7052174

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.