

PENGARUH *NEW NORMAL* TERHADAP KEGIATAN PARIWISATA DI INDONESIA

Suharto¹, Made Prasta Yostitia Pradipta²
Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

hartomiki@yahoo.com¹

madeprastapradipta@gmail.com²

Abstrak

Industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor utama yang mendorong peningkatan produk domestik bruto dari pendapatan nasional Indonesia. Akan tetapi, dengan kemunculan COVID-19, ekonomi Indonesia runtuh bersamaan dengan industri lainnya. Pengaruh virus tersebut berdampak negative terhadap keseluruhan industri pariwisata baik dalam operasional maupun ekonomi. Kondisi ini pada akhirnya mengubah era normal menjadi *new normal* yang juga mengubah perspektif dan perilaku setiap pihak. Dampak dan solusi dari keberadaan *new normal* menjadi objek yang menarik bagi peneliti dan pakar pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak dan solusi dari keberadaan *new normal* di industri pariwisata Indonesia. Metode kualitatif digunakan dalam penelitian melalui studi literatur dari data sekunder. Hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa *new normal* justru berhasil membawa dampak positif di dalam industri pariwisata karena inovasi dan solusi yang muncul dari pola pikir dan regulasi yang baru. Dengan demikian, pengaruh dari *new normal*, khususnya di Indonesia akan dijelaskan lebih detail dalam penelitian ini.

Kata Kunci: COVID-19; *New Normal*; Industri Pariwisata.

Abstract

Tourism industry has become one of the main sectors which drives the gross domestic product and increases the national income in Indonesia. However, with the appearance of COVID-19, Indonesia's economy collapsed and coincided with the other industries. The impact of the virus affects tourism entirely either in operational and economy. The impact of the virus affects negatively in all tourism industry either in operational and economy. This condition finally changes the era from normal to new normal which also changes the perspective and behaviour of all parties. The effects and solutions from the new normal existence become an interesting object for scholars and tourism experts. This paper aims to identify the effects and solutions of the new normal's existence in Indonesia's tourism industry. The qualitative method is used in this research using the literature studies from the secondary data sets. The results show that the new normal turns out to bring a positive side in the tourism industry because of the innovations and solutions which appear from a new way of thinking and regulation. Therefore, the influences of the new normal, especially in Indonesia will be explained in more detail in this research.

Keywords: COVID-19; *New Normal*; *Tourism Industry*.

PENDAHULUAN

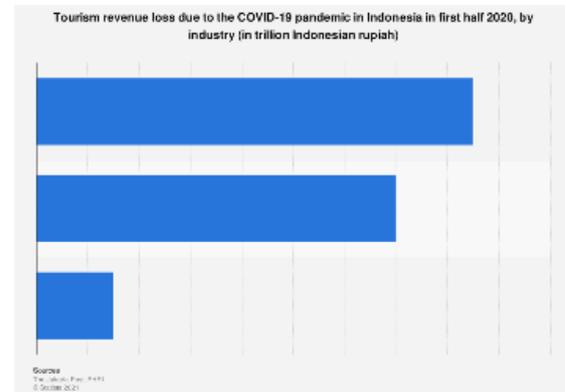
Lingkungan akan terus berubah seiring berjalannya waktu dikarenakan bencana alam, perubahan iklim,

ketidakstabilan ekonomi, wabah penyakit, dan faktor makro ekonomi lainnya (Ooi et al., 2018), seperti halnya dengan kegiatan pariwisata di Indonesia

yang terus berkembang dan beradaptasi dari tahun ke tahun. Akan tetapi, kondisi lingkungan dapat berpengaruh secara signifikan pada industri pariwisata karena situasi dan krisis yang terjadi akibat dari perubahan lingkungan. Selain itu, industri ini juga mengalami berbagai masalah yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh lingkungan, seperti praktik manajemen eksploitatif yang tidak terkendali (Lucas, 2020) maupun ketergantungan yang berlebihan terhadap modal (Borden, 2020). Namun, keberadaan sebuah perubahan lingkungan seperti pandemi dapat memperburuk masalah yang sudah ada.

Pariwisata sendiri dianggap sebagai salah satu industri yang penting bagi perekonomian di Indonesia dan berhasil memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 4,8% pada tahun 2019 dengan peningkatan 0,3 dari tahun sebelumnya (Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), 2020). Pandemi COVID - 19 yang marak di seluruh dunia dan masuk ke Indonesia pada tanggal 02 maret 2020 menyebabkan penurunan pendapatan secara drastis pada industri pariwisata baik global maupun di Indonesia sehingga

memaksa sektor pariwisata untuk memutar otak agar pariwisata di indonesia tetap berjalan dengan baik.



Gambar 1. Penurunan Pendapatan pada Perusahaan di Indonesia Selama Setengah Tahun 2020

Sumber: Statista

Keberadaan COVID-19 berhasil memunculkan keadaan genting dan darurat yang memukul industri pariwisata hingga 10.946 bisnis pariwisata telah berdampak dan puluhan ribu tenaga kerja kehilangan pekerjaan kurang dalam 1 bulan menurut data Kemenparekraf (BKPN, 2020). Hal ini berhasil menyadarkan industri pariwisata kembali mengenai krisis dan ketegangan yang pernah muncul dari sejarah. Virus ini sangat berdampak negatif terhadap pariwisata dan memaksa berbagai perusahaan dan bisnis yang berhubungan dengan travel, tutup sementara atau bahkan mengurangi jumlah pegawainya (Benjamin et al., 2020). World Travel

and Tourism Council (2020) menyatakan bahwa terdapat sekitar 50 juta pegawai di seluruh dunia yang kehilangan pekerjaan dalam bidang pariwisata. Selain itu, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) menyatakan bahwa total kerugian industri pariwisata Indonesia mencapai Rp 85,7 triliun.

Dengan penyebaran virus yang begitu cepat melalui travel dan kelalaian otoritas yang tidak menutup wisata tertentu ataupun membatasi jumlah pendatang, serta ketidakpedulian penerapan protokol kesehatan, *social distancing*, dan *stay at home*. Masalah ini pada akhirnya mentransformasi industri pariwisata karena pengaruhnya terhadap keseluruhan tujuan dari keberadaan pariwisata sehingga memunculkan istilah *new normal*. *New normal* muncul untuk memperlihatkan bagaimana dunia dapat atau sedang berevolusi menjadi sesuatu yang berbeda (Ateljevic, 2020) dan membuka kesadaran orang-orang terhadap ketegangan dan krisis khususnya dalam industri pariwisata.

Maka dari itu, sektor pariwisata harus berevolusi dalam sistem pengerjaannya untuk mengimbangi efek negatif yang ditimbulkan saat pandemik

COVID-19. Penulisan ini bertujuan untuk mempelajari evolusi sistem pariwisata dari segi industri, pariwisata, dan edukator. Dengan demikian, penelitian ini akan membahas berbagai evolusi dan *transformational travel* yang muncul sebagai bentuk penyesuaian diri industri pariwisata terhadap pandemi COVID-19.

KAJIAN LITERATUR

New normal merupakan sebuah peraturan dan skenario baru yang menekankan CHSE (Certified Healthcare Simulation Educator) yang mana diterapkan untuk mempercepat penanganan COVID-19 dalam aspek kesehatan sosial - ekonomi. Pada akhirnya, skenario ini secara terbuka mengakui krisis yang mendiami pariwisata jauh sebelum pandemi karena pariwisata pasca-pandemi yang tangguh harus semakin adil dan mampu beradaptasi secara operasional dikarenakan pengaruhnya yang besar terhadap orang, tempat, dan publik (Benjamin et al., 2020).

Penerapan *new normal* ini disertai dengan berbagai penyelesaian dan solusi untuk memperbaiki sekaligus mengembangkan industri pariwisata agar dapat bertahan di situasi pandemi ke depannya. Berdasarkan Brouder

(2020), justru dengan keberadaan COVID-19, industri pariwisata berhasil terdorong untuk mengeluarkan potensi transformatif dengan memulihkan dan berevolusi ke depan. Sisi permintaan wisatawan juga ikut berubah untuk menyesuaikan perilaku diri dengan menciptakan norma baru dalam sektor pariwisata yang lebih berorientasi lokal, bersahabat dengan alam (*eco-tourism*), pariwisata yang berkelanjutan, dan lain sebagainya.

Salah satu bentuk evolusi sistem yang bisa diterapkan di industri pariwisata, seperti yang dikatakan Trimble (2017) bahwa *transformational travel* merupakan evolusi selanjutnya setelah *new normal* melalui hal yang mirip dengan *experiential travel* namun ditingkatkan dari segi perspektif, perkembangan, dan persatuan dengan alam dan budaya. dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia yaitu melakukan kegiatan pariwisata untuk melakukan hal baru dan memulihkan semangat diri dari setiap orang. Selain itu, pemanfaatan ekonomi digital dalam menghadapi dampak pandemi berhasil menjadi solusi yang memberikan kenyamanan serta kepastian bagi wisatawan dalam bertransaksi tanpa

menyertakan jaminan keselamatan konsumen (BPKN, 2020).

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif melalui kajian literatur dengan mengumpulkan dan menganalisis data sekunder berupa jurnal yang bersifat kualitatif dengan menekankan makna dibandingkan generalisasi (Sugiyono, 2014) sehingga data-data yang dipaparkan dalam penelitian ini berasal dari jurnal yang berkualitas. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, seperti artikel, jurnal, berita, dan sumber referensi lainnya. Seluruh data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dipublikasikan pada saat dan setelah pandemik berlangsung.

PEMBAHASAN

New Normal

Peraturan baru *new normal* adalah sebuah peraturan yang mengatur tentang pencegahan dan pengendalian penyebaran virus COVID - 19 di tempat perdagangan, kantor, dan industri yang mendukung berjalannya suatu usaha pada masa pandemi berlangsung. Peraturan yang diberlakukan pada bulan juni tahun 2020 ini membawa nafas segar bagi seluruh kegiatan ekonomi,

peraturan ini lebih efektif dibandingkan dengan peraturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diberlakukan sejak tanggal 22 april sampai 5 juni 2020 yang dapat menghambat pergerakan penyebaran virus namun pergerakan ekonomi terhambat dan yang paling buruk yaitu dapat berhenti.

Semakin maraknya penyebaran virus yang terjadi pada tahun 2020 membuat dunia khususnya di indonesia menjadi cemas akan hal yang terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu. COVID - 19 merupakan jenis virus baru sehingga dunia maupun masyarakat indonesia menjadi kaget tentang hal yang sedang terjadi. sehingga pemerintah Republik Indonesia memberikan peraturan menerapkan protokol kesehatan demi menghambat persebaran virus di indonesia yang dibantu oleh kementerian kesehatan. Menurut Andreas & Eko (2020), penerapan protokol kesehatan individu dilakukan dengan menghindari masuknya virus melalui hidung, mulut, dan mata.

Pariwisata di Indonesia

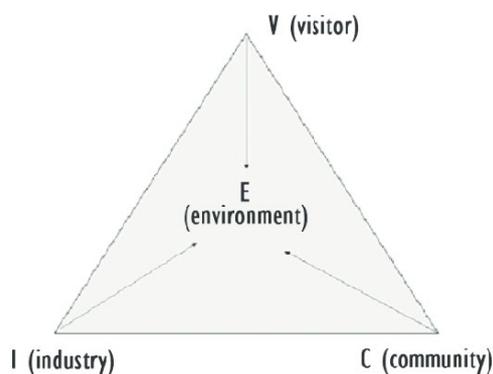
Menurut Soekadijo (1996), pariwisata merupakan sebuah gejala yang kompleks dalam masyarakat

dimana hotel, objek wisata, pramuwisata, souvenir, biro perjalanan wisata, angkutan wisata, rumah makan, dan lain sebagainya menjadi bagian dalam gejala tersebut. Didukung oleh pendapat James J. Spillane (1987) yang berpendapat bahwa pariwisata merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mengetahui sesuatu, mencari kepuasan, istirahat, memperbaiki kesehatan, penunaian tugas, ataupun berziarah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sifat pariwisata menggambarkan perjalanan yang mendasari motivasi dari wisatawan tersebut untuk memenuhi tujuan dan keinginannya.

Pada halnya, berdasarkan saat dan waktu berkunjung, pariwisata sendiri dibagi menjadi *seasonal tourism* dimana kegiatan pariwisata berlangsung pada musim-musim tertentu dan *occasional tourism* yang merupakan jenis kegiatan pariwisata yang mana perjalanan wisatawan berhubungan dengan kejadian (*occasion*). Sedangkan menurut alasan dan tujuan perjalanan, pariwisata dibagi menjadi *business tourism*, *vacational tourism*, *educational tourism*, *familiarization tourism*, *scientific tourism*, *special*

mission tourism, dan *hunting tourism*. Dengan kata lain, berbagai jenis pariwisata ini menentukan tujuan dan bentuk kegiatan yang biasa dilakukan oleh wisatawan berdasarkan Suwena dan Widyatmaja (2017).

Waktu dan alasan berkunjung menjadi topik yang terus hangat dan menentukan tujuan pariwisata dari wisatawan. Kejadian dan kondisi tersebut merupakan bagian dari lingkungan (*environment*) yang mampu menentukan arah daripada industri pariwisata seperti halnya dengan faktor lain yang terdapat dalam model *Visitor-Industry-Community- Environment* (VICE) yang dikemukakan oleh Climpson (2008) seperti yang tertera dalam buku yang ditulis oleh Bacsi et al. (2014).



Gambar 2. Visitor-Industry-Community- Environment (VICE) model oleh Climpson (2008)

Sumber: Bacsi et al. (2014)

Keempat hal tersebut merupakan faktor utama dalam pariwisata yang berkelanjutan dan bertahan lama agar dapat mempertahankan pengunjung untuk mencapai destinasi untuk memenuhi dua komponen utama dalam pariwisata, yaitu permintaan dan persediaan. V menggambarkan pengunjung di suatu area, I sebagai penyedia jasa dan bisnis yang berkaitan dengan industri pariwisata, C mewakili komunitas lokal yang mana didalamnya terdapat populasi dari mereka yang berhubungan secara langsung maupun tidak dengan pariwisata, dan E yang termasuk lingkungan alam dan bangunan yang tersedia untuk pengunjung. Industri pariwisata akan terus berubah mengikuti aktivitas dan kondisi daripada VICE ini (Climpson, 2008).

Industri pariwisata berperan penting dalam Indonesia sebagai wajah dan duta bangsa yang mengabarkan eksistensi kepada dunia internasional. Indonesia memiliki kebudayaan dan potensi alam yang besar serta menjadi modal bagi pengembangan sektor pariwisata yang berkaitan erat dengan pembangunan suatu daerah. Selain itu, pariwisata dapat menjawab salah satu

cita-cita Indonesia yang tertera pada UUD 1945 melalui memajukan kesejahteraan umum, dengan kata lain pengelolaan kegiatan pariwisata yang baik akan berkontribusi terhadap masyarakat dan pendapatan asli daerah (PAD) sehingga memberikan devisa bagi negara (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

Pengaruh *New Normal* terhadap Kegiatan Pariwisata di Indonesia

New normal mengingatkan bahwa dunia sedang berevolusi menuju arah yang berbeda (Ateljevic, 2020) dan hal tersebut mendorong berbagai pertanyaan dan refleksi terhadap cara pandang setiap pihak, bagaimana hal tersebut mempengaruhi dan apa solusi yang diperlukan untuk menghadapi krisis yang ada.

COVID-19 membuahakan berbagai dampak, baik negatif maupun positif di Indonesia. Dampak negatif melanda industri pariwisata diseluruh dunia baik dalam sosial, ekonomi, maupun budaya (Molinero et al., 2021) melalui keberadaan COVID-19.

1. Sosial

Percepatan penyebaran virus dikarenakan tidak mengikuti protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah, khususnya ketika perusahaan pariwisata

tetap membuka destinasi wisata tanpa mewajibkan aplikasi protokol kesehatan yang ditentukan pemerintah maupun kelalaian pribadi dari wisatawan. Selain itu, keterbatasan pertemuan sosial untuk menghindari kontak langsung (Remuzzi & Remuzzi, 2020) sehingga membatasi jumlah wisatawan dan pendapatan yang dapat diterima dalam bisnis pariwisata.

2. Ekonomi dan keuangan

Sektor pariwisata pun terpaksa harus terhenti dikarenakan keterbatasan mobilitas masyarakat selama pandemi seperti yang dilansir dalam [lombokita.com](#) oleh Nursalim (2020). Selain itu, penutupan destinasi dikarenakan larangan berwisata, kebangkrutan bisnis, dan pengurangan lapangan kerja secara drastis (Benjamin et al., 2020), penurunan pendapatan (BKPN, 2020), dan lain sebagainya.

Pada Indonesia sendiri, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Wishnutama menerangkan bahwa realisasi devisa pada tanggal 29 Januari 2020 oleh sektor pariwisata berkontribusi pada PDB nasional sebesar 5,5% dan menyerap tenaga kerja sebanyak 13 juta orang, namun kolaps setelah COVID-19 melanda seperti yang dilansir pada [kumparan.com](#) oleh Nova (2020).

Kemudian, setelah membandingkan bulan Januari hingga Maret antara 2019 dan 2020, terdapat penurunan kunjungan sebesar 30,62%.

3. Budaya

Budaya yang baru dari masyarakat dapat muncul, khususnya budaya toleransi risiko yang pada akhirnya memilih untuk membatalkan rencana travelnya (Kozak et al., 2007) ataupun yang memilih untuk mengabaikan protokol kesehatan dan memaksakan untuk mengunjungi daerah yang berbahaya.

Namun, hal yang ingin ditekankan dalam penelitian ini adalah bagaimana di tengah ketegangan dan krisis, Indonesia berhasil untuk mengubah perspektif dan cara pandang yang transformatif demi mengembalikan dan menginovasi industri pariwisata yang ada. Keberadaan *new normal* menyadarkan langkah-langkah perubahan dan peluang bagi sektor ini untuk menemukan celah potensi baru dalam mengembangkan kegiatan bisnisnya sekaligus melindungi kesehatan publik. Selain itu, dengan ketidakpastian yang muncul di tengah pandemi, informasi dan komunikasi menjadi semakin signifikan yang

mempengaruhi keputusan untuk melakukan travel (Gursoy, 2019).

Tanpa adanya masalah dan krisis, manusia akan lebih lama beradaptasi dan berinovasi. Dengan demikian, COVID-19 berhasil mendesak dan memberikan dampak positif dalam *new normal* dalam berbagai bidang, khususnya di Indonesia seperti berikut.

1. Hukum dan Regulasi

Pemerintah aktif dalam memperbaharui hukum dan memberikan solusi serta bantuan kepada masyarakat sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat. Demikian pula industri pariwisata ikut memperoleh keuntungan yang direalisasikan dalam keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemerintah, seperti yang dilansir oleh BKPN (2020):

- a. Peningkatan pengawasan dalam penerapan protokol kesehatan di lokasi wisata;
- b. Komunikasi penerapan protokol kepada pelaku usaha sektor pariwisata;
- c. Penjagaan kelangsungan bisnis pariwisata dalam bentuk insentif, keringanan pajak, retribusi daerah, dan lain sebagainya.

- d. Edukasi dan sosialisasi terhadap konsumen mengenai protokol dan zona daerah yang aman, tempat wisata atau hotel yang sudah memiliki CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Sustainability*), serta jaminan berupa kompensasi apabila para konsumen mengalami kerugian seperti yang juga dijelaskan oleh Yohanes (2021)
- e. Mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kesadaran wisatawan melalui pemanfaatan ekonomi digital

Dengan mengikuti SOP dan menerima kebijakan pemerintah yang ada, pelaku usaha dalam industri pariwisata sehingga dapat memberikan jaminan kesehatan, keamanan, juga keselamatan bagi konsumen yang mengikuti protokol kesehatan yang ada. Hal ini juga memperkuat kepercayaan diri maupun masyarakat terhadap pelaku usaha pariwisata.

2. Peluang

Meskipun terdapat fasilitas yang kurang memadai, konsep *new normal* yang berlaku dapat mendorong pelaku usaha pariwisata untuk menciptakan *healthy travelling* (Melina, 2020) bagi wisatawan, seperti aspek kebersihan, fasilitas toilet umum yang bersih, hingga peningkatan keselamatan

pariwisata. Kemudian, wisatawan yang berusaha menghindari risiko dapat memilih tujuan wisata yang memberikan pengalaman menarik sekaligus keamanan yang baik sehingga membuka kesempatan bagi tempat-tempat wisata yang kurang terkenal.

Khususnya bagi wisatawan Indonesia yang memilih untuk berlibur ke luar negeri, keberadaan *new normal* membuka pemikiran bagi mereka untuk mengunjungi tempat wisata dalam negeri dan objek wisata yang berada di Indonesia. Dalam hal ini, pelaku usaha pariwisata dalam negeri dapat memperoleh peluang untuk mengembalikan kondisi usahanya kembali.

3. Sosial, Etika, dan Pola Pikir

Munculnya perbaikan etika dan pola pikir yang baru dan lebih dewasa dalam menghadapi era *new normal*, seperti betapa pentingnya membangun sektor pariwisata budaya agar dapat beradaptasi dengan kondisi yang ada, menjaga lingkungan budaya dan wisata, dan pentingnya menggunakan strategi yang sesuai dengan kondisi ekonomi yang ada seperti yang tertera pada Giri et al. (2020). Dengan adanya pola pikir yang matang dan mapan, maka berbagai inovasi dan solusi akan muncul dan

mendorong para pelaku usaha dalam pariwisata maupun masyarakat untuk menyesuaikan menjaga diri, sekaligus mencegah situasi yang memburuk dengan etika yang baik.

4. Budaya

Menurut Giri et al. (2020), pariwisata budaya membawa pengaruh bagi masyarakat di seluruh belahan dunia untuk bisa mengenali budaya antar negara sehingga sektor ini di era *new normal* perlu untuk mendapat perhatian ekstra dari berbagai pihak dikarenakan dampak ekonomis yang besar dalam meningkatkan pemasukan devisa negara.

5. Inovasi

Berbagai inovasi dan solusi muncul untuk membuka lembar baru bagi industri pariwisata, khususnya dengan pengambilan keputusan dalam travel yang dipengaruhi oleh penggunaan berita, internet, dan media sosial yang makin awam di segala kalangan (Gossling et al., 2020) dikarenakan paksaan dan dorongan dari kondisi yang ada. Dengan demikian, pelaku usaha pariwisata dapat mencoba untuk memberikan *value added* dan kesan positif kepada wisatawan melalui inovasi yang diterapkan, seperti promosi, penggunaan media sosial,

pelayanan yang maksimal, dan lain sebagainya.

Solusi Industri Pariwisata dalam Menghadapi COVID - 19 di Indonesia

Dampak dari virus baru yang menyebar begitu cepat dan menular dengan mudah membawa dampak yang begitu berat bagi pariwisata, hal ini justru mendorong adanya evolusi baru dan sistem yang lebih baik. Seperti yang dikatakan Diana dan Rina (2020) bahwa pandemi COVID - 19 telah memicu perubahan yang tiba-tiba dan membuat banyak orang, dalam hal ini khususnya SDM pariwisata, menjadi tersentak dan lumpuh sesaat baik secara budaya, sosial maupun ekonomi. Pandemi ini memaksa industri pariwisata untuk selalu berhati hati dan menjaga jarak disetiap waktu dan selalu diberlakukan sosial distancing pada saat kegiatan pariwisata berlangsung.

Seperti yang dilansir travel kompas (2020) menteri pariwisata dan ekonomi kreatif, Wishnutama Kusubandio mengajak industri pariwisata menerapkan protokol kesehatan untuk membangun kepercayaan konsumen agar dapat melakukan kegiatan wisata dengan aman dan nyaman. Pemerintah telah

bertindak dengan cepat dan baik atas penyebaran virus COVID - 19 yang tidak kunjung membaik dengan langkah yang diambil oleh pemerintah hal ini dapat mendorong kembali kegiatan secara normal namun terbatas dengan adanya social distancing dan meminimalisir suatu kerumunan publik, hal ini mampu membangunkan kembali semangat yang hilang karena pandemi.

Pemerintah mengambil langkah untuk berevolusi melihat Mulyawan (2020) mengatakan bahwa adanya sosialisasi, pelatihan, dan publikasi kepada para pelaku dan masyarakat domestik-internasional melalui berbagai kanal. Hal ini diberlakukan untuk mensosialisasi dan menyadarkan bahwa efek negatif dari pandemi ini dapat diatasi dengan kesadaran dan pribadi diri setiap orang yang mau dan sadar akan kesehatan dan higienitas diri sendiri. sosialisasi ini akan terus dipublikasikan untuk menyadarkan masyarakat domestik-internasional bahwa pekerjaan sehari hari dapat menciptakan rasa nyaman jika diri mereka pribadi sudah disiapkan dan dibekali sosialisasi tentang COVID - 19.

Penerapan aksi dalam perencanaan pariwisata pasca-pandemi

yang memperoleh “normal” yang baru dan transformational yang dilakukan melalui intervensi dalam prinsip dan kode etik pada:

1. PHRI & departemen F&B

Bidang industri perlu melakukan suatu langkah khusus penerapannya. Seperti yang dibahas oleh Wicaksono (2020), pemerintah DIY mengeluarkan panduan berisi protokol hotel dan restoran pada masa *new normal*. buku panduan tersebut berisi tentang sosialisasi dan peraturan yang harus ditaati sebuah hotel seperti pemeriksaan suhu tubuh yang mana jika suhu tubuh pekerja / tamu melebihi 37.2°C, wajib memakai masker, penyemprotan dengan desinfektan dan wajib mencuci tangan dengan sabun atau *hand sanitizer* dan panduan ini berlaku bagi seluruh karyawan hotel dan restoran. seperti yang dilansir oleh *serambinews.com* (2020) pemerintah aceh menerapkan restoran dan tempat makan memberikan harga promo dan harga paket untuk makanan dan minuman.

2. Pariwisata

Benjamin et al. (2020) berasumsi bahwa kita harus mempertimbangkan setiap tempat wisata, tempat penginapan, dan ekonomi lokal. Setiap uang yang kita habiskan pada saat

berwisata akan sangat berguna bagi pelaku ekonomi. Sama seperti yang dikatakan bahwa kegiatan pariwisata memiliki resiko yang rendah jika pelaku wisata tidak berkerumun dalam perjalanannya maka kita harus atau mengutamakan wisata alam, pegunungan, sampai taman nasional (*ini syarat tempat wisata yang diprioritaskan boleh dibuka pada saat fase new normal*, 2020) seperti yang dilansir dalam *binus.ac.id* (2020), mengatakan bahwa di indonesia memiliki tren yang baru untuk menghadapi pandemi di indonesia, yaitu wisata alam terbuka seperti *hiking*, pendakian, atau pantai tersembunyi yang jauh dari kerumunan orang, lalu *staycation* di hotel terdekat dan Tur virtual. Windiarti (2020) mengatakan bahwa tren di sektor pariwisata bergeser ke alternatif liburan yang tidak banyak orang, disebut dengan solo *travel tour* atau *virtual tourism* untuk menghindari kerumunan orang.

3. Edukator

Edukasi sangatlah penting untuk menyediakan pemikiran kritis yang mentransformasi dibandingkan mempertahankan industri pariwisata saat ini. Untuk edukator penting halnya bahwa tidak berfokus pada

pembelajaran *old normal*, namun lebih melingkupi pembelajaran atas apa atau mungkin dan lebih diperhatikan. stimulasi dan transformasi memiliki pengaruh yang baik bagi perkembangan edukasi di indonesia yang mana hal ini dapat mempengaruhi hal yang positif dan pantas yang diterima oleh semua kalangan masyarakat.

PENUTUP

Seseorang dapat melihat bagaimana pariwisata memiliki kekuatan untuk mengubah orang dan masyarakat. Maka hasil dari data diatas menyimpulkan bahwa sektor pariwisata mengalami beberapa perubahan dan penyesuaian untuk terus berjuang menghadapi pandemi di masa sekarang seperti:

1. Protokol kesehatan atau peraturan baru untuk menunjang segala jenis keberlangsungan kegiatan pariwisata dimulai dari pihak hotel, restoran, destinasi wisata dan transportasi baik pengunjung ataupun wisatawan, sumber daya manusia/ karyawan dengan memperhatikan kebersihan, kesehatan, dan keselamatan (*cleanliness, health and safety*)
2. Mengutamakan kegiatan wisata alam, pantai tersembunyi, hiking, pendakian, dan taman nasional

3. Edukator yang berfokus pada *new normal* bukan lagi *old normal*. yang mana referensi lama harus tergantikan oleh peraturan baru dan wawasan yang luas.

Rekomendasi

COVID - 19 memberikan berbagai dampak negatif sekaligus berhasil untuk merubah perspektif dan cara pandang yang transformatif demi mengembalikan dan menginovasi industri pariwisata yang ada. Keberadaan *new normal* membawa efek yang positif bagi internal perusahaan maupun industri pariwisata. Hal ini membuat sektor pariwisata memiliki kepercayaan dalam pengembangannya terutama kesehatan dan kenyamanan berwisata pada setiap pelaku wisata.

Keterbatasan peneliti terdapat pada proses pencarian data yang terbatas dan waktu pembuatan yang singkat. Adakah baiknya apabila penelitian di masa depan yang berkaitan dengan penelitian ini dapat menyertakan lebih banyak sumber dan melakukan uji kuantitatif ataupun kualitatif yang lebih spesifik untuk membuktikan pengaruh sesungguhnya dari perusahaan-perusahaan pariwisata secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ateljevic, I. (2020). *Transforming the (Tourism) World for Good and (Re)generating the Potential 'New Normal'*. *Tourism Geographies*, 1-9. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759134>
- Bacsi, Z., Kovacs, E., Loke, Z., and Horvath, K. (2014). *What can Tourism Destination Management do in Health Tourism Destinations? - An Empirical Analysis*. *Journal of Economy and Society*. <http://dx.doi.org/10.21637/GT.2014.4.04>.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BKPN). (2020). *Pariwisata Nasional dalam Masa Pandemi*.
- Benjamin, S., Dillette, A. & Alderman, D.H. (2020). *"We Can't Return to Normal": Committing to Tourism Equity in the Post-Pandemic Age*. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place, and Environment*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>
- Binus University. (2020). *Bagaimana Masa Depan Pariwisata Indonesia Setelah Masa Pandemi*. Binus. Retrieved from <https://binus.ac.id/2020/11/bagaimana-masa-depan-pariwisata-indonesia-setelah-masa-pandemi/>
- Brouder, P. (2020). *Reset Redux: Possible Evolutionary Pathways Towards the Transformation of Tourism in a COVID-19 World*. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>

Sabbhata Yatra

Jurnal Pariwisata dan Budaya
Volume 2 Nomor 1 Juli 2021

- Effendi, J. (2020). *Pariwisata Nasional dalam Masa Pandemi*. Siaran Pers, Badan Perlindungan Konsumen Nasional. <https://indonesiaterhubung.id/artikel/343/ini-dampak-positif-penerapan-the-new-normal-di-bidang-pariwisata>
- Giri, I.P.A.A., Girinita, I.M., & Wiratmaja, I.K. (2020). *Komunikasi Ekstra Normal dalam Membangun Pariwisata Budaya di Era New Normal*. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya* 5(2) EISSN 2614-5340. <http://dx.doi.org/10.25078/pba.v5i2.1704>
- Gossling, S., Scott, D. & Hall, C.M. (2020). *Pandemics, Tourism, and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19*. *Journal of Sustainable Tourism* 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gursoy, D. (2019). *A Critical Review of Determinants of Information Search Behavior and Utilisation of Online Reviews in Decision Making Process (Invited Paper for 'luminaries' Special Issue of International Journal of Hospitality Management)*. *International Journal of Hospitality Management* 76, 53-60. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.003>
- Kozak, M. Crofts, J.C., & Law, R. (2007). *The Impact of the Perception of Risk on International Travellers*. *International Journal of Tourism Research* 9(4), 233-242. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.607>
- Melina, N.F. (2020). *Ini Dampak Positif Penerapan "The New Normal" di Bidang Pariwisata*. Media. Retrieved from
- Molinero, T.V., Munoz, J.J.F., Giner, A.O., & Moraleta, L.F. (2021). *Understanding the New Post-COVID-19 Risk Scenario: Outlooks and Challenges for a New Era of Tourism*. *Tourism Management* 86. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104324>
- Mulyawan, A. (2020). *Upaya Memulihkan Sektor Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi COVID-19*. Kompas. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2020/06/28/161137527/upaya-memulihkan-sektor-pariwisata-indonesia-pascapandemi-covid-19?page=2>
- Nova, H.A. (2020). *Pariwisata Era New Normal: Tantangan Komunikasi Ekstra Normal*. Kumparan. Retrieved from <https://kumparan.com/warnahatiku/pariwisata-era-new-normal-tantangan-komunikasi-ekstra-normal-1tgIShkHDZI>
- Nursalim, I. (2020). *Menghidupkan Pariwisata di Era New Normal*. Lombokita. Retrieved from <http://lombokita.com/menghidupkan-pariwisata-di-era-new-normal/>
- Ooi, N., Duke, E. & O'Leary, J. (2018) *Tourism in Changing Natural Environments*. *Tourism Geographies* 20(2), 193-201. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1440418>
- Rahmadhani. (2020). *Industri Pariwisata di Era New Normal*. Serambinews. Retrieved from

Sabbhata Yatra

Jurnal Pariwisata dan Budaya
Volume 2 Nomor 1 Juli 2021

- <https://aceh.tribunnews.com/2020/06/12/industri-pariwisata-di-era-new-normal?page=2>
- Remuzzi, A. & Remuzzi, G. (2020). *COVID-19 and Italy: What next?* The Lancet 395, 1225-1228. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30627-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30627-9)
- Simajuntak, D. & Fitriana, R. (2020). *Gegar Budaya, Adaptasi, dan Konsep Diri Sumber Daya Manusia Pariwisata dalam Menyongsong Era New Normal*. Society 8(2), 403-418.
- Soekadijo, R.G. (1996). *Anatomi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Statista. (2020). *Tourism Revenue Loss due to the COVID-19 Pandemic in Indonesia in First Half 2020, by Industry*. Statista. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1113848/indonesia-tourism-revenue-loss-from-covid-19-by-industry/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta
- Trimble, M. (2017). *Why 'Transformative Travel' will be the Travel Trend of 2017?* Vogue. Retrieved from <https://www.vogue.com/article/transformative-travel-trend-2017>
- Wicaksono, A. (2020). *New Normal Pariwisata Yogyakarta*. Kepariwisata: Jurnal Ilmiah 14(3), 139-150.
- Suvena, I.K. & Widyatmaja, I.G.N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan
- Windiarti, S. (2020). *New Normal Sektor Pariwisata dan Bagaimana Protokol Keamanan dan Kesehatan*. Yoursay.id. Retrieved from <https://yoursay.suara.com/news/2020/06/22/093545/new-normal-sektor-pariwisata-dan-bagaimana-protokol-keamaan-dan-kesehatan>
- Yohannes, M. (2021). *CHSE: Protokol Kesehatan untuk Pariwisata & Ekonomi Kreatif*. Traveloka. Retrieved from <https://www.traveloka.com/id-id/explore/news/protokol-kesehatan-chse-acc/77292>