

Trend Staycation Sebagai Potensi Bisnis Alternatif Peningkatan Perekonomian di Masa Pandemi (2020)

Vicy Andriany✉
IAIN Batusangkar

vicyandriany@iainbatusangkar.ac.id

Abstract

This research was motivated by the decline in various economic sectors caused by the covid pandemic that occurred in Indonesia at the beginning of 2019. One of the sectors that was quite affected in total was the tourism industry. This research is expected to be a solution for tourism industry players, especially hotels to survive. This type of research is field research, namely research in which data collection is carried out and taken directly from the field or the community. This study uses a qualitative descriptive approach. Subjects in the study were 50 respondents, with different occupational backgrounds, age range 25-60 years. The results of the study were 71.7% of respondents were familiar with the term staycation, 63% considered vacations to be still important, and doing staycations for reasons that were safer as much as 30.4% and not complicated in preparation also amounted to 30.4%. Hotel industry players are required to be more creative and innovative so that the wheels of their business will continue. Because based on the results of the study, even though 65.2% of people did not go on vacation during the pandemic period, they worked around this by staying at the nearest hotel/in town just to change the atmosphere and take a break from their daily routine.

Keywords: Covid-19, Occupancy Rate, Staycation, Tourism Industry, Hotel.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh merosotnya berbagai sektor ekonomi akibat pandemi Covid yang terjadi di Indonesia pada awal tahun 2019. Salah satu sektor yang cukup terdampak secara total adalah industri pariwisata. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi para pelaku industri pariwisata khususnya hotel untuk tetap bertahan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dimana penelitian yang pengumpulan data dilakukan dan diambil langsung dari lapangan/masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian berjumlah 50 responden, dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda, rentang usia 25-60 tahun. Hasil penelitian adalah 71,7% responden mengenal istilah *staycation*, 63% menganggap liburan tetap penting, dan melakukan *staycation* dengan alasan yang lebih aman sebanyak 30,4% dan tidak ribet dalam persiapannya juga sebesar 30,4%. Pelaku industri perhotelan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar roda usahanya tetap berjalan. Karena berdasarkan hasil penelitian, meski 65,2% orang tidak pergi berlibur selama masa pandemi, mereka menyiasatinya dengan menginap di hotel terdekat/dalam kota untuk sekedar mengganti suasana dan rehat sejenak dari rutinitas harian.

Kata kunci: Covid-19, Tingkat Hunian, Berlibur Dekat Rumah, Industri Pariwisata, Hotel.

© 2021 EKOBISTEK

1. Pendahuluan

Di awal tahun 2020, wabah virus Covid-19 mulai menjangkiti warna negara Indonesia. Virus yang menyerang sistem pernapasan manusia ini bahkan bisa merenggut nyawa orang yang terinfeksi. Pandemi Covid-19 berdampak pada hampir semua sektor ekonomi, yang berujung kepada terguncangnya stabilitas perekonomian nasional. Di satu sisi, masyarakat tidak ingin tertular virus corona dengan menunda semua kegiatan dan tetap berada di rumah. Kondisi yang menuntut masyarakat untuk tidak bepergian dan hanya di rumah dalam jangka waktu yang lama juga tidak baik untuk perekonomian. Keadaan yang cukup dilematis bagi masyarakat Indonesia untuk kembali beraktivitas namun tetap menjaga kesehatan agar tidak tertular covid.

Pemerintah menerapkan berbagai kebijakan dan memperketat akses dari dan ke daerah. Kebijakan

dikeluarkan pemerintah dengan tujuan membatasi ruang gerak masyarakat, seperti swab dan antigen membuat banyak orang akhirnya enggan bepergian karena anggaran yang terbatas atau yang menghindari ke rumah sakit dan fasilitas kesehatan lainnya karena takut terinfeksi Covid-19. Tentu saja kebijakan ini membuat banyak orang membatalkan rencana liburnya.

Sektor pariwisata merupakan salah satu usaha pemerintah dalam menambah pendapatan daerah adalah. Selain itu, sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat nasional, menciptakan lapangan kerja sehingga mengurangi pengangguran, sehingga akhirnya kesejahteraan rakyat dapat tercapai. Sehingga hal ini menjadi alasan pembangunan sektor pariwisata menjadi produk alternatif penghasil devisa bagi negara [1].

Sektor pariwisata menjadi prioritas utama dalam rangka memperbaiki struktur ekonomi daerah, meningkatkan kemandirian dan daya saing [2]. Sebagai salah satu sektor yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian, bisnis pariwisata menjadi salah satu sektor yang terdampak cukup serius. Tingkat kunjungan wisatawan di berbagai daerah wisata mengalami penurunan yang sangat drastis dan banyaknya pelaku usaha industri ini yang akhirnya menutup usaha mereka.

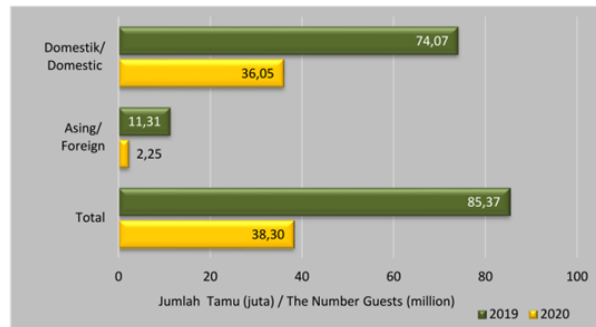
Pariwisata merupakan perjalanan orang/sekelompok orang yang bertujuan untuk liburan dan rekreasi serta membutuhkan persiapan. Kepariwisataan melibatkan wisatawan sebagai orang yang melakukan kegiatan wisata dan produk pariwisata berupa barang/jasa yang akan dinikmati oleh wisatawan. Daerah tujuan wisata atau dikenal juga dengan istilah destinasi wisata haruslah memiliki produk pariwisata, yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan kepada wisatawan ketika mengunjungi destinasi pariwisata. Salah satu tolak ukur keberhasilan pariwisata adalah jumlah kunjungan wisatawan, yang akan berdampak pada siklus ekonomi berupa penjualan produk pariwisata. Produk pariwisata memiliki elemen, di antaranya obyek/daya tarik kepariwisataan, fasilitas, suasana yang aman dan nyaman, souvenir dan kenangan/memori.

Semua elemen produk pariwisata bersifat *intangible*, yaitu berupa sesuatu yang tidak dapat dilihat dan dipastikan sebelum dijalani. Namun setelah mengalami barulah bisa dievaluasi. Wisatawan sebagai konsumen akan mengeluarkan biaya sementara produsen yang menjadi penyedia produk wisata adalah industri pariwisata dan pemerintah.

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan rekreasi/ wisata dan bukan untuk mencari nafkah dan menetap di tempat yang dikunjungi [3]. Hotel adalah suatu jenis akomodasi bangunannya digunakan untuk penginapan, pelayanan makan dan minum, ruang rapat, serta fasilitas jasa penunjang lainnya dan dikelola dengan tujuan mendapatkan keuntungan serta mengacu dan memenuhi persyaratan yang diatur Pemerintah [4].

Objek utama yang ditawarkan oleh hotel kepada pelanggan adalah kamar. Setiap hotel akan berupaya *occupancy rate* yang tinggi. *Room revenue* merupakan ujung tombak dari usaha perhotelan. Jika hotel tidak ditunjang dengan penjualan kamar yang baik, suatu hotel tersebut tidak dapat mempertahankan kelangsungan bisnisnya [5].

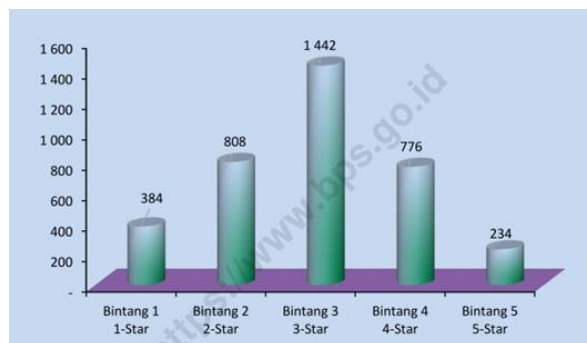
Berdasarkan data dari BPS, dapat dilihat jumlah tamu asing dan domestik yang menginap di hotel bintang menurun drastis. Jumlah tamu asing pada tahun 2019 adalah sebesar 11,31 juta sementara pada tahun 2020 hanya 2,25 juta jiwa. Begitupun dengan tamu domestik yg pada tahun 2019 adalah 74,07 juta jiwa, menurun menjadi 36,05 juta jiwa pada tahun 2020. Data yang disajikan pada Gambar 1.



Sumber: www.bps.go.id

Gambar 1. Jumlah Tamu Asing dan Domestik pada Hotel Bintang, 2019-2020

Hotel berdasarkan klasifikasinya di Indonesia didominasi oleh hotel bintang 3, yaitu sebanyak 1.442 unit dan terendah adalah hotel bintang 5 yakni hanya sebanyak 234 unit yang disajikan pada Gambar 2.



Sumber: www.bps.go.id

Gambar 2. Banyaknya Hotel Menurut Klasifikasi Bintang, Tahun 2020

Pengelompokan menurut ukuran besar/kecilnya hotel (*hotel type if size*), terbagi atas [6]:

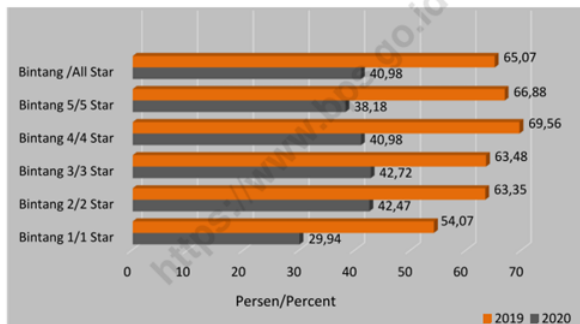
- Small Size Hotel* (hotel kecil), jumlah kamar kurang dari 26 kamar.
- Small Average Size Hotel* (rata-rata kecil sedang), jumlah kamar 26 - 99 kamar.
- Medium Average Size Hotel* (rata-rata sedang menengah), jumlah kamar 100-299 kamar.
- Large Size Hotel* (hotel ukuran besar), jumlah kamar 300 - 3000 kamar.

Tingkat hunian didapat dari perhitungan kamar terjual dibagi dengan jumlah seluruh kamar yang tersedia. *Occupancy rate* yang tinggi akan berdampak pada penghasilan yang tinggi bagi hotel. Hal ini dikarenakan kamar adalah produk utama yang memberikan kontribusi profit margin paling tinggi jika dibandingkan dengan produk hotel seperti *laundry*, bar, restaurant, *room service*. Tingkat hunian adalah tolak ukur keberhasilan sebuah hotel [7].

Hotel yang mampu bertahan biasanya tercermin dari tingkat hunian kamarnya. Tingginya *occupancy rate* hotel, secara tidak langsung akan mempengaruhi

penghasilan dan keuntungan hotel tersebut [8]. *Room revenue* akan berkontribusi mencapai 60% terhadap penghasilan hotel sementara untuk layanan lain akan berkontribusi sekitar 40 % (jasa makanan dan minuman, laundry, spa dan lain sebagainya). Faktor-faktor yang mempengaruhi *occupancy rate* antara lain adalah lokasi hotel, fasilitas yang ditawarkan, *room service*, *room rate* dan promosi.

Tingkat hunian rata-rata hotel berbintang pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Secara umum, tingkat hunian hotel berbintang pada tahun 2020 hanya sebesar 40,98 % dimana pada tahun 2019 tingkat hunian adalah 65,07 % yang disajikan pada Gambar 3.



Sumber: www.bps.go.id

Gambar 3. Tingkat Pemakaian Tempat Tidur pada Hotel Berbintang, 2019-2020

Rendahnya *occupancy rate* pada industri perhotelan, memaksa pelaku industri ini mengganti strategi demi menarik minat konsumen. Beberapa strategi dilakukan, mulai dari menawarkan promo harga *weekend* melalui *platform booking online*, layanan spa tanpa *charge*, serta memberikan sentuhan yang berbeda pada interior dan eksterior.

Berdasarkan data PHRI 5 April 2020, Pandemi Covid-19 ini berdampak pada tutupnya sekitar 1.642 hotel, jika dibandingkan dengan total jumlah hotel menurut data BPS 2019, disimpulkan pelaku usaha perhotelan gulung tikar sekitar 49.54%, artinya terjadi penutupan hotel di Indonesia hampir 50% dari total hotel yang beroperasi sebelumnya. Ini menandakan pengusaha perhotelan lebih memilih menutup usaha mereka.

Alasan penutupan hotel oleh para pelaku usaha industri perhotelan di antaranya [9]:

- Mendukung program pemerintah dalam mengkampanyekan tagar #dirumahaja, dengan tujuan untuk memutus rantai penularan Covid-19, dengan melakukan *social distancing* dan *physical distancing*.
- Melindungi karyawan hotel dari ancaman virus Covid-19 yang disebabkan interaksi dengan tamu hotel jika hotel tetap dibuka.
- Melindungi *image* hotel, pemilik hotel mengkhawatirkan ada yang terinfeksi saat berada di

hotel, yang dapat mempengaruhi *image* hotel mereka di mata masyarakat.

- Terjadi penurunan *occupancy rate* secara signifikan dalam jangka waktu seminggu.
- Terjadinya penurunan permintaan fasilitas *meeting room*, produksi makanan dan minuman yang terjadi di restoran hotel dengan istilah *Gross Operating Loss (GOL)* yang mengakibatkan kondisi keuangan hotel terganggu bahkan menjadi minus

Namun masih ada hotel yang tetap beroperasi di masa pandemi Covid-19 ini, dengan alasan [9]:

- Hotel berada dalam lokasi yang relatif aman dari penyebaran Covid-19. Misalnya hotel yang berada di luar Pulau Jawa dan tidak di Ibukota Propinsi, hotel dapat operasional seperti biasa, karena tidak terlalu ramai masyarakat lokal dan pendatang
- Hotel menjadi fasilitas hunian bagi nakes. Fasilitas ini disediakan terkait jarak rumah sakit dengan tempat tinggal para nakes, sehingga mengurangi resiko penularan dan penyebaran saat mereka dalam perjalanan pulang – pergi dari rumah sakit.
- Hotel menjadi pusat informasi terkait penanganan Covid-19.
- Restoran hotel menjadi penyedia catering dari rumah sakit atau penjualan makanan *online* untuk daerah sekitar.

Hal-hal yang harus dilaksanakan oleh pengusaha perhotelan saat hotel tetap buka di antaranya [9]:

- Mengeluarkan *Standard Operational Procedure (SOP)* terkait langkah awal pencegahan, seperti penyediaan *hand sanitizer*, pengecekan suhu tubuh, penggunaan masker, rapid test Covid-19, menerapkan jaga jarak.
- Memberikan suplemen dan vitamin serta pengecekan kesehatan rutin untuk karyawan yang tetap masuk bekerja.
- Pembersihan seluruh ruangan hotel dengan cairan desinfektan dan menggunakan APD.
- Menyediakan ruang isolasi khusus jika didapati tamu yang terindikasi awal gejala Covid-19.
- Memberlakukan jam masuk dan keluar hotel
- Mengurangi tempat duduk di lobby hotel dan di restoran
- Pelayanan *room service* dilakukan dengan perlengkapan APD

Usulan Relaksasi kepada pemerintah untuk membantu meringankan beban pengusaha hotel dan restoran dalam menghadapi pandemi antara lain [20]:

- Membebaskan pajak hotel dan restoran untuk sementara waktu

- b. Membebaskan pajak hiburan sementara waktu
- c. Penundaan pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan jika wabah Covid-19 pada bulan pembayaran kewajiban masih berlangsung.
- d. Membebaskan pajak air bawah tanah
- e. Membebaskan iuran atau memberikan diskon terhadap retribusi sampah.
- f. Dan lain-lainnya yang dapat meringankan beban pelaku usaha perhotelan.

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha dalam menunjang perkembangan perekonomian. Kata “bisnis” berasal dari “business” yang secara umum dalam pandangan ekonomi yaitu organisasi yang menyediakan barang dan jasa kepada konsumen, yang bertujuan mendapatkan laba/ keuntungan. Secara historis dari kata dasar yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Kesibukan mengerjakan aktivitas dan pekerjaan dengan harapan mendatangkan keuntungan. Bisnis juga berarti keadaan dimana seseorang/ sekelompok orang menghabiskan waktu dengan melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.

Strategi bisnis yang utama adalah bagaimana membangun dan membuat posisi perusahaan berada dalam persaingan bisnis untuk rentang waktu yang lama. Prinsip yang harus dipenuhi adalah [11]:

- a. Adanya jawaban atau reaksi atas perubahan yang terjadi di bidang perekonomian, hukum dan politik dan sebagainya;
- b. Adanya langkah-langkah yang dilakukan dan pendekatan untuk menghadapi persaingan.
- c. Menciptakan kemampuan dan kesanggupan bersaing yang berkualitas.
- d. Inisiatif strategi dari masing-masing departemen fungsional.
- e. Strategi utama dalam operasional perusahaan.

Pengendalian bisnis dimaksudkan agar dapat menghadapi tantangan bisnis. Tantangan bisnis yang bermacam-macam meliputi persaingan, gaya hidup masyarakat, teknologi, pertumbuhan penduduk, keragaman kerja, etika, tanggung jawab sosial, pengangguran, membuat pelaku bisnis dihadapkan pada masalah yang pelik. Masalah yang timbul menjadi ujian kemampuan wirausaha/pelaku bisnis untuk bertahan dan mengendalikan bisnis sehingga jauh dari kegagalan. Sebagai dasarnya dapat dibuat model awal untuk mengatasi permasalahan yang timbul sebagai penyebab dari kegagalan yaitu melalui pendidikan wirausaha sehingga menghasilkan kemampuan profesional tinggi yang terampil berbisnis, memiliki kreativitas dan inovasi sehingga dapat mengorganisirnya secara efisien untuk menghasilkan

barang dan jasa berdaya saing tinggi sehingga dapat bersaing di pasar global.

Staycation

Staycation berasal dari kata “stay” yang artinya tinggal dan “vacation” yang artinya berlibur. Jadi “staycation” berarti berlibur dengan cara menetap atau tinggal. Konsep *staycation* berawal di Amerika Serikat tahun 2007-2010. *Staycation* membutuhkan biaya yang lebih sedikit dibandingkan berlibur ke luar negeri.

Sesuai konsep awalnya, *staycation* adalah berlibur di dalam negeri dan melakukan aktivitas yang dekat dengan rumah. Aktivitas yang biasanya dilakukan adalah mengunjungi taman dan sarana edukatif seperti museum. Namun, dengan berkembangnya teknologi informasi seperti media sosial, youtube dan aplikasi lainnya sebagai sarana eksistensi diri, *staycation* memiliki makna yang lebih luas. Berlibur secara *staycation* artinya menikmati liburan dengan menghabiskan waktu dan menginap di hotel dalam negeri. Biasanya hotel yang menjadi tujuan *staycation* adalah hotel berbintang.

Kegiatan tidak hanya untuk menginap saja, namun *staycation* juga meliputi aktivitas yang bisa dilakukan di hotel tersebut misalnya menikmati fasilitas spa, bermain di taman bermain, menyantap sajian khas daerah maupun internasional. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat masyarakat terkendala untuk pergi berlibur atau berwisata. Meskipun kebijakan PSBB dilonggarkan, dalam kondisi yang masih dibayangi ancaman Covid-19, masyarakat tetap diharapkan untuk berhati-hati. Hal ini dikarenakan virus corona masih mengintai sehingga wisatawan tidak bisa leluasa merantau ke destinasi wisata seperti masa sebelum pandemi Covid-19 terjadi.

Melihat trend masyarakat yang ingin berlibur di kota sendiri dengan menyewa hotel untuk menginap beberapa waktu karena bosan di rumah, para pengusaha pariwisata khususnya perhotelan memiliki strategi bisnis baru. Bisnisnya adalah bisnis *staycation*. Tren *staycation* ini meningkat karena Pemerintah Indonesia menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa-Bali. *Staycation* yang merupakan alternatif liburan yang lebih praktis, lebih hemat, mudah dilakukan dan tidak mengurangi esensi dari liburan itu sendiri. Pembatasan tersebut mengatur jam operasional kegiatan pusat perbelanjaan, perkantoran dan hiburan

Gagasan utama dari *staycation* adalah menginap di hotel dalam kota/terdekat untuk rehat sejenak dari rutinitas yang padat. Di kota besar pada umumnya, banyak terdapat hotel dengan pemandangan aesthetic, bahkan hotel dengan harga sewa terjangkau dengan lokasi di tengah kota juga menjadi favorit masyarakat yang melakukan *staycation*. Hotel bintang 4 dan bintang 5 (lima) merupakan permintaan bagi kalangan menengah atas. Hotel berbintang umumnya

menawarkan *excellent service* dan *view* yang indah seperti *rooftop edge swimming pool*. Selain itu, hotel berbintang juga memiliki *fine dining* yang mewah. Bagi masyarakat dengan perekonomian menengah ke bawah, hotel bintang 3/ *budget hotel* merupakan pilihan yang pas. Kemewahan bukan tujuan utama karena tujuan dari *staycation* adalah mencari suasana baru.

Untuk menarik pengunjung yang akan melakukan *staycation* pihak hotel diharuskan berinovasi dan menghadirkan pengalaman yang luar biasa sehingga tidak mudah terlupakan oleh pengunjung. Keinginan untuk refreshing dan melupakan rutinitas yang membosankan adalah poin utama dari sebuah liburan. Liburan yang cenderung *low budget*, meskipun dekat rumah namun tetap memberikan *experience* pada pengunjung. Sehingga pengunjung tersebut dapat merekomendasikan tempat *staycation* kepada teman dan kerabatnya. *Mouth to mouth marketing* merupakan strategi yang simple namun powerful terhadap penjualan bisnis. Di era digitalisasi, dimana kaum milenial sangat eksis di media sosial, maka pihak hotel bisa saja menyediakan spot foto yang menarik di hotel mereka.

Trend *staycation* juga memberikan *multiplier effect* pada sektor lain, seperti sektor kuliner, Wisata kuliner merupakan sesuatu yang wajib dilakukan oleh seseorang saat berlibur. Bisnis kuliner khususnya rumah makan, kafe dan restoran yang terletak di sekitar hotel destinasi *staycation* berpotensi mengalami peningkatan karena pengunjung hotel tentu saja ingin memiliki pengalaman baru makan makanan khas daerah tertentu dengan suasana baru. Makanan yang jadi incaran bagi wisata kuliner adalah jenis makanan yang jarang ditemui di sekitar tempat tinggalnya.

Selain itu bisnis pusat perbelanjaan dan pertokoan juga diharapkan mengalami peningkatan pendapatan. Pusat perbelanjaan yang dekat dengan objek wisata atau daerah tujuan *staycation* yang favorit tentu saja akan lebih ramai dari biasanya. Hal ini dikarenakan tingginya pendatang yang refreshing pastinya juga akan berbelanja kebutuhan liburan atau cemilan selama *staycation*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada hotel di Kota Jember sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel di kota Jember. Analisa data deskriptif kualitatif dengan sampel 75 responden karyawan hotel, dan 150 responden pengunjung hotel. Hasil penelitian menunjukan bahwa 1. faktor internal, kemampuan staff, aksesibilitas, dan fasilitas kamar berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap tingkat hunian kamar hotel di Jember, 2. bahwa faktor internal, kemampuan staff, aksesibilitas, dan fasilitas kamar berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat hunian kamar hotel di Jember, adapun pengaruh paling dominan terletak pada kemampuan staff [12].

The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour A Perspective adalah artikel menggunakan alat analisis Uji Chi-Square dan uji statistik Goodness of Fit. Peneliti melakukan uji kesesuaian dampak Covid-19 terhadap perilaku konsumen wisatawan dan mengidentifikasi motivasi dari perubahan perilaku wisatawan. Hasilnya adalah Covid-19 berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku wisatawan diantaranya, memilih destinasi yang dekat, wisata yang tidak begitu dikenal dan jauh dari keramaian, peduli akan kesehatan dan kebersihan, memilih perjalanan pribadi dibanding dengan group dan asuransi perjalanan menjadi penting [13].

Tourism and Covid-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research adalah penelitian yang membahas dampak utama, perilaku dan pengalaman yang dimiliki oleh tiga pemangku kepentingan utama pariwisata yaitu, permintaan, penyedia penawaran pariwisata, serta pemerintah sebagai pembuat kebijakan. Penelitian menggambarkan wabah Covid-19 yang meskipun berdampak negatif terhadap perekonomian, namun dapat dijadikan peluang bagi wirausaha berbasis sosial untuk berkembang sebagai model usaha yang menjaga keseimbangan keuntungan dalam berbisnis dan dampak sosial yang positif terhadap lingkungan secara berkelanjutan, sehingga mampu mengatasi masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat (Sigala, 2020).

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kunjungan Turis Asing dan Domestik serta Tingkat Hunian Kamar Hotel sebuah penelitian yang menunjukkan pengaruh pandemi Covid-19 terhadap kunjungan turis asing dan domestik di Indonesia. Semakin lama pandemic Covid-19, maka semakin banyak wisatawan asing dan domestik yang menunda kunjungan ke Indonesia disebabkan karena bertambahnya penduduk Indonesia yang terinfeksi Covid-19, kualitas alat pelindung diri yang tidak sesuai standar World Health Organization (WHO), fasilitas rumah sakit yang belum lengkap di beberapa kota di Indonesia, keterbatasan nakes yang menangani pasien Covid-19 dan vaksin anti Covid-19 yang belum ditemukan. Penurunan wisatawan asing dan domestik juga disebabkan karena adanya larangan sementara wisatawan asing masuk ke Indonesia dan pembatasan wisatawan domestik bepergian ke beberapa kota dan provinsi di Indonesia serta pembatasan penerbangan dan jalur transportasi laut. Terdapat pengaruh pandemi Covid-19 terhadap tingkat hunian hotel di Indonesia. Semakin lama pandemi Covid-19 berlangsung, maka tingkat hunian hotel bintang di Indonesia semakin menurun dikarenakan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan jasa transportasi, harga kamar hotel, pelayanan hotel dan fasilitas hotel bintang di Indonesia [14].

Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat) merupakan penelitian yang menganalisis

perilaku konsumen wisatawan di era pandemi Covid-19, dengan mengambil kasus pariwisata di Nusa Tenggara Barat. NTB merupakan salah satu dari sepuluh destinasi wisata prioritas Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisa Perilaku konsumen, mengidentifikasi perilaku yang dapat mengubah industri pariwisata mengerti akan kebutuhannya. Proses pencatatan atas pola perilaku wisatawan sebagai konsumen dalam masa pandemi Covid-19 dilakukan dengan menggunakan analisa konten yang bersumber dari beberapa dokumen yang relevan. Hasil dari penelitian adalah pemahaman dan kepekaan yang baik terhadap motivasi konsumen wisatawan, akan memudahkan produsen mengidentifikasi kebutuhan wisatawan yang ditunjukkan dengan keputusan pembelian [15].

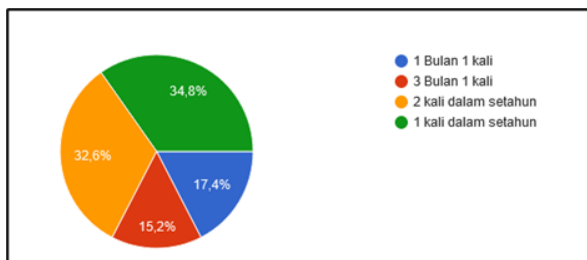
2. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan/*field research* dimana pengambilan data dilakukan dan diambil langsung dari lapangan atau masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah deksriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah eksplorasi dari situasi sosial dan dilakukan secara menyeluruh. Penelitian kualitatif adalah penelitian ilmiah yang mengkaji permasalahan dari suatu fenomena [16].

Sumber data primer penelitian ini data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan tidak melalui media perantara. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah kuisioner yang diisi oleh 50 responden. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung dan melalui media perantara. Media perantara bisa berupa catatan dari pihak lain. Adapun data sekunder untuk penelitian ini diambil dari Badan Pusat Statistik. Subjek penelitian adalah 50 responden dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda dengan rentang usia 25 tahun – 60 tahun.

3. Hasil dan Pembahasan

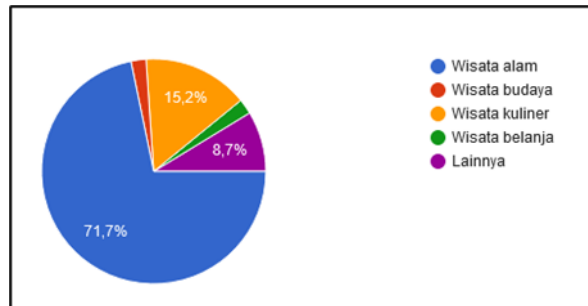
Berdasarkan hasil pengolahan kuisioner yang sudah disebar pada 50 orang responden didapatkan hasil sebanyak 71,7 % memiliki anggaran untuk berlibur dan setidaknya melakukannya dalam rentang waktu 1 tahun sekali sebanyak 34,8 % yang disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Frekuensi Liburan

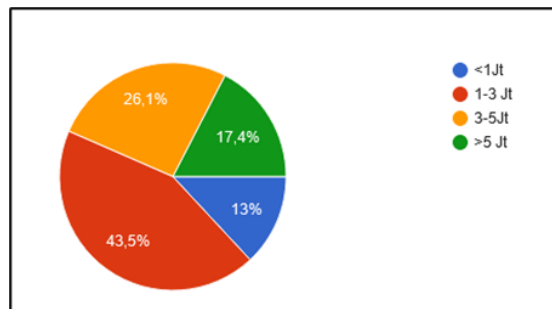
Responden sebanyak 71,7 % memilih jenis wisata yang sering dilakukan adalah wisata alam dan diikuti oleh wisata kuliner sebanyak 15,2 %. Dimana jenis wisata

ini tentu saja hampir mustahil dilakukan oleh masyarakat di kota besar, karena pembangunan terjadi hampir di seluruh bagian kota. Data disajikan pada Gambar 5.



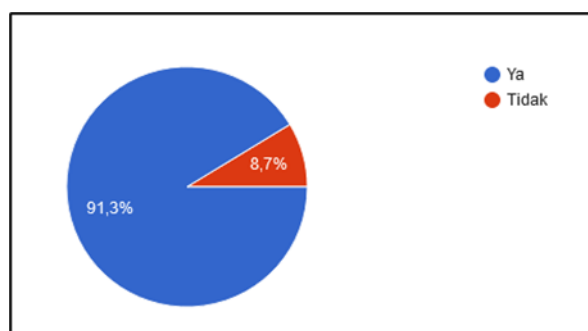
Gambar 5. Jenis wisata

Anggaran liburan yang dimiliki oleh responden sebanyak 43,5 % adalah sebesar 1-3 Jt dan 26,1 % memiliki anggaran liburan dalam kisaran 3-5 Jt. Dengan demikian, tentu saja untuk liburan khususnya yang berkeluarga, *staycation* bisa menjadi alternatif pilihan untuk dilakukan di masa pandemi yang disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Anggaran Liburan

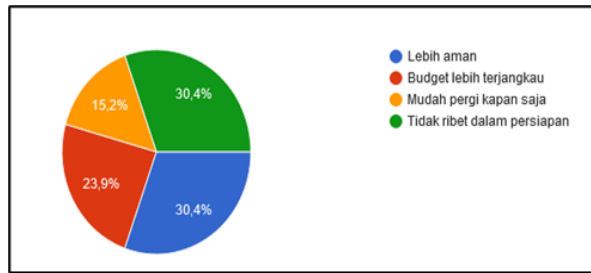
Istilah *staycation* sudah diketahui oleh 91,3 % responden. Dengan demikian jelaslah, bahwa hal ini tanpa disadari sudah menjadi trend di masyarakat yang disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Mengetahui Istilah Staycation

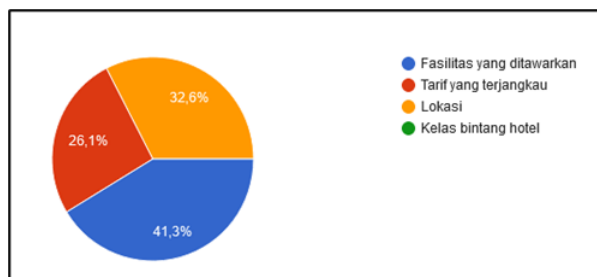
Faktor keamanan dan lebih simple dalam persiapan menjadi alasan utama responden memilih liburan ala *staycation*. Dengan liburan *staycation* ini, diharapkan tujuan dari liburan itu sendiri dapat tercapai, namun tetap dapat menjaga kesehatan, karena tidak perlu bepergian terlalu jauh yang dikhawatirkan

meningkatkan resiko tertular Virus Covid yang disajikan pada Gambar 8.



Gambar 8. Alasan Staycation

Dalam pemilihan hotel, sebanyak 41,3 % responden memprioritaskan fasilitas sebagai alasan utama dalam menentukan pilihannya dan lokasi sebanyak 32,6%. Hotel yang memiliki view yang estetik, memiliki *swimming pool di rooftop*, biasanya lebih diminati yang disajikan pada Gambar 9.



Gambar 9. Alasan Pemilihan Hotel

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olahan kuisioner dari 50 responden secara acak, maka diketahui bahwa meskipun dalam kondisi pandemi dan keterbatasan ruang gerak, liburan tetap menjadi sesuatu yang tidak bisa dihilangkan begitu saja. Hal ini menuntut para pelaku industri pariwisata yang terdampak cukup signifikan khususnya perhotelan lebih kreatif dengan menghadirkan inovasi baru. Inovasi yang dihadirkan diharapkan dapat tetap menarik minat masyarakat untuk menginap, sehingga roda bisnis tetap berjalan dan tidak terpuruk semakin dalam. Tamu domestic menjadi target agar tingkat hunian tidak semakin anjlok dengan kurangnya kunjungan wisatawan asing ke Indonesia selama masa pandemi. Pengunjung hotel yang tadinya dengan berbagai alasan seperti kunjungan kerja, acara pernikahan dan *mice*, mengalami pergeseran menjadi pengunjung yang melakukan liburan singkat keluarga dan kaum milenial yang memang mengutamakan *experience*.

Daftar Rujukan

[1]. Udayantini, K. D., Bagia, I. W., & Suwendra, I. W. (2015). *Pengaruh Jumlah Wisatawan dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Sektor Pariwisata di Kabupaten Buleleng Periode 2010-2013*. 3, 10.

[2]. Handayani, M. (n.d.). *Pendapatan Perkapita Terhadap Retribusi Obyek Pariwisata di Jawa Tengah*. 10.

[3]. Republik Indonesia. (2009). *UU Republik Indonesia No 10 tentang Kepariwisataaan*.

[4]. Menparpostel, R. (1987). *SK Menparpostel No. KM.34/HK.103/MPPT-87*.

[5]. Syaiful, S. (2019). Analisis Event Terhadap Peningkatan Occupancy pada Hotel Bintang 3 (*** di Kota Pekanbaru: Study Kasus pada Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 149–169. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i2.381>

[6]. Appraisal Institute. (2008). *The Appraisal of Real Estate* (13th ed.). The Appraisal Institute.

[7]. Sugiarto, E. (2002). *Hotel Front Office Administration Jakarta*. PT.Gramedia Pustaka Utama.

[8]. Sulastyono, A. (2008). *Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi: Teknik dan Prosedur. Divisi Kamar*. Bandung: CV. Alfabeta. CV. Alfabeta.

[9]. Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1). <https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2166>

[10]. PHRI. (2020). Keringanan Pajak hingga Biaya Listrik. <https://Bisnis.Tempo.Co>.

[11]. Wicaksono, S. S. (2020). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Hotel Syariah di Yogyakarta (Studi Kasus Hotel Unisi Yogyakarta)*. UII.

[12]. Jatmiko, H. (2020). Studi Potensi Pengembangan Hotel Berbasis Syariah Di Kota Jember. *Journal of Tourism Destination and Attraction*.

[13]. Chebli, A. (2020). The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article. *Journal of Tourism and Management Reserach*. <https://doi.org/10.18488/journal.31.2020.72.196.207>

[14]. Soehardi. (2019). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kunjungan Turis Asing dan Domestik. Serta Tingkat Hunian Kamar Hotel Bintang di Indonesia*. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>.

[15]. Suprihatin, W. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat)*. 01, 11.

[16]. Sugiono. (2010). *Metode Penelitian.Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

[17]. Sigala, M. (2020). Tourism and Covid-19: Impacts and implications. For advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research* 117 Pp. 312-321. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7290228/pdf/main.pdf>.