
MEMBACA PASAR PASCA PANDEMI; AKSI INDUSTRI PERJALANAN WISATA DI YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI COVID 19**Oleh****Muhammad Dzulkifli¹⁾, Asep Samsudin²⁾****^{1,2}Jurusan Bahasa, Komunikasi dan Pariwisata, Politeknik Negeri Jember****Jalan Mastrip 164 Jember****E-mail: ¹dzulkifli@polije.ac.id, ²asep_samsudin@polije.ac.id****Abstrak**

Akhir Desember 2022, tepatnya pada tanggal 30 Desember 2022, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo secara resmi mengumumkan untuk mengakhiri masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. Sebelumnya, sejak 12 Maret 2020 World Health Organization (WHO) telah menetapkan Covid-19 sebagai pandemi dunia. Covid-19 benar-benar telah merubah dunia dengan penyebarannya yang begitu cepat dan masif. Covid-19 juga memberikan dampak yang sangat besar bagi ekonomi di suatu negara di berbagai bidang industri, khususnya industri pariwisata. Tulisan ini lebih berfokus pada ranah industri perjalanan wisata di Indonesia dengan mengkaji tiga hal, yaitu i) Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Biro Perjalanan Wisata, ii) Membaca Tren Perjalanan Wisata Pasca Pandemi, iii) Strategi dan Solusi bagi Industri Perjalanan Wisata dalam menghadapi Krisis Pandemi. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode campuran (*mix-method*) dengan pengambilan data menggunakan 1) *polling*, 2) webinar, 3) dokumentasi dan 3) studi literatur. Pisau analisis yang digunakan dalam tulisan ini adalah deskriptif kualitatif. Hasilnya, potensi kerugian industri perjalanan wisata mencapai 112 Triliun Rupiah dalam setahun di seluruh Indonesia. Tren perjalanan pariwisata pasca pandemi akan lebih banyak didominasi oleh *solo traveler*, wisatawan dalam jumlah kecil, kesadaran wisatawan akan kebersihan, kesehatan, keselamatan lebih meningkat, wisata alam menjadi pilihan tepat setelah pandemi dan perjalanan dalam jangka tempuh pendek dan lokal akan banyak diminati.

Kata Kunci: Pasar, Pariwisata, Pasca, Covid-19, Yogyakarta**PENDAHULUAN**

Pada akhir Desember 2022, tepatnya pada tanggal 30 Desember 2022, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo secara resmi mengumumkan untuk mengakhiri masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Disampaikan pada detik.com, Jokowi menilai dalam beberapa bulan terakhir, kasus Covid-19 lebih terkendali dimana tercatat kasus harian sebanyak 1,7 kasus per 1 juta penduduk. Artinya, dalam satu hari, maksimal orang yang terinfeksi hanya satu hingga dua orang.

Sejak 12 Maret 2020 World Health Organization (WHO) telah menetapkan Covid-19 sebagai pandemi dunia. Covid-19 benar-benar telah merubah dunia dengan

penyebarannya yang begitu cepat dan masif. Sampai dengan akhir Desember 2022, data dari <https://covid19.go.id>, melansir 235 negara terjangkit dengan 651.918.402 penderita dan telah menyebabkan total 6.656.601 orang meninggal dunia. Di Indonesia sendiri jumlah penderita positif mencapai 6.718.775 orang, total 6.544.228 dinyatakan sembuh, namun Covid-19 telah memakan korban jiwa di Indonesia sebanyak 160.583 orang.

Pada saat pandemi berlangsung, berbagai negara menerapkan kebijakan berbeda terkait penanganan wabah pandemi ini, yang marak dikabarkan salah satunya adalah kebijakan “karantina wilayah” atau dikenal dengan *lockdown* yang diterapkan beberapa negara khususnya China yang menjadi awal pusat

penyebaran Covid-19. Selain China, terdapat 14 negara juga menerapkan *lockdown* demi memutus mata rantai penyebaran virus (kompas.com). Kebijakan lain yang dilakukan di berbagai negara adalah isolasi mandiri, *social distancing* dan *physical distancing* yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai pembatasan sosial. Di Indonesia, Pandemi Covid 19 direspon dengan kebijakan yang berbeda-beda sesuai dengan kondisi daerah dan dinamika masyarakatnya, di Jakarta menerapkan PSBB sedangkan Yogyakarta menerapkan Kondisi Darurat Bencana Pandemi Covid 19 [1]. Penulis tidak akan menjelaskan secara detail mengenai isolasi mandiri dan pembatasan sosial, karena hal tersebut sudah banyak dibahas di media dan beberapa literatur mengenai pandemi [2]. Masyarakat dihimbau untuk selalu menjaga kesehatan dengan berolahraga, mengkonsumsi makanan sehat dan mencuci tangan serta menggunakan masker menjadi hal wajib yang dilakukan selama masa pandemi.

Covid-19 juga memberikan dampak yang sangat besar bagi ekonomi di suatu negara di berbagai bidang industri, khususnya industri yang berkaitan erat dengan mobilitas atau pergerakan manusia yaitu industri pariwisata [3]. Dampaknya sangat terasa mulai dari perjalanan internasional, permintaan (*demand*) pariwisata hingga industri akomodasi perhotelan [4]. Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia dalam *briefing note* yang dilansir pada bulan April 2020 mencatat bahwa selama pandemi Covid-19 jumlah wisatawan domestik dan mancanegara di dunia maupun Indonesia menurun drastis dan diprediksi terus memburuk seiring diberlakukannya kebijakan karantina wilayah dan pembatasan sosial. Tidak hanya di Indonesia, di berbagai belahan dunia usaha jasa pariwisata seperti perhotelan, penerbangan angkutan darat dan laut serta hiburan tercatat mengalami penurunan tajam [5].

Selanjutnya, tulisan ini lebih berfokus pada ranah industri perjalanan wisata di

Indonesia dengan mengkaji tiga hal, yaitu i) Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Biro Perjalanan Wisata, ii) Membaca Tren Perjalanan Wisata Pasca Pandemi, iii) Strategi dan Solusi bagi Industri Perjalanan Wisata dalam menghadapi Krisis Pandemi. Tulisan ini juga diperkuat dengan hasil *polling* peserta Sarasehan Online The STARS #3 dengan tema Sinergi Solusi Kepariwisata Berkelanjutan. *Polling* dilakukan untuk menjaring respon dan menampung aspirasi yang menghasilkan solusi bagi industri perjalanan wisata yang harapannya dapat dijadikan rujukan bagi pemerintah untuk membuat kebijakan terkait penanganan pandemi di Indonesia. *Polling* tersebut menekankan pada tiga program konkrit, jangka pendek, menengah dan panjang.

Tulisan ini juga bertujuan untuk meramalkan khasanah keilmuan dan penelitian mengenai dampak Covid-19. Tren riset mengenai Covid-19 cukup banyak dibahas, salah satunya mengkaji tentang kebijakan dan arah riset pasca Covid-19 yang rupanya masih memiliki banyak peluang, karena masih banyak permasalahan yang belum terpecahkan [6]. Pada akhir tulisan ini, penulis mencoba menarik kesimpulan secara umum dari apa yang telah dibahas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode campuran (*mix-method*) dengan pengambilan data menggunakan 1) *polling*, 2) webinar, 3) dokumentasi dan 3) studi literatur. Pisau analisis yang digunakan dalam tulisan ini adalah deskriptif kualitatif.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran lebih mendalam terkait dengan penjelasan narasumber serta hasil *polling* yang telah disebar ke para peserta yang berjumlah 204 orang. Peserta terdiri dari unsur pentahelix yaitu pengusaha, akademisi, praktisi pariwisata, media dan unsur pemerintahan.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi [7].

Data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer didapat dari hasil polling, webinar, dan dokumentasi hasil diskusi dan presentasi para pembicara dan peserta. Sedangkan data sekunder didapat dari studi literatur dari internet berupa artikel dari media massa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pandemi Covid-19 di tahun 2020 ini benar-benar meluluhlantakkan industri pariwisata, utamanya bagi para pengusaha biro perjalanan wisata. Salah satu asosiasi pengusaha perjalanan wisata di Indonesia, ASITA, telah melakukan *Polling* mengenai dampak pandemi terhadap para anggotanya. ASITA merupakan singkatan dari *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies*, berdiri sejak tahun 1971, mempunyai 34 Dewan Pengurus Daerah (DPD) di 34 provinsi dan 50 Dewan Pengurus Cabang (DPC) di 50 kabupaten serta memiliki anggota aktif sebanyak 6.994 Biro Perjalanan Wisata di seluruh Indonesia. Anggota ASITA merupakan perusahaan perseroan terbatas (PT) yang memiliki karakter penjualan jasa berbeda-beda diantaranya yaitu; penjualan tiket, penjualan paket wisata, penjualan paket khusus religi, penjualan paket *Meeting, Incentive, Convention* dan *Exhibition (MICE)*, jasa penjualan kamar hotel, pengurusan dokumen perjalanan, asuransi dan jasa transportasi.

Polling dampak Covid-19 terhadap Biro Perjalanan Wisata dilakukan oleh DPP ASITA pada rentang waktu tanggal 17-19 Maret 2020 dengan jumlah partisipan sebanyak 436 orang di 34 provinsi yang mewakili masing-masing biro perjalanannya. Mayoritas responden merupakan biro perjalanan wisata (72,9%), sisanya adalah agen perjalanan wisata (15,4%)

dan biro perjalanan wisata religi (11,7%). Para responden diminta memilih beberapa pertanyaan terkait penurunan penjualan, reaksi konsumen, kendala yang dialami anggota, rencana dalam menghadapi masa pandemi dan kesediaan mengikuti pelatihan selama pandemi [8].

Gambar 1.



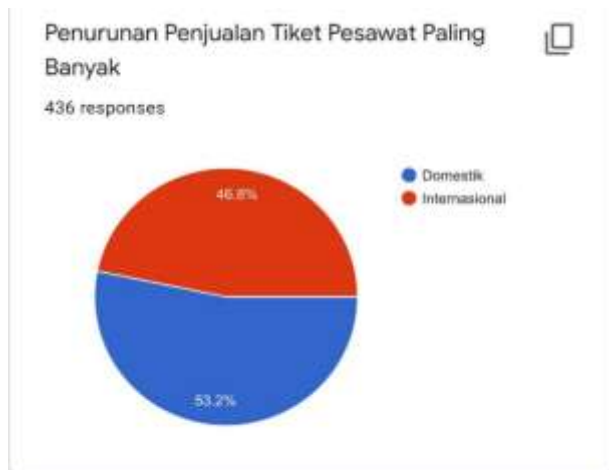
sumber: DPP ASITA, 2020

Hasil *polling* menunjukkan bahwa lebih dari 50% penjualan paket perjalanan menurun akibat pandemi. Turunnya penjualan paket perjalanan juga diikuti dengan turunnya penjualan tiket dan penjualan perjalanan religi (umroh dan haji). Hampir semua negara yang terkena pandemi telah menutup akses masuk kedatangan internasional dari semua jalur. Artinya dapat dipastikan, semua jasa yang ditawarkan oleh biro perjalanan wisata mengalami penurunan drastis.

Wiwik Mahdayani, *founder* DESMA Center dalam sarasehan online The STARS menyampaikan pandemi Covid-19 menyebabkan kerugian dengan efek domino yang berdampak pada seluruh industri pariwisata. Perkiraan kerugian pendapatan devisa nasional dari sektor pariwisata mencapai 10 Milyar Dollar AS. Hingga 13 April 2020, data dari Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) melansir sebanyak 1.641 hotel, 353 restoran/tempat hiburan di Indonesia telah tutup. Angka kunjungan wisatawan mancanegara pun turun mencapai 163 ribu atau turun sekitar 86,9% (katadata.co.id). Hal tersebut pada akhirnya mempengaruhi

psikologis dan motivasi wisatawan untuk melakukan kegiatan berwisata. Dampak psikologi tersebut tentunya memerlukan waktu bertahap untuk menghilangkan *stereotype* Covid-19 yang mudah menyebar dan tidak terlihat.

Gambar 2.

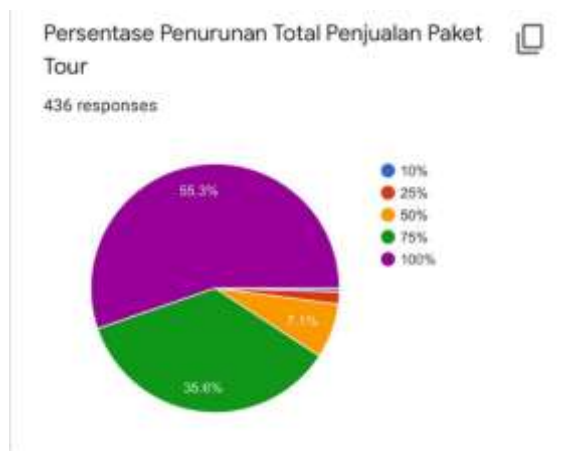


sumber: DPP ASITA, 2020

Jika dilihat lebih rinci lagi maka nampak bahwa penurunan penjualan produk yang paling drastis adalah pada ranah perjalanan domestik, utamanya pada penjualan paket perjalanan domestik dan tiket pesawat domestik. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia telah menyadari akan bahaya Covid-19 dan memutuskan untuk tidak bepergian sampai waktu yang ditentukan oleh pemerintah. Penurunan tersebut tentu

dipengaruhi juga oleh kebijakan Presiden Republik Indonesia yang memberlakukan pembatasan sosial pada tanggal 15 Maret 2020 setelah beberapa kasus Covid-19 tersebar di Indonesia. Sejalan dengan kebijakan presiden dan bertambahnya kasus penderita positif Covid-19, Kementerian Perhubungan juga mulai membatasi sarana transportasi di Indonesia dengan mengurangi operasional transportasi umum di darat, laut dan udara.

Gambar 3.



sumber: DPP ASITA, 2020

Dari data diatas, separuh lebih responden *polling* (55,3%) menyatakan bahwa penurunan penjualan amat sangat drastis yaitu mencapai 100%, artinya tidak ada satu pun produk jasa yang terjual dan aktifitas operasional kantor terutama pemasaran dan pemesanan benar-benar berhenti. Jika kondisi seperti ini bertahan sampai akhir tahun maka

ada kemungkinan beberapa BPW tidak dapat bertahan.

Pak “Udhi” Sudyanto selaku ketua DPD ASITA dalam Sarasehan Online The STARS #3 menyampaikan beberapa hal mengenai dampak yang dirasakan oleh rekan-rekannya di ASITA diantaranya yaitu; (1) Pendapatan turun, sebanyak 68% membatalkan perjalanan bukan menunda perjalanan, (2) BPW belum melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) tapi mengurangi gaji dan merumahkan karyawan, (3) maskapai penerbangan memberikan pengembalian penuh (*full refund*) tapi tidak dalam bentuk uang tunai, (4) sedangkan BPW harus memberikan *full refund* pada pelanggan dalam bentuk tunai, (5) Piutang yang tersendat, (6) membayar gaji karyawan, membayar Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS), membayar pajak dan memberikan Tunjangan Hari Raya (THR), (7) BPW juga berpotensi kehilangan pekerja pariwisata. Kondisi tersebut diperparah dengan banyaknya biro perjalanan yang memiliki hutang produktif.

Gambar 4.

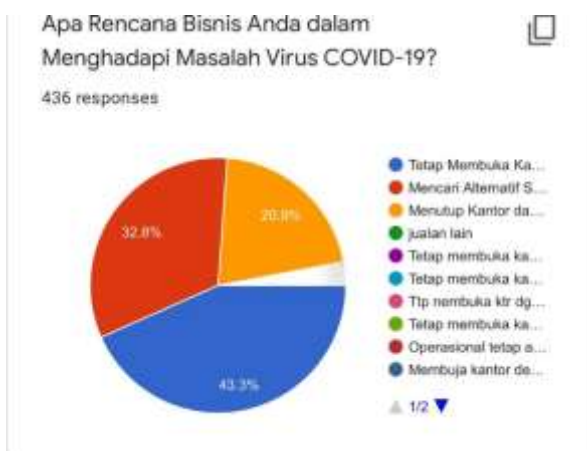


sumber: DPP ASITA, 2020

Beberapa strategi dan langkah telah dilakukan oleh BPW untuk mempertahankan bisnisnya diantaranya yang banyak dilakukan yaitu mengurangi jam operasional bekerja karyawan (40,8%), hal tersebut dilakukan untuk mencegah penyebaran virus dan efisiensi bekerja karyawan karena tidak banyak pekerjaan yang dilakukan di kantor. Ada pula BPW yang merumahkan sementara karyawannya (27,5%), hal tersebut dilakukan untuk menghemat pengeluaran biaya operasional gaji karyawan.

Ary S Suhandi selaku *executif director* INDECON juga menyampaikan bahwa selama 30 tahun berkecimpung di dunia kepariwisataan, ini adalah kali pertama dimana hampir di seluruh dunia berkurang atau bahkan terhenti melakukan perjalanan, catatan terburuk kepariwisataan dunia ada di tahun 2020 ini. Data dari *World Travel and Tourism Council* (WTTC) yang melansir bahwa 1 juta orang kehilangan pekerjaan dalam satu hari dan 50 juta pekerjaan/mata pencaharian beresiko/terancam mengalami kerugian dan wilayah Asia Pasifiklah yang diperkirakan mengalami dampak yang paling besar.

Gambar 5.



sumber: DPP ASITA, 2020

Biro Perjalanan Wisata tentu tidak tinggal diam dalam menghadapi situasi pandemi ini, dari hasil *polling*, nampak bahwa mayoritas BPW tetap membuka kantor (43%) dengan mengerjakan pekerjaan yang belum selesai seperti berkomunikasi dengan pelanggan, menawarkan alternatif lain selama dan setelah pandemi. Sebanyak 23,8% BPW memilih untuk mencari alternatif lain agar dapat bertahan hidup dikala pandemi salah satunya dengan cara ikut program *charity* meminjamkan alat transportasi untuk keperluan pembagian sembako bagi warga yang terdampak, menyumbangkan dana bagi tenaga kesehatan dan atau membuka usaha lain seperti membuat masker, membuat Alat pelindung Diri (APD), membuat *hand sanitizer* dan lain sebagainya. Sisanya (>20%), lebih memilih untuk menutup kantor dan merumahkan karyawannya.

Selain melakukan *polling* kuantitatif dengan hasil diagram diatas, tim DPP ASITA juga melakukan wawancara dengan 10 BPW untuk mengetahui potensi kerugian dimasa pandemi. Potensi kerugian dibagi menjadi 6 kategori yaitu potensi kerugian pada; i) *inbound* kelas menengah hotel bintang 3-4, ii) *inbound* premium hotel bintang 5, iii) kategori MICE, iv) kategori religi, umroh dan haji, v) kategori *outbound* dan vi) kategori *ticketing*. Potensi kerugian dianalisis dengan rumus sederhana di bawah ini:

$$\text{Loss BPW per bulan (USD)} = X \times P \times Q \text{ (USD)}$$

$$\text{Loss BPW se Indonesia per bulan (USD)} = \text{Loss BPW} \times \Sigma \text{ anggota ASITA}$$

Keterangan:

X: rerata

P: client/bulan

Q: harga/orang

Tabel 1.

Kategori	Grup/bulan (org)	Harga paket/org (USD)	Potensi kerugian/bln (USD)	Potensi kerugian/thn (USD)
Kelas Menengah (hotel bintang 3-4)	3000	1500	4500000	5400000
Kelas premium (hotel bintang 5)	1800	3000	5400000	6480000
MICE	250	300	75000	900000
Haji&Umroh	412000	1600	65920000	791040000
Outbound	600	800	480000	5760000
Domestik	2000	300	600000	7200000
Total	419,650	75,000	67,0255,000	8,043,060,000

sumber: DPP ASITA, 2020

Dari hasil perhitungan potensi kerugian tersebut, dapat dilihat bahwa potensi kerugian paling besar dialami oleh BPW Haji dan Umroh, diperkirakan lebih dari 412.000 orang gagal berangkat Umroh dalam rentang waktu 1-15 Maret 2020. Jika dirupiahkan dengan nilai mata uang dolar di harga Rp.14.000,- maka total kerugian BPW Haji dan Umroh mencapai

110 Triliun rupiah dalam setahun. Sedangkan potensi kerugian terkecil BPW ada pada bidang MICE yang biasanya bekerjasama dengan dunia perhotelan, potensi kerugian pada bidang MICE diperkirakan mencapai 12,6 Miliar rupiah dalam satu tahunnya. Jika dijumlah secara keseluruhan, potensi kerugian pada semua bidang jasa BPW mencapai 112,6 Triliun Rupiah per tahun.

Melihat potensi kerugian yang dihasilkan dari BPW di berbagai bidang mencapai ratusan triliun rupiah dalam satu tahun, menandakan bahwa industri pariwisata merupakan sektor yang dapat diandalkan oleh negara sebagai penghasil Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerap tenaga kerja yang tinggi, namun juga menjadi sektor industri yang paling terpuruk selama masa pandemi. Hal tersebut menyebabkan para pelaku pariwisata perlu bekerja lebih keras, lebih kreatif dan inovatif untuk bertahan, bangkit dan memulihkan kondisi perekonomian mereka.

Membaca Tren Kepariwisata Pasca Pandemi

Mengenai tren kepariwisataan pasca pandemi Covid-19 ini, Udhi Sudiyanto menyampaikan sedikit prediksinya dalam ranah sebagai pemilik biro perjalanan wisata, bahwa kedepannya target market akan berubah ke *short distance market* artinya dalam masa pemulihan nanti, kemungkinan para wisatawan belum ingin bepergian terlalu jauh, lintas provinsi atau bahkan lintas negara misalnya.

Secara khusus Wiwik Mahdayani menjabarkan mengenai 10 Prediksi Tren Pariwisata yang disadurnya dari Howart HTL, *Tourism and Leisure Megatrends* yang dapat dilihat dari dua sisi yaitu permintaan/*supply* dan penawaran/*demand*. Dari sisi permintaan terdapat lima tren permintaan di tahun 2020 ini, yaitu orang tua, *Millennials*, Pertumbuhan Masyarakat Kelas Menengah/*Middle class*, Munculnya destinasi wisata baru, Gejolak dunia Politik dan Terorisme. Sedangkan 5 tren dari sisi penawaran terdapat revolusi teknologi, merebaknya *digital channels*, *Customer*

loyalty, kebersihan dan kesehatan, dan yang terakhir keberlanjutan [9].

Selain 10 tren pariwisata, Wiwik Mahdayani juga menyampaikan terdapat delapan tren perjalanan wisata di tahun 2020 yaitu; i) *Wellness tourism*, ii) *Ecotourism*, iii) *Staycation* atau berarti liburan tanpa bepergian seperti menginap di hotel dan hanya ingin menikmati fasilitas yang disediakan, iv) *Weekend trip*, v) *adventure travel*, vi) *Culinary trip*, vii) *Bleisure*, merupakan singkatan dari *business and leisure*, wisata yang dilakukan disela-sela perjalanan bisnis/pekerjaan, viii) *Social Media Travel*, tren yang merubah cara kita menikmati aktifitas berlibur dengan memposting (memamerkan) kegiatan berlibur di sosial media.

Setelah menjabarkan tren pariwisata di 2020 ini, Wiwik Mahdayani menambahkannya dengan memprediksi Tren Pariwisata Pasca Krisis Pandemi Covid-19 diantaranya yaitu; i) Tren Berwisata dalam kelompok kecil, dimana akan banyak wisatawan *Solo Traveler* yang bisa ditentukan/*customize* sesuai dengan keinginan wisatawan bukan paket wisata grup besar, ii) Pertumbuhan Wisata Minat Khusus, iii) Berkembangnya Wisata Domestik, wisata domestik lebih diminati karena orang belum berani bepergian terlalu jauh selama masa pemulihan, pangsa pasarnya adalah wisatawan domestik, iv) Meningkatnya Kepedulian wisatawan terhadap kebersihan dan lingkungan, wisatawan lebih mementingkan kebersihan suatu daya tarik/destinasi dan higienitas dari pengolahan makanan atau sanitasi.

Ary S Suhandi menambahkan beberapa tren perjalanan pasca pandemi Covid-19 ini, dimana tipe wisatawan petualang akan menjadi pioner perjalanan karena para petualang memiliki keberanian dan daya tahan dengan pengetahuan dan pengalaman manajemen resiko yang tinggi. Sejalan dengan Wiwik Mahdayani, Ary S Suhandi juga memprediksi wisatawan grup kecil untuk perjalanan ke lokasi pedalaman terpencil (*remote*) akan menjadi

pilihan, marine tourism dan wisata minat khusus akan menjadi lebih memiliki peluang.

Strategi dan Solusi dalam Menghadapi Pandemi

Di berbagai negara berkembang, dampak Covid-19 terhadap perekonomian dapat menyebabkan biaya perawatan yang tinggi, kegagalan sistem kesehatan, pengeluaran biaya hidup yang tinggi, beban tambahan penyakit tidak menular, kehilangan peluang ekonomi, dan konsekuensi sosial ekonomi seperti pengangguran dan kemiskinan [10] untuk itu pemerintah Indonesia perlu merancang strategi dan mencari solusi agar dampak Covid-19 tidak menimbulkan krisis ekonomi. Tidak hanya pemerintah, koordinasi, kerjasama dan gotong royong semua pihak sangat diperlukan untuk menghambat dan mencegah penyebaran Covid-19 [11].

Udhi Sudyanto telah menyusun 3 strategi bagi para pelaku usaha perjalanan wisata yang mungkin dapat dijadikan solusi dalam mengatasi tantangan disaat pandemi dan pada masa pemulihan nanti, 3 strategi isu tersebut yaitu; i) Menyiapkan dan menawarkan paket tour wisata yang pendek, ii) menyiapkan dan menawarkan Paket tour wisata yang terjangkau, baik jarak maupun *budget*-nya, ii) Menawarkan destinasi yang bersih dan higienis. Ia juga menambahkan saran pada pemerintah untuk membuat stimulus bagi pengusaha perjalanan wisata dengan memanfaatkan *idle seat* dari *airline* dan *idle room* di hotel.

Terkait strategi dan Solusi, Diena Mutiara Lemy mencoba menghibur para pelaku usaha pariwisata bahwa masih ada harapan pada masa pandemi saat ini, karena orang sudah tidak sabar lagi untuk berwisata dan juga sebenarnya pada saat seperti ini, para pengusaha bisa mengevaluasi dan berbenah melakukan mitigasi dan manajemen resiko diperusahaannya masing-masing. Beliau kemudian memberikan 7 strategi untuk bertahan bagi para pelaku usaha pariwisata, diantaranya yaitu;

a) Efisiensi energi, mencari peluang baru,

- b) melakukan konsolidasi,
- c) menyiapkan strategi baru,
- d) melakukan koordinasi dengan berbagai pihak,
- e) faktor kepemimpinan menjadi penting,
- f) usaha pariwisata harus memiliki jiwa sosial dan
- g) memiliki *cash* untuk modal dan tabungan.

Ibu Diena Mutiara Lemy juga menambahkan beberapa aksi nyata yang saat ini dapat dilakukan oleh para pengusaha perjalanan wisata diantaranya yaitu; i) mendorong pelanggan untuk menunda perjalanan daripada membatalkan, ii) mengajak pelanggan untuk membeli paket liburan di masa depan, iii) mengalihkan perhatian wisatawan ke berbagai potensi kebaikan yang mungkin timbul dari situasi saat ini daripada melihat hal-hal negatif.

Secara lebih rinci Bu Diena memberikan tips untuk mendorong pelanggan untuk memikirkan rencana perjalanan di masa depan yaitu dengan; memberikan *voucher* hadiah untuk perjalanan di masa mendatang, membuat kebijakan pemesanan dengan membebaskan biaya untuk pelanggan yang mengubah tanggal atau tujuan perjalanan mereka yang akan datang, tetap terhubung dengan pelanggan, dengan menawarkan dunia melalui *virtual*, *webcam*, *streaming* langsung, buku, dan artikel tentang tujuan wisata yang ingin/akan mereka kunjungi, tetap Aktif di Media Sosial terhubung dengan komunitas dan kolega perjalanan.

Ary S Suhandi memberikan beberapa solusi untuk menghadapi Covid-19, diantaranya yaitu; i) kita harus merasa diri kita sudah terinfeksi dan kita juga perlu menganggap orang lain telah positif, ii) kreatif mencari peluang baru, beliau mencontohkan dengan usaha menjual barang, iii) membangun cerita inspiratif terkait Covid-19 beliau mencontohkan situasi di Bali saat ini, iv) segera membuat SOP interaksi manusia dengan satwa liar karena Covid-19 juga dapat menjangkit satwa liar, v) membangun dan membuat

promosi cerdas selama masa pandemi dan masa pemulihan nanti.

Selanjutnya, Ary S Suhandi juga memberikan beberapa masukan/saran bagi pemerintah diantaranya yaitu; pemerintah harus tegas dalam pencegahan, pemerintah harus lebih fokus menolong karyawan/pengusaha pariwisata yang terdampak, pemerintah perlu melakukan *overlay* peta potensi pariwisata yang belum terpapar virus Covid-19, pemerintah perlu membuat irisan kegiatan seperti bantuan dengan memaksimalkan peran pokdarwis dalam melakukan kegiatan padat karya, pemerintah perlu bekerjasama dengan industri, dan yang terakhir pemerintah dan semua masyarakat harus tetap semangat.

Lebih lanjut, Ary S Suhandi menyampaikan tentang beberapa hal yang dapat mempercepat masa pemulihan setelah pandemi, diantaranya yaitu terciptanya vaksin untuk mengobati dan mencegah Covid-19, melibatkan Diaspora dan wisatawan Nusantara sebagai promotor terbaik untuk mempromosikan pariwisata Indonesia, yang terakhir yang sangat memiliki kekuatan besar adalah pemerintah dengan mengintervensi dan membuat kebijakan untuk mempercepat pemilihan pariwisata Indoonesia.

Secara terpisah, DPP ASITA justru mengharapkan pemerintah untuk dapat melakukan terobosan program atau langkah yang dapat dirasakan langsung manfaatnya bagi BPW. DPP ASITA memberikan beberapa solusi, diantaranya;

- Pembayaran Cicilan/Hutang Usaha Produktif kepada pihak perbankan dapat di tunda/diberikan keringanan bunga/ditangguhkan hingga kondisi pulih.
- Membantu menyakinkan vendor untuk mengembalikan secara utuh Deposit atau *full payment*.
- Memberikan/menghapuskan Pajak (PPH 25 dan PPh 21 serta retribusi bagi BPW

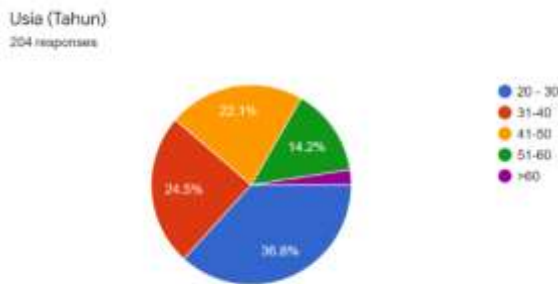
- Pembebasan pembayaran biaya BPJS Ketenagakerjaan dan BPJS kesehatan bagi karyawan BPW
- Memberikan stimulus berupa kredit tanpa agunan dan bunga bagi BPW agar dapat mempertahankan *cash flow* dan menggaji karyawan.
- Pembebasan/pengurangan pembayaran biaya Listrik, Pajak PBB dan air tanah
- Membantu BPW untuk tetap promosi penjualan paket Wisata baik *online* maupun *offline*. Khusus untuk promosi inbound di luar negeri, pemerintah harus memberikan fasilitas yang maksimal bagi BPW, tidak hanya *free booth* tetapi juga biaya perjalanan.
- Memberikan insentif kepada BPW yang masih membawa group *inbound* ke Indonesia
- Memberikan paket – paket pelatihan peningkatan kapasitas SDM pariwisata selama kondisi belum pulih untuk menyiapkan SDM agar lebih baik melayani pelanggan di masa yang akan datang.

Hasil *Polling* Peserta Seminar Online The STARS

Lenggogeni dalam penelitiannya mengenai resiko bepergian wisata di negara berkembang mengatakan bahwa salah satu faktor wisatawan membatalkan perjalanannya dikarenakan adanya kecemasan terhadap bencana yang terjadi di destinasi wisata, pembatalan perjalanan dilakukan demi menjaga keselamatan dan menghilangkan rasa khawatir yang berlebih [12]. Berkaitan dengan pembatalan perjalanan dan kekhawatiran wisatawan yang sedang marak dirasakan selama pandemi, *The Sustainable Tourism Action Research Society* (The STARS) melalui *Polling* cepat, menjaring sinergi dan solusi dari para peserta sarasehan online untuk berkontribusi memberikan ide bagi para pelaku pariwisata di Indonesia. Ide dan solusi yang ditawarkan dalam *Polling* bersifat pilihan jawaban terarah dan terbuka.

Polling ini bertujuan untuk mengetahui respon pendaftar terhadap masa pandemi, beberapa pertanyaan terkait demografi responden serta pilihan solusi dalam menghadapi masa krisis. Hasil *polling* ini digunakan untuk mencari solusi sekaligus merefleksikan kondisi krisis pandemi yang sedang berlangsung. Total responden adalah 203, didominasi oleh pria sebanyak 122 orang dan responden wanita mencapai 81 orang.

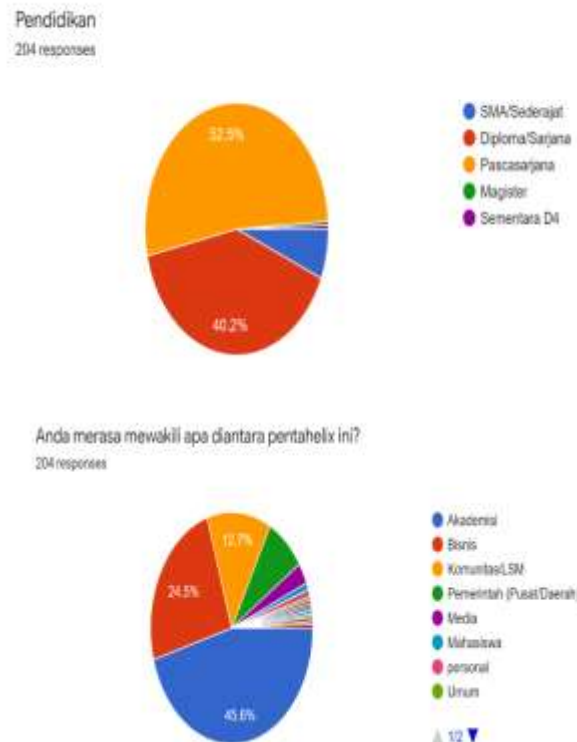
Gambar 6



sumber: Olah Data Tim The Stars, 2020

Jika dilihat dari usia responden, kaum milenial menempati urutan paling banyak dengan jumlah 75 orang di usia 20-30 dan sebanyak 50 orang di usia 31-40. Jadi total milenial yang ikut mendaftar mencapai 125 orang. Antusias milenial sangat tinggi, artinya banyak kaum muda yang peduli terhadap perkembangan pariwisata di Indonesia dan ingin aktif berkontribusi bagi kemajuan pariwisata Indonesia, karena masa depan pariwisata Indonesia ada di tangan mereka. Tidak sedikit juga partisipan yang mengisi *Polling* dan mengikuti webinar The STARS ini bertujuan untuk menambah wawasan, mengisi waktu luang selama pandemi dan menambah teman baru.

Gambar 7

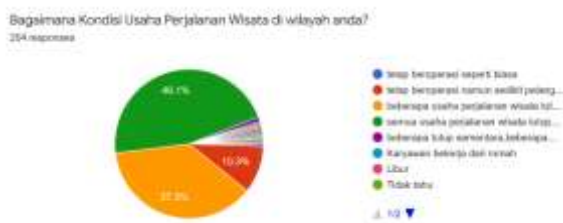


sumber: Olah Data Tim The Stars, 2020
Para pendaftar dengan pendidikan pascasarja mencapai 107 orang, artinya forum diskusi sarasehan ini banyak diminati kaum milenial yang berpendidikan tinggi minimal program Master/Magister (S2). Terbukti dari data yang dihasilkan, rupanya banyak akademisi yang mendaftar sebagai peserta sarasehan. Akademisi yang dimaksud disini adalah dosen dan mahasiswa. Jika melihat jumlah peserta yang mayoritas adalah milenial maka dapat diasumsikan bahwa akademisi yang terbanyak adalah dari unsur mahasiswa dan *fresh graduate* atau dosen-dosen muda.

Setelah akademisi milenial, di urutan kedua partisipan terbanyak memiliki jenjang pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 40,2 % dan jika dilihat dari perannya partisipan terbanyak kedua adalah para pelaku usaha (24,5%). Artinya, para pelaku usaha BPW berpartisipasi dalam webinar untuk mendapatkan solusi sekaligus memberikan pengalamannya selama

menghadapi pandemi. Beberapa partisipan juga ada yang berlatar belakang pendidikan SMA atau sederajat yang juga aktif sebagai pelaku usaha BPW dan atau bekerja di organisasi atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Dikarenakan banyak akademisi dan berusia milenial maka para pendaftar merupakan para pengamat dan peneliti yang ingin menambah wawasan terbaru mengenai dampak pandemi, namun demikian, diposisi kedua terbanyak adalah para pelaku BPW atau manajer perjalanan wisata yaitu sebanyak 30 orang atau sekitar 15,2%.

Gambar. 8



sumber: Olah Data Tim The Stars, 2020

Partisipan *Polling* tersebar di seluruh Indonesia, tepatnya di 34 kabupaten dan kota di Indonesia dari Sabang sampai Raja Ampat. Dari data yang dihasilkan, diketahui bahwa kondisi usaha perjalanan wisata yang ada di daerahnya sudah tidak beroperasi atau tutup sementara, Akan tetapi, masih ada beberapa usaha perjalanan wisata yang tetap beroperasi dalam masa pandemi karena belum ada larangan atau arahan dari pemerintah secara langsung, pemerintah hanya membatasi mobilitas dan transportasi untuk mencegah penyebaran virus yang lebih meluas.

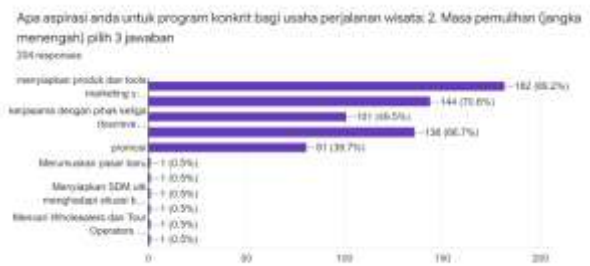
Gambar. 9



sumber: Olah Data Tim The Stars, 2020

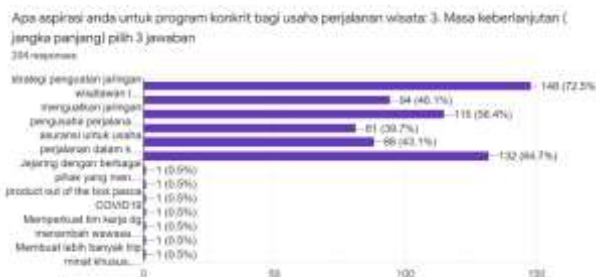
Dari data yang dihimpun, saran aspirasi jangka pendek terbanyak dari peserta adalah mengadakan evaluasi dan berbenah bagi usaha perjalanan wisata. Masa pandemi ini adalah waktu yang pas untuk mengetahui lebih dalam kondisi internal perusahaan, disamping itu alam juga perlu beristirahat beberapa saat setelah sekian lama mobilitas dan kegiatan manusia banyak yang merusak alam. Selain evaluasi dan berbenah banyak partisipan yang menyarankan untuk lebih banyak bergotong royong secara mandiri membantu para tenaga kesehatan ataupun masyarakat yang terkena dampak pandemi secara tidak langsung. Hal tersebut dapat menguatkan tali persaudaraan antar BPW dan juga antar calon pelanggan.

Gambar. 10



sumber: Olah Data Tim The Stars, 2020

Pada masa pemulihan jangka menengah, para partisipan banyak memberikan pilihan untuk menyiapkan produk dan *tools marketing* bagi usaha perjalanan wisata. Hal ini dilakukan agar usaha perjalanan wisata dapat menjaga performa pelayanan dan menciptakan kepuasan serta memberikan pelayanan maksimal bagi para pelanggannya. Selain itu, kerjasama dengan pihak ketiga juga perlu diperkuat lagi agar dapat membangun ekosistem usaha perjalanan wisata yang lebih baik dari sebelumnya. Promosi dan pemasaran produk-produk baru yang sesuai dengan kondisi pasca pandemi juga perlu ditingkatkan untuk menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama dengan memberikan potongan harga.

Gambar. 11

sumber: Olah Data Tim The Stars, 2020

Pada program jangka panjang atau masa keberlanjutan, mayoritas partisipan memilih dan menyarankan BPW untuk membuat strategi penguatan jaringan dengan pihak-pihak lain seperti tempat wisata, hotel, restoran dan alat transportasi baik di luar negeri maupun yang dalam negeri. Jejaring dapat dilakukan dengan berbagai perusahaan, ataupun langsung dengan wisatawan melalui *influencer* kaum milenial salah satunya. Kekuatan berjejaring dan bekerjasama dianggap penting karena dapat mempermudah BPW dalam melakukan operasionalnya sekaligus mendapatkan informasi terkini mengenai kepariwisataan dari rekan-rekan jejaringnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Dampak pandemi Covid-19 terhadap pelaku Biro Perjalanan Wisata sangatlah terasa di semua kategori. Potensi kerugian mencapai 112 Triliun Rupiah dalam setahun. Pemerintah diminta untuk serius dan fokus dalam membantu para pengusaha BPW serta karyawannya dengan memberikan stimulus bantuan yang tepat sasaran dan tepat guna. Tren perjalanan pariwisata pasca pandemi akan lebih banyak didominasi oleh *solo traveler*, wisatawan dalam jumlah kecil, kesadaran wisatawan akan kebersihan, kesehatan, keselamatan lebih meningkat, wisata alam menjadi pilihan tepat setelah pandemi dan perjalanan dalam jangka tempuh pendek dan lokal akan banyak diminati karena wisatawan belum berani untuk bepergian ke luar negeri.

Sikap sabar, tetap berjuang dan berikhtiar untuk terus mencari solusi dan aktif berusaha adalah kunci dalam menghadapi kasus pandemi ini. Hal tersebut belum cukup karena harus ada rasa optimis untuk tetap terus semangat. Gagasan dan ide harus terus berjalan karena merupakan bentuk dari rasa optimisme. Sinergi harus terus dilakukan karena dengan bersinergi dan gotong royong situasi krisis ini dapat dilalui dengan mudah/dirasa lebih ringan. Berzikir dan berfikir menjadi kegiatan yang tak henti dan harus dilakukan terus disaat masa pandemi ini. Antusiasme masyarakat pada pariwisata diperkirakan meningkat tinggi pasca pandemi karena masyarakat telah lama dilanda kebosanan dan tidak sabar untuk segera berwisata. Optimisme menghadapi era normal baru (*new normal*) adalah suatu keharusan karena roda aktifitas sosial dan ekonomi harus terus bergerak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] [1] Baiquni M. Menata Ulang Kepariwisataan yang Berkualitas dan Berkelanjutan Merespon Pandemi COVID 19. In: Mas'udi W, Winanti SP, editors. *New Normal : Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Pasca COVID-19*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press; 2020.
- [2] [2] Bakar NA, Rosbi S. Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science* 2020;7:189–93. <https://doi.org/10.22161/ijaers.74.23>.
- [3] [3] Awirya AA. Dampak Penurunan Kegiatan Pariwisata Terhadap Ketenagakerjaan di Indonesia 2020.
- [4] [4] Chang CL, McAleer M, Ramos V. A charter for sustainable tourism after COVID-19. *Sustainability (Switzerland)* 2020;12:10–3. <https://doi.org/10.3390/su12093671>.
- [5] [5] Revindo MD, Sabrina S, Sowwam M. Dampak Pandemi Covid-19

- terhadap Pariwisata Indonesia : Tantangan , Outlook dan Respon Kebijakan 2020.
- [6] [6] Wardhana D. Kajian Kebijakan dan Arah Riset Pasca-Covid-19. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 2020;4:223–39. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.110>.
- [7] [7] Sholikhah A. Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *Komunika* 2016;10:342–62.
- [8] [8] Rusmiati N. Laporan dampak Covid-19 terhadap Industri Biro Perjalanan Wisata. Jakarta: 2020.
- [9] [9] Tutek E, Gebbie M, Chan KY, Durand S. *Tourism Megatrends: 10 things you need to know about the future of Tourism*. Howarth HTL 2015:15.
- [10] [10] Tahmina Tasnim Rodela ST, Mazumber H, Faizah F, Sultana A, Hossain MM. Economic Impacts of COVID-19 in Developing Countries. *OSF Preprints* 2020:1–7. <https://doi.org/10.31235/osf.io/wygpk>.
- [11] [11] Sugihamretha IDG. Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning* 2020;4:191–206. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113>.
- [12] [12] Lenggogeni S, Ritchie BW, Slaughter L. Understanding travel risks in a developing country: a bottom up approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 2019;36:941–55.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN