

TAJUK RENCANA

Momentum Kebangkitan Pariwisata DIY

DIPERBOLEHKANNYA mudik Lebaran tahun ini akan berdampak signifikan bagi kebangkitan pariwisata, khususnya di DIY. Diprediksi tempat-tempat wisata di DIY bakal dibanjiri pengunjung. Pembatasan pun makin dilonggarkan seiring tren menurunnya kasus konfirmasi positif Covid-19 di DIY. Namun begitu, bukan berarti kewaspadaan mengendur, justru sebaliknya kehati-hatian harus ditingkatkan. Sebab, pandemi Covid-19 belum benar-benar berakhir. Kita baru menuju transisi menuju fase endemi.

Kita membayangkan pada masa Lebaran tahun ini seluruh destinasi wisata diserbu pengunjung dari berbagai daerah. Mereka seolah hendak membalas dendam setelah sekian lama tak melancong ke tempat wisata, atau lebih dikenal dengan istilah eRevenge Tourism. Istilah ini sebenarnya marak sejak 2020 ketika orang-orang hendak meluapkan kegebirahan dengan mengunjungi tempat-tempat wisata, namun ternyata pembatasan cukup ketat.

Kini istilah eRevenge Tourism kembali muncul dengan suasana yang berbeda, karena berbagai pembatasan telah dilonggarkan, terutama menyangkut kapasitas wisatawan. Meski demikian, skenario tetap harus dilakukan, antara lain dengan menggunakan aplikasi PeduliLindungi. Sayangnya, belum semua area publik, termasuk destinasi wisata, menggunakan aplikasi ini. Bahkan, meski sudah memasang aplikasi PeduliLindungi acap tidak digunakan.

Kalau kita amati, masyarakat seperti ini mulai abai terhadap protokol kesehatan. Yang terlihat adalah euforia seolah-olah pandemi telah berakhir, sehingga jamak kita lihat orang tak lagi memakai masker, ataupun kalau memakai tidak sesuai aturan. Di sudut-sudut

pat juga kita lihat orang berkerumun dan menganggap Covid-19 sudah sima.

Padahal saat ini kita sedang memasuki fase krusial, yakni menuju endemi di tengah suasana Lebaran ketika orang beramai-ramai mudik dan berkumpul di DIY. Lebih baik kita bersikap hati-hati dan melakukan antisipasi jangan sampai terjadi penyebaran Covid-19, terutama yang berasal dari pemudik. Kita tak ingin muncul kluster pemudik seperti tahun lalu.

Berkaitan itu kita bisa menengok pengalaman beberapa negara tetangga yang telah memasuki fase endemi, namun tiba-tiba kasus mingguan Covid-19 melonjak seperti Jerman, Inggris, Prancis dan Italia. Artinya, meski negara tersebut telah menata endemi, namun kasus mingguannya meningkat. Tentu ini menjadi pelajaran berharga agar masyarakat tidak mengabaikan protokol kesehatan yang selama ini diterapkan.

Kita telah menunggu-nunggu kebangkitan pariwisata di DIY setelah dua tahun boleh dibalang terpuruk akibat dihantam pandemi Covid-19. Lebaran menjadi momentum bagi dunia pariwisata di DIY untuk mengembalikan kejayaan. Di sisi lain juga bisa dijadikan tonggak untuk mendeklarasikan pariwisata sehat dan taat prokes. Pasalnya, belakangan ini hanya sedikit pengelola destinasi wisata yang menerapkan prokes secara ketat.

Mudik Lebaran sekaligus menjadi ujian bagi masyarakat untuk meningkatkan atau setidaknya mempertahankan gaya hidup sehat, hidup bersama Covid-19 dan disiplin menerapkan prokes. Keberadaan Satgas Covid-19 Kalurahan dan kelompok Jogo Tonggo harus kita optimalkan fungsinya guna menangkai penyebaran Covid-19. □

Berbelarasa dan Berpengharapan

Agus Tridiatno

Kutipan-kutipan Alkitab selama masa Pra-Paskah menampilkan banyak kisah tentang sikap berbelarasa ini. Kisah bapak yang baik hati (Lukas 15:23-24) yang menerima anak bungsunya yang pulang setelah berfoya-foya menghabiskan hartanya. Bapak itu dengan rela dan tulus menerima kembali anaknya sebagai anak, tanpa mempertimbangkan finansial.



KR-JOKO SANTOSO

Tema itu dialami di dalam lima kali pertemuan selama masa Pra-Paskah di komunitas-komunitas dan lingkungan. Intinya mengajak umat untuk bertobat, semakin mengikuti Kristus yang berbelarasa pada orang yang sakit, lemah, dan tersingkir, lalu mewujudkan dalam aksi nyata membantu orang-orang yang membutuhkan bantuan. Dengan mendalami tema itu hingga merencanakan aksi nyata, umat diharapkan lebih siap untuk merayakan Paskah. Dengan demikian, Paskah bukan hanya rangkaian seremoni, tetapi dihayati di dalam hati dan diwujudkan dalam tindakan nyata.

Mengutamakan Kemanusiaan

Kata eberbelarasa dimaksudkan untuk mawadahi gagasan tentang setia kawan, penuh perhatian, turut merasakan penderitaan orang lain, dan rela membantu. Sikap berbelarasa dimulai dengan kesediaan untuk memandangi orang lain sebagai manusia. Segala macam atribut yang sering kali menjadi penyekat hubungan antar manusia harus dihilangkan sama sekali. Entah orang lain itu kaya atau miskin, laki-laki atau perempuan, berkedudukan tinggi atau rendah, berkulit putih atau hitam, dan dari suku apa saja, orang lain itu tetap dianggap dan dihargai sebagai manusia. Sikap berbelarasa pasti akan terhambat oleh kesombongan, merasa diri lebih kaya, lebih berkedudukan, lebih berkuasa, atau sebaliknya. Oleh sikap rendah diri dan ketakutan, merasa diri miskin, bodoh, lemah dan semacamnya.

nakalan-kenakalan yang telah dilakukan oleh anak itu. Begitu pula seorang Samaria yang baik hati (Lukas 10:37) sama sekali tidak melihat pembatasan antara dirinya dengan korban yang akan ditolongnya. Satu-satunya yang dilihat adalah korban yang dirampok itu adalah manusia yang harus ditolong.

Berbelarasa pada saudara-saudara yang menderita, khususnya yang terdampak oleh Covid-19, harus mengutamakan kemanusiaan. Siapapun yang membutuhkan bantuan kemanusiaan harus dapat menerima bantuan tersebut. Dana yang dikumpulkan umat melalui Aksi Puasa Pembangunan (APP) harus benar-benar sampai pada orang-orang yang membutuhkan bantuan tersebut.

Pengelola dana APP harus benar-benar bertanggung jawab dalam hal ini.

Pengharapan

Dalam sarasehan dengan para penyintas bencana gempa Bantul 2006, korban menyatakan bahwa mereka dapat segera bangkit dari keterpurukan karena mereka memiliki pengharapan. Pengharapan mereka itu tumbuh karena begitu banyaknya bantuan dari banyak orang dari pelbagai daerah. Bantuan-bantuan tersebut memberikan pengharapan yang kemudian menguatkan mereka untuk segera bangkit dari keterpurukan akibat gempa.

Berbelarasa sangat erat berkaitan dengan berpengharapan dan kebangkitan. Maka aksi berbelarasa yang digalakkan selama masa Pra-Paskah diharapkan dapat memberi pengharapan bagi orang-orang yang membutuhkan perhatian. Aksi berbelarasa harus menjadi cara hidup sehari-hari agar senantiasa dirasakan pula dalam hidup sehari-hari orang-orang yang membutuhkan perhatian tersebut. Memang, bentuk perhatian yang paling nyata adalah sumbangan uang atau materi.

Namun demikian, bantuan materi saja kerap kali tidak mencukupi. Justru sikap yang penuh perhatian, atau kata-kata positif yang membesarkan hati dapat memberi pengharapan dan kemudian menumbuhkan semangat untuk bangkit dari keterpurukan. Itulah Hari Raya Paskah, Hari Kebangkitan Kristus, yang memberikan kebangkitan bagi umat manusia. □

*) Agus Tridiatno, Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH Kedaulatan Rakyat. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

PIKIRAN PEMBACA

Naskah berupa usulan, gagasan, apresiasi atau masalah layanan publik
Naskah dikirim Email atau WA
@ pikiranpembaca@gmail.com 0895-6394-11000
dilampiri fotocopy/scan KTP, atau langsung ke Redaksi Kedaulatan Rakyat
Jalan Margo Utomo 40-42 Yogyakarta 55233. Naskah tidak berisi ujaran kebencian, SARA dan Hoaks. Isi menjadi tanggungjawab penulis.

Optimalisasi Transportasi Publik di Sekitar Jakal

KEHADIRAN bus Trans Jogja di sekitar jalan Kaliurang (rute Terminal Pakem-Terminal Condongcatur dan Terminal Pakem-Bandara Adisutjipto) bisa dipertimbangkan sebagai alternatif moda transportasi bagi mahasiswa dan pekerja yang melintasi rute tersebut. Opsi ini dapat dijadikan sebagai bentuk kepedulian pengguna jalan terhadap lingkungan. Berkurangnya pengguna kendaraan pribadi, tentu akan berdampak pada berkurangnya pengguna bahan bakar.

Tawaran ini juga menjadi solusi pengurangan volume kendaraan di jalan raya, sehingga dapat meminimalisir terjadinya kemacetan lalu lintas. Selain itu, upaya ini di satu sisi merupakan bentuk dukungan terhadap program pemerintah dalam mengoptimalkan layanan transportasi publik. Jika dirasa tidak memungkinkan untuk menggunakan armada ini setiap hari, setidaknya kita bisa menyempatkan diri untuk menggunakannya sebanyak 2-4 kali dalam satu minggu. □

Risky Wahyudi, Ull Sleman

Manfaat Wisata ke Pantai

APRIL 2022 ini kawasan wisata Pantai Parangtritis, Pantai Parangkusumo dan Pantai Depok sedikit berkurang pengunjung dibanding hari-hari biasa sebelum Ramadan dan masa pandemi covid-19. Bahkan dimasa pandemi covid-19 kawasan wisata lumpuh total. Tidak ada pemasukan sama sekalidari dunia pariwisata.

Setelah dibuka lagi masa new normal diawal Tri Wulan I di Tahun 2022 ini di kawasan Pantai Parangtritis, Pantai Parangkusumo dan Pantai Depok kurang lebih 30% pengunjung dari hari-hari biasa sebelum masa pandemi. Pengunjung wisata bervareasi asal daerahnya.

Ada yang dari Kota Semarang, Magelang, Solo, Klaten, Pekalongan dan daerah kota Pulau Jawa.

Berwisata ke pantai memberi manfaat. Antara lain memperoleh suasana baru hingga pikiran jadi fresh, jernih dan segar untuk produktivitas. Juga bertadabur alam, menikmati dan menyukuri anugrah-Nya. Juga bernilai ekonomi bahkan pendidikan. Nah libur panjang lebaran tentu semua harus menyiapkan diri baik yang akan wisata maupun penduduk asli tempat wisata. Jangan lupa prokes ya... □

Jumiral SPd, Kalipakem
Seloharjo, Pundong

Makna Penting Branding Halal

Jazuli Akhmad

BEBARAPA waktu yang lalu Pemerintah telah menetapkan logo halal yang baru dan menjadi kewajiban bagi para pelaku usaha untuk menyantumkan label halal pada produknya. Label halal menjadi tanda suatu produk telah terjamin kehalalannya dan memiliki sertifikat halal. Mencantumkan label halal pada kemasan produk, sebagai penanda kehalalan suatu produk yang dicantumkan pada bagian tertentu dan/atau tempat tertentu dari produk, yang mudah dilihat dan dibaca konsumen. Pencantuman label halal oleh pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal, menjamin terjaga kehalalan produk secara konsisten, dan memastikan terhindarnya seluruh aspek produksi dari produk tidak halal.

Label merupakan salah satu bagian dari sebuah produk. Label terdiri dari keterangan yang direpresentasikan dengan kata-kata maupun berupa gambar dimana perannya ialah sebagai sumber informasi mengenai produk tersebut lengkap dengan penjualannya.

Pemasaran

Berbicara label halal sesungguhnya adalah berbicara tentang brand, yang merupakan nilai utama pemasaran. Brand adalah nama, simbol yang didesain untuk mengidentifikasi barang dan jasa yang ditawarkan, untuk membedakan dengan barang dan jasa lainnya. Brand diartikan sebagai identitas diri yang membedakan antar sesama produk. Sedangkan branding adalah sebuah kegiatan komunikasi, mempekuat, mempertahankan sebuah brand dalam rangka memberikan perspektif kepada konsumen. Untuk menarik konsumen muslim, brand halal dicantumkan pada produknya. Ini branding strategi untuk persaingan.

Konsep branding untuk pasar muslim

tidak dapat dipisahkan dari iman dan harus melibatkan pertimbangan kebutuhan spiritual dari target konsumen muslim. Halal diartikan segala sesuatu yang diperbolehkan menurut syariah, sedangkan secara umum, *thayyib*. Ini mengacu produk yang bersih, murni dan diproduksi berdasarkan proses dan prosedur standar syariah. Dengan demikian, produk seharusnya tidak hanya halal, tetapi juga harus dinilai bersih menurut hukum syariah.

Konsumen muslim perlu brand halal sebagai referensi. Branding halal adalah tangan kanan konsumen muslim yang membantu menentukan barang yang akan dibeli halal dan berkualitas. Apalagi kini banyak jenis produk yang ditawarkan. Sehingga brand berperan penting.

Informasi

Pemakaian branding halal dalam bisnis menjadi bagian dari upaya memberikan informasi kepada konsumen bahwa produk yang ditawarkan adalah halal dan berkualitas. Nama produk yang dikenal secara luas akan menimbulkan kesadaran konsumen semakin kuat, membuat kemampuan mengingat pada brand meningkat. Tahap berikutnya bisa menjadi pertimbangan dan pilihan konsumen dalam keputusan pembelian.

Branding halal akan memiliki reputasi yang tinggi dimata konsumen muslim apabila diciptakan dan ditumbuhkan secara sungguh-sungguh untuk jangka panjang. Apalagi dengan menghasilkan produk yang berkualitas dan halal sebagai citra produk.

Untuk membangun citra, dapat dilakukan dengan menjalin relationship. Sehingga status halal pada produk akan diperjuangkan dengan sungguh-sungguh dan diperkenalkan pada masyarakat sampai terciptanya kesan pada posisi yang kuat dalam ingatan konsumen.

Branding halal yang tertera pada sebuah produk dan sudah terlanjut kuatlah yang akan sering disebut pertama oleh konsumen pada saat produk itu dibutuhkan. Artinya, produk tersebut berpeluang kuat untuk dibeli karena sudah diasosiasikan dengan kategori pada produk yang berkualitas dan halal. Lambat laun, akan dapat membentuk loyalitas kepada brand. Bukankah menurut David Aaker loyalitas pada brand inilah menyebabkan konsumen akan melakukan pembelian ulang (*repeat buying*) dan memberi rekomendasi ke orang lain untuk mengikuti? □

*) Dr Drs. Jazuli Akhmad MM, Dosen pada STIE WW Yogyakarta.

Pojok KR

DPRD optimis pariwisata di Sleman bangkit.

- Tak cuma bangkit, tapi juga sehat.

Cegah kejahatan jalanan butuh dukungan orang tua.

- Para pelaku sebenarnya juga korban.

OJK gencarkan kredit melawan rentenir di DIY.

- Soalnya, mereka ada karena dibuktikan.

Beraba

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) Penasihat: Drs HM Idham Samawi. Komisaris Utama: Prof Dr Inajati Adrisjanti. Direktur Utama: M Wirmon Samawi SE MIB. Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE. Direktur Keuangan: Imam Satriadi SH. Direktur Umum: Yurija Nugroho Samawi SE MM MSc. Direktur Produksi: Bakoro Jati Prabowo SSoS.

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPt, Joko Budhiarto, Mubassahad, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Dra Hj Fadmi Sustuti, Dra Prabandari, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Afiaty, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSoS, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSoS, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Efy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grasis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyanto.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)

Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankr23@yahoo.com, iklankr13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'...Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00/mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris)...Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm, maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm...Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00 /mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)

Alamat Percetakan: Jalan RayaYogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggung-jawab percetakan

Alamat Homepage: http://www.kr.co.id dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio:** KR Radio 107.2 FM.

Bank: Bank BNI - Rek: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.

Perwakilan dan Biro:
Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. Wakil Kepala Perwakilan: Hariyadi Tata Raharja.
Wartawan: H Imong Dewanto (Kepala Biro), H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.

Semarang: Jalan Lampersari No 62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil: Isdiyanto Isman SIP.

Banyumas: Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd, Wakil: Driyanto.

Klaten: Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan: Sri Warsiti.

Magelang: Jalan Achmad Yani No 133, Magelang, Telp (0293) 363552. Kepala Perwakilan: Suniyarsih, Wakil: Drs M Thoha.

Kulonprogo: Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Kepala Perwakilan: Suprpto, SPd, Wakil: Asrul Sani.

Gunungkidul: Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo, Wakil: Wuragil Dedy TP