

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pandemi

1. Pengertian Pandemi

Pengertian pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan wabah yang berjangkit serempak di mana-mana atau meliputi geografi yang luas.¹ Sedangkan menurut WHO (*World Health Organization*) pandemi yaitu penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia. Namun tidak ada definisi yang dapat diterima tentang istilah pandemi secara rinci dan lengkap. Beberapa pakar mempertimbangkan definisi berdasarkan penyakit yang secara umum dikatakan pandemi dan mencoba mempelajari penyakit dengan memeriksa kesamaan dan perbedaannya.² Sehingga penyakit dipilih secara bertahap untuk mengetahui dari segi penyebaran dan kegawatdaruratan atau tingkat keparahannya.

Pandemi merupakan salah satu keadaan dalam masalah kesehatan yang pada umumnya masalah penyakit dimana frekuensi penyebaran penyakit tersebut tinggi dalam waktu yang singkat. Artinya apabila di suatu wilayah terjangkit suatu penyakit, dan dalam waktu singkat penyakit tersebut mampu menyebar ke berbagai daerah maka keadaan tersebut dikatakan sebagai pandemi. Jadi pandemi tidak ada hubungannya dengan

¹ Aprista Ristyawati, "Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NKRI Tahun 1945", *Administrative Law & Governance Journal*, Vol. 3, Issue 2, June 2020, hlm. 241.

² Rina Tri Handayani, "Pandemi Covid-19, Respon Imun Tubuh, dan *Herd Immunity*", *Jurnal Ilmiah: Jurnal Ilmiah STIKES Kendal ...* hlm. 374.

parah atau tidaknya penyakit tersebut, namun lebih kepada luasnya penyebaran secara global.

Sebagian besar penggunaan istilah pandemi merujuk pada penyakit yang meluas secara geografis misalnya, wabah abad ke-14 (kematian hitam), kolera, influenza, dan *human immunodeficiency virus* (HIV) / AIDS. Dalam sebuah ulasan baru – baru ini pandemi secara geografis dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu *transregional* (dua wilayah atau negara yang berbatasan di dunia, antar *regional* (dua wilayah yang tidak berbatasan atau bertetangga) dan global.³

Pandemi terjadi karena beberapa faktor sebagai berikut, antara lain:

- a. Peningkatan jumlah atau *virulensi* agen baru, sehingga dengan bertambahnya jumlah yang terkena virus hal tersebut mampu menjadi faktor terjadinya pandemi
- b. Informasi dan sifat lainnya dari agen baru ini belum terdeteksi atau berbeda dari yang pernah ada sebelumnya.
- c. Modus transmisi atau infeksi yang meningkat sehingga orang lain lebih rentan terpapar.⁴ Artinya jika sebuah virus menginfeksi suatu populasi hingga melebihi kapasitas populasi tersebut maka akan sangat rentan menyebar. Namun jika sebuah populasi tersebut memiliki imun yang baik dengan dilakukan vaksinasi atau infeksi alami, maka kemungkinan seorang individu terinfeksi virus tersebut kecil.

³ *Ibid.*, hlm. 375.

⁴ *Ibid.*, hlm. 377.

Saat ini pandemi yang sedang terjadi di dunia terutama di Indonesia yaitu pandemi Covid-19. Dimana asal mula wabah virus tersebut terdeteksi di Wuhan, China, kemudian menyebar dengan sangat cepat ke berbagai negara di dunia. Akibatnya banyak negara – negara yang mengalami pandemi ini harus siaga menanganinya. Di Indonesia untuk memutus mata rantai penularan Covid-19, pemerintah menerapkan kebijakan *Social Distancing* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Dengan diterapkannya kebijakan tersebut diharapkan mampu mengurangi penyebaran Covid-19.

Pandemi Covid-19 menyebabkan gangguan pada rantai pasok global, dalam negeri, volatilitas pasar keuangan, guncangan permintaan konsumen dan dampak negatif di sektor-sektor utama seperti perjalanan dan pariwisata. Dampak wabah Covid-19 tidak diragukan lagi akan terasa di seluruh rantai nilai pariwisata. Perusahaan kecil dan menengah diperkirakan akan sangat terpengaruh.⁵

2. Pelajaran Berharga dari Pandemi

Pandemi tidak hanya memberikan dampak negatif, namun dengan adanya pandemi ada beberapa hal yang dapat diambil sebagai pelajaran, antara lain sebagai berikut:

- a. Adanya pandemi tidak hanya berakibat pada ekonomi dan sumber daya namun juga berpengaruh terhadap psikologi manusia sehingga

⁵ I Dewa Gde Sugihamretha, "Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata", *The Indonesian Journal of Development Planning*, Vol. IV No. 2, Juni 2020, hlm. 192.

berakibat pada rasa ketakutan yang berlebih, khawatir hingga terjadi deskriminasi.⁶

- b. Dalam kehidupan sehari-hari kesehatan adalah hal sangat penting namun tidak terlalu diperhatikan oleh banyak orang. Dengan adanya pandemi, kepedulian terhadap kebersihan dan kesehatan individu bisa semakin meningkat.
- c. Dapat memunculkan dorongan yang semakin besar untuk dapat tetap bersosialisasi dan berwisata akibat efek psikologis karena terlalu lama berdiam di rumah akibat kebijakan PSBB dan *lockdown*.
- d. Saat terjadi pandemi dan terdapat kebijakan *lockdown* yang mengharuskan semua kegiatan dilakukan secara *online* atau daring, hal ini memunculkan sebuah perubahan dengan kesadaran terhadap opsi-opsi yang ditawarkan teknologi digital modern untuk mensimulasikan pertemuan sosial, perjalanan wisata, pendidikan tanpa perlu beranjak dari rumah.⁷

Dengan demikian, adanya pandemi menjadi sebuah peringatan kepada manusia bahwa jika melihat sebuah fenomena maka kita harus mengembalikannya kepada diri kita dan meminta petunjuk dari ayat-ayat yang terdapat dalam kitab suci Al-Quran guna melakukan refleksi (*tadabbur*) untuk menangkap pesan-pesan yang hendak disampaikan oleh Allah swt, baik ia berupa hukum, nasihat, maupun hikmah. Karena pada dasarnya seluruh alam dan fenomenanya maupun kejadian pada diri

⁶ M. Galieh Gunagama, dkk, "Pariwisata Pascapandemi: Pelajaran Penting dan Prospek Pengembangan", *LOSARI : Jurnal Arsitektur, Kota dan Permukiman ...* hlm. 60.

⁷ *Ibid.*, hlm. 61.

manusia merupakan tanda dari Keberadaan, Kebesaran dan Keagungan Allah.⁸ Hal ini tertuang dalam firman Allah SWT Q.S Fussilat/41: 53.⁹

سُنُرِيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْأَفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ أَنَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ ﴿٥٣﴾

Artinya: "*Kami akan memperlihatkan kepada mereka tanda-tanda (kekuasaan) Kami di segenap ufuk dan pada diri mereka sendiri, sehingga jelaslah bagi mereka bahwa Al-Quran itu adalah benar. Dan apakah Tuhanmu tidak cukup (bagi kamu) bahwa sesungguhnya Dia menyaksikan segala sesuatu*". (Q.S Fuṣṣilat/41: 53).

Dalam isi kandungan ayat di atas, dapat diketahui bahwa adanya pandemi dapat dijadikan sebagai sebuah fenomena sosial sebagai tanda Keagungan dan Kekuasaan Allah. Melalui fenomena tersebut, Allah SWT telah banyak memberikan pelajaran kepada kita akan dahsyatnya kekuatan-Nya sekaligus membuktikan begitu rapuh dan lemahnya diri manusia. Virus kecil yang disebut sebagai Covid-19 yang menjadi sebuah pandemi tersebut telah meruntuhkan beragam teori dan asumsi, serta merontokan kesombongan dan besar diri (*takabbur*).

B. *Coronavirus Disease (Covid-19)*

1. Pengertian Covid-19

⁸ Kerwanto, "Covid-19 ditinjau dari Epistemologi: Sebuah Penerapan Tafsir Referensial (Tafsīr Miṣdāqī) pada Ayat-Ayat Al-Quran", *Jurnal Bimas Islam*, Vol 13, No. 2, 2020, hlm. 376.

⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya ...* hlm. 702.

Coronavirus Disease-19 atau lebih dikenal dengan sebutan Covid-19 yaitu virus yang menyerang sistem pernapasan dan bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian.¹⁰ Covid-19 termasuk dalam genus *betacoronavirus*. Hasil analisis filogenetik menunjukkan bahwa virus ini masuk dalam *subgenus* yang sama dengan *coronavirus* yang menyebabkan wabah *Severe Acute Respiratory Illness* (SARS) pada 2002-2004 silam.¹¹

World Health Organization (WHO) menjelaskan bahwa *Coronaviruses* adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Infeksi virus ini disebut Covid-19. Virus Corona dapat menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus ini menular dengan cepat dan telah menyebar ke beberapa negara, termasuk Indonesia.¹² Seseorang dapat tertular Covid-19 karena disebabkan hal-hal sebagai berikut, yaitu:

- a. Karena tidak sengaja menghirup percikan ludah dari bersin atau batuk seseorang yang terkonfirmasi Covid-19
- b. Memegang mulut dan hidung tanpa mencuci tangan terlebih dulu setelah menyentuh benda atau terkena percikan air liur penderita Covid-19

¹⁰ Amin Kiswanto, dkk, "Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokol Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca Pandemi Covid-19", *Jurnal Abdimas Pariwisata*, Vol. 1, No. 2, Tahun 2020, hlm. 38.

¹¹ Adityo Suselo dkk, "Coronavirus Disease 19: Tinjauan Literatur Terkini", *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, Vol. 7, No. 1, Maret 2020, hlm. 46.

¹² Silpa Hanoatubun, "Dampak Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia", *EdupsyCouns Journal: Journal of Education, Psychology, and Counselling*, ... hlm. 149.

- c. Melakukan kontak langsung dengan penderita Covid-19, misalnya bersentuhan atau berjabat
- d. Tidak memakai masker dan tidak jaga jarak ketika bersama penderita Covid-19

2. Gejala Covid-19

Gejala Covid-19 ini bisa gejala ringan, sedang atau berat. Gejala klinis utama yang muncul yaitu demam dengan suhu $>38^{\circ}\text{C}$, batuk dan kesulitan bernafas. Namun gejala tersebut tidak berkomplikasi. Jadi gejala utama tetap muncul seperti demam, batuk yang disertai dengan nyeri di tenggorokan, sakit kepala dan nyeri otot. Namun gejala ini tidak memiliki komplikasi seperti dehidrasi atau nafas pendek. Berikut ini beberapa gejala yang muncul pada saat seseorang terinfeksi Covid-19.

- a. Demam dengan suhu $>38^{\circ}\text{C}$ atau riwayat demam
- b. Batuk, pilek dan nyeri tenggorokan
- c. *Pneumonia* atau infeksi paru-paru ringan sampai berat
- d. Infeksi pernafasan akut dengan tingkat keparahan ringan sampai berat
- e. Seseorang yang pernah mengunjungi tempat atau daerah yang terjangkit Covid-19 selama 14 hari sebelum timbul gejala
- f. Kontak dengan pasien yang terkonfirmasi Covid-19
- g. Bekerja atau mengunjungi fasilitas layanan kesehatan yang terdapat pasien Covid-19

3. Cara Mencegah Penularan Covid-19

Covid-19 merupakan penyakit yang baru ditemukan oleh karena itu perihal terkait pencegahannya masih terbatas. Kunci pencegahan meliputi pemutusan rantai penularan dengan isolasi, deteksi dini, dan melakukan proteksi dasar. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mencegah penularan Covid-19 antara lain sebagai berikut:

a. Melakukan vaksin

Salah satu upaya yang sedang dikembangkan adalah pembuatan vaksin guna membuat imunitas dan mencegah transmisi.

b. Deteksi dini dan isolasi

Jika seorang memenuhi kriteria suspek atau pernah berkontak langsung dengan individu yang positif Covid-19 harus segera berobat ke rumah sakit atau puskesmas yang mampu menangani. Selain itu bagi seseorang yang beresiko tinggi terinfeksi Covid-19 maka diharuskan untuk tidak melakukan aktivitas apapun dan berdiam di rumah selama 14 hari dan melakukan isolasi. Kemudian bagi seseorang yang risiko terinfeksi Covid-19 rendah, maka diharuskan selalu memantau suhu tubuh dan gejala pernafasan selama 14 hari. Dan bagi masyarakat umum deteksi dini dapat dilakukan dengan cara *social distancing* serta menerapkan protokol kesehatan dalam melakukan aktivitas apapun.¹³

c. Cuci tangan dengan sabun atau menggunakan *handsanitizer*

¹³ *Ibid.*, hlm. 60.

Upaya mudah yang dapat dilakukan yaitu cuci tangan secara rutin dengan alkohol atau sabun dan air, menjaga jarak dengan seseorang yang memiliki gejala batuk atau bersin, melakukan etika batuk atau bersin dengan cara menutup hidung dan mulut menggunakan lengan, berobat ketika memiliki keluhan yang sesuai kategori suspect.

d. Menggunakan masker jika berada di luar rumah

Saat menggunakan masker bagian mulut dan hidung tertutup. Sehingga manfaatnya mampu meminimalisir penularan Covid-19, karena penularan Covid-19 bisa berasal dari pernafasan, terlebih jika ada seseorang yang memiliki gejala pada pernafasan dan batuk maka harus jaga jarak satu meter menggunakan masker

e. Menjaga kebersihan peralatan makan dan minum serta menjaga kebersihan rumah dan lingkungan sekitar

f. Mengatur pola hidup sehat dan daya tahan tubuh

Beberapa cara untuk mengatur pola hidup yang sehat yaitu berhenti merokok dan konsumsi minuman beralkohol, memperbaiki pola tidur dan mengkonsumsi suplemen. Berhenti merokok dapat mengurangi risiko terkena infeksi pada saluran pernafasan. Pola tidur yang tidak baik juga mampu berdampak pada imunitas seseorang. Kemudian suplemen yang baik yaitu yang mengandung vitamin D.¹⁴ Atau bisa dilakukan dengan cara berjemur di bawah sinar matahari

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 62.

pada pagi hari dan mengkonsumsi makanan dan minuman yang banyak mengandung vitamin D, seperti salmon, tuna, hati sapi, kuning telur, susu dan lain sebagainya.

Hal – hal di atas merupakan bentuk ikhtiar manusia dalam mencegah penularan Covid-19. Manusia memang diharuskan untuk berikhtiar karena keterbatasan pengetahuan manusia akan hakikat tersebut. Banyak sekali protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah untuk menghambat tersebarnya virus tersebut, seperti memakai masker, mencuci tangan dengan *hand sanitizer*, jaga jarak, dan mengkonsumsi multivitamin. Hal tersebut merupakan kecenderungan yang baik, dan perlu untuk dilakukan sebagai ikhtiar kita untuk menghambat perkembangan Covid-19.¹⁵ Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S al-Ra'd/13: 11.¹⁶

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ
وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَّالٍ ﴿١١﴾

Artinya: "*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia*". (Q.S al-Ra'd/13: 11)

¹⁵ Kerwanto, "Covid-19 ditinjau dari Epistemologi: Sebuah Penerapan Tafsir Referensial (Tafsīr Miṣdāqī) pada Ayat-Ayat Al-Quran", *Jurnal Bimas Islam ...* hlm. 386.

¹⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya ...* hlm. 346.

Dalam isi kandungan ayat di atas diketahui bahwa Allah memerintahkan manusia untuk berikhtiar supaya dapat mengubah suatu keadaan. Jadi kebijakan dan upaya yang dikeluarkan oleh pemerintah dan medis merupakan suatu ikhtiar yang harus dilakukan karena hal ini sesuai ajaran dalam Islam yang selalu berjalan dalam kemoderatan (*wasatiyah*), yaitu keseimbangan antara takdir dan ikhtiar.

C. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu "pari" dan "wisata". Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”.¹⁷ Jadi jika diartikan pariwisata yaitu sebuah perjalanan atau bepergian ke berbagai tempat atau berkeliling ke suatu tempat. Definisi pariwisata juga terdapat dalam Undang-Undang No 10 Tahun 2009, pariwisata yaitu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi suatu tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.¹⁸

Sedangkan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta

¹⁷ I ketut Suwena dan I Gusti Ngurah Widyamatja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* ... hlm. 15.

¹⁸ <http://yuliaparamitasaid.blogspot.com> (diakses tanggal 15 Oktober 2020 pukul 17:00 WIB).

interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.¹⁹

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan pariwisata merupakan kegiatan perjalanan ke suatu tempat yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang untuk sementara waktu dengan tujuan untuk menghibur diri, *refresing*, rekreasi, mengembangkan ilmu pengetahuan atau mempelajari suatu keindahan objek di tempat yang dikunjungi tersebut.

2. Jenis dan Macam Pariwisata

a. Berdasarkan letak geografis²⁰

- 1) Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis pariwisata yang ruang lingkungannya terbatas hanya pada tempat-tempat tertentu saja.
- 2) Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu jenis pariwisata yang ruang lingkungannya dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat di wilayah regional namun dalam lingkup nasional atau dapat pula wilayah regional namun dalam lingkup internasional.
- 3) Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang ruang lingkungannya dalam wilayah suatu negara, dimana pengunjungnya tidak saja terdiri dari warga negara itu sendiri namun juga warga negara asing yang bertempat tinggal di negara tersebut.

¹⁹ Masega Dian Latief Mukti, dkk, "Strategi Pengembangan Kawasan Barat Sungai Brantas Kota Kediri sebagai Destinasi Pariwisata Daerah untuk Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah", *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* ... hlm. 1798.

²⁰ I ketut Suwena dan I Gusti Ngurah Widyamatja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* ... hlm. 19.

- 4) Pariwisata regional-internasional yaitu jenis pariwisata yang ruang lingkungannya berkembang hingga wilayah internasional yang masih terdapat batasan, tetapi melewati lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut.
 - 5) Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu jenis pariwisata ruang lingkungannya sangat luas hingga berkembang ke seluruh negara di dunia.
- b. Berdasarkan objeknya²¹
- 1) Wisata Budaya (*Cultural Tourism*) yaitu jenis pariwisata dimana keinginan untuk mengunjungi suatu tempat karena keindahan, daya tariknya dan budayanya.
 - 2) Wisata Kesehatan (*Recuperational Tourism*) yaitu jenis pariwisata dimana tujuan mengunjungi suatu tempat karena untuk menyembuhkan penyakit. Misalnya tempat pemandian air panas.
 - 3) Wisata Komersial (*Commercial Tourism*) yaitu jenis pariwisata dimana yang berkaitan dengan perdagangan.
 - 4) Wisata Olahraga (*Sport Tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan untuk melihat sebuah pertandingan atau pesta olah raga di suatu tempat tertentu.
 - 5) Wisata Politik (*Political Tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan untuk mengikuti atau menyaksikan kegiatan yang berhubungan dengan politik suatu negara.

²¹*Ibid.*, hlm. 21.

- 6) Wisata Sosial (*Social Tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan sosial biasanya untuk menghibur diri dan tidak untuk mencari keuntungan.
- 7) Wisata Keagamaan atau Religi (*Religion Tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dilakukan untuk melihat atau menyaksikan sebuah acara keagamaan dan adat istiadat, atau dengan tujuan melakukan kegiatan keagamaan. Seperti ibadah haji dan umrah.
- 8) Wisata Maritim (*Marine tourism*) sesuai dengan namanya, wisata ini berkaitan dengan kegiatan di wilayah perairan seperti memancing, berenang, berselancar dan lain sebagainya.
- 9) Wisata Kuliner yaitu jenis wisata yang dilakukan bukan hanya untuk mengenyangkan perut namun juga untuk mengetahui cita rasa kuliner yang kas di berbagai tempat

D. Pelaku Pariwisata

Pelaku pariwisata yaitu seluruh pihak yang ikut andil dan berperan dalam kegiatan pariwisata. Adapun pelaku pariwisata menurut Damanik dan Weber yaitu sebagai berikut:²²

1. Wisatawan

Wisatawan yaitu seorang konsumen atau pengguna suatu produk dan layanan. Para wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata memiliki tujuan dan latar belakang yang bermacam-macam, sehingga hal tersebut

²² Yumi Sherlyana, "Dampak Pariwisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakatnya", *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, (Bandar Lampung: Universitas Bandar Lampung, 2017), hlm. 12.

menjadi faktor bahwa para wisatawan yang menciptakan permintaan wisata.

2. Industri pariwisata

Industri pariwisata merupakan usaha atau kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dalam kegiatan wisata. Industri usaha digolongkan menjadi dua, yaitu pelaku langsung dan pelaku tidak langsung. *Pertama*, pelaku langsung berarti usaha wisata yang ditawarkan secara langsung kepada wisatawan atau sebuah jasa langsung yang dibutuhkan wisatawan. *Kedua*, pelaku tidak langsung yaitu usaha wisata yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung kegiatan pariwisata.

3. Pendukung jasa wisata

Pendukung jasa wisata yaitu usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata, akan tetapi biasanya bergantung pada wisatawan sebagai konsumen atau pengguna produk dan layanan. Termasuk di dalamnya yaitu jasa fotografi, jasa kecantikan, penjualan BBM, dan lain sebagainya.

4. Pemerintah

Pemerintah merupakan pelaku yang juga penting dalam pariwisata. Karena pemerintah yang memiliki wewenang untuk mengatur, menyediakan dan memberikan fasilitas serta infrastruktur guna mengembangkan wisata. Serta pemerintah juga yang bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata.

5. Masyarakat lokal

Masyarakat lokal yaitu penduduk asli yang bertempat tinggal di kawasan wisata. Masyarakat lokal juga memiliki peran yang penting dalam pengembangan kualitas wisata. Selain itu mereka adalah pemilik langsung destinasi wisata yang dikunjungi. Sehingga eksistensi wisata berada di tangan mereka. Merekalah yang bisa memberikan perubahan yang baik terhadap wisata.

6. Lembaga Swadaya Masyarakat

LSM yaitu lembaga non-pemerintah yang melakukan kegiatan di kawasan wisata. Bentuk kegiatannya biasanya bekerjasama dengan masyarakat dalam aktivitas kemasyarakatan atau sosial.

E. Dampak Pariwisata

1. Dampak pariwisata terhadap ekonomi

Pariwisata memberikan berbagai dampak positif dalam sektor perekonomian suatu negara. Dampak positif dengan dikembangkannya pariwisata antara lain yaitu membuka lapangan pekerjaan yang berarti memberikan kesempatan kerja, menambah pendapatan negara, melancarkan pembangunan, melancarkan perdagangan luar negeri, dan memacu pertumbuhan ekonomi melalui dampak *multiplier effect* (penggandaan).

a. Membuka lapangan pekerjaan

Pariwisata sebagai industri pelayanan atau jasa pada umumnya bersifat padat karya (*labour intensive*). Sehingga jenis tenaga kerja

yang dibutuhkan pada dasarnya tidak berpacu pada pendidikan. Suplai tenaga kerja seperti itu berlimpah di sebagian besar negara sedang berkembang atau di wilayah-wilayah yang miskin secara ekonomi. Dengan demikian, maka dukungan pariwisata dalam rangka menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran menjadi penting. Hanya saja perlu diketahui bahwa banyak jenis pekerjaan di bidang pariwisata yang bersifat musiman atau penggal waktu (*part-time*), tergantung dari banyak sedikitnya wisatawan yang berkunjung. Penaksiran terhadap seberapa besar dukungan nyata pariwisata dalam menciptakan pekerjaan ternyata sulit dideskripsikan karena banyaknya jenis industri pariwisata.²³

b. Meningkatkan pendapatan suatu negara

Pendapatan suatu negara meningkat karena pendapatan perkapitanya bertambah. Dimana pendapatan tersebut berasal dari peningkatan pendapatan atas pajak-pajak seperti pajak pendapatan, badan-badan hukum (*corporate*), penjualan, dan kekayaan. Peningkatan pendapatan lainnya berupa keuntungan yang diperoleh dari campur tangan (*intervensi*) langsung di bidang industri pariwisata, misalnya melalui restoran, hotel, biro perjalanan, dan lain-lain.

c. Melancarkan pembangunan

²³ Heru Pramono, "Dampak Pembangunan Pariwisata terhadap Ekonomi, Sosial, dan Budaya", *Cakrawala Pendidikan*, No. 1, Tahun XII, Februari 1993, hlm. 86.

Dengan adanya pariwisata, maka hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat melancarkan pembangunan suatu negara dan daerah tertentu. Dimana pemerintah mendapatkan penghasilan berupa pajak penghasilan dan pajak perusahaan atau uang asing yang dibelanjakan oleh wisatawan dari mancanegara. Dan di sisi lain daerah yang memiliki bisnis pariwisata dapat mendorong pembangunan daerahnya yang bisa berupa perbaikan sarana dan prasarana di lingkungan daerah tersebut dari hasil pembayaran pajak pada pemerintahan.

d. Memperlancar perdagangan luar negeri

Pariwisata merupakan *invisible export* atau bisa diartikan dimana suatu negara memperoleh devisa tanpa melakukan kegiatan perdagangan luar negeri, sehingga dengan adanya perkembangan bisnis pariwisata dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan ekspor negara. Hal ini berarti pariwisata dapat memperbaiki neraca pembayaran internasional. Meningkatnya devisa negara melalui pariwisata yang *invisible export* tersebut akan menimbulkan *surplus* pendapatan pada suatu negara, sehingga akan tercapai keseimbangan dan kestabilan ekonomi pada suatu negara. Hal ini juga akan memberikan dampak positif bagi rakyat yaitu tersedianya lapangan pekerjaan dan harga-harga pasar juga stabil.

e. *Multiplier Effect*

Pelipatgandaan pariwisata yaitu meliputi:

- 1) Pelipatgandaan penjualan atau pembelanjaan (*sales or output multiplier*), yaitu mengukur total penjualan atau pembelanjaan dari biaya awal yang ditunjukkan dalam bentuk angka perbandingan.
- 2) Pelipatgandaan pendapatan (*income multiplier*), yaitu menunjukkan hubungan antara pembelanjaan wisatawan dan perubahan-perubahan pendapatan penduduk setempat.²⁴
- 3) Pelipatgandaan pekerjaan (*employment multiplier*), yaitu menggambarkan perbandingan antara pekerjaan langsung (primer) dan pekerjaan berikutnya (sekunder) yang diciptakan melalui tambahan pekerjaan pada pekerjaan langsung tersebut

Mengenai pelipatgandaan (*multiplier*) tersebut di atas terdapat sebuah kritik yaitu bahwa pelipatgandaan merupakan suatu alat analisis yang kurang sesuai untuk mengurus ekonomi pariwisata. Pariwisata sulit dibandingkan dengan kegiatan ekonomi lain, dalam arti bahwa analisis dari hakikat kegiatan itu berbeda. Keuntungan dari perusahaan-perusahaan khusus di bidang pariwisata bukanlah petunjuk yang baik bagi keuntungan-keuntungan yang mungkin dibawa oleh pariwisata.²⁵

2. Dampak pariwisata terhadap sosial – budaya

²⁴ *Ibid.*, hlm. 87.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 88.

Dampak yang timbul akibat pariwisata terhadap sosial budaya antara lain sebagai berikut.

a. Perubahan struktur demografi

Dengan adanya bisnis pariwisata hal ini akan berpengaruh terhadap struktur populasi pada suatu daerah. Pembangunan industri pariwisata biasanya meningkatkan jumlah penduduk setempat. Hal ini terjadi sebagai akibat dari terciptanya berbagai jenis pekerjaan baru di sektor pariwisata. Sehingga migrasi keluar dapat diperkecil, dan sebaliknya terjadi penarikan pekerja-pekerja baru. Proses ini cenderung bersifat selektif dalam hal umur dan jenis kelamin.

b. Perubahan jenis pekerjaan

Salah satu dampak pariwisata yaitu dapat menambah lapangan pekerjaan. Peluang kerja di sektor pariwisata memiliki beberapa kelebihan dibandingkan pada sektor yang lain. Dan kesempatan kerja yang tersedia di sektor pariwisata mungkin dapat menarik seseorang yang bekerja di sektor ekonomi lain untuk beralih pekerjaan, misalnya dari pertanian berpindah ke sektor pariwisata. Sehingga hal ini mampu mengubah mata pencaharian dan jenis pekerjaan masyarakat di suatu daerah yang terdapat bisnis pariwisata.

c. Perubahan nilai-nilai dalam masyarakat

Nilai-nilai yang dipelihara dan berkembang pada masyarakat setempat dapat mengalami perubahan karena masuknya nilai-nilai

yang dibawa oleh wisatawan sebagai kelompok yang berbeda.²⁶ Karena kita tahu para wisatawan yang berkunjung mereka memiliki *attitude* atau perilaku yang beragam, sehingga dapat menimbulkan terjadinya pencampuran tata nilai di tengah masyarakat di daerah wisata tersebut.

F. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategeia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin) yang digabung artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.²⁷

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.²⁸

²⁶ *Ibid.*, hlm. 90.

²⁷ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 153.

²⁸ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 17.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan proses pengambilan keputusan terhadap elemen-elemen utama dari suatu strategi, meliputi *Ends* (sasaran, tujuan, objek, target), *Ways* (cara bertindak, konsep, metode) dan *Means* (sarana, kekuatan, sumber daya, potensi). Dengan demikian perumusan strategi harus mengandung tiga elemen tersebut dan harus seimbang.²⁹ Dalam rangka mencapai sebuah tujuan perusahaan atau organisasi strategi merupakan faktor yang paling penting dan sangat berpengaruh. Karena untuk mengetahui keberhasilan suatu kegiatan atau usaha tergantung pada kemampuan pemimpin dan kontribusi serta kordinasi tim dalam merumuskan strategi yang digunakan. Disamping itu dalam merumuskan strategi perusahaan juga tergantung apa tujuan perusahaan itu sendiri, serta bagaimana keadaan dan lingkungan yang ada.

2. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya yaitu supaya strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara baik dan efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:³⁰

- a. Mengomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.

Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa,

²⁹ Saleha Mufida, dkk, "Strategi Pemerintah Indonesia dalam Menangani Wabah Covid-19 dari Perspektif Ekonomi", *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia dan Global*, Vol.1 No. 2 Oktober 2020, hlm. 124.

³⁰ Sofjan Assauri, *Strategic Management: Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), hlm. 5-8.

bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kinerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.

- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud

dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.

G. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.³¹

Manajemen strategi adalah suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pimpinan dan juga dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang terlibat di dalam suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategik ini juga merupakan suatu sistem yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen yang saling berkaitan dan mempengaruhi antara satu dengan lainnya serta bergerak secara serentak menuju arah yang sama pula.³²

Jadi dapat disimpulkan manajemen strategi yaitu suatu rangkaian kegiatan atau aktivitas yang ditata sedemikian rupa mulai tahap perencanaan hingga tahap pengawasan sehingga suatu perusahaan atau organisasi mampu menciptakan keunggulan secara efektif dan diarahkan pada optimalisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

³¹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm. 15.

³² Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hlm. 21.

Dalam sudut pandang Islam manajemen diistilahkan dengan menggunakan kata *al-tadbir* (pengaturan).³³ Seperti yang tertuang dalam Al Quran Surat as-Sajdah/32: 5.³⁴

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا

تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

Artinya : "*Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu*". (Q.S as-Sajdah/32: 5).

Dari isi kandungan ayat di atas dapat diketahui bahwa Allah SWT adalah pengatur alam raya. Keteraturan alam raya ini merupakan bukti Kebesaran dan Kekuasaan Allah SWT dalam mengelola ciptaan-Nya. Namun, karena hakikat manusia adalah sebagai khalifah di bumi, maka manusia diamanahi untuk mengatur dan mengelola bumi dengan sebaik-baiknya.

2. Prinsip Manajemen Strategi

- a. Perencanaan strategi merembes (menembus), seluruh manajer diberbagai divisi harus belajar untuk berfikir secara strategis, seluruh tingkat managerial akan terlibat di dalam manajemen strategi dengan berbagai cara tertentu, tiap pola dan cara yang akan dipakai berbeda

³³ M. Bukhari, dkk, *Azaz – Azaz Manajemen*, (Yogyakarta : Aditya Media, 2005), hlm. 30.

³⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya ...* hlm. 598.

namun masih mengarah pada sasaran yang sama sesuai tujuan yang ditetapkan.

- b. Perencanaan komprehensif, maksudnya adalah perencanaan yang berdasarkan pada kebutuhan serta pengembangan bisnis, tidak dibuat dengan asal-asalan dan tanpa arah yang jelas.

3. Karakteristik Manajemen Strategi

Pada manajemen strategi selalu mengantisipasi akan terjadinya suatu perubahan lingkungan yang dapat mempengaruhi implementasi manajemen itu sendiri, serta berupaya untuk merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut ini beberapa karakteristik manajemen strategik:³⁵

- a. Manajemen strategik bersifat jangka panjang
- b. Manajemen strategik bersifat dinamis
- c. Manajemen strategik merupakan suatu manajemen yang berhubungan dengan manajemen operasional
- d. Manajemen strategik berorientasi untuk masa depan
- e. Manajemen strategik senantiasa harus didorong dan didukung dalam pelaksanaannya oleh semua sumber daya ekonomi yang tersedia

4. Proses Manajemen Strategi

- a. Perumusan atau perencanaan strategi (*Planning*)

Dalam tahap ini kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan

³⁵ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik ...* hlm. 22.

kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan.

b. Formulasi strategi (*Organizing*)

Dalam tahap ini mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan sesuai yang telah ditetapkan.

c. Pelaksanaan strategi (*Actuating*)

Mencakup pengembangan budaya yang dapat mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.³⁶

d. Evaluasi strategi (*Controlling*)

Tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategik. Kegiatan pokok dalam evaluasi strategi antara lain: mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok. Serta dengan adanya evaluasi maka

³⁶ *Ibid.*, hlm. 17.

bisa dijadikan sebagai pembelajaran bersama supaya dapat menjadi lebih baik dan tidak melakukan kesalahan yang sama.³⁷

Dengan demikian, proses manajemen strategik bersifat dinamis dan merupakan sekumpulan keputusan, dan aksi yang diperlukan suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai *strategic competitiveness* dan mencapai keberhasilan.³⁸

A. Strategi *Pentahelix*

1. Pengertian Strategi *Pentahelix*

Strategi *Pentahelix* merupakan strategi dalam dunia pariwisata yang melibatkan unsur – unsur masyarakat serta lembaga non-profit untuk mewujudkan suatu inovasi didukung dengan sumber daya dan potensi wisata yang ada. Strategi *Pentahelix* pada pariwisata di Indonesia dikenal dengan strategi ABCGM (*Academic, Bussiness, Community, Government, and Media*).³⁹

Sejarah perkembangan konsep sinergitas dalam pembangunan pariwisata ini dimulai dengan gagasan *triple-helix* yang diadopsi dari teori Etzkowitz & Leydesdorff pada tahun 2000. Konsep *triple helix* ini menitikberatkan adanya relasi antara universitas, industri dan pemerintah. Pada tahun 2014, Lindberg mengembangkan konsep baru yang disebut *quadruple helix* dengan menambahkan elemen masyarakat lokal sebagai

³⁷ *Ibid.*, hlm. 18.

³⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 13.

³⁹ Philianto Dani Rahu, "Kolaborasi Model *Pentahelix* dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya", *JISPAR: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan* ... hlm. 18.

pelengkap konsep *triple-helix* yang sudah duluan berkembang. Sedangkan konsep *pentahelix* diusulkan oleh Riyanto pada tahun 2018 dengan mengikutsertakan media yang saat ini peranannya sangat signifikan dalam mengembangkan modal sosial pembangunan.⁴⁰ Jadi keterlibatan dan sinergitas kolaborasi dari semua *stakeholder* tersebut harus disatukan dalam satu benang merah.

Berikut ini peranan dari kelima unsur dalam strategi *pentahelix* sebagai berikut:⁴¹

a. *Akademisi/Academic*

Akademisi pada model *Pentahelix* berperan sebagai *konseptor*. Seperti melakukan identifikasi potensi serta sertifikasi produk dan keterampilan sumber daya manusia yang mendukung peningkatan wisata. Akademisi dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan kondisi pengembangan desa wisata.

b. *Industri Swasta/Business*

Sektor swasta pada model *Pentahelix* berperan sebagai *enabler*. Sektor swasta merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sektor swasta dapat berperan sebagai *enabler* menghadirkan infrastruktur teknologi dan modal. Dengan adanya

⁴⁰ Putri Rizkiyah, dkk. "Sinergitas *Pentahelix* dalam Pemulihan Pariwisata Pasca Bencana Erupsi Gunung Sinabung", *Jurnal IPTA*, Vol. 7 No. 2, 2019, hlm. 248.

⁴¹ Philianto Dani Rahu, "Kolaborasi Model *Pentahelix* dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya", *JISPAR: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan ...* hlm. 19.

perubahan ke era digital maka dapat membantu pengembangan potensi wisata menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif.

c. Komunitas/*Community* atau Masyarakat

Komunitas pada model *Pentahelix* berperan sebagai *akselerator*. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan pengembangan wisata yang akan dikembangkan. Bertindak sebagai peran tawar-menawar atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu masyarakat dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses ekonomi. Selain itu, komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan yang dimiliki oleh lembaga ekonomi desa.

d. Pemerintah/*Government*

Pemerintah harus berperan sebagai *regulator* sekaligus berperan sebagai *kontroler* yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran sebagai *fasilitator* yang memberikan dukungan finansial dalam memenuhi sarana dan prasarana dalam sektor pariwisata.⁴²

e. Media

⁴² Anang Sutono, *Pariwisata dan Ketahanan Nasional*, (Bandung: UPI Press, 2020), hlm. 99.

Media harus bisa bertindak sebagai *expenders*. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat *brand image*.

2. Peran Strategi *Pentahelix* dalam Mengatasi Dampak Pandemi Covid-19

Penanganan wabah Covid-19 ini merupakan salah satu tindakan terkoordinasi global paling masif dalam sejarah modern. Pemerintah di seluruh dunia, melalui bidang kesehatan dan medis masing-masing negara, bekerja tanpa istirahat dalam mencegah penularan penyakit mematikan ini. Karantina wilayah yang bertujuan pembatasan mobilitas manusia, anjuran pola hidup bersih dan sehat, serta kesadaran pentingnya penggunaan Alat Pelindung Diri (APD) telah menjadi norma umum yang baru sejak awal tahun 2020.⁴³

Hal ini tentu berdampak pada aktivitas perekonomian secara global. Salah satu kegiatan ekonomi yang mengalami dampak paling parah adalah industri pariwisata. Sebagai akibat dari penerapan pembatasan mobilitas dan anjuran untuk tidak bepergian serta berkumpul dalam jumlah besar, banyak calon wisatawan yang membatalkan kunjungan ke tempat wisata. Tempat-tempat wisata pun memilih untuk menutup diri dari kunjungan sebagai imbas dari penerapan karantina wilayah sebagai usaha untuk membatasi penyebaran wabah pada area yang belum terinfeksi.⁴⁴ Akibat pandemi Covid-19 berdampak terhadap semua sektor industri termasuk sektor pariwisata. Karena sektor pariwisata di Indonesia memiliki ketertarikan dengan industri perhotelan, transportasi, usaha mikro kecil

⁴³ M. Galieh Gunagama, dkk, "Pariwisata Pascapandemi: Pelajaran Penting dan Prospek Pengembangan", *LOSARI : Jurnal Arsitektur, Kota dan Permukiman ...* hlm. 57.

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 58.

menengah (UMKM) terlebih juga pada usaha-usaha aksesoris dan kuliner, biro perjalanan wisata serta pemandu wisata. Sehingga dalam menyelamatkan industri pariwisata di Indonesia akibat pandemi Covid-19.

Dalam hal ini, strategi kolaborasi *pentahelik* menjadi bagian dalam penanganan Covid-19. Strategi *pentahelik* merupakan strategi gabungan dengan melibatkan antara perguruan tinggi, bisnis, pemerintah, pelanggan atau komunitas dan media.⁴⁵

Perguruan tinggi memiliki peran dalam mencetak sumber daya manusia yang mumpuni dan berkualitas untuk melakukan penelitian dalam mengkaji kebutuhan industri bidang pariwisata terutama dalam membuat program studi pengelolaan destinasi pariwisata.

Bisnis juga tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata. Karena pariwisata merupakan salah satu bisnis industri. Dimana bisnis merupakan kegiatan yang berorientasi dalam memenuhi kebutuhan industri pariwisata.

Pemerintah merupakan pihak yang sangat penting dalam membuat kebijakan terutama untuk mengembangkan industri pariwisata. Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata.⁴⁶

⁴⁵ Andi Setyo Pambudi, dkk, "Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Covid-19", *Jurnal: Majalah Media Perencana*, Vol. 1, No.1, 2020, hlm. 17.

⁴⁶ Janianton Damanik dan Helmut F. Weber, *Perencanaan Ekowisata*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm. 20.

Media merupakan alat yang efektif dan efisien dalam mengembangkan eksistensi pariwisata. Di era digital seperti sekarang ini media memiliki peran yang penting juga, karena mampu memberikan informasi kepada publik serta sebagai alat untuk program promosi pariwisata. Dan yang tidak kalah penting yaitu melibatkan pelanggan atau komunitas dalam mengembangkan pariwisata.

G. Penelitian Terdahulu

Sebelum proposal penelitian ini disusun, penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk menelusuri penelitian terdahulu yang sudah pernah dipaparkan oleh beberapa peneliti, di antaranya yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Gita Paramita Djausal, Alia Larasati dan Lilih Muflihah dengan judul "*Strategi Pariwisata Ekologis dalam Tantangan Masa Pandemi Covid-19*" (Jurnal Perspektif Bisnis Vol. 3, No. 1, Mei 2020). Dalam jurnal ini membahas mengenai strategi yang dapat dilakukan untuk tetap mempertahankan perkembangan wisata di tengah-tengah pandemi Covid-19. Strategi yang dilakukan harus memperhatikan kondisi internal dan kondisi eksternal. Kondisi internal yaitu pengelola mengatur sumber daya yang ada bisa sumber daya manusia dan sumber daya alam. Sedangkan untuk kondisi eksternal merujuk kepada interaksi dengan pihak terkait di luar organisasi atau perusahaan pengelola destinasi. Pihak terkait tersebut yaitu pengunjung, masyarakat, pemerintah, swasta, dan juga pengunjung. Kemudian strategi yang dilakukan yaitu pariwisata ekologis, dimana strategi ini cukup memiliki peminat, karena terdapat dukungan

aktivitas pariwisata terhadap kelestarian lingkungan. Ekowisata sebagai bentuk pariwisata berbasis pelestarian lingkungan, memiliki urgensi untuk tetap melakukan aktivitas operasional. Hal ini diperlukan untuk tetap mendukung pelestarian lingkungan yang harus dilakukan secara berkesinambungan (terus menerus).⁴⁷

Penelitian selanjutnya yaitu dari I Dewa Gde Sugihamretha dengan judul "*Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata*" (The Indonesian Journal of Development Planning Volume IV No. 2, Juni 2020). Jurnal ini membahas tentang respon kebijakan wabah Covid-19 terhadap sektor pariwisata dengan mempelajari data dan tindakan-tindakan yang telah dilakukan di sejumlah negara, untuk sebagian diusulkan agar dapat diterapkan di Indonesia. Respon kebijakan tersebut antara lain: (1) Dukungan fiskal, dimana pemerintah harus memberikan keringanan kepada perusahaan - perusahaan serta jutaan usaha kecil dan menengah di sektor pariwisata sebagai stimulus untuk mencegah mereka dari keruntuhan, (2) bantuan arus kas untuk mendukung pemain besar dan kecil dari sektor pariwisata yang sangat terdampak wabah covid-19, (3) perlu membuat rancang bangun aplikasi sistem informasi pariwisata berbasis android yang di dalamnya terdapat sekumpulan data industri pariwisata yang menyediakan data SDM pariwisata, jenis jasa, daya tarik, dan sarana wisata yang tersebar di Indonesia, (4) Membentuk kelembagaan mitigasi bencana di sektor pariwisata di tingkat pusat sampai ke Kabupaten/Kota, dan (5) Menyusun buku pedoman

⁴⁷ Gita Paramita Djausal dkk, " Strategi Pariwisata Ekologis dalam Tantangan Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Perspektif Bisnis*, Vol. 3, No. 1, Mei 2020, hlm. 59 – 61.

standard baku tata kelola tentang perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dampak wabah/bencana di sektor pariwisata. Respon kebijakan tersebut diharapkan mampu memberikan progres di masa depan dan sebagai perencanaan pemulihan.⁴⁸

Penelitian yang berjudul "*Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca Pandemi Covid-19*" (Jurnal *Abdimas Pariwisata*, Vol.1, No. 2 tahun 2020) yang ditulis oleh Amin Kiswantoro, Hendra Rohman, dan Dwiyono Rudi Susanto. Jurnal ini lebih berfokus pada perspektif kesehatan masyarakat sebagai salah satu pendekatan dalam sektor pariwisata. Cara yang dilakukan yaitu diawal dengani melakukan sosialisasi protokoler kesehatan dan menyerahkan beberapa peralatan *untuk pencegahan penyebaran covid-19 antara lain face shield, handsanitizer dan masker kain* dalam menyambut kondisi *new normal* di destinasi wisata. Dengan dilakukannya kegiatan tersebut diharapkan menjadi alternatif untuk pencegahan penularan Covid-19 bagi warga lokal dan wisatawan, sehingga jika terjadi peningkatan mendadak suatu kasus, perawatan primer, rumah sakit dan layanan perawatan intensif tidak kewalahan. Hal ini penting di tingkat regional, untuk kawasan pariwisata yang mungkin tidak selalu dekat dengan infrastruktur kesehatan.⁴⁹

⁴⁸ I Dewa Gde Sugihamretha, "Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata", *The Indonesian Journal of Development Planning*, ... hlm. 205 – 206.

⁴⁹ Amin Kiswantoro, "Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca Pandemi Covid-19", *Jurnal Abdimas Pariwisata*, Vol.1, No. 2 tahun 2020, hlm. 44 – 45.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Dian Herdiana dengan judul "*Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Kota Bandung*", (JUMPA Vol. 7, No. 1, Juli 2020). Penelitian ini membahas tentang perlunya perencanaan pemulihan pembangunan pasca Covid-19 di Kota Bandung. Instrumen kebijakan yang lahir sebagai output perencanaan pemulihan pariwisata di Kota Bandung merupakan hasil kajian yang dilakukan oleh 3 pihak yang dalam hal ini pihak yaitu (1) Pemerintah Kota Bandung sebagai otoritas yang akan mengesahkan instrumen kebijakan pemulihan pariwisata, (2) pelaku usaha dalam pariwisata yang ada di Kota Bandung yaitu perusahaan jasa pariwisata dan pengusaha pariwisata baik perorangan maupun berasal dari kelompok masyarakat, dan (3) para pemerhati pariwisata dan akademisi yang mana kontribusi pemikirannya dapat dijadikan input penyusunan kebijakan pemulihan pariwisata meskipun secara empiris tidak terkait langsung dalam penyelenggaraan pariwisata.⁵⁰

Penelitian yang terakhir dilakukan oleh Eka Budiyaniti yang berjudul "*Dampak Virus Corona terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia*" (Info Singkat: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Strategis, Vol. XII, No.4, Februari 2020). Artikel ini mengkaji dampak virus corona terhadap perekonomian Indonesia dan pariwisata serta upaya yang dibutuhkan untuk mengatasinya. Dampak dalam sektor perdagangan antara lain penurunan ekspor non-migas, penurunan ekspor minyak kelapa sawit, dan dari sisi impor

⁵⁰ Dian Herdiana "Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Kota Bandung", *JUMPA*, Vol. 7, No. 1, Juli 2020, hlm. 21.

pangan, Indonesia yang memiliki ketergantungan bawang putih dari China, hanya dapat mengimpor bawang putih dari China sebesar 23.000 ton pada Februari 2020. Sedangkan dampak pada sektor pariwisata yaitu penurunan jumlah wisatawan di Bali. Pada tahun 2019, dari 6,3 juta wisatawan mancanegara, sebanyak 1.185.519 wisatawan atau 18,2% berasal dari China. Namun pada Januari sampai pertengahan Februari 2020 tercatat 22.000 wisatawan China batal ke Bali. Jadi dapat disimpulkan penurunan wisatawan di Bali sekitar 50%.⁵¹ Kemudian upaya untuk mengatasi di sektor perdagangan yaitu diversifikasi pasar ekspor negara tujuan utama, koordinasi dengan para eksportir agar dapat memanfaatkan pasar ekspor alternatif dan mendorong produksi bawang putih dalam negeri. Sedangkan upaya untuk mengatasi di sektor pariwisata yaitu dengan meningkatkan fasilitas maupun layanan di tempat-tempat wisata, memberikan insentif kepada perusahaan travel dan penerbangan serta industri pariwisata, dan meningkatkan daya saing kualitas dan daya tarik pariwisata dalam negeri.⁵²

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, berikut akan diuraikan beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Gita Paramita Djausal dkk yang berjudul "*Strategi Pariwisata Ekologis dalam Tantangan Masa Pandemi Covid-19*", pada penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu membahas bagaimana strategi yang dilakukan dalam sektor pariwisata dalam rangka mempertahankan potensi dan perkembangan wisata di tengah-tengah pandemi

⁵¹ Eka Budiyanti, "Dampak Virus Corona terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia", *Jurnal: Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Strategis*, ... hlm. 20.

⁵² *Ibid.*, hlm. 22.

Covid-19. Sedangkan perbedaannya yaitu strategi yang dilakukan dalam penelitian tersebut melalui pendekatan ekologis dengan berbasis pelestarian lingkungan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan strategi *pentahelix* dengan melibatkan beberapa *stakeholder*.

Penelitian kedua dari I Gede Gge Sugihamretha yang berjudul "*Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata*", persamaan pada penelitian tersebut yaitu membahas tentang sebuah tindakan atau kebijakan yang dilakukan pada sektor wisata di sejumlah negara yang terdampak pandemi Covid-19, sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian tersebut selain menganalisa kebijakan penanganan dampak Covid-19 juga memberikan sebuah respon kebijakan tersebut supaya diterapkan juga di Indonesia yang diharapkan akan memberikan progres di masa depan dan sebagai sebuah strategi pemulihan sektor wisata.

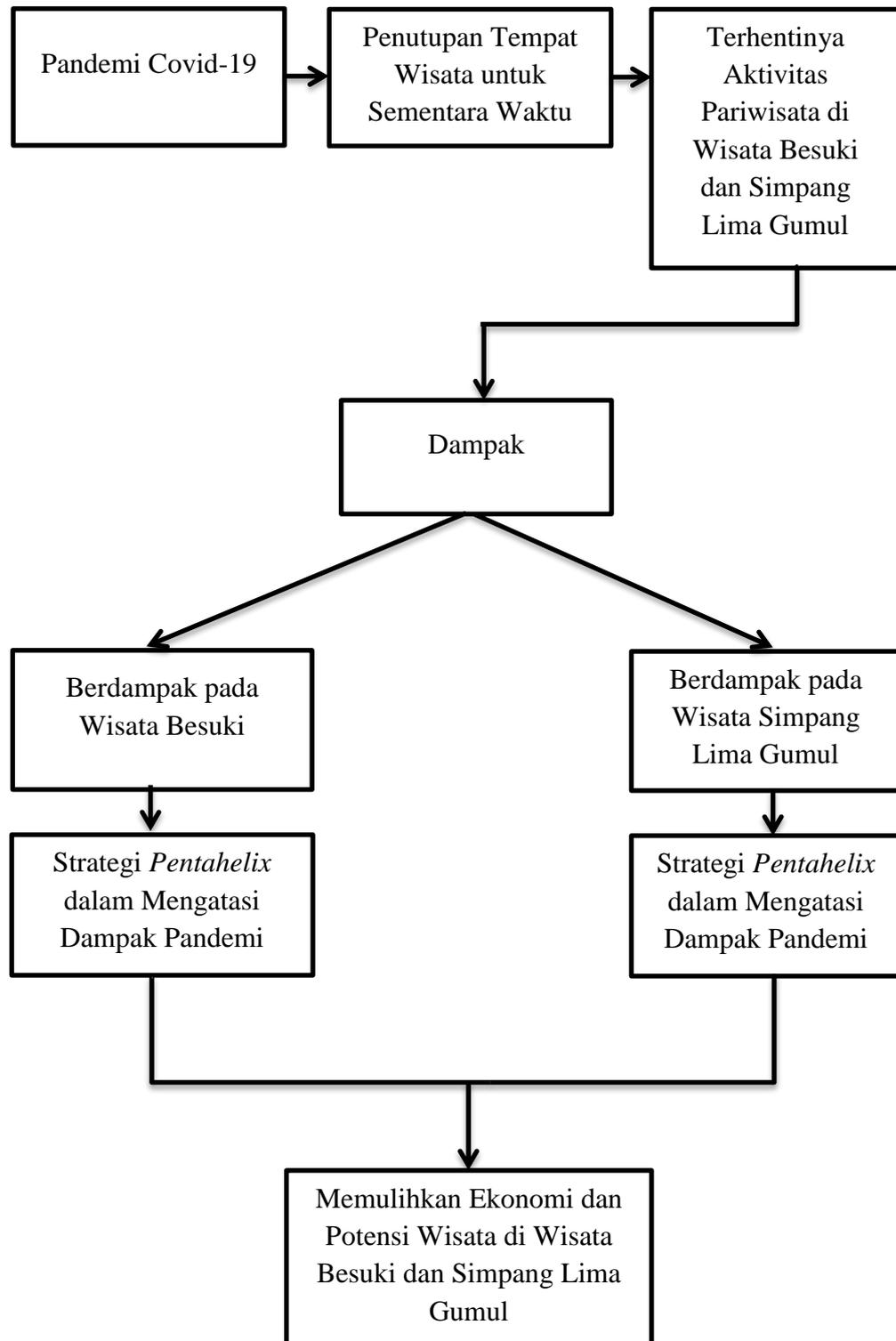
Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Amin Kiswanto dkk yang berjudul "*Penyaluran Alat Pencegahan dan Sosialisasi Protokoler Kesehatan untuk Pelayanan Kunjungan Wisatawan dalam Menghadapi New Normal Pasca Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Desa Wisata Klayar, Kabupaten Gunungkidul, D.I Yogyakarta)*", persamaan pada penelitian ini yaitu menganalisa dampak pandemi Covid-19 pada sektor wisata di salah satu daerah wisata dan menjelaskan prosedur setelah adanya pandemi, sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut lebih berfokus pada pendekatan dalam hal keselamatan warga lokal dan sekitar kawasan desa Wisata Klayar dalam menyambut era *new normal* dengan cara melakukan sosialisasi serta

memberikan beberapa peralatan yang digunakan dalam pencegahan penyebaran Covid-19. Sedangkan dalam penelitian ini lebih berfokus pada prosedur penerapan protokol kesehatan bagi pelaku wisata terutama untuk para pengunjung.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Dian Herdiana dengan judul "*Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Kota Bandung*", persamaan pada penelitian tersebut yaitu menganalisa kebijakan dalam rangka pemulihan pariwisata *pasca* pandemi Covid-19, sedangkan perbedaannya yaitu penelitian tersebut menjelaskan instrumen kebijakan dengan melibatkan 3 pihak yaitu pemerintah, pelaku usaha dalam pariwisata di Kota Bandung dan para pemerhati pariwisata. Sedangkan dalam penelitian ini melibatkan 5 pihak yaitu pemerintah, akademisi, swasta atau bisnis, komunitas atau masyarakat dan media, keterlibatan beberapa pihak ini dikenal dengan istilah strategi *pentahelix*.

Penelitian terakhir oleh Eka Budiyaniti yang berjudul "*Dampak Virus Corona terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia*", persamaan dalam penelitian tersebut yaitu membahas dampak pandemi Covid-19 terhadap sektor pariwisata serta cara mengatasinya, sedangkan perbedaannya yaitu selain menjelaskan dampak Covid-19 terhadap sektor pariwisata juga terhadap sektor perdagangan antara lain dari sektor impor negara Indonesia memiliki ketergantungan impor bawang putih dari China sedangkan sektor ekspor adanya penurunan ekspor non-migas dan minyak kelapa sawit.

H. Kerangka Konseptual



Keterangan:

Dari gambaran kerangka konseptual di atas, dapat dijelaskan bahwa sejak terjadi pandemi Covid-19 dan untuk meminimalisir penyebarannya maka pemerintah memberlakukan kebijakan *Lockdown* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Dengan diberlakukannya *lockdown* dan PSBB tersebut berdampak pada beberapa sektor salah satunya sektor pariwisata, yaitu pemerintah menghimbau untuk menutup seluruh tempat wisata sementara waktu. Sehingga hal tersebut juga berdampak pada Wisata Besuki dan Wisata Simpang Lima Gumul yang ada di Kabupaten Kediri. Untuk mengatasi dampak pandemi Covid-19 di Wisata Besuki dan Simpang Lima Gumul maka kedua tempat wisata tersebut harus melakukan sebuah strategi. Strategi yang digunakan yaitu strategi *pentahelix* dengan melibatkan beberapa *stakeholder* sehingga dapat memulihkan kembali perekonomian dan potensi wisata di Kawasan Wisata Besuki dan Simpang Lima Gumul supaya setelah pandemi Covid-19 berakhir kedua tempat wisata tersebut tetap memiliki *eksistensi* dan minat kembali para wisatawan.