BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Bali menjadi terguncang dikarenakan pandemi yang tengah terjadi saat ini, kita tidak pernah menyangka bahwa pariwisata di wilayah yang menjadi pusat wisata di Indonesia ini kini menjadi pulau yang sepi. Kunjungan wisatawan ke Bali baik domestik maupun mancanegara mengalami penurunan yang drastis pada tahun 2020 saat pandemi belum kunjung usai. Berikut data resmi kunjungan wisatawan dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali dalam kurun waktu 6 tahun terakhir seperti tabel di bawah ini.

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan 2015-2020

No	Tahun Kunjungan	Wisatawan Domestik		Wisatawan Mancanegara	
		Total	Growth (%)	Total	Growth (%)
1	2015	7.147.100	11,77	4.001.835	6,24
2	2016	8.643.680	20,94	4.927.937	23,14
3	2017	8.735.633	1,06	5.697.739	15,62
4	2018	9.757.991	11,70	6.070.473	6,54
5	2019	10.545.039	8,07	6.275.210	3,37
6	2020	4.596.157	-56,41	1.069.473	-82,96

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, Tahun 2020

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara yang datang ke Bali minus hingga di atas 50% hingga minus 80%. Dimana hal ini membuat banyak hotel di Indonesia yang memilih untuk gulung tikar dikarenakan turunnya pendapatan yang mereka dapatkan. Seperti data yang ada pada gambar di bawah ini menurut BPP PHRI tahun 2020.

Gambar 1. 1

JUMLAH HOTEL TUTUP DI SELURUH INDONESIA

TOTAL 1,642 DARI 31 PROVINSI

BALI - 281	KALIMANTAN SELATAN - 10	SULAWESI BARAT
BANGKA BELITUNG - 34	KALIMANTAN TIMUR - 9	SULAWESI SELATAN - 65
BANTEN - 19	KALIMANTAN TENGAH - 2	SULAWESI TENGAH - 2
BENGKULU - 7	KEPULAUAN RIAU - 38	SULAWESI TENGGARA - 5
GORONTALO - 2	LAMPUNG - 13	SULAWESI UTARA - 2
DKI JAKARTA - 100	MALUKU - 1	SUMATERA BARAT - 30
JAMBI - 27	MALUKU UTARA	SUMATERA SELATAN - 19
JAWA BARAT - 501	NAD - 17	SUMATERA UTARA - 31
JAWA TENGAH - 84	NUSA TENGGARA BARAT - 80	YOGYAKARTA - 98
JAWA TIMUR - 144	NUSA TENGGARA TIMUR - 5	PAPUA - 5
KALIMANTAN BARAT - 4	RIAU - 4	PAPUA BARAT - 1

Jumlah Hotel Tutup di Seluruh Indonesia
Sumber: BPP PHRI – Update 5 April 2020
(https://www.sheltercluster.org/sites/default/files/docs/2._informasi_phri_dan_dampaknya_terhadap_covid-19.pdf)

Gambar 1.1, menjelaskan bahwa Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia mencatat saat ini sudah ada 1.642 hotel di seluruh Indonesia yang terpaksa tutup karena wabah Covid-19. Dari 1.642 hotel tersebut, hotel yang paling banyak tutup ada di Jawa Barat sebanyak 501 hotel, disusul oleh Bali sebanyak 281 hotel, dan Jakarta 100 hotel (Data PHRI 5 April 2020). Dengan kejadian pandemi covid-19 ini telah berdampak pada tutupnya sekitar 1.642 hotel yang berarti jika kita bandingkan dengan total jumlah akomodasi dalam bentuk hotel menurut BPS 2019 maka dapat disimpulkan bahwa saat ini hotel yang terdampak dan tutup adalah sekitar 49.54% artinya per tanggal 5 april saja telah terjadi penutupan hotel di Indonesia nyaris 50% dari total hotel yang beroperasi sebelumnya.

Turunnya angka wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Bali memberikan pukulan besar terhadap sektor pariwisata. Tidak adanya wisatawan yang mau berkunjung ke Indonesia dikarenakan pandemi covid-19 yang sedang ada di Indonesia, membuat tempat-tempat wisata mengalami kerugian. Ini dikarenakan WHO memberikan himbauan tegas untuk tidak keluar rumah, tidak bepergian, tidak melakukan pertemuan berkelompok, dan agar menjaga jarak ketika sedang bersama dengan orang lain agar kita tidak tertular virus corona. Wisatawan sebagai konsumen sangat berhati-hati dalam melakukan perjalan wisata mereka semenjak adanya pandemi covid-19 ini. Mereka membutuhkan jaminan agar tetap aman dan tidak akan terpapar virus corona saat menginap di hotel ataupun saat berkunjung ke daerah dan tempat wisata khususnya di Indonesia.

Semenjak angka pasien positif terus bertambah di Indonesia, pelaku wisata dan konsumen pariwisata menjadi memiliki rasa takut untuk melakukan kegiatan wisata. Konsumen pariwisata saat ini dalam memulai kegiatan wisata mereka lebih menjadi pemilih terhadap destinasi wisata yang mereka tuju ataupun akomodasi yang akan mereka tinggali. Walaupun destinasi wisata dan usaha akomodasi seperti homestay, hotel, villa, dan sejenisnya telah mengikuti protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah. Seperti menyediakan tempat cuci tangan, pengunjung atau tamu wajib memakai masker, menyediakan hand sanitizer dan memeriksa suhu tubuh sebelum masuk ke tempat tersebut.

Industri pariwisata perlu mempersiapkan new normal pasca pandemi covid-19. Protokoler kesehatan wajib diterapkan untuk memutus mata rantai penyebaran virus corona. Pasca pandemi diperkirakan terjadi kondisi new normal atau tren baru dalam berwisata. Wisatawan akan lebih memperhatikan protokol wisata, terutama yang terkait dengan kesehatan, keamanan, kenyamanan, sustainable and responsible tourism, dan authentic digital ecosystem (Kiswantoro, Rohman, Susanto 2020). Para pelaku industri pariwisata harus melakukan protokol kesehatan yang sesuai terhadap wisatawan yang berkunjung baik itu wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Tidak hanya wisatawan saja yang mengikuti protokol kesehatan namun para pekerja yang bekerja di industri pariwisata pun harus mengikutinya dengan baik dan juga setidaknya sudah melakukan rapid test agar lebih menjamin lingkungan tempat bekerja. Akan lebih baik lagi jika wisatawan yang berkunjung juga harus menunjukan bukti rapid atau swab test sehingga tempat wisata atau akomodasi yang ditinggali selama berlibur pun terjamin keamanannya.

Dikarenakan kebutuhan konsumen yang berubah diakibatkan pandemi covid-19 sekarang, membuat penyedia akomodasi memutar otak untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan cara yaitu membuat *travel trend* baru yang sekarang sering dipromosikan melalui *online* maupun *offline*. *Travel trend* tersebut bernama "*Staycation"* yang berasal dari kata *stay* yang artinya tinggal atau menetap dan *vacation* yang artinya liburan. Sehingga dapat diartikan bahwa menginap di hotel dengan menikmati semua fasilitas hotel yang tersedia. Semenjak pandemi ini konsumen lebih mengurangi kegiatan rekreasi di luar hotel, jadi pihak hotel memanfaatkan keadaan ini untuk bisa mendapatkan keuntungan dan juga menjamin keamanan dan kesehatan tamu yang menginap di hotel tersebut.

Bali Paragon Resort Hotel merupakan salah satu penyedia jasa akomodasi dimana memanfaatkan travel trend *staycation* ini sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan selama masa pandemi Covid-19. Paket *staycation* yang dijual oleh Bali Paragon Resort Hotel menarik minat wisatawan baik domestik maupun mancanegara dimana tamu bisa menggunakan fasilitas hotel serta tinggal di kamar tipe *deluxe* untuk 8 jam. Dengan adanya promo paket *staycation* yang dipasarkan ini diharapkan banyak wisatawan khususnya wisatawan lokal Bali yang tertarik untuk datang dan merasakan kesenangan selama *staycation* di Hotel Bali Paragon Resort Hotel.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bali Paragon Resort Hotel dalam memasarkan produk *staycation* agar dapat meningkatkan pendapatan di masa pandemi Covid-19.
2. Kebutuhan wisatawan di Bali akan paket *staycation* yang dijual oleh Bali Paragon Resort Hotel.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi hanya pada strategi pemasaran yang digunakan oleh Bali Paragon Resort Hotel dalam memasarkan produk *staycation* tanpa mengabaikan hal yang ikut mempengaruhi strategi pemasaran yang digunakan seperti kebutuhan wisatawan di Bali akan paket *staycation* yang dijual oleh Bali Paragon Resort Hotel.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah kebutuhan trend wisata *staycation* Bali Paragon Resort Hotel untuk wisatawan di Bali?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang digunakan oleh Bali Paragon Resort Hotel dalam meningkatkan pendapatan selama masa pandemi Covid-19 melalui paket *staycation*?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kebutuhan trend wisata *staycation* Bali Paragon Resort Hotel bagi wisatawan di Bali.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Bali Paragon Resort Hotel dalam meningkatkan pendapatan selama masa pandemi Covid-19 melalui pemasaran dari paket *staycation*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian dan tambahan untuk sumber informasi dan ilmu menganai strategi pemasaran yang digunakan oleh Bali Paragon Resort Hotel dalam meningkatkan pendapatan selama masa pandemi Covid-19 melalui pemasaran *staycation*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai strategi hotel untuk bertahan di tengah masa pandemi Covid-19 dalam memanfaat *travel trend staycation* yang sedang berkembang.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi mengenai kebutuhan *travel trend staycation* untuk wisatawan di Bali.

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
UNDIKSHA