

LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL
REPUBLIK INDONESIA



**PENGEMBANGAN INOVASI INDUSTRI PARIWISATA UNTUK
PEMULIHAN NEW NORMAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN
KETAHANAN EKONOMI NASIONAL**

Oleh :

Nama : Hilman Tisnawan
Nomor Urut : 33

**KERTAS KARYA ILMIAH PERORANGAN (TASKAP)
PROGRAM PENDIDIKAN REGULER ANGKATAN LXII LEMHANNAS RI
TAHUN 2021**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis sebagai salah satu peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Lemhannas RI Tahun 2021, di tengah-tengah pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia, akhirnya dapat menyelesaikan tugas penyusunan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) dengan judul: **“PENGEMBANGAN INOVASI INDUSTRI PARIWISATA UNTUK PEMULIHAN NEW NORMAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN KETAHANAN EKONOMI NASIONAL”**. Judul Taskap ini adalah usulan penulis yang disetujui oleh Lembaga melalui penetapan Keputusan Gubernur Lemhannas RI Nomor 63 Tahun 2021 tanggal 29 Maret 2021 tentang Penetapan Judul Taskap peserta PPRA LXII Tahun 2021 Lemhannas RI. Industri Pariwisata adalah salah industri yang paling terpuruk di masa pandemi ini, sehingga penulis merasa isu kepariwisataan ini sangat relevan untuk diangkat sebagai materi Taskap.

Penulis merasa sangat beruntung mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pendidikan di Lemhannas ini, dan diantaranya dapat menyusun sebuah kertas karya ilmiah. Taskap ini diharapkan dapat menjadi sumbangan penulis sebagai masukan kepada Pemerintah dan juga pelaku pariwisata dalam mengelola industri pariwisata di era New Normal ini.

Sehubungan dengan hal tersebut, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada seluruh pimpinan dan staf Lemhannas, khususnya kepada Tutor Taskap Penulis yaitu Bapak Marsda TNI (Purn) Sumarman, SE, yang dengan penuh kesabaran telah membimbing penulis dalam penulisan Taskap ini. Sangat banyak masukan konstruktif yang disampaikan oleh beliau kepada Penulis sehingga Taskap ini dapat mencapai bentuknya seperti saat ini. Dalam kesempatan yang baik ini perkenankan pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Gubernur Lemhannas RI yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti PPRA LXII di Lemhannas RI tahun 2021, serta tentunya

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih setinggi-tingginya kepada Gubernur Bank Indonesia, Bapak Perry Warjiyo yang telah menugaskan Penulis untuk mengikuti pendidikan di Lemhannas yang sangat prestisius ini. Akhirnya ucapan terima kasih Penulis sampaikan kepada Tim Penguji Taskap serta semua pihak yang telah membantu serta membimbing dalam pembuatan Taskap ini sampai selesai sesuai dengan ketentuan yang dikeluarkan oleh Lemhannas RI.

Secara khusus, Penulis ingin menyampaikan rasa bangga dan bahagia atas dukungan dari seluruh adik-adik Penulis di Kantor Bank Indonesia DIY, khususnya Wita dan Andi, serta adik-adik penulis yang lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu disini, yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada Penulis dalam mengikuti pendidikan di Lemhannas.

Last but not least, tentu saja kebahagiaan ini juga dipersembahkan untuk istri tercinta dan anak-anak tersayang, Hana dan Nabil yang selalu memberikan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan Taskap ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati mohon masukan dari semua pihak, guna penyempurnaan penulisan naskah ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita, dalam melaksanakan tugas dan pengabdian kepada Bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang kita cintai bersama.



Hilman Tisnawan

PERNYATAAN KEASLIAN

1. Yang bertanda tangan dibawah ini :

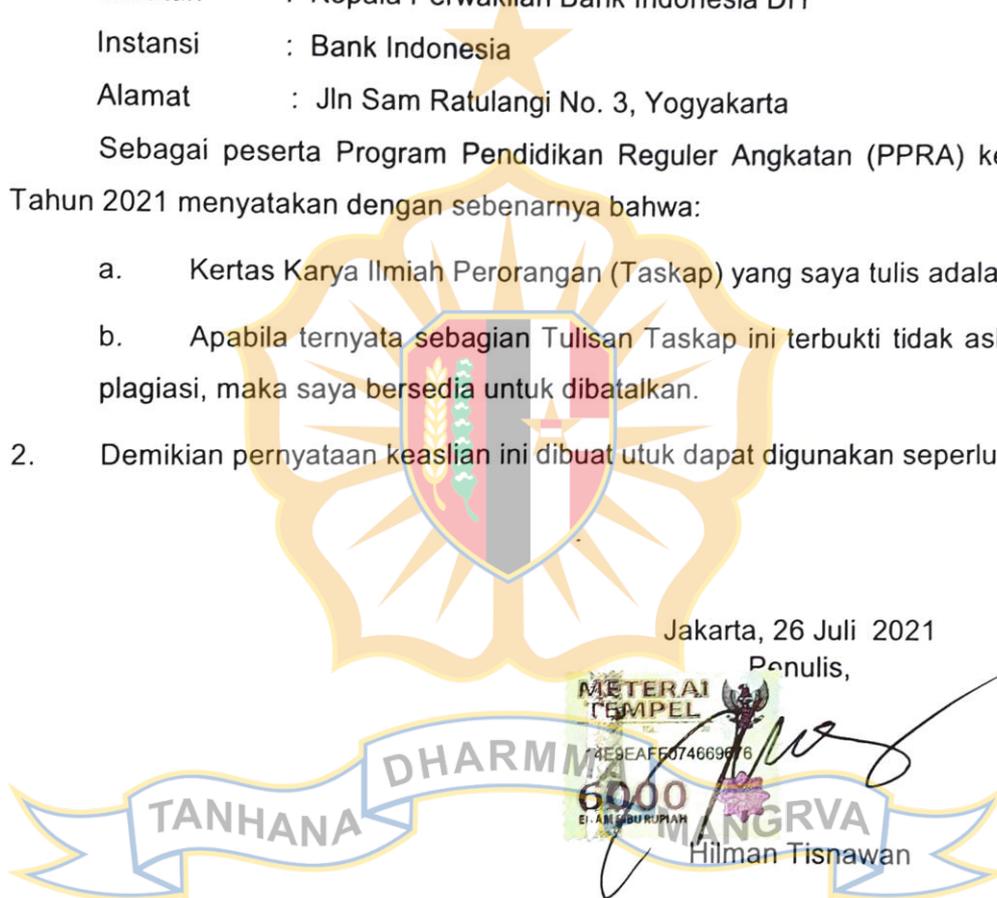
Nama : Hilman Tisnawan
Pangkat/NRP : Direktur/12439
Jabatan : Kepala Perwakilan Bank Indonesia DIY
Instansi : Bank Indonesia
Alamat : Jln Sam Ratulangi No. 3, Yogyakarta

Sebagai peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) ke LXII Tahun 2021 menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

- a. Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) yang saya tulis adalah asli.
 - b. Apabila ternyata sebagian Tulisan Taskap ini terbukti tidak asli atau plagiasi, maka saya bersedia untuk dibatalkan.
2. Demikian pernyataan keaslian ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Jakarta, 26 Juli 2021

Penulis,



METERAI
TEMPEL
4E9EAF6074669676
6000
E-ABLIKURUPAH
Hilman Tisnawan

LEMBAR PERSETUJUAN TUTOR TASKAP

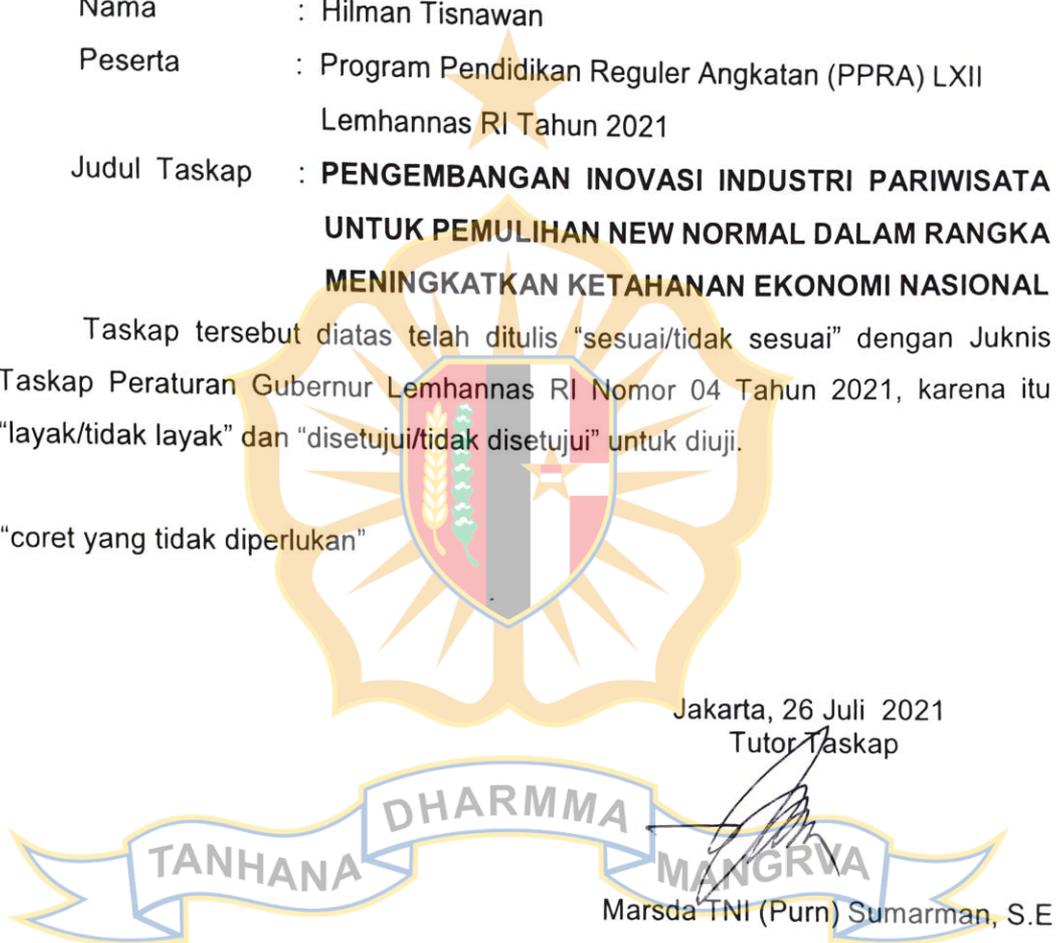
Yang bertanda tangan dibawah ini Tutor Taskap dari :

Nama : Hilman Tisnawan
Peserta : Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII
Lemhannas RI Tahun 2021
Judul Taskap : **PENGEMBANGAN INOVASI INDUSTRI PARIWISATA
UNTUK PEMULIHAN NEW NORMAL DALAM RANGKA
MENINGKATKAN KETAHANAN EKONOMI NASIONAL**

Taskap tersebut diatas telah ditulis "sesuai/tidak sesuai" dengan Juknis Taskap Peraturan Gubernur Lemhannas RI Nomor 04 Tahun 2021, karena itu "layak/tidak layak" dan "disetujui/tidak disetujui" untuk diuji.

"coret yang tidak diperlukan"

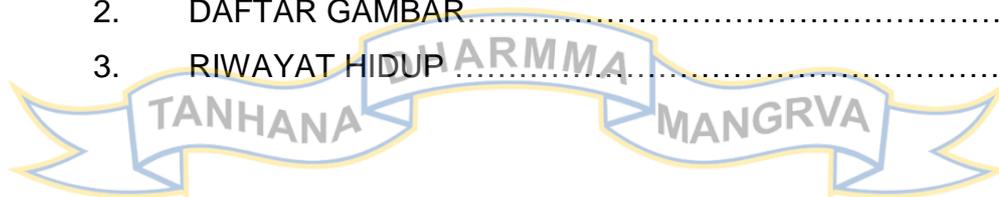
Jakarta, 26 Juli 2021
Tutor Taskap


Marsda TNI (Purn) Sumarman, S.E

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUTOR TASKAP	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GRAFIK	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah.....	2
3. Maksud dan Tujuan.....	3
4. Ruang lingkup dan Sistematika	3
5. Metode Penelitian	4
6. Pengertian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
7. Umum	7
8. Peraturan Perundang-Undangan Terkait	7
9. Kerangka Teoritis	7
10. Data dan Fakta	10
11. Lingkungan Strategis	12
12. Referensi Lain.....	15
BAB III PEMBAHASAN	
13. Umum	19
14. Makro Perspektif Kepariwisata Indonesia	19
15. Kebijakan Pemerintah Indonesia Selama Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Bagi Industri Pariwisata.....	21
16. Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata dan Implementasinya Di Berbagai Negara di Dunia Sebagai	

	Upaya Pengembangan Pariwisata New Normal.....	24
17.	Dampak Turunnya Kinerja Pariwisata Pada Industri Pariwisata di DIY	31
18.	Perubahan Perilaku Wisatawan Yang Akan Berkunjung ke DIY selama <i>New Normal</i>	33
19.	Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata <i>New Normal</i> di DIY.....	35
20.	Dampak Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata <i>New Normal</i> di DIY.....	43
21.	Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Pariwisata DIY Ke Depan.....	45
22.	Optimalisasi Inovasi Pariwisata New Normal DIY Ke Depan	47
 BAB IV PENUTUP		
24.	Kesimpulan	52
25.	Rekomendasi	54
DAFTAR PUSTAKA		55
DAFTAR LAMPIRAN :		
1.	ALUR PIKIR.....	57
2.	DAFTAR GAMBAR.....	58
3.	RIWAYAT HIDUP.....	60



LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL
REPUBLIC INDONESIA

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1.	Perkembangan Jumlah Wisatawan Menginap di Hotel Berbintang di DIY	12
Grafik 2.2.	Perkembangan Tingkat Hunian Hotel Berbintang di DIY.....	12
Grafik 2.3.	Perkembangan Lama Tinggal Wisatawan di DIY.....	12
Grafik 3.1.	Perkembangan Mobilitas Pariwisata dan Tingkat Hunian Hotel Berbintang di DIY.....	44
Grafik 3.2.	Perkembangan PDRB Sektor Penyediaan Akomodasi Makan Minum	44
Grafik 3.3.	Perkembangan Kedatangan Wisatawan Dari Pintu Masuk Bandara di DIY.....	45
Grafik 3.4.	Perkembangan Wisatawan Menginap Di Hotel Berbintang di DIY.....	45
Grafik 3.5.	Perkembangan Tingkat Hunian Di Hotel Berbintang di DIY.....	45
Grafik 3.6.	Perkembangan Lama Tinggal Wisatawan Di Hotel Berbintang di DIY.....	45

LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL
REPUBLIK INDONESIA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Pertumbuhan Ekonomi Beberapa Negara Di Dunia.....	13
Tabel 2.2.	Response Beberapa Negara Di Dunia Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19.....	14
Tabel 3.1.	Strategi Inovasi Pariwisata New Normal Di Beberapa Negara Di Dunia.....	29
Tabel 3.2.	Sektor-Sektor yang Digolongkan dalam Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di DIY Tahun 2015	32
Tabel 3.3.	Pelaku Industri Pariwisata Terdampak di DIY	33
Tabel 3.4.	Permasalahan Produk Pariwisata di DIY.....	35
Tabel 3.5.	Rincian Kebutuhan Biaya Hidup Mahasiswa di DIY.....	46



LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL
REPUBLIK INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Teori Creative Destruction – Schumpeter..... 8

Gambar 3.1. Business Model Pengembangan UMKM Pariwisata..... 50



BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Gangguan eksternal dan internal suatu negara dapat menjadi ancaman ketahanan nasional. Saat ini, pandemi Covid-19 menjadi ancaman ketahanan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (World Health Organization–WHO) sejak bulan Maret 2020. Akibat pandemi ini, berdampak pada disrupsi ekonomi, yang kemudian berdampak pada naiknya angka kemiskinan dan pengangguran.

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan pertumbuhan ekonomi global pada 2020 mengalami kontraksi 3,3% (yoy), lebih rendah dibanding capaian 2019 lalu yang mampu tumbuh 2,8% (yoy). Kondisi ini merupakan yang terburuk setelah *Great Depression* pada 1930-an. Mayoritas negara di dunia mengalami resesi¹. Sejalan dengan resesi ekonomi, angka kemiskinan dunia juga melonjak. Pada Februari 2021, Bank Dunia menyampaikan bahwa pandemi menyebabkan 150 juta orang berada di bawah garis kemiskinan (*extreme poor*). Jumlah orang miskin baru (*new poor*) juga bertambah. Di kawasan Asia Timur, *new poor* mengalami peningkatannya sebanyak 38 juta orang.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terpuak oleh pandemi COVID-19. Sektor pariwisata mengalami gejala penawaran dan permintaan perjalanan di saat pandemi. Negara-negara yang lebih banyak menitikberatkan sektor utamanya pada bidang jasa atau pelayanan seperti pariwisata memiliki risiko semakin besar untuk kemungkinan terdampak. Semakin besar proporsi sektor pariwisata pada sebuah negara, maka semakin besar pula dampak krisis yang akan dialaminya.

Di Indonesia, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi. Ketika pariwisata terpuak, perekonomian juga anjlok. Hal ini tercermin dari pertumbuhan negatif ekonomi nasional secara 3 (tiga) kuartal berturut-turut. Anjloknya pertumbuhan ekonomi ini juga kemudian dibarengi dengan

¹ International Monetary Fund, 2021

peningkatan angka kemiskinan. Pada Maret 2020, angka kemiskinan nasional tercatat sebesar 9,78%, lebih tinggi dibandingkan September 2019 (9,22%)². Tentu saja kemiskinan ini kemudian dapat menjadi “*momok*” bagi ketahanan nasional. Kemiskinan dapat menyebabkan kerentanan ketahanan nasional. Hal ini dikarenakan kemiskinan dapat menyebabkan rendahnya akses terhadap pangan, kesehatan, dan pendidikan. Akibatnya penduduk miskin tumbuh menjadi komponen bangsa yang paling lemah dalam segala aspek.

Berdasarkan latar belakang dimaksud, penulis merasa perlu adanya suatu kajian yang menganalisis turunnya pertumbuhan ekonomi, sehingga diperlukan *creative destruction*, khususnya inovasi di sektor pariwisata dalam rangka menjaga ketahanan ekonomi nasional.

2. Rumusan Masalah

Mencermati sebagaimana uraian di atas, maka rumusan masalah atas penulisan Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) ini adalah “Bagaimana Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata Untuk Pemulihan *New normal* Dalam Rangka Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional”.

Selanjutnya, guna memudahkan dalam pembahasan rumusan di atas, dijabarkan dalam pertanyaan-pertanyaan kajian dengan menggunakan **teori Joseph Schumpeter**, yang menyebutkan pembangunan ekonomi diciptakan oleh mereka yang melakukan perubahan dan inovasi. Adapun pokok pembahasan dari Taskap dimaksud yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana inovasi produk pariwisata yang dapat diterima masyarakat pada pariwisata *new normal*?
- b. Bagaimana inovasi kelembagaan pariwisata yang dapat diterapkan oleh destinasi wisata menuju pariwisata *new normal*?
- c. Bagaimana inovasi proses pengembangan pariwisata untuk mendorong akselerasi strategi pemulihan pariwisata *new normal*?

² Badan Pusat Statistik, Berita Resmi Statistik, Maret 2020

- d. Bagaimana inovasi *digital platform* dapat digunakan sebagai salah satu inovasi pemasaran pariwisata *new normal*?

3. Maksud dan Tujuan

- a. Maksud dari penulisan Taskap ini untuk menggambarkan dan menganalisis inovasi pemulihan pariwisata *new normal* dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.
- b. Tujuan dari penulisan Taskap ini sebagai salah satu rekomendasi kepada pemangku kebijakan dalam rangka pemulihan pariwisata *new normal* dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi nasional.

4. Ruang Lingkup dan Sistematika

- a. Ruang lingkup dalam penulisan Taskap ini dibatasi pada 4 (empat) aspek, yaitu menganalisis inovasi pengembangan pariwisata di destinasi wisata sebagai strategi pemulihan pariwisata *new normal* dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi nasional dari **aspek produk, kelembagaan, proses, dan pemasaran**, dengan sampel destinasi wisata di D.I. Yogyakarta.
- b. Sistematika penulisan pada Taskap dimaksud adalah, pada pendahuluan (Bab I) akan diuraikan tentang latar belakang, berikut rumusan masalah, dan pertanyaan-pertanyaan kajian, kemudian juga akan dijelaskan maksud dan tujuan penulisan, ruang lingkup dan sistematika penulisannya, serta metode dan pendekatan serta pengertian. Pada sub bab umum pada Tinjauan Pustaka (Bab II), akan diuraikan secara umum dan ringkas tentang hal-hal yang akan di bahas pada sub-sub bab Tinjauan Pustaka, yang meliputi, peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar penulisan Taskap, kerangka teori yang akan digunakan sebagai landasan analisis dalam menemukan/ menjawab pertanyaan kajian, data dan fakta yang terkait analisa permasalahan, serta perkembangan lingkungan strategi yang berpengaruh terhadap permasalahan sektor pariwisata. Sub bab umum pada pembahasan (Bab

III) akan mengantar pembaca terkait dengan hal-hal yang dibahas pada pembahasan. Pada sub-sub pasal pada pembahasan akan membahas data dan fakta yang terkait sektor pariwisata, dikaitkan dengan landasan teori yang dipakai, guna mendapatkan jawaban pertanyaan kajian. Pada penutup (Bab IV) berisi simpulan yang menguraikan secara ringkas tentang temuan dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan kajian, serta rekomendasinya.

5. Metode Penelitian

- a. **Metode.** Penulisan Taskap ini menggunakan metode analisis kualitatif / deskriptif, yaitu menekankan pada pengumpulan dan analisis penyajian data dan fakta berdasarkan metode penelitian literatur (studi kepustakaan) dari data sekunder/ primer. Metode penelusuran literatur akan digunakan untuk pengambilan data yang dilakukan dalam Taskap ini. Literatur yang digunakan dalam Taskap ini antara lain bersumber dari buku, jurnal dan pernyataan resmi pemerintah, serta referensi lainnya (berita dan dokumen).
- b. **Pendekatan.** Pendekatan yang digunakan dalam Taskap ini adalah teori Joseph Schumpeter, tentang *creative destruction* (Schumpeter, 1942)³. Ide Schumpeter ini menitik beratkan pentingnya inovasi, utamanya untuk mendorong perekonomian di tengah keterbatasan dengan pendekatan baru. Ide dari Schumpeter kedalam sektor riil, khususnya sektor pariwisata juga dituangkan oleh Carvalho (2011). Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi pendekatan pengukuran inovasi di sektor pariwisata dapat mengadopsi dari Oslo Manual: *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd ed* (OECD), yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi kelembagaan dan inovasi pemasaran.

³ Scocco, Daniel. "Innovation and Schumpeter's Theories"

6. Pengertian

- a. **Ketahanan Nasional.** Berdasarkan bahan ajar Lemhannas, ketahanan nasional didefinisikan sebagai suatu kondisi dinamik dan kemampuan suatu negara dalam menghadapi AGHT (ancaman, gangguan, hambatan dan tantangan). Ancaman dimaksud dapat datang dari internal maupun eksternal, langsung maupun tidak langsung, serta membahayakan kelangsungan kehidupan sosial, budaya, bangsa dan Negara RI yang berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.
- b. **Pariwisata.** Menurut Mathieson & Wall dalam Pitana dan Gyatri (2005), pariwisata adalah kegiatan mobilisasi orang sementara waktu menuju suatu destinasi di luar tempat tinggalnya dan melakukan aktivitas di destinasi tersebut.
- c. **Industri Pariwisata.** Berdasarkan UU Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- d. **Pandemi Covid-19.** World Health Organization (WHO) menyatakan Covid-19 sebagai pandemi. Penggunaan istilah pandemi didasarkan pada peningkatan kasus tambahan baru di sejumlah negara dan penyebarannya yang eksploitatif. Hal ini kemudian menjadikan pandemi COVID-19 berimplikasi pada semakin luas dan besarnya dampak yang terjadi.
- e. **Disrupsi.** Merujuk pada Clayton M. Christensen (1997), disrupsi adalah sebuah era terjadinya perubahan besar-besaran dan inovasi yang kemudian mengubah semua sistem, *landscape*, dan tatanan yang ada ke cara baru.
- f. **New normal.** Menurut Achmad Yurianto (Juru Bicara Penanganan Covid-19), *new normal* adalah tatanan, kebiasaan, dan perilaku baru berdasarkan pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat.

- g. **CHSE.** Berdasarkan Kemenparekraf, CHSE merupakan program penerapan protokol kesehatan yang berbasis pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan).
- h. **PSBB.** Berdasarkan PP No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), Pembatasan Sosial Berskala Besar adalah pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi *Corona Virus Desease 2019 (COVID-19)* sedemikian rupa untuk mencegah kemungkinan penyebaran *Corona Virus Desease 2019 (COVID-19)*.
- i. **Sertifikasi CHSE.** Berdasarkan Kemenparekraf, sertifikasi CHSE adalah proses pemberian sertifikat pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan kepada Usaha Pariwisata, Destinasi Pariwisata, dan Produk Pariwisata lainnya untuk memberikan jaminan kepada wisatawan terhadap pemenuhan CHSE yang dilakukan.
- j. **Model Pentahelix.** Merujuk Soemaryani (2016), model pentahelix merupakan referensi pengembangan sinergi dan kolaborasi antar instansi untuk meraih tujuan bersama.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

7. Umum.

Tinjauan pustaka pada Bab II akan menguraikan secara umum dan ringkas tentang hal-hal yang akan di bahas, yaitu meliputi, peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar penulisan Taskap, kerangka teori yang akan digunakan sebagai landasan analisis dalam menemukan/ menjawab pertanyaan kajian, data dan fakta yang terkait analisa permasalahan, serta perkembangan lingkungan strategi yang berpengaruh terhadap permasalahan sektor pariwisata.

8. Peraturan Perundang-undangan.

Peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar penulisan Taskap, yaitu:

- a. UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025.
- c. PP No. 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*.
- d. Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non alam Penyebaran Covid-19 Sebagai Bencana Nasional.

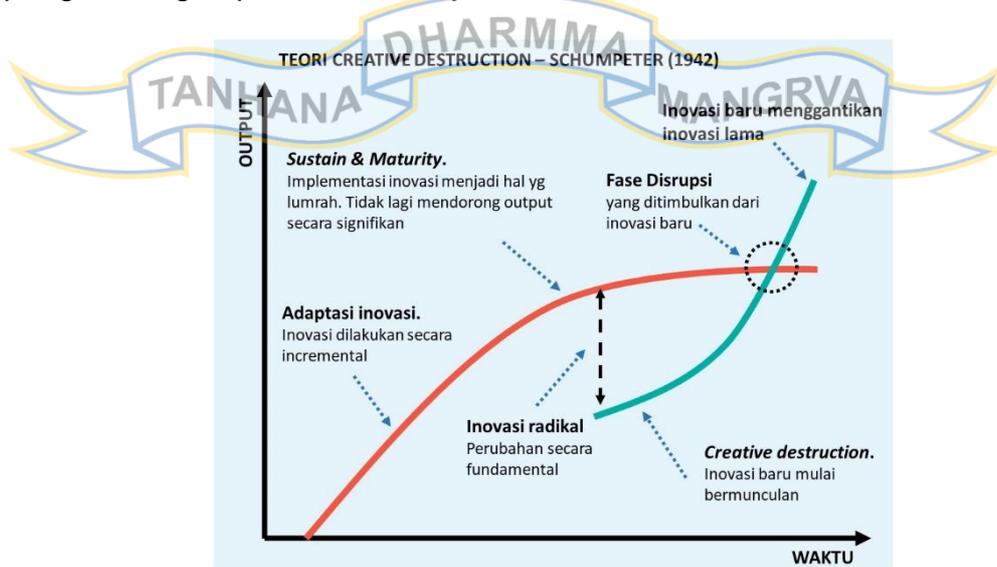
9. Kerangka Teori

Teori yang digunakan sebagai pisau analisis dalam Taskap ini adalah teori tentang Joseph Schumpeter, yaitu *creative destruction* (Schumpeter, 1942). Konsep *creative destruction* pada awalnya dideskripsikan sebagai proses perubahan industri manufaktur yang terus mengalami revolusi sehingga mengubah struktur ekonomi. Dalam kondisi ekonomi yang stagnan, maka perlu adanya

destruksi dari pelaku usaha untuk mendobrak pola konvensional yang berlaku. Destruksi ini akan berkembang menjadi disrupsi, yang merupakan inisiasi untuk melahirkan inovasi. Inovasi ini akan berupaya menemukan titik efisiensi baru, sehingga mampu mendorong perekonomian.

Ide Schumpeter ini menitik beratkan pentingnya inovasi, utamanya untuk mendorong perekonomian di tengah keterbatasan dengan pendekatan baru. Teori *creative destruction* ini menjadi konsep ekonomi yang kuat, karena masih relevan dengan kondisi saat ini. Setidaknya ada 3 (tiga) disrupsi besar yang sedang terjadi saat ini, yaitu deglobalisasi, digitalisasi, dan pandemi Covid-19. Dampak dari faktor yang terakhir ini, paling berdampak pada penurunan ekonomi di seluruh dunia. Hal ini memicu seluruh pihak untuk melakukan inovasi untuk mendapatkan keuntungan dari perubahan kondisi.

Dalam perkembangannya, konsep *creative destruction* telah berkembang tidak hanya berlaku pada sektor manufaktur melainkan meluas termasuk ke sektor jasa. Namun hingga saat ini teori inovasi yang spesifik di sektor pariwisata masih relatif minim. Dalam beberapa penelitian menunjukkan inovasi di bidang pariwisata masih berkembang. Kondisi ini disebabkan sulitnya pelaku usaha untuk memiliki hak paten dalam inovasi, sehingga pelaku usaha di bidang pariwisata cenderung saling mereplikasi, merujuk pada formula tertentu yang sedang diminati. Dalam jangka panjang, fenomena ini menjadi disinsentif pelaku usaha untuk melakukan inovasi dan pengembangan pariwisata menjadi monoton.



Gambar 2.1 Teori Creative Destruction – Schumpeter

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020 tentu saja membawa perubahan di tatanan kehidupan dan perekonomian. Pandemi ini kemudian dapat dikategorikan sebagai disrupsi. Tatanan kehidupan *new normal* di tengah pandemi Covid-19 memerlukan inovasi untuk menghadapinya, sehingga disrupsi pandemi dapat diminimalisir dampaknya. Identifikasi yang dilakukan adalah melihat apakah kondisi inovasi yang dilakukan hingga sebelum pandemi masih relevan dengan kondisi saat ini atau tidak.

Beberapa penelitian (Carvalho, 2011) berupaya untuk menurunkan ide dari Schumpeter kedalam sektor riil, khususnya sektor pariwisata. Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi pendekatan pengukuran inovasi di sektor pariwisata dapat mengadopsi dari Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd ed (OECD). Berdasarkan literatur tersebut, klasifikasi inovasi yang direkomendasikan untuk analisis adalah **inovasi produk, inovasi proses, inovasi kelembagaan, dan inovasi pemasaran.**

Inovasi produk berfokus pada produk atau jasa baru yang dapat dikomersialisasikan. Berdasarkan Middleton (2001) produk pariwisata terdiri dari 3 (tiga) komponen yaitu atraksi, amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas. Inovasi proses berfokus pada perubahan proses produksi atau layanan pariwisata. Inovasi kelembagaan berfokus pada perubahan struktur atau metode organisasi. Inovasi pemasaran berfokus pada perubahan strategi pemasaran untuk perluasan pasar. Apabila inovasi di sektor pariwisata saat ini masih relevan, maka perlu inovasi yang bersifat inkremental. Namun apabila inovasi pada klasifikasi tertentu sudah tidak relevan, maka perlu inovasi secara radikal.

Pada pertengahan Mei 2020, Presiden Jokowi meminta masyarakat Indonesia untuk hidup berdampingan dan berdamai dengan pandemi Covid-19. Mengutip dari WHO, pandemi ini tidak akan segera menghilang dan tetap ada di tengah masyarakat, sehingga masyarakat perlu menyesuaikan diri. Hidup berdampingan dengan virus dimaksud kemudian akan menjadi tatanan baru. Masyarakat harus tetap melawan penyebaran virus sambil beraktivitas seperti sediakala. Tentu saja, aktivitas yang dilakukan bukan seperti sebelum pandemi Covid-19. Menurut Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Wiku Adisasmita, *new normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal, tapi

ditambah dengan penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan Covid-19⁴. Pada prinsipnya, *new normal* di era pandemi ini adalah fase di mana publik diperbolehkan untuk kembali beraktivitas dengan sejumlah protokol kesehatan yang ditentukan pemerintah.

Beberapa negara di dunia telah menerapkan kehidupan tatanan baru, antara lain Australia, Singapura, dan Tiongkok. Di Australia, penerapan tatanan baru dilakukan dengan tetap membuka restoran namun dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat, yaitu dengan mendesain jarak antar pengunjung dan mengecek suhu tubuh pengunjung. Di Singapura, juga tetap membuka bioskop dengan protokol kesehatan yang ketat. Sementara itu, di Tiongkok, pembukaan bandara juga dilakukan dengan pemeriksaan klinis penumpang dan memindai QR Code untuk melacak pergerakan orang selama di dalam kota.

10. Data dan Fakta

DIY merupakan salah satu dari lima daerah pariwisata super-prioritas yang menjadi fokus pemerintah dalam menarik wisatawan. Secara khusus, pemerintah pusat dan daerah berkolaborasi dalam pengembangan *Integrated Tourism Master Plan* (ITMP) Borobudur-Yogyakarta-Prambanan.

Pariwisata merupakan salah satu mesin utama perekonomian DIY. Industri pariwisata dan penunjang pariwisata memiliki kontribusi 55,37% terhadap perekonomian DIY⁵. Penurunan drastis pada sektor pariwisata selama masa pandemi Covid-19 berdampak secara signifikan kepada perekonomian DIY, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Lebih lanjut, DIY memiliki potensi pariwisata yang besar dengan keunggulan pada bidang pendidikan dan kebudayaan (*edutourism*) sehingga pengembangan berbagai sarana penunjang wisata maupun ragam aktivitas wisatanya menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan sektor pariwisata. Hal tersebut yang kemudian melatarbelakangi lahirnya visi Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta pada Rencana Jangka Panjang dan Menengah Tahun 2005-2025,

⁴ <https://indonesia.go.id/kategori/kuliner/1859/mengenal-konsep-new-normal>

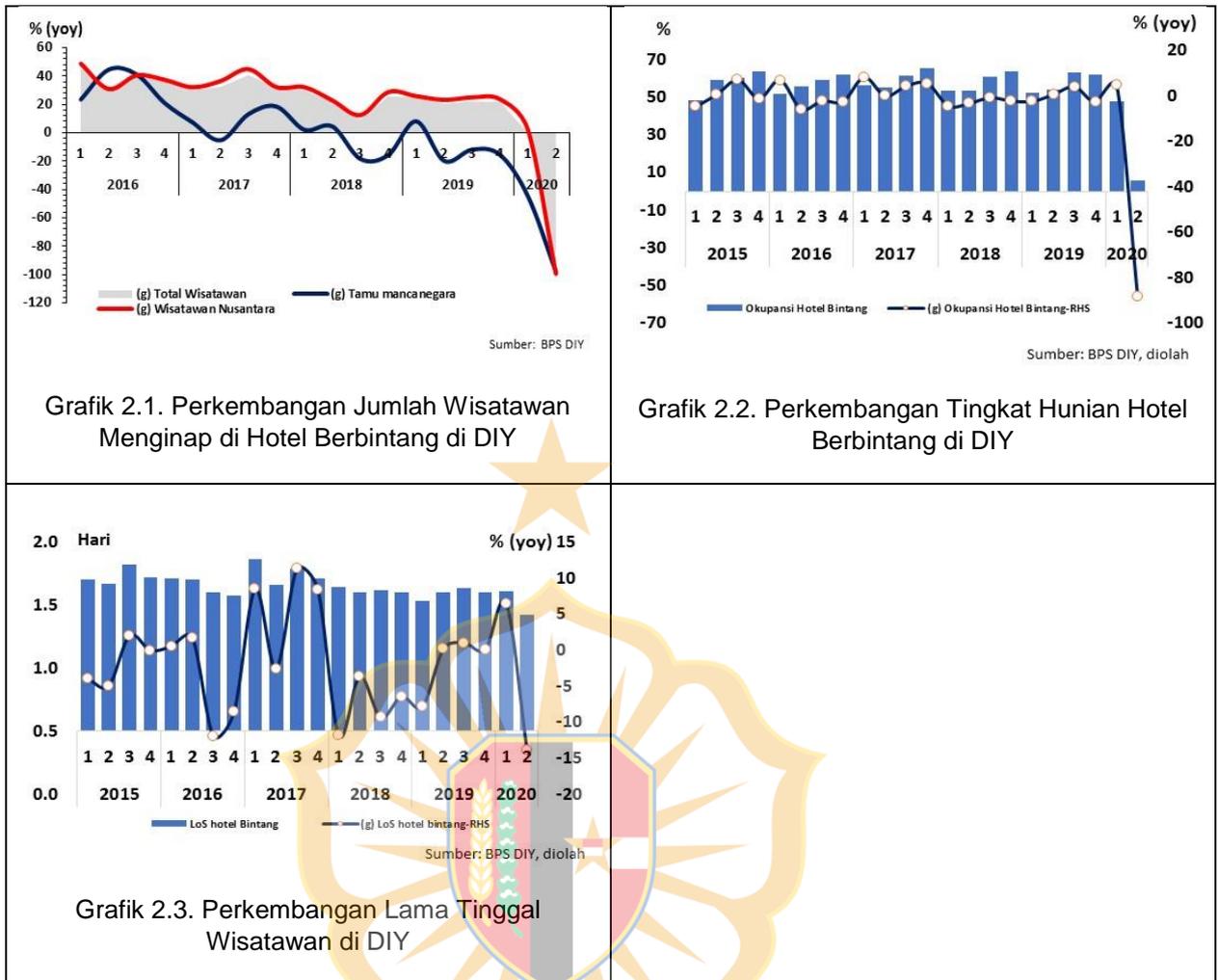
⁵ Bhinadi, Nurwitasari, dkk (2020). *Tourism Recovery Strategy Towards a New normal in Yogyakarta 2020*

dimana “Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2025 sebagai Pusat Pendidikan, Budaya, dan Daerah Tujuan Wisata Terkemuka di Asia Tenggara dalam lingkungan masyarakat yang maju, mandiri, dan sejahtera”. Hal ini kemudian diperkuat dengan visi Pembangunan Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) Tahun 2012–2025.

Penurunan pariwisata sebagai dampak pandemi tercermin dari kontraksi yang dalam pada sektor penyediaan akomodasi dan makan minum di Triwulan II 2020. Pada Triwulan II 2020, sektor penyediaan akomodasi dan makan tumbuh negatif -39,34% (yoy). Kontraksi di sektor penyediaan akomodasi dan makan minum dimaksud terendah selama 10 (sepuluh) tahun terakhir.

Penurunan pariwisata di DIY juga terindikasi dari indikator lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada Triwulan II 2020, jumlah wisatawan yang menginap di hotel berbintang, tingkat hunian hotel, dan lama tinggal wisatawan tercatat tumbuh lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya. Pada Triwulan II 2020, jumlah wisatawan yang menginap di hotel berkontraksi sebesar -88,30% (yoy) (Grafik 2.1). Penurunan wisatawan terjadi baik pada wisatawan nusantara maupun mancanegara. Sejalan dengan hal tersebut, tingkat hunian hotel berbintang pada triwulan laporan juga tercatat anjlok sangat dalam, yaitu hanya sebesar 9,00% atau berkontraksi sebesar 83,31% yoy (Grafik 2.2), padahal rata-rata tingkat hunian hotel berbintang selama 2019 adalah sebesar 57,87%. Sementara itu, lama tinggal wisatawan tercatat sebesar 1,39 hari pada Triwulan II 2020. Rata-rata lama tinggal wisatawan selama 2019 adalah sebesar 1,60 hari⁶ (Grafik 2.3).

⁶ Badan Pusat Statistik, Berita Resmi Statistik



Anjloknya perekonomian DIY terjadi selama 3 kuartal berturut-turut selama pandemi, diperkirakan turut berpengaruh terhadap meningkatnya angka kemiskinan DIY. Pada Maret 2020, persentase penduduk miskin di DIY tercatat sebesar 12,28%. Angka tersebut meningkat jika dibandingkan dengan September 2019 (yaitu 11,44%) maupun Maret 2019 (yaitu 11,70%). Angka kemiskinan di DIY ini juga lebih tinggi dibandingkan dengan angka kemiskinan secara nasional.

11. Lingkungan Strategis

Sebagian besar negara di dunia merespons pandemi Covid-19 dengan melakukan pembatasan mobilitas. Respons kebijakan yang ditempuh cenderung bervariasi, mulai yang paling ketat yaitu *lockdown* total hingga tidak ada pembatasan sama sekali. Pemilihan respons kebijakan ini sangat bergantung pada

karakteristik geografi, demografi, ekonomi, hingga sistem politik dari masing-masing negara.

Sejalan dengan penurunan kinerja ekonomi global, mayoritas negara ASEAN mengalami penurunan kinerja ekonomi akibat pandemi Covid-19. Secara umum hanya Vietnam yang mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sepanjang 2020. Sementara Singapura memiliki *outlook* yang positif, di mana kondisi ini didukung oleh jumlah kasus Covid-19 yang rendah dan tingginya permintaan teknologi dan produk medis. Adapun Indonesia, Malaysia, dan Filipina diperkirakan memiliki *outlook* positif akibat *base effect* ekonomi 2020 yang rendah. Namun risiko pertumbuhan ekonomi masih tinggi, akibat dari jumlah kasus Covid-19 yang masih tinggi (Eijkelenburg, 2021)⁷.

Tabel 2.1 Pertumbuhan Ekonomi Beberapa Negara Di Dunia

Negara ASEAN	Dampak Ekonomi (% , yoy)		
	2019	2020	2021
Indonesia	5,0	-2,0	5,2
Malaysia	4,3	-5,6	6,3
Filipina	6,1	-9,5	9,7
Singapura	0,7	-5,8	7,2
Thailand	2,4	-6,1	4,0
Vietnam	7,0	4,2	8,0

Sumber: IMF

Negara ASEAN memiliki respons yang berbeda-beda dalam menangani pandemi Covid-19. Secara umum hanya Vietnam dan Singapura yang menunjukkan kompetensi dalam menangani pandemi. Adapun mayoritas negara ASEAN lainnya mengalami hambatan baik dari kapasitas teknis, minimnya fasilitas kesehatan, hingga kesadaran publik yang rendah (Siahaan, 2021)⁸.

⁷ Eijkelenburg, Wouter van (2021). ASEAN update: Recovering from Covid-19. <https://economics.rabobank.com/publications/2021/march/asean-update-recovering-from-covid-19/>

⁸ Siahaan, Gabriele Natalia (2021), Southeast Asia's Responses to the COVID-19 Pandemic. <https://www.internationalaffairs.org.au/australianoutlook/southeast-asias-responses-to-the-covid-19-pandemic/>

Tabel 2.2 Respons Beberapa Negara Di Dunia Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19

	Pembatasan Aktivitas Publik	Lockdown	Stimulus Ekonomi
Indonesia	Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dengan membatasi kapasitas dan jam operasional. Pembatasan pergerakan manusia secara massal seperti Ramadan dan Natal	Tidak ada	Paket stimulus dengan pelonggaran defisit menjadi - 5,87% dari PDB
Malaysia	Pembatasan mobilitas tidak lebih dari 10km dari tempat tinggal	Karantina sejak 18 Maret 2020	Paket stimulus dengan pelonggaran defisit menjadi - 2,23% dari PDB
Filipina	Kegiatan keagamaan dilakukan di rumah secara daring	Penutupan pulau secara bertahap	Paket stimulus dengan pelonggaran defisit menjadi - 5,46% dari PDB
Singapura	Bisnis non esensial dan sekolah ditutup. Larangan berkumpul dalam jumlah berapapun. Taman dan tempat olahraga akan ditutup apabila terdapat kerumunan	Asrama lebih dari 20 ribu penghuni di karantina sejak 5 April	Paket stimulus dengan pelonggaran defisit menjadi - 8,94% dari PDB
Thailand	Bar dilarang untuk dibuka. Sekolah ditutup hingga 1 Juli.	Pemberlakuan jam malam sejak 22.00 s.d 04.00 sejak 3 April	Paket stimulus dengan pelonggaran defisit menjadi - 4,70% dari PDB
Vietnam	Pelarangan kerumunan lebih dari 20 orang. Menutup layanan publik non esensial sejak 1 April	Karantina wilayah yang tergolong risiko tinggi sejak pertengahan Februari. <i>Lockdown</i> nasional selama 15 hari sejak 1 April	Paket stimulus dengan pelonggaran defisit menjadi - 3,29% dari PDB

Ketika virus Covid-19 terus menyebar di Indonesia, pada April 2020 pemerintah akhirnya menyerukan pembatasan mobilitas masyarakat. Metode pembatasan yang dipilih oleh pemerintah adalah dengan melakukan Pembatasan

Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah tertentu. Pembatasan ini mencakup penutupan tempat umum, sekolah, membatasi transportasi umum, dan membatasi perjalanan ke dan dari provinsi atau wilayah yang dibatasi. PSBB dilakukan oleh Kementerian Kesehatan atas usulan dari Kepala Daerah, sesuai peraturan PP No. 21 Tahun 2020 tentang PSBB. Pemerintah juga menerbitkan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-alam Penyebaran Covid-19 Sebagai Bencana Nasional.

12. Referensi lain

Pandemi COVID-19 berdampak secara multidimensi, baik pada kesehatan manusia maupun dampak sosial ekonomi (Wen et al., 2020; Nicola et al., 2020; Ozili dan Arun, 2020). Pandemi COVID-19 berdampak pada perekonomian karena dua hal, antara lain: 1)⁹ penyebaran virus mendorong jarak sosial yang menyebabkan penutupan berbagai sektor ekonomi dan 2) tingkat eksponensial penyebaran virus, ketidakpastian berakhir sehingga berdampak pada konsumsi dan investasi (Ozili dan Arun, 2020; Nicola et al., 2020; Loayza dan Pennings, 2020)¹⁰. Dampak perekonomian karena pandemi ini lebih besar dari krisis-krisis sebelumnya, yang ditandai dengan resesi ekonomi secara global. Loayza dan Pennings (2020) menyatakan bahwa dampak COVID-19 pada perekonomian apabila tidak dikelola dengan baik, dapat menyebabkan pengangguran massal dan penutupan bisnis. Lebih lanjut, serangkaian krisis lainnya akan mengikuti, seperti krisis keuangan, sektoral, neraca pembayaran, dan krisis utang. Merespons dari pandemi ini, berbagai kebijakan pemerintah dilakukan diantaranya; penerapan *social distancing*, pembatasan perjalanan, karantina berskala besar, bahkan aturan *lockdown*. Kebijakan pemerintah ini dapat memberikan efek domino terhadap perkembangan ekonomi dan sektor-sektor terdampak.

⁹ Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2020). Many brains are better than one: the importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 1-4. World Health Organization. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19): situation report, 57.

¹⁰ Ozili, P. K., & Arun, T. (2020). Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy. Available at SSRN 3562570.

Dari sisi ketenagakerjaan, jumlah pengangguran meningkat drastis pada mayoritas negara. Dampak Covid-19 tidak hanya menyebabkan banyaknya lapangan kerja yang hilang, namun juga penurunan jam kerja yang berimplikasi pada penurunan pendapatan. Hasil riset menunjukkan perlu waktu beberapa tahun untuk memulihkan tingkat pengangguran pada level sebelum pandemi (IMF, 2021).

Dari sisi pasar modal, ketidakpastian ekonomi menyebabkan harga saham anjlok berkisar 10-35% sejak bulan pertama Covid-19 dinyatakan sebagai pandemi. Indeks di beberapa negara baru pulih pada akhir 2020 ketika uji klinis vaksin mulai menunjukan hasil yang positif. Namun beberapa indeks besar dunia seperti FTSE (London) dan MIB (Italia) masih belum pulih hingga saat ini (Bloomberg, 2021).

Dari sektor riil, transportasi dan pariwisata menjadi industri yang paling terkena dampak negatif. Pembatasan mobilitas menyebabkan pergerakan manusia menjadi sangat terbatas. Rata-rata penerbangan global 2020 tercatat turun hingga mencapai 50% dari kondisi normal pada 2019. Diperkirakan perlu waktu hingga 2025 untuk memulihkan sektor transportasi dan pariwisata pada kondisi sebelum pandemi (IMF, 2021).

Chanona et al (2020)¹¹ mengemukakan bahwa pandemi dapat menyebabkan ketidakseimbangan permintaan dan penawaran di suatu sektor. Lebih lanjut, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling terdampak pandemi COVID-19, karena terjadinya penurunan pada penawaran dan permintaan perjalanan yang mengakibatkan turunnya harga di sektor pariwisata. Maliszewska et al. (2020)¹² pun sepakat menyatakan guncangan global dampak pandemi COVID-19 akan dirasakan lebih besar pada sektor layanan domestik dan pariwisata.

Hoque et al (2020) menyatakan bahwa saat ini sektor pariwisata harus menghadapi ancaman yang belum pernah dialami sebelumnya¹³. Dewan Perjalanan dan Pariwisata Dunia (The World Travel and Tourism Council – WTTC) telah mencatatkan bahwa terdapat 50 juta pekerjaan di sektor perjalanan dan

¹¹ Chanina et al (2020). Supply and demand shocks in the COVID-19 pandemic: An industry and occupation perspective

¹² Maliszewska, M., Mattoo, A., & Van Der Mensbrugge, D. (2020). The potential impact of COVID-19 on GDP and trade: A preliminary assessment.

¹³ Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.

pariwisata global yang mungkin akan terdampak. Nicola et al (2020)¹⁴ menyatakan bahwa industri yang paling terpukul di sektor pariwisata adalah industri perhotelan dan perjalanan. Para pekerja di kedua sektor tersebut akan menghadapi potensi pemutusan hubungan kerja atau dirumahkan tanpa dibayar.

Beberapa penelitian telah mengkaji dampak merosotnya kinerja pada suatu negara. Fernandes (2020)¹⁵ memprediksi negara yang paling akan berdampak adalah Yunani, Italia, Spanyol, Portugal. Apabila skenario terburuk terjadi, maka akan terjadi kemerosotan yang sangat besar pada ketiga Negara tersebut dan akan berimbas turunnya PDB sebesar 8% -10%.

Menunjuk Kumar (2020)¹⁶ menyatakan bahwa di India telah mencatat penurunan wisatawan asing dan wisatawan domestik, yaitu masing-masing sebesar 67% dan 40%. Penurunan signifikan pada wisatawan tersebut disebabkan adanya kehati-hatian dalam menjaga kesehatan dirinya dan enggan untuk berwisata. Akibatnya, terdapat penurunan pada permintaan sektor pariwisata di India sepanjang tahun sekitar 18% - 20%.

Berdasarkan Sri Lanka Tourist Development Authority Data, terdapat penurunan kedatangan wisatawan pada kuartal pertama sebesar 30%. Sekitar 75% wisatawan telah menanggukkan tiket perjalanan pariwisata selama Februari-Maret 2020. Penurunan wisatawan diperkirakan dapat terus berlanjut untuk kuartal berikutnya hingga berada di titik nol. Hal tersebut memberikan konsekuensi langsung bagi Sri Lanka, yaitu merosotnya penerimaan dari sektor pariwisata sekitar USD 200 – 420 miliar (Ranasinghe, 2020)¹⁷.

Mencermati besarnya dampak COVID-19 terhadap perekonomian global, Craven et al. (2020)¹⁸ pesimis pemulihan ekonomi akan terjadi dalam waktu singkat.

¹⁴ Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemi: A review. *International Journal of Surgery*.

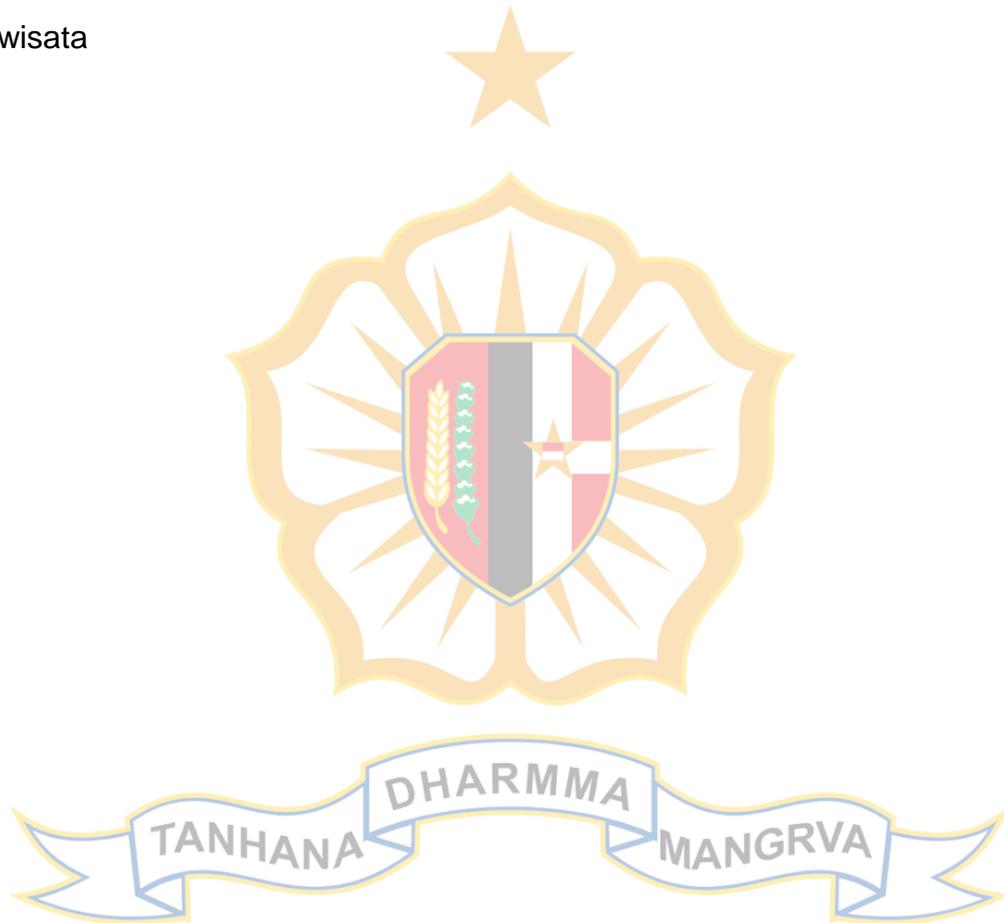
¹⁵ Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Available at SSRN 3557504.

¹⁶ Kumar (2020). Impact of Lockdown 1.0-4.0 on spread of COVID-19 Pandemi in India. *Indian Journal of Community Health*, Vol 32

¹⁷ Ranasinghe, R., Karunarathna, C., & Pradeepamali, J. (2020). After Corona (COVID-19) Impacts on Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal. Available at SSRN 3591259.

¹⁸ Craven, M., Liu, L., Mysore, M., & Wilson, M. (2020). *COVID-19: Implications for business*. McKinsey & Company.

Pelaku bisnis pada masa pandemi dan pasca pandemi seharusnya fokus pada tujuh hal, yaitu: 1) melindungi pegawai; 2) menyiapkan tim respons COVID-19 lintas fungsional; 3) memastikan likuiditas cukup untuk menghadapi badai; 4) stabilisasi rantai penawaran; 5) tetap dekat dengan pelanggan; 6) mempraktikkan rencana; dan 7) menunjukkan tujuan. Pesimisme Craven et al. (2020) mendapat dukungan dari Khalilzadeh (2020). Mempertimbangkan pengalaman masa lalu, pariwisata akan baik-baik saja dalam hitungan satu atau dua tahun setelah berakhirnya pandemi COVID-19. Diperlukan waktu yang tidak singkat untuk pemulihan sektor pariwisata



BAB III

PEMBAHASAN

13. Umum

Dari uraian tinjauan pustaka pada Bab II, selanjutnya pada Bab III akan dilakukan pembahasan inovasi pengembangan pariwisata di destinasi wisata sebagai strategi pemulihan pariwisata *new normal* dalam rangka meningkatkan ketahanan ekonomi nasional berdasarkan teori Joseph Schumpeter, yaitu *creative destruction* dan Oslo Manual: *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd ed* (OECD), sehingga akan menjawab pokok-pokok permasalahan sebagaimana yang telah disusun pada pertanyaan kajian pada Bab I.

14. Makro Perspektif Kepariwisata Di Indonesia

Berdasarkan UU No 10/2009 tentang Kepariwisata, pariwisata dimaknai sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan nasional, dan bersifat multidimensi dan multi-disiplin. Pariwisata juga mempunyai *forward linkage* dan *backward linkage*. Pada periode 2015-2019, sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi terhadap PDB dengan tren yang meningkat. Hal ini menjadikan sektor pariwisata menjadi *leading sector* sebagai penyumbang devisa setelah komoditas kelapa sawit. Pada 2019, sektor pariwisata dapat menyumbangkan devisa sebesar \$ 16,9 Miliar. Sumbangan devisa sektor pariwisata didukung oleh capaian wisatawan nusantara yang menunjukkan peningkatan sepanjang tahun, yaitu tercatat sebesar 282 juta pada 2019.

Pada 2020, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif kembali ditargetkan dapat memberikan kontribusi yang terus meningkat dan memberikan kontribusi besar pada ketahanan ekonomi nasional. Namun demikian, sejak Maret 2020, pandemi Covid melanda dunia dan menimbulkan keterpurukan di sektor pariwisata. Strategi dan langkah-langkah terkait kesehatan misalnya *social distancing*, larangan perjalanan, *work from home*, karantina mandiri sangat berpengaruh pada mobilitas masyarakat secara global serta berdampak langsung pada penurunan kegiatan pariwisata dan rekreasi. Adanya pandemi ini kemudian juga menyebabkan

Kemenparekraf/Barekraf menyesuaikan kembali target yang telah ditetapkan dalam RPJMN, yaitu sebagai berikut:

No	Indikator Pariwisata	Target 2019	Target 2020
1.	Jumlah Wisatawan Mancanegara	20 juta	2,8 – 4 juta
2.	Jumlah Wisatawan Nusantara	275 juta	120 – 140 juta
3.	Devisa	\$ 17,6 Miliar	\$ 3,3 – 4,9 Miliar
4.	Tenaga Kerja Pariwisata	13 juta jiwa	10 juta jiwa

Sumber: Kemenparekraf, 2020

Pandemi Covid-19 mendorong perubahan yang besar pada sektor pariwisata, baik pada kebiasaan dan pola perjalanan pariwisata. Dalam rangka mendorong pemulihan sektor pariwisata, pemerintah menerapkan beberapa strategi dalam menghadapi pariwisata *new normal*. Pariwisata *new normal* kurang lebih bermakna kondisi di mana sektor pariwisata menerapkan tatanan baru untuk beradaptasi dengan Covid-19. Adapun upaya pemulihan pariwisata *new normal* yang digagas Kemenparekraf antara sebagai berikut:

1. Reaktivitasi pasar wisnus melalui penyediaan insentif, dan pasar wisman melalui diplomasi bilateral dengan negara-negara sumber wisman;
2. Reaktivasi event nasional untuk peningkatan kepercayaan publik yang didukung penyelenggaraan acara-acara pemerintah dan BUMN di daerah sesuai kesiapan destinasi;
3. Pemulihan tenaga kerja pariwisata melalui *re-skilling* dan *up-skilling*;
4. Pemulihan industri pariwisata yang didukung program PEN;
5. Kelanjutan pembangunan infrastruktur terutama untuk mendukung aksesibilitas dan sanitasi, di 5 DSP;
6. Penerapan standar kesehatan, kebersihan, keselamatan dan pelestarian lingkungan di setiap destinasi; serta
7. Pendampingan investasi pariwisata yang sempat tertunda saat pembatasan mobilitas.

Merujuk pada PP No 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional 2010-2025, Pasal 16, ayat (2) ditegaskan bahwa strategi pembangunan daya tarik wisata dapat dilakukan melalui pengembangan inovasi

manajemen produk dan kapasitas daya tarik wisata pada suatu destinasi. Lebih lanjut, dalam UU No.10/2009 juga ditegaskan pembangunan kepariwisataan juga dapat meliputi industri pariwisata, destinasi wisata, kelembagaan, dan pemasaran.

Pariwisata *new normal* juga mendorong gelombang disrupsi yang semakin cepat dari perkiraan awal. Penggunaan teknologi menjadi salah satu kunci adaptasi dalam rangka *new normal*. Oleh karena itu, pelaku pariwisata dituntut untuk dapat beradaptasi dan melakukan perubahan dari permintaan dan tren yang sedang berlangsung. Mau tidak mau, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan inovasi dalam era *new normal* harus digalakkan.

15. Kebijakan Pemerintah Indonesia Selama Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Bagi Industri Pariwisata

Penerapan PSBB sepanjang 2020 menimbulkan dampak yang beragam. Dari aspek kesehatan, PSBB mampu menekan tingkat penyebaran Covid-19 di wilayah yang menerapkan pembatasan. Namun dari aspek ekonomi, PSBB menyebabkan aktivitas ekonomi terhenti. Data BPS mencatat penerapan PSBB sepanjang Triwulan II 2020 membawa ekonomi Indonesia -5,32% (yoy). Dari aspek sosial, hal ini menimbulkan keresahan pada masyarakat karena meningkatkan kemiskinan dan penurunan kesejahteraan.

Penerapan PSBB sepanjang 2020 menimbulkan dampak yang beragam. Dari aspek kesehatan, PSBB mampu menekan tingkat penyebaran Covid-19 di wilayah yang menerapkan pembatasan. Namun dari aspek ekonomi, PSBB menyebabkan aktivitas ekonomi terhenti. Data BPS mencatat penerapan PSBB sepanjang Triwulan II 2020 membawa ekonomi Indonesia terkontraksi sebesar -5,32% (yoy). Dari aspek sosial, hal ini menimbulkan keresahan pada masyarakat karena meningkatkan kemiskinan dan penurunan kesejahteraan.

Implikasi penerapan PSBB ini menyebabkan kegiatan pariwisata di beberapa daerah praktis menjadi sepi. Ketika Covid-19 pertama kali dinyatakan sebagai pandemi pada Maret 2020, pemerintah menyadari bahwa Covid-19 akan

berdampak pada kinerja pariwisata Indonesia. Presiden Jokowi menempatkan pariwisata menjadi salah satu sektor motor penggerak perekonomian Indonesia¹⁹.

Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional terus meningkat dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, pariwisata menjadi *leading sector* penyumbang devisa setelah industri sawit. Berdasarkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), sektor pariwisata dan ekonomi kreatif ditargetkan memberikan Kontribusi yang terus meningkat terhadap ketahanan ekonomi Indonesia. Pada 2024, nilai devisa sektor Pariwisata ditargetkan meningkat dari US\$ 3,3 – 4,8 Miliar di tahun 2020 menjadi US\$ 21,5 - 22,9 Miliar. Sementara itu, kontribusi PDB pariwisata terhadap Nasional ditargetkan meningkat bertahap dari 4,0% di tahun 2020 menjadi 4,5% di tahun 2024.

Untuk mempertahankan kinerja pariwisata di tengah pandemi Covid-19, pemerintah menerapkan subsidi tiket dan hotel terutama pada tujuan daerah wisata prioritas (Kemenpar, 2020). Selain itu pemerintah juga menambah jumlah hari libur 2020 dari semula 20 hari menjadi 24 hari (Kemenko PMK, 2020). Kebijakan ini menuai pro-kontra di masyarakat. Masyarakat yang pro mayoritas merupakan pelaku jasa pariwisata, yang merasa terbantu dengan kebijakan pemerintah ini. Namun masyarakat yang kontra merasa kebijakan pemerintah lebih mementingkan aspek ekonomi dibanding aspek kesehatan.

Penurunan pariwisata di Indonesia terindikasi dari tingkat hunian hotel pada April - Mei 2020 tercatat hanya 5,7%, padahal pada periode yang sama tahun sebelumnya tingkat okupansi mampu mencapai 48,7% (BPS, 2020). Sementara itu, pada Mei 2020, mayoritas pelaku usaha wisata telah mengeluhkan keberlanjutan usahanya apabila kondisi pandemi terjadi berlarut-larut. Berdasarkan hasil survei terhadap industri parekraf, 95,9% pelaku usaha pariwisata terdampak Covid-19. Akibatnya sekitar 2,6 juta tenaga kerja pariwisata terdampak dengan rincian (i) 1 juta tenaga kerja menganggur penuh/berpindah ke sektor lain; (ii) 1,2 juta tenaga kerja mengalami pengurangan jam kerja/dibayar setengah/setengah menganggur; dan (iii) 400 ribu tenaga kerja pariwisata formal beralih ke tenaga kerja pariwisata di sektor informal (Kemenpar, 2020).

¹⁹ Visi Presiden Republik Indonesia periode 2014-2019

Untuk menghindari dampak negatif kepada sektor pariwisata yang lebih dalam lagi, pemerintah secara bertahap melakukan reaktivasi pariwisata dimulai pada Juni 2020 (Dispar DIY, 2020). Pembukaan destinasi wisata ini dilakukan dengan memenuhi standarisasi *Cleanliness, Health, Sustainability, dan Environment* (CHSE). Kementerian Pariwisata memberikan sertifikat CHSE kepada Usaha Pariwisata, Destinasi Pariwisata, dan Produk Pariwisata lainnya untuk memberikan jaminan kepada wisatawan terhadap pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. Hasilnya reaktivasi pariwisata ini mampu mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan pariwisata. Secara statistik, pada Juni s.d Agustus 2020 tingkat okupansi hotel di DIY terus meningkat mencapai rata-rata 27,7% (BPS, 2020).

Capaian pariwisata sepanjang 2020 ini menunjukkan strategi pemerintah untuk penerapan PSBB, CHSE, dan stimulus pariwisata mampu menahan penurunan kinerja pariwisata lebih dalam. Penerapan restriksi perjalanan di berbagai negara dan penutupan border Indonesia sepanjang 2020 menyebabkan jumlah kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia turun menjadi 4,02 juta orang (-75,0% yoy) dengan devisa pariwisata mencapai US\$ 3,2 miliar(-80,8% yoy). Pariwisata Indonesia sepanjang 2020 ditopang oleh wisatawan nusantara dengan capaian 198,25 juta orang (-29,7% yoy).

Namun disisi lain, reaktivasi pariwisata ini menimbulkan *trade off* antara pemulihan ekonomi dan aspek kesehatan. Secara khusus pada momen libur panjang, aspek kesehatan juga tidak dapat terkontrol dengan baik. Seperti pada momen libur panjang 17-23 Agustus 2020 menyebabkan lonjakan kasus Covid-19 mencapai 119%. Adapun pada libur panjang Idul Fitri 22-25 Mei 2020 menimbulkan lonjakan kasus Covid-19 yakni 68-93%²⁰.

²⁰ Satgas Covid-19 dalam <https://nasional.tempo.co/read/1415810/libur-akhir-tahun-satgas-covid-19-minta-masyarakat-menahan-diri-untuk-bepergian>

16. Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata dan Implementasinya Di Berbagai Negara di Dunia Sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata *New normal*

Pandemi COVID-19 menurut Cooke (2020)²¹ memaksa inovasi di Sektor Pariwisata untuk berbenah diri. Dunia membutuhkan pariwisata yang lebih baik dan inovasi yang lebih baik. Inovasi harus dilakukan agar pariwisata tetap dapat melayani wisatawan dengan lebih baik di masa dan pasca pandemi COVID-19. Perilaku wisatawan akan berubah pasca pandemi COVID-19, pelaku industri pariwisata juga harus berubah melalui inovasi lebih baik.

Merujuk pada Oslo Manual: *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd ed* (OECD), klasifikasi inovasi yang direkomendasikan untuk analisis adalah **inovasi produk**, **inovasi proses**, **inovasi kelembagaan**, dan **inovasi pemasaran**.

a. Inovasi Produk

Upaya inovasi produk dalam rangka pariwisata *new normal* menjadi faktor utama untuk menarik minat berkunjung wisatawan. Inovasi produk berfokus pada produk atau jasa baru yang dapat dikomersialisasikan. Berdasarkan Middleton (2001) produk pariwisata terdiri dari 3 (tiga) komponen yaitu atraksi, amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas.

Pemulihan sektor pariwisata pada era *new normal* membutuhkan penyesuaian kebijakan dan strategi dibandingkan era sebelum merebaknya COVID-19. Kebijakan yang telah diterapkan oleh pemerintah sebelum pandemi, yakni (3A, Aktraksi, Amenitas, Akses) tentunya masih menjadi strategi utama dalam pengembangan pariwisata. Lebih lanjut, sebagai upaya mempercepat pemulihan di sektor pariwisata akibat pandemi, *survival strategy esensial* yang dapat diimplementasikan, yakni:

- 1) Akselerasi sertifikasi *Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability* (CHSE)

²¹ Cooke Philip (2020). New global tourism innovation in a post-coronavirus era. European Planning Studies. Volume 29

- 2) Digitalisasi sistem pembayaran di Obyek Wisata
- 3) Stimulus dan insentif berwisata, antara lain *voucher*, garansi penundaan *voucher*, dan lain-lainnya
- 4) Pengembangan pariwisata potensial, khususnya *quality tourism*
- 5) Melanjutkan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) Pariwisata
- 6) Perluasan *Travel Corridor Arrangement* (TCA)

b. Inovasi Proses

Inovasi proses berfokus pada perubahan proses produksi atau layanan pariwisata, yang dapat dilihat dari sisi *demand* dan *supply*. Di era COVID-19 terdapat pergeseran *demand* dan *supply* yang mengutamakan aspek keamanan dan kesehatan. Secara detail perubahan *demand* dan *supply* dalam rangka proses pemulihan pariwisata sebagai berikut²²:

1) *Demand* - wisatawan

Adanya COVID-19 membuat para wisatawan melakukan pembatalan perjalanan mulai awal tahun 2020. Untuk mencegah penyebaran COVID-19 masyarakat cenderung melakukan *lockdown* dan *social distancing*. Adanya *awareness* terkait keamanan dan kesehatan dalam perjalanan juga menjadi faktor menurunnya kunjungan wisatawan ke destinasi. Standar CHSE dan informasi yang valid menjadi landasan yang kuat dalam memutuskan aktivitas berwisata. Keberhasilan program vaksinasi yang merata juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk berwisata. Pergerakan pariwisata pasca pandemi ini masih berkisar lokal (*short haul*), karena masih rendahnya keyakinan masyarakat untuk berwisata lintas benua (*long haul*). Kedepannya, layanan dan pengalaman pariwisata yang diharapkan antara lain:

²² <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7290228/>

- a. Paspor dan sertifikasi kesehatan digital
- b. Aplikasi identitas digital
- c. Aplikasi yang dapat melacak mobilitas wisatawan
- d. Teknologi yang dapat melakukan monitoring *carrying capacity*
- e. Manajemen perjalanan wisatawan *contactless* atau virtual
- f. Standar kebersihan dan kesehatan baru

2) Supply – pelaku usaha pariwisata

Faktor dari sisi *supply* memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses penyerapan wisatawan. Beberapa tantangan yang dihadapi pelaku usaha pariwisata di era pandemi COVID-19 ini adalah sebagai berikut:

- a. Mekanisme pengelolaan keselamatan dan kesehatan wisatawan dan karyawan.
- b. Perlu adanya *engagement* dengan wisatawan untuk memastikan: keselamatan, keamanan, dan stabilitas individu yang bertujuan meningkatkan kepercayaan wisatawan.
- c. Penyesuaian mekanisme promosi destinasi wisata secara online berupa pengalaman virtual dan memperkuat *branding* destinasi wisata.
- d. Memastikan likuiditas kas untuk menunjang kelangsungan bisnis dengan menekankan kepada strategi pemulihan seperti optimalisasi sumber daya yang ada dan percepatan adopsi digital.

Pemulihan dari sisi *supply* tentunya memerlukan strategi atau perencanaan yang matang terutama penyesuaian kedalam *new normal lifestyle*. Implementasi penyesuaian ini diperlukan dari beberapa sisi antara lain:

- a. Memperhatikan faktor kesehatan dalam proses pembukaan kembali destinasi wisata antara lain melaksanakan protokol kesehatan baru berupa: APD, masker, pembersih, tissue, *hand sanitizer*.

- b. Pengelolaan daya dukung (*carrying capacity*) destinasi wisata dan praktik *social distancing*.
- c. Peningkatan standar CHSE/pelayanan di pintu masuk dan keluar, destinasi wisata, dan penyediaan akomodasi makan dan minum.
- d. *Virus-free destination*, di mana akan meningkatkan persepsi wisatawan terhadap risiko perjalanan.
- e. Mendesain ulang pelaksanaan proses bisnis untuk menghadapi pandemi COVID-19.
- f. Mengadopsi beberapa teknologi yang dapat menunjang pelaksanaan proses bisnis di destinasi wisata.

c. Inovasi Kelembagaan

Diperlukan waktu yang tidak singkat untuk pemulihan sektor pariwisata. Mempertimbangkan pengalaman masa lalu, diperlukan waktu berkisar antara satu atau dua tahun setelah berakhirnya pandemi COVID-19 agar kondisi pariwisata dapat pulih. Apabila *recovery* pariwisata DIY berjalan lambat, hal ini berisiko menyebabkan terhambatnya pertumbuhan ekonomi dan penurunan kesejahteraan masyarakat DIY.

Terkait hal tersebut, perlu adanya inovasi kelembagaan, salah satunya melalui kolaborasi dari seluruh *stakeholder* dalam menyambut era pariwisata baru pasca pandemi agar mempercepat upaya *recovery* pariwisata. Inovasi kelembagaan berfokus pada perubahan struktur atau metode organisasi. Pengembangan inovasi kelembagaan sebagai akselerasi pemulihan pariwisata di masa pandemi mutlak di lakukan. Untuk itu, merujuk pada Wen *et al.* (2020), keputusan pemangku kepentingan harus didasarkan pada bukti ilmiah untuk merumuskan kebijakan di saat pandemi. Pemulihan pariwisata dari dampak pandemi COVID-19 tidak mudah. Pariwisata adalah sistem kompleks yang melibatkan jaringan pelaku usaha yang sangat banyak dari tingkat global maupun lokal. Sektor pariwisata memiliki keterkaitan langsung dan tidak langsung di berbagai industri dan sektor.

Berkaca pada SARS 2003, industri pariwisata akan pulih secara bertahap. Namun demikian, skala pandemi Covid-19 jauh lebih besar, sehingga diperlukan langkah-langkah strategis dalam pemulihan industri pariwisata. Pemulihan industri pariwisata dari dampak pandemi Covid-19 tidak mudah, karena mempunyai keterikatan *backward linkage* dan *forward linkage*, sehingga diperlukan sinergi dan kolaborasi bersama semua pemangku kepentingan (penanganan multi sistem).

Pendekatan multi sistem telah diterapkan WHO dalam menerbitkan protokol kesehatan. Pada 2020, WHO menerbitkan 3 (tiga) pernyataan bersama, yaitu dengan IMO (Organisasi Maritim Internasional), ICAO (Organisasi Penerbangan Sipil Internasional) dan UNWTO (Organisasi Pariwisata Dunia). Pernyataan dimaksud ditujukan untuk semua pemangku kepentingan, dan berisi tentang pentingnya: 1) mengikuti peraturan dan pedoman kesehatan internasional, 2) peraturan organisasi mitra yang ada, dan 3) perlunya kolaborasi lintas sektor.

d. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran berfokus pada perubahan strategi pemasaran untuk perluasan pasar. Pemulihan ekonomi terdampak Covid-19 memerlukan peran Pemerintah, terutama untuk menciptakan sentimen positif. Kehadiran wisatawan (baik lokal maupun mancanegara) akan berangsur pulih apabila terdapat kepastian pelaksanaan CHSE di destinasi wisata. Untuk daerah yang mengandalkan pariwisata skema dan mekanisme pemulihan perlu dikembangkan, sehingga tanggapan pada situasi krisis bisa cepat dilakukan.

Komunikasi krisis yang berasal dari pemerintah dapat berpengaruh pada sikap wisatawan, tujuan perjalanan, dan persepsi citra destinasi pariwisata. Beberapa strategi yang perlu dirumuskan pemerintah antara lain:

- 1) Komunikasi dan koordinasi internal (Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat)
- 2) Komunikasi pemasaran terpadu ke pasar (konsumen dan bisnis)
- 3) Respons cepat terkait promosi dan pengalihan pasar sasaran
- 4) Mekanisme monitoring dan evaluasi strategi pemulihan pariwisata

Merujuk pada hal di atas, beberapa inovasi pada industri pariwisata telah diterapkan di beberapa negara di dunia, antara lain:

Tabel 3.1 Strategi Inovasi Pariwisata *New normal* Di Beberapa Negara Di Dunia

No	Kebijakan	Negara
I. Inovasi Produk		
1.	Skema MICE	<p>Malaysia</p> <p>untuk mendorong sektor pariwisata, Malaysia Convention and exhibition Bureau memberikan program insentif bagi penyelenggara <i>event domestic (lets meet locally)</i> dan internasional (<i>lets meet tomorrow</i>) yang insentifnya diukur berdasarkan jumlah peserta dan jangka waktu pelaksanaan event tersebut.</p>
2.	Garansi untuk penundaan wisata berupa voucher	<p>Belgia</p> <p>Untuk turis yang liburannya harus tertunda karena Covid-19, pemerintah akan memberikan <i>credit voucher</i> yang berlaku selama satu tahun untuk mencegah terjadinya <i>refund</i> secara massal.</p> <p>Bulgaria</p> <p>Mendukung pelaku usaha tour dan travel berupa insentif untuk pemberian <i>voucher</i> kepada turis yang tidak dapat berlibur karena Covid-19.</p> <p>Italia</p> <p>Adanya <i>refund</i> dengan <i>voucher</i> untuk turis yang telah mengambil paket wisata serta tiket untuk pertunjukan, bioskop, teater, museum dan acara-acara kebudayaan.</p>
3.	Optimalisasi digitalisasi	<p>Portugal</p> <p>Pengembangan beberapa aplikasi Beach App, yaitu untuk memantau tingkat kepadatan pantai.</p> <p>Singapura</p> <p>Pengembangan sistem <i>space out</i>, yaitu berupa <i>real time based</i> website yang dapat memonitor tingkat kepadatan suatu tempat wisata/tempat belanja. Tidak hanya digunakan untuk turis, website ini digunakan oleh pemerintah untuk distribusi turis/warga yang akan menggunakan fasilitas umum</p> <p>Korea</p> <p>Mengembangkan "<i>digital story telling service</i>" untuk menambah kenyamanan wisatawan dengan meminimalisir kontak langsung dengan tour guide offline. "<i>smart tour guide</i>" ini telah mencakup Bahasa Inggris, Jepang dan China.</p>
II. Inovasi Proses		

1.	<i>Travel bubble</i>	<p><i>Travel bubble</i> pertama kali dilakukan di Asia Pacific oleh Tiongkok dan Korea pada 1 Mei 2020 untuk <i>business travelers</i> yang mendapatkan undangan khusus dari kedua negara tersebut.</p> <p>Terdapat bilateral bubble antara Fiji and Australia yang membantu pemulihan sektor pariwisata Fiji sebesar 50%.</p> <p>MPU (mitra praja utama)</p> <p>Domestic <i>travel bubble</i> yang dilakukan oleh 10 provinsi antara lain Jabar, Jakarta, Jateng, DIY, Jatim, Bali, Lampung, NTB, Banten, NTT</p>
	Distribusi informasi dan pengumpulan data	<p>Portugal</p> <p>Mengumpulkan data dan informasi terkait covid-19 dan menyajikannya dalam periode mingguan kepada pelaku usaha</p> <p>Jerman</p> <p>Membangun <i>website</i> untuk menyajikan <i>update</i> harian hasil survei terkait pariwisata yang bertujuan untuk membantu pelaku usaha menetapkan strategi dan ekspektasi.</p>
	Memperkuat sektor pendukung pariwisata	<p>Spanyol</p> <p>Mempersiapkan <i>Tourist Recovery Plan (health, support, knowledge, promotion)</i>. Untuk kesehatan, pemerintah bekerjasama dengan swasta untuk mengembangkan fasilitas dan standar kebersihan untuk memastikan kawasan wisata aman dan memulihkan kepercayaan dari wisatawan domestik maupun internasional.</p>
	Meningkatkan kapasitas SDM	<p>Finland</p> <p>Visit Finland menyediakan pelatihan online yang bebas biaya terkait digitalisasi dalam usaha pariwisata.</p> <p>Korea</p> <p>Pelatihan untuk tenaga kerja pariwisata yang terdampak serta insentif untuk pencari kerja</p> <p>Irlandia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Departemen pengembangan sumber daya manusia (Fáilte Ireland) menyediakan paket pelatihan dan pendampingan untuk pelaku usaha pariwisata serta konsultasi terkait tantangan dan kendala yang dihadapi. • Menyusun <i>guideline</i> bisnis <i>new normal</i> untuk usaha pariwisata <i>return to work safely protocols</i> yang bekerjasama dengan pelaku usaha dan instansi terkait.
III Inovasi Kelembagaan		

1.	Task Force Pemulihan sektor pariwisata	<p>Inggris</p> <p>Membentuk forum Tourism Industry Events Response Group (TIER) yang dipimpin oleh VisitBritain dan beranggotakan organisasi pariwisata, pelaku usaha, pemerintah daerah, dan departemen digital, budaya, Media dan Olahraga. Pembentukan TIER bertujuan untuk mengumpulkan isu, dampak dan masukan terkait penanggulangan Covid-19 di sektor pariwisata kepada pemerintah.</p> <p>Finlandia</p> <p>Membentuk <i>working grup</i> antar kementerian (Mini Matka) yang berkontribusi dalam persiapan strategi pariwisata nasional khusus masa <i>recovery</i> covid-19 di tahun 2020-2021.</p> <p>Thailand</p> <p><i>Tourism Authority of Thailand</i> (TAT) memformulasikan strategi untuk mendukung pariwisata domestik melalui peningkatan kepercayaan masyarakat untuk dapat kembali berwisata di dalam negeri.</p>
IV. Inovasi Pemasaran		
1.	Kampanye Digital	<p>Portugal</p> <p>Penyesuaian <i>campaign</i> dari #CantSkipPortugal menjadi #CantSkipHope untuk memberikan semangat bagi seluruh pelaku usaha bahkan seluruh masyarakat dalam menghadapi ketidakpastian situasi covid-19 (<i>video available here: https://youtu.be/IFIFkGV207A</i>)</p>
2.	Kampanye berwisata dalam negeri	<p>Vietnam</p> <p>Kampanye untuk meningkatkan awareness masyarakat untuk melakukan pariwisata domestik dengan tagline "Vietnamese people travel in Vietnam" dan disertai dengan diskon biaya pariwisata dan tiket pesawat.</p>

17. Dampak Turunnya Kinerja Pariwisata Pada Industri Pariwisata di DIY

Pariwisata merupakan salah satu mesin pertumbuhan perekonomian DIY. Industri pariwisata dan penunjang pariwisata memiliki kontribusi 55,37% terhadap perekonomian DIY. Ada 11 sektor yang masuk dalam industri pariwisata dan ekonomi kreatif dalam tabel input-output DIY 2015 (Tabel 3.2). Penurunan drastis pada sektor pariwisata selama pandemi COVID-19 berdampak pada anjloknya perekonomian DIY. Sementara itu, berdasarkan kajian Bank Indonesia (2020) diperoleh dampak turunnya sektor pariwisata diperkirakan menyebabkan turunnya

pendapatan rumah tangga dan penyerapan tenaga kerja masing-masing sebesar -6,03% dan -4,88%.

Tabel 3. 2. Sektor-Sektor yang Digolongkan dalam Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di DIY Tahun 2015

No	Sektor	Nilai Output (Rp miliar)	Peranan (%)
12	I. MaMin	20.793.55	10.96
13	I. Tekstil	3.417.16	1.80
14	I. Alas Kaki & Kulit	1.001.84	0.53
15	I. Kayu, Rotan & Bambu	1.595.38	0.84
27	Perdagangan	9.820.60	5.18
28	Hotel dan Restoran	19.677.50	10.38
29	Angkutan Darat	7.759.05	4.09
30	Angkutan Air	0.00	0.00
31	Angkutan Udara	3.241.33	1.71
32	Komunikasi	12.485.43	6.58
35	Jasa-jasa lainnya	25.206.41	13.29
	Jumlah	104.998.25	55.37

Sumber: BPS DIY (2015), data diolah.

Turunnya kinerja industri pariwisata di DIY berdampak pada terhentinya sebagian besar aktivitas bisnis pelaku usaha di bidang pariwisata, antara lain transportasi, destinasi wisata, tingkat hunian hotel, kunjungan ke restoran, dan transaksi perdagangan. Banyak pelaku usaha mengalami kerugian sehingga berdampak pada pengurangan tenaga kerja.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata DIY, pada Maret 2020 tercatat terdapat 4.252 tenaga kerja yang *stay* atau belum terverifikasi, 63 tenaga kerja yang sudah di-PHK, dan 8.666 tenaga kerja yang dirumahkan tanpa dibayar (*unpaid leave*) pada sektor formal. Tenaga kerja di jasa event memiliki proporsi tertinggi yang belum terverifikasi sebanyak 1.156 (Tabel 3.3). Tenaga kerja yang paling banyak di PHK adalah tenaga kerja di destinasi wisata buatan. Sedangkan, tenaga kerja yang dirumahkan tanpa dibayar paling tinggi adalah tenaga kerja yang bekerja pada jasa akomodasi wisata (hotel termasuk MICE) sebanyak 5.440. Hal ini terjadi karena semakin besar penurunan wisatawan juga berdampak pada menurunnya konsumen akomodasi wisata. Walaupun begitu, estimasi kerugian sampai dengan Maret 2020 paling besar justru dialami oleh jasa perjalanan wisata (*tour and travel*), yaitu sebesar Rp11,57 miliar rupiah.

Tabel 3.3. Pelaku Industri Pariwisata Terdampak di DIY

No	Usaha Jasa Pariwisata	Jumlah Tenaga Kerja				Estimasi kerugian sampai dengan Maret 2020 (Miliar Rupiah)
		Stay/ belum terverifikasi	PHK	Unpaid Leave	Total	
A. DATA SEKTOR FORMAL		4.262	62	8.666	12.990	48,82
1	Destinasi Wisata Buatan	911	16	563	1.490	7,31
2	Jasa Makanan dan Minuman (Restoran/ Cafe/Rumah Makan)	207	10	702	919	1,35
3	Jasa Akomodasi Wisata (Hotel termasuk MICE)	880	7	5.440	6.327	11,22
4	Jasa Akomodasi Wisata (Pondok Wisata)	210	0	133	343	0,84
5	Jasa Spa	22	0	179	201	0,02
6	Jasa Angkutan Wisata (Bus, Angkutan wisata)	295	12	963	1.270	7,09
7	Jasa Hiburan dan Rekreasi (Diskotek/Karaoke/Bioskop)	114	0	302	416	0,53
8	Jasa Event / Pekerja Event	1.156	14	244	1.414	8,89
9	Jasa Perjalanan Wisata (Tour & Travel)	467	3	140	610	11,57
B. DATA SEKTOR NON FORMAL / PROFESI		10.501	0	5.291	15.792	32,14
10	Destinasi Wisata Alam/Budaya	6.837	0	2.018	8.855	18,37
11	Desa Wisata	1.263	0	785	2.048	4,27
12	Jasa Akomodasi Wisata (Homestay)	817	0	114	931	3,33
13	Jasa Angkutan Wisata (Jeep Wisata)	1.247	0	674	1.921	2,13
14	Jasa Pemandu Wisata	337	0	403	740	4,04
15	Warung Kuliner dalam Kawasan Wisata Alam	0	0	1.297	1.297	N/A
TOTAL		14.763	62	13.957	28.782	80,96

Sumber: Dinas Pariwisata DIY (2020), data diolah.

Pada sektor informal, tenaga kerja yang paling banyak belum terverifikasi dan dirumahkan tanpa dibayar adalah tenaga kerja di destinasi wisata alam/budaya dengan jumlah total sebesar 8.855 orang. Hanya sektor warung kuliner dalam kawasan wisata alam yang merumahkan tenaga kerja tanpa ada yang di PHK ataupun belum terverifikasi. Hal tersebut dikarenakan, warung kuliner biasanya dimiliki oleh masyarakat perseorangan sehingga mereka hanya berhenti beroperasi selama pandemi.

18. Perubahan Perilaku Wisatawan Yang Akan Berkunjung ke DIY selama *New normal*

Merujuk pada Bhinadi, Nurwitasari, dkk (2020) dalam jurnal "Tourism Recovery Strategy Towards a New normal in Yogyakarta 2020", pandemi Covid-19 akan mengubah perilaku wisatawan. Hal ini terungkap dari hasil survei terhadap masyarakat yang dilakukan secara daring. Adapun perubahan preferensi perilaku wisatawan ke depan berdasarkan jurnal dimaksud, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat perubahan preferensi wisatawan mengunjungi DIY pasca pandemi COVID-19 mengarah ke kebersihan dan higienis. Secara umum terjadi peningkatan preferensi wisatawan terhadap aspek kebersihan lingkungan dan higienis, sementara pada aspek lain justru mengalami penurunan preferensi.

Meningkatnya preferensi terhadap aspek kebersihan dan higienis ini semakin kuat terjadi pada generasi *baby boomers* dan gen X. Kerentanan generasi tersebut terhadap penyebaran COVID-19 menjadi aspek krusial bagi calon wisatawan berusia lanjut.

2. Preferensi wisatawan dalam mengunjungi DIY mulai beralih ke alasan kualitas. Pasca pandemi, wisatawan mulai selektif dalam menentukan pemilihan destinasi wisata. Preferensi wisatawan dari semua generasi mengalami peningkatan untuk aspek kualitas atraksi maupun kualitas amenities. Destinasi wisata yang terlalu ramai dan tidak memiliki amenities yang tidak lengkap akan kesulitan dalam menarik wisatawan walaupun pandemi COVID-19 telah berakhir.
3. Wisata kuliner menjadi preferensi utama calon wisatawan pasca COVID-19 ini berakhir. Pada jenis pariwisata ini DIY memiliki ciri khas yang menjadi daya tarik utama dan memiliki risiko paling rendah pada penularan COVID-19. Sementara itu preferensi terhadap wisata alam mengalami penurunan drastis, utamanya oleh generasi *baby boomers* dan gen X, karena kekhawatiran terhadap potensi penularan COVID-19 di saat kondisi ramai.
4. Dari sisi akomodasi, faktor kebersihan yang menjadi preferensi utama bagi calon wisatawan. Hal ini perlu diakomodir pihak penginapan dengan penyediaan penunjang protokol kesehatan dan perawatan ataupun pembersihan penginapan yang lebih sering daripada sebelumnya. Sertifikasi kebersihan di tingkat penginapan bahkan akan memberikan nilai lebih karena memberikan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan yang disediakan. Harga penginapan pun dapat direstrukturisasi karena dalam masa pandemi pun ekonomi masyarakat juga terdampak, sehingga perlunya penentuan harga yang menimbulkan keadaan *win-win solution* bagi pihak pelaku ekonomi penginapan, wisatawan, dan pihak berkepentingan lainnya.
5. Dari aspek amenities makanan, terdapat penurunan preferensi untuk tempat makan kaki lima dan angkringan. Secara umum wisatawan memiliki persepsi negatif terhadap aspek kebersihan dan higienis pada kedua lokasi makan tersebut. Terjadi pergeseran tingkat konsumsi wisatawan pada restoran maupun café. Pergeseran tersebut disebabkan preferensi konsumen saat ini yang beralih ke fungsi dasar mencari tempat makan yang nyaman dan higienis.

19. Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata *New normal* di DIY

Dalam rangka akselerasi pemulihan pariwisata *new normal* di DIY, tentu saja dibutuhkan inovasi di industri pariwisata. Pemerintah daerah bersama dengan *stakeholder* terkait telah melaksanakan beberapa kebijakan untuk menjawab tantangan pemulihan. Namun demikian, masih terdapat beberapa hal yang terkait dengan inovasi di industri pariwisata yang diimplementasikan di DIY yaitu sebagai berikut:

a. Inovasi Produk

Permasalahan produk pariwisata di DIY antara lain:

Tabel 3.4. Permasalahan Produk Pariwisata Di DIY

Komponen	Permasalahan
Atraksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagian besar pariwisata di DIY masih bersifat <i>mass tourism</i>, seharusnya perlu lebih dikembangkan jenis-jenis pariwisata yang lebih bersifat individual yang sesuai dengan tuntutan era <i>new normal</i>. 2. Kebersihan di destinasi wisata kurang diperhatikan, tercermin dari hasil kajian Kantor Perwakilan Bank Indonesia 2019, di mana wisatawan mengutarakan level kebersihan di DIY pada kategori cukup puas. 3. Pengembangan pariwisata dan UMKM masih bersifat parsial, belum terintegrasi.
Amenitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hotel dan restoran perlu melakukan penyesuaian terhadap pariwisata <i>new normal</i>. 2. Minimnya infrastruktur di destinasi wisata, khususnya desa wisata.
Aksesibilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum adanya penerbangan langsung dari dan ke mancanegara. 2. Belum terhubungnya konektivitas jalan, kereta api, dan bandara secara terintegrasi.

Dalam rangka menjawab permasalahan di atas, perlu dilakukan beberapa inovasi produk di industri pariwisata DIY , yaitu sebagai berikut:

1. Atraksi

a. Pengembangan *quality tourism* (wisata kelas),

Transformasi pariwisata di masa pandemi merupakan momentum tepat untuk melakukan *shifting* strategi pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata yang semula berorientasi *mass tourism* perlu diubah menjadi *quality tourism*. *Quality tourism* berfokus pada pengembangan sektor potensial dan aspek-aspek lainnya. Adapun aspek-aspek yang juga perlu diperhatikan adalah 1) *spending power* wisatawan, 2) *length of stay*, dan 3) *awareness* kelestarian budaya lokal. Adapun pengembangan wisata kelas yang potensial untuk dikembangkan di DIY antara lain sbb:

- *Cultural tourism*

Pelestarian budaya masih dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di DIY. Berdasarkan hasil Susenas Modul Sosial Budaya dan Pendidikan 2018 menunjukkan 11,56% penduduk berusia 5 tahun ke atas masih memainkan permainan rakyat/tradisional. Sementara itu, sebanyak 75% penduduk juga menggunakan produk tradisional. Pengetahuan terkait dengan cerita tradisional juga ditunjukkan dengan pengetahuan penduduk sebesar 84,02% yang mengetahui dongeng/cerita rakyat. Masyarakat DIY juga masih melakukan upacara adat, yang tercermin dari penyelenggaraan acara adat oleh 1,82% rumah tangga dan pertunjukan seni yang masih dilakukan oleh 4,52% penduduk.

Pemerintah Daerah DIY pun memiliki *concern* yang tinggi terhadap pelestarian budaya, yang tercermin dari pengambilan kebijakan pembangunan yang dilakukan. Salah satu contoh kebijakan pemerintah daerah dalam pelestarian budaya adalah pembangunan sarana dan prasarana di DIY tidak boleh mengganggu bangunan bersejarah, baik candi, sumbu filosofis, maupun cagar budaya lainnya.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata 2019, setidaknya terdapat kurang lebih 33 wisata budaya yang ada di DIY. Objek wisata budaya ini meliputi bangunan bersejarah, tari-tarian, makanan tradisional, pakaian khas, dan lain sebagainya. Namun demikian, jika dilihat pengembangan wisata budaya di DIY untuk saat ini masih kurang optimal, karena masih bersifat parsial.

Sebagai inovasi produk, integrasi pengembangan *cultural tourism* perlu dilakukan dalam rangka menciptakan wisata kelas. Salah satu contoh integrasi *cultural tourism* yang dilakukan di 2020 adalah pengembangan wisata Sumbu Filosofi, yaitu dengan 1) menghidupkan kembali desa budaya di sekitar alun-alun (macapat, membuat keris, wayang kulit), 2) festival prajurit kraton (Bergodo), dan 3) integrasi UMKM di sekitar GuMaton (toko oleh-oleh, batik, mainan tradisional, dan lain-lain). Selain itu, di tahun yang sama, Dinas Pariwisata DIY juga mengencarkan sosialisasi Program *Greeting* dan *Gesture* (2G) sebagai *branding* pariwisata DIY berbasis budaya.

- *Gastronomy Tourism*

Wisata gastronomi merupakan wisata kuliner yang dapat dilakukan dengan mengusung kearifan lokal dan cita rasa makanan tradisional. DIY memiliki kuliner yang beragam, unik, dan murah. Industri kuliner dimaksud tentu saja dapat menjadi salah satu potensi unggulan dalam mendukung pariwisata DIY. Potensi kuliner DIY salah satunya dapat dilakukan dengan mengangkat makanan tradisional daerah.

b. Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (*community based tourism/CBT*).

Pengembangan CBT merupakan bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal dalam pengembangannya (Hausler (2005)). Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata DIY, saat ini, DIY memiliki 135 desa wisata yang layak jual. *Namun demikian, desa wisata yang ada DIY cenderung masih seragam, yaitu menawarkan outbond package.*

c. Pengembangan *niche market tourism*

Pengembangan wisata sepeda merupakan salah satu *niche market tourism* yang dikembangkan di masa pandemi oleh Pemda DIY, yaitu berupa

program gowes wisata kampung dengan menawarkan 5 rute. Wisata sepeda ini dibuat sejalan dengan kegiatan baru masyarakat di *new normal*, yaitu bersepeda. Adapun 5 rute dimaksud antara lain: 1) jalur romansa kota lawas, yang menyajikan romansa *heritage*, salah satunya Kotagede, 2) Jalur Tilik Jeron Beteng, yaitu dari Pasar Kuncen- Pasar Ngasem, 3) Jalur Susur Kampung, 4) Jalur Makan Wijayabrata, dari museum TNI menuju makam wijayabrata, dan 5) Jalur Taman Pintar. Paket ini dapat diakses pada aplikasi Jogja Smart Service (JSS). Ke depan jenis wisata yang unik di masing-masing daerah, dan pasarnya sangat sempit (niche) namun bernilai tinggi tersebut perlu dikembangkan lagi sehingga memberikan manfaat dalam mendukung pariwisata daerah.

d. Pembentukan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif

Berdasarkan Sensus Ekonomi 2006, karakteristik perekonomian DIY ditopang oleh sektor Usaha Mikro Kecil yang mencapai 98,4% dari populasi perusahaan di DIY. Perkembangan UMKM di DIY akan semakin meningkat apabila diselaraskan dengan pengembangan pariwisata. Adapun beberapa upaya pembentukan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif yang sudah dilakukan adalah:

- Pembelian hotel Mutiara di sentra Jalan Malioboro yang merupakan pusat pariwisata DIY melalui dana keistimewaan. Hotel dimaksud nantinya akan digunakan sebagai sentra industri dan kreatif UMKM Yogyakarta.
- Revitalisasi pasar Prawirotaman sebagai sentra industri kreatif. Pasar prawirotaman terletak di kawasan turis mancanegara di DIY.
- Pengembangan digitalisasi UMKM melalui aplikasi siBakUL oleh Pemda DIY, dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM DIY dan memberikan subsidi gratis ongkir.

Hendaknya pembentukan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif ini diformalkan dalam suatu kebijakan yang didukung penuh dan tercantum dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah baik di tingkat DIY maupun Pemda Kab/Kota.

2. Amenitas

Di sisi amenities, inovasi produk yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Akselerasi Penerapan Sertifikasi CHSE.

Untuk peningkatan kualitas amenities di era *new normal*, Pemda DIY telah melakukan Sertifikasi Usaha Jasa Pariwisata (UJP) kepada 186 UJP, lebih tinggi dari target 150. Adapun dari aspek CHSE, telah dilakukan Sertifikasi CHSE kepada 280 UJP dari 450 UJP yang mendaftar.

b. Peningkatan konektivitas jaringan internet di DIY

Memastikan tersedianya jaringan optik di setiap desa wisata, destinasi wisata, dan keseluruhan DIY. Pada 2020, Pemda DIY telah melakukan penambahan jaringan *fiber optic* sepanjang 300 Km, dengan nilai proyek sebesar Rp 14 miliar. Selain itu, Pemda DIY juga menyediakan beberapa titik WIFI publik di kawasan wisata, contohnya saja di kawasan Malioboro yang saat ini terdapat 23 titik WIFI Publik. Di 2021 ini, Pemda DIY juga melakukan akselerasi penambahan jaringan fiber optik untuk merealisasikan program *Work From Jogja* (WFJ) yang digagas oleh Kemenparekraf.

3. Aksesibilitas

Dalam rangka peningkatan aksesibilitas, beberapa inovasi produk yang dilakukan adalah:

a. Pembangunan bandara YIA, dengan luas 210.000 meter persegi dengan kapasitas 20 juta penumpang per tahun. Bandara ini dapat menampung pesawat berbadan lebar, antara lain A380, B747, dan B777. YIA memiliki hangar seluas 371.124 meter persegi yang dapat menampung pesawat sebanyak 28 unit.

b. Pembangunan jalur kereta bandara YIA

Pembangunan Jalur Kereta Bandara YIA dimaksud diperkirakan akan selesai dan dapat beroperasi di Agustus 2021. KAI telah menyediakan 2 *trainset (dedicated)* sehingga diperoleh *headway* 52 menit. Untuk menekan angka *headway* menjadi sekitar 30 menit, dibutuhkan minimal 4 *dedicated trainset trase* (YIA St. Tugu).

c. Pembangunan tol.

Saat ini sedang dilakukan pembangunan tol antara lain DIY – Solo, DIY – Bawen, DIY – Kulonprogo.

d. Penambahan trayek angkutan umum dalam rangka konektivitas antar moda. Antara lain trayek DAMRI ke 4 destinasi wisata di DIY.

b. Inovasi Proses

Dalam rangka inovasi proses di industri pariwisata, beberapa kegiatan yang dibuat oleh Pemda DIY dinilai sangat baik, dan bisa menjadi rujukan untuk dilaksanakan di daerah lain yaitu sebagai berikut:

1. Penyusunan Pranatan Anyar Plesiran Jogja

Pranatan Anyar Plesiran Jogja merupakan *Standar Operation Procedure* (SOP) Protokol Kesehatan untuk seluruh industri pariwisata (destinasi wisata, hotel, restoran, dan tempat hiburan). Hadirnya SOP ini secara langsung akan membangun kepercayaan para pengunjung pariwisata yang datang ke daerah, khususnya pada masa pandemi Covid-19.

2. Pengembangan Aplikasi Visiting Jogja

Untuk mendukung percepatan pemulihan pariwisata DIY, telah dibangun Aplikasi Visiting Jogja. Aplikasi ini merupakan *platform* bagi para wisatawan, baik pengunjung lokal maupun luar daerah, yang akan berkunjung di suatu destinasi di DIY. Aplikasi dimaksud dibangun dengan menggunakan *web based* dan sistem android sehingga memudahkan masyarakat (*user friendly*). Saat ini aplikasi tersebut dapat diunduh di *play store*. Manfaat aplikasi *Visiting Jogja*, yaitu;

- Mengukur kapasitas kunjungan di daerah wisata sesuai dengan batas aman pengunjung,
- *Tracking* kunjungan wisatawan sebagai langkah antisipatif kasus penyebaran COVID-19,
- Reservasi *online ticket* destinasi wisata yang terhubung dengan *platform* QRIS sebagai upaya digitalisasi sistem pembayaran,
- *Show case* wisata unggulan dan UMKM pendukung pariwisata di DIY,

- Menciptakan satu *dashboard* big data kepariwisataan DIY sebagai dasar analisis strategi pengembangan pariwisata DIY.
3. Pengkondisian destinasi wisata melalui *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)
Memberikan stimulus pengkondisian destinasi wisata agar sesuai dengan standar CHSE. Hal ini sangat penting untuk menumbuhkan keyakinan wisatawan akan aspek CHSE yang diterapkan di desa wisata. Dalam hal ini, selain dari APBDnya, Pemda DIY menggalakkan pengkondisian destinasi wisata melalui CSR perusahaan-perusahaan yang ada di DIY. Contohnya adalah pemasangan Wastafel di 50 destinasi/desa wisata di DIY dan fasilitasi alat kesehatan di destinasi wisata melalui CSR perbankan.
 4. Akselerasi sistem pembayaran non tunai di destinasi wisata
Akselerasi sistem pembayaran non tunai salah satunya melalui penerapan QRIS (*QR Code Indonesian Standard*) di destinasi wisata. Saat ini sudah terdapat 96 destinasi wisata yang telah terpasang QRIS.
 5. Peningkatan SDM Pelaku Wisata
Selama masa pandemi, Pemda DIY bersama dengan stakeholder terkait mengadakan pelatihan online dalam rangka peningkatan kompetensi pelaku industri pariwisata. Adapun topik pelatihan adalah *Jogja Cultural Experiences* untuk Himpunan Pemandu Wisata Indonesia (HPI) DIY; Higienitas wisata untuk pengelola destinasi desa wisata; Pengemasan paket wisata untuk *travel agent* DIY, Pelatihan dan Uji Kompetensi Skema *Marketing Communication Specialist* untuk Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) dan pengelola MICE.
 6. Optimalisasi dana hibah pemerintah
Pemda DIY memperoleh dana hibah pariwisata sebesar Rp119 miliar terkait dengan pengembangan pariwisata *new normal* sesuai dengan Kepmen KM/694/PL.07.02MK/2020 tanggal 8 September 2020. Dana Hibah Pariwisata dimaksud digunakan untuk membantu industri pariwisata untuk meningkatkan kesiapan destinasi dalam penerapan protokol kesehatan *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE) dengan lebih baik.

c. Inovasi Kelembagaan

Inovasi kelembagaan di industri pariwisata yang telah diterapkan antara lain:

1. Sinergi dan kolaborasi antar pihak melalui *framework* Sinergi Pariwisata Ngayogyakarta (SIWIGNYO)

Model pentahelix menjadi salah satu strategi yang dilakukan Pemda DIY dalam pengembangan pariwisata *new normal*. Model pentahelix dimaksud kemudian dikemas dalam satu *Framework* Sinergi Pariwisata Ngayogyakarta (Siwignyo). *Framework* Siwignyo disusun dalam rangka mewujudkan industri pariwisata yang *resilient*, *competitive* dan *inclusive*. Pengembangan pariwisata dilakukan melalui peningkatan dan adaptasi *new normal* di 3A2P (Amenitas, Atraksi, Akses, Pelaku usaha dan Promosi).

Dari *framework* tersebut, disusun program dengan mengacu pada *key strategy* 3A yaitu *Adjustment*, *Acceleration*, *Adaptation*. Ketiga *key strategy* tersebut dilakukan bersamaan, namun dengan dominasi yang berbeda dalam setiap waktunya. Dalam jangka pendek, *key strategy* yang dominan adalah *adjustment* pariwisata DIY untuk menyambut kondisi *new normal*. Dalam jangka pendek menengah, dominasi strategi *acceleration* diperlukan untuk mempercepat upaya pemulihan pariwisata DIY. Dalam jangka menengah panjang, strategi *adaptation* akan dominan untuk menjaga agar pariwisata DIY dapat *sustainable*.

2. Pembentukan Badan Promosi Pariwisata DIY

Pembentukan Badan Promosi Wisata DIY pada Maret 2021, yang bertujuan untuk mendorong industri pariwisata DIY ke arah glocalisasi wisata, yaitu wisata yang mengadaptasi secara internasional terhadap budaya dan pasar lokal. Selain itu, pembentukan Badan Promosi Wisata DIY juga bertujuan untuk melakukan akselerasi promosi wisata secara bersama-sama dengan *stakeholder* terkait sehingga promosi yang dilakukan akan lebih masif. Diharapkan dengan peningkatan promosi ini, akan meningkatkan citra positif terhadap pariwisata di DIY sehingga menarik minat wisatawan.

d. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran di industri pariwisata yang telah diterapkan antara lain:

1. Kampanye bersama pariwisata *new normal* DIY

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan kemitraan pariwisata. Beberapa kemitraan pariwisata dapat berupa *co-marketing*, *co-branding*, atau *public-private partnership*. Kemitraan pariwisata dimaksud diyakini mampu memperluas target pemasaran. Pemda DIY melakukan kemitraan pemasaran pariwisata *new normal* dengan menggandeng Bank Indonesia, pelaku pariwisata, badan promosi pariwisata, Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI), akademisi, dan perbankan.

2. Optimalisasi aplikasi visiting jogja sebagai *showcase* wisata unggulan dan UMKM pendukung pariwisata di DIY.

3. Penyelenggaraan beberapa event *tourism business matching*

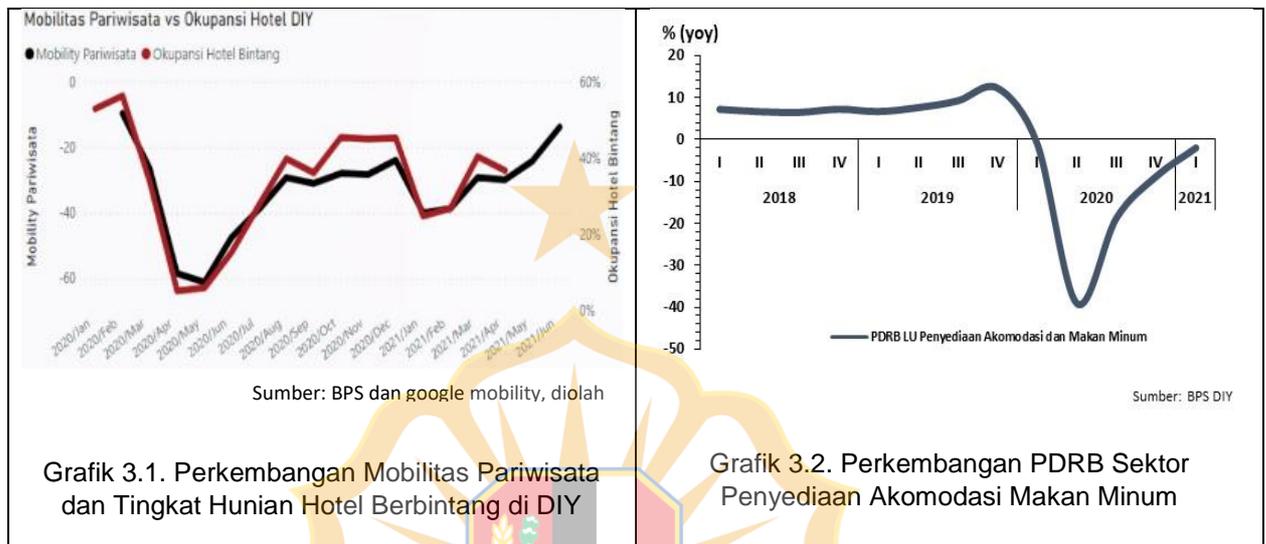
Beberapa event *tourism business matching* telah diselenggarakan oleh Pemda DIY, dengan menggandeng pelaku pariwisata lainnya, antara lain Badan Promosi GIPI, ASITA, PHRI dan lain-lainnya. Adapun event *tourism business matching* selama pandemi Covid-19 yang telah dilaksanakan yaitu:

- Jogja International Travel Mart pada Oktober 2020, dengan mengusung tema Jogjakarta Cultural Experiences. Kegiatan ini dihadiri oleh kurang lebih 120 (seratus dua puluh) buyers yang berasal dari 24 (dua puluh empat) negara.
- Indonesia Corporate Travel and MICE pada Oktober 2020, yang merupakan kegiatan yang diinisiasi oleh Kemeparekraf di Yogyakarta. Kegiatan ini mempertemukan 30 (tiga puluh) buyers dari perusahaan di Indonesia dengan 30 (tiga puluh) sellers penyedia jasa MICE di Indonesia.
- Jogjavaganza pada Maret 2021, kegiatan ini mempertemukan 100 (seratus) pelaku wisata, seperti hotel, destinasi wisata, agen perjalanan wisata, dan UMKM pendukung pariwisata dengan 70 (tujuh puluh) *sellers*.

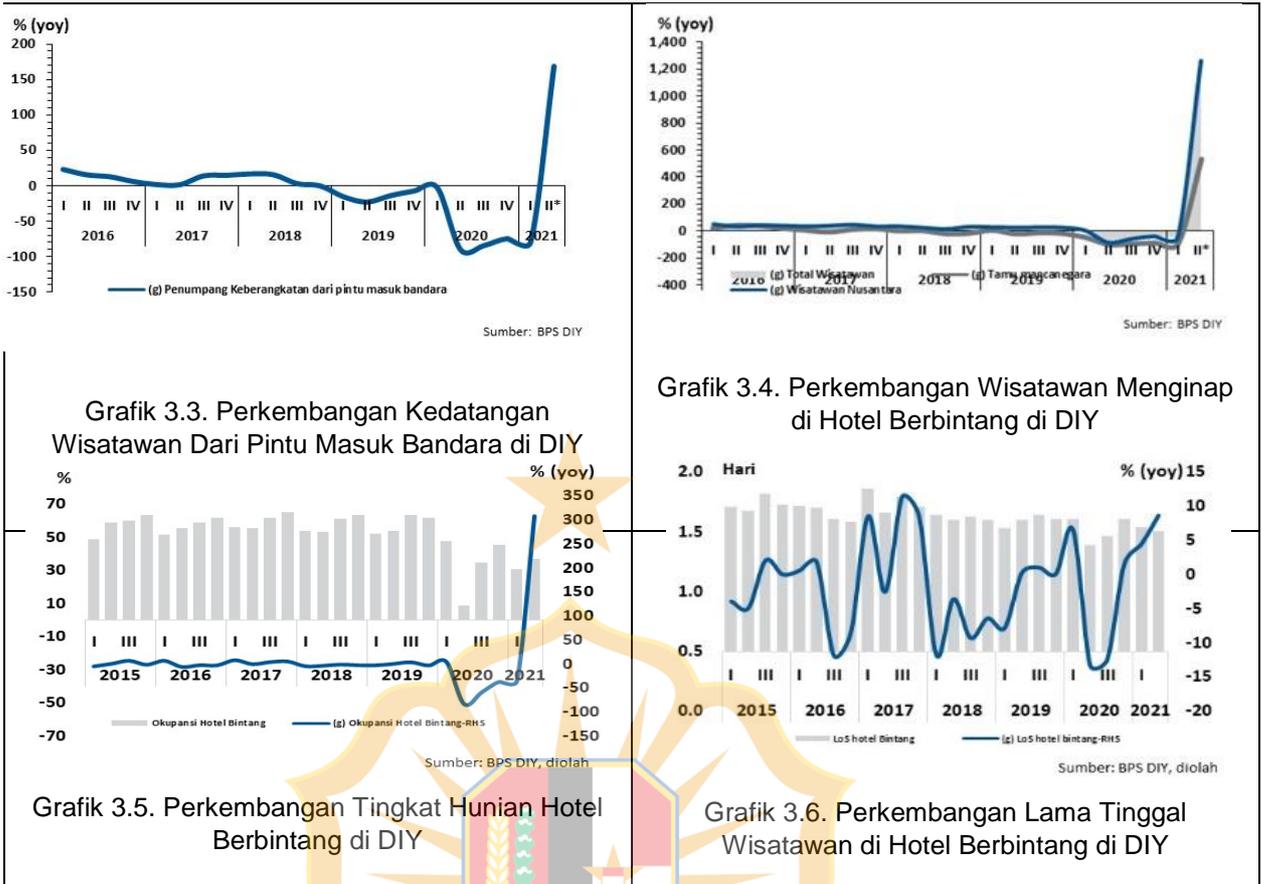
20. Dampak Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata *New normal* di DIY

Saat ini aktivitas pariwisata sudah mulai bergerak terbatas (Grafik 3.1). Mulai membaiknya sektor pariwisata di DIY tercermin dari tren kenaikan kinerja sektor

penyediaan akomodasi dan makan minum DIY pada Triwulan III 2020 sampai dengan Triwulan I 2021. Walaupun masih tumbuh negatif, namun pada Triwulan I 2021, sektor penyediaan akomodasi dan makan minum mampu tumbuh sebesar -2,13% (yoy). Pertumbuhan pada sektor dimaksud lebih tinggi dibanding Triwulan IV 2020 (-8,91%; yoy) (Grafik 3.2).



Tren perbaikan sektor usaha penyediaan akomodasi dan makan minum di DIY terus berlangsung memasuki Triwulan II 2021. Hal ini tercermin dari indikator lainnya, yaitu jumlah kedatangan wisatawan di bandara, wisatawan yang menginap di hotel berbintang, tingkat hunian hotel berbintang, dan lama tinggal wisatawan (*length of stay*). Merujuk data Angkasa Pura II, jumlah penumpang kedatangan dari pintu masuk utama bandara pada Triwulan II 2021 (s.d Mei) tercatat tumbuh 168,89% (yoy) (Grafik 3.3). Pertumbuhan ini tercatat meningkat dibandingkan Triwulan I 2021 (-79,78%(yoy)). Sementara itu, berdasarkan data BPS, jumlah wisatawan yang menginap di hotel berbintang tercatat tumbuh 1.256,01% (yoy) di Triwulan II 2021 (s.d April), lebih tinggi dibandingkan di Triwulan I 2021 -48,47% (yoy) (Grafik 3.4). Okupansi hotel berbintang juga tercatat membaik pada triwulan laporan. Pada Triwulan II 2021 (s.d April), okupansi hotel tercatat berada pada level 36,78%, lebih tinggi dibandingkan Triwulan I 2021 (30,73%) (Grafik 3.5). Lama tinggal wisatawan juga tercatat meningkat di Triwulan II 2021, (s.d April), yaitu 1,51 hari, atau tumbuh 8,63% (yoy). Lebih tinggi dibandingkan Triwulan I 2021 (4,46% (yoy)) (Grafik 3.6).



Struktur wisatawan saat ini masih didominasi wisatawan lokal, yang tidak menginap di hotel. Sampai dengan awal Januari 2021, terdapat 100 destinasi wisata DIY yang beroperasi, dengan pengunjung mayoritas adalah wisatawan muda (usia <30 tahun) dengan mayoritas kunjungan di destinasi wisata alam. Hingga saat ini, mayoritas pengunjung destinasi di DIY adalah wisatawan lokal.

21. Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Pariwisata DIY Ke Depan

Terdapat peluang pengembangan Industri pariwisata DIY ke depan, yaitu: DIY Sebagai Kota Pendidikan dan Budaya. Visi pembangunan DIY tahun 2025 adalah mewujudkan DIY menjadi pusat pendidikan, budaya dan daerah tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara. Oleh karena itu, untuk mencapai target tersebut, integrasi aspek kebudayaan, pendidikan, dan pariwisata menjadi penting untuk dapat menjadi fondasi pembangunan ekonomi DIY.

DIY merupakan kota pendidikan dan menjadi rujukan pelajar baik dari Indonesia maupun mancanegara. Pada 2019, tercatat ada 136 (seratus tiga puluh enam) perguruan tinggi (PT) aktif, yang terdiri dari 124 PTS dan 12 PTN. Selama 4

tahun, terdapat peningkatan jumlah mahasiswa di DIY sebesar 15,94%, yaitu dari 456.303 mahasiswa pada 2015 menjadi 62.737 pada 2019²³.

Saat ini, daya tarik mahasiswa untuk ke DIY juga didorong adanya pusat hiburan dan rekreasi yang lengkap, tidak hanya kualitas pendidikan dan biaya yang murah. Hal ini tercermin dari Survei Biaya Hidup Mahasiswa (SBHM) 2020 yang dilakukan Bank Indonesia. Hasil dari survei dimaksud menunjukkan integrasi pendidikan dan pariwisata di DIY semakin kuat, yang tercermin dari naiknya komponen pengeluaran hiburan dan *lifestyle* dibandingkan survei yang dilakukan di 2016. Pada 2020, terdapat tambahan pengeluaran komponen hiburan dan *lifestyle* sebesar 24,6% dari pengeluaran mahasiswa.

Tabel 3.5. Rincian Kebutuhan Biaya Hidup Mahasiswa di DIY (Rp Juta per bulan)

No	Komponen Pengeluaran per Bulan	2016		2020	
		Pondok	Ikut Ortu	Pondok	Ikut Ortu
1	Kontrakan dan kebutuhan listrik	456	-	586	-
2	Kebutuhan Pangan	757	449	981	515
3	Kebutuhan transport	133	157	190	197
4	Pulsa dan paket internet	118	110	104	90
5	Kesehatan	118	87	79	63
6	Rekreasi dan Lifestyle	150	134	709	725
7	Belanja harian (sabun, sampo, dll)	99	86	152	136
8	Lain-lain	102	145	228	170
	Total	1.933	1.167	3.029	1.897

Sumber: Bank Indonesia

Tantangan pengembangan pariwisata DIY ke depan adalah terkait adanya perubahan dari *travel behavior* di era digital yang didorong oleh adanya *shifting generation* dari wisatawan. Saat ini sebanyak 51% dari wisatawan merupakan milenial yang lahir di era perkembangan teknologi yang pesat. Pada 2030 di Asia sendiri 57% penduduk akan didominasi oleh milenial, hal ini tentunya menunjukkan bahwa '*key consumer*' untuk pariwisata adalah milenial. Tentu saja para milenial ini membutuhkan wisata yang berbeda dari yang sebelumnya. Umumnya tuntutan milenial dalam berwisata adalah: 1) konektivitas, 2) lebih banyak interaksi, 3) *happy to share*, 4) mencari pengalaman yang unik, dan 5) selektif dalam berbelanja.

²³ Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, 2020

Adanya perubahan cara berwisata ini menjadi tantangan tersendiri dalam pengembangan pariwisata di DIY.

22. Optimalisasi Inovasi Pariwisata *New normal* DIY Ke Depan

Dalam rangka akselerasi pariwisata *new normal* dan menangkap peluang – tantangan pariwisata ke depan, inovasi industri pariwisata yang dapat dilakukan (selain dari yang sudah diimplementasikan), adalah sebagai berikut:

a. Inovasi Produk

1. Pengembangan Wisata *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* (MICE)

Wisatawan MICE membelanjakan rata-rata 7 (tujuh kali) lebih besar dari wisatawan *leisure*. Selain itu, wisatawan MICE menunjukkan lama tinggal 2 (dua) kali lebih lama. Saat ini, DIY merupakan salah satu dari 7 (Tujuh) Destinasi Prioritas MICE. Bercermin dari potensi DIY, yang merupakan kota budaya dan pendidikan, DIY mempunyai peluang yang besar dalam pengembangan wisata MICE. Salah satu pengembangan *unique selling point* MICE berbasis pendidikan dapat dilakukan dengan menjadi *host* suatu pelatihan internasional sambil mengenal budaya yang ada di DIY. Kegiatan ini dapat diinisiasi oleh Dinas Pariwisata DIY bekerja sama dengan universitas di DIY. Dalam hal ini, Kemeparekrif juga dapat mendorong wisata MICE tidak hanya berpusat di Bali dan DKI Jakarta, namun juga DIY.

2. Pengembangan Wisata Event

Event dapat menjadi motivasi utama wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata DIY, terdapat lebih dari 200 event/tahun yang diselenggarakan di DIY. Namun demikian, sampai saat ini, belum ada upaya sistematis untuk mengangkat event sebagai produk unggulan DIY yang dapat diintegrasikan dengan pariwisata. Padahal terdapat event-event internasional yang diselenggarakan di DIY dan memiliki pengunjung yang banyak, antara lain; 1) Art Jog, Jpgja-NETPAC Asian Film Festival, 3) Jogja International Heritage Walk, dan 4) Kustomfest. Pengembangan wisata event di DIY dapat dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut; 1) Pengelolaan master event yang baik (kualitas event, kemitraan, *branding* dan *marketing communication*), 2) Optimalisasi sinergi antara Pemda dan komunitas, 3) penyusunan paket wisata event

yang menarik. Pengembangan wisata event perlu dilakukan dengan kolaborasi antara Dinas Pariwisata DIY, Gabungan Industri Pariwisata DIY, dan beberapa *event organizer* di DIY. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata DIY dan Kemeparekraf dapat bersinergi untuk menyusun *travel package* wisata event, sehingga nantinya kunjungan destinasi dapat di *interlink* dengan destinasi wisata daerah lainnya di Indonesia.

3. *Optimalisasi pengembangan CBT*

Permasalahan pengembangan desa wisata saat ini, yaitu masih bersifat massif, namun jenisnya seragam (*outbond* masal). Dalam rangka inovasi CBT, Dinas pariwisata DIY dan kabupaten/kota dapat dilakukan beberapa langkah strategis, yaitu sebagai berikut:

- Diferensiasi desa wisata untuk mengarah pada *quality tourism*. Salah satu desa wisata di DIY yang mengarah pada *quality tourism* adalah desa wisata gunung api purba Nglanggeran. Desa wisata Nglanggeran mampu menjadi wisata kelas dan memperoleh predikat desa wisata terbaik se-ASEAN tahun 2017. Pengembangan desa wisata Nglanggeran mengusung konsep ekowisata. Dalam hal ini, strategi pengembangan ekowisata dilakukan dengan mengintegrasikan aspek objek wisata alam, UMKM, tradisi masyarakat lokal, makanan khas tradisional dan kesenian tradisionalnya. Diferensiasi atraksi juga dilakukan dengan membuka tracking motor trail, yang peminatnya tidak saja dari wisatawan nusantara, namun juga wisatawan mancanegara.
- Integrasi desa wisata menjadi suatu klaster wisata. Sebagai contoh, pengembangan klaster pariwisata dapat dilakukan di desa wisata Nganggring (dengan daya tarik wisata pengolahan susu kambing etawa), desa wisata poncoh (daya tarik glamping dan outbond), dan kawasan wisata kaliurang (daya tarik alam), yang wilayahnya berdekatan di Kabupaten Sleman. Dengan adanya integrasi tersebut, dapat menambah daya tarik wisata dan *experience* wisatawan.

4. Penataan Cagar budaya

DIY memiliki bangunan cagar budaya yang banyak, khususnya di kawasan sumbu filosofis. Namun demikian, Dinas Kebudayaan DIY dan Dinas

Pariwisata DIY perlu dilakukan penataan dan pengaturan cagar budaya, dalam rangka menjaga kelestariannya dan mendukung *cultural tourism*.

5. Perluasan akses angkutan udara

Pemanfaatan bandara YIA belum optimal saat ini, karena masih terbatasnya penerbangan *direct* ke luar negeri. *Direct flight* yang terdaftar di YIA saat ini hanya ke Siangpura dan Malaysia. Dengan melihat potensi yang dimiliki YIA, PT Angkasa Pura I perlu mendorong optimalisasi pembukaan *direct flight* ke negara lainnya, misalnya Eropa dan Australia.

b. Inovasi Proses

Dalam rangka mendorong inovasi proses pariwisata *new normal* di DIY, Dinas Pariwisata DIY perlu melakukan beberapa hal sebagai berikut:

1. Optimalisasi Pengembangan *Digital Tourism*

Implementasi digital tourism tentunya juga harus didukung oleh ekosistem digital lainnya, misalnya:

- a. *Digital distribution channel*: pengembangan Indonesia Tourism Exchange yang mengakomodir penyediaan paket wisata, tiket-tiket festival, akomodasi dan transportasi. Melalui *channel* ini, pemerintah dapat melakukan monitoring transaksi dan *progress* dalam sektor pariwisata. Proses bisnis ini juga telah diadopsi di DIY melalui aplikasi Visiting Jogja.
- b. *Digital payment tools* pembayaran yang cepat, mudah, efisien, aman dan *touchless* tentunya sangat dibutuhkan di era *new normal* ini. Hal ini diakomodir oleh QRIS yang diterbitkan oleh Bank Indonesia. Dinas Pariwisata DIY juga perlu menggandeng BPD DIY dan Penyedia Jasa Sistem Pembayaran di DIY, sebagai percepatan implementasi QRIS.
- c. Digital Training: peningkatan kapasitas dan kapailitas pelaku usaha pariwisata dalam menggunakan teknologi. Untuk hal ini, pengembangan kapasitas pelaku usaha di DIY dalam menggunakan teknologi digital perlu ditingkatkan, karena masih kurang optimal.

Dengan adanya dukungan dari ekosistem digital ini, *digital tourism* dapat menyediakan *service* yang efektif, efisien, mudah, aman dan *seamless* sesuai dengan karakteristik millennial yang ingin serba cepat karena terbiasa menggunakan teknologi.

2. Pengembangan *storynomics tourism*

Cultural tourism dan *gastrotourism* akan menjadi menarik apabila dikemas dengan *storynomics tourism*, yaitu pengembangan objek wisata dengan menambahkan cerita *historical*. Saat ini, wisata budaya yang ada di DIY belum dilengkapi dengan *storynomics tourism*. Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* (FGD) dengan Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) DIY, diperoleh analisa adanya penambahan *long of stay* wisatawan 4-5 hari, apabila wisata sumbu filosofi dapat dilengkapi dengan *storynomics tourism*. Sementara itu, *storynomics tourism* pada wisata kuliner dapat menambah *experience* wisatawan dan meningkatkan kualitas dari kuliner itu sendiri. Dalam hal ini, kegiatan ini dapat diinisiasi oleh Dinas Pariwisata DIY bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan DIY dan asosiasi kuliner DIY.

3. Penyusunan *travel package*

DIY perlu menyusun *travel package* baru dengan mempertimbangkan keberadaan infrastruktur pendukung baru seperti Bandara Internasional Yogyakarta dan Tol Trans Jawa dengan peta pembangunan.

4. Pengembangan *model business* UMKM Pariwisata

Perlu dilakukan penyusunan *model business* UMKM pariwisata dari hulu ke hilir, sehingga dapat meningkatkan kunjungan dan *spend of money* wisatawan. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui sinergi Dinas Pariwisata DIY dan Dinas Koperasi dan UMUM DIY. Adapun *model business* yang dapat dilakukan yaitu salah satunya sebagai berikut:



Sumber: Bank Indonesia

Gambar 3.1 Business Model Pengembangan UMKM Pariwisata

c. Inovasi Kelembagaan

Merujuk visi pembangunan DIY tahun 2025 adalah mewujudkan DIY menjadi pusat pendidikan, budaya dan daerah tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara, maka diperlukan penunjukan unit khusus untuk mengelola sinergitas untuk memperkuat kelembagaan di industri pariwisata. Saat ini, masih terdapat ego sektoral dan belum sinkron antara program kerja yang dilakukan Dinas Pariwisata DIY, Dinas Kebudayaan DIY, dan Dinas Pendidikan DIY. Unit khusus dimaksud bertujuan integrator dalam pengelolaan budaya, pendidikan dan pariwisata.

d. Inovasi Pemasaran

Dalam rangka mendorong inovasi pemasaran pariwisata *new normal* di DIY, Dinas Pariwisata DIY dengan menggandeng stakeholder terkait, antara lain GIPI DIY, badan promosi pariwisata, dan akademisi, perlu melakukan beberapa hal sebagai berikut:

1. Akselerasi pemasaran destinasi wisata dan aktualisasi jejaring pemasaran (nasional dan internasional) untuk menjadi *real visit*.
2. Optimalisasi penggunaan media sosial untuk promosi.
Optimalisasi *social media* sebagai salah satu *channel* promosi pariwisata merupakan langkah yang tepat terutama untuk menjangkau millennial. Promosi pariwisata melalui iklan di televisi atau media cetak sudah tidak menjadi perhatian karena informasi saat ini sangat mudah diakses melalui handphone. Di sisi lain, promosi semacam ini juga dapat menghemat biaya sekaligus menjangkau target wisatawan yang lebih luas baik di dalam maupun luar negeri.
3. *Branding Implication*, misalnya dengan slogan:
 - *Jogja City of Philosophy - Learn and Experience the City of Philosophy*
 - *Jogja City Of Festivals - Celebrate and Experience the City of Festivals*

BAB IV PENUTUP

24. Kesimpulan

Berdasarkan UU No 10/2009 tentang Kepariwisata, pariwisata dimaknai sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan nasional. Pada periode 2015-2019, sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi terhadap PDB dengan tren yang meningkat. Pada 2020, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif kembali ditargetkan dapat memberikan kontribusi yang terus meningkat dan memberikan kontribusi besar pada ketahanan ekonomi nasional. Namun demikian, sejak Maret 2020, pandemi Covid melanda dunia dan menimbulkan keterpurukan di sektor pariwisata.

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling terdampak oleh pandemi COVID-19, karena terjadinya penurunan pada penawaran dan permintaan perjalanan. Di Indonesia, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi. Ketika pariwisata terpuruk, perekonomian juga anjlok. Hal ini tercermin dari pertumbuhan negatif ekonomi nasional secara 3 (tiga) kuartal berturut-turut.

DIY merupakan salah satu dari lima daerah pariwisata super-prioritas yang menjadi fokus pemerintah dalam menarik wisatawan. Secara struktur perekonomiannya, Industri pariwisata dan penunjang pariwisata memiliki kontribusi sebesar 55,37% terhadap perekonomian DIY. Penurunan drastis pada sektor pariwisata selama masa pandemi COVID-19 berdampak secara signifikan kepada perekonomian DIY baik langsung maupun tidak langsung.

Pandemi COVID-19 memaksa inovasi di Sektor Pariwisata untuk berbenah diri. Merujuk pada teori Joseph Schumpeter, yaitu *creative destruction* dan Oslo Manual: *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd ed* (OECD), perilaku wisatawan akan berubah pasca pandemi COVID-19, pelaku industri pariwisata juga harus berubah melalui inovasi lebih baik, antara lain melalui inovasi produk, inovasi proses, inovasi kelembagaan, dan inovasi pemasaran..

Terdapat perubahan perilaku wisatawan selama *new normal*. Beberapa perubahan perilaku wisatawan terhadap pariwisata antara lain; 1) lebih mengarah

kepada higienitas, 2) beralih ke wisata berkualitas, 3) kebersihan akomodasi dan penyediaan makan minum.

Pada inovasi produk, diarahkan pada peningkatan 3A (amenitas, atraksi, dan aksesibilitas). Pada sisi atraksi, beberapa inovasi dapat dilakukan dengan: 1) pengembangan *quality tourism*, yaitu terkait *cultural tourism* dan *gastronomy tourism*, 2) pengembangan desa wisata berbasis masyarakat, 3) Pengembangan *niche market tourism*, 4) Pembentukan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif. Di sisi amenitas, pengembangan inovasi yang dilakukan antara lain: 1) Akselerasi Penerapan Sertifikasi CHSE, dan 2) Peningkatan konektivitas jaringan internet. Sementara itu, di sisi aksesibilitas adalah pembenahan infrastruktur penunjang pariwisata.

Pada inovasi proses, diarahkan pada beberapa hal yaitu; 1) Penyediaan SOP *New normal*, 2) Pengembangan aplikasi Digital, 3) Pengkondisian destinasi wisata melalui *Corporate Sosial Responsibility*, 4) Akselerasi sistem pembayaran non tunai di destinasi wisata, 5) Peningkatan SDM Pelaku Wisata, dan 6) Optimalisasi dana hibah pemerintah.

Pada sisi kelembagaan, inovasi adalah berupa sinergi dan kolaborasi seluruh pihak, sehingga program-program yang dibuat oleh berbagai stakeholder kepariwisataan dapat lebih efektif dan dilaksanakan secara terintegrasi dan kolaboratif. Harus dihindari terjadinya silo program. Sehubungan dengan hal tersebut perlu dibangun sebuah *framework* Sinergi Pariwisata dalam rangka mewujudkan industri pariwisata yang *resilient*, *competitive* dan *inclusive*.

Di sisi inovasi pemasaran, beberapa langkah strategis berupa kampanye bersama pariwisata *new normal* dan penyelenggaraan event *tourism business matching*, melalui kemitraan pariwisata dengan menggandeng berbagai pihak, pelaku pariwisata, badan promosi pariwisata, Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI), akademisi, dan stakeholder lainnya. Selain itu, inovasi pemasaran perlu mengoptimalkan penggunaan aplikasi digital.

25. Rekomendasi

Penulis merekomendasikan upaya percepatan pemulihan pariwisata *new normal* selain dari inovasi yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Menyarankan kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk menjadikan model pemulihan pariwisata DIY sebagai *model* untuk daerah Provinsi/Kabupaten/Kota lainnya di Indonesia terkait pemulihan dan pengembangan inovasi pariwisata *new normal*.
2. Dalam rangka akselerasi inovasi proses di seluruh destinasi di Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif perlu mempercepat terciptanya ekosistem digital di setiap daerah. Oleh karena itu penting bagi seluruh pihak untuk berkolaborasi agar memastikan tidak ada masyarakat yang tertinggal dalam perubahan menuju peradaban baru ini dan menjawab *demand* pariwisata ke depan.
3. Menyarankan kepada Pemda DIY dan juga Pemda lainnya, untuk konsisten melakukan inovasi pariwisata *new normal* ke depannya, dengan dukungan dari pemerintah Pusat dan Kabupaten/Kota. Pemerintah Daerah perlu merevisi RIPARDA-nya sesuai dengan model-model yang telah dilakukan, yaitu program-program yang mendorong inovasi Produk, Proses, Kelembagaan dan Pemasaran.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Badan Pusat Statistik, Berita Resmi Statistik

Keith Goffin & Rick Mitchell; Innovation Management: Strategy & Implementation
Using The Pentathlon Framework.

Pangkalan Data Pendidikan Tinggi, 2020.

Scocco, Daniel. "Innovation and Schumpeter's Theories"

Trott, Paul. Innovation Management and New Product Development.

Wawan Dewantoro dkk; Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi
Perubahan.

Visi Presiden Republik Indonesia periode 2014-2019.

Peraturan Perundang-Undangan :

Undang-Undang No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana
Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 21 Tahun 2020 tentang PSBB

Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non alam
Penyebaran Covid-19 Sebagai Bencana Nasional.

Jurnal :

Bhinadi, Nurwitasari, dkk (2020). *Tourism Recovery Strategy Towards a New normal
in Yogyakarta 2020*

Chanina et al (2020). *Supply and demand shocks in the COVID-19 pandemic: An
industry and occupation perspective*

Cooke Philip (2020). *New global tourism innovation in a post-coronavirus era.
European Planning Studies. Volume 29*

Craven, M., Liu, L., Mysore, M., & Wilson, M. (2020). COVID-19: Implications for
business. *McKinsey & Company.*

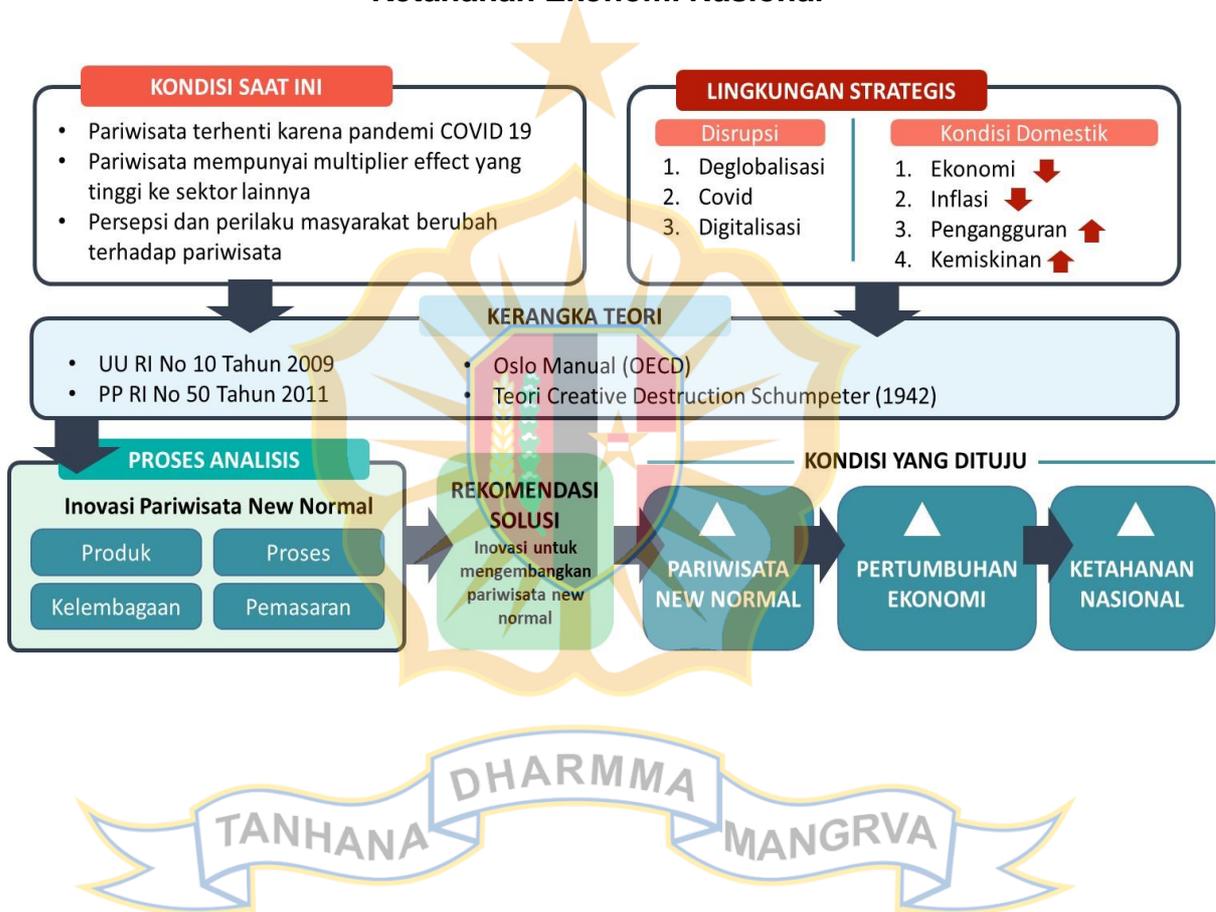
- Eijkelenburg, Wouter van (2021). ASEAN update: *Recovering from Covid-19*. <https://economics.rabobank.com/publications/2021/march/asean-update-recovering-from-covid-19/>
- Fernandes, N. (2020). *Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy*. Available at SSRN 3557504.
- Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). *The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China*. Asian Journal of Multidisciplinary Studies, 3(1), 52-58.
- Kumar (2020). *Impact of Lockdown 1.0-4.0 on spread of COVID-19 Pandemic in India*. Indian Journal of Community Health, Vol 32
- Maliszewska, M., Mattoo, A., & Van Der Mensbrugge, D. (2020). *The potential impact of COVID-19 on GDP and trade: A preliminary assessment*.
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... & Agha, R. (2020). *The socio-economic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemi: A review*. International Journal of Surgery.
- Ozili, P. K., & Arun, T. (2020). *Spillover of COVID-19: impact on the Global Economy*. Available at SSRN 3562570.
- Ranasinghe, R., Karunarathna, C., & Pradeepamali, J. (2020). *After Corona (COVID-19) Impacts on Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal*. Available at SSRN 3591259.
- Siahaan, Gabriele Natalia (2021), *Southeast Asia's Responses to the COVID-19 Pandemic*. <https://www.internationalaffairs.org.au/australianoutlook/southeast-asias-responses-to-the-covid-19-pandemic/>
- Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2020). *Many brains are better than one: the importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism*. Tourism Recreation Research, 1-4.
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19): situation report, 57*.

Internet :

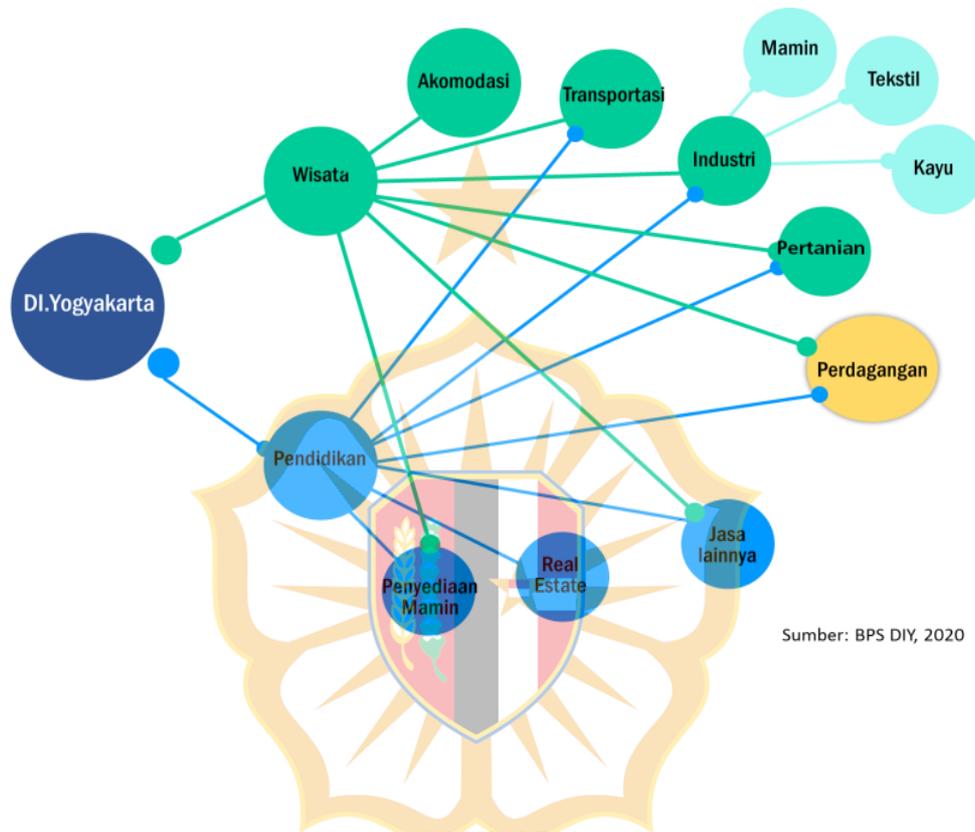
- Satgas Covid-19 dalam <https://nasional.tempo.co/read/1415810/libur-akhir-tahun-satgas-covid-19-minta-masyarakat-menahan-diri-untuk-bepergian>
- <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7290228/>

ALUR PIKIR

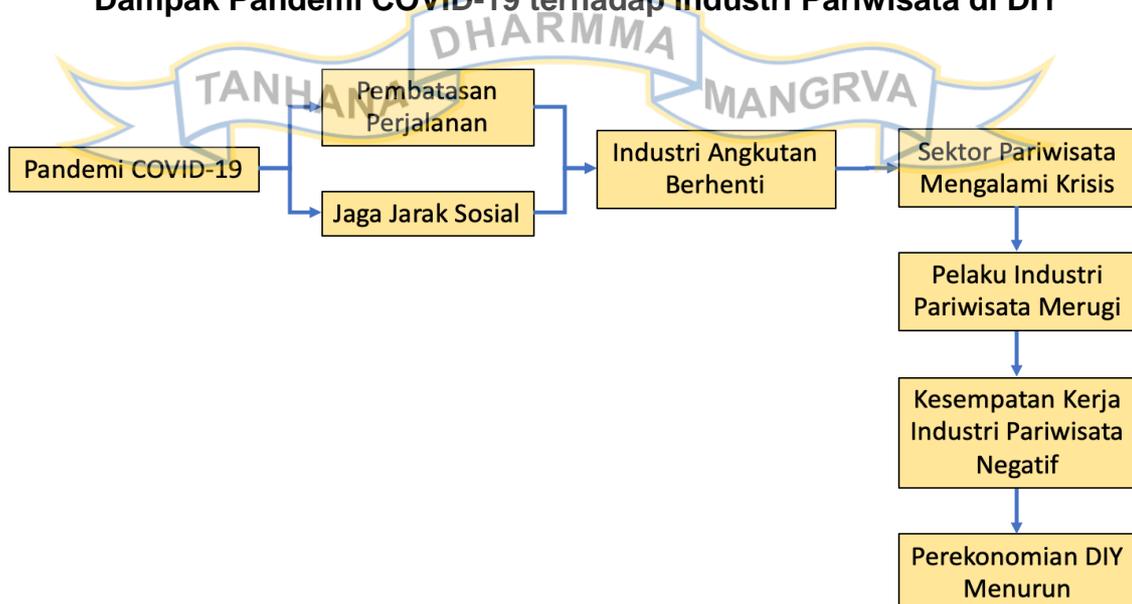
Pengembangan Inovasi Industri Pariwisata Untuk Pemulihan *New normal* Dalam Rangka Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional



GAMBAR 1
Multiplier effect Industri Pariwisata di DIY



GAMBAR 2
Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Industri Pariwisata di DIY

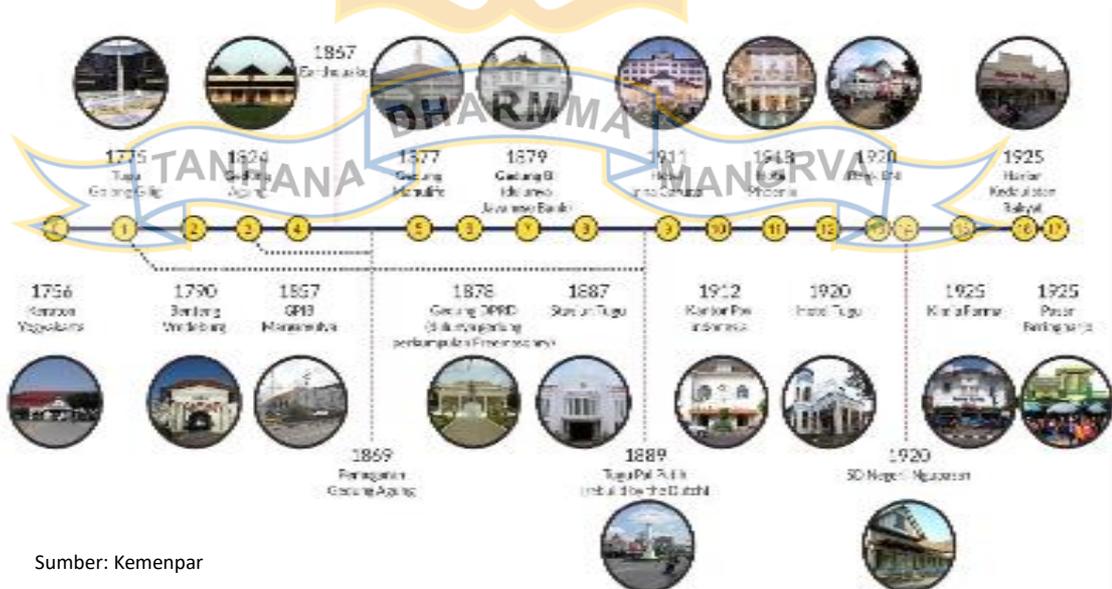


GAMBAR 3
Framework Sinergi Pariwisata Ngayogyakarta



Sumber: Kajian Kpw BI DIY

GAMBAR 4
Cagar Budaya di DIY Sepanjang Sumbu Filosofi



Sumber: Kemenpar

RIWAYAT HIDUP

Hilman Tisnawan, dilahirkan di Tasikmalaya, Jawa Barat pada tanggal 9 September 1967. Saat ini penulis menjabat sebagai Kepala Perwakilan Bank Indonesia D.I Yogyakarta. Penulis dikaruniai 2 orang anak, dari seorang istri yang bernama Rospita Sari. Penulis menempuh pendidikan dan berhasil lulus S1 dan S2 di Fakultas Hukum Universitas Indonesia, dan pada tahun 2021 mengikuti Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Lemhannas RI.

Pengalaman Penugasan. Lulus dari sarjana tahun 1992, penulis langsung bergabung dengan Bank Bumi Daya (sekarang Bank Mandiri), namun kemudian pada tahun 1994 bergabung dengan Bank Indonesia melalui jalur pendidikan PCPM XVII, dan mendapatkan penugasan pertama kalinya di Kantor Bank Indonesia Padang Sidempuan Sumatera Utara sebagai Pengawas Bank. Selanjutnya mendapatkan tugas di berbagai kantor Bank Indonesia di daerah lainnya. Selama bertugas di daerah, karier yang dilalui penulis cukup lengkap, selain di Bidang Pengawasan Bank, juga mendapatkan penugasan di Bidang ekonomi Moneter, Sistem Pembayaran dan bidang Manajemen Intern. Setelah sekitar 10 tahun bertugas di daerah kemudian pada tahun 2005 mendapatkan penugasan di Kantor Pusat sebagai Analis Hukum Senior. Namun pada Tahun 2011-2014, penulis ditugaskan kembali ke daerah menjadi Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Barat. Selanjutnya, penulis dipindahtugaskan ke D.I Yogyakarta sebagai deputy kepala perwakilan pada tahun 2014 – 2017. Di Tahun 2017 Penulis ditunjuk untuk mengikuti Sekolah Staf Pimpinan Tinggi Bank Indonesia (SESPIBI) Angkatan 33, dan selanjutnya diangkat sebagai Direktur dengan jabatan Kepala Grup Advisory dan Pengembangan Ekonomi di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara. Kemudian sejak 2019 sampai saat ini diberikan amanah sebagai Kepala Perwakilan Bank Indonesia D.I Yogyakarta.