

PARIWISATA

DI MASA DAN PASCA **COVID-19**

PARIWISATA DI MASA DAN PASCA COVID 19



Editor:
I Gusti Bagus Rai Utama

Penulis:
Tri Sutaguna
Ajie Wicaksono
Putu Sabda Jayendra
Kadek Ayu Ekasani
Ardi Wina Saputra
Md. Yudyantara Risadi
I Putu Suyasa Ariputra
I Wayan Sugita
Indah Puspitasari
Denok Lestari
Sigit Widiatmoko
Fransiska Fila Hidayana
Lelly Suci Rahmatin
Putu Widya Darmayanti
Made Martini



**Pusat Kajian Pariwisata Nusantara bekerjasama dengan
Penerbit Yaguwipa menerbitkan Book Chapter dengan
Tema "Pariwisata di Masa dan Pasca COVID-19"**

Penulis:

Tri Sutaguna
Ajie Wicaksono, S.Pd., M.M
Dr. Putu Sabda Jayendra, S.Pd.H., M.Pd.H.
Dr. Kadek Ayu Ekasani, S.S., M.Hum.
Ardi Wina Saputra
Md. Yudyantara Risadi
I Putu Suyasa Ariputra
I Wayan Sugita
Indah Puspitasari
Denok Lestari
Sigit Widiatmoko
Fransiska Fila Hidayana
Leily Suci Rahmatin
Putu Widya Darmayanti
Made Martini

Editor:

I Gusti Bagus Rai Utama

**PENERBIT YAYASAN GUNA WIDYA PARAMESTHI
2021**

**Pusat Kajian Pariwisata Nusantara bekerjasama dengan
Penerbit Yaguwipa menerbitkan Book Chapter dengan Tema
"Pariwisata di Masa dan Pasca COVID-19"**

Penulis:

Tri Sutaguna
Ajie Wicaksono, S.Pd., M.M
Dr. Putu Sabda Jayendra, S.Pd.H., M.Pd.H.
Dr. Kadek Ayu Ekasani, S.S., M.Hum.
Ardi Wina Saputra
Md. Yudyantara Risadi
I Putu Suyasa Ariputra
I Wayan Sugita
Indah Puspitasari
Denok Lestari
Sigit Widiatmoko
Fransiska Fila Hidayana
Leily Suci Rahmatin
Putu Widya Darmayanti
Made Martini

Editor:

I Gusti Bagus Rai Utama
Ilustrasi Sampul: Cok Agung
Sumber Gambar Pada Sampul:
<https://www.google.com/search?q=objek+wisata+dunia+portrait&tbm>

Layout: Yayasan Guna Widya Paramesthi

Penerbit:

**Yayasan Guna Widya Paramesthi
Yaguwipa**

**Jalan Sari Dana IV No.1 Denpasar 80116
Anggota IKAPI No.028/Anggota Luar Biasa/BAI/2021
Anggota FORPIN No.: 009/HL.369/2021**

Denpasar: 2021

xii + 183 p.; 15 cm x 21 cm

ISBN 978-623-96667-8-1

Kata Pengantar

Book Chapter dengan judul “Pariwisata di Masa dan Pasca COVID-19” ini merupakan karya dari beberapa penulis yang berprofesi sebagai dosen dari berbagai Perguruan Tinggi. Para penulis menguraikan perspektif mengenai ketahanan pangan sebelum, selama dan pasca pandemi baik dari sudut pandang teoretis maupun praktis.

Tri Sutaguna dalam tulisannya “Makanan Tradisional Jukut sebagai Daya Tarik Gastronomi di Bali” Jukut yang merupakan istilah asing untuk makanan barat (*western*) ternyata telah dimiliki oleh masyarakat Bali sebagai bagian dari warisan kuliner nusantara seperti tipat cantok, blayag, serombotan, urap maupun rujak. Untuk itu pengolahan yang baik dan professional akan lebih meningkatkan kualitas dari makanan tradisional Bali itu sendiri, baik dari segi pemilihan bahan, teknik mengolah sesuai dengan standar, cara penyajian makanan ataupun dengan proses penyimpanan yang baik dan benar.

Ajie Wicaksono dalam tulisannya berjudul “New Normal Pariwisata Yogyakarta” memaparkan Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap sektor pariwisata. Dilansir dari media

Kedaulatan Rakyat pada 12 April 2020, kerugian yang dialami sektor pariwisata DIY akibat dampak Covid-19 diperkirakan mencapai Rp 67,04 miliar, yang mencakup 1.207 unit usaha pada 15 jenis usaha pariwisata. Sektor destinasi wisata alam/budaya mengalami kerugian sebesar Rp 18,37 miliar, hotel dan MICE sebesar Rp 11,22 miliar, destinasi wisata buatan Rp 7,31 miliar, tour and travel sebesar Rp 5,48 miliar, dan desa wisata sebesar Rp 4,27 miliar. Hal tersebut karena kunjungan wisatawan yang menurun drastis dengan pemberlakuan *physical distance*.

Tulisan "Pandemi Covid-19: Momentum Introspeksi Tatanan Kehidupan Beragama Dalam Stagnasi Pariwisata" oleh Putu Sabda Jayendra dan Kadek Ayu Ekasani dikemukakan bahwa perkembangan sektor pariwisata tidak bisa dilepaskan dari potensi budaya yang dimiliki masyarakatnya. Bali sebagai salah satunya merupakan destinasi yang difavoritkan secara global selama bertahun-tahun. Dinamika pariwisata di Bali tidak dapat dipisahkan dari eksistensi budayanya yang terkenal dan mendunia hingga ke mancanegara. Budaya Bali yang ikonik dan sangat kental dijiwai oleh agama Hindu menjadikannya daya tarik tersendiri yang

mengundang wisatawan untuk datang dan menikmatinya.

Tulisan karya Ardi Wina Saputra berjudul "Infrastruktur Sastra Pariwisata Sebagai Inovasi Wisata Sastra di Indonesia" menguraikan tentang Pandemi COVID-19, membuat sektor ekonomi dan industri lumpuh. Salah satu sektor industri yang sangat terdampak adalah sektor industri pariwisata. Pemasukkan negara dari sektor pariwisata mengalami penurunan pemasukkan yang sangat drastis. Diperlukan inovasi dan elaborasi lintas disiplin keilmuan untuk mengangkat kembali potensi industri pariwisata. Elaborasi yang dapat dilakukan adalah dengan memadukan ilmu sastra dengan industri pariwisata yang dikenal dengan studi sastra pariwisata.

Md. Yudyantara Risadi dalam tulisannya berjudul "Pengajaran Bahasa Inggris Untuk Peningkatan Kualitas Pariwisata di Dalam Masa dan Pasca COVID-19" memaparkan Pandemi Covid-19 yang sudah berjalan selama lebih dari setahun membuat banyak sektor di segala aspek kehidupan manusia, termasuk sektor pariwisata. Hal ini membuat banyak pelaku pariwisata seperti tour leader, taxi driver, pramusaji, dan lainnya menjadi di rumahkan dan tidak bekerja dalam kurun waktu tertentu. Tentunya, dengan sarana yaitu sedikit

tamu yang berkunjung akan berdampak pada kemampuan bahasa Inggris mereka yang bisa menurun. Demi terjaganya dan meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka lagi, dibutuhkan suatu pendekatan pengajaran yang dapat membantu mereka untuk dapat menjaga ataupun meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka.

Tulisan karya I Putu Suyasa Ariputra berjudul "Tradisi Mekoték di Antara Sastra dan Potensi Wisata" menguraikan tentang tingkat heterogenitas masyarakat yang tinggi di Indonesia memungkinkan untuk terjadinya difusi atau penyebaran budaya sehingga terjadi alkulturasi budaya. Oleh karena itu, membahas tradisi, adat, dan unsur-unsur budaya lainnya merupakan suatu hal yang tidak akan pernah habisnya. Bali sebagai salah satu pulau yang terkenal dengan budaya yang adi luhur menyimpan banyak tradisi yang menarik untuk ditelisik mendalam.

I Wayan Sugita dalam tulisannya berjudul "Pariwisata Bali Menangis-Kondisi Bisnis Perhotelan Bali Dimasa Pandemi COVID-19" menguraikan tentang kondisi COVID-19 ini memberikan banyak pengaruh negatif secara umum bagi perkembangan pariwisata Bali dan perhotelan mengalami kondisi paling buruk dalam sejarah perkembangan pariwisata Bali, selain meletusnya

Gunung Agung dan Bom Bali yang telah terjadi. Dimasa yang akan datang akan terjadi banyak perubahan dari sisi cara dan kebiasaan yang dilaksanakan berkaitan dengan pariwisata. Penerapan protokol kesehatan dan CHSE dalam dunia perhotelan menjadi penting dan menjadi salah satu pertimbangan bagi wisatawan untuk menentukan hotel pilihannya menginap.

Tulisan karya Indah Puspitasari berjudul "Gaya Bahasa Promosi Pariwisata di Masa dan Pasca COVID-19" menguraikan tentang mayoritas struktur bahasa yang digunakan adalah bahasa formal dan dengan gaya bahasa yang digunakan meliputi gaya bahasa prifase, metafora, aliterasi dan repetisi. Dari beberapa contoh promosi pariwisata ini terlihat tidak adanya dominasi gaya bahasa yang digunakan. Hal ini dikarenakan mereka melakukan penyesuaian dengan kebutuhan dan konteks promosi produk mereka.

Denok Lestari dalam tulisannya berjudul "Tantangan Bagi Pendidikan di Bidang Pariwisata Pasca COVID-19" memaparkan bahwa Institusi Pendidikan kini harus melakukan modifikasi dalam kurikulum kursus. Pengembangan kurikulum perlu memperhatikan rasa tanggung jawab sekaligus mempersiapkan siswa untuk bekerja di industri secara profesional.

Tulisan “Leksikon Kepadian Sebagai Aset Budaya Untuk Pengembangan Ekowisata di Kota Lumbung Padi” oleh Sigit Widiatmoko dikemukakan bahwa bahasa dan budaya memiliki keterkaitan dengan lingkungan (ekologi). Leksikon kepadian yang merupakan aset budaya masyarakat agraris di Kabupaten Karawang menjadi parameter kelestarian ekologi kepadian. Leksikon-leksikon kepadian dapat digunakan untuk pengembangan ekowisata kepadian di kabupaten yang bergelar Kota Lumbung Padi.

Fransiska Fila Hidayana, Leily Suci Rahmatin dan Putu Widya Darmayanti dalam tulisannya berjudul “Pariwisata Geopark di Era Kenormalan Baru” memaparkan Pandemi COVID-19 menjadikan perubahan dalam tatanan kehidupan baru di seluruh dunia, termasuk segala aktivitas yang dilakukan mengharuskan menerapkan berbagai protokol kesehatan. Pariwisata yang sedari awal merupakan aktivitas dengan perpindahan manusia saat ini diharuskan mulai beradaptasi dengan kenormalan baru. Penerapan protokol kesehatan dalam kegiatan pariwisata diharapkan mampu mendongkrak angka kedatangan wisatawan, memberikan kepercayaan bagi wisatawan atas rasa aman dari penularan virus atau penyakit lainnya.

Tulisan karya Made Martini berjudul “Pentingnya Penerapan Protokol Kesehatan, Health Tourism dan Medical Tourism Untuk Menciptakan Keamanan dan Keselamatan Selama Berwisata Pada Masa Pandemi COVID-19” menguraikan tentang Indonesia merupakan negara yang kaya akan keindahan alam, budaya, keunikan, sehingga menjadi salah satu negara tujuan wisata, pada masa pandemic Covid-19 diharapkan semua dapat bangkit dari keterpurukan atau kondisi yang ada, bukan hal yang tidak mungkin jika semua pihak menyadari akan pentingnya beradaptasi di masa yang sulit dan membangkitkan kembali pariwisata di Indonesia salah satunya dengan meningkatkan health tourism dan medical tourism dengan tetap menjalankan protap dan protocol Kesehatan guna menciptakan wisata yang aman, nyaman dan menarik serta inovatif.

Denpasar, Mei 2021

Penerbit YAGUWIPA

DAFTAR ISI

Makanan Tradisional Jukut sebagai Daya Tarik Gastronomi di Bali.....	1
I Nyoman Tri Sutaguna Universitas Udayana	
New Normal Pariwisata Yogyakarta	8
Ajie Wicaksono STIPARY Yogyakarta	
Pandemi Covid-19: Momentum Introspeksi Tatanan Kehidupan Beragama Dalam Stagnasi Pariwisata....	29
Putu Sabda Jayendra Kadek Ayu Ekasani Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional	
Infrastruktur Sastra Pariwisata Sebagai Inovasi Wisata Sastra di Indonesia.....	37
Ardi Wina Saputra Universitas Mahasaraswati Denpasar	

Md. Yudyantara Risadi

Pengajaran Bahasa Inggris Untuk Peningkatan
Kualitas Pariwisata di Dalam Masa dan Pasca
COVID-19..... 44
Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa

Tradisi Mekoték di Antara Sastra dan Potensi
Wisata 56

I Putu Suyasa Ariputra

Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa

Pertanian Berkelanjutan Usaha Daging Ayam Ras
Masa Covid-19 Di Bali 75

I Wayan Sugita

Gaya Bahasa Promosi Pariwisata di Masa dan Pasca
COVID-19..... 84

Indah Puspitasari

Tantangan Bagi Pendidikan di Bidang Pariwisata
Pasca COVID-19..... 103

Denok Lestari

Leksikon Kepadian Sebagai Aset Budaya Untuk
Pengembangan Ekowisata di Kota Lumbung Padi.... 114

Sigit Widiatmoko

Pariwisata Geopark di Era Kenormalan Baru.....	135
Fransiska Fila Hidayana Leily Suci Rahmatin Putu Widya Darmayanti	
Made Martini Pentingnya Penerapan Protokol Kesehatan, Health Tourism dan Medical Tourism Untuk Menciptakan Keamanan dan Keselamatan Selama Berwisata Pada Masa Pandemi COVID-19.	153
Biodata Penulis	170

MAKANAN TRADISIONAL *JUKUT* SEBAGAI DAYA TARIK GASTRONOMI DI BALI

I Nyoman Tri Sutaguna

Pendahuluan

Jukut merupakan hidangan yang segar rasanya, dapat terbuat dari sayur-sayuran atau buah-buahan yang di potong-potong dan kemudian diberi saus atau *dressing*. *Dressing* merupakan cairan yang dikentalkan (semi liquid) dengan rasa menonjol, kecut, dan tajam. *Dressing* digunakan untuk memberi rasa dari bahan makanan *jukut* dengan cara dicampur atau dihidangkan sendiri menemani *jukut*. Menurut Budingingsih (2009:149) fungsi sayuran (*jukut*) adalah sebagai menambah nilai gizi, melancarkan pencernaan, menambah nutrisi pada tubuh, sebagai makanan pembuka.

Uraian Isi

Jukut dalam menu Bali yaitu, hidangan yang segar rasanya, dapat dibuat dari sayur-sayuran atau buah-buahan yang dipotong-potong dan kemudian diberi saus atau *dressing*. Yang membedakan *jukut* dari Bali saus atau *dressing*nya, yaitu dari kacang tanah yang bisa disebut sambal kacang atau sambal *rujak*. *Jukut* Bali terdiri dari *tipat cantok*, *serombotan*, *blayag*, *urap* atau *rujak*.

1. *Tipat cantok* adalah hidangan *jukut* Bali berupa potongan-potongan sayur-sayuran yang direbus dan dicampur menjadi satu kemudian ditambahkan saus kacang tanah yang halus disertai irisan tahu, taoge maupun kangkung lalu di atasnya ditaburkan bawang goreng dan krupuk atau emping goreng. *Tipat cantok* dinikmati bersama nasi putih atau lontong.



Gambar 1. Tipat Cantok
(Dokumentasi Penulis,2021)

2. *Blayag* adalah hidangan yang terbuat dari potongan tipat/lontong, sayuran urap segar, potongan daging ayam yang dicampur dengan saus bumbu kental. Sayuran yang digunakan adalah kacang panjang, tauge, ketimun, terong, kol, serta daun kemangi. Sausnya dibuat dari kaldu ayam, tepung beras, santan, bumbu rajang, cabe, gula merah, garam, dan terasi.



Gambar 2. Blayag
(Dokumentasi Penulis,2021)

3. *Serombotan* adalah hidangan yang terbuat dari rebusan sayuran berupa bayam, kacang panjang, tauge, kemangi, daun turi, ketimun atau sayuran lain yang dihidangkan disiram sambal kelapa dan bumbu koples lalu ditaburi dengan kacang merah dan kacang kedelai rebus. Penyajiannya diatas piring atau didalam daun pisang yang dilipat.



Gambar 3. Serombotan
(Dokumentasi Penulis,2021)

4. *Urap* adalah hidangan yang dibuat dari potongan-potongan sayuran yang direbus dan dicampur menjadi satu, sayuran tersebut dicampurkan dengan saus dari kelapa parut. Saus *urap* dibuat dari kelapa parut, cabe merah, bawang putih, kencur, gula merah, dan garam.



Gambar 4. Urap
(Dokumentasi Penulis,2021)

5. *Rujak* adalah hidangan yang terbuat dari potongan buah-buahan dan umbi-umbian yang segar dicampur dengan saus kacang tanah/saus cuka/saus kuah pindang/saus gula merah. Buah-buahan yang digunakan antara lain nanas, mangga, bengkuang, dan ubi jalar. Saus kacangnya dibuat dengan kacang tanah, cabe merah, bawang putih, kencur, air asam, gula merah, air asam, garam dan terasi.



Gambar 5. Rujak
(Dokumentasi Penulis,2021)

Dalam pengolahan bahan mentah untuk *jukut* Bali harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Bahan mentah di cuci dengan air mengalir hingga bersih dari kotoran.
2. Gunakan air berkualitas tinggi untuk mencuci bahan mentah.
3. Beberapa bahan mentah mengandung senyawa racun alami.
4. Pengupasan bahan mentah
5. Sebelum sayur dipotong-potong, di cuci terlebih dahulu agar tidak banyak zat gizi yang ikut terlarut dalam air pencuci
6. Gunakan air sesedikit mungkin pada saat memasak sayuran
7. Masukkan sayuran kedalam panci ketika air telah mendidih untuk memperpendek masa kontak sayuran dengan panas.

Adapun bahan makanan untuk pembuatan *jukut* Bali sebagai berikut:

1. Sayuran yang digunakan untuk *jukut* Bali dapat beraneka macam. Sayuran tersebut dapat direbus atau di olah dalam keadaan mentah dan diiris kecil-kecil. Sayuran yang digunakan seperti bayam, kangkung, selada kubis, bunga kol, kacang panjang, mentimun dan tauge.
2. Umbi-umbian yang digunakan untuk *jukut* Bali antara lain wortel, kentang, bangkuang dan ubi jalar
3. Buah-buahan yang digunakan untuk *jukut* Bali antara lain tomat, nanas, mangga dan kedondong

Sementara itu, bumbu yang digunakan dalam pembuatan *jukut*, yaitu saus kacang, sambal *urap*, dan sambal *rujak*. Untuk bahan pelengkap pembuatan sald meliputi emping, kerupuk, bawang goreng, dan lain sebagainya.

Standar resep adalah resep yang sudah setandar akan rasa, kualitas, dan kuantitasnya yang di peroleh, karena resep tersebut sudah berulang kali dicoba dalam menentukan harga pokok makanan. Pada masing daerah resep makan akan berbeda satu dengan yang lainnya akan berbeda, karena setiap daerah mempunyai spesifikasi atau rasa yang khas sendiri-sendiri. Fungsi standar resep untuk pembuatan *jukut* adalah sebagai (a) pedoman kerja dalam pembuatan *jukut*, (b) ada konsistensi dalam penampilan cita rasa serta kualitas dari *jukut*, dan (c) menghemat tenaga, biaya, dan waktu pengolahan *jukut*.

Di dalam resep masakan terdapat beberapa komponen yang sebgaiian harus di tulis dan ada juga yang tidak harus ditulis. Komponen resep itu meliputi sebagai berikut:

1. Nama masakan
2. Komposisi atau bahan yang digunakan
3. Alat-alat yang di butuhkan dalam proses pembuatan *jukut*
4. Cara mengolah atau memasak
5. Lama waktu memasak
6. Cara menata dan menyajikannya
7. Ketahanan makanan dan cara penyimpanannya

Makanan yang sudah diolah sebelum dihidangkan untuk dimakan, biasanya tidak dibuat dan disajikan untuk sekali makan saja, karena untuk menghemat waktu dan tenaga. Cara menyimpan yang baik, akan mengurangi cepatnya terjadi kerusakan makanan tanpa mengurangi kelezatan dan mutu makanan.

Cara menyimpan *jukut* yaitu sebagai berikut:

1. Simpanlah *jukut* yang dapat dihidangkan dingin didalam lemari pendingin sebelum dihidangkan agar *jukut* tetap awet dan segar.
2. Saus atau bumbu pada *jukut*, misalnya bumbu *serombotan*, *tipat cantok*, *blayag*, *urap* dan *rujak* dapat disimpan dilemari es untuk beberapa hari. Apabila bumbu akan disimpan jangan dicampur terlebih dahulu baik dengan sayuran atau air. Jika akan digunakan panaskan kembali dan campur dengan air es.
3. Simpan *jukut* pada tempat yang bersih jangan menyatu dengan tempat penyimpanan bahan-bahan yang berbahaya atau bumbu-bumbu yang mempengaruhi bau pada *jukut*.

Kesimpulan

Jukut yang merupakan istilah asing untuk makanan barat (*western*) ternyata telah dimiliki oleh masyarakat Bali sebagai bagian dari warisan kuliner nusantara seperti *tipat cantok*, *blayag*, *serombotan*, *urap* maupun *rujak*. Untuk itu pengolahan yang baik dan professional akan lebih meningkatkan kualitas dari makanan tradisional Bali itu sendiri, baik dari segi pemilihan bahan, teknik mengolah sesuai dengan standar, cara penyajian makanan ataupun dengan proses penyimpanan yang baik dan benar. Hal ini akan membuat makanan tradisional Bali ini dapat dinikmati selain oleh masyarakat setempat, juga dapat dinikmati oleh wisatawan dari mancanegara yang berkunjung ke salah satu daerah tujuan wisata di Bali.

Referensi

- Budiningsih, A. *Restoran 1, 1B, 2 & 3*. Bogor: Ghalia Bali Printing. 2009
- Kusmiati, dkk. *Pengetahuan Bahan Makanan*. Bandung:: Angkasa. 1997
- Sihete, R. *Food Product (Dasar-Dasar Tata Boga)*. Surabaya: SIC. 2000

NEW NORMAL PARIWISATA YOGYAKARTA

Ajie Wicaksono

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap sektor pariwisata. Dilansir dari media Kedaulatan Rakyat pada 12 April 2020, kerugian yang dialami sektor pariwisata DIY akibat dampak Covid-19 diperkirakan mencapai Rp 67,04 miliar, yang mencakup 1.207 unit usaha pada 15 jenis usaha pariwisata. Sektor destinasi wisata alam/budaya mengalami kerugian sebesar Rp 18,37 miliar, hotel dan MICE sebesar Rp 11,22 miliar, destinasi wisata buatan Rp 7,31 miliar, *tour and travel* sebesar Rp 5,48 miliar, dan desa wisata sebesar Rp 4,27 miliar. Hal tersebut karena kunjungan wisatawan yang menurun drastis dengan pemberlakuan *physical distance*.

Hotel menjadi salah satu sektor mengalami kerugian yang sangat besar. Selain rugi secara materi, juga ribuan karyawan hotel terdampak dengan adanya PHK massal atau dirumahkan tanpa gaji. Berdasarkan keterangan yang dihimpun Gatra pada 28 April 2020, Ketua DPD Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) wilayah DIY, Deddy Pranowo Eryono, tercatat 900 karyawan hotel di DIY dirumahkan atau diliburkan tanpa gaji karena sudah sepakat bahwa tidak ada PHK. Jumlah riil bisa dua kali lipat karena tidak semua hotel melaporkannya.

Berdasarkan data Buku Statistik Kepariwisata, di DIY terdapat 589 hotel non bintang dan 96 hotel bintang (13 hotel bintang 1, 24 hotel bintang 2, 32 hotel bintang 3, 18 hotel bintang 4, dan 9 hotel bintang 5). Data CNBC Indonesia pada 9 April 2020, sebanyak 98 di DIY resmi tutup dan mayoritas adalah hotel kenamaan atau hotel besar seperti Santika Premiere Yogyakarta, Neo Malioboro by Aston, dan Artotel Yogyakarta. Penutupan hotel masih berlanjut baik hotel besar maupun kecil, termasuk hotel non bintang. Data yang dihimpun Gatra pada 28 April 2020,

hampir 80 persen dari 400 hotel anggota PHRI DIY menyatakan hanya sanggup bertahan hingga Juni 2020 jika kondisi tidak berubah akibat pandemi Covid-19. Bahkan sejumlah hotel telah dijual dan ditawarkan di aplikasi *online*. Pihak hotel menghadapi berbagai kesulitan untuk memenuhi biaya operasional seperti biaya listrik, air, klaim BPJS, dan gaji pekerja. Hal tersebut juga didukung hasil observasi selama April-Mei 2020, hampir semua hotel sementara *off* operasional dalam menerima tamu.

Dari sekian hotel yang diobservasi, terdapat satu hotel yang masih beroperasi dan bersedia menerima tamu, yaitu Uniq Hotel. Hotel ini merupakan hotel bintang 3 yang terletak di Jl. Magelang No.61, Kricak, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta. Hotel ini terletak di tempat yang strategi dengan jarak menuju pusat kota seperti Malioboro dan Kraton hanya sekitar 10 menit. Hal ini menarik karena di tengah pandemi yang melumpuhkan sektor pariwisata terutama hotel, Uniq Hotel Yogyakarta masih bisa bertahan beroperasi. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi Uniq Hotel Yogyakarta dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Relevansi Teori

Hotel merupakan usaha yang mencari laba sebagai hasil akhir aktivitas bisnisnya (Wiyasha, 2010: 5). Dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel disebutkan bahwa usaha hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan/atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Bagyono (2012: 73) mengklasifikasikan hotel di Indonesia menjadi 5 tingkatan yaitu hotel bintang 1, bintang 2, bintang 3, bintang 4, dan bintang 5. Pengklasifikasian ini dilakukan oleh PHRI dengan meninjau setiap tiga tahun sekali aspek-aspek yang dipertimbangkan meliputi kamar, fasilitas dan peralatan yang disediakan, model sistem pengelolaan, dan motto pelayanan. Hotel bintang 1 hingga 5 memiliki fasilitas dan layanan masing-masing:

a. Hotel bintang 1

Hotel bintang 1 merupakan jenis hotel yang tergolong kecil karena dikelola oleh pemiliknya langsung. Biasanya terletak di kawasan yang ramai dan dekat dengan lokasi transportasi umum serta hiburan dengan harga terjangkau. Adapun kriterianya:

- 1) Jumlah kamar standar, minimum 15 kamar
- 2) Kamar mandi di dalam
- 3) Luas kamar standar minimum 20m²

b. Hotel bintang 2

Hotel bintang 2 biasanya terletak dilokasi yang mudah dicapai, artinya akses menuju lokasi hotel tersebut

sangat mudah. Bangunannya terawat, bersih dan rapi, serta lokasinya bebas polusi. Adapun kriterianya:

- 1) Jumlah kamar standar, minimum 20 kamar
- 2) Kamar *suite* minimum 1 kamar
- 3) Kamar mandi di dalam
- 4) Kamar memiliki telepon dan televisi
- 5) Luas kamar standar, minimum 22m^2
- 6) Luas kamar *suite* minimum 44m^2
- 7) Pintu kamar dilengkapi pengaman
- 8) Harus ada lobi
- 9) Tata udara dengan AC/ventilasi
- 10) Kapasitas penerangan minimum 150 lux
- 11) Terdapat sarana olahraga dan rekreasi
- 12) Ruangannya dilengkapi dengan tata udara dengan pengatur udara
- 13) Memiliki bar

c. Hotel bintang 3

Hotel bintang 3 biasanya terletak dekat dengan tol, pusat bisnis dan daerah perbelanjaan, dengan menawarkan pelayanan terbaik, kamar yang luas dan lobi yang penuh dekorasi. Para karyawan hotel yang bertugas terlihat rapi dan profesional. Berikut kriterianya:

- 1) Jumlah kamar standar, minimum 30 kamar
- 2) Terdapat minimum 2 kamar *suite*
- 3) Kamar mandi di dalam
- 4) Luas kamar standar, minimum 24 m^2
- 5) Luas kamar *suite*, minimum 48m^2
- 6) Memiliki sarana rekreasi dan olahraga
- 7) Kamar dilengkapi dengan pengatur udara mekanik (AC)

- 8) Tersedia restoran yang menawarkan hidangan diatas rata-rata pada saat sarapan, makan siang, dan makan malam
 - 9) Memiliki *valet* parking
- d. Hotel bintang 4

Hotel bintang 4 sudah termasuk hotel yang cukup berkelas dengan para karyawan dan staf yang lebih profesional dalam melayani tamu. Mereka juga dibekali informasi mengenai pariwisata di sekitar hotel. Hotel ini memiliki bangunan yang cukup besar dekat dengan pusat perbelanjaan, restoran dan hiburan. Berikut kriterianya:

- 1) Jumlah kamar standar minimum 50 kamar
 - 2) Memiliki minimum 3 kamar *suite*
 - 3) Kamar mandi di dalam
 - 4) Luas kamar standar, minimum 24m^2
 - 5) Luas kamar *suite*, minimum 48m^2
 - 6) Memiliki lobi dengan luar minimum 100m^2
 - 7) Memiliki bar
 - 8) Memiliki sarana rekreasi dan olahraga
 - 9) Kamar mandi dilengkapi dengan instalasi air panas/dingin
 - 10) Memiliki toilet umum
- e. Hotel bintang 5

Hotel bintang 5 merupakan hotel yang mewah dengan berbagai fasilitas tambahan serta pelayanan multibahasa yang tersedia. Hotel bintang 5 memegang prinsip bahwa tamu sangat penting sehingga ketika tamu datang disambut dipintu masuk hotel, diberikan *welcome drink* dan ketika dikamar diberikan daftar anggur yang bisa dipilih. Adapun kriterianya:

- 1) Jumlah kamar standar, minimum 100 kamar
- 2) Terdapat minimum 4 kamar *suite*
- 3) Memiliki kamar mandi didalam

- 4) Luas kamar standar minimum $26m^2$
- 5) Luas kamar *suite* minimum $52m^2$
- 6) Tempat tidur dan perabot didalam kamar kualitas no 1
- 7) Terdapat restoran dengan pelayanan antar ke kamar selama 24 jam
- 8) Terdapat pusat kebugaran, *valet parking*, dan *service* dari *conciierge* yang sangat berpengalaman

Sulistya (2006: 6) membagi jenis hotel berdasarkan ukuran hotel dan lamanya tamu menginap:

- a. Jenis hotel berdasarkan ukuran (*size*) hotel, dibagi menjadi:
 - 1) *Small* hotel, yaitu hotel yang memiliki 150 kamar hunian
 - 2) *Medium-Average* hotel, yaitu hotel yang memiliki 150-300 kamar hunian
 - 3) *Large* hotel, yaitu hotel dengan jumlah kamar sebanyak 600 kamar hunian.
- b. Jenis hotel berdasarkan lamanya tamu menginap, dibagi menjadi:
 - 1) *Transit* hotel, tamu yang menginap dalam waktu singkat, rata-rata hanya 1 malam
 - 2) *Semi-residential* hotel, tamu yang menginap lebih dari 1 malam, namun jangka waktu menginap pendek, kira-kira berkisar 2 minggu – 1 bulan.
 - 3) *Residential* hotel, yaitu tamu yang menginap cukup lama, paling sedikit 1 bulan

Wiyasha (2010: 9) mengemukakan bahwa terdapat 7 karakteristik produk hotel, yaitu:

1) Tamu terlibat dalam proses produksi, misalnya ketika tamu menikmati makanan di restaurant

- a. Tidak dapat dipakai sampel, produk harus dinikmati langsung oleh tamu

- b. Jasa yang tidak terjual pada hari tertentu tidak dapat disimpan dan dikompensasikan dengan penjualan pada hari berikutnya
- c. Tamu sebagai konsumen harus datang langsung ke lokasi untuk menikmati produk tamu
- d. Mutu layanan yang tidak konsisten, produk yang sama disiapkan oleh karyawan yang berbeda akan menghasilkan mutu yang berbeda
- e. Citra hotel tidak kasat mata
- f. Mudah ditiru atau diduplikasi oleh pesaing

Manajemen Strategi Uniq Hotel Yogyakarta Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19

SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Kotler and Keller (2009: 63) mendefinisikan analisis SWOT sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Definisi SWOT yang dikemukakan Rangkuti (2013: 19), analisis SWOT merupakan analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Robinson (1997: 229-230) mendefinisikan analisis SWOT lebih detail yaitu salah satu analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila asumsi SWOT diterapkan secara akurat pada perusahaan maka akan berdampak besar atas keberhasilan rancangan suatu strategi perusahaan.

a. *Strengths* (kekuatan)

Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dengan pemasok, dan faktor-faktor lainnya yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi sehingga memiliki keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dengan adanya satuan bisnis yang memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang maka akan membuatnya lebih kuat daripada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan untuk dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan (Siagian, 1995: 172).

b. *Weaknesses* (kelemahan)

Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi. Fasilitas, sumberdaya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merupakan sumber kelemahan (Robinson, 1997: 231).

Berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa terlihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai (Siagian, 1995: 173).

c. *Opportunities* (peluang)

Peluang (*opportunities*) adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan – kecenderungan penting yang merupakan salah satu sumber peluang adalah identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan pembeli yang dapat memberikan peluang bagi perusahaan (Robinson, 1997: 231).

d. *Threats* (ancaman)

Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawarkan pembeli, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman keberhasilan suatu perusahaan (Robinson, 1997: 231).

Manajemen Strategi Uniq Hotel Yogyakarta

Uniq Hotel Yogyakarta berlokasi di kawasan Tegalrejo, Yogyakarta dan berjarak sekitar 5 menit dari Stasiun Tugu Yogyakarta. Hotel ini beroperasi pada Desember 2016 dengan jumlah kamar 53 (*single*: 21, *double*: 20, *twin*: 21, dan *suite*: 1). Fasilitas yang diberikan yaitu:

- a. *Wifi gratis di tempat umum.*
- b. *Internet di kamar hotel*
- c. *Massage*
- d. *Restoran*
- e. *Meeting Room*

Lokasi hotel dapat ditempuh dari Bandara Adi Suciptodengan waktu sekitar 45 menit. Lokasi hotel yang strategis juga akan memudahkan akses menuju sejumlah destinasi wisata menarik, seperti Monumen Tugu dan Sindukusuma Edupark yang dapat ditempuh sekitar 10 menit berkendara. Uniq Hotel menawarkan penginapan berkonsep modern yang artistik berkat kehadiran ornamen cantik di kamar dan beberapa areanya.

Tamu/pengunjung dapat mengakses Wi-Fi gratis di seluruh area hotel. Jika ingin bersantai sembari minum kopi, tamu dapat mengunjungi *coffe shop* Uniq Hotel yang menawarkan atmosfer *homey*. Restoran di Uniq Hotel juga menyajikan hidangan lokal dan internasional yang menggugah selera. Kamar Uniq Hotel mengusung desain kontemporer. Sesampainya di kamar, tamu akan disambut lukisan atau mural modern yang semakin mempercantik area kamar. Fasilitas yang tersedia di kamar pun relatif lengkap. Tamu hotel dapat memperoleh pengalaman menginap yang nyaman dan berkesan berkat kehadiran

tempat tidur yang bersih, AC, TV kabel, akses internet gratis, BS *broadcast*, serta kamar mandi dengan *shower* air hangat dan perlengkapan mandi higienis.

Uniq Hotel Yogyakarta termasuk salah satu hotel yang terdampak adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020,

Dampak yang timbul pada hotel kami ini yang jelas occupancy hotel menurun, cash flow rendah, revenue rendah, dan kesejahteraan karyawan yang terganggu

Occupancy Uniq Hotel Yogyakarta dari bulan Januari-April 2020 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. *Occupancy* Uniq Hotel Yogyakarta periode Januari – April 2020

	Bulan	Room Occ	Occ (%)
1.	Januari 2020	27	50,94 %
2.	Februari 2020	51	98,08 %
3.	Maret 2020	2	3,77 %
4	April 2020	17	32,08 %

Sumber : File Monthly Uniq Hotel Yogyakarta

Seperti diketahui bahwa jumlah kamar di Uniq Hotel Yogyakarta sebanyak 53 *room*. Berdasarkan tabel 1 di atas, pada bulan Januari 2020, total *Occupancy* sebesar 50,94% atau 27 *room sold*. Pada bulan Februari 2020 mengalami peningkatan hampir penuh yakni 98,08 % atau 51 *room sold*. Berbeda jauh pada bulan Maret 2020 yang menurun drastis hanya 3,77 % atau 2 *room sold*. Pada bulan inilah *press release* mengenai Covid-19 yang pertama kali masuk Indonesia. Pada bulan April 2020 sempat naik namun tidak signifikan yaitu *occupancy* hanya 32,08 % atau 17 *room sold*. Akan tetapi secara riil pada mulai bulan April 2020,

jumlah kamar yang dijual hanya 14-20 kamar untuk memenuhi *physical distance* sehingga *occupancy* riil sebesar 85 %.

Untuk menghadapi kondisi masa pandemi Covid-19, Uniq Hotel Yogyakarta memilih untuk tetap menjalankan operasional. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020,

Beberapa alasan kenapa kami tetap buka di tengah pandemi ini karena kami mempunyai Loyal Guest, Brand Awareness, dan Guest Experience

Selain dilihat dari peluang yang dimiliki hotel, keputusan hotel untuk tetap beroperasi juga karena memperhatikan karyawan yang dimiliki. Hasil wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020

Karyawan tetap bekerja karena (1) Terbangun sistem kekeluargaan, (2) Masih butuh pemasukan/gaji, dan (3) Mencari kerja susah dimasa pandemic

Untuk mendukung operasional hotel di tengah pandemi, berbagai persiapan dilakukan sesuai dengan protokol kesehatan yang diharuskan. Berdasarkan wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020,

Yang kami persiapkan diantaranya handsanitaizer di setiap kamar dan public area, termometer, dan cairan disinfektan per departemen

Selain persiapan yang dilakukan, Uniq Hotel Yogyakarta juga telah menyusun SOP untuk beraktivitas di tengah pandemi.

SOP hotel selama masa pandemic (1) Setiap karyawan dan tamu yang masuk hotel wajib di termo oleh security, (2) Karyawan hotel wajib menggunakan masker, (3) Setiap karyawan dan tamu hotel yang masuk wajib mencuci tangan pake

handsanitiser yang sudah disediakan, (4) Setiap karyawan wajib membersihkan meja kerjanya setelah bekerja/mau pulang, (5) Pembersihan kamar selain dilakukan secara normal juga menggunakan cairan disinfektan yang dilakukan oleh staf housekeeping, (6) Dari total 53 kamar, hanya dijual 14-20 kamar untuk memenuhi physical distancing, (7) Lift dimatikan, selain untuk memenuhi physical distancing juga untuk hemat cost listrik, (8) Yang dijual hanya kamar saja, tanpa makan (restoran off), dan (9) Makanan/minuman dan kebutuhan lain tamu menggunakan jasa Ojek Online (hasil wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020)

Selain persiapan yang matang dan SOP yang jelas, sumber daya manusia yang dimiliki oleh Uniq Hotel Yogyakarta juga tersedia, dengan jam kerja, *job description*, dan segala aktivitas yang telah diatur manajemen hotel. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020,

Ada total 23 karyawan menggunakan system shifting, dan tidak ada PHK selama pandemi ini. Jam kerja tetap 8 jam, tapi untuk level dibawah supervisor dalam sebulan hanya masuk 13-14 hari, sedangkan supervisor ke atas hanya 12 hari kerja selama sebulan. Untuk team marketing selama pandemic tidak keluar hotel, tapi incharge dengan front office (FDA, Reservasi, Kasir dan Night Audit). Team housekeeping dan engineering incharge dengan security pada morning shift. Team food berverage product dan service tidak ada karena memang ini hotel budgetselalu menggunakan vendor untuk makanan dan minumannya. Team Backoffice jam kerja menyesuaikan jadwal bulanan

Perencanaan juga dimiliki oleh Uniq Hotel Yogyakarta terkait operasional, baik rencana untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ina Wahyu Nugroho, pada 12 Mei 2020,

Sementara ini target Mei-Juni tetap buka, sambil melihat kondisi terbaru dan himbauan pemerintah. Tetapi hotel optimis akan terus buka, sampai pandemic berakhir. Rencana jangka pendek: (1) Tetap melakukan promosi via online (WA Blazz, Email Blazz, dll.), (2) Efisiensi pengeluaran, dan (3) Penjualan product hotel diluar tamu hotel, contoh: Room Cleaning 100rb/m3, maintenance AC 50rb/unit. Rencana jangka panjang: (1) Rebranding Hotel ketika pandemic berakhir, (2) Melakukan komunikasi dengan dinas terkait di jogja, dan (3) Secara umum minta kelonggaran/keringanan pajak dari pemerintah

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh dengan pihak hotel, maka dapat dirangkum mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki hotel tersebut.

a. Kekuatan

- 1) Ketersediaan sumber daya manusia
- 2) Mempunyai *Loyal Guest* dan *Guest Experience*
- 3) Memiliki *Brand Awareness*
- 4) Terbangunnya sistem kekeluargaan di antara pegawai hotel yang memungkinkan loyalitas tinggi terhadap hotel
- 5) Ketersediaan teknologi yang mendukung pemasaran *online*
- 6) Adanya kepastian SOP hotel bagi karyawan, tamu/pengunjung, dan *maintenance* hotel

b. Kelemahan

- 1) Jumlah kamar yang dijual hanya sedikit yaitu 14-20 kamar dari 53 kamar yang tersedia (26,42 - 37,74 %)
 - 2) Hotel hanya menjual kamar, tidak menyediakan makanan dan minuman (restoran *off*)
 - 3) Pemasaran hanya bisa dilakukan di dalam hotel, *incharge* dengan *front office* (FDA, Reservasi, Kasir dan *Night Audit*).
 - 4) Hari operasional karyawan di bawah supervisor dalam sebulan hanya masuk 13-14 hari, meskipun jam kerja tetap yaitu 8 jam sehari dengan sistem *shift*
 - 5) Hanya dapat melakukan promosi via *online* (WA *Blazz*, *Email Blazz*, dan sebagainya).
 - 6) Harus menyediakan *cost* tambahan untuk operasional seperti *handsanitaizer* dan cairan disinfektan
- c. Peluang
- 1) Menjadi hotel pilihan utama karena dapat dikatakan merupakan satu-satunya hotel yang buka di Yogyakarta
 - 2) Memiliki kesempatan *rebranding* hotel
 - 3) Tidak adanya PHK karyawan menjadi poin penting konsumen menilai plus terhadap manajemen hotel yang dapat berdampak positif pada *brand* hotel
 - 4) Hotel menyediakan *product* hotel diluar tamu hotel, misalnya *room cleaning* sebesar 100rb/m³ dan *maintenance AC* 50rb/unit.
 - 5) Hotel memiliki kesempatan dalam mempelajari kondisi dan melihat peluang saat pandemi dibanding hotel lainnya sehingga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran
 - 6) Memiliki memiliki peluang besar dalam *sustainability*(keberlanjutannya)

d. Ancaman

- 1) Pandemi yang bisa bertahun-tahun lamanya sehingga pengunjung ke Yogyakarta menurun drastis, bahkan *zero*
- 2) Tidak dapat menutup *costoperasional* karena tidak diimbangi dengan *cash flow* dan pendapatan yang cukup yang disebabkan *occupancy* kecil
- 3) Potensi penyebaran Covid-19 masih tinggi meskipun diterapkan protokol kesehatan seperti *handsanitaizer* di setiap kamar dan *public area*, termometer, dan cairan disinfektan per departemen
- 4) Adanya persaingan dengan hotel lain
- 5) Adanya tagihan pajak yang masih menjadi beban hotel yang wajib dibayarkan
- 6) Kebijakan-kebijakan pemerintah yang mungkin tidak mendukung *sustaibility* operasional hotel.

	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Strength	Ketersediaan sumber daya manusia	0,238	5	1,190
	Mempunyai <i>Loyal Guest</i> dan <i>Guest Experience</i>	0,143	4	0,571
	Memiliki <i>Brand Awareness</i>	0,095	3	0,286
	Terbangunnya sistem kekeluargaan di antara pegawai hotel yang memungkinkan loyalitas tinggi terhadap hotel	0,190	4	0,762
	Ketersediaan teknologi yang mendukung pemasaran <i>online</i>	0,190	3	0,571
	Adanya kepastian SOP hotel bagi karyawan, tamu/pengunjung, dan <i>maintenance</i> hotel	0,143	3	0,429
	Total	1		3,810
Weakness	Jumlah kamar yang dijual hanya sedikit yaitu 14-20 kamar dari 53 kamar yang tersedia (26,42 - 37,74 %)	0,211	2,5	0,526
	Hotel hanya menjual kamar, tidak menyediakan makanan dan minuman (<i>restoran off</i>)	0,211	2,5	0,526
	Pemasaran hanya bisa dilakukan di dalam hotel, <i>incharge</i> dengan <i>front office</i> (FDA, Reservasi, Kasir dan <i>Night Audit</i>).	0,158	2	0,316
	Hari operasional karyawan di bawah supervisor dalam sebulan hanya masuk 13-14 hari, meskipun jam kerja tetap yaitu 8 jam sehari dengan sistem <i>shift</i>	0,105	2	0,211
	Hanya dapat melakukan promosi via <i>online</i> (<i>WA Blazz</i> , <i>Email Blazz</i> , dan sebagainya).	0,158	2,5	0,395
	Harus menyediakan <i>cost</i> tambahan untuk operasional seperti <i>handsanitizer</i> dan cairan disinfektan	0,158	2,5	0,395
	Total	1,0		2,368

25 Book Chapter	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
Opportunities	Menjadi hotel pilihan utama karena dapat dikatakan merupakan satu-satunya hotel yang buka di Yogyakarta	0,217	5	1,087
	Memiliki kesempatan <i>rebranding</i> hotel	0,174	4	0,696
	Tidak adanya PHK karyawan menjadi poin penting konsumen menilai plus terhadap manajemen hotel yang dapat berdampak positif pada <i>brand</i> hotel	0,174	4	0,696
	Hotel menyediakan <i>product</i> hotel di luar tamu hotel, misalnya <i>room cleaning</i> sebesar 100rb/m ³ dan <i>maintenance AC</i> 50rb/unit.	0,130	3	0,391
	Hotel memiliki kesempatan dalam mempelajari kondisi dan melihat peluang saat pandemi dibanding hotel lainnya sehingga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran	0,130	4	0,522
	Memiliki memiliki peluang besar dalam <i>sustainability</i> (keberlanjutannya)	0,174	5	0,870
	Total	1		4,261
Threats	Pandemi yang bisa bertahun-tahun lamanya sehingga pengunjung ke Yogyakarta menurun drastis, bahkan <i>zero</i>	0,238	5	1,190
	Tidak dapat menutup <i>cost</i> operasional karena tidak diimbangi dengan <i>cash flow</i> dan pendapatan yang cukup yang disebabkan <i>occupancy</i> kecil	0,190	3	0,571
	Potensi penyebaran Covid-19 masih tinggi meskipun diterapkan protocol kesehatan seperti <i>handsanitaizer</i> di setiap kamar dan <i>public area</i> , termometer, dan cairan disinfektan per departemen	0,143	3	0,429
	Persaingan dengan hotel lain	0,143	3	0,429
	Adanya tagihan pajak yang masih menjadi beban hotel yang wajib dibayarkan	0,143	2	0,286
	Kebijakan-kebijakan pemerintah yang mungkin tidak mendukung <i>sustainability</i> operasional hotel.	0,143	3	0,429
	Total	1		3,333

Dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang disusun tersebut, maka dapat dilihat posisi Uniq Hotel dengan analisis SWOT. Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal dalam perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal. Berikut ini disajikan hasil perhitungan analisis SWOT:

a. Analisis Faktor Eksternal

Tabel 1. Analisis Faktor Internal

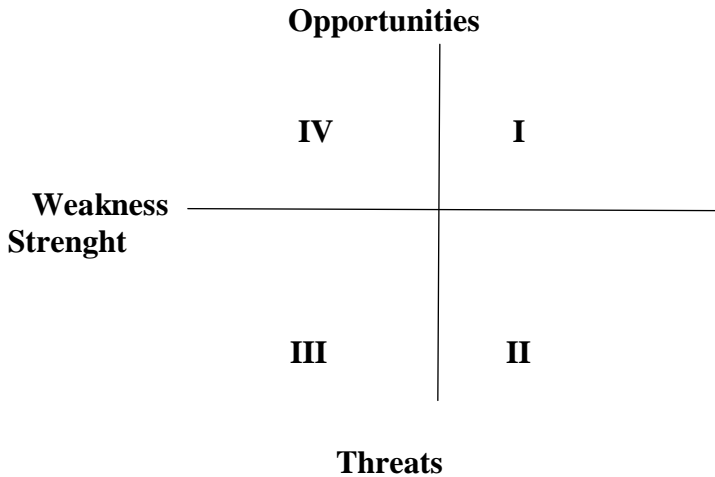
b. Analisis Faktor Internal

Tabel 2. Analisis Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal di atas maka dapat dilihat bahwa angka kekuatan sebesar 3,810 dan angka kelemahan sebesar 2,368, sedangkan faktor eksternal menunjukkan bahwa angka peluang sebesar 4,261 dan angka ancaman sebesar 3,333. Berdasarkan angka-angka tersebut maka dapat dilihat posisi perusahaan dengan menghitung koordinat (x, y), di mana x sebagai faktor internal dan y sebagai faktor eksternal.

$$x = \frac{\text{kekuatan} - \text{kelemahan}}{2} = \frac{3,810 - 2,368}{2} = 0,721$$

$$y = \frac{\text{peluang} - \text{ancaman}}{2} = \frac{4,261 - 3,333}{2} = 0,464$$



Dengan koordinat yang diperoleh yaitu (0,721; 0,464) maka dapat dilihat bahwa posisi perusahaan berada pada kuadran I, artinya memiliki kekuatan yang besar dan juga peluang besar. Hal ini bisa dioptimalkan dengan melakukan upaya agresif untuk mengoptimalkan kedua potensi tersebut. Dapat dikatakan bahwa Uniq Hotel Yogyakarta saat pandemi Covid-19 memiliki kekuatan dan peluang untuk tetap menjalankan operasionalnya.

Meskipun di tengah pandemi Covid-19, hasil analisis SWOT Uniq Hotel Yogyakarta menunjukkan bahwa hotel tersebut berada pada kuadran I, artinya memiliki kekuatan dan peluang besar untuk menjalankan operasionalnya. Hal ini menjadi modal besar bagi Uniq Hotel Yogyakarta untuk semakin berkembang dan melanjutkan kegiatan operasionalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono. 2012. *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta
<https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/yogyakarta/dampak-covid-19-pariwisata-diy-rugi-rp-67-m/>
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200409164652-4-150961/banyak-tumbang-1500-hotel-tutup-gegara-corona>
<https://www.gatra.com/detail/news/477146/ekonomi/selama-wabah-minimal-900-pekerja-hotel-di-yogya-dirumahkan>
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Indeks
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel
- Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Robinson, P. 1997. *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Siagian, SP. 1995. *Manajemen Strategi*. Jakarta:Bumi Aksara
- Sulistiyono, A. 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Wiyasha, I.B.M. 2010. *Akuntansi Perhotelan*. Yogyakarta: Andi Offset

Judul:

Manajemen Strategi Uniq Hotel Yogyakarta Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 Hal. 300-313

E-Prosiding Senorita Universitas Merdeka Malang

<https://seminar.unmer.ac.id/index.php/senorita/SENorIT>

A

Pandemi Covid-19: Momentum Introspeksi Tatanan Kehidupan Beragama Dalam Stagnasi Pariwisata

**Putu Sabda Jayendra
Kadek Ayu Ekasani**

Ringkasan

Perkembangan sektor pariwisata tidak bisa dilepaskan dari potensi budaya yang dimiliki masyarakatnya. Bali sebagai salah satunya merupakan destinasi yang difavoritkan secara global selama bertahun-tahun. Dinamika pariwisata di Bali tidak dapat dipisahkan dari eksistensi budayanya yang terkenal dan mendunia hingga ke mancanegara. Budaya Bali yang ikonik dan sangat kental dijiwai oleh agama Hindu menjadikannya daya tarik tersendiri yang mengundang wisatawan untuk datang dan menikmatinya.

Kodhyat (dalam Sumadi, 2012:11) menyatakan bahwa pada awal perkembangan pariwisata di dunia ditandai dengan aktivitas perjalanan (*travelling*) atau petualangan seseorang ke tempat-tempat yang disenangi dengan berbagai tujuan, seperti melaksanakan ibadah agama, perdagangan, memenuhi rasa ingin tahu, tujuan rekreasi, melaksanakan suatu misi, atau tujuan edukatif. Pariwisata di Bali secara hakikat tidak sekedar menjadi ajang promosi, namun juga mensosialisasikan sekaligus mengedukasi para wisatawan tentang seluk-beluk budaya Bali yang bersifat religius. Peraturan Daerah Bali No. 3 Tahun 1974 yang telah diperbaharui menjadi Perda No. 3 Tahun 1991 menjelaskan; Kepariwisataan yang dikembangkan di Bali adalah “Pariwisata Budaya”, satu jenis kepariwisataan yang bertumpu pada kebudayaan Bali yang dijiwai Agama Hindu. Dalam pasal 1 ditegaskan Pariwisata Budaya adalah jenis kepariwisataan yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan Kebudayaan Daerah Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu yang

merupakan bagian dari kebudayaan nasional sebagai potensi dasar yang dominan, yang di dalamnya tersirat satu cita-cita akan adanya hubungan timbal balik antara pariwisata dan kebudayaan sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras, dan seimbang (Jayendra, 2019: 135).

Tentu saja hal ini merupakan suatu hal yang positif, namun bagaimana dia sisi mata uang, ada pula implikasi negatif dari perkembangan pariwisata tersebut. Tatanan kehidupan beragama dan berbudaya yang selama ini sudah mapan mulai tergerus ke ranah sekuler yang lazimnya disebut sebagai komodifikasi.

Komodifikasi

Mosco (dalam Susanti dan Rochman, 2016: 204) mengemukakan komodifikasi sebagai proses mengubah nilai pada suatu produk yang tadinya hanya memiliki nilai guna kemudian menjadi nilai tukar (nilai jual) dimana nilai kebutuhan atas produk ini ditentukan lewat harga yang sudah dirancang oleh produsen. Konsep komodifikasi sendiri sebenarnya merupakan teori yang banyak dipengaruhi oleh perspektif Marxisme. Piliang (dalam Dewi, 2016) menyatakan bahwa komodifikasi berasal dari kata komoditas, dan Marx memberi makna segala yang diproduksi dan diperjual belikan. Komodifikasi (*commodification*) adalah sebuah proses menjadikan sesuatu yang sebelumnya bukan komoditi, sehingga menjadi komoditi. Pada dasarnya komodifikasi merupakan sesuatu yang dimodifikasi sehingga menjadi bernilai komoditi.

Komodifikasi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap tatanan beragama dan berbudaya yang selama ini sudah dipandang mapan, terlebih jika kemapanan tersebut diukur berdasarkan nilai kesakralan. Masyarakat terpecah dalam 2 kategori, yakni kaum konservatif dan kaum progresif. Kalangan konservatif menilai bahwa komodifikasi menyebabkan terjadinya *shock culture*, perubahan dari ranah sakral menjadi profan, serta pengaburan garis demarkasi antara ranah sakral dan spiritual dengan ranah sekuler. Sedangkan kaum progresif menilai bahwa

komodifikasi merupakan salah satu jalan untuk mengglobalisasi kearifan lokal.

Komodifikasi kebanyakan terjadi akibat perubahan orientasi budaya material yang lebih cepat diterima daripada budaya non material. Pemahaman nilai-nilai agama pada akhirnya mengalami ambivalensi akibat dinamika yang saling tarik-menarik. Komodifikasi yang terjadi seringkali berupa komodifikasi konten sajian yang diadaptasi dari unsur-unsur budaya yang dijiwai nilai agama Hindu yang kembali disesuaikan dengan selera pasar (wisatawan).

Untuk di Bali, pemanfaatan unsur budaya ini meliputi kesenian tradisi, adat istiadat serta ritual pada sistem religi (Widana, 2017). Seperti misalnya kesenian yang dahulunya merupakan suatu kegiatan yang bersifat sakral tanpa ada unsur komersial, kini berkembang menjadi kesenian yang memiliki daya jual untuk meningkatkan pendapatan secara ekonomi (Suardana, dkk 2015). Kebutuhan komodifikasi budaya ini adalah untuk memenuhi permintaan pasar (wisatawan) sebagai subyek yang melakukan kegiatan pariwisata. Berbagai macam jenis produk komodifikasi budaya sudah tersebar pada masing-masing daya tarik wisata maupun akomodasi perhotelan yang ada di Bali. Beberapa contoh jenis komodifikasi budaya tersebut seperti Tari Barong, Tari Sanghyang, dan lain sebagainya.

Aspek-aspek yang dikomodifikasi biasanya meliputi tempat, waktu, tujuan penyelenggaraan, dan atribut atau peralatan yang dipergunakan. Sebagai contoh antara lain:

1. Tempat, misalnya kesenian sakral tersebut hanya boleh dipentaskan di tempat suci atau pura, maka kini dipentaskan di hotel.
2. Waktu, misalnya kesenian sakral tersebut hanya boleh dipentaskan pada hari-hari yang dianggap suci, namun kini menyesuaikan dengan *request* tamu.
3. Tujuan penyelenggaraan, misalnya jika tujuan awalnya memohon keselamatan, berkah kesuburan, dan

penghormatan pada Tuhan atau para dewa, kini digantikan oleh tujuan memuaskan para wisatawan.

4. Atribut atau peralatan yang digunakan, misalnya jika semestinya yang dipergunakan adalah atribut sakral seperti topeng atau *tapel* yang dikeramatkan, maka kini diganti dengan *tapel* yang tidak sakral.

Komodifikasi rentan menyebabkan pengaburan makna ideologis. Nilai-nilai filosofis sebagai budaya non material yang diwariskan secara turun-temurun pada akhirnya kalah cepat dengan penerimaan budaya material, karena segala sesuatunya dipandang dapat dimodifikasi sebagai komoditi.

Covid-19 dan Stagnasi Pariwisata

Pandemi Covid-19 yang merebak pada awal tahun 2020 menjadi kasus luar biasa yang akhirnya dinyatakan sebagai pandemi global. Berbagai sektor kehidupan terkena imbasnya, bahkan sektor yang mengalami pukulan cukup berat adalah pariwisata. Kebijakan *lockdown* di beberapa negara dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di berbagai wilayah Indonesia praktis memuat aktivitas *travelling* terhenti dan aktivitas pariwisata mengalami stagnasi.

Stagnasi dapat diartikan sebagai macet, terhenti, tidak bergerak, tidak aktif, atau tidak jalan, yang dalam konteks ini cukup tepat menggambarkan kondisi pariwisata saat ini. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali menyebutkan, ekonomi Bali dalam dalam tiga bulan pertama (triwulan I) 2020 tumbuh negatif, yakni -1,14 persen, dibandingkan kondisi tahun lalu pada triwulan I 2019. Pertumbuhan minus ini di luar kebiasaan dan diduga sangat dipengaruhi merebaknya wabah virus Covid 19 yang memengaruhi pergerakan masyarakat secara individu ataupun secara sosial. BPS Provinsi Bali melaporkan, jumlah kedatangan wisatawan mancanegara yang langsung ke Bali pada Maret 2020 sebanyak 156.876 kunjungan. Jumlah kunjungan selama Maret 2020 itu turun sedalam 56,89 persen dibandingkan jumlah

kedatangan wisman selama Februari 2020 yang tercatat sebanyak 363.937 kunjungan. Penurunan pada sektor pariwisata diyakini berdampak domino terhadap lapangan usaha lainnya yang juga mengalami penurunan. Bahkan, tekanan terhadap ekonomi Bali pada triwulan I (Januari-Maret) 2020 digambarkan paling keras dan paling dalam selama empat tahun terakhir sejak 2017 (Paramita dan Putra, 2020).

Kondisi ini turut menyebabkan aktivitas promosi budaya untuk kepentingan pariwisata menjadi terhambat. Berbagai pertunjukan seni yang tidak digelar praktis membuat seniman-seniman yang biasanya unjuk kebolehan seolah kehilangan pencahariannya. Kalaupun ada masih dilakukan dengan skala yang amat sangat terbatas dan ada pula yang digelar secara virtual.

Bali menjadi daerah yang paling merasakan dampak dari stagnasi pariwisata. Stagnasi pariwisata akibat pandemi global membuat masyarakat terjebak pada dua pilihan. Pertama, tidak bekerja atau dirumah saja dengan prioritas mengurangi resiko paparan Covid-19, namun ekonomi keluarga tidak berputar atau kedua, tetap bekerja demi perputaran ekonomi harian keluarga namun beresiko terpapar (Jayendra, 2020). Prioritas untuk *survive* dalam hal pemenuhan kebutuhan rumah tangga juga dilakukan dengan berbagai cara setelah mata pencaharian dalam sektor pariwisata tidak lagi dapat diandalkan.

Intospeksi Tatanan Kehidupan Beragama

Disisi lain, stagnasi pariwisata tidak dapat dipungkiri membuat timbulnya kerinduan akan euforia. Berbagai pertunjukan seni budaya yang sekaligus dijadikan promosi pariwisata secara tiba-tiba menjadi sepi. Bahkan kegiatan ritual upacara keagamaanpun digelar secara terbatas akibat adanya kebijakan *social distancing* dan *physical distancing*. Ritual-ritual keagamaan yang awalnya juga dimanfaatkan sebagai atraksi daya tarik wisata, kini masyarakatnya sendiripun dibatasi secara kuantitas. Yang menjadi prioritas utama adalah kualitas upacaranya sendiri yang berorientasi pada tujuan pokoknya secara filosofis.

Disadari atau tidak, hal ini secara tidak langsung sesungguhnya berdampak pada pengembalian fungsi dan nilai kesakralan yang hakiki dari pementasan seni dan budaya Bali. Pandemi Covid-19 jika dilihat secara positif, tentu merupakan momentum strategis dalam mengembalikan marwah atau spirit dari tatanan kehidupan beragama dan berbudaya tersebut. Artinya kebanggaan dalam beragama dan berbudaya bukan ditentukan karena promosi pada orang luar, melainkan memang karena hal tersebut merupakan identitas yang harus dijunjung bersama. Ada atau tidaknya pariwisata dalam sudut pandang kehidupan religi dan sosio-kultural semestinya bukan menjadi suatu ukuran dalam menentukan perlu atau tidaknya melestarikan tatanan kehidupan beragama.

Pandemi Covid-19 dapat dimaknai sebagai momentum untuk introspeksi terkait dengan tatanan kehidupan beragama yang telah banyak mengalami komodifikasi. Sebagai contoh, keberadaan pandemi Covid-19 “memaksa” untuk *mulat sarira*, introspeksi diri atas kealpaan terhadap esensi dari sakralnya suatu ritual. Ritual yang dilaksanakan, hendaknya berorientasi pada keheningan hati dan pikiran, tulus untuk *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*.

Menyederhanakan tingkatan upacara, serta tidak melibatkan banyak orang sebagai konsekuensi protokol kesehatan merupakan suatu bentuk adaptasi yang menuju pada perubahan kembali pada esensi ritual itu sendiri. Hal tersebut merupakan indikasi yang meskipun tanpa disadari telah mengarah pada fleksibilitas. Fleksibilitas yang lebih mengedepankan esensi daripada modifikasi, yang lambat laun akan menimbulkan perubahan sosial yang diawali dari bangkitnya kesadaran.

Perubahan sosial tidak dipungkiri sebagian berawal dari adanya konflik. Dalam kasus benturan antara kemapanan tatanan agama dengan kebijakan pemerintah yang menerapkan protokol pencegahan Covid-19, seringkali timbul riak-riak yang mengarah pada stigma negatif berujung konflik. Namun tanpa disadari, pertentangan tersebut lambat laun menghasilkan konsensus baru yang pada akhirnya disepakati. Coser (dalam Rofiah, 2016)

menyatakan bahwa tidak selamanya konflik berkonotasi negatif. Sebaliknya, konflik memberikan fungsi positif dalam sosial masyarakat untuk untuk menyatukan kembali kelompok-kelompok yang sedang mengalami konflik sosial. Karena dengan adanya konflik, berarti masing-masing individu maupun kelompok di dalam komunitas itu berjuang untuk membangun dialog untuk mempertahankan integritas atau kesatuan sebagai anggota komunitas istimewa dengan kelompok lain yang berasal dari budaya yang berbeda dengan dirinya. Selain itu, konflik dapat merangsang hidup setiap kelompok untuk merubah cara pandang yang pesimistis menjadi optimis untuk bersatu dengan kelompok-kelompok lain.

Begitu pula dalam membudayakan fleksibilitas dalam konteks penyelenggaraan kegiatan keagamaan yang bersifat sakral. Adanya pandemi Covid-19 secara hakikat memiliki peranan dalam menyatukan berbagai cara pandang mengenai kewajiban umat Hindu di Bali dalam melaksanakan ritual. Implikasinya adalah tercipta suatu kesepakatan baru tentang tata cara yang lebih mengedepankan esensi, tanpa mengurangi makna, namun lebih disederhanakan. Bagi kalangan yang awalnya pro komodifikasi, melalui peraturan hukum yang bersifat “memaksa” dari pemerintah secara tidak langsung juga mau tidak mau akan menyesuaikan dengan tatanan yang baru. Penyederhanaan ritual dengan kembali pada esensi, mengurangi modifikasi, dan mengesampingkan hasrat sosial merupakan contoh bentuk perubahan yang terjadi. Hal yang diharapkan bahwa revitalisasi esensi filosofis tatanan baru tidak hanya berlangsung selama masa pandemi, namun tetap diimplementasikan secara berkesinambungan pasca pandemi.

Daftar Pustaka

- Dewi, A.P., 2016. Komodifikasi Tari Barong di Pulau Bali (Seni Berdasarkan Karakter Pariwisata). *Panggung*, 26 (3).
- Jayendra, P.S., Sudarmawan, I.W.E. and Wijaya, N.S., 2019. Eksistensi Produk Pis Bolong Sebagai Media Edukasi Religiusitas Budaya Bali Bagi Wisatawan Di Desa Kamasan, Klungkung. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 9 (2), pp.134-145.
- Jayendra, P.S., 2021. Nasionalisme Dalam Bayang-Bayang Pandemi Covid-19: Sebuah Refleksi Peran Public Relations Dalam Penguatan Nilai-Nilai Kebangsaan. Makalah dalam: Webinar Talkshow Nasionalisme di Masa Pandemi Covid-19, 14 Agustus 2020 di PERHUMAS Denpasar.
- Paramita, I.B.G. and Putra, I.G.G.P.A., (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali Di Masa Pandemi Covid 19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 5 (2), pp.57-65.
- Rofiah, K., 2016. Dinamika Relasi Muhammadiyah dan NU Dalam Perspektif Teori Konflik Fungsional Lewis A. Coser. *Kalam*, 10(2), pp.469-490.
- Suardana, G., Putra, I.N.D. and Atmaja, N.B., 2018. “The Legend of Balinese Goddesses”: Komodifikasi Seni Pertunjukan Hibrid dalam Pariwisata Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 8 (1), pp.35-52.
- Sumadi, I.K., 2012. Bali Dan Pariwisata Dalam Perspektif Teori Hegemoni. *dalam Jurnal Pangkaja*, 13.
- Susanti, D. and Rochman, K.L., 2016. Analisis terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan Es Krim Magnum Versi Pink & Black. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10 (2), pp.201-218.
- Widana, I.G.K., 2017. Pemanfaatan Simbol Suci Hindu dalam Industri Pariwisata Bali. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan*, 17 (1), pp.102-110.

INFRASTRUKTUR SASTRA PARIWISATA SEBAGAI INOVASI WISATA SASTRA DI INDONESIA

Ardi Wina Saputra

Pandemi COVID-19, membuat sektor ekonomi dan industri lumpuh. Salah satu sektor industri yang sangat terdampak adalah sektor industri pariwisata. Pemasukkan negara dari sektor pariwisata mengalami penurunan pemasukkan yang sangat drastis. Diperlukan inovasi dan elaborasi lintas disiplin keilmuan untuk mengangkat kembali potensi industri pariwisata. Elaborasi yang dapat dilakukan adalah dengan memadukan ilmu sastra dengan industri pariwisata yang dikenal dengan studi sastra pariwisata. Berkaitan dengan studi tersebut, destinasi pariwisata prioritas merupakan destinasi yang dijadikan sasaran utama agar menjadi percontohan sekaligus sumber inspirasi pengembangan infrastruktur sastra pariwisata bagi destinasi wisata lainnya.

Prioritas destinasi wisata dapat dilihat dari peta persebaran destinasi pariwisata prioritas di Indonesia. Pada laporan kinerja tahun 2016, Kementerian Pariwisata telah membagi 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dari Sabang sampai Merauke.



Sebelum pandemi corona, industri pariwisata di Indonesia dapat memberikan keuntungan maksimal bagi warga sekitar karena ramainya pengunjung yang datang. Namun saat pandemi, nilai guna wahana wisata prioritas di Indonesia mengalami kemerosotan yang cukup drastis. Secara kultural, lokasi wisata yang terdapat pada destinasi wisata prioritas di Indonesia memiliki rekam jejak kesusastraan yang dapat dibuktikan dengan keberadaan cerita rakyat pada masing-masing destinasi. Keberadaan cerita rakyat tersebut harusnya dapat dioptimalkan sebagai stimulus untuk memicu wahana wisata sastra dalam setiap destinasi pariwisata prioritas Indonesia. Hal ini juga sebagai perwujudan visi Kementerian Pariwisata sekaligus program NAWACITA Presiden RI yang tercantum dalam laporan tahun 2019.

Sayangnya potensi sastra tidak lagi digali secara optimal dan dianggap kuno apalagi terkesan mistis sehingga potensi wisata sastra tidak muncul. Oleh karena itu, diperlukan infrastruktur sastra pariwisata untuk menginovasi wisata sastra di Indonesia

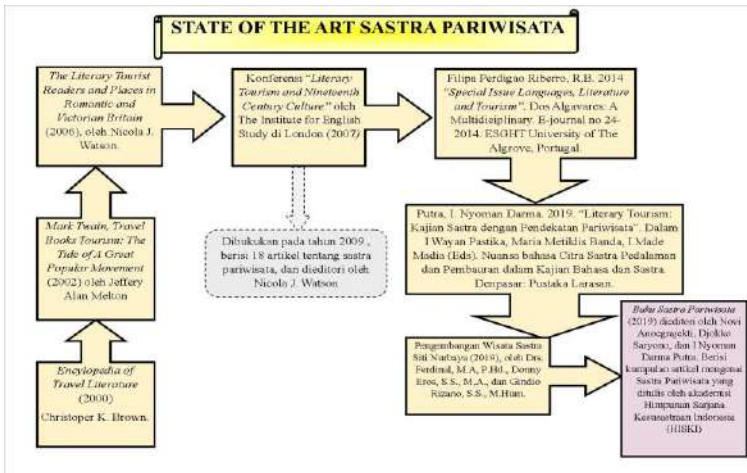
Mengenal Sastra Pariwisata

Kehadiran studi mengenai sastra pariwisata tentu tidak dapat dilepaskan dari sastra perjalanan. Brown (2020) mengatakan bahwa sastra

perjalanan merupakan teks sastra yang menceritakan perjalanan seseorang dari satu tempat ke tempat lain. Dua tahun setelah itu ada kajian mengenai sastra perjalanan berdasarkan karya-karya Mark Twain. Kajian ini menghasilkan temuan bahwa karya Mark Twain diminati oleh dua jenis pembaca, yaitu pembaca yang merupakan wisatawan dan pembaca yang tidak punya kesempatan berwisata. Pembaca yang merupakan wisatawan menggunakan buku Mark Twain sebagai panduan agar tidak mengalami keterkejutan budaya ketika sampai di lokasi tujuan. Di sisi lain, pembaca yang bukan wisatawan memperoleh rekreasi imajinatif ketika ingin berkunjung ke suatu wilayah dan tidak kesampaian (Melton, 2002:1). Empat tahun berikutnya, Nicola J. Waston secara serius mengerjakan sastra pariwisata melalui penelitiannya tentang pembacaan tempat-tempat wisata sastra di Inggris . Pada tahun 2007 diselenggarakan konferensi “*Literary Tourism and Nineteenth Century Culture*” oleh The Institute for English Study di London. Hasil dari konferensi ini berupa 18 artikel mengenai pariwisata sastra yang dikurasi dan dieditori oleh Nicola J. Waston (Putra, 2020).

Satu dekade kemudian sastra pariwisata terus dikembangkan. Dua penulis teori sastra dari Portugal yaitu Rita Baleiro dan Silvia Quinteiro membuat buku konsep kunci studi sastra dan pariwisata. Dalam buku tersebut mereka mengungkapkan 15 produk pariwisata sastra yaitu (1) kunjungan rumah penulis, (2) kunjungan lokasi yang ada dalam teks sastra, (3) perjalanan sastra, (4) penjelajahan pub (kafe) sastra, (5) festival sastra, (6) kunjungan perpustakaan, (7) kunjungan pameran buku, (8) kunjungan ke taman sastra, (9) tinggal di hotel sastra, (10) tinggal di perpustakaan hotel sastra, (11) kunjungan ke kota/ desa sastra, (12) berpartisipasi dalam kompetisi sastra, (13) berpartisipasi dalam makan malam sastra, (14) berpartisipasi dalam sesi pengajaran dan pembacaan sastra, dan (15) pementasan/pertunjukan sastra (Baleiro dan Quinteiro, 2018: 38-40). Lima belas produk wisata sastra tersebut

kemudian dijadikan bahan penelitian oleh para peneliti sastra termasuk di Indonesia.



Pada tahun 2019 istilah sastra pariwisata mulai masuk ke Indonesia. Lima belas produk pariwisata sastra tersebut kemudian dimodifikasi dan disesuaikan dengan kondisi kontekstual masyarakat Indonesia. Putra (2019: 165) mengatakan bahwa sastra pariwisata di Indonesia memiliki 4 cakupan yaitu (1) kajian tematik kepariwisataan dalam karya sastra, (2) aktivitas sastra, (3) kegiatan wisata sastra, dan (4) ekranisasi sastra. Empat cakupan potensi sastra pariwisata inilah yang dikembangkan menjadi infrastruktur sastra pariwisata pada setiap destinasi wisata prioritas di Indonesia.

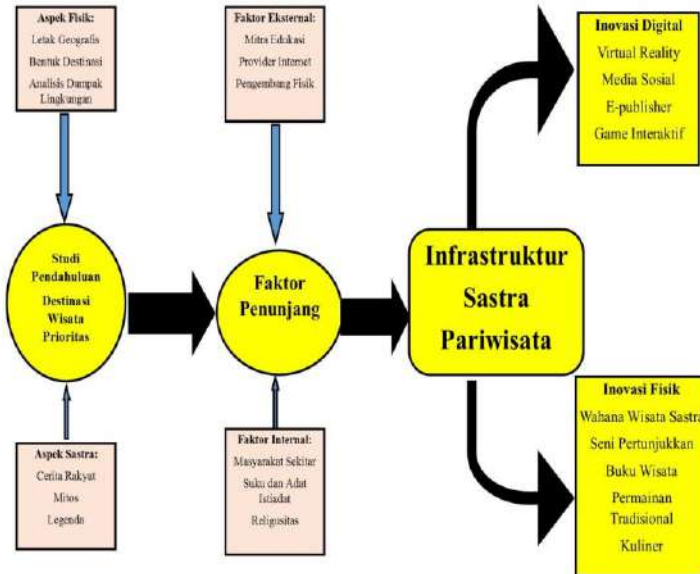
Infrastruktur Sastra Pariwisata

Pada dasarnya ada tiga langkah utama dalam mengembangkan infrastruktur sastra pariwisata di Indonesia. Tahap *Pertama*, studi pendahuluan destinasi wisata prioritas. Pada tahap pertama, ada dua aspek yang perlu diperhatikan yaitu aspek fisik dan aspek sastra. Aspek fisik terdiri dari 3 hal yaitu (1) letak geografis, (2) bentuk destinasi, dan (3) analisis dampak lingkungan. Aspek fisik bertujuan untuk meninjau lokasi fisik yang nantinya dijadikan cikal bakal infrastruktur fisik. Aspek sastra juga terdiri dari 3 hal

yaitu (1) cerita rakyat, (2) mitos, dan (3) legenda. Aspek sastra bertujuan untuk meninjau esensi sastra di suatu wilayah wisata yang nantinya diprospek menjadi infrastruktur digital.

Tahap *Kedua*, yaitu faktor penunjang. Ada dua faktor yang perlu diperhatikan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal terdiri dari (1) mitra edukasi, (2) *provider* jaringan internet, dan (3) pengembang fisik. Optimalisasi faktor eksternal bertujuan untuk mengembangkan *Research and Development* terhadap cikal bakal infrastruktur sastra pariwisata yang hendak dikembangkan. Faktor internal terdiri dari (1) masyarakat sekitar, (2) suku adat istiadat, dan (3) religiusitas. Optimalisasi faktor internal bertujuan untuk melakukan pendekatan pada masyarakat sekitar dan edukasi tentang infrastruktur sastra pariwisata sehingga mendapat dukungan dari masyarakat.

Tahap *Ketiga*, yaitu mewujudkan infrastruktur sastra pariwisata. Infrastruktur sastra pariwisata dapat diwujudkan setelah melalui tahap studi pendahuluan dan mengoptimalkan faktor penunjang dalam setiap destinasi wisata sastra. Infrastruktur sastra pariwisata dapat diinovasikan ke dalam dua bentuk utama yaitu bentuk digital dan bentuk fisik.



Infrastruktur sastra pariwisata dalam bentuk inovasi digital dapat berwujud virtual reality, media sosial, *e-publisher*, game interaktif, dan masih banyak lagi kemungkinan lainnya. Sedangkan infrastruktur sastra pariwisata dalam bentuk inovasi fisik dapat berbentuk wahana wisata sastra, seni pertunjukkan, buku wisata, permainan tradisional, dan kuliner. Kolaborasi antara infrastruktur sastra pariwisata baik secara virtual maupun secara fisik sangat dibutuhkan untuk mengoptimalkan potensi sastra pariwisata. Keterlibatan masyarakat, pengetahuan hingga mata pencaharian warga juga semakin beragam ketika infrastruktur sastra pariwisata ini diwujudkan. Bagi warga yang suka dengan teknologi informasi, maka bisa bergabung dalam *digital society literary tourism*. Di sisi lain, warga yang tidak menyukai teknologi informasi bisa melakukan pertunjukkan, permainan tradisional, hingga mengembangkan wisata kuliner sesuai dengan tema sastra dalam wahana pariwisata yang dikembangkan.

Daftar Pustaka

- Brown, Christopher K. 2000. *Encyclopedia of Travel Literature*. Santa Barbara: ABC-CLIO.
- Ferdinal, Donny Eros, Gindho Rizano. 2019. *Buku Panduan Pengembangan Wisata Sastra Siti Nurbaya*. Padang: LPTIK Universitas Andalas.
- Filipa Perdigao Ribeiro, R. B. 2014 “Special Issue Languages, Literature and Tourism”. *Dos Algraves: A Multidisciplinary*. e-Journal no. 24 –2014 ESGHT-University of The Algarve, Portugal.
- Melton, Jeffery Alan. 2002. *Mark Twain, Travel Books Tourism: The Tide of a Great Popular Movement*. Tuscaloosa: The University of Alabama Press.
- Putra, I Nyoman Sarma. 2009. “Literary Tourism: Kajian Sastra dengan Pendekatan Pariwisata”. Dalam I Wayan Pastika, Maria Matildis Banda, I Made Madia (Eds). *Nuansa Bahasa Citra Sastra Pedalaman dan Pembaruan dalam Kajian Bahasa dan Sastra*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Anoerajekti, Novi., Djoko Saryono, dan I Nyoman Darma Putra. *Sastra Pariwisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Watson, Nicola J. 2006. *The Literary Tourist Readers and Places in Romantic and Victorian Britain*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

PENGAJARAN BAHASA INGGRIS UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PARIWISATA DI DALAM MASA DAN PASCA COVID-19

Md. Yudyantara Risadi

Bahasa merupakan suatu alat yang digunakan manusia untuk dapat berkomunikasi dan berbagi informasi kepada sesama dan di seluruh dunia. Dalam konteks pendidikan, setiap negara memiliki bahasa pengantarnya masing-masing demi mewujudkan pendidikan yang baik dan sesuai dengan kaidahnya (Devianty, 2017).

Menurut Agustin (2011) Di Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa bahasa Indonesia sebagai bahasa negara berfungsi sebagai alat pengantar resmi di lembaga-lembaga pendidikan. Dapat diartikan bahwa bahasa pengantar pendidikan di Indonesia adalah bahasa Indonesia. Permasalahannya adalah seiring dengan perkembangan dunia, di Indonesia ada kecenderungan membutuhkan bahasa lain, di luar bahasa Indonesia. Mengingat bahasa yang ada di Indonesia umumnya ada tiga yaitu: bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Seringkali ketiga bahasa ini saling digunakan sebagai bahasa pengantar di sekolah. Khususnya antara bahasa Indonesia dan bahasa asing, terutama bahasa Inggris. Bahasa Inggris juga dapat dimasukkan secara tidak langsung dengan penggunaan materi dan bahan ajar dari pengajar tersebut. Agustin (2011) Juga menambahkan bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa internasional yang telah disetujui untuk digunakan sebagai bahasa yang dapat membuat manusia mampu berbagi informasi dengan manusia lainnya di berbagai belahan dunia dan sebagai pengembangan diri untuk mencapai level di

tingkat internasional (Risadi, Astawa, Winia, dan Laba, 2020). Jika dilihat dari fungsinya, bahasa secara umum dan bahasa Inggris secara khusus memiliki fungsi yaitu (1) alat perhubungan antarbangsa, (2) alat pembantu pengembangan bahasa Indonesia menjadi bahasa modern, dan (3) alat pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk pembangunan nasional (Agustin, 2011).

Dari fungsi tersebut dapat dikatakan bahwa bahasa Inggris memiliki peran penting dalam pembangunan nasional dan salah satunya pembangunan nasional adalah pembangunan sektor pariwisata. Pembangunan pada sektor pariwisata merupakan salah satu aspek tolak ukur pembangunan nasional yang baik, yang mana sektor pariwisata memiliki peran signifikan dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, dan tentunya pendidikan. Galela (2014) mengatakan bahwa dalam sektor pariwisata, bahasa Inggris harus mampu dikuasai sebagai faktor penting bagi pelaku pariwisata untuk dapat meningkatkan mutu bidang pariwisata yang mereka tekuni seperti Hotel, Kafe, Restoran, ataupun *Money Changer* karena bahasa Inggris merupakan bahasa Internasional. Jika bahasa Inggris mampu dikuasai dengan baik dalam bidang pariwisata tersebut, maka umpan balik yang didapatkan pun akan baik dan tentunya dapat mensejahterakan pelaku pariwisata didalamnya. Bahasa Inggris dengan pariwisata memiliki hubungan yang sangat erat, seperti yang dikatakan oleh Galela (2014) bahwa adanya bahasa Inggris yang baik akan membuat kawasan pariwisata tersebut menjadi baik karena wisatawan yang ada di daerah tersebut akan memiliki akses yang mudah karena terjalannya komunikasi yang dapat dipahami antara pelaku pariwisata dengan wisatawan tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa para wisatawan akan merasa senang karena adanya bahasa yang mereka kenal dan bisa mereka gunakan saat berada di suatu wilayah tertentu. Namun, di tahun 2020 dunia seakan dikejutkan

dengan suatu pandemi yang dinamakan *COVID-19*, pandemi ini menyebabkan banyak sektor kehidupan menjadi turun dan salah satunya adalah sektor pariwisata. Berdasarkan laporan dari Budiyaniti (2020:3) yang mengutip dari VOA indonesia Didapatkan data bahwa penurunan tingkat kunjungan wisatawan, khususnya di bali mencapai angka persentase 50%. Hal ini juga berdampak pada kemampuan bahasa inggris pelaku pariwisata yang tidak dapat mereka gunakan dikarenakan tidak adanya wisatawan yang dapat mereka ajak berkomunikasi dan tentunya sedikitnya sarana bagi pelaku pariwisata dalam menggunakan bahasa inggris mereka (Claria & Rajistha, 2020). Claria dan Rajistha (2020) juga menambahkan bahwa jika tidak adanya sarana dan prasarana yang mumpuni akan membuat kemampuan bahasa Inggris pelaku pariwisata turun dan akan diimbangi dengan turunnya kualitas pariwisata di daerah tersebut. Oleh karena itu dalam *book chapter* ini akan dijabarkan suatu teknik pengajaran khusus yang dapat diberikan kepada pelaku pariwisata untuk dapat membantu mereka meningkatkan kemampuan bahasa inggris mereka dan berkesinambungan dengan meningkatkannya kualitas pariwisata.

Strategi Pembelajaran Bahasa Inggris untuk Pelaku Pariwisata

Pada bagian ini akan di jelaskan bagaimana pendidikan bahasa inggris untuk pariwisata dalam dan pasca pandemi *COVID-19* dapat dijalankan dengan suatu pendekatan. Telah diketahui secara umum bahwa salah satu cara supaya pendidikan berjalan di dalam masa pandemi adalah melakukan pendidikan secara daring (*online*). Pembelajaran daring ini juga biasa disebut dengan *E-learning*. Putra, Aryani, dan Masyhudi (2020:126) menambahkan bahwa *e-learning* adalah pembelajaran yang memanfaatkan teknologi elektronik untuk memberikan pelatihan dan pembelajaran pendidikan yang disampaikan secara *online* atau

aplikasi yang ada dalam *smartphone*. *E-learning* ini mempermudah proses belajar mengajar karena unggul dalam beberapa hal seperti berbagi materi atau file, menyerahkan tugas, dan melakukan quiz. *E-learning* juga telah diterapkan di banyak institusi pendidikan dengan vokasi pariwisata. Melalui *e-learning*, baik pengajar dan pelaku pariwisata dapat dengan mudah berkomunikasi. Selain itu mempermudah dosen atau guru dalam memberikan umpan balik pada penugasan yang diberikan kepada para pelaku pariwisata. Seperti halnya yang dikatakan oleh Zati (2020) yang beragumen bahwa pembelajaran daring merupakan suatu cara untuk tetap menjalankan pendidikan di masa pandemi dan merupakan suatu hal yang baru bagi para pengajar dan pelajar karena hal ini belum pernah terjadi sebelumnya secara global. Menurut Agustini dan Wahyuni di Budasi, Ratminingsih, Agustini, dan Risadi (2020) Dengan adanya pembelajaran daring ini juga sebagai salah satu tolak ukur kemajuan suatu sistem pendidikan di Indonesia. Metode pembelajaran ini memiliki banyak dampak positif dan negatif, di sisi positifnya dapat memberikan kemudahan bagi siswa dan guru untuk dapat terus saling berhubungan dan berkomunikasi tanpa harus bertemu fisik secara langsung, sehingga proses belajar mengajar tetap dapat terus dilakukan di masa pandemi *Covid-19* ini. Di sisi lain bagi sebagian besar orang, pembelajaran tatap muka secara daring ini di awal pelaksanaannya memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan, karena metode ini memberikan pengalaman belajar *virtual* yang merupakan sesuatu yang baru dalam proses pembelajaran. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu, dampak negatif dari pembelajaran daring mulai terlihat dimana banyak siswa mulai kehilangan minat dan konsentrasi dalam belajar karena merasa jenuh dan bosan saat belajar. Kebanyakan, para siswa sekarang rata-rata memiliki fokus pada suatu aktifitas hanya berkisar 30-45 menit dalam pembelajaran yang dilakukan daring

(Zati, 2020). Zati (2020) juga memberikan pendapat bahwa hal inilah yang kemudian menjadi tugas bagi para guru untuk dapat menciptakan berbagai aktifitas dalam pembelajaran daring yang dapat menarik minat siswa dalam belajar. Terutama dalam pembelajaran Bahasa Inggris yang bukan hanya memerlukan teori, tetapi juga memerlukan banyak praktek terutama bagi para pelaku pariwisata yang lebih banyak akan membutuhkan ruang untuk mempraktekkan bahasa Inggris yang mereka miliki, sehingga memerlukan pembelajaran interaktif yang dapat melibatkan pelaku pariwisata secara aktif selama proses pembelajaran. Melihat penjabaran diatas dan didukung dengan laporan pengabdian kepada masyarakat dari Bayu, Dibia, Rati, Pratiwi, Heryanda (2020) saat melakukan Pendampingan Pekerja Pariwisata Lokal di Desa Sambangan (Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris untuk Pariwisata) menyimpulkan bahwa salah satu strategi pembelajaran daring yang baik dan dapat diberikan kepada pelaku pariwisata adalah pembelajaran melalui *whatsapp* (aplikasi *chatting*) dipadukan dengan *Whole Language Approach* atau Pendekatan Bahasa Holistik.

Implementasi Pembelajaran *Whole Language Approach* Daring dengan untuk Pelaku Pariwisata

Pendekatan bahasa holistik dalam pembelajaran bahasa Inggris secara garis besarnya, merupakan suatu pendekatan dalam pembelajaran yang menyatukan semua (*whole*) elemen dalam bahasa Inggris seperti *listening*, *reading*, *speaking*, dan *writing* tidak dipisah-pisah. Jika dijabarkan lebih khusus lagi, menurut Meha dan Roshonah (2014) memberikan pendapat bahwa Pendekatan *whole Language* didasari oleh paham *constructivism* yang menyatakan bahwa siswa atau dalam kasus ini, pelaku pariwisata membentuk sendiri pengetahuannya melalui peran aktifnya dalam belajar secara utuh dan terpadu dengan lingkungan

yang mendukung. Fungsi guru dalam kelas *whole language* berubah dari sumber satu-satunya pembelajaran menjadi fasilitator di kelas. Dalam kelas *whole language* siswa terlibat secara aktif dalam pembelajaran yang membantu mengembangkan rasa tanggung jawab dan tidak tergantung pada kehadiran guru. Jadi dapat dikatakan pendekatan ini untuk mengembangkan mengajarkan bahasa yang dilaksanakan secara menyeluruh, dengan mementingkan multimedia, lingkungan, dan pengalaman belajar para pelaku pariwisata (Fauziah, 2016). Guru atau pengajar memberikan fasilitas berupa bahan ajar yang terintegrasi dengan media. Fauziah (2016) memberikan cara penerapan atau pengimplementasian pendekatan ini dengan pengkombinasian media daring *Whatsapp*:

1. Pembentukan Kelompok

Pengajar membentuk kelompok dalam grup *whatsapp* dengan masing-masing jumlah dan topiknya.

2. Listening through voice note

Pengajar memberikan materi tentang suatu topik pariwisata dengan menggunakan fitur *voice note* dan meminta para siswa yang disini adalah pelaku pariwisata untuk mendengar dengan saksama, dari cara pengucapan serta intonasinya.

3. SSR (Sustained Silent Reading)

Para pelaku pariwisata diberikan bahan bacaan dan membacanya tentang cara memperkenalkan tempat wisata disekitar mereka.

4. Guided Reading (Membaca Terbimbing)

Dibagian ini para pelaku pariwisata diarahkan dalam membaca contoh yang diberikan oleh pengajar dan mengkoreksi jika terdapat kesalahan.

5. Guided Writing (Menulis Terbimbing)

Di tahap ini, pengajar akan memberikan contoh perkenalan tempat pariwisata dalam bahasa Inggris dan meminta pelaku pariwisata untuk membuatnya sendiri dan mengkoreksi jika terdapat kesalahan.

6. Independent writing (Menulis Bebas)

Guru memberikan kesempatan kepada para pelaku pariwisata untuk membuat tulisan mereka sendiri dengan bekal bimbingan dari guru pada tahap sebelumnya dengan cara mengetiknya melalui *Whatsapp* tentang tempat pariwisata.

7. Mengomunikasikan Kembali (*Follow up*)

Tahap ini merupakan tahap terakhir dimana guru memberikan pendapatnya kemudian diikuti dengan pendapat dari pelaku pariwisata, hal ini dimaksudkan untuk memberikan wawasan yang lebih karena para pelaku pariwisata dapat mengetahui kesalahan yang dibuat saat mengetik jawaban mereka di *Whatsapp*.

Tentunya langkah-langkah ini bisa di modifikasi sedemikian rupa dengan tujuan yang tetap sama yaitu peningkatan bahasa, khususnya bahasa Inggris. Penerapan ini dapat dilihat dalam Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Tahun 2020 di Desa Sambangan dengan tujuan Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Untuk Pariwisata yang dilakukan oleh Gede Wira Bayu, I Ketut Dibia, Ni Wayan Rati, Ni Putu Astiti Pratiwi, Komang Krisna Heryanda. Dengan langkah-langkah pelaksanaan program sebagai berikut.

1. Melakukan seminar dan workshop tentang manajemen sumber daya manusia dan pembuatan rancangan pengelolaan sumber daya manusia untuk objek wisata, dan
2. pendampingan pembelajaran bahasa Inggris pariwisata berbasis model pembelajaran Whole Language pada anggota Karang Taruna usia kerja dengan aplikasi *Whatsapp* dengan materi “*Easy Way to Learn English for Tourism*”.

Berikut gambar yang menunjukkan cara pendampingan/pengimplementasian pengajar dalam peningkatan bahasa Inggris bagi para pelaku pariwisata dalam laporan pengabdian tersebut.



Gambar 1. Contoh percakapan yang terjadi dalam kegiatan pendampingan online/daring (diambil dari *Proceeding Senadimas Undiksha 2020* dengan judul “*Pendampingan Pekerja Pariwisata Lokal di Desa Sambangan (Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Untuk Pariwisata)*”)

Kesimpulan

Pandemi *Covid-19* yang sudah berjalan selama lebih dari setahun membuat banyak sektor di segala aspek kehidupan manusia, termasuk sektor pariwisata. Hal ini membuat banyak pelaku pariwisata seperti *tour leader*, *taxi driver*, pramusaji, dan lainnya menjadi di rumahkan dan tidak bekerja dalam kurun waktu tertentu. Tentunya, dengan sarana yaitu sedikit tamu yang berkunjung akan berdampak pada kemampuan bahasa Inggris mereka yang bisa menurun. Demi terjaganya dan meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka lagi, dibutuhkan suatu pendekatan pengajaran yang dapat membantu mereka untuk dapat menjaga ataupun meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka. Salah satu teknik pendekatan yang dapat dilakukan adalah pendekatan bahasa utuh atau *Whole Language Approach*. Pendekatan ini berfokus pada pemberian elemen bahasa secara utuh (*whole*) tidak terpisah-pisah dengan mempertimbangkan lingkungan ataupun suasana yang ada di sekitar siswa, dalam konteks ini para pelaku pariwisata. Pendekatan ini memiliki beberapa tahapan yang tentunya bisa di kombinasikan dengan aplikasi tertentu yang ada di telepon genggam pelaku pariwisata seperti *Whatsapp*. Pendekatan ini sudah dibuktikan mampu untuk menjadi suatu cara untuk dapat mengajarkan bahasa Inggris, terbukti dari pengabdian yang dilakukan oleh Gede Wira Bayu, I Ketut Dibia, Ni Wayan Rati, Ni Putu Astiti Pratiwi, Komang Krisna Heryanda di Desa Sambangan, Buleleng pada tahun 2020 dalam masa pandemi. Dari laporan ini di dapatkan bahwa para pelaku pariwisata di sana, khususnya dalam menjadi *tour leader* karena di tempat tersebut memiliki potensi alam berupa air terjun dengan hamparan sawah yang indah. Dari pengabdian ini didapatkan bahwa pendekatan ini memberikan pelaku pariwisata

suatu wawasan baru dalam bahasa inggris terutama “*English for Tourism*” dan tentunya pendekatan ini dengan diaplikasikan dalam pembelajar daring beraplikasikan *Whatsapp*, membuat peningkatan bahasa Inggris kepada pelaku pariwisata meningkat dibuktikan keberanian pelaku pariwisata untuk menggunakan bahasa Inggris selama pendampingan tersebut dan pemberian sertifikat kemampuan Bahasa inggris pariwisata dengan baik, dengan tujuan supaya mereka dapat melamar kerja ataupun membuka lapangan kerja di daerah pariwisata mereka, hal ini dimaksudkan untuk membuat mereka mampu memaksimalkan potensi desa.

Daftar Pustaka

- Agustin, Y. (2011). Kedudukan Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Pengantar Dalam Dunia Pendidikan. *Deiksis*, 3(4), 354-364.
- Bayu, G. W., Dibia, I. K., Rati, N. W., Pratiwi, N. A., & Heryanda, K. K. (2020). Pendampingan Pekerja Pariwisata Lokal di Desa Sambangan (Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris untuk Pariwisata). *Proceeding Senadimas Undiksha* (S. 1-5). Singaraja: LPPM SIngaraja.
- Budasi, I. G., Ratminingsih, N. M., Agustini, K., & Risadi, M. Y. (2020). Power Point Game, Motivation, Achievement: The Impact and Students' Perception. *International Journal of Instruction*, 13(4), 1-14.
- Budiyanti, E. (2020). Dampak virus corona terhadap sektor perdagangan dan pariwisata Indonesia. *Info Singkat XII*, 12(4), 19-24.
- Claria, D. K., & Rajistha, I. R. (2020). Optimalisasi Penggunaan Media Daring dalam Pelatihan Bahasa Inggris Bidang Pelayanan Untuk Para Pengemudi Taksi di Desa Sanur Bali. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 81-92.
- Devianty, R. (2017). Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan. *Tarbiyah*, 24(2), 226-245.
- Fauziah, R. (2016). Penerapan Whole Language Untuk Meningkatkan Keterampilan Membaca Pemahaman Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 1(1), 12-24.
- Galela, D. (2014). Peranan Bahasa Inggris Di Bidangindustri Pariwisata Di Tobelo. *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi*, 1(1), 1-18.
- Meha, N., & Roshonah, A. F. (2014). Implementasi Whole Language Approach Sebagai Pengembangan Model Pembelajaran Berbahasa Awal Anak Usia 5-6 Tahun Di PAUD Non Formal. *urnal Pendidikan*, 15(2), 68-82.

- Putra, I. D., Aryani, G. M., & Masyhudi, L. (2020). Pelatihan Google Classroom Sebagai Media Perkuliahan Online Pada Kelompok Dosen di Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. *urnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), 135-140.
- Risadi, M. Y., Astawa, I. G., Winia, I. M., & Laba, I. M. (2020). The English Scanning Skill of Bilingual and Monolingual Tourism Students in Denpasar Tourism Academy . *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(1), 139-150.
- Zati, V. A. (2020). Kegiatan Pembelajaran Bahasa Inggris Secara Daring Bagi Siswa SD Selama Pandemi Covid-19 . *Elementary School Journal PGSD FIP UNIMED*, 10(3), 112-118.

TRADISI MEKOTÉK DI ANTARA SASTRA DAN POTENSI WISATA

I Putu Suyasa Ariputra

Tingkat heterogenitas masyarakat yang tinggi di Indonesia memungkinkan untuk terjadinya *difusi* atau penyebaran budaya sehingga terjadi alikulturasi budaya. Oleh karena itu, membahas tradisi, adat, dan unsur-unsur budaya lainnya merupakan suatu hal yang tidak akan pernah habisnya. Bali sebagai salah satu pulau yang terkenal dengan budaya yang adi luhur menyimpan banyak tradisi yang menarik untuk ditelisik mendalam. Tradisi di Bali bertalian erat dengan sistem kepercayaan masyarakatnya sehingga sering disebut dengan tradisi keagamaan.

Tradisi keagamaan secara prinsipnya merupakan sebuah norma terkait aktivitas khusus yang dianggap baku oleh masyarakat pendukungnya. Oleh karena itu, tradisi *Mekoték* merupakan suatu aktivitas khusus yang telah dianggap baku oleh masyarakat. Sejalan dengan pendapat dari Robert C. Monk (2004 : 262) tradisi keagamaan ialah suatu keyakinan maupun pola tingkah laku yang dianggap sebagai nilai penting sehingga ditaati, dipelihara, dan dilaksanakan berkesinambungan oleh masyarakat pendukungnya. Tradisi *mekoték* merupakan aktivitas adat yang telah menjadi kebiasaan turun temurun dari nenek moyang yang masih terus dilaksanakan pada periode tertentu oleh masyarakat Munggu.

Philip Frick Mc. Kean dalam (Geriya, 1996: 3) menegaskan kehidupan masyarakat Bali yang menganut banyak tradisi, sehingga dirinya mengklasifikasikan tradisi ke dalam tipe

tradisi kecil, tradisi besar, dan tradisi modern. Tradisi *mekoték* sebagai salah satu tradisi populer di Badung dapat dikategorikan sebagai tradisi kecil. Ciri-ciri tradisi kecil menurut Swellengrebel (1960), digambarkan seperti (1) identik dengan persawahan dan irigasi; (2) peternakan ayam untuk keperluan dagingnya dan adu ayam; (3) bentuk rumah dan kamar yang kecil berbahan bambu atau kayu; (4) besi, perunggu, celup dan tenun sebagai bentuk kerajinan; (5) sistem pura berhubungan dengan keluarga, desa dan wilayah; (6) sistem ritual dan upacara yang kompleks; (7) bahasa setempat dengan kesusastraan lisan; (8) tari dan tabuh dipakai dalam rangka upacara di pura (Geriya, 1996: 3).

Ciri budaya ke—4, 5, 6, 8 yang diungkapkan Swellengrebel terkait tradisi kecil berbanding lurus dengan unsur-unsur dari tradisi ini. Tradisi *mekoték* dalam *Panca Yadnya* dapat dikategorikan sebagai *Dewa Yadnya*. Hal tersebut nampak dari prosesi tradisi ini yang dipusatkan di pura Kahyangan Tiga dengan memuja Ida Sang Hyang Widhi Wasa beserta manifestasinya. Tradisi ini diawali dengan persembahyangan di pura Dalem dan dilanjutkan melakukan arak-arak mengelilingi desa dan berakhir di pura Puseh dan Desa. Alat-alat yang diarak dalam parade tersebut meliputi *tombak*, *keris*, *umbul-umbul*, *tedung* (payung), *kukul*, *tamyang kulen* (perisai) disertai dengan *gambelan* yang diikuti oleh segenap masyarakat Munggu. Tradisi *mekoték* biasanya dilaksanakan setiap enam bulan sekali, warga desa merasa wajib ikut serta dalam tradisi tersebut tanpa terkecuali karena halangan kematian (*sepung*).

Ketaatan masyarakat Munggu dalam melangsungkan tradisi ini secara berkesinambungan tidak saja karena rasa bhakti kepada Tuhan. Melainkan, adanya kesusastraan lisan yang membalut tradisi ini sehingga tradisi ini menjadi lebih kuat. Kesusastraan lisan tersebut selain sebagai catatan monumental awal keberlangsungan tradisi ini juga sebagai penguat keyakinan

masyarakat dalam menjalankan tradisi tersebut. Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa sebuah sumber sastra diperlukan sebagai penguat dari keberlangsungan sebuah budaya khususnya tradisi.

Tradisi tidak saja berhubungan dengan masyarakat pendukung, kesusastraan, dan nilai-nilai di dalamnya. Potensi-potensi yang dimiliki dalam suatu tradisi dapat dikembangkan oleh masyarakat untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakatnya. Oleh karena itu, tradisi tidak semata dianggap sebuah kebiasaan usang yang harus dilestarikan, namun juga memiliki suatu manfaat yang dapat diberdayakan. Hal ini selaras dengan Sztompka (2007: 74) fungsi tradisi tidak saja kebijakan turun temurun, namun dapat digunakan dalam tindakan kini dan untuk membangun masa depan berdasarkan pengalaman masa lalu. Dengan demikian tradisi diharapkan dapat membantu perkembangan masyarakat dalam melangsungkan kehidupannya.

Masyarakat desa Munggu dapat menggunakan Tradisi *mekoték* sebagai *branding* dalam mengembangkan desa wisata sehingga potensi budaya yang dimiliki desa setempat dapat membangun citra pariwisata yang hidup dan menarik. Sejalan dengan penjelasan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) pasal 14 ayat (1) huruf b menjelaskan bahwa daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Oleh karena itu, Tradisi *mekoték* merupakan potensi pariwisata budaya yang *intangible cultural heritage* atau warisan budaya yang tidak dapat diraba karena berupa tradisi.

Tradisi *Mekoték* sebagai *brand image* desa Munggu sangatlah tepat untuk dikembangkan. Hal ini mengingat Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Badung, terdapat 11 desa yang ditetapkan salah satunya Desa Munggu. Berdasarkan hal tersebut sangat

menarik untuk menelisik bentuk tradisi, sumber sastra dan potensi wisata dari tradisi *Mekoték* secara lebih mendalam.

Bentuk Tradisi *Mekoték*

Tradisi *mekoték* yang telah menjadi identitas masyarakat Munggu juga dikenal dengan istilah *Ngerebeg* yang berasal dari *grebeg* yang berarti menggledah, *ngrebeg* yang dimaksud ialah sebuah aktivitas keagamaan yang dilaksanakan dengan cara berkumpul di persimpangan jalan dan saling memukul tongkat sehingga menyerupai piramida (Kamus Indonesia-Bali, 1996: 148).

Saat ini istilah *mekoték* menjadi lebih populer dari istilah *ngerebeg*, karena istilah ini mencerminkan ciri khas dari tradisi ini dan juga menjadi *branding* dari desa Munggu yang notabena desa wisata. Istilah *mekoték* muncul karena dalam pelaksanaan tradisi *mekoték* terutama pada saat diadakan parade senjata yang diselingi dengan perang-perangan terjadi tongkat yang satu dipukulkan atau dikotékan kepada tongkat yang lain sehingga menimbulkan suara yang berbunyi “*ték, ték, ték...*” yang sangat ramai serta cara memukulnya dengan *ngotek* maka timbullah istilah *mekoték*.

Segala dasar persiapan dalam tradisi *mekoték* berlandaskan pada landasan ajaran agama Hindu yang ada di Bali, yang disesuaikan dengan *Desa, Kala, Patra*. Jika ditelaah dari sudut pandang pelaksanaan, *mekoték* termasuk *naimitika karma* yaitu dilaksanakan setiap hari raya *Kuningan* yang jatuh pada hari *saniscara kliwon wuku kuningan*. Pudja, (1981: 77) menegaskan ada dua macam jenis pelaksanaan upacara seperti *nitya karma* yaitu upacara yang bersifat rutin dan umum untuk dilaksanakan dan *naimitika karma* yaitu upacara yang bersifat relatif

dilaksanakan menurut tujuan secara khusus dan oleh siapa saja (Pudja, 1981 : 77).

Ngerebeg (mekoték) terdiri dari beberapa persiapan-persiapan agar pada saat tradisi ini dilaksanakan dapat berjalan lancar. Persiapan yang dimaksudkan adalah melakukan persiapan baik sarana, *upakara*, waktu, dan pemimpin upacara. Seperti telah dicantumkan dalam *awig-awig* desa adat, tiga bulan sebelum *mekoték* dilaksanakan diadakan *rembug* desa untuk membahas pelaksanaan *mekoték*. Tiga bulan sebelum *mekoték* warga masyarakat desa sudah mulai mengadakan persiapan untuk berlangsungnya tradisi ini.

Hal ini selaras dengan pendapat Koentjaraningrat bahwa dalam berbagai lapangan kehidupan sosial antara warga suatu komunitas, ada sesuatu aktivitas bekerja sama yang lebih populer yang disebut gotong royong. Hal ini adalah aktivitas bekerja sama antara sejumlah warga komunitas untuk menyelesaikan suatu pekerjaan tertentu, yang dianggap berguna untuk kepentingan umum, namun dalam kehidupan bermasyarakat aktivitas ada baiknya disebut dengan istilah *kerja bakti* (Koentjaraningrat dalam Pawane, 2016: 8). Demikian pula dalam melakukan persiapan *mekoték* yang melibatkan warga desa adat Munggu, aktivitas yang dilakukan ada yang bersifat umum dan bersifat khusus.

Persiapan yang bersifat umum yaitu dilakukan secara bergotong royong oleh warga desa, seperti mengadakan kerja bakti membersihkan lokasi sekitar tempat penyelenggaraan upacara, menghias pura dengan memasang *ider-ider*, *lamak*. Sedangkan persiapan bersifat khusus, sebelum berlangsungnya tradisi *mekoték* warga desa yang ikut menjadi peserta akan mempersiapkan alat atau kayu (*kotékan* yang dihiasi dengan daun *pandan* atau *plawa*).

Pelaksanaan *mekoték* diawali melakukan pembersihan lahiriah, dengan menghilangkan noda dan kotoran yang melekat pada badan melalui persembahyangan dan dipercikkan dengan *tirtha*, selanjutnya berpakaian yang rapi dan bersih jika datang ke tempat *mekoték*. Bersamaan dengan hal itu para *Pemangku*, Kepala Desa, Kelihan Adat telah mempersiapkan diri sebagai pemimpin tradisi *mekoték* dengan segala persiapan seorang pemimpin upacara, kemudian datang ke tempat upacara berlangsung atau dijemput oleh para pemuda-pemudi. Setelah diadakan serentetan upacara doa dan penurunan alat-alat yang akan *digrebekkan* di tiap-tiap pura, selanjutnya alat-alat tersebut dibawa oleh *penyiwi* pura bersangkutan, dibantu oleh pemuda - pemudi. Kemudian dibawa menuju pura Puseh yang terletak di tengah-tengah desa adat Munggu. Selain alat-alat yang disebut tadi, pemuda lainnya juga membawa senjata tongkat yang panjangnya lebih kurang dua sampai tiga meter berhiaskan *pandan*, *tamiang*, dan *plawa*. Pemuda-pemuda yang ikut dalam tradisi ini ada juga berpakaian unik serta menghias muka, seolah-olah seperti seorang perempuan, memakai aksesoris yang berlebihan seperti cat rambut (khususnya yang dilakukan oleh anak muda-muda) sehingga bisa menarik perhatian para penonton. Pemuda-pemudi yang tidak membawa alat-alat ikut pula sebagai *pengiring* pada tradisi tersebut. Setelah semua peserta dan sarana (*tombak*, *keris*, *tamiang kolek*, *gambelan*) terkumpul maka barulah tradisi atau pawai dilaksanakan mengelilingi desa.

Peserta *mekoték* yang datang dari segala pelosok desa Munggu mengakibatkan halaman pura Desa penuh sesak sehingga Kelihan Adat mengatur barisan yang sangat mengagumkan bagi setiap pengunjung yang menyaksikan. Rombongan yang telah diatur tadi bergerak ke arah Selatan. Adapun barisan yang pertama adalah peserta yang membawa *kotékan* (kayu) yang panjangnya kurang lebih dua sampai tiga meter dengan beraneka

ragam hiasannya. Barisan yang kedua adalah pemuda-pemuda yang membawa alat-alat dari pura seperti *tombak*, *umbul-umbul*, *kober*. Barisan yang ketiga adalah para pemangku serta *penyarikan* pura yang membawa senjata yang sangat bertuah serta dikeramatkan oleh masyarakat Munggu. Mengingat senjata tersebut merupakan senjata pusaka yang pernah mengalami kajayaan pada waktunya, tersebut, seperti: *cemeti*, *cakra*, *tombak lekuk tiga*, *tamiang kolek (perisai)* dan lain-lainnya. Barisan ini mengenakan pakaian serba putih. Barisan yang keempat ialah pemuda-pemudi yang berstatus sebagai *sekaa kidung* yang sepanjang jalan menyanyikan lagu pujaan. Barisan yang kelima adalah pemuda-pemudi yang selaku peserta biasa dan patuh serta taat mengikuti jalannya tradisi hingga selesai. Barisan keenam adalah *sekaa gambelan*.

Ngerebeg (mekoték) di Desa Munggu diawali dengan mengadakan persembahyangan di pura Puseh desa adat Munggu. Kemudian dilanjutkan dengan perjalanan rombongan yang mengikuti tradisi *mekoték* menuju ke arah selatan, di dalam perjalanan ini para peserta *mekoték* mulai melakukan aksi saling mengadu kayu atau menyusun kayu yang dibentuk piramida, saat tiba di pertigaan jalan tepatnya di bawah pohon beringin yang terdapat pura Betén Bingin dan pura Thirta Ning diawali dengan *nunas tirtha* (mohon air suci) bagi para peserta sehingga semakin semangat mengadukan kayu secara berdesak-desakan dengan yang lainnya sehingga *mekoték* semakin seru.

Perjalanan dilanjutkan ke arah barat menuju pura Dalem (*Kahyangan Wisésa*), di perjalanan ini pun *mekoték* terus berlangsung, setelah mengelilingi pura Dalem peserta kembali ke timur dan menuju jalan sebelah barat desa ke arah utara mengelilingi desa menuju ke pura Sapu Jagat. *Mekoték* dilangsungkan sepanjang perjalanan yang tidak terfokus pada tempat-tempat tertentu, namun selalu disertai *nunas tirtha* (mohon

air suci) di setiap pura-pura yang dilewati yang *pemangkunya* sudah siap dengan sarana *tirtha*. Setelah nunas *tirtha* di pura Sapu Jagat perjalanan peserta *Ngerebeg (mekoték)* kembali ke selatan menuju ke pura Puseh, setelah tiba di pura Puseh benda-benda sakral yang dibawa dalam tradisi *mekoték* kembali distanakan.

Beberapa sumber menceritakan bahwa kerajaan Mengwi sebelum mengadakan penyerangan ke Kerajaan Blambangan terlebih dahulu mengadakan persembahyangan di Pura *Kahyangan Tiga* utamanya di pura Dalem adat Munggu untuk memohon keberhasilan dan kemenangan (karena tempat ini keramat dengan mempunyai petuah). Penyerangan membawa kemenangan bagi kerajaan Mengwi, hal ini disambut dengan perasaan gembira oleh seluruh bala tentara dan juga rakyat Munggu, dengan membenturkan dan mengacungkan tombak menyambut kemenangan. Momentum ini akhirnya sampai sekarang diperingati dengan upacara *Ngerebeg (mekoték)* dan benda-benda yang digunakan dalam perang juga ada disimpan di pura *Kahyangan Tiga* yang sampai sekarang dikeramatkan dan disucikan seperti *tombak, tamiang kolek*. Inilah yang menjadi alasan *Kahyangan Tiga* dijadikan sentral tradisi *Ngerebeg (mekotékan)*.

Sumber Sastra Tradisi *Mekoték*

Sastra tidak dapat lepas dengan keberadaan manusia dikarenakan sastra ialah refleksi dari kehidupan masyarakat itu sendiri sehingga tidaklah salah jika sastra dikategorikan sebagai produk kebudayaan (Emzir dan Saifur, 2015: 99). Sastra sendirilah bagian dari masyarakat, dimana sastra lazim muncul karena adanya peristiwa atau keresahan yang terjadi di dalam batin manusia. Dengan demikian, sastra menggambarkan pantulan

hubungan seseorang dengan orang lain atau masyarakat yang menimbulkan reaksi atau peristiwa sosial tertentu.

Tradisi *mekoték* sebagai reaksi dan bahkan suatu peristiwa sosial yang diperingati secara berulang tentu berasal dari pantulan korelasi antara seseorang dengan masyarakat sehingga tradisi ini tidak semata ada namun memiliki suatu histori. Berdasarkan hal tersebut, sumber histori tersebut dapat dikatakan sebagai sastra yang menjadi dasar pelaksanaan tradisi *mekoték*. Selain tradisinya digadang-gadang sebagai ikon yang dapat menjadi potensi wisata di desa Munggu, maka sumber sastra keberadaan tradisi *mekoték* pun tidak kalah besar menjadi potensi wisata. Hal tersebut dimaksudkan agar wisatawan yang datang tidak mendapatkan pengalaman yang sepotong. Artinya wisatawan yang datang tidak saja mendapatkan pengalaman dari *mekoték* sebagai atraksi wisatanya saja, melainkan mendapatkan pengetahuan yang runut terkait asal mula dari adanya tradisi tersebut.

Hal senada ditegaskan oleh Emzir dan Saifur (2015: 100) karya sastra sering dikaitkan sebagai wujud dari suku bangsa, jadi tidak aneh ada istilah “tidak lazim jika mempelajari tatanan sosial dan kebudayaan suatu bangsa atau negara tertentu jika tidak membaca karya sastranya”. Pendapat di atas mengindikasikan bahwa dalam mempelajari suatu daerah atau peristiwa tidak cukup mengetahui peristiwa tersebut, namun juga harus mengetahui karya sastra yang mengikuti peristiwa tersebut.

Teeuw (2015: 20) menyebutkan sastra dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Sansekerta; akar kata *hs-*, dalam kata kerja turunan berarti ‘mengarahkan/mengajar, memberi petunjuk atau instruksi’. Akhiran *-tra*; biasanya menunjukkan alat, sarana. Berdasarkan pernyataan tersebut maka, sastra berarti alat untuk mengajar, buku petunjuk atau instruksi. Dengan demikian sastra sebagaimana pengertian di atas merujuk pada

suatu teks. Teks merupakan bahasa tulis yang berisi materi tertentu, seperti naskah, materi kuliah, pidato dan lainnya (Mulyana, 2005: 9). Selain itu, ada yang menyebutkan teks merupakan ungkapan bahasa yang menurut isi, sintaksis, dan pragmatik merupakan suatu kesatuan (Jan Van Luxemburg dkk, 1986: 87).

Sastra sebagai sumber historis dari tradisi *mekoték* ditemukan dari beberapa hasil penelitian yang mengkaji tradisi yang sama. Penelitian tersebut merujuk pada dua teks yaitu Lontar Sri Jaya Kasunu dan sastra lisan versi Ida Pedanda Gede Sidemen Pamaron. Penelitian terkait tradisi *mekoték* yang dilaksanakan di Desa Munggu, sepengetahuan penulis sudah pernah ada yang meneliti, tetapi dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian Ni Luh Putu Srinadi yang judulnya “Tradisi *Ngerebeg* Serangkaian Hari Raya Kuningan di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung (Perspektif Pendidikan Agama Hindu)” khusus untuk pelaksanaan tradisi *Ngerebeg* di Desa Munggu dimulai sejak dibuatnya tiga senjata, yaitu : *Tombak Lekuk Tiga*, *Keris* dan *Tamiang Kolem* (perisai) yang dikombinasikan dengan peringatan hari kemenangan dan sebagai penyucian desa dari segala marabahaya.

Penelitian tentang upacara *Ngerebeg* juga pernah dilakukan oleh Widyastuti dengan judul “Prosesi dan Fungsi Upacara *Ngerebeg* (*Makotekan*) di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung (Suatu Kajian Antropologi Religi). Penelitian itu berkesimpulan bahwa upacara *Ngerebeg* (*Makotek*) merupakan upacara parade angkatan bersenjata dari suatu kerajaan yang dilakukan oleh angkatan bersenjata beserta rakyat yang rutanya mengelilingi Ibu Kota Kerajaan. Alat-alat yang diarak dalam parade tersebut meliputi *tombak*, *keris*, *umbul-umbul*, *tedung* (payung), *kulkul*, dan lain-lainnya, di mana dilaksanakan oleh segenap

krama adat warga Desa Munggu. Penelitian ini berpedoman pada lontar *Sri Jaya Kasanu* yang isinya tidak berani melalaikan upacara warisan nenek moyangnya agar terhindar dari marabahaya (*grubug*).

Lontar ini mengisahkan sabda Bhatari Gangga kepada Sri Jaya Kasanu, karena setiap raja yang naik tahta di Bali, hanya memerintah setahun sudah wafat, sampai-sampai kepada keturunannya ikut mati. Itulah sebabnya Sri Jaya Kasanu melakukan yoga samadhi di Gandamayu dan turunlah Bhatari Gangga yang menitahkan untuk melakukan upacara di beberapa tempat pada waktu yang tertentu seperti sasih kalima, kesanga, dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan untuk mengharmoniskan alam. Selain itu, disebutkan pula agar seluruh rakyatnya memanggul senjata-senjata yang ada, setiap hari Senin Kliwon wuku Kuningan dengan upacara ini yang harus diselesaikan oleh Brahma Siwa. Sebab jiwa (pasupati) senjata itu dibuat oleh Brahma Siwa, serta senjata ini agar tidak punah atau hilang keutamaannya. Upacara ini tidak boleh memakai bahan yang tidak halal, upacara tersebut di mulai dengan *mebiokaonan* (pembersihan diri) oleh semua rakyat dan raja pada hari Selasa Wagé Dunggulan (penampahan galungan).

Sumber sastra lain juga ditemukan terkait tradisi ini, dimana sejarah tradisi *Mekoték* versi Ida Pedanda Gede Sidemen Pamaron yang ditulis oleh Ni Made Wiryani dan diunggah pada halaman web ISI Denpasar, berawal dari keberadaan Raja IV Cokorda Nyoman Munggu pada Keraton Puri Agung Munggu. Beliau adalah seorang raja yang sangat arif dan bijaksana serta dicintai dan disegani oleh rakyat Mengwiraja dan sekitarnya, khususnya masyarakat di Munggu. Beliau ingin meneruskan cita-cita pendahulunya, yaitu Raja I Gusti Agung Putu Agung yang *mebiséka* Cokorda Sakti Blambangan. Beliau membentuk pasukan berani mati di Desa Munggu, yang dibina oleh Bhagawantha raja

dari Ida Brahmana di Munggu, dengan sebutan pasukan “*Guak Selem Munggu*”.

Pada suatu hari, sungai Yeh Penet meluap sehingga menimbulkan banjir bandang. Air sungai yang sangat deras itu menghanyutkan sebuah *pelinggih* yang tersangkut pada akar pohon kamboja besar (pohon *jepun sudamala*) sehingga dititahkan oleh raja untuk membuat *pelinggih*. Pada saat itu pula ada salah seorang penduduk di Munggu kesurupan (*kerauhan*) dan mengaku sebagai utusan dari Ida Betari Ulun Danu Bratan atas permohonan Ida Betara di Pura Puncak Mangu yang memohon kepada Raja Bhagawantha untuk menyelamatkan *pelinggih* itu serta membangun sebuah pura yang merupakan stana Ida Betara Luhur Sapuh Jagat, untuk menjaga keselamatan rakyat Mengwiraja sebagai *kahyangan jagat*.

Orang yang kesurupan berlari menuju pura Puseh Munggu, serta mengambil sebuah *tedung* yang panjangnya kurang lebih lima meter dan menancapkan pada halaman pura Puseh, serta meloncat -loncat ke atas *tedung* untuk meyakinkan orang-orang. Di atas *tedung* itulah orang yang kesurupan itu menari-nari sambil menantang Raja Bhagawantha dengan kata-kata yang sangat meyakinkan, bahwa ia benar-benar utusan Ida Betara Ulun Danu Bratan. Setelah pembangunan pura seperti petunjuk yang diucapkan *pemangku* itu, terdapatlah gumpalan batu-batu ada yang berbentuk *tamiang*, besi-besi tua yang berbentuk senjata tajam. Penemuan itu dibuatkan senjata oleh pande desa setempat atas perintah raja. Setelah senjata-senjata yang didapatkan melalui *pawisik* gaib *dipasupati* dan *dikemit* selama tiga bulan, maka pada hari Sabtu Kliwon Kuningan pada Tumpek Kuningan, mulai diperagakan mengadakan perang-perangan yang diikuti oleh para laki-laki dewasa yang berasal dari seluruh Desa Munggu, kecuali bagi yang sedang *cuntaka*.

Sastra-sastra di atas bukanlah karangan imajinatif dan artistik semata, namun juga mengandung realitas kehidupan masyarakat. Hal tersebut nampak dari isi sastra yang tidak saja mengedapankan unsur-unsur keindahan ataupun fiktif belaka, tetapi juga menyuguhkan gambaran kehidupan masa lalu dengan sistem kerajaan dan memiliki tingkat ketaqwaan yang tinggi terhadap Tuhan. Lukacs (dalam Emzir dan Saifur, 2015: 106) menegaskan hal demikian, dimana karya sastra bukan sekadar daya artistic, imajinatif, ataupun tampilan kembali suatu pengalaman melainkan Menyusun kembali jalinan antarunsur dari suatu pengalaman sehingga karya sastra nampak menarik, hidup dan mudah dipahami.

Pernyataan di atas memantik sastra tidak saja suatu dokumen historis melainkan suatu tampilan realitas sosial dari masa sebelumnya yang memiliki nilai-nilai kehidupan. Selaras dengan pernyataan yang ketiga dari Lukacs terkait jalinan sastrawan realis dengan lingkungan sosial, dimana masa sekarang merupakan pusat gerak masyarakat yang dipengaruhi masa lalu dan menentukan masa depan. Jadi sumber sastra dari tradisi *mekoték* ini sangat relevan disebarluaskan terutama saat tradisi ini berlangsung baik di awal ataupun di akhir acara. Tujuannya ialah untuk memberikan pengetahuan yang runut tentang tradisi ini kepada masyarakat pendukung maupun wisatawan sehingga menambah nilai dari tradisi ini. Dengan demikian sastra dapat menguatkan potensi dari tradisi *mekoték* sebagai ikon wisata desa Munggu.

Tradisi *mekoték* merupakan salah satu jenis wisata budaya, artinya pariwisata yang dalam pengembangannya ditunjang oleh faktor budaya sehingga konsep pariwisata budaya ialah suatu mekanisme pertahanan jati diri bagi komunitas lokal. Hal ini dipandang sebagai strategi dalam mempertahankan budaya lokal dari pengaruh luar dengan cara memberdayakan budaya tersebut

dalam mengembangkan kehidupan masyarakat setempat. Dengan kata lain, keunikan dari suatu daerah dijadikan daya tarik agar wisatawan datang ke daerah tersebut.

Potensi Wisata

Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait. Menurut Cooper dkk dalam Sunaryo (2013: 159) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama yaitu Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/*artificial*; Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi; c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata; d. Fasilitas umum (*Ancillary Service*) yang mendukung kegiatan pariwisata; e. Kelembagaan (*Institutions*) yang memiliki kewenangan, tanggung jawab dan peran dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata.

Menurut Suwena (2010: 88), atraksi atau obyek daya tarik wisata (ODTW) merupakan komponen yang signifikan dalam menarik kedatangan wisatawan. Hal yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut dengan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources* (alami) seperti gunung, danau, pantai dan bukit; 2) atraksi wisata

budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, seni dan kerajinan, ritual, festival, kehidupan masyarakat sehari-hari, makanan; dan 3) atraksi buatan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain-lain. Modal kepariwisataan dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata, aktivitas wisata suatu digerakkan oleh adanya atraksi wisata. Berdasarkan hal tersebut keunikan tradisi *mekoték* termasuk sebagai modal atraksi budaya berwujud ritual dan festival yang memiliki potensi besar menjadi *branding* desa Munggu dalam mengembangkan aktivitas wisata untuk para wisatawan.

Yoeti, (1985) menjelaskan konsep aktivitas wisata harus memiliki tiga unsur minimal yang mendukung yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi atau wisatawan. Desa Munggu telah memiliki potensi aktivitas wisata sesuai dengan ketiga unsur di atas. Potensi atraksi wisata saja tidak cukup untuk menarik wisatawan ke destinasi tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa tradisi *mekoték* sebagai atraksi wisata yang menjadi ikon desa Munggu memerlukan beberapa unsur lain yang dapat mendukungnya. Oleh karena itu, ada beberapa hal selain tradisi *mekoték* yang perlu dikembangkan oleh desa Munggu guna merangsang wisatawan beraktivitas wisata.

Something to see ialah sesuatu yang dapat dilihat. Artinya desa Munggu sebagai salah satu desa wisata di kabupaten Badung dirangsang untuk memiliki suatu hal yang dapat dilihat atau disaksikan oleh wisatawan. Bangunan pura-pura yang sebagian besar masih memertahankan arsitektur kuno dapat dijadikan salah satu potensi *something to see*. Desa Munggu tidak saja memiliki

potensi daya tarik wisata *tangible* namun tradisi *mekoték* yang *intangible* dapat saya kategorikan sebagai *something to see*, karena pada hakikatnya tradisi ini dapat disaksikan dan memberi pengalaman langsung bagi wisatawan yang hadir.

Keputusan masyarakat desa menjadikan tradisi *mekoték* sebagai ikon desa, berbanding dengan perspektif wisatawan yang hadir dalam momen tersebut yaitu untuk menyaksikan tradisi *mekoték*. Selain menyaksikan, banyak wisatawan yang ikut mendokumentasikan tradisi ini sehingga tradisi ini merupakan potensi daya tarik wisata yang sangat besar dimiliki oleh desa Munggu terlebih lagi apabila sejarah asal mula tradisi ini disampaikan. Hal ini selaras dengan penelitian Prasiasa, dkk (2019: 67) yang menyatakan bahwa tradisi *mekoték* sebagai tradisi satu-satunya di Bali dan bahkan dunia merupakan potensi daya tarik wisata bagi desa Munggu. Oleh karena itu segala informasi tentang *mekoték* termasuk sejarahnya perlu diinformasikan saat tradisi ini dilaksanakan agar memberi pengetahuan yang holistik bagi wisatawan.

Tradisi ini harus memiliki beberapa unsur pendukung sebagai potensi daya tarik wisata yaitu *something to do* dan *something to buy*. Berdasarkan pengamatan penulis kedua unsur ini telah dimiliki oleh desa Munggu hanya saja belum sepenuhnya disadari sebagai potensi wisata. Unsur yang dapat dikategorikan *something to do* bagi kepariwisataan dalam tradisi tersebut ialah ayunan tradisional yang terletak di Br. Kerobokan. Ayunan ini selain beroperasi bertepatan dengan hari *mekoték* yaitu kuningan juga beroperasi saat *Galungan* hingga *Pon Galungan* dan dari *Kuningan* hingga *Pahing Kuningan* sekitar pukul. 18.00 WITA s.d. 21.00 WITA. Ayunan Kuno yang masih dalam keadaan cukup baik ini dapat dimanfaatkan oleh pengelola desa wisata sebagai *something to do* yang mendukung *mekoték* sebagai atraksi wisata sehingga wisatawan yang hadir saat itu tidak saja menikmati tradisi

mekoték, tetapi juga mendapatkan pengalaman menaiki ayunan kuno.

Pengalaman sebagai hasil berwisata ke desa Munggu tidak lengkap jika tidak ditambahkan dengan unsur *something to buy*, dimana wisatawan dapat membeli cenderamata yang dapat melengkapi pengalaman wisatawan tersebut. Oleh karena itu, cenderamata tersebut harus berupa keunikan dari destinasi wisata tersebut dan bahkan terkait dengan atraksi wisata yang menjadi ikon pariwisata desa tersebut. Desa Munggu pada hakikatnya telah memiliki wadah terkait hal tersebut, hal ini ditunjukkan dengan adanya pasar malam di desa tersebut saat momen-momen hari raya termasuk saat *Kuningan* yang notabena hari pelaksanaan *mekoték*. Pasar malam ini masih umum seperti pasar malam pada daerah lain dan belum memberdayakan potensi desa. Merujuk dari hal tersebut maka pengelola kepariwisataan di desa tersebut perlu bekerja sama dengan masyarakat dan pihak-pihak untuk merangkul UMKM yang ada di desa mengembangkan produk-produk yang berpotensi diminati wisatawan dan menjadikan ciri khas daerah setempat.

Something to see, something to do, dan something to buy ketiga unsur minimal potensi daya tarik wisata pada dasarnya telah dimiliki oleh desa Munggu, hanya saja ketiga unsur tersebut belum dioptimalkan keberadaannya. Tradisi *mekoték* dapat dikembangkan dengan menginformasikan histori keberadaan tradisi ini baik di awal ataupun di akhir tradisi agar wisatawan dan bahkan warga desa memiliki pengetahuan yang holistik tentang tradisi ini. Keberadaan ayunan kuno dan pasar malam perlu dikelola lebih terarah guna menciptakan destinasi wisata yang baik.

Daftar Pustaka

- Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Sztompka, Piotr. 2007. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Suwena, I Ketut & Widyatmaja, I Gst Ngr. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udayana University Press.
- Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Emzir dan Saifur Rohman. 2015. *Teori dan Pengajaran Sastra*. Jakarta: Rajawali Press.
- Teeuw, A. 2015. *Sastra dan Ilmu Sastra*. Bandung: Pustaka Jaya.
- Alih Aksara Lontar Sri Jaya Kasanu, 1983. Denpasar: Kantor Dokumentasi Budaya Bali.
- Hartaka, I Made. 2011. *Studi Deskriptif Upacara Ngerebeg Di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung (Skripsi)*. Denpasar: IHDN.
- Pudja, MA. 1981. *Acara I*. Jakarta: Maya Sari.
- Srinadi, Ni Luh Putu. 2007. *Tradisi Ngerebeg Serangkaian Hari Raya Kuningan Perspektif Pendidikan Agama Hindu (Skripsi)*. Denpasar: IHDN Denpasar.
- Widyastuti. 2006. *Prosesi dan Fungsi Upacara Ngerebeg (Makotekan) di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung Suatu Kajian Antropologi Religi (Skripsi)*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Geriya, I Wayan, 1996. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*. Denpasar: Penerbit Upada Sastra.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025
- Peraturan Bupati Nomor 47 tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung
- Dinas Pendidikan Dasar Prof. Tk. I Bali. 1996. *Kamus Indonesia-Bali*. Denpasar: Dinas Pendidikan Propinsi Bali.
- Monk, Robert C, 2004. *Kompeleksitas Tradisi Keagamaan*. Jakarta : Ganeca Exact.
- Mulyana, M.Hum. 2005. *Kajian Wacana (Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana)*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Luxemburg, Jan Van dkk. 1984. *Pengantar Ilmu Sastra*. Jakarta: PT Gramedia
- Wiryani, Ni Made. 2011. *Sejarah Tari Mekotekan Berdasarkan Versi Ida Pedanda Gede Sidemen Pamaron*. <http://repo.isi-dps.ac.id/>
- Pariasa, Dewa Putu Oka. 2019. “Potensi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu di Kabupaten Badung”. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*.
- Pawane, Faizal S. 2016. “Fungsi Pomabari (Gotong-Royong) Petani Kelapa Kopra di Desa Wasileo ecamatan Maba Utara Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara”. *Jurnal Holistik*, Tahun X, No. 18. Hal. 1 s.d. 22.

PARIWISATA BALI MENANGIS-KONDISI BISNIS PERHOTELAN BALI DIMASA PANDEMI COVID 19

I Wayan Sugita

(Denpasar, 27 April 2021)

Perkembangan pariwisata mempengaruhi berbagai hal dan mempengaruhi segala aspek dinamika kehidupan. Pengaruh pariwisata tersebut sangat besar terutama pada bidang Ekonomi, lingkungan dan Budaya. Menurut John Beach¹ bahwa ada tiga pengaruh utama pariwisata adalah ekonomi, sosialbudaya dan lingkungan. Tidak dipungkiri bahwa pariwisata membawa andil yang cukup besar dalam keberdaban dan kehidupan masyarakat, seperti contohnya perkembangan pariwisata Bali. Perkembangan pariwisata Bali membawa dampak perubahan yang sangat besar terhadap kondisi ekonomi masyarakat Bali, lingkungan dan Budaya dari waktu ke waktu Sehingga pemerintah daerah Bali mengembangkan sektor pariwisata sebagai suatu prioritas untuk kesejahteraan masyarakat Bali. Awal perkembangan pariwisata Bali cukup menjanjikan dan membawa dampak perubahan yang besar dari sisi ekonomi. Terlepas dari dampak positif bidang ekonomi, timbul pula dampak-dampak lainnya yang juga bisa berpengaruh positif maupun negatif. Sehingga pariwisata sebenarnya perlu dikembangkan secara baik secara berkelanjutan (*sustainable tourism*) dengan memperhatikan lebih banyak dampak positif bagi lingkungan dan budaya yang bermanfaat bagi kehidupan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

¹ John Beech and Simon Chadwick, *The Business of Tourism Management*, *Financial Times Management*, 2006 <[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00054-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00054-9)>.

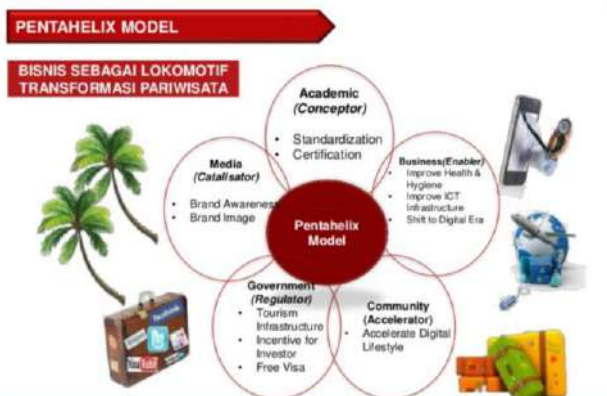
Tujuan baik pengembangan pariwisata bagi perekonomian masyarakat Bali sangat dirasakan dalam penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata sangatlah banyak, bermunculan akomodasi pariwisata baru seperti hotel, villa, restaurant dan tempat hiburan untuk pariwisata yang menyerap banyak tenaga kerja. Munculnya usaha usaha lain sebagai pendukung pariwisata, dikembangkannya desa wisata dan aktivitas wisata lainnya. Hal ini juga menambah daya tarik wisata Bali bagi wisatawan baik domestik maupun internasional. Pesatnya perkembangan pariwisata Bali, menjadi barometer pertumbuhan dan perkembangan pariwisata Indonesia. Namun pariwisata itu sendiri sebenarnya sangat sensitif terhadap isu-isu negatif yang sangat bisa mempengaruhi kondisi pariwisata itu sendiri. Pariwisata sangat rentan akan pemberitaan negatif seperti wabah penyakit, gunung meletus, kondisi keamanan daerah tujuan wisata akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan². Karena itu isu-isu yang berkaitan dengan keamanan sebaiknya bisa diantisipasi dengan baik oleh pemerintah dan pelaku pariwisata agar tidak merugikan pariwisata itu sendiri.

Dampak positif pariwisata Bali membawa banyak perubahan pada sektor pendidikan, banyak bermunculan sekolah pariwisata, Akademi dan Pendidikan pariwisata sampai ke jenjang S3 pariwisata, hal ini menunjukkan bahwa pariwisata berdampak baik terhadap perkembangan dunia pendidikan khususnya pariwisata. Disamping itu ada pula dampak negatif yang ditimbulkan oleh perkembangan pariwisata seperti banyaknya alih fungsi lahan produktif untuk dijadikan tempat usaha hotel, villa dan restoran sehingga merusak ekosistem dan pertanian yang sudah ada karena sebagian masyarakat berfikir bahwa menjadikan

² I Made Bayu Wisnawa, Putu Agus Prayogi, and I Ketut Sutapa, *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan* (Denpasar: Deepublish, 2019).

usaha pariwisata lebih menjanjikan dari pada tetap menjadikan pertanian.

Dengan banyaknya kunjungan wisatawan ke suatu obyek wisata juga bisa menimbulkan dampak lingkungan seperti banyaknya sampah plastik karena masih banyak para pengunjung belum memahami dan belum sadar melakukan budaya membuang sampah pada tempatnya sehingga bisa merusak lingkungan. Terdapat pula kasus-kasus kriminal baru akibat dari beberapa oknum orang yang memanfaatkan kesempatan dan menginginkan keuntungan sesaat dengan cara menjambret, merampok, mencuri dan menipu keluguan wisatawan sehingga secara tidak langsung merugikan image pariwisata Bali. Karena itu Pengembangan pariwisata yang baik semestinnnya berkolaborasi dan melibatkan komponen *pentahelix* pariwisata,³ baik itu akademisi, bisnis usaha, pemerintah, asosiasi dan masyarakat serta media. Konsep *pentahelix* ini saling terkait dan bekerjasama untuk kemajuan perkembangan pariwisata.



Sumber: <https://www.slideshare.net/tridamayantho/strategi-pembangunan-pariwisata-2017-kemenpar-ay>

³ Tri Yuniningsih, Titi Darmi, and Susi Sulandari, 'Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang', *Journal of Public Sector*

Senergitas dari konsep *pentahelix* pariwisata sebagai strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan diharapkan dapat semakin tumbuh dan berkembang dengan kolaborasi yang semakin baik.

Sifat pariwisata yang sangat rentan akan kondisi keamanan dan isu negatif maka pariwisata juga sebenarnya sangat labil dan sering berubah- ubah sesuai dengan kondisi keamanan yang terjadi di daerah tujuan wisata. Seperti yang terjadi saat ini yang melanda pariwisata Bali dan Indonesia bahkan dunia akibat dari dampak terjadinya penyebaran virus corona COVID-19 yang melanda seluruh negara didunia. Masalah pandemi COVID-19 ini sangat mempengaruhi terpuruknya kondisi perekonomian dunia bukan saja sektor pariwisata. Sejak terjadinya penyebaran virus Corona di Wuhan, China pada Desember 2019, sangat dirasakan dampak penurunan wisatawan yang berkunjung ke Bali mulai awal Maret 2020 secara signifikan. Berbagai kegiatan dan aktivitas pariwisata dihentikan dan ditutup, hotel, villa, restoran, artshop dan semua usaha-usaha pariwisata terpaksa mulai tutup akibat tidak adanya wisatawan.

Penerapan protokol kesehatan mulai di persiapkan. Pelaksanaan dan penyesuaian usaha dengan kebiasaan kehidupan era baru mulai di terapkan. Melalui arahan pemerintah, usaha perhotelan khususnya, obyek wisata, hotel dan restoran menerapkan protokol CHSE (*cleanliness, health, safety dan environmental sustainability*). Pemerintah daerah Bali melalui Dinas Pariwisata provinsi Bali melakukan pendataan dan verifikasi pelaksanaan protokol kesehatan guna memastikan usaha hotel yang ada di Bali telah melaksanakan protokol kesehatan

yang ditetapkan. Disusul dengan sertifikasi secara nasional melalui kementerian pariwisata ekonomi kreatif melaksanakan sertifikasi CHSE terhadap hotel-hotel yang ada di Bali dalam rangka peningkatan rasa kepercayaan/ trust wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali. Pariwisata Bali bersiap untuk bangkit dari keterpurukan.

Akibat dari pandemi COVID-19 yang melanda dunia dan juga Bali sangat dirasakan oleh insan pariwisata di Bali, banyak usaha hotel, restoran, villa, artshop yang terpaksa di tutup karena tidak ada tamu dan pengunjung. Setahun lebih sudah pandemi ini terjadi dan belum usai, banyak pekerja pariwisata yang beralih ke usaha lainnya untuk bisa bertahan mencari tambahan untuk kebutuhan sehari-hari untuk dirinya dan keluarga. Banyak juga pekerja pariwisata yang di PHK akibat dari keterpurukan pariwisata akibat COVID-19⁴. Tidak bisa dielakan lagi bahwa dampak virus corona ini sangat membuat pariwisata Bali terpuruk sampai dengan saat ini dan belum pulih secara signifikan. Berbagai usaha dilakukan oleh pemerintah bersama-sama dengan seluruh komponen pariwisata demi bangkitnya kembali pariwisata Bali. Mulai dari verifikasi tatanan kehidupan era baru melalui dinas pariwisata provinsi Bali, sertifikasi CHSE, vaksinasi masal bagi masyarakat bali dan seluruh komponen pariwisata Bali. Disamping juga dikucurkan dana hibah pariwisata bagi usaha pariwisata Bali guna membantu membangkitkan perekonomian Bali, pinjaman lunak dan juga bantuan kepada pekerja pariwisata.

⁴ Imam Rosidin, 'Dampak Virus Corona Di Bali, 800 PHK Dan 46.000 Pekerja Dirumahkan Artikel Ini Telah Tayang Di Kompas.Com Dengan Judul "Dampak Virus Corona Di Bali, 800 PHK Dan 46.000 Pekerja Dirumahkan", Klik Untuk Baca: <https://Regional.Kompas.Com/Read/2020/04/13/18115>', *Www.Kompas.Com*, 2020
<<https://regional.kompas.com/read/2020/04/13/18115961/dampak-virus->

Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempercepat menggerakkan perekonomian dan membangkitkan pariwisata Bali.

Ditengah keterpurukan pariwisata Bali, para pengusaha pariwisata, usaha perhotelan dan manajemen bekerja keras mencari solusi, usaha lain dan juga menerapkan berbagai strategi guna tetap bisa bertahan dan melaksanakan operasional hotel. Pekerja pariwisata sangat merasakan dampak dari virus COVID-19 ini. Perekonomian Bali yang menghandalkan lebih banyak dari sektor pariwisata dari pada sektor lainnya sangat merasakan dampak terpuruknya pariwisata Bali. Banyak diantara pekerja pariwisata di Bali yang sudah dirumahkan, banyak juga yang sudah menganggur karena di PHK. Akibat dari tidak adanya tamu dan wisatawan, memaksa para pengusaha perhotelan untuk menutup usaha hotel, mengurangi karyawan, dan juga mengatur kembali pengeluaran-pengeluaran yang memang bisa dikurangi untuk bisa tetap bertahan beroperasi dan membayar gaji karyawan yang masih ada walaupun tidak sesuai dengan harapan. Komponen biaya untuk gaji karyawan dihitung dan diatur kembali sehingga bisa meringankan beban biaya pengeluaran, ada yang melakukan dengan pengurangan jumlah pekerja pariwisata, pensiun dini, dirumahkan untuk sementara waktu, cuti tanpa gaji, pemotongan gaji dari gaji awal, penerapan sistem gaji harian, penghapusan beberapa komponen tunjangan dan benefit lainnya.

Ada juga pengurangan karyawan pada bagian-bagian tertentu yang memang belum begitu diperlukan saat sekarang ini. Manajemen hotel betul-betul berusaha keras bersama team untuk bisa bertahan lebih lama. Kondisi COVID-19 belum bisa diprediksi kapan akan berakhir, walaupun pemerintah beberapa kali sudah memprogramkan untuk membuka pariwisata

internasional, namun seiring dengan kondisi perkembangan COVID-19 dilapangan, usaha tersebut beberapa kali gagal dilakukan dan terus dilakukan revisi dan penjadwalan ulang pembukaan pariwisata Bali khususnya. Dampak terpuruknya Pariwisata dan perhotelan ini memaksa semua orang untuk bisa menemukan jalan dan cara bertahan, mencari alternatif lain untuk menjalankan kehidupan.

Hotel yang masih bisa buka dan menerima beberapa wisatawan berusaha melakukan inovasi pemasaran dan produk untuk bisa mendapatkan revenue tambahan dengan harga yang sangat kompetitif dan mampu dijangkau oleh wisatawan domestik. Banyak juga hotel yang berubah dan memperbanyak usaha kuliner dengan menawarkan berbagai produk kuliner dengan kemasan yang menarik, *free delivery*, *cash on delivery* dengan harga yang sangat terjangkau. Begitu juga melakukan marketing dan promosi melalui instagram /IG, facebook, tweeter, dan media lainnya yang bisa memberikan revenue tambahan. Penjualan kamar dengan sistem voucher dilakukan, promosi lewat jalur *networking* yang dimiliki dan *channel* lainnya dilakukan guna menambah pemasukan bagi hotel untuk tetap bisa bertahan dan beroperasi, namun tidak sedikit pula hotel yang terpaksa menutup usahanya dengan berbagai pertimbangan terutama dari sisi ketersediaan keuangan dan anggaran manajemen. Disamping mengusahakan revenue tambahan, manajemen perhotelan juga melakukan pengetatan dari sisi pengeluaran biaya-biaya terutama pada pengeluaran *fix cost* seperti gaji karyawan dan biaya listrik. Pengurangan pengoprasian mesin-mesin, penggunaan lift, pengurangan menyalakan lampu, sangat berpengaruh terhadap tingginya biaya pengeluaran. Segala biaya yang di keluarkan diatur secara ketat dan seminimal mungkin untuk bisa dicadangkan untuk keperluan pada hari-hari berikutnya.

Kondisi pariwisata dan perhotelan di Bali di masa pandemi COVID-19 ini sangat mengawatirkan dan kondisi ini lebih lama dan lebih buruk dari kondisi pada saat terjadinya bom Bali. Sekarang ini para pekerja pariwisata mencari berbagai peluang untuk bisa mencari nafkah tambahan bagi mereka dan keluarganya. Banyak diantara mereka yang beralih profesi dan juga menemukan pengalaman baru seperti menjadi taxi online, berjualan online, membuka usaha kuliner, menjadi buruh bangunan, bertani, berkebun, dan usaha-usaha lainnya yang bisa memberikan nafkah hidup. Kondisi COVID-19 ini memberikan banyak pengaruh negatif secara umum bagi perkembangan pariwisata Bali dan perhotelan mengalami kondisi paling buruk dalam sejarah perkembangan pariwisata Bali, selain meletusnya Gunung Agung dan Bom Bali yang telah terjadi. Dimasa yang akan datang akan terjadi banyak perubahan dari sisi cara dan kebiasaan yang dilaksanakan berkaitan dengan pariwisata. Penerapan protokol kesehatan dan CHSE dalam dunia perhotelan menjadi penting dan menjadi salah satu pertimbangan bagi wisatawan untuk menentukan hotel pilihannya menginap. Sertifikasi CHSE dari kementrian pariwisata akan menjadi hal penting bagi pelaku pariwisata.

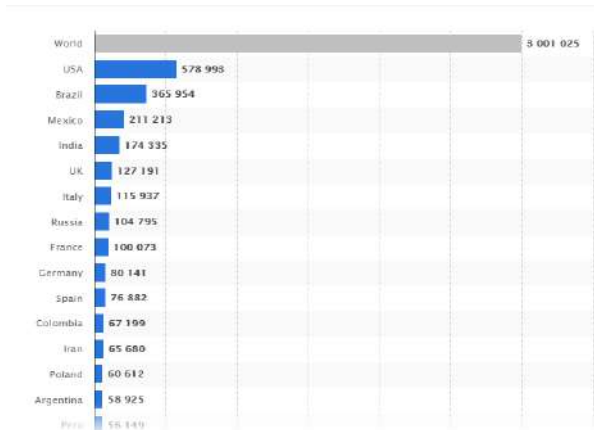
DAFTAR PUSTAKA

- Beech, John, and Simon Chadwick, *The Business of Tourism Management, Financial Times Management*, 2006
<[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00054-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00054-9)>
- Rosidin, Imam, ‘Dampak Virus Corona Di Bali, 800 PHK Dan 46.000 Pekerja Dirumahkan Artikel Ini Telah Tayang Di Kompas.Com Dengan Judul “Dampak Virus Corona Di Bali, 800 PHK Dan 46.000 Pekerja Dirumahkan”, Klik Untuk Baca:
<https://Regional.Kompas.Com/Read/2020/04/13/181115>’,
Www.Kompas.Com, 2020
<<https://regional.kompas.com/read/2020/04/13/18115961/dampak-virus-corona-di-bali-800-phk-dan-46000-pekerja-dirumahkan>> [accessed 8 October 2020]
- Wisnawa, I Made Bayu, Putu Agus Prayogi, and I Ketut Sutapa, *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan* (Denpasar: Deepublish, 2019)
- Yuniningsih, Tri, Titi Darmi, and Susi Sulandari, ‘Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang’, *Journal of Public Sector Innovation*, 3 (2019)
<<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpsi/article/view/4851/0>>

GAYA BAHASA PROMOSI PARIWISATA DI MASA DAN PASCA COVID-19

Indah Puspitasari

Siapa yang tidak mengenal Ncov-19? Novel corona virus 2019 atau yang lebih dikenal covid -19 merupakan virus baru yang muncul di Wubei, China pada awal Desember 2019. Virus ini sangat menggemparkan dunia, karena efek yang ditimbulkannya. Jutaan nyawa melayang, sebut saja negara-negara dengan korban meninggal terbesar yaitu Amerika, Brazil, Mexico, India dan Inggris.



Gambar 1
Negara dengan angka kematian tertinggi di dunia
(Sumber: Statista, 2021)

Gambar 1 di atas menunjukkan bahwa negara dengan kepadatan penduduk tinggi adalah negara yang tinggi korban jiwanya (Amerika). Namun hal yang mengejutkan terjadi di

China. Sebagai negara di mana virus ini ditemukan dan negara dengan populasi yang tinggi, justru angka kematian di negara ini terhitung rendah. Pemerintah China memiliki cara tersendiri untuk dapat melindungi warganya dari bahaya virus ini. Salah satunya adalah ketatnya *lockdown* yang diberlakukan di negara tersebut. Setiap orang wajib mematuhi aturan *lockdown* dengan baik dan rela berbulan-bulan berada di dalam rumah demi terhindar dari virus covid-19.

Apa efek dari covid-19 bagi dunia? Seperti kita ketahui, ini adalah virus baru dan dunia belum menemukan obat yang dapat dengan pasti menyembuhkan. Oleh karena itu, masyarakat merasa jiwanya terancam dengan keberadaan virus ini. Sering kita jumpai di berita televisi atau media sosial, negara-negara di dunia memerintahkan warganya untuk melakukan kegiatan dari dalam rumah (*stay at home*). Ada yang mengistilahkan *lockdown*, *stay at home*, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) atau istilah-istilah lain. Intinya semua istilah itu mengacu pada pelarangan kegiatan di luar rumah.

Setahun berlalu, masyarakat dunia sudah mulai jenuh dengan pembatasan sosial. Perlahan kegiatan berangsur-angsur normal. Jalan, pertokoan, perkantoran menunjukkan geliatnya. Termasuk salah satunya industri pariwisata. Ramalan pengamat ekonomi bahwa akan ada masa di mana masyarakat dengan semangat luar biasa menyerbu pusat-pusat hiburan dan pariwisata. Istilah ini

dinamakan *pent-up demand*. *Pent up demand* adalah permintaan akan sesuatu hal (produk atau jasa) dengan sangat tinggi dan terjadi secara tiba-tiba. Hal ini terjadi karena masyarakat merasa jenuh dengan adanya pembatasan berkegiatan atau *stay at home* dengan durasi berbulan-bulan lamanya.

Sektor pariwisata adalah sektor yang terkena dampak yang cukup besar dari penyebaran virus korona jenis baru ini. Banyak hotel dan tempat wisata yang akhirnya gulung tikar, bahkan ada pula yang menjual aset mereka untuk bisa menutup beban hutang perusahaan. Bagi mereka yang memutuskan untuk bertahan, ada beberapa hal yang mereka lakukan untuk bisa bertahan pada era pandemik ini. Salah satunya adalah dengan melakukan promosi.

Ada banyak media yang bisa digunakan sebagai alat promosi. Media yang paling digemari saat ini adalah promosi melalui media sosial. Industri pariwisata berlomba-lomba mempromosikan destinasi wisata mereka pada era pandemik ini. Hal ini memantik keingintahuan penulis terhadap fenomena yang terjadi saat ini. Gaya bahasa yang seperti apakah yang digunakan untuk mempromosikan pariwisata pada saat pandemik dan setelah pandemik covid-19 di media sosial. Gaya Bahasa apa yang paling dominan digunakan dan faktor yang mempengaruhinya. Semua itu akan dijelaskan di tulisan ini.

Relevansi Teori

Promosi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengenalan (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya). Promosi adalah suatu akitivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Promosi adalah kegiatan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut.

Cara dan media promosi ada banyak sekali, bahkan metode promosi selalu berkembang dari waktu ke waktu. Masyarakat awam sering mendengar dan membaca promosi, baik itu promosi dalam bentuk media cetak, ataupun media non cetak seperti baliho, billboard, radio, televisi, dan internet. Mereka yang memiliki minat yang sesuai dengan iklan atau promosi tersebut umumnya akan membaca informasi yang ada di promosi tersebut lebih lama. Salah satu usaha untuk memperkenalkan destinasi wisata adalah dengan mempromosikannya di media promosi. Saat ini ada banyak media yang digunakan untuk promosi wisata dan salah satunya yang paling dominan adalah menggunakan media sosial seperti facebook, youtube, blog dan Instagram. Media-media sosial tersebut adalah media sosial dengan pengguna

terbanyak di dunia. Sehingga akan sangat besar manfaatnya jika para pelaku industri pariwisata mampu memperkenalkan destinasi wisata mereka di media tersebut.

Gaya Bahasa

Gaya Bahasa menurut Keraf (2004:112) dikenal dalam retorika dengan istilah *style*. Kata *style* diturunkan dari kata Latin stilus, yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Keahlian menggunakan alat ini akan mempengaruhi jelas tidaknya tulisan pada lempengan tadi. Kelak pada waktu penekanan dititikberatkan pada keahlian untuk menulis indah, sehingga *style* diartikan kemampuan dan keahlian menulis atau mempergunakan kata-kata secara indah.

Gaya bahasa adalah cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur berikut: kejujuran, sopan santun, dan menarik (Keraf, 1985: 113). Jadi gaya bahasa merupakan ilmu kebahasaan yang mempunyai ciri yang khas yakni mengandung unsur keindahan serta unik dalam bahasanya. Pengarang mengungkapkan bahasa dalam gaya bahasa menggunakan bahasa yang menarik dan sopan dalam penyampaian supaya diperoleh bahasa yang baik pula.

Jenis-Jenis Gaya Bahasa

Keraf (2004 :115) mengemukakan bahwa jenis-jenis gaya bahasa dapat dibedakan menjadi dua, pertama dilihat dari segi nonbahasa, dan kedua dilihat dari segi bahasa. Dilihat dari segi non bahasa, gaya bahasa dapat dibagi atas tujuh pokok, yaitu berdasarkan:

1. Pengarang
2. Masa
3. Medium
4. Subjek
5. Tempat
6. Hadirin
7. Tujuan

Dilihat dari segi bahasanya, gaya bahasa dibedakan berdasarkan

1. Pilihan kata (resmi, tidak resmi)
2. Nada yang terkandung dalam wacana (sederhana, mulia dan bertenaga)
3. Struktur kalimat (klimaks, antiklimaks, paralelisme, antithesis, repetisi)
4. Langsung tidaknya makna (gaya bahasa retorika dan gaya bahasa kiasan)

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata menurut Keraf (2004: 117) berkaitan dengan mempersoalkan kata mana yang

paling tepat dan sesuai untuk posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat. Dengan kata lain, gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situai tertentu. Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapatlah dibedakan: gaya bahasa resmi (bukan bahasa resmi), gaya bahasa tak resmi, dan gaya bahasa percakapan. Perbedaan antara gaya bahasa resmi dan tak resmi sebenarnya bersifat relatif.

Gaya bahasa berdasarkan nada (tone) menurut Keraf (2004: 121) didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dari pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan. Karena nada itu pertama-tama lahir dari sugesti yang dipancarkan oleh rangkaian kata-kata, sedangkan rangkaian kata-kata itu tunduk pada kaidahkaidah sintaksis yang berlaku, maka nada, pilihan kata, dan struktur kalimat sebenarnya berjalan sejajar. Yang satu akan mempengaruhi yang lain. Dengan latar belakang ini, gaya bahasa dilihat dari sudut nada yang terkandung dalam sebuah wacana, dibagi atas: gaya yang sederhana, gaya mulia dan bertenaga, serta gaya menengah.

Gaya bahasa berikutnya adalah gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat. Menurut Keraf (2004: 124) struktur sebuah

kalimat dapat dijadikan landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Struktur kalimat disini adalah kalimat bagaimana tempat sebuah unsur kalimat yang dipentingkan dalam kalimat tersebut. Ada kalimat yang bersifat periodik, bila bagian yang terpenting atau gagasan yang mendapat penekanan ditempatkan pada akhir kalimat. Ada kalimat yang bersifat kendur, yaitu bila bagian kalimat yang mendapat penekanan ditempatkan pada awal kalimat. Bagian-bagian yang kurang penting atau semakin kurang penting dideretkan sesudah bagian yang dipentingkan tadi. Jenis yang ketiga adalah kalimat berimbang, yaitu kalimat yang mengandung dua bagian kalimat atau lebih yang kedudukannya sama tinggi atau sederajat. Berdasarkan ketiga macam struktur kalimat sebagai yang dikemukakan di atas, maka dapat diperoleh gaya-gaya bahasa sebagai berikut: klimaks, antiklimaks, paralelisme, antitesis, repetisi. Pengelompokkan gaya bahasa dengan menggunakan teori dari Gorys Keraf di atas digunakan karena banyak teori gaya bahasa yang sesuai dengan gaya bahasa yang ditemukan dalam slogan iklan.

Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna Keraf (2004 :129) mengemukakan bahwa gaya bahasa berdasarkan makna diukur dari langsung tidaknya makna, yaitu apakah acuan yang dipakai masih mempertahankan makna denotatifnya atau sudah ada penyimpangan. Bila acuan yang digunakan itu masih mempertahankan makna dasar, maka bahasa itu masih bersifat

polos (makna denotatif). Tetapi bila sudah ada perubahan makna, entah berupa makna konotatif atau sudah menyimpang jauh dari makna denotatifnya, maka acuan itu dianggap sudah memiliki gaya.

Studi Terdahulu

Ada beberapa hasil penelitian tentang analisis gaya bahasa dari beberapa peneliti dunia. diantaranya: Pertama, Yosiana (2012) menjelaskan dalam artikelnya yang berjudul *Stylistics in Tourism Advertising Language in the DestinAsian Magazines*, bahwa ada 50 iklan wisata diambil di majalah. 20 iklan memiliki gaya Bahasa klimaks, 20 iklan menggunakan gaya Bahasa anti klimaks, 5 iklan menggunakan gaya Bahasa antithesis dan 4 iklan menggunakan gaya Bahasa pengulangan.

Kedua, Nina (2020) menjelaskan dalam artikelnya yang berjudul *Analisis Gaya Bahasa Dalam Iklan Pesona Pariwisata NTB Pada Konten Youtube*, bahwa hasil penelitian ini adalah terdapat 26 gaya bahasa yang terdiri dari: 2 gaya metafora, 1 gaya bahasa hiperbola, 8 gaya bahasa personifikasi, 2 gaya bahasa repetisi, 6 gaya aliterasi, 1 gaya bahasa asonasi, 1 gaya bahasa sinekdoke pars pro toto, 2 gaya sinekdoke totem pro toto, 1 gaya bahasa elipsis, dan 2 gaya bahasa denotatif. Gaya bahasa personifikasi banyak digunakan dalam iklan Pesona Pariwisata NTB dengan tujuan memperindah tulisan agar lebih menarik.

Ketiga, Atiko, G. dkk. (2016) menjelaskan dalam artikelnya yang berjudul *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel)* bahwa kementerian Pariwisata RI telah melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan maksimal melalui Instagram untuk meningkatkan wisatawan di Indonesia baik dalam negeri maupun mancanegara. Tahapan pembuatan strategi promosi pariwisata melalui Instagram oleh Kemenpar ini sangat membantu dalam menciptakan *awareness* akan keindahan alam dan keragaman budaya yang dimiliki Indonesia bagi target marketnya.

Ketiga penelitian ini sama-sama mengkaji tentang analisis gaya bahasa dan strategi promosi di berbagai media. Banyak manfaat yang sudah didapat dari penelitian tersebut diatas. Gaya Bahasa yang sering digunakan untuk promosi wisata menurut penelitian-penelitian diatas adalah gaya bahasa antiklimaks untuk media promosi di majalah, gaya bahasa metafora, personifikasi dan aliterasi di youtube.

Gaya Bahasa Promosi Pariwisata pada Masa dan Pasca Covid-19

Penggunaan gaya bahasa khususnya metafora dalam mempromosikan objek wisata adalah sesuatu yang tidak asing karena kegiatan berwisata adalah kegiatan yang mengundang imajinasi, harapan dan pengalaman baru bahkan ada juga yang berwisata dengan tujuan untuk meningkatkan status sosial.

Contoh gaya bahasa metafora terdapat pada sebutan daerah wisata dieng sebagai “negeri di atas awan“. Metafora ini menggambarkan perbandingan suatu objek dengan objek lainnya yang mempunyai karakteristik yang sama dalam bentuk kiasan. Dieng dikenal keindahannya karena lokasinya yang terletak di dataran tinggi dan sering tertutupi oleh kabut layaknya awan. Maka orang-orang menyebutnya sebagai negeri di atas awan.

Saat pandemik covid-19 melanda, tempat-tempat wisata di Indonesia dilarang untuk beroperasi. Semua objek wisata ditutup, sehingga akan sulit sekali mencari objek wisata yang melakukan promosi pada waktu – waktu pelarangan tersebut (sekitar pertengahan tahun 2020). Namun lainnya dengan hotel. Mereka masih tetap diperbolehkan beroperasi dengan protokol kesehatan ketat. Mereka membuat iklan-iklan promosi, seperti salah satu hotel berikut;

1. Promosi Hotel (*WORK FROM HOTEL*)

WORK FROM HOTEL
@ HARRIS Suites fX Sudirman

HARRIS

STAY

HARRIS Room	(Single) IDR 720,000 ^{net}	(Double) IDR 940,000 ^{net}
HARRIS Unique	(Single) IDR 820,000 ^{net}	(Double) IDR 1,040,000 ^{net}
HARRIS Bright	(Single) IDR 870,000 ^{net}	(Double) IDR 1,090,000 ^{net}

Inclusive of:

- Breakfast, Lunch, & Dinner
- 2 pcs of daily laundry for Single room
- 4 pcs of daily laundry for Double room

*Firms & conditions apply. *Prices are net/room/night

TAUZIA

Gambar 1. Promosi hotel

(sumber : www.suara.com)

Dilihat dari struktur non bahasa, iklan promosi hotel ini dibuat oleh hotel itu sendiri, disebar luaskan saat pandemi covid-19 dan media yang digunakan adalah iklan di media sosial dengan tujuan untuk mempromosikan paket menginap *work from hotel*.

Dilihat dari struktur bahasa, iklan ini menggunakan struktur bahasa formal dan gaya bahasa perbandingan prifase, yaitu pada bahasa *work from home* diganti dengan sebuah kata hotel. Kata hotel dalam konteks ini dikiaskan sama dengan *home*. Hal ini maksudkan bahwa selama anda melakukan kegiatan *work from home*, anda juga dapat melakukannya di hotel. Anda akan nyaman bekerja selayaknya di rumah anda sendiri. Selain itu, tulisan *Work from hotel* juga ditulis paling besar diantara tulisan yang lain, yang berarti menekankan pada promosi paket tersebut.

Saat pandemik terjadi, hotel-hotel menuliskan paket- paket yang cukup beragam seperti *work from hotel*, *long stay package* atau *quarantine package for 14 days*.

Setelah covid-19 berlangsung kurang lebih satu tahun, orang-orang menyebutkan dengan era *new normal* (pasca covid). Pemerintah sudah membagikan vaksin kepada masyarakat dan sedikit demi sedikit pemerintah membuka sektor wisata. Geliat wisata mulai terasa lagi. Objek wisata dan hotel pun melakukan promosi untuk menarik wisatawan berkunjung.

2. Promosi wisata (*New Normal New Adventure*)



Gambar 2. Promosi wisata Pangandaran

(sumber : Instagram Iklanwisata)

Dilihat dari sisi non bahasa, iklan ini dibuat oleh salah satu biro wisata yang menawarkan paket wisata di pangandaran. Promosi dilakukan bulan oktober 2020 hampir satu tahun setelah

covid-19 menyebar ke seluruh dunia. Media yang digunakan adalah iklan di media sosial dengan tujuan untuk mempromosikan paket wisata pangandaran.

Dilihat dari struktur bahasa, iklan ini menggunakan struktur bahasa formal. Sedangkan bahasa yang digunakan untuk mempromosikan paket wisata tersebut adalah menuliskan kata *New Normal*, *New Adventure* dengan ukuran huruf yang besar. Penulis menggunakan gaya bahasa metafora, yaitu mengkiaskan *new normal* (tatanan hidup baru) sebagai *New Adventure* (petualangan baru). Harapannya dengan gaya bahasa seperti itu, pembaca akan memahami bahwa mereka sudah menerapkan wisata sehat dan aman untuk dikunjungi.

3. Promosi Wisata (*Ayo Piknik Biar Gak Panik*)



Gambar 3. Iklan promosi wisata Banyuwangi

(sumber : Instagram Iklanwisata)

Dilihat dari sisi non bahasa, iklan ini dibuat oleh salah satu biro wisata yang menawarkan paket wisata di Banyuwangi. Media yang digunakan adalah iklan di media sosial dengan tujuan untuk mempromosikan paket wisata ke Banyuwangi.

Dilihat dari struktur bahasa, iklan ini menggunakan struktur bahasa non formal karena penulis menggunakan kata *GAK* dalam iklannya sekaligus digunakan sebagai *hashtag* promosi wisata mereka. Sedangkan gaya bahasa yang digunakan untuk

mempromosikan paket wisata tersebut adalah dengan menuliskan *hashtag* *Ayo Piknik Biar Gak Panik* yang merupakan gaya bahasa aliterasi, yaitu gaya bahasa yang mengaju pada pengulangan konsonan yang sama (piknik-panik). Hal itu dilakukan agar mudah diingat atau mudah mengena di hati pembaca.

4. Promosi wisata (*Yuk Liburan Lagi, Mau #Liburan lagi? Cara liburan murah setelah pandemi corona*)



Gambar 4. Iklan Promosi tiket wisata
(sumber : Instagram Iklanwisata)

Dilihat dari struktur non bahasa, iklan promosi tiket wisata ini dibuat oleh sebuah website penjualan tiket wisata, disebarkan luaskan setelah pandemi covid-19 dan media yang digunakan adalah iklan di website dan di media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan tiket wisata dengan diskon sampai dengan 65%.

Dilihat dari struktur bahasa, iklan ini menggunakan bahasa formal dan gaya bahasa dengan struktur kalimat repetisi, yaitu

pada kata *liburan* selalu diulang-ulang dalam promosi penjualan tiket ini (*Yuk Liburan Lagi, Mau Liburan lagi? Cara liburan murah setelah pandemi corona*). Hal ini bertujuan untuk membujuk atau meyakinkan pembaca bahwa sekarang saatnya liburan dan segera membeli tiketnya karena ada diskon besar-besaran. Banyak sekali tempat wisata atau agen penjualan tiket wisata yang menawarkan pembelian tiket saat ini, namun dapat digunakan di lain waktu (sesuai batas waktu). Mereka ada yang menggunakan bahasa *Pay Now, Holiday Later* ada juga yang menulis *Pesan Tiket Hari Ini, Pakainya Bisa Nanti*. Mereka melakukan ini untuk menunjukkan fleksibilitas sektor pariwisata terhadap situasi dan kondisi yang terjadi. Sehingga, mereka berharap promosi tersebut dapat mendongkrak dan memulihkan sektor pariwisata agar segera kembali seperti sedia kala.

Dari beberapa contoh promosi pariwisata diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas struktur bahasa yang digunakan adalah bahasa formal dan dengan gaya bahasa yang digunakan meliputi gaya bahasa *prifase*, *metafora*, *aliterasi* dan *repetisi*. Dari beberapa contoh promosi pariwisata ini terlihat tidak adanya dominasi gaya bahasa yang digunakan. Hal ini dikarenakan mereka melakukan penyesuaian dengan kebutuhan dan konteks promosi produk mereka.

Daftar Pustaka

- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel)*. Jurnal Socioteknologi | Vol. 15, No 3, Desember 2016.
- Carroll, Michael.(2007). *Developing a new Curriculum for Adult Learners*.TESOL: Virginia, USA.
- Elflein, John. (2021). COVID -19 deaths worldwide as of April 26,2021, by Country. <https://www.statista.com/statistics/1093256/novel-coronavirus-2019ncov-deaths-worldwide-by-country/>
- Hammond and Burns. 1992. *English for Social Purposes*. National Centre for English Language Teaching and Research: Sydney.
- Keraf, Gorys. (1985). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia.
- Keraf, Gorys. (2004). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nina. (2020). *Analisis Gaya Bahasa Dalam Iklan Pesona Pariwisata Ntb Pada Konten Youtube*. Vol.9 No.1 Juni 2020 Hospitality Journal <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>. 9(1), 71–76.
- Nirwana, T. P., Saleh, A., & Matindas, K. (2016). *Pengaruh Penyajian Visual Dan Gaya Bahasa Pada Video Tentang Pariwisata Di Kabupaten Garut Terhadap Peningkatan Pengetahuan*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 14(2), 153–165. <https://doi.org/10.46937/14201613766>
- Pamungkas, K., & Sujatna, E. T. S. (2016). *Figurative Meaning in Promotion Texts of Nature Tourism Object: a Study in Garut Regency, West Java-Indonesia*. February, 163–171. http://www.ocerint.org/intcess16_publication/papers/216.pdf
- Pamungkas, Kasno. (2016). *Peran Linguistik dalam Promosi Pariwisata*. Departemen Linguistik. Universitas Padjadjaran.

- Ri'aeni, I. (2015). *Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 187–197. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art5>
- Rossa, Vania. (2020). Lima Promo Work from Hotel buat kamu yang jenuh WFH. <https://www.suara.com/lifestyle/2020/09/18/173845/5-promo-work-from-hotel-di-jakarta-buat-kamu-yang-jenuh-wfh?page=all>
- Sezerel, H., & Taşdelen, B. (2016). *The Symbolic Representation of Tourism Destinations: A Semiotic Analysis*. February 2018, 73–86. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0087-4_5
- Widyanto, H. (2018). *Dalam Iklan Barang Dan Iklan Jasa Koran Pontianak Post Edisi Oktober 2016 Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia Dalam Iklan Barang Dan Iklan Jasa Koran Pontia*. Unpublished work.
- Yoeti, (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Yosiana, Mariska. (2012) *Stylistics in Tourism Advertising Language in the DestinAsian Magazines*. (n.d.). https://www.academia.edu/1993800/Stylistics_in_Tourism_Advertising_Language_in_the_DestinAsian_Magazines

TANTANGAN BAGI PENDIDIKAN DI BIDANG PARIWISATA PASCA COVID-19

Denok Lestari
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
denoklestari@ipb-intl.ac.id

Pendahuluan

Wabah pandemi COVID-19 secara tidak terduga telah sangat berpengaruh terhadap masyarakat dan ekonomi. Berkenaan dengan industri perhotelan, selain bahaya kesehatan bagi tamu dan karyawan dan kekhawatiran akan kesejahteraan semua, pembatasan perjalanan telah menghantam industri ini dengan sangat keras di seluruh dunia. Namun, ini bukan krisis pertama yang melanda industri perhotelan dan ini bukan tantangan terakhir yang harus dihadapi. Krisis Covid-19, telah membuat kita semua bertanya-tanya seperti apa pariwisata di masa depan. Inilah saatnya untuk meningkatkan pelatihan dan kolaborasi serta menempatkan kebutuhan generasi muda sebagai prioritas utama.

Pendidikan sebagai “sumber daya terbarukan terbesar bagi umat manusia” bertujuan untuk mengubah kerugian selama pandemi COVID-19, menjadi kesempatan membentuk individu yang lebih tangguh, adaptif, dan inovatif (Jamerson & Mitchell, 2020; Karp & McGowan, 2020; Jordan, 2020, Pinaz et al, 2020).

UNESCO telah merumuskan sembilan ide kunci sebagai navigasi untuk melewati krisis COVID-19, dengan cara membangun kembali prinsip-prinsip inti dan kekuatan di sektor ekonomi, masyarakat dan sistem pendidikan. Dalam pembaruan dan pencitraan ulang pendidikan, interaksi manusia dan kesejahteraan harus menjadi prioritas bersama.

Trend Pariwisata pasca COVID-19

Pandemi COVID-19 yang tengah melanda seluruh dunia telah mengakibatkan prospek sektor pariwisata internasional turun hingga 80% dibandingkan tahun 2020. Banyak negara kini mengembangkan langkah-langkah untuk membangun ekonomi pariwisata yang lebih tangguh pasca COVID-19. Pemerintah Indonesia juga telah mengambil berbagai tindakan untuk melindungi bisnis pariwisata di nusantara, termasuk mempersiapkan rencana untuk mendukung pemulihan pariwisata yang berkelanjutan, dan mempromosikan transisi digital.

Tren pariwisata di masa mendatang adalah penggunaan aplikasi nonkontak, di mana wisatawan akan terlebih dahulu menggunakan Google dan berbagai situs penunjang pariwisata dalam merencanakan perjalanan. Selanjutnya, mereka akan memanfaatkan teknologi dengan memesan perjalanan sebelum menikmati liburan dan membagikan pengalaman mereka melalui

teknologi. Operator tur dan pelaku bisnis tradisional dapat berfokus pada digitalisasi dan internet.

Meskipun pengembangan aplikasi akan memakan waktu lama, pelaku industri pariwisata akan mampu memanfaatkan teknologi guna menjangkau target pasar wisatawannya. Penggunaan teknologi diyakini dapat mengurangi biaya tenaga kerja, mengurangi biaya pemeliharaan, dan memudahkan pelaku industri pariwisata dalam memberikan informasi yang transparan demi kenyamanan wisatawan. Penggunaan teknologi yang dikombinasikan dengan layanan *online travel agent* juga akan meningkatkan keinginan wisatawan untuk merancang perjalanan mereka, serta memberikan pengalaman unik bagi wisatawan, di samping jaminan keamanan dan kesehatan ketika berada di destinasi wisata.

Tantangan dunia Pendidikan Pasca COVID-19

Menyadari kenyataan bahwa kita tidak mungkin kembali ke kehidupan sebelum pandemi, maka perlu disiapkan solusi alternatif untuk menjawab tantangan di masa depan (Kalantzy et al, 2021). COVID-19 telah berdampak secara signifikan pada sektor pendidikan, tidak hanya pada siswa tetapi juga guru dan keluarga mereka. Institusi pendidikan berusaha mencari cara baru untuk menyebarkan pengetahuan dengan mematuhi protokol jarak sosial dan sanitasi untuk meminimalkan penyebaran COVID-19. Penerapan mode pengajaran dan pembelajaran yang inovatif tidak hanya menghasilkan tantangan yang berat bagi para guru tetapi juga bagi siswa.

Pembelajaran menggunakan teknologi digital di awal masa pandemi sangat mengkhawatirkan karena masyarakat belum sepenuhnya siap ketika COVID-19 terjadi. Sebelumnya, para guru memperdebatkan dan mendiskusikan transformasi digital, tetapi banyak yang tetap tidak yakin tentang hal itu. Pendidikan online diklaim tidak dapat menggantikan pengajaran di kelas yang sebenarnya karena kurangnya interaksi tatap muka. cara kita mengakses / menyampaikan informasi, menyebarkan pengetahuan, dan cara belajar telah berubah. Pandemi COVID-19 dan dampaknya pada kehidupan kita telah meningkatkan

kebutuhan untuk mengadopsi cara-cara inovatif untuk mendapatkan layanan pendidikan di semua jenjang.

Prinsip Pendidikan di Masa Post COVID-19

Melihat tantangan di masa mendatang yang telah menanti di sektor pendidikan, UNESCO merumuskan sembilan prinsip dasar bagi pembelajaran pasca COVID-19, berdasarkan keyakinan bahwa sistem pendidikan akan kembali normal dalam fungsinya (UNESCO, 2020).

1. Berkomitmen untuk memperkuat pendidikan demi kebaikan bersama. Komitmen ini berarti memahami bahwa pendidikan tidak hanya ditujukan bagi anak-anak dan generasi muda, tetapi seluruh lapisan masyarakat pada umumnya. Pandemi global telah menunjukkan bahwa setiap orang dari segala usia sekarang perlu belajar menciptakan inovasi untuk menata kembali kehidupan sosial, ekonomi dan politik.
2. Memperluas definisi hak atas pendidikan untuk mendapatkan akses ke sumber pengetahuan dan informasi tentang cara-cara hak atas pendidikan.
3. Menghargai profesi guru dan kolaborasi antar guru. Telah ada inovasi luar biasa dalam tanggapan pendidik terhadap krisis COVID-19 yang menunjukkan otonomi dan fleksibilitas bertindak secara kolaboratif, termasuk

keterlibatan dengan berbagai pemangku kepentingan pendidikan.

4. Mendukung partisipasi dan hak siswa, remaja dan anak-anak. Prinsip keadilan dan demokrasi memaksa kita untuk memprioritaskan partisipasi siswa dan generasi muda. Setiap orang memiliki tanggung jawab atas pendidikan, dari pejabat pemerintah hingga guru hingga orang tua, untuk bersama-sama membangun perubahan yang diinginkan.
5. Melindungi ruang sosial dalam transformasi pendidikan. Semua pemangku kepentingan pendidikan dihimbau untuk melindungi dan mengubah sekolah menjadi ruang-waktu yang terpisah, spesifik dan berbeda dari sebelumnya. Perluasan pemahaman sosial karena ada akuisisi keterampilan, kompetensi dan pengetahuan. Dunia pendidikan saat ini sedang mengalami transformasi radikal. Banyak perubahan yang telah berkembang selama beberapa waktu telah dipercepat dengan pandemi. Peningkatan kesadaran dan apresiasi sekolah dapat dijadikan sebagai dasar untuk kebangkitan baru pendidikan publik, yang mengubah gagasan tentang sekolah.
6. Teknologi yang tersedia untuk guru dan murid. Kolaborasi global di antara pemerintah, filantropi, dan organisasi nirlaba untuk mengembangkan dan mendistribusikan

sumber daya pendidikan sangatlah penting untuk menunjang kemampuan peserta didik adalah satu-satunya tujuan. Perangkat digital yang ringan dan portabel telah mengubah cara pengetahuan beredar di dalam masyarakat. Selama masa krisis COVID-19, teknologi pembelajaran digital telah tumbuh secara eksponensial.

7. Menanamkan literasi ilmiah dalam kurikulum. Kini adalah waktu yang tepat untuk refleksi mendalam tentang kurikulum, terutama saat kita berjuang melawan penolakan pengetahuan ilmiah dan secara aktif melawan misinformasi. Para pemangku kepentingan pendidikan untuk memprioritaskan literasi ilmiah yang mengeksplorasi hubungan antara fakta dan pengetahuan, serta mampu mengarahkan siswa untuk memahami dan menempatkan diri mereka di dunia yang kompleks.
8. Mengatur pembiayaan pendidikan di tingkat nasional dan internasional. Pandemi memiliki kekuatan untuk merusak kemajuan beberapa dekade. Pemerintah, organisasi internasional, dan semua mitra pendidikan harus menyadari kebutuhan untuk memperkuat kesehatan masyarakat dan layanan sosial, tetapi secara bersamaan memobilisasi perlindungan pendidikan publik dan pembiayaannya.
9. Tingkatkan solidaritas global untuk mengakhiri ketidaksetaraan saat ini. COVID-19 telah menunjukkan

kepada kita sejauh mana masyarakat kita mengeksploitasi ketidakseimbangan kekuatan dan sistem global kita mengeksploitasi ketidaksetaraan. Komisi menyerukan komitmen baru untuk kerja sama internasional dan multilateralisme, dengan asas empati dan penghargaan terhadap kemanusiaan sebagai intinya. COVID-19 memberi kita tantangan dan tanggung jawab nyata.

Pendidikan Pariwisata Pasca COVID-19

Memahami bahwa pendidikan dan trend pariwisata telah mengalami transformasi yang sangat signifikan sebagai dampak dari pandemi, kini penyelenggara pendidikan di bidang pariwisata harus mempersiapkan para siswanya agar mampu menghadapi segala tantangan secara profesional. Keahlian ekstra yang dibutuhkan oleh siswa yang menekuni bidang pariwisata di masa mendatang adalah Pengelolaan Pengalaman Wisatawan, Pengelolaan Fasilitas Wisata, Simulasi Bisnis Pariwisata, Kecerdasan Emosi dan Soft Skills (Sharma, 2020).

Institusi Pendidikan kini harus melakukan modifikasi dalam kurikulum kursus. Pengembangan kurikulum perlu memperhatikan rasa tanggung jawab sekaligus mempersiapkan siswa untuk bekerja di industri secara profesional. Para pendidik perlu menambahkan kosakata dan prosedur model baru yang digunakan oleh industri perhotelan seperti "bersih secara klinis" dan "pembersihan yang disanitasi" bersama dengan arti kebersihan secara estetika dan keamanan umum (Kaushal, 2021) Memberikan layanan tanpa kontak kepada tamu terutama saat menyajikan makanan, dan perawatan higienis saat menyiapkan makanan. Manajemen biaya selama periode krisis, difokuskan pada fitur pendaftaran mandiri dan layanan mandiri menggunakan teknologi terbaru (Thomas et al, 2021).

Penutup

COVID-19 telah memberikan tantangan luar biasa yang menyertai ketidakpastian telah sepenuhnya terekspos dalam beberapa bulan terakhir. Tapi, COVID-19 telah mengingatkan umat manusia bahwa ketidakpastian juga mengandung potensi besar untuk membangkitkan kesadaran, kepekaan terhadap saling ketergantungan kita, dan menjadi sumber harapan bagi kemajuan pendidikan. Mobilisasi dan partisipasi semua pihak sangat dibutuhkan dalam membangun masa depan dunia pendidikan.

Referensi

- International Commission on the Futures of Education. 2020. Education in a post-COVID world: Nine ideas for public action. Paris: UNESCO
- Jamerson J, Mitchell J (2020). "Student-Loan Debt Relief Offers Support to an Economy Battered by Coronavirus". *Wall Street Journal*. ISSN 0099-9660. Diakses tanggal 02-04-2021. <https://www.wsj.com/articles/student-loan-debt-relief-offers-support-to-an-economy-battered-by-coronavirus-11584735842>
- Jordan, C (2020). "Coronavirus outbreak shining an even brighter light on internet disparities in rural America". The Hill. Diakses tanggal 25-4-2021. <https://thehill.com/blogs/congress-blog/technology/488848-coronavirus-outbreak-shining-an-even-brighter-light-on>
- Kalantzy, F (2020) Impact of pandemic on tourism and education. <https://ied.eu/project-updates/impact-of-pandemic-on-tourism-and-education/>
- Karp P, McGowan M (2020). "'Clear as mud': schools ask for online learning help as coronavirus policy confusion

persists". *The Guardian*. Diakses tanggal 27-04-2021.
<https://www.theguardian.com/australia-news/2020/mar/24/clear-as-mud-schools-ask-foronline-learning-help-as-coronavirus-policy-confusion-persists>

LEKSIKON KEPADIAN SEBAGAI ASET BUDAYA UNTUK PENGEMBANGAN EKOWISATA DI KOTA LUMBUNG PADI

Sigit Widiatmoko

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mengalami imbas dari merebaknya virus Covid-19. Selama masa pandemi, telah terjadi penurunan angka kunjungan wisatawan yang disebabkan adanya kebijakan pemerintah untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan penutupan akses masuk bagi wisatawan asing ke Indonesia. Padahal banyak masyarakat yang menggantungkan hidup dari sektor pariwisata. Selama kurang lebih satu tahun, perekonomian pun sempat melemah. Akan tetapi, kehadiran vaksin di awal tahun 2021 memberikan harapan untuk proses pemulihan sektor pariwisata demi peningkatan kesejahteraan bersama kembali.

Selama pandemi, masyarakat dibatasi untuk beraktivitas di luar rumah. Kejenuhan pun sempat melanda masyarakat hingga ada yang mengalami stres. Dengan penerapan protokol kesehatan, akhirnya tempat wisata pun dibuka dan dapat kembali dikunjungi. Kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan tempat liburan bersama keluarga yang terjangkau dari segi harga maupun jarak, mendorong kebangkitan pariwisata berbasis potensi

lingkungan hidup di sekitar. Para wisatawan tidak perlu ke luar kota untuk bisa menikmati kebersamaan dengan keluarga.

Tren wisata memang sedang mengalami perubahan menuju kegiatan wisata berbasis lingkungan hidup. Konsep ini biasa disebut ekowisata. Menurut Satria (2009: 38), ekowisata dapat didefinisikan sebagai suatu konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, sehingga memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Dalam konsep ekowisata, lingkungan hidup (alam dan budaya) bukan hanya digunakan melalui pendekatan pemanfaatan saja, namun juga mempergunakan pendekatan pelestarian. Kedua pendekatan ini dilaksanakan bersamaan, namun tetap menitikberatkan pelestarian dibanding pemanfaatan.

Dalam konsep ekowisata, pola pikir dan pola tindak pengelola harus mempunyai keberpihakan kepada masyarakat setempat agar mampu mempertahankan budaya lokal dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan mereka. Menurut Damanik dan Weber (dalam Sugiharto, 2018: 72), masyarakat lokal yang bermukim di areal wisata merupakan salah satu pemain kunci dalam ekowisata karena mereka akan menyajikan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Sugiharto (2018: 73) menambahkan bahwa ekowisata sangat menghargai

lokalitas. Lokalitas tersebut dapat muncul pada ritual adat, kerajinan tangan, bahkan pengelolaan lahan secara tradisional.

Dalam catatan sejarah, Karawang telah dijadikan wilayah basis pertahanan sejak masa kekuasaan Kerajaan Mataram. Selain itu, wilayah yang berada di dataran rendah ini dijadikan kawasan ketahanan pangan bagi Kerajaan Mataram karena kesuburan tanah gambutnya yang cocok ditanami tanaman padi. Bentangan sawah yang luas dan produksi padi yang melimpah pernah membuat kabupaten di Jawa Barat ini dinobatkan sebagai Kota Lumbung Padi Nasional. Namun, perubahan kebijakan arah pembangunan menjadi kota industri, membuat kabupaten yang merupakan wilayah hilir Sungai Citarum ini terancam kehilangan gelar tersebut.

Pembangunan kawasan-kawasan industri di Karawang mengusur luas pesawahan secara tidak langsung. Ratusan pabrik memang tidak dibangun di kawasan pertanian, namun kebutuhan primer para pekerjanya yang didominasi oleh pendatang dari daerah lain mendorong pembangunan hunian di kawasan pertanian. Perubahan ekologi dari lahan pesawahan menjadi perumahan ini dapat mengakibatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat dalam pengolahan lahan pesawahan yang telah dilakukan sejak ratusan tahun silam lambat laun kian memudar. Oleh karena itu, pengolahan lahan pertanian berupa sawah yang merupakan khasanah budaya lokal ini mesti dilestarikan agar

generasi di masa depan tetap dapat mengetahui budaya bertani, khususnya pertanian padi di Karawang.

Pelestarian budaya merupakan salah satu pendekatan dari konsep ekowisata. Salah satu hal yang penting dilakukan sebagai upaya pelestarian budaya bertani adalah inventarisasi bahasa terkait pertanian padi (kepadian). Oktovianny (2020: 209) menyatakan bahwa bahasa merupakan produk perkembangan sebuah budaya yang memiliki kekuatan dan keunikan yang diwujudkan di dalam leksikon. Leksikon suatu bahasa dapat mencerminkan masyarakatnya. Menurut Widiatmoko (2020: 503), masyarakat Sunda (dalam konteks ini: Karawang) yang agraris sangat dekat dengan alam sekitarnya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 805), leksikon adalah kosa kata, komponen bahasa yang memuat semua informasi tentang makna dan pemakaian kata dalam bahasa; kekayaan kata yang dimiliki suatu bahasa. Boas (dalam Dimmendaal, 2016: 13) menyatakan, leksikon atau kata mewakili sebuah konsep yang dapat memberi nama atau merujuk pada suatu objek. Sejalan dengan pengertian tersebut, Septevany (2019: 10) mengungkapkan bahwa leksikon kepadian adalah sebuah fenomena kebahasaan yang dibentuk oleh lingkungan sosial budaya dan alam serta ideologi komunitas penuturnya. Leksikon kepadian memuat semua informasi tentang makna kata yang

merupakan bagian dari bahasa dalam lingkungan sawah atau pertanian padi.

Dalam ilmu linguistik, terdapat kajian yang mengaitkan bahasa dengan lingkungan alam (ekologi), yaitu ekolinguistik. Menurut Derni (2008: 22) ekolinguistik adalah ilmu yang mempelajari bahasa menurut lingkungan penggunaannya. Steffensen dan Fill (2014: 7) mengungkapkan ekologi bahasa diinterpretasikan berbeda oleh para ahli. Beberapa di antaranya menginterpretasikan bahwa bahasa hidup dalam ekologi sosial-budaya. Berdasarkan pemahaman tersebut, para ahli menyelidiki bagaimana bahasa berhubungan dengan sosial dan budaya yang membentuk kondisi penutur dan komunitas tutur. Hal ini berarti bahasa dan budaya memiliki keterkaitan dengan lingkungan. Hal serupa disampaikan juga oleh Stibbe (2015: 8) bahwa kajian ekolinguistik berusaha mengungkapkan bagaimana kata dalam sebuah bahasa terhubung dengan objek di lingkungan sekitarnya. Karmakar (2020: 67) menyatakan bahwa di wilayah yang memiliki keragaman bahasa dan budaya, keanekaragaman hayati pun tinggi, begitu pula sebaliknya. Keanekaragaman hayati dan keanekaragaman bahasa merupakan manifestasi dari keanekaragaman sistem kehidupan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pandangan Mbete (2020: 3) yang mengungkapkan bahwa ekolinguistik membedah dan menemukan fakta-fakta kebahasaan yang potensial menunjang perkembangan dan

pengembangan ekowisata khususnya dan pariwisata umumnya. Fakta-fakta kebahasaan merekam sumber informasi dan pengetahuan masyarakat lokal yang memiliki keunikan masing-masing wilayah.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif ini berupaya mendeskripsikan leksikon kepadian yang digunakan oleh masyarakat di Karawang sebagai aset budaya untuk pengembangan ekowisata. Pengumpulan data dilakukan melalui studi putaka dan melakukan observasi langsung serta wawancara secara mendalam.

LEKSIKON KEPADIAN SEBAGAI ASET BUDAYA

Bertani (bercocok tanam) merupakan salah satu unsur kebudayaan (Koetjaraningrat, 2005 : 203). Konsep budaya bertani masyarakat Karawang terekam dalam komponen bahasa berupa leksikon kepadian. Berdasarkan hasil analisis maknanya, leksikon kepadian yang digunakan oleh masyarakat Karawang mengacu pada a) proses dan aktivitas, b) peralatan dan perlengkapan, c) sistem kepemilikan, d) musim dan masa tanam, e) ritual dan tradisi, serta f) hama dan penyakit. Berikut ini data leksikon kepadian.

a) **Proses dan aktivitas**

121 | Book Chapter

<i>pabibitan</i>	proses pembibitan
<i>ngeueum</i>	merendam benih padi yang akan ditanam
<i>nyekep</i>	menyemai benih sampai tunas padi tumbuh
<i>nyebar</i>	menebar tunas padi di lahan yang sudah disiapkan
<i>ngocorkeun cai</i>	mengalirkan air dari saluran irigasi
<i>ngabaladah</i>	melakukan proses pengolahan tanah sawah tahap awal
<i>narektor</i>	menggunakan mesin traktor untuk mengolah tanah sawah
<i>nampingan</i>	membersihkan area pematang sawah
<i>mopok</i>	merapikan kembali area pematang sawah
<i>malenan</i>	melakukan proses pengolahan tanah sawah tahap kedua (akhir)
<i>ngaleleran</i>	meratakan tanah sawah agar lebih rapi
<i>neplak</i>	memberi garis-garis membentuk kotak untuk menandai peletakan padi tanah sawah
<i>nandur</i>	menanam tanaman padi di lahan sawah
<i>ngagemuk</i>	memberi pupuk dengan menebarkannya ke tanaman padi
<i>nyemprot</i>	menyemprotkan obat-obatan untuk mengusir hama, baik serangga maupun rumput
<i>ngababat</i>	membersihkan rerumputan yang ada di pematang sawah dengan cara ditebas
<i>ngarambet</i>	membersihkan rerumputan yang tumbuh di lahan sawah dengan cara dicabut
<i>ngayuman</i>	menanam tanaman padi pada bagian

Dari leksikon kepadian tersebut dapat terlihat bahwa menanam padi membutuhkan proses yang panjang dan aktivitas yang banyak. Segala aktivitas pertanian tersebut didukung oleh peralatan dan perlengkapan yang dapat memudahkan pelaksanaan proses tersebut. Berikut ini uraian proses penanaman padi hingga panen.

a. Tahap Pratanam

Tahap pratanam dikenal dengan *pabibitan*. Tahap ini diawali dengan *ngocorkeun cai* dari saluran irigasi. Sistem irigasi di Karawang telah didesain sejak zaman kerajaan dan telah disempurnakan pada masa kolonial agar dapat memenuhi kebutuhan air untuk pesawahan. Setelah lahan sawah dipenuhi air, aktivitas selanjutnya adalah *ngabaladah*. Aktivitas ini merupakan tahapan awal dalam penggarapan lahan sawah. Karena sebelumnya tanah kering dan keras, pengolahan pun dilakukan dengan proses *narektor* dan menggunakan mesin *tarektor*.

Aktivitas tahap pratanam selanjutnya adalah *nampingan* pematang sawah dengan *arit* dan *pacul*. Aktivitas ini dilakukan untuk membersihkan *galengan* ‘pematang sawah’ dari rerumputan serta untuk mengusir hewan-hewan pengganggu yang biasa membuat lubang-lubang di pematang, seperti tikus. Setelah selesai *nampingan*, aktivitas pun dilanjutkan dengan *mopok* yang berarti merapikan kembali pematang sawah agar berfungsi dengan

semestinya. Caranya yaitu menambahkan tanah lumpur sawah pada pematang sawah dengan menggunakan *pacul*, lalu ditekan menggunakan kaki hingga padat.

Tahap kedua (akhir) dalam pratanam adalah *malenan*. Tujuannya adalah merapikan tanah sawah yang masih berantakan akibat ditaraktor. Pada tahap ini, aktivitas yang dilakukan yaitu *ngaleleran* dengan menggunakan alat sederhana terbuat dari bambu dan kayu yang disebut *leleran*. Alat ini didorong seperti alat pengepel lantai untuk membuat tanah yang tidak beraturan menjadi rata. Aktivitas selanjutnya adalah *neplak* yang menggunakan alat mirip dengan *leleran*, namun memiliki fungsi membuat garis kotak-kotak. Garis kotak-kotak ini dibuat sebagai titik penanda padi ditanam yang disebut *dapur*.

Di lain sisi, pada tahap kedua pratanam ini, bibit padi disemai. Penyemaian dimulai dengan proses *ngeueum* selama dua hari dua malam. Setelah itu, benih padi diangkat dari rendaman dan diangin-anginkan agar padi tidak busuk karena terlalu lama direndam air. Kemudian, *nyekep* pun dilakukan hingga tumbuh tunas padi. Lalu, dilakukan proses *nyebar* tunas padi di *gugulaan* ‘lahan yang merupakan bagian kecil dari lahan sawah’.

b. Tahap Penanaman

Setelah melalui proses persiapan (pratanam) yang panjang, padi pun siap untuk ditanam. Proses pertama tahap penanaman

adalah *nandur*. Setelah 15 hari di *gugulaan*, padi pun selanjutnya ditanam dengan proses *nandur*. Proses ini dilakukan dengan menanam segenggam tanaman padi pada *dapuran* yang telah tersedia saat proses *neplak*.

Selama masa tanam, tanaman padi perlu dirawat. Perawatan dilakukan dengan proses *ngagemuk*, *nyemprot*, *ngababat*, dan *ngarambet*. *Ngagemuk* merupakan aktivitas pemberian pupuk pada tanaman. Pemberian pupuk dimaksudkan untuk meningkatkan kesuburan tanaman padi. *Ngagemuk* biasa dilakukan sejak 10-15 hari dari proses *nandur*, bahkan bisa juga sejak *nyebar* tanaman padi di *gugulaan*.

Selain diperhatikan kesuburannya, tanaman padi harus dijaga dari hama yang dapat mengganggu. Maka dari itu, perlu dilakukan *nyemprot* dengan *panyemprot* berupa tabung yang digendong di punggung dan memiliki tuas pompa. Alat tersebut diisi berbagai obat hama serangga, seperti *kukupu* dan *wereng*. *Nyemprot* padi dilakukan mulai 21-22 hari setelah *nandur* dan terus dilakukan secara rutin setiap 7-10 hari tergantung kondisi hama sampai masa panen tiba.

Hama pengganggu tanaman padi bukan hanya serangga, namun juga rerumputan (*gulma*). Jika banyak rumput yang tumbuh, kandungan nutrisi tanah akan diserap oleh rumput. Oleh karena itu, proses perawatannya dilakukan *ngababat* dan *ngarambet*. *Ngababat* dilakukan untuk memotong atau menebas

rumpun yang tumbuh di pematang sawah menggunakan sebilah pedang. *Ngarambet* merupakan aktivitas mencabut rumput-rumput yang tumbuh di lahan sawah. Selama tahap penanaman, aktivitas *ngarambet* dilakukan dua kali, yaitu pada hari ke-15 dan hari ke-30 setelah *nandur*. Jika rumput tumbuh kembali, *ngarambet* bisa dilakukan lagi.

Dalam tahap penanaman, terkadang tidak semua tanaman dapat hidup. Beberapa faktor menyebabkan tanaman padi pada satu *dapuran* mati. Tanaman padi yang mati pun dicabut dan dibuang. Untuk mengisi kekosongan *dapuran*, dilakukan aktivitas *ngayuman*. *Ngayuman* merupakan aktivitas menanam kembali pada *dapuran* yang kosong dengan cara membagi dua tanaman padi pada *dapuran* terdekat yang sehat, lalu setengah bagiannya ditanam di *dapuran* yang kosong tersebut.

c. Tahap Pascatanam

Setelah penanaman selama 100-120 hari dan padi sudah menguning, tiba saatnya untuk *manen*. Proses *manen* pun dimulai dengan aktivitas *ngarit* padi dengan *arit* yang tajam. Kemudian, padi dilepaskan dari tangkai-tangkainya melalui aktivitas *ngarontog* dengan mesin *komben*. Padi pun secara otomatis masuk ke dalam karung-karung yang telah disediakan.

Padi dalam karung kemudian diangkut menggunakan sepeda motor khusus. Kegiatan *ngangkut* ini dilakukan oleh ojek

angkutan yang dibayar berdasarkan jumlah karung yang telah diangkut. Semakin jauh lokasi antara rumah dan sawah, biaya pun semakin besar. Lalu, padi yang sudah dikumpulkan ditimbang. Proses *nimbang* dilakukan oleh pihak pertama sebagai pemilik sawah dan disaksikan oleh pihak kedua untuk mendapat bagi hasil.

Proses berikutnya adalah *moe* padi selama 2 hari atau lebih, tergantung terik matahari, sampai isi padi kering sempurna. Proses terakhir dari aktivitas kepadian adalah *ngaheler*. Proses ini merupakan aktivitas mengupas kulit padi sehingga menjadi beras dengan mesin *heler*. Setelah digiling, padi yang telah menjadi beras pun dijual. Namun, beberapa pemilik biasanya langsung menjual padi kering hasil *moe* tersebut tanpa digiling terlebih dahulu.

Selain proses dan aktivitas, leksikon kepadian juga merekam pengetahuan ekologis masyarakat Karawang mengenai musim yang dapat menentukan masa tanam. Dalam setahun terdapat dua musim, yaitu *rendeng* dan *morekat*. Masa penanaman padi hingga panen biasanya 110-120 hari atau kurang lebih 4 bulan. Pada 4 bulan pertama, masa tanam dilakukan pada musim *rendeng* dengan kondisi air yang melimpah. Kemudian, pada 4 bulan berikutnya, masa tanam dilakukan pada akhir musim *rendeng* dan awal musim *morekat* dengan kondisi air yang mulai

berkurang. Lalu pada 4 bulan ketiga, merupakan musim *morekat* dengan kondisi air yang sulit. Pada masa ini, tidak ada aktivitas penanaman padi karena khawatir mengalami kekeringan dan kegagalan yang menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, beberapa orang menyasiasi kesulitan air dengan mengganti penanaman padi menjadi palawija atau jenis sayuran yang tidak membutuhkan banyak air. Hal tersebut dinamakan masa *garokan*. Akan tetapi, di wilayah tertentu penanaman padi tetap dilakukan pada 4 bulan ketiga karena pasokan air dari saluran irigasi terpenuhi, yang disebut *mulung*. Selain itu, secara ekologis, leksikon kepadian menunjukkan pemahaman mengenai jenis hama dan penyakit serta dampak yang ditimbulkan pada tanaman padi.

Pada leksikon kepadian, dapat terlihat juga kehidupan sosial masyarakat penuturnya. Terdapat dua leksikon kepadian yang mengacu pada sistem kepemilikan, yaitu *ceblok* dan *gorol*. Sistem *ceblok* merupakan sistem pemberian tanggung jawab dari pemilik sawah sebagai pihak pertama kepada pihak kedua untuk melakukan *ngarambet* pada tahap penanaman dan *ngarit* pada tahap *manen* (pascatanam). Pihak kedua ini tidak diberi upah oleh pemilik sawah, namun mendapatkan bagi hasil sebesar 1 : 6 dari jumlah yang dipanen pihak kedua. Hal ini berarti apabila pihak kedua berhasil mengumpulkan 7 ton saat *nimbang*, pemilik sawah berhak atas 6 ton dan 1 ton untuk pihak kedua. Satu bagian yang menjadi pihak kedua disebut *bawon*. Sistem kedua adalah pemilik

tanah memberi upah atas pekerjaan yang dilakukan oleh para kuli, disebut *gorol*. Sistem ini jarang dilakukan karena sistem *ceblok* dianggap lebih menguntungkan.

Berdasarkan leksikon kepadian juga, terdapat tiga ritual dan tradisi yang merupakan karakteristik budaya agraris, yaitu *kridan*. Tradisi ini dilakukan secara bersama-sama pada tahap pratanam, yaitu sebelum proses *ngocorkeun cai*. Selain membersihkan aliran air dari rerumputan, terdapat tradisi untuk berburu hama tikus yang kerap memakan tanaman padi sejak *nebar* dilakukan di *gugulaan*, yang disebut *kalagumarang*. Tradisi ini dilakukan pada tahap pratanam, tepatnya pada proses *nampingan*. Terakhir, terdapat ritual *nyalin* yang merupakan ritual pengumpulan benih dengan memetik padi yang dianggap benih unggul untuk ditanam pada musim berikutnya. Ritual ini dilaksanakan sebelum tahap pascatanam atau proses *manen*. Semua ritual tersebut mengandung nilai kebersamaan dan gotong royong masyarakat.

PENGEMBANGAN EKOWISATA KEPADIAN

Geliat sektor pariwisata tampak terjadi di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di Kabupaten Karawang. Dua tahun belakangan ini muncul gerakan pembukaan dan pengelolaan objek wisata alam baru yang memanfaatkan potensi lingkungan di masing-masing wilayah (desa) di Karawang. Berdasarkan observasi lapangan, beberapa objek wisata baru tersebut memang sudah mengarah pada konsep ekowisata kepadian. Namun sayangnya, lahan padi (pesawahan) hanya dijadikan sebagai latar belakang untuk berswafoto. Padahal sawah dan kepadian dapat memberikan nilai yang lebih bermakna dalam pengembangan ekowisata.

Pengembangan ekowisata kepadian di Karawang harus berpijak pada empat pilar yang diuraikan oleh *Green Tourism Association* (dalam Haryanto, 2014: 277), yaitu

a) Tanggung jawab terhadap lingkungan

Sebagai aset budaya, leksikon kepadian dapat menjadi parameter kelestarian ekologi kepadian. Apabila leksikon kepadian telah berkurang atau bahkan hilang, sudah dipastikan ekologi kepadian pun telah hilang dari tatar Karawang. Hal ini berarti pelestarian leksikon kepadian dapat dijadikan sebagai langkah awal upaya pelestarian ekologi kepadian di Karawang yang semakin hari semakin tergerus oleh industrialisasi.

Inventarisasi leksikon kepadian dilakukan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan hidup. Dengan inventarisasi ini diharapkan mendorong pemertahanan luas pesawahan di Karawang seluas 95.906 hektar pada tahun 2016, menurut BPS Kabupaten Karawang.

b) Vitalitas ekonomi lokal

Leksikon kepadian pun dapat mendorong bertumbuh dan berkembangnya ekonomi lokal. Leksikon kepadian dapat dijadikan inspirasi pembuatan produk kreatif dan inovatif yang memiliki nilai ekonomi bagi masyarakat lokal. Masyarakat dapat membuat cendera mata berupa miniatur alat dan perlengkapan kepadian, kaos dengan desain gambar proses dan aktivitas kepadian, produk-produk kreatif lainnya yang berbahan utama padi atau jerami, dan masih banyak lagi lainnya. Hal ini tentu membutuhkan pengelolaan dan kerja sama yang baik dari berbagai pihak. Masyarakat pun dapat diikutsertakan dalam atraksi penanaman padi atau pemanenan padi, sehingga mereka mendapatkan uang tambahan dari apa yang dilakukannya.

c) Sensitivitas budaya

Berdasarkan leksikon kepadian, terdapat tiga tradisi dan ritual yang merupakan karakteristik budaya agraris, yaitu *kridan*, *kalagumarang*, dan *nyalin*. Untuk menunjang pengembangan ekowisata kepadian di Karawang, tiga tradisi dan ritual tersebut harus didorong oleh semua pihak agar dapat berkembang menjadi sebuah agenda pariwisata yang semarak dan meriah. Tradisi dan ritual ini dapat dikemas menjadi sebuah festival pertanian (kepadian) yang memadukan berbagai unsur budaya dan seni khas Karawang lainnya sehingga bisa menarik minat kunjungan

wisatawan. Dengan begitu, diharapkan timbul rasa hormat terhadap nilai atau makna filosofis dari tradisi dan ritual tersebut.

d) Kekayaan pengalaman

Konsep ekowisata kepadian harus dapat meningkatkan pengetahuan pengunjungnya. Hal ini dapat dilakukan dengan pembuatan poster atau buku saku berdasarkan leksikon kepadian. Poster dan buku saku dapat dilengkapi dengan gambar pendukung sehingga pengunjung dapat mudah memahaminya. Selain itu, berdasarkan leksikon kepadian, dapat tercipta sebuah atraksi yang dapat memperkaya pengalaman para pengunjung. Pengelola wisata dapat membuka paket wisata untuk menanam padi atau memanen padi. Paket ini dapat ditawarkan pada lembaga sekolah untuk pembelajaran bagi para siswa atau masyarakat secara umum.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa bahasa dan budaya memiliki keterkaitan dengan lingkungan (ekologi). Leksikon kepadian yang merupakan aset budaya masyarakat agraris di Kabupaten Karawang menjadi parameter kelestarian ekologi kepadian. Leksikon-leksikon kepadian dapat digunakan untuk pengembangan ekowisata kepadian di kabupaten yang bergelar Kota Lumbung Padi.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia. (edisi keempat)*. Jakarta: PT Gramedia.
- Derni, Ammaria. (2008). The Ecolinguistic Paradigm: An Integrationist Trend in Language Study. *The International Journal of Language Society and Culture* 24, pp. 21-30.
- Dimmendaal, Gerrit J. (2016). Semantic Categorization and Cognition. *The Routledge Handbook of Linguistic Anthropology*. New York: Routledge.
- Haryanto, J. T. (2014). Model Pengembangan Ekowisata dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi Daerah Studi Kasus Provinsi DIY. *Jurnal Kawistara*, 4(3).
- Karmakar, S. (2020). Ecolinguistics: the integrity and diversity of language systems. *Jadavpur Journal of Languages and Linguistics*, 4(1), 58-69.
- Koentjaraningrat. (2005). *Pengantar Antropologi Pokok-pokok Etnografi II*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mbete, Aron Meko. (2020). Refleksi Nilai-nilai Sumpah Pemuda, Perspektif Ekolinguistik, dan Pengembangan Ekowisata Nasional. *Ekolinguistik: Analisis Kasus dan Penerapan Prinsip Dasar*. Bali: Jayapangus Press.

- Oktovianny, Linny. (2020). Klasifikasi leksikon di era pandemi. *Prosiding Senasbasa (Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia 4(1))*
- Satria, D. (2012). Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan di Wilayah Kabupaten Karawang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 3(1). doi: <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jiae.2009.003.01.5>
- Septevery, Elvira et al. Khazanah Leksikon Kepadian Sawah Komunitas T tutur Sunda : Kajian Ekolinguistik. *Proceedings*, [S.l.], p. 8-17, oct. 2019. Available at: <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/1498> . Date accessed: 05 apr. 2021.
- Steffensen, S. and Fill, A. (2014). Ecolinguistics: the state of the art and future horizons. *Language Sciences* 41(6): 25
- Stibbe A. (2015). *Ecolinguistics language, ecology and the stories we live by*. London: Routledge.
- Sugiarto, Eko. 2018. *Pengantar Ekowisata*. Yogyakarta: Khitah Publishing.
- Widiatmoko, S., Rahmawati, A., & Sekhudin, N. (2020). Penggunaan Variasi Leksikon Suara Burung oleh Masyarakat Sunda: Kajian Linguistik Antropologis. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 15(4), 492-505. <https://doi.org/10.14710/nusa.15.4.492-505>

Pariwisata Geopark di Era Kenormalan BaruFransiska Fila Hidayana¹, Leily Suci Rahmatin²,Putu Widya Darmayanti³

Pariwisata sebagai industri multisektoral menjadi primadona dalam percepatan peningkatan ekonomi baik secara mikro maupun makro, berbagai aktivitas yang dilakukan dalam industri pariwisata dengan demikian menyatukan berbagai aspek organisasi, individu, lingkungan dan juga kegiatan ekonomi lainnya (Tribe:2009). *United Nation World Tourism Organizations* (UNWTO) menyatakan bahwa industri pariwisata merupakan sector unggulan (tourism is a leading sector) dan menjadi salah satu kunci utama dalam peningkatan dan pengembangan pembangunan di suatu wilayah Negara, sehingga mampu memberikan implikasi terhadap kesejahteraan masyarakat. Meningkatkan potensi destinasi pariwisata menjadi aspek utama pembangunan pariwisata sehingga mampu memberikan dampak berganda dari kegiatan pariwisata kemudian. Namun satu tahun terakhir pariwisata dipaksa untuk berhenti dengan merebaknya virus Covid – 19, pada 30 Januari 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa wabah virus corona baru menjadi keadaan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional. Pandemi Penyakit CORONAVIRUS 2019 (Covid-19) disebabkan oleh SARS-COV-2 (Severe Acute

Respiratory Syndrome) CORONAVIRUS2. Virus ini memiliki dampak yang lebih besar pada kesehatan manusia dan ekonomi di seluruh dunia dibandingkan masalah kesehatan lainnya dalam satu abad terakhir (Shalaby et al: 2020). COVID-19 di Indonesia pertama kali melaporkan dua kasus pada 2 Maret 2020. Pada 11 Maret 2020, untuk pertama kalinya seorang WNI meninggal akibat Covid-19. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan kasus positif terbanyak yang ditemukan di seluruh provinsi Indonesia (Kahar et al: 2020). Pandemi covid – 19 menjadikan perubahan dalam tatanan kehidupan baru di seluruh dunia, termasuk segala aktivitas yang dilakukan mengharuskan menerapkan berbagai protocol kesehatan. Pariwisata yang sedari awal merupakan aktivitas dengan perpindahan manusia saat ini diharuskan mulai beradaptasi dengan kenormalan baru (Ateljevic:2020).

Penerapan protokol kesehatan dalam kegiatan pariwisata diharapkan mampu mendongkrak angka kedatangan wisatawan, memberikan kepercayaan bagi wisatawan atas rasa aman dari penularan virus atau penyakit lainnya. Kementerian pariwisata dalam pemulihan pariwisata nasional mulai melakukan inovasi dengan brand IdoCare (Indonesia Care) melalui penerapan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability*) dengan harapan mampu membangunkan kembali industri pariwisata yang tertidur akibat pandemi covid – 19 (Fitriana:

2021). Segi positif pandemi menyadarkan dunia mengenai eksploitasi dalam pariwisata sehingga konsep *mass tourism* yang dianggap dapat mempercepat peningkatan ekonomi mulai ditinggalkan. Wisatawan lebih mengutamakan perjalanan yang sehat dan mengurangi penularan virus di masa pandemic covid - 19, penerapan protokol kesehatan dengan menjaga jarak, menghindari kerumunan dan aktivitas di dalam ruangan tertutup memberikan peluang baru bagi pengembangan pariwisata alam untuk eksis ditengah pandemic covid – 19.

Jawa Timur sebagai salah satu provinsi dengan tingkat penularan positif covid – 19 tertinggi berdampak terhadap pembatasan aktivitas termasuk pariwisata, geliat pariwisata mulai nampak kembali setelah sebagian besar wisatawan memilih destinasi pariwisata dengan tingkat penularan paling rendah yakni aktivitas diluar ruangan dengan daya tarik wisata alam. Keanekaragaman alam di Jawa Timur menjadikan factor penarik wisatawan untuk berkunjung, tidak hanya alam peninggalan budaya juga menjadi pilihan daya tarik wisata yang dapat dikunjungi wisatawan. Salah satu kawasan yang dikembangkan untuk mendongkrak pariwisata Jawa Timur berupa kawasan Geopark Ijen. Geopark atau Taman Bumi memiliki berbagai fungsi penting terhadap kelangsungan hidup Bumi. Geopark sendiri adalah sebuah wilayah geografi tunggal atau gabungan, yang memiliki Situs Warisan Geologi (*Geosite*) dan bentang alam yang

bernilai, terkait aspek Warisan Geologi (*Geoheritage*), Keragaman Geologi (*Geodiversity*), Keanekaragaman Hayati (*Biodiversity*), dan Keragaman Budaya (*Cultural Diversity*), serta dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi, dan pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan, dengan keterlibatan aktif dari masyarakat dan pemerintah Daerah (Suryawan dkk: 2021).

Pada awal abad ke-21, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) mempromosikan proyek Geopark dalam meningkatkan jaringan geopark secara global UNESCO selama 40 tahun dan merupakan hasil dari jaringan yang efektif antara geopark dan mitranya yang bertujuan untuk mencapai kemajuan yang signifikan dalam geo-konservasi, geowisata, pendidikan lingkungan dan pembangunan lokal yang berkelanjutan (Justice:2018). Pengembangan Geopark telah berkembang sebagai strategi baru untuk mencapai keberkelanjutan pembangunan dan meningkatkan status sosial ekonomi melalui partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan yang dapat di kembangkan di kawasan geopark baik pariwisata maupun kegiatan lainnya (Ramsay: 2017). Dengan demikian dapat menarik kunjungan ke geopark dari orang - orang dengan berbeda karakteristik dan tujuan seperti akademisi, ilmiah, pariwisata dan sekaligus mempromosikan geowisata sebagai alternatif pariwisata di tengah perkembangan *mass tourism*. Namun beberapa tahun

terakhir geopark menjadi trend kunjungan pariwisata, popularitas Geopark di kalangan wisatawan domestik menyebabkan jumlah kunjungan meningkat dan bahkan melebihi kapasitas daya tampung kunjungan dan menyebabkan beberapa masala baru seperti kemacetan, sampah, masalah pembuangan limbah, kerusakan ekologis dan penurunan terlokalisasi dalam kualitas udara, di tengah pandemi jumlah kunjungan mulai dibatasi sehingga keberlangsungan perkembangan pariwisata geopark kembali ke tujuan semula pengembangannya sebagai pariwisata berkelanjutan (Cahyadi: 2021).

Geopark Ijen diharapkan dapat berkontribusi dalam menciptakan pariwisata yang berkualitas, tidak hanya sebagai pemenuhan peningkatan jumlah kunjungan melainkan sebagai kawasan pariwisata yang juga berkelanjutan dan berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dari segi ekonomi. Analisis potensi dan kesesuaian dalam pengembangan Geopark Ijen sebagai daya tarik wisata dan kawasan wisata baru menjadi sangat penting terutama dalam menghadapi ke normaan baru, sebagai salah satu bentuk pemulihan ekonomi daerah yang sekaligus menjadikan kegiatan pariwisata dengan kegiatan diluar ruangan sehigga dapat menarik wisatawan yang mulai beralih menuju pariwisata berbasis alam yang tentunya mengurangi penularan virus dengan tetap menjaga protokol kesehatan.

Potensi Pariwisata Geopark Ijen

Pengemangan dan promosi Geowisata atau wisata geologi bergantung pada keanekaragaman alam terutama dalam geologi dan geomorfologi suatu situs. Oleh karena itu, daerah dengan struktur geologi dan medan yang bervariasi cenderung memiliki potensi geowisata yang lebih besar. Aspek terpenting dari geowisata adalah interpretasi informasi situs Warisan Geologi atau geosites yang dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Potensi yang dilihat dari faktor penarik dari pengembangan Geowisata geopark Ijen dilihat dari segi atraksi sangatlah beragam. Ijen aUGGp (Aspiring UNESCO Global Geopark) adalah sebutan bagi Ijen Geopark sebagai kandidat Unesco Global Geopark (UGGp). UNESCO Global Geopark (aUGGp) adalah wilayah geografis tunggal yang menyatu dimana situs dan lanskap dengan signifikansi geologi internasional dikelola dengan konsep perlindungan, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan secara holistik. UNESCO Global Geopark (aUGGp) melestarikan warisan bumi yang memiliki keterkaitan dengan seluruh aspek warisan alam dan budaya di kawasan tersebut (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020). Beberapa atraksi wisata dari potensi bentang alam yang ada di Geopark Ijen memiliki keunikan dan hanya terdapat di kawasan tersebut, seperti bentangan kaldera sejauh 20 km membuat kawasan ini berpagar pegunungan dengan dominasi potensi Gunung Ijen yang paling

dikenal dengan fenomena geologi *Blue Fire* dan Air Danau Kawah Terasam di dunia serta kompleks Gunung Ijen Purba yang terletak pada kawasan dataran tinggi mendominasi topografi kawasan ini.

Atraksi wisata pendukung lainnya juga menjadi factor penarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Geopark Ijen, peninggalan situs bersejarah yang ada di sekitar kawasan geopark Ijen menjadi potensi atraksi wisata semakin beragam. Ijen Geopark Wilayah Bondowoso terbagi atas zona kawasan atau Delineasi 14 Kecamatan yang terdiri dari:

1. Ijen
2. Sumber Wringin
3. Cermee
4. Sukosari
5. Prajekan
6. Botolinggo
7. Klabang
8. Tapen
9. Wonosari
10. Tenggarang
11. Pujer
12. Jambesari Darus Sholah
13. Bondowoso
14. Tlogosari

Delineasi kawasan tersebut merupakan hasil ketetapan dari KNGI berdasarkan konsinyering (pembahasan data terpadu), baik dengan memperhatikan unsur kajian, konsep pengembangan pariwisata, tata wilayah, analisis potensi dan regulasi terkait. Ketetapan tersebut dikuatkan dengan Keputusan Bupati Bondowoso Nomor: 188.45/941/430.4.2/2020 Tentang Penetapan Delineasi Ijen Geopark Wilayah Bondowoso. Dengan demikian, Ijen Geopark Wilayah Bondowoso terdiri dari Sembilan (9) Situs Geologi, dua (2) Situs Biologi, Lima (5) Situs Budaya Struktur Gua Butha Sumber Canting, Struktur Gua Butha Cerme, Situs Megalitik Maskuning Kulon, singo Ulung dan Tari Petik Kopi (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020).

Sembilan (9) Situs Geologi yakni kawasan Pegunungan Ijen, yang masuk dalam kawasan Taman Wisata Alam Kawah Ijen, TWA Kawah Ijen memiliki puncak gunung api bertipe strato, salah satu generasi kerucut vulkanik setelah pembentukan kaldera Ijen, dicirikan dengan danau kawah yang sangat luas dengan kedalaman 200 m yang dibatasi oleh pemotongan kawah berketinggian 2145 – 2386 mdpl. Dinding kawah menyerupai relief bebatuan, dari bibir kawah dapat dilihat keadaan air danau kawah yang setiap waktu berubah warna, dengan dominasi warna hijau atau warna biru hal ini terjadi akibat tingkat keasaman air kawah dan kecerahan sinar matahari. Selain perubahan warna di bagian bawah kawah terdapat penambangan belerang yang juga

merupakan dapur belerang dengan jalan setapak sejauh 275 m, kemiringan jalan mencapai 40° hingga 60° . Keberadaan penambangan belerang menurunkan tingkat kerawanan letusan gunung di TWA Kawah Ijen, selain itu adanya gas belerang di bagian kawah menimbulkan fenomena api biru gas belerang yang terbakar dengan adanya panas lava membakar bongkahan belerang dan menimbulkan api biru, fenomena ini hanya dapat terlihat ketika malam hari (Sumber: Desain Tapak TWA Kawah Ijen dalam Rahmatin: 2019). Kawah Wurung, merupakan kawasan perbukitan dengan ketinggian + 1600 mdpl dengan pemandangan savanna yang luas, nama kawah wurung sendiri berasal dari bahasa jawa yang berarti kawah yang tidak jadi, kawah wurung memiliki sebuah cekungan luas menyerupai kawah, akan tetapi di dalam kawah wurung berupa padang rumput bukan cekungan yang berisi lava panas kawah wurung dulunya terbentuk dari kaldera pegunungan Ijen purba, kawasan sekitar Geosite Kawah Wurung terdapat Gunung Api Intra Kaldera Ijen yang terdiri atas; Gunung Kawah Wurung, G. Genteng, G. Pendil, G. Pendlan, dan G. Anyar. Geosite Kawah Wurung mempunyai nilai keunggulan Geologi berupa tampilan Morfologi Gunung Api 'Teletubbies' Intra Kaldera. Keragaman satuan batuan penyusun kawasan Geosite ini disebabkan oleh sumber material dari vulkanisme Gunung Api Intra Kaldera maupun Ring Kaldera terdekat (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020). Aliran Asam Kalipait

merupakan aliran sungai rembesan dari aliran kawah gunung ijen dengan campuran air dan belerang, terdapat tebing dan batu di sepanjang aliran asam kalipait sehingga membentuk pemandangan sungai dengan bebatuan dan tebing menyerupai air terjun. Komplek Air Panas Blawan yang merupakan kawasan pemandian air panas yang dihasilkan dari aliran panas bumi ijen purba. Lava Blawan, Air Terjun Gentongan, merupakan tiga (2) air terjun dengan karakteristik tinggi air terjun yang cukup tinggi dan deras, kawasan air terjun ini seringkali dijadikan sebagai lokasi foto dengan pemandangan latar belakang air terjun serta bebatuan yang menghampit. Dinding Kaldera Ijen Megasari kawasan daya tarik yang dijadikan sebagai lokasi paralayang dengan mengambil landscape dari wilayah kawasan sisa kaldera ijen purba dan perkebunan kopi. Aliran Lava Plalangan Dinding Kaldera Ijen Purba yang terhampar dari Barat ke Timur sepanjang 12 km dengan luas 10.51 km², dan membentang dari Gunung Anyar sampai Blawan. Secara makroskopik, Aliran Lava berwarna kehitaman, vesikuler, bertekstur AA, dan berasal dari material erupsi Gunung Anyar (Jabal Kirit). Aliran Lava menunjukkan karakter dominan batuan cenderung Basalt-Andesit Basaltik yang lebih dikenal dengan nama Black Lava. Taman Batu So'on Solor peninggalan situs batuan berukuran raksasa yang tersusun rapih, masih menjadi perdebatan dikalangan akademisi mengenai terbentuknya batuan ini, apakah peninggalan megalitikum atau

proses alam. Geosite ini tersusun oleh satuan batuan Gunung Api Ijen Purba yang berumur Kuartar Pleistosen, diantaranya; Breksi Gunung Api, Breksi Batu Apung, Tuf, dan Lava. Berdasarkan batuan yang tersusun oleh material piroklastik, polimiktik, fragmen-fragmen andesit, basalt, dan batu apung, berukuran hingga 60cm, dengan bentuk menyudut - membulat tanggung, terpilah buruk, dan kompak sedang. Morfologi Taman Batu Soon Solor terbentuk oleh faktor erosi yang mengakibatkan munculnya dampak Eksogen dan Endogen pada struktur kekar atau rekahan dan aspek tekstur batuan, sehingga menghasilkan bentuk batuan bersusun yang lebih dikenal dengan nama Batu So'on (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020).

Dua (2) Situs Biologi Hutan Pelangi, Hutan Pelangi adalah Kawasan Hutan Dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Sumberwringin seluas 23,6 Ha sebagai pusat penelitian dan konservasi bagi beberapa jenis kelompok tanaman sejak Tahun 1939. Nama Hutan Pelangi disesuaikan dengan karakteristik salah satu pohon eksotis yaitu Kayu Leda (*Eucalyptus deglupta*) yang tersebar di wilayah Maluku dan Papua. Daya tarik gradasi warna-warni seperti pelangi pada batang kayu disebabkan oleh proses Oksidasi Kambium batang dengan Oksigen dan menghasilkan warna hijau, kuning, biru, jingga hingga coklat. *Eucalyptus Deglupta* merupakan Tanaman Endemik Indonesia yang rentan di alam dan populasinya terus menurun akibat eksploitasi berlebihan

di habitat aslinya (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020). Perkebunan Kopi Biosite Kopi Bondowoso terletak di kawasan Perkebunan Kopi Rakyat dan PTPN XII di daerah pegunungan Ijen-Raung di Kecamatan Ijen dan Sumberwringin. Kabupaten Bondowoso merupakan sentra produksi Kopi Rakyat (Java Ijen Raung) dan Kopi Arabika (Java Coffee) terluas di Jawa Timur. Luas Perkebunan Kopi Bondowoso sekitar 7.054 Ha dan terletak di ketinggian sekitar 1100 -1550 mdpl (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020).

Lima (5) Situs Budaya Struktur Gua Butha Sumber Canting Situs ini merupakan gua untuk meditasi atau mengasingkan diri dari kehidupan dunia, sebab terdapat beberapa lubang kecil yang diperkirakan sebagai tempat lentera atau lilin saat ritual berlangsung. Relief Kepala Kala pada Gua Butha dipahat dengan mata terbuka lebar, gigi bertaring, dan lidah menjulur ke bawah, serta terdapat pahatan angka 1316 Caka atau Tahun 1394 sebagai tahun penanda pendirian. Ukuran mulut gua setinggi 3 m, lebar 5 m, bentuk ruang memanjang ke dalam dan mengecil, dengan kedalaman 17 m dari permukaan gua., Struktur Gua Butha Cerme Situs ini merupakan Gua Pertapaan pada akhir zaman Majapahit, sekitar Abad ke-13 dan 14. Butha memiliki arti 'Raksasa' dalam Bahasa Madura (Bahasa Lokal Tradisional). Situs ini berupa cerukan pada tebing batu. Relief berbentuk raksasa berupa wajah dengan mata terbuka lebar, gigi bertaring, dan tangan berkuku

tajam. Pada sisi barat gua, terdapat beberapa relief yang merupakan bagian dari relief induk, yaitu berupa relief Kuncup Bunga Teratai (Lambang Agama Buddha), Buddha bermeditasi, Kepala Manusia dengan Surya, Pertapa, dan beberapa binatang yang biasa digunakan sebagai kegiatan ritual keagamaan. Situs Megalitik Maskuning Kulon Terdapat 90 benda Cagar Budaya yaitu Batu Silindris, Batu Dakon, Dolmen yang letaknya berdekatan, tertata rapi, dan mempunyai keunikan tersendiri. Situs ini berbentuk Komplek Pemakaman yang terbuat dari batu berbentuk besar dengan kaki-kaki dibawahnya yang bertujuan agar jenazah tidak dimakan binatang buas atau dicuri orang, karena didalamnya terdapat bekal kubur berupa perhiasan dan pelaratan lain sebagai bekal menuju Alam Nenek Moyang. singo Ulung dan Tari Petik Kopi merupakan peninggalan budaya tak berbentuk *intanginle* berupa seni tari dan musik yang menggambarkan kehidupan sehari – hari masyarakat lokal (Buku Pintar Ijen Geopark: 2020).

Potensi pariwisata yang dimiliki dengan berbagai atraksi wisata dan sumber daya yang mendukung memberikan peluang pengembangan pariwisata berkelanjutan, peluang dalam peningkatan aktivitas wisata menciptakan lapangan kerja, serta sebagai bentuk kegiatan untuk melindungi Warisan dan pelestarian wilayah (Herrera et all: 2019). Dalam beberapa penelitian, potensi pariwisata dengan konsep Geopark terbukti

membawa manfaat ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan pelestarian alam, budaya, estetika, pusaka, dan kualitas hidup (Kurniawan et al 2020). Keuntungan dari geotourism adalah membutuhkan sedikit pengeluaran finansial dan dapat diatur hampir di seluruh tempat. Namun, syarat dasarnya adalah menyiapkan papan informasi profesional yang menjelaskan asal-usul dan menyajikan keadaan geosite saat ini yang menjadi potensi wisata. Namun beberapa kekurangan dalam pengembangan geotourism juga menjadi pertimbangan ketika aspek infrastruktur juga menjadipertimbangan dalam pemenuhan aspek pendukung pariwisata. Memperhitungkan kategori berupa aksesibilitas, tingkat pelestarian keadaan asli, nilai ilmiah, dan nilai pendidikan dan jumlah kriteria yang jauh lebih kecil menjadi aspek yang juga harus di analisis dalam pengembangan pariwisata sehingga menjadikan pariwisata berkelanjutan (Górska-Zabielska: 2017).

Hambatan pariwisata lainnya di masa kenormalan baru berupa penerapan CHSE, sertifikasi yang diberikan pada setiap usaha pariwisata untuk terpenuhinya rasa percaya dari wisatawan saat berkunjung. CHSE di bidang pariwisata meliputi Kebersihan di setiap aspek baik di daya tarik wisata maupun sarana prasarana pendukung lainnya seperti layanan transportasi, makanan dan minuman serta penginapan atau akomodasi (Lumanauw: 2020). Jaminan kesehatan artinya pengurangan dan pencegahan dari

penularan penyakit, penerapan protokol kesehatan dengan lima (5) M, Menjaga jarak, Menggunakan masker, Mencuci tangan dengan sabun, Mengurangi mobilitas, serta Menghindari kerumunan. Penerapan aspek ini juga menjadi poin penting di pariwisata pada masa kenormalan baru, aspek selanjutnya mengenai rasa aman dari penyebab penularan penyakit atau virus. Penyediaan aspek pendukung sarana prasarana yang aman dari penularan penyakit dan resiko bencana. Penerapan keberlanjutan daya tarik wisata menjadi poin utama dalam menghadapi kenormalan baru, baik dari segi sumber daya alam, manusia, ekonomi maupun sarana prasarana.

Aspek CHSE menjadi penting sehingga menciptakan rasa percaya wisatawan untuk berkunjung, hambatan penerapan CHSE masih harus tersu ditingkatkan terutama ketika kenormalan baru dalam kegiatan pariwisata mulai meningkat. Potensi pariwisata alam menjadi peluang luas pengembangan pariwisata, terutama dalam menciptakan keseimbangan keberlanjutan di masing – masing unsur industri pariwisata. Pariwisata berkelanjutan, khususnya aspek lingkungan yang menyatakan bahwa keberlanjutan secara umum dalam pariwisata memiliki tiga aspek yang saling terkait yaitu lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi. Keberlanjutan berarti keabadian, sehingga pariwisata berkelanjutan mencakup penggunaan sumber daya secara optimal, termasuk keanekaragaman hayati, minimalisasi dampak ekologi,

budaya, dan sosial, serta maksimalisasi manfaat bagi pelestarian warisan alam dan budaya serta masyarakat lokal (Pamungkas et al:2020).

Daftar Pustaka

- Ateljevic, I. 2020. *Transforming the (tourism) world for good and (re) generating the potential 'new normal'*. *Tourism Geographies*, 22(3), 467-475.
- Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Timur. 2013. *Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Taman Wisata Alam Kawah Ijen*. Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Timur, Surabaya.
- Cahyadi, H. S., & Newsome, D .2020. *The post COVID-19 tourism dilemma for geoparks in Indonesia*. *International Journal of Geoheritage and Parks*.
- Fitriana, R., & Putri, L. D. 2021. *Bimbingan Teknis Program Chse Pada Pelaku Usaha Pariwisata Di Kota Bandar Lampung*. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(1), 229-237.
- Górska-Zabielska, M., & Kamińska, K .2017. *Geotourism Potential of the Drawskie Lake District as a Support for the Planned Geopark named Postglacial Land of the Drawa and Dębnica Rivers*. *Quaestiones Geographicae*, 36(1), 15-31.
- Herrera, G., Carrión, P., & Briones, J .2018. *Geotourism potential in the context of the Geopark project for the development of Santa Elena province, Ecuador*. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 217, 557-568.
- Justice, S. C. 2018. *UNESCO global geoparks, geotourism and communication of the earth sciences: A case study in the Chablais UNESCO Global Geopark, France*. *Geosciences*, 8(5), 149.
- Kahar, F., Dirawan, G. D., Samad, S., Qomariyah, N., & Purlinda, D. E. 2020. *The Epidemiology of COVID-19, Attitudes and Behaviors of the Community During the Covid Pandemic in Indonesia*. *structure*, 10, 8.
- Kurniawan, I. A., Sugawara, H., Sakakibara, M., Indriati, Y. A., & Eraku, S. S.2020. *The Potential of Gorontalo Province as Global Geopark*. In *IOP Conference Series: Earth and*

- Environmental Science (Vol. 536, No. 1, p. 012004). IOP Publishing.
- Lumanauw, N. 2020. *Edukasi Dan Implementasi Protokol Clean Health Safety Environment Melalui We Love Bali Kemenparekraf Pada Program 10 Sanur–Nusa Penida–Nusa Lembongan–Sanur*. Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 11(1), 71-81.
- Pamungkas, K., Sujatna, E. T., Darsono, H., & Haron, R. 2020. *Geotourism branding through the names of tourism destinations in UNESCO global geopark Batur Bali: morphological and toponymic studies*. GeoJournal of Tourism and Geosites, 31(3), 966-971.
- Pemerintah Kabupaten Bondowoso. 2020. *Buku Pintar Ijen Geopark Wilayah Kabupaten Bondowoso*
- Tribe, John. 2009. *Philosophical Issues in Tourism*. Bristol: UK
- Ramsay, T. 2017. *Fforest Fawr Geopark—a UNESCO Global Geopark distinguished by its geological, industrial and cultural heritage*. Proceedings of the Geologists' Association, 128(3), 500-509.
- Shalaby, M., Sakoury, M., Rabei, M., Alzayani, A., & Ahmed, M. S. 2019. *Covid-19 Pandemic Era*.
- Soares, C. A., Suryawan, I. G. B., Senastri, N. M. J., & Sutarna, I. N. 2021. *Arrangement Of The Batur Unesco Global Geopark Tourism Area Bangli Regency*. Journal Equity of Law and Governance, 1(1), 84-88.

PENTINGNYA PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN, *HEALTH TOURISM* DAN *MEDICAL TOURISM* UNTUK MENCIPTAKAN KEAMANAN DAN KESELAMATAN SELAMA BERWISATA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Ns. Made Martini, S.Kep., M.Kep

Stikes Buleleng

PENDAHULUAN

Virus sindrom pernapasan akut-coronavirus-2 (SARS-CoV-2) adalah virus yang baru muncul pertama kali di kota Wuhan, Cina sejak Desember 2020. Virus ini menyebabkan penyakit pernapasan akut parah yang disebabkan oleh infeksi dari SARS-CoV-2 atau yang disebut juga sebagai *Novel Coronavirus Pneumonia* (NCP), penyakit tersebut sangat menular dari manusia ke manusia, penularan Covid-19 dapat terjadi melalui kontak langsung jarak dekat (1-2 meter) dengan orang yang terinfeksi melalui droplet ataupun aerosol, adapun masa inkubasi covid-19 rata-rata 5-6 hari dengan *range* antara 1- 14 hari namun dapat mencapai 14 hari. Gejala-gejala yang dialami biasanya ada yang ringan sampai berat. Gejala yang paling umum muncul antara lain : demam, rasa Lelah, batuk kering, beberapa pasien dapat saja mengalami rasa nyeri dan sakit, hidung tersumbat, pilek, konjungtivitis, sakit tenggorokan, diare, hilang penciuman ataupun ruam kulit, bahkan ada pula yang terinfeksi namun tidak menunjukkan gejala apapun dan tetap merasa sehat, hal

tersebut pastinya membahayakan dan dapat menularkan (*silent spreader*). (Kemdikbud, 2020)

Pada tanggal 8 Februari 2020, di Provinsi Tiongkok telah didapatkan sebanyak 34.673 kasus yang terkonfirmasi diduga terinfeksi *Novel Coronavirus Pneumonia* (NCP) dengan jumlah kasus lebih dari 27.657 dan sebanyak 106 jiwa kematian. Wabah virus korona baru atau yang disebut dengan COVID-19 menjadi darurat kesehatan masyarakat di seluruh dunia. Penyebaran COVID-19 menjadi resiko tinggi ke negara lain yang ada di dunia. Pada bulan Maret 2020, *World Health Organization* (WHO) menyatakan COVID-19 dikategorikan sebagai pandemi dan seluruh dunia diharapkan bertindak untuk menahan penyebaran wabah COVID-19 (Giacalone et al., 2020).

Di Indonesia kasus yang terkonfirmasi COVID-19 pertama kali ditemukan pada tanggal 2 Maret 2020. Kasus COVID-19 di Indonesia terus mengalami kenaikan dan sampai tanggal 02 Mei 2020, kasus konfirmasi tertinggi sebanyak 1.677.274 orang yang terkonfirmasi positif COVID-19 dan kasus aktif sejumlah 100.760 kasus, kasus sembuh sebanyak 1.530.718 kasus, dan 45.796 orang meninggal (satgas Covid-19, 2021)

Negara Indonesia juga harus belajar dari India dalam menyikapi pandemic Covid-19, negara India dianggap lengah dalam menghadapi Covid-19, kasus covid-19 mengalami ledakan karena masyarakat tidak mematuhi protocol Kesehatan yaitu gerakan 3 M (memakai masker, menjaga jarak/menghindari kerumunan dan mencuci tangan), kasus Covid-19 di India tanggal 1 Mei 2021, terjadi peningkatan rata-rata 7 hari peningkatan rata-rata 7 hari 371.0411 kasus, tercatat 19,6 juta kasus dan 216.000 meninggal dunia. (WHO, 2021)

Pandemi Covid-19 merupakan bencana non alam yang telah melanda dunia, meluluh lantahkan berbagai sector kehidupan, ekonomi, pendidikan, pariwisata, kesehatan dan lainnya. Sektor yang paling terdampak dengan adanya pandemi yaitu sektor pariwisata, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paing diunggulkan di Indonesia, bagaimana tidak? Indonesia yang kaya akan keindahan alam, budaya yang unik dan tempat-tempat yang dapat memanjakan para wisatawan baik domestik dan mancanegara, pulau dewata (Bali) meruipakan provinsi yang mengandalkan pariwisata sebagai pendapatan masyarakatnya, kini dengan adanya pandemi Covid-19 terjadi penurunan yang signifikan terhadap jumlah wisatawan yang datang bahkan ada beberapa tempat wisata yang ditutup dan gulung tikar dengan kondisi pandemic, okupansi hotel di Bali mengalami penurunan 80% - 90% bahkan ada yang menutup usaha perhotelan, berdasarkan hal tersebut perlu ada suatu strategi dan kebijakan sehingga di tengah pandemic Covid-19 diharapkan sektor Pariwisata tetap hidup dengan tetap mengutamakan keselamatan dan kesehatan para wisatawan.(Setiawan & Muhardi, 2020)

PROTOKOL KESEHATAN DAN 3 T SEBAGAI SATU KESATUANG YANG WAJIB DILAKUKAN SELAMA PANDEMI

Kita masuk di dimensi tatanan kehidupan baru (*new normal*), dimana Pandemi Covid-19 memaksa kita untuk tetap produktif dengan tetap memperhatikan Kesehatan dan berusaha memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Pelaksanaan 3 M dan 3 T merupakan satu paket kegiatan yang harus dilaksanakan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Pelaksanaan protocol Kesehatan yaitu

gerakan 3 M (mencuci tangan dengan air mengalir dan sabun, Memakai Masker dan Menjaga Jarak/menghindari kerumunan) merupakan hal yang mutlak dilaksanakan selama Pandemi Covid-19, selain itu ada hal yang diperlukan dalam menjaga Kesehatan baik fisik dan mental di tengah pandemic Covid-19 antara lain menjaga daya tahan tubuh dengan banyak mengkonsumsi makanan bergizi, berolahraga dan menjaga Kesehatan mental dengan meningkatkan spiritual berdoa, meditasi dan yoga yang dapat dilakukan, sehingga tidak mudah terserang Covid-19.(Kemdikbud, 2020)

Dalam tatalaksana untuk mememutus mata rantai penyebaran Covid-19, kita juga mengenal dengan istilah 3 T yaitu *Testing* (deteksi dini), *Tracing* (Pelacakan) dan *Treatment* (Perawatan), Proses testing hendaknya dilakukan secara dini guna mendeteksi kasus baru yang muncul pada kelas atau kluster tertentu, testing dapat dilakukan dengan berbagai cara antara lain melalui tindakan *rapid test*, swab tenggorokan (*PCR/Polymerase Chain Reaction*) ataupun inovasi baru karya anak bangsa dengan menggunakan Genose, serta tidak lupa melakukan pengkajian dan pemeriksaan suhu tubuh apakah suhu tubuh lebih dari 37° celcius dan riwayat perjalanan atau kontak dengan daerah yang terdapat banyak kasus Covid-19 (zona merah) ataupun kontak dengan pasien yang terkonfirmasi mengalami Covid-19. *Tracing* atau pelacakan dilaksanakan untuk melacak kasus positif baru yang terjadi sehingga jika ditemukan dapat dilakukan pemberian terapi lebih dini dan dilaksanakan isolasi mandiri/dikarantina, kemudian *Treatment* atau pemberian terapi atau perawatan bagi kasus terkonfirmasi Covid-19, *Treatment* diperkuat dengan meningkatkan sarana dan prasarana serta meningkatkan kualitas manajemen di perawatan RS/Puskesmas/klinik. Selain itu hal yang sangat

penting yaitu pemberian vaksinasi kepada masyarakat yang saat ini sedang gencar dilakukan oleh pemerintah merupakan salah satu upaya menciptakan *Herd Imun* sehingga dapat memutus mata rantai penyebaran Covid-19 (Rokom, 2012)

HEALTH TOURISM SEBAGAI WAHANA BARU DI MASA PANDEMI COVID-19

Peningkatan bidang pariwisata tidak lepas dengan pembangunan kesehatan, kegiatan wisata kesehatan merupakan kegiatan wisata untuk mendapatkan pelayanan kesehatan, kegiatan wisata kesehatan merupakan salah satu penggerak atau hal yang dapat meningkatkan perekonomian, kegiatan ini berdampak pada peningkatan jumlah lapangan kerja, pemasaran produk dan jasa di negeri tujuan wisata salah satunya negara Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan keindahan alam dan tempat-tempat pariwisata, keanekaragaman budaya dan tempat tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan domestik dan mancanegara, dalam hal *health tourism* salah satu yang menjadi primadona mengapa Indonesia menjadi salah satu tempat tujuan wisata kesehatan antara lain adanya pengobatan tradisional dan terapi komplementer yang dikembangkan di Indonesia.

Di dalam *health tourism* (wisata Kesehatan) terdapat sub bidang antara lain: *Medical tourism* dan *Wellness Tourism*, *medical tourism* merupakan perjalanan wisata untuk mendapatkan pelayanan kesehatan kegiatan dalam bentuk kuratif dan rehabilitative, sedangkan *wellness tourism* adalah perjalanan kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan baik domestik atau mancanegara salah satu bentuk *medical tourism* antara lain : terdapatnya beberapa pasien atau wisatawan baik domestik dan mancanegara yang dirujuk ke

beberapa RS rujukan khusus seperti RS Jantung Harapan Kita, selain itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan terkait medical tourism maka dikembangkan juga beberapa RS swasta yang telah terakreditasi internasional dan dapat menerima tamu atau wisatawan mancanegara antara lain: RS Premier Bintaro, RS Premier Jatinegara, RS Siloam Tangerang Selatan, RS Siloam Denpasar Bali, RS Eka Hospital BSD, dan RS Sentosa Bandung, dan ada beberapa RS Negeri yang berskala Internasional seperti RSU Cipto Mangun Kusuma serta RSU Sanglah Denpasar dalam *Wellness Tourism* salah satu contoh yang menjadi andalan negeri kita yaitu pelaksanaan terapi tradisional seperti SPA, terapi massage, terapi herbal, yoga, meditasi dan lainnya (Rokom, 2012)

Salah satu pengobatan tradisional yang dapat dikembangkan pada *health tourism* di Indonesia antara lain: terapi herbal (jamu, rempah-rempah dan tanaman lokal). Indonesia kaya akan tanaman lokal yang dapat dibudidayakan untuk mengembangkan *health tourism*. Hal tersebut adalah satu yang dapat dijadikan unggulan dalam meningkatkan promosi *health tourism*. Pada masa pandemik Covid-19, *health tourism* merupakan salah satu hal yang perlu mendapatkan perhatian penting karena banyak wisatawan yang berusaha mencari pelayanan kesehatan untuk meningkatkan dan mempertahankan sistem imun dan merupakan potensi yang dapat digali dan ditingkatkan untuk meningkatkan dan menggerakkan perekonomian di negara kita. (Sujarno & Muryani, 2018)

Pelaksanaan *health tourism* pada masa pandemic covid-19 dilaksanakan dengan baik dengan tetap melaksanakan protocol kesehatan yaitu dengan melaksanakan gerakan 3 M yaitu mencuci tangan dengan 6 (enam) Langkah menggunakan sabun dan air mengalir, memakai masker dan menjaga jarak

1- 2 meter serta menghindari kerumunan, missal dalam menjalankan terapi Spa dan terapi massage tradisional, penyedia layanan diharapkan dapat menyediakan tempat serta sarana prasarana yang kondusif, antara lain menyediakan fasilitas cuci tangan bagi para wisatawan, melakukan *screening* terutama cek suhu tubuh para pengunjung dengan *thermogun* jika suhu tubuh lebih dari 37 derajat diberikan terapi pengobatan diharapkan untuk tidak ketempat spa atau tempat terapi, menyediakan masker bagi para wisatawan terutama bagi yang tidak menggunakan masker, membuat skat-skat atau tanda agar para pengunjung dapat menjaga jarak dan tidak berkerumun.(Kemdikbud, 2020)

PERANAN *MEDICAL TOURISM* SELAMA PANDEMI

Medical tourism (pariwisata kedokteran) adalah salah satu bentuk pariwisata Kesehatan, dimana terlaksananya perjalanan wisata ke negara lain dengan tujuan utama antara lain mendapatkan pelayanan medis, pada penyakit-penyakit tertentu, contohnya : pelayanan fertilitas, pelayanan pasien dengan gangguan jantung, pelayanan kedokteran lainnya, jika dibandingkan harga pelayanan kesehatan antara Indonesia sebagai negara yang masih berkembang dengan negara maju, umumnya negara maju memiliki tarif harga yang lebih mahal serta hal tersebut tidak termasuk paket yang ditanggung oleh perusahaan asuransi Kesehatan, di negara-negara sebagian besar telah memiliki fasilitas yang lengkap dan canggih, namun yang sering terjadi karena terlalu banyak yang berminat untuk dilakukan perawatan atau terapi pengobatan pada tempat-tempat di negara maju, menyebabkan *overcrowded* jumlah pasien yang datang ke RS terutama yang ingin menjalani tindakan operasi, kadang harus menunggu hingga 6 bulan sampai dengan 1 tahun, sehingga sebagian masyarakat yang tidak ingin mengantri lama serta mendapatkan tindakan operasi lebih cepat sering melakukan perjalanan ke luar negeri atau ke negara lain. (Rai, 2019)

Paradigma yang saat ini terjadi banyak faktor yang menyebabkan negara-negara melakukan *medical tourism*, dan beberapa masyarakat di negara-negara maju melakukan *medical tourism* ke negara-negara berkembang, contoh ke Indonesia, hal tersebut dapat disebabkan oleh beberapa hal antara lain : meningkatnya promosi secara *on line* terkait pelayanan dan fasilitas Kesehatan di negara-negara berkembang seperti Indonesia, relati terjangkaunya harga pelayanan dan fasilitas di

negara berkembang, serta keterjangkauan dari pengadaan transportasi yang ada, hal tersebut tentunya memiliki dampak positif dan negative terutama di masa pandemic covid-19.

Medical tourism selama pandemi Covid-19 memiliki peranan yang penting, dampak positif dengan adanya medical tourism antara lain: dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara kita atau meningkatkan *income* negara-negara, dapat membuka lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat di tempat wisata tujuan, *medical tourism* terutama bagi tempat wisata tujuan sangatlah menguntungkan karena dapat mengembangkan sektor kesehatan dan pariwisata. Para wisatawan selama melakukan *medical tourism* selain menjalani terapi pengobatan di tempat tujuan juga dimanjakan dengan berbagai paket wisata, mulai dari akomodasi di berbagai hotel berbintang, perjalanan wisata serta tempat-tempat wisata, aneka kuliner khas tempat tujuan wisata, berbagai budaya yang unik, sejak di bandara sampai dengan pulang Kembali, hal tersebut tentunya memiliki daya tarik tertentu bagi wisatawan. (Rai, 2019)

Dalam masa pandemic covid-19 tentunya banyak faktor yang harus dipertimbangkan dalam menyelenggarakan *medical tourism*, karena dengan pelaksanaan *medical tourism*, maka resiko untuk peningkatan penyebaran Covid-19 dari suatu negara ke negara lain sangatlah tinggi, apalagi saat ini Covid-19 jumlah kasusnya semakin meningkat walaupun sudah ditemukan vaksin serta dilakukan program vaksinasi namun berbagai negara belum mampu menekan bahkan memusnahkan pandemic Covid-19, contoh salah satu negara yang mengalami peningkatan kasus Covid-19 yaitu negara India, di negara India mengalami tsunami Covid-19, hal tersebut terjadi salah satunya karena kelalaian dari masyarakat atau masyarakat menganggap pandemic Covid-19 sudah akan berakhir sehingga mereka tidak melaksanakan

protocol Kesehatan, mereka tidak memakai masker dan melakukan kerumunan dalam suatu kegiatan ritual, terjadi *euphoria* vaksin Pada tanggal 27 April 2021 India mencatat peningkatan jumlah kasus Covid-19 yaitu lebih dari 300.000 kasus dan 2.771 kasus kematian baru, Seorang pelajar Indonesia yang menempuh study di India bernama Agoes Afiya mengatakan bahwa selama 24 jam terakhir, telah terkonfirmasi 379 ribu kasus baru sehingga angka kasus aktif mencapai 3 juta dengan kasus kematian mencapai 3848 kasus, untuk ketersediaan ruang ICU Covid-19 di New delhi dari 4.821 kamar yang ada , hanya tersisa 18 ICU, hal tersebut sangatlah memprihatinkan. (Pramudita, 2021)

Pada masa pandemic Covid-19, pelaksanaan *medical tourism* perlu dilakukan pengawasan yang ketat dan peningkatan kualitas dari segi beberapa factor antara lain : fasilitas yang tersedia di tempat-tempat pelayanan Kesehatan hendaknya dapat mendukung berbagai kebijakan pemerintah terkait gerakan memutus mata rantai penyebaran Covid-19, ketersediaan tenaga kesehata hendaknya mendapatkan perhatian, karena tenaga Kesehatan yang terampil dan professional akan menjadi aset dan hal yang didambakan bagi para wisatawan domestic dan mancanegara, hendaknya tenaga kesehatan diberikan pelatihan dan bekal keterampilan dalam memberikan kualitas pelayanan yang optimal, peningkatan dari segi keterampilan berkomunikasi dan Bahasa, serta diberikan bekal keterampilan dari segi bagaimana untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19, yang nantinya mereka dapat menciptakan pelayanan Kesehatan secara aman dan nyaman serta berkualitas bagi para wisatawan, sedangkan dari segi kebijakan RS hendaknya dapat mengayomi dan mendukung gerakan 3 M (mencuci tangan dengan air yang mengalir dan sabun, menjaga jarak/menjauhi kerumunan serta

memakai masker) dan 3 T (*Testing, Tracing, dan Treatment*), sehingga dapat memutus mata rantai penyebaran Covid-19.

STRATEGI YANG DAPAT DILAKUKAN UNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA DAN *HEALTH TOURISM*

Pariwisata merupakan yang diunggulkan dan paling terdampak dengan adanya Covid-19, sehingga pemerintah dan berbagai pihak harus mampu bangkit dari keterpurukan di masa pandemic covid-19, melakukan gerakan bersama guna membenahi segala hal yang membuat semua terpuruk. Dalam menghadapi sulitnya situasi di masa Pandemi ada berbagai strategi yang dapat dilakukan guna menghidupkan kembali denyut nadi pariwisata, salah satunya di Bali yang merupakan salah satu tempat yang menjadi sasaran destinasi pariwisata karena memiliki berbagai hal yang menarik. Kita tidak tahu kapan pandemic Covid-19 ini berakhir, namun pastinya di dalam kesulitan senantiasa ada jalan untuk keluar dari masalah dan bangkit kembali,

Dalam menyikapi situasi yang tidak menentu dan kondisi dimana terjadi keterpurukan terutama dalam bidang pariwisata, pemerintah dan segala pihak yang terkait berusaha menuangkan suatu kebijakan baru terhadap kondisi yang ada, kita kenal dengan kehidupan baru (*New Normal*) dalam artian diharapkan masyarakat dapat produktif di tengah pandemi Covid-19, masyarakat dapat bekerja dan belajar dari segala hal untuk bangkit dari kondisi yang sulit dengan mengutamakan keselamatan dan kesehatan. Intinya masyarakat harus dapat beradaptasi dalam menghadapi kondisi sulit ini, adaptasi merupakan suatu kondisi dimana makhluk hidup (manusia) dipaksa untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang ada, dan ada hukum seleksi alam, seleksi alam merupakan proses seleksi sumber daya alam yang terbatas yang memaksa makhluk hidup untuk bertahan dan

beradaptasi, seorang ilmuwan dan naturalis yang membuat teori evolusi dalam sebuah Buku *on the Origin of Species* pada tahun 1859 yaitu bapak Charles Darwin mengatakan bahwa makhluk hidup yang dapat bertahan hidup adalah makhluk hidup yang dapat beradaptasi dengan segala perubahan yang terjadi, diperlukan suatu kekuatan dan cara untuk dapat bertahan dalam situasi yang sulit sekalipun, dan hukum seleksi alam yang akan membawa makhluk hidup ke dalam situasi yang baru. Berdasarkan hal tersebut nyatalah bahwa kondisi Pandemi Covid-19 yang telah memakan banyak korban dan merusak segala aspek kehidupan, memaksa manusia untuk tetap bertahan dan meningkatkan kualitas hidup.

Dalam bidang pariwisata dapat dilakukan berbagai strategi dan cara guna menghidupkan kembali kondisi pariwisata yang terpuruk, adapaun berbagai hal dan strategi yang dapat dilakukan oleh pemerintah, penyedia layanan pariwisata, dan lainnya antara lain:

1. Meningkatkan promosi keberadaan pariwisata dan *medical tourism* yang aman dan berkualitas di berbagai daerah melalui brosur, pamlet, serta promosi melalui *on line* (media social seperti facebook, *Instagram*, *youtube*, dan lainnya),
2. Memetakan daerah-daerah yang memiliki potensi untuk peningkatan jumlah wisatwan dan berbagai daerah yang memiliki tingkat penularan yang tinggi (zona merah, oranye, kuning) sehingga dapat mengantisipasi adanya kluster baru di tempat-tempat wisata,
3. Berusaha menggali semua potensi yang dapat menunjang kebangkitan dari pariwisata di Indonesia, antara lain *Welness Tourism* salah satu contoh yang menjadi andalan negeri kita yaitu pelaksanaan terapi tradisional seperti

SPA, terapi massage, terapi herbal, yoga, meditasi dan lainnya. Misalnya di Bali banyak ada tempat-tempat SPA dan terapi komplementer (Yoga, Meditasi, akupresur) yang memiliki nilai tambah bagi sector pariwisata terutama di Bali, dalam pelaksanaan tempat-tempat terapi tersebut pastinya harus senantiasa mematuhi protocol kesehatan, kemudian tanaman herbal yang ada di Indonesia memilki daya tarik tertentu di mata wisatawan baik domestic dan mancanegara, alangkah baiknya tanaman-tanaman herbal (jamu, rempah-rempah,loloh) tersebut dapat diolah dengan baik dan inovatif, sehingga menjadi penciri dan menjadikan daerah-daerah yang kaya akan hasil alam tersebut menarik.

4. Meningkatkan jumlah fasilitas Kesehatan dan pelayanan Kesehatan di daerah sekitar tempat-tempat wisata, sehingga dapat memberikan pelayanan Kesehatan yang optimal bagi para wisatawan baik domestic atau mancanegara.
5. Diperlukan adanya kerjasama atau MoU dari berbagai pihak dan pemangku kebijakan dalam menjalin hubungan Kerjasama di sector pariwisata di Indonesia
6. Melakukan segala protap atau SOP (standar operasional prosedur) terkait pelaksanaan pariwisata di berbagai daerah, SOP yang dimaksudkan adalah protocol alur kedatangan terdiri dari pra keberangkatan, kedatangan dan akomodasi serta alur kepulangan yang terdiri dari saat di hotel, bandara dan pesawat. Alur kedatangan mulai dari tahap Pra keberangkatan yang harus diperhatikan antara lain : para wisatawan memesan sarana hotel melalui internet, telpon dan travel agent, wisatwan wajib mengisi *travel history* (apakah mereka berasal dari daerah yang banyak dengan kasus covid-19) pada fitur yang tersedia , para wisatawan wajib membawa surat keterangan kesehatan (bebas Covid-19) ataupun telah mendapatkan

vaksin dari instansi Kesehatan, wisatawan selama,saat dan dalam perjalanan menuju hotel ataupun tempat-tempat wisata wajib melakukan gerakan 3 M (memakai masker,mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir serta menjaga jarak/menghindari kerumunan), dan para wisatawan wajib untuk memberikan pernyataan bahwa bersedia mematuhi protocol kesehatan, para wisatawan sudah melaksanakan test PCR (swab test), rapid test antigen ataupun Genose yang akan dicek kembali pada saat kedatangan di bandara, apabila ada kejanggalan maka petugas berhak untuk melakukan tes ulang kembali, jika ada wisatawan yang reaktif, maka wisatawan tersebut diminta untuk kembali ke negaranya atau menjalani karantina mandiri/isolasi di hotel yang telah ditetapkan di tempat tujuan wisata, dalam hal akomodasi, wisatawan akan senantiasa di cek suhu tubuh dengan *thermogun* dan kesehatannya oleh pihak hotel, Pada saat alur kepulangan mulai dari hotel, bandara dan pesawat,hal yang diperhatikan wisatawan di kembali pemeriksaan Covid-19 (PCR atau *rapid test*), selama perjalanan wisatawan wajib melakukan protocol Kesehatan, saat menunggu di bandara, wisatawan wajib melakukan *physical distancing* (duduk di tempat-tempat yang telah ditentukan serta menghindari kerumunan), setelah sampai di pesawat pun para wisatawan duduk di tempat-tempat yang telah ditentukan, pihak maskapai penerbangan mengatur tempat duduk sesuai pola *physical distancing*.

Selain berbagai hal di atas ada banyak cara dan strategi yang dapat dilakukan guna meningkatkan serta membangkitkan kembali sector pariwisata di Bali, yang tentunya memerlukan kesadaran dan kerjasama berbagai pihak guna menciptakan pariwisata yang berkualitas, aman, dan sehat. Tidak ada hal yang tidak mungkin jika

kita semua bergotong royong, bergerak bersama menuju kehidupan baru yang lebih baik.

KESIMPULAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keindahan alam, budaya, keunikan, sehingga menjadi salah satu negara tujuan wisata, pada masa pandemic Covid-19 diharapkan semua dapat bangkit dari keterpurukan atau kondisi yang ada, bukan hal yang tidak mungkin jika semua pihak menyadari akan pentingnya beradaptasi di masa yang sulit dan membangkitkan kembali pariwisata di Indonesia salah satunya dengan meningkatkan health tourism dan medical tourism dengan tetap menjalankan protap dan protocol Kesehatan guna menciptakan wisata yang aman, nyaman dan menarik serta inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Giacalone, A., Rocco, G., & Ruberti, E. (2020). Physical Health and Psychosocial Considerations During the Coronavirus Disease 2019 Outbreak. *Psychosomatics, March*, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.psych.2020.07.005>
- Kemdikbud. (2020). *Pedoman Edukasi Perubahan Perilaku*.
- Kemkes. (2020). *Situasi Terkini Perkembangan Novel Coronavirus (COVID-19)*. Diambil dari <https://infeksiemerging.kemkes.go.id>
- Pramudita. <https://www.wartaekonomi.co.id/read339478/belajar-dari-india-cegah-tsunami-covid-19-di-indonesia-ini-kata-pakar>
- Rai, A. (2019). *Medical Tourism in Kolkata, Eastern India*. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-319-73272-5.pdf>
- Rokom, 2012. <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20121201/126658/health-tourism-penggerak-perekonomian-kawasan-asia-pasifik/>
- Setiawan, B., & Muhandi. (2020). Wisata medis dalam peningkatan pelayanan rumah sakit. *Paradigma Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana*, 1(1), 21–28.
- Sujarno, & Muryani. (2018). *Sanitasi, Transportasi, Pariwisata dan Matra*.
- satgas Covid-19. (2021). <https://covid19.go.id/peta-sebaran-covid19>
- <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>

BIODATA PENULIS

I Nyoman Tri Sutaguna



Seorang bapak dengan tiga anak yang bernama lengkap I Nyoman Tri Sutaguna. Pria kelahiran Surabaya pada tahun 1980 ini menekuni dunia kuliner sejak duduk di bangku kuliah Diploma III Politeknik Negeri Bali (PNB) jurusan Pariwisata Akomodasi Perhotelan. Ia lalu melanjutkan studi Diploma IV di Fakultas Pariwisata Universitas Udayana (UNUD) Program Studi DIV Pariwisata dan S2 Program

Studi Kajian Pariwisata Universitas Udayana (UNUD). Pengalaman kerja diberbagai hotel, pabrik roti, restoran, catering, hingga mendalami kuliner di kapal pesiar.

Aktivitas sehari-harinya adalah sebagai dosen tetap yang mengajar di Prodi Diploma IV Pariwisata Universitas Udayana dan juga menjadi konsultan kuliner. Berbekal pengetahuan dan kepeduliannya pada bidang yang ditekuni, penulis dipercayai Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Pariwisata untuk menjadi asesor dan menguji kompetensi (assessment) terhadap pekerja ataupun mahasiswa yang ingin mendapatkan sertifikat uji kompetensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP).

Buku "Pengetahuan Restoran dan Tata Boga Serta Penerapannya" merupakan karya ilmiah pertamanya di dalam menuangkan segala ide maupun pengalaman yang dimiliki. Ada juga berbagai karya ilmiah lainnya yang sudah dipublikasikan seperti di jurnal, majalah populer maupun di media massa.

Ajie Wicaksono



Ajie lahir di Bantul pada tahun 1990, kemudian menempuh S1 Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, lulus tahun 2012 dan D2 Ilmu Perpustakaan di Universitas Terbuka, lulus tahun 2014. Ajie menyelesaikan Program S2 bidang

Manajemen Pariwisata di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang (STIEPARI Semarang) pada tahun 2016. Saat ini Ajie bekerja sebagai dosen tetap mata kuliah Pengantar Pariwisata & Perhotelan, Hotel Marketing, Tour Travel Information & Manajemen Bisnis di Akademi Pariwisata STIPARY Yogyakarta. Dengan menyandang jabatan akademik **Asisten Ahli** dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Ajie dipercaya sebagai salah satu *reviewer* jurnal Amalee, Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo.

Dr. Putu Sabda Jayendra, S.Pd.H., M.Pd.H.

Dr. Putu Sabda Jayendra, S.Pd.H., M.Pd.H. lahir di Singaraja, Buleleng, Bali pada tanggal 14 Agustus 1987. Jenjang S1 (tamat tahun 2010), S2 (tamat tahun 2012), dan S3 (tamat tahun 2018) ditempuhnya di Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar dengan bidang

kajian Pendidikan dan Ilmu Agama Hindu. Putu Sabda Jayendra merupakan penulis yang aktif membuat karya-karya publikasi ilmiah serta menulis buku. Sebagian besar karyanya mengeksplorasi tentang praktik pendidikan dalam tradisi keagamaan dan kearifan lokal (etnopedagogi). Beberapa karya bukunya diantaranya adalah *Barong Brutuk Penjaga Jiwa Dari Tanah Bali Kuno* (2019) dan *Mongah: Belajar Nilai Hidup Dari Manusia Pakis* (2020). Saat ini aktif tercatat sebagai Dosen Tetap di Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional di Denpasar Bali, serta aktif pula menjadi Dosen Luar Biasa di beberapa Perguruan Tinggi lainnya. Dalam keanggotaan organisasi profesi dan bidang sosial budaya juga turut aktif, diantaranya anggota Asosiasi Dosen Indonesia, Assessor Tri Hita Karana Awards, dan Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS) dengan jabatan sebagai Wakil Ketua I BPC Denpasar.

Dr. Kadek Ayu Ekasani, S.S., M.Hum.

Ekasani lahir di Denpasar pada tahun 1982. Ekasani menempuh Pendidikan S1, S2 dan S3 di Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana, Denpasar. Lulus S1 jurusan Sastra Inggris tahun 2004, S2 jurusan magister terjemahan tahun 2010, dan S3 jurusan linguistik tahun 2019. Saat ini Ekasani bekerja sebagai dosen tetap mata kuliah Bahasa Inggris, dan Korespondensi Bisnis di Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional. Tulisannya mengenai terjemahan dan linguistik diterbitkan dalam jurnal nasional maupun jurnal internasional. Beberapa artikel yang diterbitkan pada jurnal internasional, yaitu di jurnal *International Linguistics Research* dan *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, *International Journal of Business on Hospitality and Tourism*. Sebagai *reviewer* untuk penulisan artikel penelitian di *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, tahun 2020. Beberapa penelitian yang dilakukan juga mendapat hibah dari Kemenristekdikti, yaitu hibah penelitian dosen pemula tahun 2017 dan 2018, serta hibah penelitian disertasi doktor tahun 2018.

Ardi Wina Saputra



Ardi Wina Saputra Lahir di Malang pada 17 Mei 1992. Bergabung bersama Pelangi Sastra Malang sejak tahun 2015. Saat ini menjadi dosen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun, Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia. Menyelesaikan pendidikan Sarjana (S-1) dan Magister (S-2) pada Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Negeri Malang (UM). Bukunya yang sudah terbit berjudul kumpulan cerpen *Aloer-Aloer Merah* (2017) dan kumpulan esai *Ruang Literasi Generasi Mantul* (2019). Menjadi kontributor media massa luring dan daring seperti harian *Kompas*, *Jawa Pos*, *Nova*, *Femina*, *Radar Malang*, *Radar Madiun*, *Terakota.id*, *Magrib.id.*, dan masih banyak lagi.

Md. Yudyantara Risadi



Yudyantara lahir di Denpasar di akhir tahun 1995 dan menempuh pendidikan dari SD hingga SMA di sekolah Negeri yang ada di Kota Denpasar. Yudyantara atau yang akrab dipanggil Yudik ini menyelesaikan Program S1 dan S2 di Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja dengan program studi Pendidikan Bahasa Inggris. Setelah menyelesaikan perkuliahannya, Yudik menjalani karir dosen yang dimulai dari mengajar kampus perhotelan

serta kampus penerbangan. Dilanjutkan menjadi dosen yayasan di suatu kampus perhotelan yaitu AKPAR DENPASAR. Dalam karya ilmiah, yudik sudah menulis beberapa tulisan yang tentunya sudah dipublikasikan baik nasional ataupun internasional. Salah satu tulisan yang ia buat berhasil terbit dalam jurnal yang terindeks Scopus. Saat ini Yudyantara bekerja sebagai Dosen CPNS 2019 di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa.

I Putu Suyasa Ariputra



Suyasa lahir di Denpasar pada tahun 1995 dan menempuh pendidikan strata 1 pada jurusan Pendidikan Agama Hindu di Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar tamat tahun 2017 dan sastra Jawa Kuno di Universitas Udayana tamat tahun 2018. Ia menyelesaikan program magister bidang Pendidikan Agama Hindu di Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar tahun 2019.

Suyasa sebelum menjadi tenaga pendidik di Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa sempat menjadi tenaga peyuluh agama Hindu di Kantor Kementerian Agama Kab, Badung dan juga menjadi pendidik di SD Fajar Harapan.

I Wayan Sugita



Wayan Sugita lahir di keluarga yang kurang berada dan tidak seperti keluarga lain yang berkecukupan. Lahir di Desa Pengeragoan, Jembrana pada tahun 1975 dengan tiga bersaudara. Beruntung pendidikan yang didapatkan dari bantuan sebuah Yayasan yang peduli akan anak-anak

kurang mampu yang menampungnya dan meyekolahkanya untuk mengenyam pendidikan menengah hingga akademi. Menempuh pendidikan Diploma III bidang pariwisata di Politeknik Universitas Udayana (sekarang bernama Politeknik Negeri Bali) tahun 1996. Dengan kondisi yang ada memotivasi diri untuk segera bekerja di bidang pariwisata di salah satu hotel di kawasan Tanjung Benoa. Kemudian semangat untuk bisa mengenyam pendidikan lebih tinggi tidak pernah mundur sehingga kuliah sambil bekerja pun dilakoni dengan menempuh pendidikan S1 di Universitas Udayana tahun 1998, dan S2 di Universitas Triatma Mulya tahun 2019. Sampai saat ini masih berkiprah di Bidang pariwisata. Juga terlibat aktif di berbagai asosiasi profesi seperti Hotel front Liners Association Bali (HFLA), PHRI Bali dan Indonesia Hotel General Manager Association (IHGMA Bali). Selain itu juga aktif sebagai asesor kompetensi dari BNSP bidang pariwisata khususnya Kantor depan.

Indah Puspitasari



Indah lahir di Banyumas, 4 Maret 1985. Penulis menempuh studi Sarjana Sastra Inggris di Universitas Jenderal Soedirman dan studi Pasca Sarjana Linguistik Konsentrasi Linguistik Terapan Bahasa Inggris di Universitas Diponegoro. Penulis merupakan seorang dosen Bahasa Inggris di Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman. Selain

mengajar mata kuliah *English for Tourism* dan beberapa matakuliah lain di Program Studi D3 Bahasa Inggris, selama lebih dari 12 tahun terjun di dunia pendidikan, penulis juga telah menulis beberapa artikel jurnal dan prosiding berkaitan dengan *English for Specific Purposes* dan menulis memoar berjudul *Spiritual Traveller* (2019) dan *How to Survive a Pandemic* (2021). Penulis sangat tertarik untuk mengembangkan pariwisata Indonesia khususnya berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kompetensi Bahasa Inggris pelaku industri Pariwisata. Penulis aktif dalam kegiatan penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan *English for Hotel*, Pelatihan *English for Tourism* bagi anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Banyumas dan pelatihan Bahasa Inggris di SMK Pariwisata. Penulis juga memegang sertifikat kompetensi *Local Guide* dan sertifikat kompetensi penulis non fiksi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP).

IG : Indah and Family

Email : indah.puspitasari@unsoed.ac.id



Denok Lestari memperoleh gelar Doktor di bidang Linguistik dari Universitas Udayana tahun 2017. Minatnya terhadap pembelajaran bahasa telah mengantarnya ke berbagai pertemuan ilmiah seperti CamTESOL dan TEFLIN. Ia pernah mengikuti program *Short Course* di bidang *Tourism and Hospitality* di *Auckland University of Technology* tahun 2018 yang merupakan kerja sama antara Kemenristek DIKTI dan *New Zealand Tourism Research Institution*. Pada tahun 2019 ia terpilih sebagai Duta Bahasa Negara dan mengajarkan BIPA di *Université de La Rochelle, Prancis* tahun 2020 berdasarkan penugasan dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Saat ini ia aktif sebagai *Editor in Chief Journal of Business on Hospitality and Tourism (JBHOST)*, dosen bahasa Inggris Prodi Manajemen Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional.

Sigit Widiatmoko



Ia lahir di Karawang pada tahun 1989. Setelah lulus SMA, ia melanjutkan pendidikan S1 di Prodi Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung dan lulus sebagai Sarjana Sastra dengan konsentrasi Linguistik. Di tahun yang sama, ia kemudian melanjutkan Pendidikan ke jenjang S2 di Prodi Linguistik di kampus yang sama dan lulus dengan gelas Magister Humaniora. Selama kuliah S2, ia pernah mengajar di SD, SMP, SMA, dan SMK, hingga pada tahun 2019 ia menjadi dosen di Prodi Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta. Ia merupakan anggota Himpunan Sarjana Kesusastraan Indonesia (HISKI) dan Masyarakat Linguistik Indonesia (MLI). Sejak aktif menjadi dosen, ia mulai melakukan penelitian yang berfokus pada kajian makrolinguistik, khususnya sosiolinguistik, antropolinguistik, dan ekolinguistik. Beberapa artikelnya dimuat di beberapa jurnal ilmiah.

Profil singkat penulis Leily Suci Rahmatin lahir di Bondowoso 07 Mei 1994 yang saat ini sebagai Staff Dosen di UPN "Veteran" Jawa Timur Program Studi S1 Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, mulai mengajar sejak 2016 di SMK Negeri 2 Bondowoso satu tahun kemudian menjadi staff pengajar di Akademi Pariwisata Denpasar pada tahun 2017 hingga 2018. Menempuh Pendidikan S1 Destinasi Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana pada tahun 2012 selesai pada Tahun 2016 kemudian melanjutkan studi S2 Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana di tahun 2017 dan menyelesaikan pesisikan Magister tahun 2019, pada tahun yang sama memulai mengajar di Politeknik Banyuwangi Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Fransiska Fila Hidayana, SST.Par., M.Par. dan Putu Widya Darmayanti, S.Par., M.Par. merupakan Dosen di Akademi Pariwisata Denpasar. Fransiska Fila Hidayana Menempuh pendidikan D4 Pariwisata, Universitas Udayana, Lulus 2010 penulis kelahiran Palangkaraya, 2 Oktober 1988 ini kini menjabat sebagai Sekretaris Progran studi D3 Perhotelan, menempuh pendidikan S2 Magister Pariwisata, Universitas Udayana, Lulus 2019. Putu Widya Darmayanti dosen muda kelahiran Denpasar, 23 Pebruari 1995 dalam pendidikan kepariwisataannya menempuh S1 Destinasi Pariwisata, Universitas Udayana, pada tahun 2013 dan Lulus 2017. Kemudian langsung melanjtkan ke jenjang S2 di tahun yang sama pada kelulusan studi S1 Lulus Magister Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Udayana pada tahun 2019.

Made Martini



Martini lahir di Bandung, pada tanggal 12 April 1983, menempuh pendidikan Diploma keperawatan lulus tahun 2004, di Akper Bali Denpasar, Melanjutkan Pendidikan di S1 keperawatan dan profesi Ners lulus Di universitas Brawijaya Malang pada tahun 2018. Martini menyelesaikan Program Studi magister Keperawatan dengan peminatan Kegawatdaruratan dan manajemen Bencana di Fakultas kedokteran Universitas Brawijaya Malang Pada tahun 2016. Martini, pernah bekerja di UGD salah satu rumah sakit swasta di Denpasar dari tahun 2004 – 2005, dari tahun 2008 sampai dengan 2014 bekerja di stikes Bali menjadi dosen tetap Yayasan mengampu mata ajar keperawata. Saat ini Martini bekerja sebagai dosen tetap mata kuliah keperawatan gawat darurat dan kritis, keperawatan bencana dan promosi kesehatan di Stikes Buleleng. Martini juga aktif menjadi pengurus organisasi Himpunan Perawat Gawat darurat dan Bencana di Bali sejak tahun 2018, Pada tahun 2020, Martini dipercaya menjadi Dosen Pendamping Lapangan Dalam Program pemerintah yaitu Duta Edukasi Perubahan Perilaku di Masyarakat. Martini juga aktif memberikan pelatihan-pelatihan terkait bantuan hidup dasar dan BT dan CLS (*Basic Trauma dan cardiac Life Support*) di kampus-kampus dan kepada para perawat di Bali yang tergabung dalam tim instruktur Yayasan Ambulans Gawat darurat 118 Jakarta



PUSAT KAJIAN PARIWISATA NUSANTARA

PARIWISATA

DI MASA DAN PASCA **COVID-19**



Book Chapter dengan judul "Pariwisata di Masa dan Pasca COVID-19" ini merupakan karya dari beberapa penulis yang berprofesi sebagai dosen dari berbagai Perguruan Tinggi. Para penulis menguraikan perspektif mengenai pariwisata, selama dan pasca covid-19 baik dari sudut pandang teoretis maupun praktis.

