

New Normal

by Serli Wijaya

Submission date: 04-Sep-2020 04:10PM (UTC+0700)

Submission ID: 1379534234

File name: Hospitality_-_Draft_Final_Setelah_Masukan_Editor_dengan_Foto.pdf (173.6K)

Word count: 4406

Character count: 29469

BAGIAN 4: PELUANG DAN TANTANGAN DI SEKTOR EKONOMI

ADAPTASI KEBIASAAN BARU DI SEKTOR *HOSPITALITY*: TITIK TEMU KUALITAS PENGALAMAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN

Serli Wijaya

PENGANTAR

Sektor pariwisata merupakan sektor yang memiliki efek berganda (*multiplier effect*) terbesar dalam perekonomian nasional karena memayungi beragam sub-sektor mulai dari jasa perjalanan wisata dan rekreasi, *hospitality*, transportasi, ritel, dan ekonomi kreatif. Industri pariwisata ditopang oleh pelaku usaha dari skala global sampai industri UMKM yang jumlahnya mencapai jutaan. Pariwisata merupakan sektor yang penting dalam perekonomian, baik sebagai sumber penghasil devisa negara, pencipta lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta pemerataan pendapatan. Berdasarkan Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2018, kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional mencapai 9 persen atau sebesar Rp 946,09 triliun. Sumbangan devisa dari sektor pariwisata terus meningkat dimana pada tahun 2018, devisa mencapai Rp 229,5 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 15,4 persen per tahunnya. Penyerapan tenaga kerja sektor pariwisata juga semakin meningkat mencapai 12,7 juta orang atau sekitar 10 persen dari total penduduk Indonesia yang bekerja (Kemenpar, 2019).

Industri jasa *hospitality* merupakan komponen utama dari industri pariwisata yang mencakup usaha jasa penyediaan akomodasi, makanan dan minuman bagi para *traveller* yang melakukan perjalanan baik untuk tujuan wisata dan atau bisnis (Gary & Liguori, 2003). Seiring dengan jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara yang terus meningkat, industri jasa *hospitality* juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Jumlah usaha akomodasi di Indonesia pada tahun 2018 tercatat sebanyak 28.230 usaha dimana 11.74% diantaranya merupakan hotel berbintang, 48.09% merupakan usaha akomodasi non-bintang atau hotel melati, dan sisanya adalah jenis usaha akomodasi lainnya (BPS, 2018). Data dari Exit Passenger Survey Kemenpar mencatat bahwa pengeluaran terbesar selama perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara adalah untuk memenuhi kebutuhan jasa *hospitality* yaitu akomodasi berkisar antara 40% dan sekitar 20% untuk makanan dari keseluruhan pengeluaran ketika berwisata (LPEM FEB UI, 2018).

Di tingkat global dan nasional, industri jasa *hospitality* tercatat sebagai salah satu industri yang terdampak paling parah dengan adanya pandemi COVID-19 (Gursoy & Chi, 2020). Pemberlakuan aturan pembatasan fisik sampai PSBB setidaknya di empat provinsi dan sepuluh kabupaten/kota di Indonesia, menjadikan industri jasa *hospitality* mengalami pukulan yang hebat. Data dari BPS mencatat bahwa pada kuartal I tahun 2020, laju pertumbuhan untuk sektor penyediaan makanan dan minuman hanya sekitar 3.52% sedangkan sub-sektor penyediaan akomodasi, laju pertumbuhan bahkan menunjukkan angka minus -4.55% (BPS, 2020). Data dari PHRI menunjukkan bahwa per 5 April 2020, sebanyak 1.180 hotel di Indonesia telah ditutup operasionalnya baik itu secara temporal ataupun permanen (PHRI, 2020). Sekitar 213 ribu pekerja di industri ini telah dirumahkan atau terkena PHK sebagai dampak COVID-19. Di industri jasa makanan, pemberlakuan aturan PSBB sampai tiga

tahap di kota Surabaya misalnya, dilaporkan oleh ketua APKRINDO Jawa Timur, telah berdampak pada penurunan penjualan usaha kuliner di kota Surabaya sampai 90% (Haryono, 2020).

Penutupan usaha baik yang bersifat temporal ataupun permanen ini tentunya membawa efek domino secara ekonomi dan sosial baik kepada pemilik usaha, karyawan serta pihak ketiga yaitu rekan usaha (*business partners*) jasa *hospitality* seperti para supplier dan distributor. Menparekraf menyatakan bahwa apabila wabah virus Corona masih berlangsung dalam satu tahun ke depan, maka kerugian sektor pariwisata nasional diperkirakan dapat mencapai US\$ 4 miliar atau sekitar Rp 54,6 triliun (cnnindonesia.com).

Melihat kontribusi industri jasa *hospitality* yang signifikan terhadap pemulihan ekonomi nasional, maka menjadi menarik untuk didiskusikan lebih lanjut bagaimana dampak pandemi serta perubahan yang telah, sedang, dan akan berlangsung di industri ini dalam menyiasati pandemi. Tulisan ini bertujuan untuk melihat bagaimana kesiapan industri jasa *hospitality* di Indonesia untuk bangkit melanjutkan operasional bisnis pada era adaptasi kebiasaan baru. Harapannya, adaptasi kebiasaan baru dapat menjadi titik temu antara kualitas pengalaman dengan kepercayaan pelanggan yang menjadi inti dari jasa *hospitality*. Argumen yang akan dibangun dalam tulisan ini adalah bahwa sesungguhnya, pandemi yang terjadi, dapat dipandang sebagai momentum perubahan kualitas layanan *hospitality* yang lebih hijau dan berkelanjutan, salah satunya melalui optimalisasi teknologi digital dalam operasional bisnis, sehingga berujung pada terciptanya kepercayaan pelanggan untuk kembali berani menikmati layanan *hospitality*.

Dalam menyusun tulisan ini, penulis melakukan kajian pustaka dari berbagai sumber data sekunder baik dari artikel jurnal ilmiah internasional maupun berbagai artikel elektronik pada media daring, publikasi laporan penelitian dari organisasi internasional di bidang pariwisata seperti UNWTO, WTTC, serta publikasi berisi panduan teknis dari pemerintah dan asosiasi industri seperti AHLA dan PHRI.

Bagian berikut akan mendiskusikan kehadiran pandemi yang dipandang sebagai gelombang disrupsi di industri jasa *hospitality*. Selanjutnya akan dipaparkan berbagai strategi dan upaya pihak pemerintah dan sektor swasta dalam menyelamatkan industri menghadapi pandemi. Bagian penutup berisi kesimpulan reflektif mengenai keberlangsungan industri jasa *hospitality* di masa depan.

PANDEMI COVID-19: INIKAH DISRUPSI YANG SEBENARNYA?

Sebelum pandemi, kita diramaikan dengan kehadiran disrupsi teknologi yang mencapai puncaknya dalam 5–10 tahun ke depan. Namun nyatanya pandemi COVID-19 sejak akhir tahun 2019 justru mempercepat proses disrupsi yang terjadi. Dalam konteks industri jasa *hospitality*, disrupsi teknologi sebenarnya bisa dikatakan telah hadir sejak menjamurnya *online travel agents* (OTAs) dan kemunculan Airbnb sekitar satu dekade lalu yang telah mengubah model bisnis di industri jasa *hospitality* dengan konsep *sharing economy* atau konsumsi kolaboratif (Liang, 2015). Tren *sharing economy* memberikan pengalaman memiliki tanpa harus memiliki yang didorong oleh kemampuan berbagi dari produk atau jasa tertentu yang dapat dirasakan semua orang di dunia tanpa harus menanggung beban kepemilikan produk atau jasa. Airbnb merupakan model bisnis yang mendisrupsi industri perhotelan konvensional dengan menciptakan pasar baru yang memungkinkan persewaan kamar (tempat tinggal) dari orang di luar industri akomodasi konvensional kepada orang lain secara personal (Choi, Jung, & Yoon, 2015). Disrupsi yang dihadirkan Airbnb dan model bisnis sejenisnya ini sendiri sejalan dengan esensi jasa *hospitality* itu sendiri yaitu keramahtamahan. Secara etimologis,

kata “*hospitality*” adalah terjemahan dari kata Latin *hospitium* yang berasal dari *hospes*, yang artinya “tamu” atau “tuan rumah”. Kata ini juga dipengaruhi oleh kata Yunani “*xenos*”, yang menunjuk kepada orang asing selaku tuan rumah yang menerima sambutan atau yang melakukan penyambutan terhadap orang lain (Barrows et al., 2012).

Pandemi COVID-19 dapat dikatakan sebagai era disruptif baru bagi industri jasa *hospitality*. Natur usaha jasa *hospitality* yang menekankan penciptaan pengalaman yang berkesan melalui penyediaan kualitas produk dan layanan yang ramah dan dapat dipercaya kepada pelanggan, menjadi pekerjaan rumah besar yang tidak mudah diwujudkan. Proses konsumsi jasa *hospitality* menuntut adanya interaksi intensif antara penyedia jasa dan pelanggan yang dilayani sedangkan di masa pandemi ini, seluruh aktivitas jasa *hospitality* di dunia praktis berhenti. Meskipun pada akhirnya saat ini beberapa usaha jasa *hospitality* telah mulai menjalankan operasionalnya dengan protokol kesehatan yang ketat, namun tantangan yang harus dijawab adalah bagaimana membangun kembali kepercayaan pelanggan dan membuktikan bahwa pengalaman yang diberikan saat ini adalah benar-benar pengalaman yang berkualitas, bukanlah hal yang mudah untuk diwujudkan. Pelaku usaha jasa *hospitality* perlu untuk menata ulang model bisnis yang mungkin tidak akan sama seperti sebelum pandemi. Hal paling sederhana adalah bagaimana pelaku usaha saat ini mendefinisikan kualitas pengalaman pelanggan. Diperlukan model bisnis yang relevan dan efektif yang dapat diadaptasi dan tetap mengedepankan marwah dari *hospitality* yaitu penyediaan dan penciptaan pengalaman pelanggan yang unik dan personal.

Salah satu kunci untuk menghadapi disrupsi di masa pandemi ini mau tidak mau adalah dengan optimalisasi teknologi digital dalam operasional bisnis. Para pelaku industri jasa pariwisata dan *hospitality* harus bisa beradaptasi dengan peran baru, jalan baru, dan ekspektasi baru dengan cara menata kembali strategi model bisnis melalui akselerasi pemanfaatan digitalisasi di setiap lini operasional bisnis. Beberapa tren perubahan yang terjadi yang mewarnai industri jasa *hospitality* terkait digitalisasi antara lain:

1. **Less Mobility.** Saat ini, hampir semua aktivitas dapat dilakukan dimana saja ketika ada koneksi listrik dan akses internet. Pertemuan untuk membahas pekerjaan dengan rekan bisnis dapat dilakukan secara virtual kapan saja dan di mana saja. Tuntutan untuk mobilisasi secara fisik dari satu tempat ke tempat lain menjadi amat jauh berkurang. Pekerjaan dapat diselesaikan dari kediaman masing-masing dan hal ini sekaligus dapat mengurangi risiko terpapar virus COVID-19. Tren penyelenggaraan virtual MICE yang selama ini menjadi salah satu sumber penerimaan bagi bisnis *hospitality* akan memberikan tantangan sekaligus peluang tersendiri. Salah satu segmen potensial untuk diperhatikan adalah para penjelajah digital (*the digital traveller*), dimana tipe penjelajah ini akan memiliki ekspektasi dan perilaku yang berbeda yang menuntut layanan *hospitality* baik saat memilih hotel, mencari tempat makan, atau menikmati layanan bisnis seperti MICE dengan cara pemanfaatan teknologi digital yang membuat mereka tidak harus banyak berpindah-pindah tempat.
2. **More Technology.** Disrupsi teknologi yang ada dan kondisi pandemi yang membatasi interaksi fisik mendorong kita untuk lebih intensif menggunakan teknologi untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Perilaku belanja konsumen berubah mengalami migrasi yang signifikan dari belanja di tempat ke belanja secara daring, tidak terkecuali perilaku makan konsumen di restoran. Rasa aman karena tidak harus bertemu fisik dengan pelanggan lain ketika *dine-in* mendorong pertumbuhan layanan antar (*delivery service*). Untuk menangkap perubahan

perilaku dan ekspektasi konsumen, pelaku usaha restoran mau tidak mau dipaksa untuk menjual makanan dan layanan mereka secara daring. Di samping perkembangan jasa makanan secara daring, model bisnis lainnya yang dipercaya cukup efektif untuk bertahan dalam pandemi adalah model bisnis kolaboratif yaitu bekerja sama antar pelaku usaha untuk menciptakan peluang bersama melalui pemanfaatan teknologi digital. Salah satu contoh yang saat ini berkembang adalah konsep *cloud kitchen system* yang saat ini mulai berkembang di kalangan pelaku usaha jasa makanan. Dengan konsep ini, pelaku usaha jasa makanan berkolaborasi menyewa sebuah *space* berupa dapur satelit untuk memasak berbagai menu yang dijual yang kemudian makanan yang dipesan oleh konsumen diantar melalui jasa *delivery* oleh pihak ketiga seperti *online food service delivery*.

3. **More Automation.** Berkembangnya teknologi *Artificial Intelligence (AI)* dan *Machine Learning* akan membuat banyak pekerjaan dan aktivitas penyediaan jasa kepada pelanggan dapat dilakukan secara otomatis sehingga lebih efisien dan akurat. Dalam industri pariwisata, hal ini akan memunculkan tren *touchless travel*, dimana ke depan, perubahan yang paling langsung dan akan terlihat adalah adanya pergeseran ke perjalanan (*travelling*) tanpa sentuhan (*touchless travel*). Proses pengecekan dokumen perjalanan di bandara akan melewati proses pengecekan kesehatan dan keselamatan yang lebih ketat dari biasanya. Otomatisasi biometrik misalnya deteksi sidik jari tanpa kontak serta iris dan pengenalan wajah di seluruh tahapan melakukan perjalanan akan menjadi norma baru dan menjadi solusi yang diterima secara luas. Semua layanan terkait perjalanan seorang wisatawan akan mengandalkan proses otomatisasi digital yang canggih dan terintegrasi harapannya dapat berujung pada penyediaan pelayanan yang nyaman, aman, sehat, dan terpercaya.

ADAPTASI KEBIASAAN BARU PADA INDUSTRI JASA HOSPITALITY

Masa pandemi diprediksi masih akan berlangsung lebih panjang mengingat sampai saat ini vaksin dan pengobatan definitif COVID-19 belum ditemukan. Menyikapi fakta ini, pemerintah mengajak seluruh komponen bangsa untuk bersiap dan beradaptasi dengan keseimbangan baru dalam hidup bermasyarakat. Berbagai kebijakan percepatan penanganan COVID-19 yang telah, sedang, dan akan dikeluarkan oleh pemerintah memiliki satu benang merah tujuan yaitu untuk menopang keberlangsungan perekonomian dan aspek sosial masyarakat. Sejak tanggal 28 Mei 2020, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai payung kelembagaan negara tertinggi yang menaungi industri pariwisata dan ekonomi kreatif (dimana industri jasa *hospitality* ada di bawahnya), telah menyiapkan tahapan-tahapan pariwisata untuk menyambut adaptasi kebiasaan baru (Aditya, 2020).

Pandemi telah memberikan tantangan yang amat berat bagi industri jasa *hospitality*. Strategi-strategi yang dilakukan untuk menekan laju penyebaran virus COVID-19 yang dilakukan oleh pemerintah berbagai negara mulai dari pembatasan aktivitas sosial, bekerja dan belajar dari rumah, pembatasan perjalanan telah menurunkan permintaan pasar jasa *hospitality*. Untuk menggerakkan kembali geliat industri jasa *hospitality*, WTTC menerbitkan protokol baru sebagai standar tatanan kebiasaan baru bagi pelaku usaha di industri jasa *hospitality* secara global. Disusun dengan mengacu pada pedoman yang ditetapkan WHO, terdapat empat pilar protokol *Safe Travels* baru yang menjadi panduan pengelolaan operasional di masa pandemi (WTTC, 2020). Keempat pilar protokol *Safe Travels* dari WTTC yang dibuat khusus untuk industri jasa *hospitality* antara lain:

- a) Kesiapan Operasional dan Karyawan
Ketika operasional bisnis dibuka, maka setiap pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka dapat mencapai keunggulan operasional di era kenormalan baru dan telah melatih karyawan untuk mempersiapkan dan melaksanakan rencana operasional yang telah disusun.
- b) Kepastian Pengalaman Pelanggan yang Aman
Pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka siap memberikan pengalaman yang aman bagi karyawan dan tamu melalui peningkatan praktik terbaik kebersihan dan kesehatan. Salah satu cara untuk mencapai ini adalah dengan menetapkan Standar Prosedur Operasional (SPO) yang relevan dan *comply* dengan standar kesehatan lingkungan yang diatur oleh pihak terkait.
- c) Membangun Ulang Kepercayaan Pelanggan
Pelaku usaha harus bekerja untuk membangun kembali kepercayaan melalui transparansi dan komunikasi dengan pelanggan.
- d) Implementasi Kebijakan
Pelaku usaha harus berusaha agar kebijakan yang diterapkan di tingkat pemerintah merupakan kebijakan yang benar-benar dapat dieksekusi di lapangan dan bukan sekedar retorika pragmatis yang tidak hanya menjadi hiasan formalitas yang tersimpan rapi sebagai dokumen.

Selain protokol umum yang diterbitkan oleh WTTC di atas, negara-negara seperti Singapura, Thailand, dan Australia telah mengeluarkan kebijakan-kebijakan pemulihan pariwisata dalam menghadapi pandemi ini. Pemerintah Singapura, sebagai contoh, pada Februari 2020 telah mengeluarkan **Sertifikasi SG Clean** untuk meningkatkan standar kebersihan publik di tengah wabah virus corona bagi seluruh pelaku di sektor pariwisata, hotel, ritel, dan jasa makanan. Hasil dari kampanye **Sertifikasi SG Clean** ini terbukti mampu berangsur-angsur meningkatkan kepercayaan dari pelanggan dan wisatawan terhadap kualitas layanan kebersihan yang diberikan selama wisatawan berkunjung ke Singapura (Ramadhian, 2020). Mirip dengan Singapura, Thailand juga meluncurkan sistem sertifikasi kesehatan untuk hotel dan restoran untuk menanamkan kepercayaan wisatawan. Pemerintah Australia mengeluarkan stimulus ekonomi putaran kedua sebesar US\$ 11,4 miliar atau sekitar Rp 160 triliun yang ditujukan untuk menangani industri pariwisata, penerbangan, dan perhotelan yang terpuruk akibat pandemi (Sebayang, 2020).

Di Indonesia, respon cepat dari pemerintah terkait strategi dan usaha penanganan serta pemulihan bagi industri jasa *hospitality* perlu mendapatkan apresiasi. Dalam mengatasi pandemi COVID-19, langkah Kemparekraf paling tidak dapat dibagi menjadi 3 fokus: 1) penyelamatan usaha; 2) penyiapan protokol untuk adaptasi kebiasaan baru; dan 3) penguatan dan promosi kebangkitan industri pariwisata nasional.

Penyelamatan Usaha. Terkait fokus penyelamatan usaha, Kemparekraf telah merealokasi anggaran dan menerapkan program khusus yang diarahkan untuk berbagai macam program yang sifatnya mendukung langsung penanganan COVID-19 di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Selama masa tanggap darurat, setidaknya terdapat dua program yang merupakan upaya mitigasi. Pertama, penyediaan fasilitas komodasi, transportasi, dan konsumsi yang menggandeng beberapa hotel di Jakarta dan daerah bagi tenaga medis dan tenaga pendukung RS Rujukan penanganan COVID-19 sesuai rekomendasi Gugus Tugas Percepatan Penanganan COVID-19. Dengan kerjasama ini, bisnis

1) hotel dan transportasi tetap dapat mempekerjakan pegawainya. Kedua, Kemenparekraf juga mengusulkan lapangan usaha sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk masuk dalam Permenkeu nomor 23/PMK.03/2020 yang akan mendapatkan insentif berupa subsidi PPh 21 yang ditanggung oleh pemerintah (DTP) untuk karyawan, restitusi pajak pertambahan nilai (PPN) dipercepat, dan pengurangan angsuran PPh 25 sebesar 30 persen.

4
Penyiapan Protokol Adaptasi Kebiasaan Baru. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun program **CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environment)** sebagai tatanan adaptasi kebiasaan baru di berbagai destinasi wisata dengan melibatkan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang diharapkan pariwisata dapat produktif dan aman dari COVID-19. Kemenparekraf telah menyusun sejumlah panduan teknis dalam bentuk *handbook* untuk setiap sub-sektor di bawah sektor pariwisata, antara lain untuk Hotel, Restoran dan Rumah Makan, Daya Tarik Wisata, Homestay, Spa, Usaha Perjalanan Wisata, Kegiatan Wisata Minat Khusus, MICE dan *Event*, serta Ekonomi Kreatif. Setiap panduan teknis dibuat dengan memperhatikan indikator kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan. Harapan dan optimisme pada pemulihan ekonomi nasional khususnya pada sektor parekraf terus tumbuh seiring penerapan ketat protokol kesehatan.

PHRI sebagai asosiasi pelindung pelaku usaha di industri jasa *hospitality* telah mengeluarkan Panduan Umum Normal Baru untuk Hotel dan Restoran Dalam Pencegahan COVID-19 sampai tiga versi panduan. Panduan dari PHRI ini sejalan dengan panduan global yang dikeluarkan oleh WTTC dan berisi petunjuk yang komprehensif dan detail mulai dari bagian operasional di garda depan dan garda belakang, serta panduan bagi karyawan di jajaran manajemen. Sektor perhotelan mengembangkan protokol yang menawarkan peningkatan standar kebersihan dan memastikan keselamatan tamu. Protokol disusun berdasarkan *lesson learnt* dari penawaran kamar gratis yang diberikan kepada petugas medis garis depan selama COVID-19. Protokol standar ini antara lain: a) pengecekan kesehatan dan kebersihan kepada karyawan, tamu, dan seluruh area hotel dan restoran baik itu berupa penyediaan *hand sanitizer station* dan penyemprotan disinfektan secara rutin; b) utilisasi teknologi digital untuk operasional layanan pada pelanggan, misalnya proses *check-in* dan *check-out* dan layanan pemesanan makanan di restoran yang mengutilisasi teknologi digital serta metode pembayaran transaksi secara non-tunai; dan c) pengawasan ketat terhadap protokol kesehatan terhadap staf di garda belakang yang tidak terlihat oleh tamu hotel atau pengunjung restoran, misalnya di bagian penyimpanan dan persiapan bahan makanan. Kesiapan industri perhotelan dan restoran dalam menerapkan protokol kesehatan juga meliputi tata cara penyajian makanan di buffet, aktivitas di kolam renang, hingga penggunaan fasilitas kebugaran.

Masukkan Gambar 1 dan Gambar 2 di sini

Di sektor jasa makanan minuman, konsumen saat ini menjadi lebih sensitif dengan sanitasi dan hygiene. Pelaku usaha jasa makanan tidak bisa lagi mengabaikan kebersihan dapur karena pelanggan akan memperhatikan aspek ini. Praktek Food Safety seperti pengecekan suhu tubuh karyawan sebelum mulai bekerja dengan *thermogun*, penggunaan masker dan *face shield*, sarung tangan, *hairnet* untuk staf bagian produksi menjadi protokol dasar yang wajib diimplementasikan setiap hari. Untuk pelanggan, penyediaan *hand sanitizer*, disinfektan, fasilitas cuci tangan, dan pengaturan jarak

yang aman untuk meja dan kursi pelanggan adalah protokol wajib bagi restoran yang mulai beroperasi membuka bisnisnya.

Masukkan Gambar 3 di sini

1 samping panduan yang dikeluarkan untuk adaptasi kebiasaan baru, pemerintah juga meluncurkan Sertifikat Sehat Atau Lolos Uji protokol kesehatan pencegahan COVID-19 kepada destinasi wisata, hotel, homestay, kafe, dan restoran agar bisa kembali beroperasi di tengah persiapan adaptasi kebiasaan baru. Sertifikasi diperlukan untuk memberi jaminan keamanan, kesehatan, dan keselamatan bagi semua pihak yang berkepentingan mulai dari karyawan sampai pengunjung atau wisatawan yang menyantap hidangan di restoran di hotel misalnya, sampai mereka yang menjelajah kuliner di warung makanan di destinasi wisata.

Penguatan dan Promosi Kebangkitan Industri Pariwisata Nasional. Pemerintah berupaya membangun lagi rasa percaya warga Indonesia dan dunia internasional terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tanah air. Sejumlah langkah untuk sosialisasi protokol Cleanliness, Healthy, Safety, & Environment (CHSE) bagi para wisatawan dan pelaku parekraf gencar dilakukan. Salah satu platform yang dioptimalkan penggunaannya untuk melakukan sosialisasi adalah melalui media sosial resmi Kemenparekraf dan media massa digital lainnya. Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta amat penting untuk mengembangkan protokol kesehatan baru sehingga bisa menumbuhkan keyakinan bagi masyarakat saat melakukan perjalanan wisata.

Dari sisi pemberdayaan tenaga kerja, sebagai dampak dari ratusan ribu pekerja sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang terdampak COVID-19 di seluruh Indonesia, Kemparekraf melibatkan pelaku UMKM Ekonomi Kreatif yang terdampak ke dalam berbagai kegiatan yaitu #GerakanMaskerKain, #GerakanLaukSiapSaji, #SatuDalamKopi. Selain itu, pemerintah gencar menyelenggarakan pelatihan daring gratis untuk meningkatkan keahlian (*upskilling dan reskilling*) para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif supaya semakin kompetitif dan siap bersaing. Contoh pelatihan secara daring bagi spa terapis pemula dan madya, pelatihan daring pemijatan refleksi, pelatihan daring bagi *room attendant*, serta pelatihan daring untuk barista kopi. Kemenparekraf bekerja sama dengan FoodStartup Indonesia membuka akses pembiayaan dan permodalan serta fasilitas digital berupa tools gratis bagi 1000 pelaku ekraf kuliner, akses pasar hingga *support system*. Bagi pelaku usaha, pada bulan Juli 2020 Kemparekraf menyalurkan Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) sebesar Rp 24 miliar berupa penambahan modal kerja untuk meningkatkan kapasitas usaha atau produksi pelaku usaha ekonomi kreatif untuk enam sub-sektor parekraf antara lain aplikasi digital dan pengembangan permainan, fesyen, kriya, kuliner, film, dan sektor pariwisata khususnya bagi *homestay* yang berlokasi di desa wisata.

Masukkan Gambar 4 di sini

Untuk penguatan dan promosi kebangkitan industri pariwisata nasional menyambut adaptasi kebiasaan baru, pada tanggal 10 Juli 2020 Kemenparekraf meluncurkan kampanye 'InDOnesia CARE'

yang berisi ajakan untuk menjalankan kembali sektor Parekraf dengan mengutamakan tiga hal utama, yaitu menjaga sanitasi, higienitas, dan pelayanan tanpa kontak langsung untuk keamanan bersama. InDOnesia CARE menjadi penyemangat bagi pelaku industri parekraf yang sudah sekian bulan terdampak pandemi, untuk bisa bangkit tetap kreatif dan produktif dengan aman dari COVID-19. Pemerintah mengadakan mega famtrip, menyusun paket wisata dengan maskapai penerbangan dan hotel, serta menyelenggarakan berbagai pertemuan MICE dan *event*. Promosi dimulai dengan membidik pasar domestik melalui program *staycations*, dimana masyarakat belum akan berani untuk melakukan perjalanan jauh melainkan akan memilih untuk berwisata dengan cara mengunjungi tempat wisata yang dekat dari tempat tinggal dan menginap di hotel atau mengeksplor tempat makan di lokasi yang relatif tidak jauh dari tempat tinggal dimana motivasi menginap atau berwisata adalah untuk mencari variasi untuk melepas kebosanan sebagai efek dari karantina bekerja atau beraktivitas dari rumah selama pandemi.

PENUTUP

Berbagai protokol yang telah disiapkan untuk adaptasi kebiasaan baru yang telah diinisiasi baik oleh pemerintah dan asosiasi industri harus dipandang sebagai bagian dari proses akselerasi menuju penciptaan pariwisata yang berkualitas (*quality tourism*). Pariwisata berkualitas yang tidak hanya mengejar keuntungan bisnis transaksional namun menciptakan keselarasan dan keberlanjutan relasional antar individu yang berinteraksi yaitu penyedia jasa dengan pelanggan, antar penyedia jasa dan pelaku usaha, serta masyarakat secara umum, serta keselarasan dengan alam.

Apakah kemudian berbagai upaya penyelamatan keberlangsungan usaha di sektor pariwisata dan jasa *hospitality* serta protokol adaptasi kebiasaan baru telah dijalankan dengan mulai dibukanya kembali usaha hotel dan restoran akan benar-benar membawa perubahan fundamental, yaitu perubahan pengelolaan jasa *hospitality* yang lebih hijau dan berkelanjutan yang bersifat permanen, menjadi pertanyaan reflektif yang menarik untuk kita renungkan bersama.

Untuk mewujudkan perubahan yang diharapkan, setidaknya membutuhkan **3K: Komitmen, Konsistensi, dan Kolaborasi**. Pertama, semua pihak harus memiliki **komitmen** berupa disiplin diri untuk mengikuti serangkaian protokol kesehatan ketika menikmati layanan jasa *hospitality* di tempat (*on-site*). Kedua, semua pihak harus **konsisten** (tidak hangat-hangat tahi ayam) dalam menjalankan protokol adaptasi kebiasaan baru, tidak hanya di masa pandemi saja namun juga pasca pandemi. Ketiga, semua pihak perlu **berkolaborasi**, tidak hanya agar dapat bertahan dalam persaingan industri, namun juga dalam memanfaatkan peluang-peluang bisnis baru di industri jasa *hospitality*. Sebagai contoh, peluang untuk melakukan *micro-segmentation* yaitu membidik dan melakukan penawaran atau layanan kepada kelompok konsumen yang secara ukuran pasar (*market size*) amat kecil, yang memiliki kebutuhan dan preferensi yang amat spesifik (Unruh, 2018). Dengan optimalisasi teknologi digital, pelaku usaha jasa *hospitality* dapat membidik segmen mikro seperti segmen yang meminati *staycation* atau para penjelajah digital (*digital travellers*). Kolaborasi dari semua pemangku kepentingan dalam menjalankan pengelolaan operasional bisnis menjadi keniscayaan agar proses pemulihan industri jasa *hospitality* dapat berjalan efektif, yang berujung pada pemulihan industri pariwisata nasional secara komprehensif.

Ketiga prasyarat di atas diyakini akan membentuk kualitas individu dan masyarakat yang lebih baik karena diperlengkapi dengan pengetahuan dan wawasan kesehatan baik secara individu, keluarga dan lingkungannya. Pola hidup sehat akan menjadi budaya walaupun awalnya terkesan dipaksakan,

lambat laun akan menjadi kebutuhan mendasar dan personal bagi setiap orang ke depannya. Pelaku usaha harus dapat meyakinkan bahwa terlepas dari usaha untuk menarik pelanggan untuk kembali menggunakan dan menikmati jasa *hospitality* dengan menginap di hotel atau makan di restoran, kesehatan dan keselamatan karyawan serta pelanggan yang dilayani adalah menjadi prioritas utama yang tidak diabaikan. Di sinilah titik temu antara kualitas pengalaman dan kepercayaan pelanggan yang sebenarnya akan diuji.

SINGKATAN

AHLA	: American Hotel and Lodging Association
AKPRINDO	: Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia
MICE	: Meetings, Incentives, Convention and Exhibition
PDB	: Pendapatan Domestik Bruto
PHRI	: Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia
PSBB	: Pembatasan Sosial Berskala Besar
UMKM	: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
UNWTO	: United Nations World Tourism Organization
WTTC	: World Travel and Tourism Council

REFERENCES

- Aditya, N.R., 2020. Wishnutama ungkap tiga tahapan tatanan new normal pariwisata, apa saja? Terbit daring 29 Mei 2020. Diunduh dari <https://travel.kompas.com/read/2020/05/29/122257227/wishnutama-ungkap-tiga-tahapan-tatanan-new> [diakses 4 Juni 2020].
- Barrows, C., Powers, T. and Reynolds, D., 2012. *Introduction to management in the hospitality industry*. John Wiley & Sons.
- BPS. 2018. *Statistik hotel dan akomodasi lainnya di Indonesia (Hotel and other accommodation statistics in Indonesia) 2018*. Katalog/catalog: 8403002. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/publication/2019/04/11/d64817c1f0294f59556bc76b/statistik-hotel-dan-akomodasi-lainnya-di-indonesia-2018.html> [diakses 24 Juli 2020].
- BPS. 2020. *Laju Pertumbuhan Kumulatif Produk Domestik Bruto Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2017 – 2020*. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2017/05/05/1253/-seri-2010-laju-pertumbuhan-kumulatif-produk-domestik-bruto-menurut-lapangan-usaha-persen-2017---2020.html> [diakses 25 Juli 2020].
- Choi, K.-H., Jung, J., & Yoon, S.-M. 2015. The relationship between Airbnb and the hotel revenue : In the Case of Korea. *Indian Journal of Science and Technology*, 8 (26), pp. 1-8.
- Gursoy, D., & Chi, C.G. 2020. Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: Review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), pp. 527-529.
- Haryono, T., 2020. Siap-siap makan-makan: Kreativitas Kafe dan Restoran Menyambut New Normal, Webinar Kamar Dagang Indonesia (KADIN) Jawa Timur. 12 Juni 2020.

- Kementerian Pariwisata, 2019. *Rencana strategis 2018-2019 Kementerian Pariwisata*. Diunduh dari <https://www.kemendikbud.go.id/post/rencana-strategis-2018-2019-kementerian-pariwisata> [diakses 10 Oktober 2019].
- Kemendikbud, 2020. Siaran Pers: Kemendikbud Luncurkan Kampanye Penerapan Protokol Kesehatan 'Indonesia Care'. Terbit daring 26 Februari 2020. Diunduh dari <https://www.kemendikbud.go.id/post/siaran-pers-kemendikbud-luncurkan-kampanye-penerapan-protokol-kesehatan-indonesia-care> [diakses 20 Juli 2020].
- Kemendikbud, 2020. Siaran Pers: Menparekraf tekankan hotel-restoran disiplin protokol kesehatan agar tetap produktif dan aman. Terbit daring 26 Februari 2020. Diunduh dari <https://www.kemendikbud.go.id/post/siaran-pers-menparekraf-tekankan-hotel-restoran-disiplin-protokol-kesehatan-agar-tetap-produktif-dan-aman> [diakses 20 Juli 2020].
- Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Indonesia. 2018. *Kajian awal dampak sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia*. LPEM-FEBUI. Diunduh dari <https://www.kemendikbud.go.id/post/kajian-dampak-sektor-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia> [diakses 10 Juli 2020].
- Liang, L. J. 2015. Understanding repurchase intention of Airbnb consumers : Perceived authenticity , electronic word-of-mouth , and price sensitivity, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), pp. 73-89.
- n.a. 2020. *Menghitung kontribusi sektor pariwisata bagi ekonomi RI*. Terbit daring 26 Februari 2020. Diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200226121314-532-478265/menghitung-kontribusi-sektor-pariwisata-bagi-ekonomi-ri#> [diakses 10 Juli 2020].
- PHRI., 2020. Buku panduan pencegahan normal baru hotel dan restoran dalam pencegahan COVID-19 [versi 3]. *Unpublished Report*. Diterbitkan 26 Juni 2020 oleh Badan Pimpinan Pusat (BPP) PHRI.
- PHRI., 2020. Daftar hotel yang ditutup dan atau melaksanakan cuti/cuti tidak dibayar/PHK, *Unpublished Report*, Data diterbitkan tanggal 5 April 2020 oleh Badan Pimpinan Pusat (BPP) PHRI.
- Ramadhian, N. 2020. Singapura luncurkan sertifikat SG Clean, bikin optimis industri pariwisata yang terpukul. Terbit daring 23 Maret 2020. Diunduh dari <https://travel.kompas.com/read/2020/03/23/140800727/singapura-luncurkan-sertifikat-sg-clean-bikin-optimis-industri-pariwisata?page=all> [diakses 9 Juli 2020].
- Sebayang, R. 2020. Kasus corona meningkat, Australia kururkan stimulus lagi. Terbit daring 16 Maret 2020. Diunduh dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200316145431-4-145196/kasus-corona-meningkat-australia-kururkan-stimulus-lagi> [diakses 9 Juli 2020].
- Unruh, H. 2018. Understanding why micro-segmentation is critical to digital experiences. Terbit daring 26 Februari 2018. Diunduh dari <https://www.chiefmarketer.com/understanding-micro-segmentation-critical-digital-experiences/2/> [diakses 10 Agustus 2020].
- WTTC., 2020. *Leading global protocols for the new normal: Hospitality*. #SafeTravels Series, May 2020. Diunduh dari <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> [diakses 30 Juni 2020]

SERLI WIJAYA staf pengajar pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya. Meminati kajian *hospitality and tourism marketing*, wisata minat khusus, dan perilaku pelanggan. Meraih gelar Ph.D. in Hospitality and Tourism Marketing dari College of Business, Victoria University, Melbourne, Australia. Kontak surel: serliw@petra.ac.id

New Normal

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.kemenparekraf.go.id

Internet Source

3%

2

www.cnnindonesia.com

Internet Source

1%

3

www.antaraneews.com

Internet Source

1%

4

pedulicovid19.kemenparekraf.go.id

Internet Source

1%

5

bulelengkab.go.id

Internet Source

1%

6

republika.co.id

Internet Source

1%

7

intesa-school.com

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

