

RESEP KOREA JUAL PARIWISATA (Catatan perjalanan Rektor UMP ke Korea)

29 Januari 2015, kategori Artikel hits 9640



Apa yang kita bayangkan tentang Korea? Mungkin bayangan kita adalah ginseng, K-Pop, dan handphone merk tertentu. Tapi ternyata Korea punya banyak obyek wisata lain, yang juga banyak dimiliki Indonesia. Hanya karena pengelolaan dan pengemasannya yang baik, industri pariwisata di sana lebih maju sehingga menghasilkan devisa. Apa resepnya?

Pelayanan Kelas Dunia.

Republik Korea atau Korea Selatan (yang umumnya disebut Korea oleh orang Indonesia), adalah negara Asia Selatan yang meliputi bagian selatan semenanjung Korea. Negeri dengan penduduk sekitar 50 juta orang tersebut merupakan salah satu negara dengan pendapatan perkapita terbesar di Asia, yakni 26.000 US Dollar per tahun. Bandingkan dengan Indonesia yang baru mencapai 4.700, dan Thailand 10.000 US Dollar per tahun. Padahal pada

tahun 1950 an, Korea Selatan masih termasuk kategori Negara termiskin di Asia dengan pendapatan perkapita di bawah 100 US Dollar, akan tetapi dalam jangka waktu 60 tahun mereka telah berhasil melipatgandakan pendapatan perkapita sebanyak 250 kali lipatnya. Negeri dengan alam yang tandus dan minim sumber daya alam tersebut, bahkan diprediksikan akan menjadi Negara terkaya ke-2 di dunia pada tahun 2025.

Berdasarkan penuturan pemandu wisata kami, berkembang pesatnya perekonomian Korea Selatan, lebih karena dorongan strategi pembangunan yang jitu, yakni pengembangan industri yang berorientasi ekspor dengan didukung dengan pembenahan infrastruktur dan penciptaan iklim investasi yang kondusif. Pada intinya, orientasi pembangunannya ditujukan untuk mengembangkan sistem pelayanan kelas dunia, sehingga seluruh elemen masyarakatnya, dari rakyat jelata sampai pejabat birokrasi, memiliki kesadaran kuat tentang pentingnya disiplin, kerja keras, kejujuran dan akuntabilitas. Semua kerja keras itu ditujukan untuk memberikan pelayanan publik yang prima berstandar internasional, khususnya bagi para investor. Hasilnya, negara yang dulunya hanya mengandalkan ekspor hasil pertanian, termasuk ginseng, sekarang telah berkembang menjadi negara industri. Saat ini, ekspor utama Korea adalah barang-barang elektronik, mobil, dan minyak jadi. Uniknya, Korea tidak memiliki sumber minyak mentah tetapi telah menjadi negara pengeksport minyak jadi. Meskipun demikian, saat ini, industri jasa, seperti pariwisata, musik, dan *fashion*, juga telah memberikan sumbangan besar bagi perekonomian mereka.



Kemasan Obyek Wisata

Salah satu kelebihan orang-orang Korea dalam mengelola industri pariwisata adalah kemampuan mereka menciptakan *brand-image* bahwa Korea adalah destinasi wisata berkelas dunia. Jika ditinjau dari keindahan obyek wisata yang dijual, sebenarnya tidaklah terlalu menarik. Sebagai contoh, keadaan alam di pulau Jeju, yang dianggap sebagai pulau destinasi utama wisata di Korea, tidaklah sebagus obyek-obyek wisata di pulau Bali. Hanya karena kepiawaian mereka dalam mengemas obyek tersebut, telah menjadikan Jeju Island terkenal ke seluruh dunia. Contoh lain adalah Nami Island, yang menjadi terkenal karena menjadi lokasi shooting beberapa drama Korea seperti Winter Sonata. Dari sisi bentuk dan posisi, pulau ini agak mirip dengan pulau Telo di Kuala Kapuas, akan tetapi karena pengelolaannya yang baik, dan dibantu dengan promosi yang terintegrasi dengan dunia hiburan dan industri film, maka keberadaan pulau Nami menjadi terkenal di dunia.

Ada kejadian unik tentang kepiawaian cara orang Korea mengemas destinasi pariwisata ini. Dalam promosi di internet dan di banyak tempat di Korea, disebutkan bahwa ada satu tempat yang disebut sebagai *mysterius road*, yakni sebuah jalan raya yang dipromosikan sebagai tempat terjadinya kebalikan dari teori gravitasi bumi. Dalam pengantar promosi disebutkan bahwa pada jalan sepanjang 1,5 km itu, gravitasi bumi terletak di atas, bukan di bawah. Disebutkan pula bahwa pada sepanjang jalan itu ada semacam gaya magnet bumi yang menarik ke atas, seperti kejadian di Jabal Magnet di sekitar kota Madinah, Arab Saudi. Setelah kita kunjungi, ternyata yang dimaksud adalah kejadian seperti adanya gravitasi bumi menarik ke atas, yang dibuktikan dengan kemampuannya menarik kendaraan roda 4, termasuk bus yang kami tumpangi, pada jalan raya yang terkesan menanjak, padahal mesin mobilnya dalam keadaan mati. Pada kenyataannya, sebenarnya hal itu terjadi karena kondisi jalan *mysterius road* memang menurun, hanya karena ada semacam tipuan optic, termasuk diantaranya karena posisi pohon-pohon yang ditanam di sepanjang jalan itu dibuat agak miring, sehingga terkesan jalan itu menanjak. Ketika teman-teman kita ajak untuk menggelindingkan botol air kemasan yang terisi penuh, ternyata botol itu menggelinding ke bawah. Artinya, sebenarnya tidak ada fenomena aneh pada jalan tersebut, hanya kemampuan orang Korea mengemas fenomena tipuan optik tersebut, yang menyebabkan *mysterius road* menjadi destinasi wisata.



Kebijakan Strategis Pariwisata

Karena telah menjadi industri, maka pariwisata di Korea mendapat perhatian serius dari pemerintah. Pembenahan

infrastruktur secara besar-besaran, dengan tetap mempertahankan budaya khas Korea, telah membuat wisatawan mancanegara menjadi nyaman untuk tinggal di Korea. Faktor infrastruktur ini menjadikan wisatawan betah tinggal di Korea. Kabarnya, pemerintah Korea Selatan tahun ini telah menganggarkan lebih dari 23 Milyar US Dollar untuk membangun infrastruktur, antara lain wahana wisata dan lebih dari 5000 kamar hotel. Kebijakan ini menyebabkan harga kamar hotel berbintang menjadi terjangkau bahkan oleh *backpacker* sekalipun.

Selain itu, kenyamanan wisatawan saat mengunjungi obyek wisata juga terjamin. Kita tidak menemukan tempat-tempat wisata yang sesak dengan pedagang kaki lima, karena para pedagang telah dilokalisir pada tempat tertentu secara rapi. Kita juga tidak menemukan pedagang-pedagang asongan yang memaksa menawarkan barang dagangan ke wisatawan, sebagaimana sering kita temukan di tempat-tempat wisata di Indonesia. Soal kebersihannya jangan diragukan, termasuk untuk fasilitas umum seperti di toilet, Dengan kenyamanan itu, jumlah kunjungan ke Korea meningkat lebih dari 14% pertahun, bahkan ketika industri pariwisata di Asia menjadi lesu karena isu virus flu H1N1. Pemerintah Korea menargetkan sekitar 20 juta wisatawan mancanegara berkunjung pada tahun 2020. Bandingkan dengan pertumbuhan tingkat kunjungan wisatawan di Indonesia yang hanya mencapai 9,39%.

Faktor kedua, keberhasilan ini diterkait dengan strategi pemasaran secara agresif di luar negeri. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah melalui *Hallyu*, yaitu gelombang budaya pop Korsel yang berhasil dipromosikan ke wilayah Asia.



Pengaruh Hallyu

Hallyu atau Korean Wave, adalah istilah yang diberikan untuk penyebaran budaya pop Korea secara global ke berbagai Negara di dunia. Hallyu pada kenyataannya telah memicu banyak orang untuk mempelajari budaya dan bahasa Korea. Hal ini turut mendorong tumbuhnya industri pariwisata Korea. Menurut pemandu wisata kami, pemerintah Korea juga turut mendorong mewabahnya Hallyu, antara lain dalam bentuk berbagai kebijakan yang ditujukan untuk menghindarkan masyarakat Korea dari gempuran industri entertainment negara lain. Dukungan dari pemerintah juga diwujudkan melalui berbagai event seni dan budaya seperti festival-festival film dan musik bertaraf internasional. Kebijakan ini akhirnya menjadikan orang Korea berupaya menciptakan serta mencintai produk-produknya sendiri. Rasa kecintaan dan kebanggaan terhadap produk dalam negeri, menyebabkan mereka mampu menjadi *trendsetter* bagi masyarakat Korea bahkan untuk masyarakat internasional. Bahkan saat ini, untuk membawa keluar tanaman dan akar ginseng Korea yang terkenal itu, diperlukan ijin khusus. Ginseng dengan kualitas tinggi ini merupakan ginseng berusia di atas 6 tahun, hanya dijual di toko-toko resmi milik pemerintah. Kebijakan ini tampaknya ditujukan untuk menjaga citra ginseng sebagai simbol Korea. Hal ini juga melambangkan nasionalisme bangsa Korea. Ternyata, nasionalisme yang tinggi juga dapat menumbuhkan industri pariwisata.

Kapan ya, sisa nasionalisme yang masih dimiliki oleh orang Indonesia dapat dimanfaatkan untuk mendorong kemajuan bangsa, termasuk dunia pariwisata ?