

POLICY BRIEF

No. 01/2020

Bertahan dan Bangkit Kembali Pariwisata Jawa Tengah¹

Pendahuluan

Jawa Tengah merupakan destinasi wisata potensial di Indonesia, dengan kunjungan wisatawan mencapai lebih dari 48 juta wisatawan domestik dan 677 ribu wisatawan mancanegara pada th. 2018. Capaian kunjungan tersebut secara umum meningkat pesat dibandingkan tahun - tahun sebelumnya. Potensi obyek dan daya tarik wisata (ODTW) di Jawa Tengah meliputi wisata alam (212 Obyek), wisata budaya (127 Obyek), wisata buatan (170 buah), wisata minat khusus dan lainnya (103 Obyek), dan desa wisata (229 Obyek).

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia, berdampak pada berhentinya berbagai sektor ekonomi. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling terdampak pandemi. Pembatasan mobilitas orang langsung berdampak pada penurunan tajam bahkan berhentinya bisnis industri pariwisata (baik *facility* maupun *activity*). Situasi yang sama sekali tidak diduga oleh pelaku industri pariwisata, mengingat bencana ini datang ketika sektor pariwisata sedang berkembang pesat, bahkan pemerintah memprioritaskan sektor ini dalam pembangunan. Akibatnya terjadi pengangguran puluhan ribu pekerja pariwisata dan bisnis terkait di Jawa Tengah (pekerja ODTW, akomodasi wisata, transportasi, wisata, bisnis oleh-oleh, dan lain - lain).

Yang menjadi pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana sektor pariwisata dapat bertahan di saat pandemi, baik menghadapi situasi saat ini maupun menyiapkan kembali untuk bangkit di masa mendatang? Tantangan bagi kita semua, dalam perpektif perencanaan pembangunan wilayah adalah menyiapkan sektor pariwisata yang mempunyai ketahanan yang kuat terhadap krisis.

¹ Disarikan dari hasil diskusi online *Rembug Gayeng* IAP Jawa Tengah dengan tema "Membangun Ketahanan Sektor Pariwisata dalam Menghadapi Pandemi" pada tanggal 5 Mei 2020.

Perumus

Dr. Agung Pangarso; Raka W. Suryandaru, MSc;
Surya Tri Esthi Wira Utama, M.P.W.K

Narasumber

Oktovianus Aurelian; Dr. Rina Kurniati;
Dr. Dede Sulaiman

Bertahan untuk Sementara Waktu

Hasil kajian LPEM-FE UI menunjukkan dampak pandemi Covid-19 terhadap sektor pariwisata berupa kehilangan potensi belanja (*loss in potential spending*) di sektor ini yang cukup besar. Di Jawa Tengah, *loss* potensi belanja wisatawan domestik diperkirakan mencapai Rp. 18,2 trilyun, dan wisatawan mancanegara mencapai Rp. 2,3 milyar. *Loss* tersebut langsung berdampak pada hilangnya pendapatan masyarakat dari aktifitas pariwisata, sebagai contoh pekerja pariwisata terkena PHK atau dirumahkan sementara waktu tanpa dibayar. Pekerja pariwisata terdampak pandemi harus bertahan (*survive*) menghadapi kondisi ini.

Strategi *survival* diperlukan oleh pelaku pariwisata dalam kondisi krisis. *Survival* artinya bertahan hidup pada suatu kondisi yang tidak menentu yang dihadapi oleh seorang atau sekelompok orang. Berikut adalah langkah-langkah *survival* yang dapat dilakukan pelaku pariwisata:

1. Menguasai rasa takut dan panik, karena rasa takut dan panik akan membuat mental cepat labil. Tetaplah berpikir tenang dan berpikir positif.
2. Berimprovisasi, kreatif, dan inovatif. Dalam kondisi krisis, pelaku pariwisata mulai perpikir alternatif rencana lain (*plan A, plan B, plan C*). Jangan takut dan malu untuk melakukan hal yang baru sebagai tindakan untuk bertahan hidup. Kita dapat menganalisa kebutuhan internal dan eksternal. Beberapa contoh antara lain usaha pertanian pada area wisata alam, bisnis makanan atau bahan pokok secara online, menjual *virtual tour*, dan sebagainya.

3. Pengalaman sebuah perusahaan agen perjalanan di China, menghadapi masa kolap dalam jangka pendek (± 3 bulan) mereka melakukan re-fokus pada perencanaan jangka panjang seperti meng-upgrade sistem internal, meningkatkan ketrampilan, merancang produk baru untuk bersiap diri menghadapi operasional pasca bencana (*recovery*).

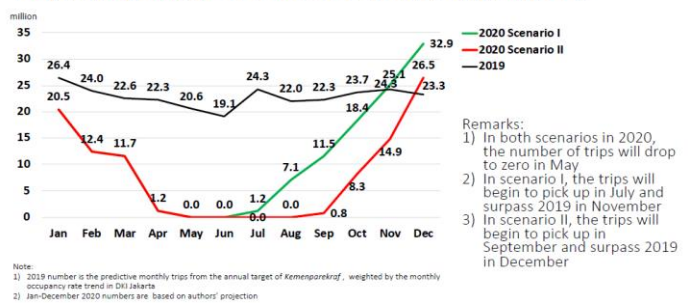
4. Terus menumbuhkan dan menjaga semangat "Harus Hidup" dan "Harus Hidup". Jagalah mental dan pikiran untuk selalu tetap waras dan yakin bahwa semua cobaan akan berakhir. Beberapa survey menunjukkan bahwa berwisata merupakan pilihan yang akan dilakukan konsumen jika pandemi berakhir. Ini memberi harapan pada pelaku pariwisata untuk menyiapkan bisnis pariwisata pasca pandemi.

Siap Bangkit

Hasil kajian LPEM-FE UI memprediksi kegiatan pariwisata akan tumbuh kembali pasca masa pandemi berakhir setelah turun tajam mendekati nol di bulan Mei 2020. Secara umum ada dua skenario bangkitnya sektor pariwisata, yaitu skenario I mulai bulan Juli 2020, dan skenario II mulai bulan September 2020. Kunjungan wisatawan domestik jika kondisi kembali normal (normal baru) diperkirakan akan mencapai puncak di akhir tahun bahkan dapat melampaui kondisi pada akhir tahun 2019. Berbeda dengan kunjungan wisatawan mancanegara yang juga diperkirakan akan mencapai puncak di akhir tahun tetapi masih di bawah kondisi pada akhir tahun 2019 (lihat gambar). Dengan demikian *trend* jumlah kunjungan wisatawan domestik diperkirakan meningkat, sementara wisatawan mancanegara menurun. Pariwisata lebih banyak didominasi perjalanan jarak pendek di wilayah sekitar.

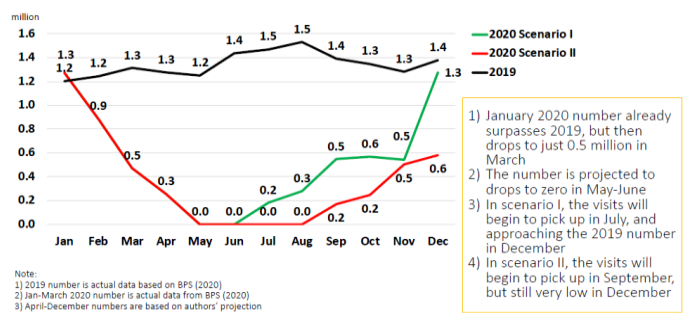
Hasil survey Alvara (April 2020) tentang aktifitas yang paling ingin dilakukan orang pasca masa pandemi adalah pergi ke tempat wisata (21,8%), selain itu bersilaturahmi dengan keluarga/teman (13,9%). Kedua aktifitas pasca pandemi tersebut sangat berkaitan dengan industri pariwisata. Mencermati peluang pariwisata pasca pandemi tersebut, pelaku pariwisata perlu bersiap diri untuk bangkit, merencanakan bisnis untuk mendapatkan manfaat ekonomi dari sektor ini.

Projected Number of Domestic Tourists Trips in 2020



Sumber: LPEM FE-UI, Mei 2020

Projected Number of Foreign Tourists in 2020



Sumber: LPEM FE-UI, Mei 2020

Perubahan perilaku publik akibat pandemi melahirkan situasi normal baru (*new normal*) yang harus dipahami para pelaku pariwisata. Beberapa *new normal* yang menjadi perhatian adalah:

- Aspek kebersihan dan kesehatan (higienis, sanitasi, protokol kesehatan) termasuk makanan/kuliner sehat misalnya sayur, buah, herbal, dan sejenisnya. *Wellness tour* dapat menjadi pilihan.
- Wisata di alam terbuka dan perdesaan lebih dipilih untuk keluar dari kejenuhan tinggal di rumah semasa pandemi.
- Perjalanan wisata akan didominasi *solo travel tour* atau dalam kelompok kecil misalnya keluarga. *Self social distancing* yang menghindari berkumpul atau objek yang banyak orang menjadi pilihan.
- Perjalanan dengan kendaraan pribadi diperkirakan lebih banyak.
- *Staycation* atau berlibur menikmati lingkungan sekitar hotel/ penginapan juga menjadi pilihan.
- Muncul fenomena *virtual tour*.

Memperhatikan fenomena di atas, konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dapat menjadi pilihan dalam perencanaan pembangunan pariwisata. Konsep ini memperhatikan aspek lingkungan, ekonomi dan sosial-budaya secara seimbang. Aspek lingkungan terkait dengan pariwisata adalah adanya upaya pelestarian alam dan lingkungan hidup. Keindahan dan keunikan alam, keanekaragaman hayati dan proses ekologi bisa menjadi daya tarik wisata. Aspek ekonomi terkait peluang pariwisata memberikan peningkatan kesejahteraan secara adil. Belajar dari masa pandemi, perlu adanya keterkaitan ekonomi (*economic linkage*) sektor pariwisata dengan sektor ekonomi lainnya, sebagai contoh adalah agrowisata, sehingga pelaku pariwisata bisa memperoleh pendapatan selain dari bisnis pariwisata yaitu dari usaha pertanian, peternakan atau perikanan. Sementara itu aspek sosial-budaya terkait kelestarian budaya sebagai daya tarik wisata, inklusivitas dan modal sosial masyarakat. (*Community based tourism*) dengan memperkuat peran kelompok sadar wisata (pokdarwis) seperti pada desa-desa wisata di Jawa Tengah dapat menjadi alternatif pengelolaan pariwisata.

Sementara itu terkait kebencanaan, diperlukan upaya membangun ketahanan (*resilience*) baik dalam menghadapi bencana alam maupun non alam (seperti pandemi) dalam pengelolaan kepariwisataan, misalnya melalui upaya-upaya berikut ini::

- Mempunyai prosedur / protokol dalam menghadapi bencana.
- Mempunyai strategi adaptasi jika terjadi perubahan.
- Identifikasi bagian / kelompok yang rawan / rentan jika terjadi bencana.
- Meningkatkan kapasitas adaptif kelompok rentan.
- Menyiapkan upaya tanggap darurat dan *recovery* jika terjadi bencana.

Rekomendasi

1. Memberikan bantuan sosial (*social safety net*) kepada pekerja pariwisata yang kehilangan pendapatan karena dampak langsung krisis pandemi. Bantuan sosial perlu diberikan kepada pekerja pariwisata secara efektif melalui lembaga pemerintah terkait, asosiasi bidang pariwisata dan komunitas pariwisata. Termasuk dalam hal ini memberikan fasilitas pembebasan pajak terkait (pajak hotel, restoran, hiburan, reklame, air bawah tanah) serta relaksasi kewajiban-kewajiban pelaku usaha pariwisata.

2. Tetap melakukan pengelolaan aset, menjaga kondisi dan kualitas aset serta eksistensi obyek sehingga dapat dimanfaatkan pengelola pariwisata untuk melakukan *rebranding* dan *rebound* pada saat masa pandemi berakhir.
3. Menyusun rencana aksi untuk memulihkan usaha pariwisata pasca pandemi sehingga berdampak signifikan secara ekonomi. Rencana aksi termasuk melakukan re-fokus dan meng-*upgrade* usaha pariwisata dengan mempertimbangkan konsep pariwisata berkelanjutan, keterkaitan antarsektor ekonomi, ketahanan terhadap krisis dan kecenderungan *new normal* pasca pandemi.
4. Transformasi digital dalam bisnis pariwisata misalnya melalui mengeksplorasi objek dan daya tarik wisata kemudian membuat konten *virtual tour*, promosi melalui *social media* maupun pemasaran online produk pariwisata maupun produk terkait lainnya.
5. Meningkatkan kolaborasi antarpelaku dan stakeholder pariwisata serta terus meningkatkan modal sosial dalam pembangunan kepariwisataan.

Referensi

- Berbés-Blázquez, M., & Scott, D. (2017). The development of resilience thinking. In R. W. Butler (Ed.), *Tourism and resilience* (pp. 9–22). Oxfordshire: CABI.
- Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M., *Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19*, *Journal of Sustainable Tourism*, Publish: 27 April 2020.
- Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2018). *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*. Bristol: Channel View Publications.
- Harvard Business Review. *Coronavirus + Business* (2020). <https://infobrand.id/survei-alvara-perilaku-publik-selama-pandemi-covid-19.phtml>.
- https://www.arahdestinasi.com/travelnews/read/1631/ini_prediksi_perubahan_prilaku_wisatawan_usai_pandemi_covid_19.
- Impact of Covid-19 Pandemic on Tourism at National and Provincial Levels in Indonesia; A Preliminary Analysis. Forum Kajian Pembangunan LPEM FE-UI, Mei 2020.
- International Journal of Tourism Research*, Volume: 22, Issue: 2, Pages: 202-222, First published: 03 September 2019, DOI: (10.1002/jtr.2329)
- Mair, J., Ritchie, B. W., & Walters, G. (2016). Towards a research agenda for post-disaster and post-crisis recovery strategies for tourist destinations: A narrative review. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 1–26.