

Ketahanan Pariwisata menghadapi Pandemi Covid-19 pada Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang)

¹Abu Khasan Ubaidillah, ²Gina Puspitasari Rochman

Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung Jl. Tamansari No 1 Bandung 40116

Email : 1abukhasan97@gmail.com, 2ginapuspitasari@unisba.ac.id

Abstract. Saat ini penyebaran wabah Covid-19 tengah mengguncang dunia yang secara cepat meluas dan menjadi polemik global terbesar saat ini. Bahkan wabah Covid-19 telah ditetapkan oleh World Health Organization (WHO) sebagai pandemi global. Virus Corona (COVID-19) yang tengah menjadi permasalahan kesehatan global untuk saat ini pandemi covid-19 berdampak sangat besar terhadap semua sektor kehidupan diseluruh dunia. Mulai dari sektor ekonomi, pendidikan, sosial, pariwisata dan sebagainya. Salah satu sektor yang terdampak besar akibat pandemi virus corona yaitu sektor pariwisata. Pariwisata yang pada awalnya kian mengalami pertumbuhan yang begitu pesat, pada saat ini dampak pandemi covid-19 seakan melemahkan pariwisata yang membuat pariwisata mengalami penurunan yang sangat drastis. Di industri pariwisata indonesia, virus ini mulai memberikan dampak pada awal tahun 2020. begitu pula pariwisata Rancabali salah satu yang terdampak pandemi covid. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi ketahanan pariwisata pada Kawasan pariwisata Rancabali. Konsep ketahanan dalam industri pariwisata menggunakan suatu model yang disebut 'Sphere of Tourism Resilience.' Model ini mengandalkan tiga elemen utama yaitu kekuatan pasar, Kohesi pemangku kepentingan, dan Kepemimpinan yang kuat, Metode penelitian yang digunakan dalam proses analisis adalah analisis deskriptif kualitatif, menggunakan model Triangulasi untuk memvalidasi data. Kawasan pariwisata Rancabali sudah dikatakan dapat bertahan menghadapi pandemi Covid-19 karena 2 dari 3 komponen utama dari Spare Of Tourism Resilience sudah cukup baik, dan juga dengan adanya inovasi dan adaptasi program CHSE dapat mempercepat pemulihan sektor pariwisata pada Kawasan Rancabali.

Keywords: Pandemi Covid-19, Pariwisata, Ketahanan Pariwisata

Abstrak. Le Minerale merupakan produk air mineral yang merupakan produk baru setelah terdapat produk sejenis yang mendahuluinya di pasaran. Iklan Le Minerale tidak hanya sekedar mengenalkan, tetapi perlu menanamkan kesadaran merek kepada masyarakat. Munculnya iklan produk Le Minerale di berbagai media massa, baik cetak maupun elektronik, belum dapat dikatakan bahwa masyarakat memiliki kesadaran merek yang tinggi terhadap merek ini. Berdasarkan fenomena tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: (1) Apakah terdapat hubungan antara perhatian (*attention*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale? (2) Apakah terdapat hubungan antara minat (*interest*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale? (3) Apakah terdapat hubungan antara hasrat (*desire*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale? (4) Apakah terdapat hubungan antara keputusan (*decision*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale? (5) Apakah terdapat hubungan antara tindakan (*action*) terhadap iklan dengan kesadaran merek Le Minerale?. Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 12 Bandung yang berjumlah 1.023 siswa. Dengan teknik

pengambilan sampel yaitu *Propositional Stratified Sampling* diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 91 siswa. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Terdapat hubungan positif antara *attention* (perhatian) terhadap iklan Le Minerale dengan kesadaran merek yang termasuk kategori kuat/tinggi. (2) Terdapat hubungan positif antara *interest* (minat) terhadap iklan Le Minerale dengan kesadaran merek yang termasuk kategori sedang. (3) Terdapat hubungan positif antara *desire* (hasrat) terhadap iklan Le Minerale dengan kesadaran merek yang termasuk kategori sedang. (4) Terdapat hubungan positif antara *decision* (keputusan) terhadap iklan Le Minerale dengan kesadaran merek yang termasuk kategori sedang. (5) Terdapat hubungan positif antara *action* (tindakan) terhadap iklan Le Minerale dengan kesadaran merek yang termasuk kategori sedang.

Kata Kunci: Iklan, Kesadaran Merek, Le Minerale.

1. Pendahuluan

Saat ini penyebaran wabah virus Corona (Covid-19) tengah mengguncang dunia yang secara cepat meluas dan menjadi polemik global terbesar saat ini. Bahkan wabah Covid-19 telah ditetapkan oleh *World Health Organization* (WHO) sebagai pandemi global. Virus Corona yang tengah menjadi permasalahan kesehatan global untuk saat ini pandemi Covid-19 berdampak sangat besar terhadap semua sektor kehidupan diseluruh dunia. Mulai dari sektor ekonomi, pendidikan, sosial, pariwisata dan sebagainya.

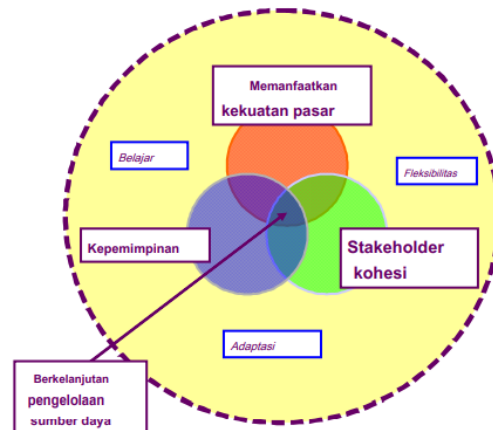
Salah satu sektor yang terdampak besar pandemi virus corona yaitu sektor pariwisata. Pariwisata yang pada awalnya kian mengalami pertumbuhan yang begitu pesat, pada saat ini dampak pandemi covid-19 seakan melemahkan pariwisata yang membuat pariwisata mengalami penurunan yang sangat drastis. Di industri pariwisata indonesia, virus ini mulai memberikan dampak pada awal tahun 2020 yang mana banyak wisatawan membatalkan rencana perjalanannya terutama wisatawan mancanegara. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia pada Juli 2020 mencapai 159,76 ribu orang, turun 89,12% dibandingkan pencapaian pada periode yang sama tahun lalu. Penyebabnya adalah masih adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) imbas pandemi virus corona atau Covid-19 di Indonesia yang belum mereda. Kepala BPS mengatakan selain belum meredanya pandemi corona di Tanah Air, penurunan jumlah wisatawan asing juga disebabkan oleh aturan pembatasan perjalanan yang diterapkan sejumlah negara untuk meminimalisir risiko penyebaran Covid-19. Kendati turun secara tahunan, BPS mencatat jumlah wisatawan asing pada Juli 2020 naik tipis 0,95% dibandingkan Juni 2020. Sementara secara kumulatif, jumlah kunjungan wisatawan asing mencapai 3,25 juta kunjungan atau turun 64,64% dibandingkan pada periode yang sama tahun lalu sebanyak 9,18 juta kunjungan. Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia (PHRI), memprediksi potensi kerugian industri pariwisata Indonesia akibat wabah Covid mencapai 1,5 miliar dolar AS atau setara dengan Rp 21 triliun (katadata, 2020).

Teori mengenai ketahanan diajukan pertama kali oleh ahli ekologi, F. 'Buzz' Holling pada tahun 1973. Holling menawarkan landasan teori yang kuat untuk sistem masyarakat, ekonomi dan lingkungan yang saling tergantung dalam wacana 'pembangunan berkelanjutan'. Kemudian konsep tersebut dielaborasi dan diaplikasikan ke sistem sosial dan ekologis di berbagai bidang. Penerapan konsep ketahanan dalam bidang pariwisata diinisiasi oleh Farrell dan Twining-Ward (2004 dan 2005), sebagai kritik atas Faulkner dan Russell (1997) dan McKercher (1999) yang menggunakan teori *chaos* dalam menganalisis krisis di dunia pariwisata, dan memandang pariwisata sebagai sebuah sistem yang stabil dan linier.

Prinsip dasar dari konsep ketahanan adalah bahwa sistem tidak berevolusi secara linier tetapi sesuai dengan siklus, atau putaran; bahwa fase-fase dalam siklus tersebut secara kasar berulang, tetapi karakteristik setiap tahapan pada iterasi yang berbeda tidak selalu identik;

bahwa karakteristik dan kecepatan pemulihan dari peristiwa stabilisasi bergantung pada kapasitas adaptif sistem; dan bahwa kapasitas adaptif bergantung pada berbagai bentuk modal yang terkumpul selama fase dan iterasi sebelumnya. Kapasitas adaptif juga dapat dipahami sebagai kerentanan, dan analisis kerentanan terkadang digunakan untuk mengidentifikasi kepekaan sistem terhadap berbagai bentuk stres dan agen pelaku manusia dalam menciptakan dan melestarikan kerentanan (Janet Chocrane, 2010).

Sebenarnya, konsep ketahanan dalam industri pariwisata menggunakan suatu model yang disebut ‘*Sphere of Tourism Resilience.*’ Model ini mengandalkan tiga elemen utama yaitu kekuatan pasar, Kohesi pemangku kepentingan, dan Kepemimpinan yang kuat dan konsisten. Untuk lebih jelasnya terkait ketahanan pariwisata dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 1 Ketahanan Pariwisata

Sumber: Janet Chocrane, 2010

Dalam masa *New Normal* atau AKB ada beberapa tempat wisata yang sudah diizinkan membuka oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) dimana tempat wisata tersebut sudah dilakukan pengecekan terkait kesiapan penerapan protokol kesehatan. Enam wisata tersebut diantaranya Glamping Lakeside, Ranca Upas, Emte Higland, Situ Patenggang, Kawah Putih, Situ Cileunca, dan Gunung Puntang. Keenam destinasi tersebut dinilai sudah siap dibuka dengan penerapan protokol kesehatan, hal ini disampaikan langsung oleh Kepala Dinas Pariwisata dan dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Bandung. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dari itu perlu dilakukannya penelitian mengenai “Ketahanan Pariwisata Menghadapi Pandemi Covid-19 Pada Kawasan Pariwisata Rancabali (Kawah Putih, Ranca Upas, Kawah Putih)”. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi ketahanan pariwisata pada Kawasan pariwisata Rancabali. dan yang menjadi sasaran penelitian adalah Teridentifikasi tingkat ketahanan pariwisata pada Kawasan Pariwisata Rancabali.

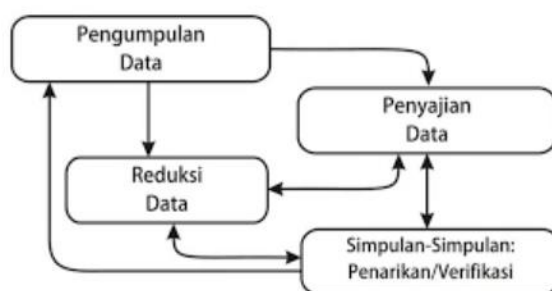
2. Metodologi

Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif Explanasi, Jadi penelitian menurut tingkat eksplanasi adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian ini mengkaji keterkaitan sebab akibat antara 2 fenomena atau lebih. Penelitian eksplanasi ini digunakan untuk menentukan apakah suatu hubungan sebab akibat benar atau tidak, untuk menentukan kebenaran antara 2 atau lebih eksplanasi yang bersaing (Sugiyono,2009). Dan menurut Singarimbun (2003:46)“Apabila peneliti menjelaskan hubungan atau pengaruh kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis maka dinamakan penelitian penjelasan (Eksplanatory Research)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Deskriptif Kualitatif menggunakan model Triangulasi. Triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denkin ini dipakai oleh para peneliti

kualitatif di berbagai bidang. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: 1 triangulasi metode, 2 triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), 3 triangulasi sumber data, dan 4 triangulasi teori. Berikut penjelasannya (Norman K. Denkin).

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti, wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi seperti rekaman video/audio dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting dan dipelajari, serta membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.



Gambar 1 Proses Analisis Data Kualitatif

Sumber: Teknik Analisis Data Kualitatif, DQLab

Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif memiliki empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Konsep ketahanan dalam industri pariwisata menggunakan suatu model yang disebut ‘*Sphere of Tourism Resilience*.’ Model ini mengandalkan tiga elemen utama yaitu Kekuatan Pasar, Kohesi Pemangku Kepentingan, Kepemimpinan yang Kuat.

Analisis Ketahanan Pariwisata Berdasarkan Kekuatan Pasar

Dalam menganalisis kekuatan pasar ada beberapa faktor yang dipertimbangkan diantaranya Sistem Promosi, Jumlah wisatawan, Jenis Wisatawan. Ketiga faktor tersebut bertujuan untuk mengetahui kebutuhan/kekuatan pasar dari Kawasan Pariwisata Rancabali.

1. Sistem Promosi

Proses analisis dilakukan dengan menghimpun hasil wawancara kepada beberapa narasumber, dari aspek sistem promosi di Kawasan pariwisata Rancabali menunjukkan bahwa sistem promosi yang dilakukan pada Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patengan) sebelum pandemi yaitu melalui website, media sosial, melalui pentas seni, dan juga mempromosikan iklan melalui *artis*.

Sistem promosi yang digunakan pada kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patengan) dimasa new normal yaitu lebih mengandalkan teknologi yaitu berupa media sosial seperti facebook, instagram, blogspot, yang mana sebelum pandemi salah satu promosi pariwisata Rancabali yaitu melalui iklan artis, pentas seni dan budaya yang diadakan setiap tahunnya, dikarenakan pandemi membuat promosi lebih mengandalkan media sosial saja, karena promosi melalui pentas seni belum dapat dilakukan seperti sebelum pandemi karena sesuai dengan arahan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pengendalian dan Pencegahan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19), supaya menjaga jarak dan menghindari kerumunan.

2. Jumlah Wisatawan

Jumlah wisatawan di Kawasan pariwisata Rancabali mengalami penurunan wisatawan pada bulan Maret – Juni pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patengan) dikarenakan adanya pandemi sehingga semua pariwisata ditutup sementara, selanjutnya pada bulan Juli-Desember Kawasan pariwisata Rancabali mulai mengalami

kenaikan wisatawan Kembali semenjak pemberlakuan pariwisata dimasa new normal, akan tetapi pariwisata belum bisa berjalan optimal seperti tahun tahun sebelumnya, dikarenakan mengikuti kebijakan berupa pengurangan kapasitas wisatawan sebanyak 50% dari kapasitas normal, dan juga setiap tempat wisata harus menerapkan SOP kegiatan pariwisata yang merupakan kebijakan Pemerintah Daerah dan Nasional untuk mendukung kegiatan pariwisata dimasa new normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel 1 Tabel Jumlah Wisatawan**

Tabel 1 Jumlah Wisatawan

Jumlah Wisatawan Tahun 2020													
No	NAMA OBJEK	BULAN											
		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES
1	RANCA UPAS	7.815	7.611	-	-	-	-	16.030	15.136	13.941	32.447	46.496	36.220
2	KAWAH PUTIH	34.744	23.992	-	-	-	-	43.839	69.439	22.504	42.355	35.127	26.313
3	SITU PATENGAN	24.765	18.351	21.449	-	-	2.865	5.386	8.295	3.322	4.866	7.024	-

Sumber : Disparbud,2021

Dampak pandemi pada Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patengan) memiliki dampak yang signifikan terhadap jumlah wisatawan dikarenakan pada bulan Maret – Juni tempat wisata ditutup total, dan sekarang dimasa new normal walaupun pariwisata sudah berjalan akan tetapi ada pembatasan jumlah wisatawan/ pengurangan kapasitas wisatawan sebanyak 50% dari kapasitas normal.

3. Karakteristik wisatawan

Karakteristik wisatawan di Kawasan Pariwisata Rancabali berasal dari berbagai daerah di Indonesia seperti Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatra, dan juga wisatawan Manca Negara. Setelah masa new normal hanya wisatawan lokal saja yaitu kebanyakan berasal dari Jakarta, Banten, dan Jawa Barat. Untuk karakteristik wisatawan berdasarkan umur sebelum pandemi untuk ketiga ODTW didominasi oleh wisatawan muda.

Analisis Ketahanan Pariwisata Berdasarkan Kohesi Pemangku Kepentingan

Bentuk kerja sama dalam mendukung pariwisata pada kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patengan) sebelum pandemi berupa memberdayakan masyarakat sekitar, sebagai pelaku pariwisata dalam bentuk penyedia angkutan ontang-anting, jasa fotografi, koperasi, dan juga Kompepar, dan selebihnya pihak pengelola berkerja sama dengan Pemerintah Daerah dengan mengikuti kebijakan Pemerintah Daerah.

Bahwa untuk menukung kegiatan pariwisata dimasa new normal para pengelola objek daya tarik wisata pada Kawasan Pariwisata Rancabali menambah Kerjasama dengan tenaga medis dan juga satgas covid yang bertujuan agar mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisata dimasa new normal, dan juga agar menciptakan keamanan kenyamanan bagi wisatawan. Adapun kohesi pemangku kepentingan yang paling berperan dalam ketahanan pariwisata menghadapi covid pada Kawasan Pariwisata Rancabali adalah **Kememparekraf** dan juga **Disparbud**, yang mana kememparekraf mengeluarkan standarisasi untuk pengelolaan pariwisata dimasa new normal, dan Disparbud berperan mensosialisasikan program Kememparekraf kepada setiap pelaku pariwisata yang mana program kememparekraf membuat wisatawan percaya terhadap keamanan dan juga kenyamanan pada saat melakukan pariwisata pada masa new normal.

Analisis Kepemimpinan Yang Kuat

Hal-hal yang harus diperhatikan oleh para pemimpin dalam menangani krisis pandemi Covid-19 ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat keputusan di tengah ketidakpastian: Berhenti sejenak untuk menilai dan mengantisipasi, lalu bertindak
2. Menunjukkan empati: Menghadapi tragedi kemanusiaan sebagai prioritas pertama
3. Berkomunikasi secara efektif: Mempertahankan transparansi dan memberikan pemberitahuan rutin (Gemma D'Auria dan Aaron De Smet, 2020)

Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa kepemimpinan pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) sudah baik berdasarkan kepemimpinan dimasa krisis para pengelola objek daya Tarik wisata menghadapi pandemi berdasarkan **pengambilan kebijakan diatas ketidak pastian** para pengelola wisata menerapkan program CHSE untuk mendukung kegiatan pariwisata dimasa new normal, menunjukkan **sikap empati** dan menjadikan manusia sebagai prioritas : pada awal pandemi seluruh tempat wisata sempat ditutup, yang mengakibatkan seluruh pegawai dirumahkan sementara, namun walaupun dirumahkan, para pegawai tetap mendapatkan uang gaji, **komunikasi efektif** : para pengelola Kawasan pariwisata Rancabali berkordinasi dengan Pemerintah Pusat dan Daerah untuk mengikuti arahan dan kebijakan dari pemerintah.

Analisis Adaptasi dan Inovasi

Analisis Adaptasi dan Inovasi bertujuan untuk melihat kecenderungan penerapan kebijakan berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang kebijakan terkait penanganan dan pencegahan penyebaran Covid-19 pada atraksi, amenitas, aksesibilitas pada Kawasan pariwisata Rancabali untung mendukung kegiatan pariwisata dimasa new normal.

Berdasarkan hasil analisis diatas didapatkan bahwa dalam rangka mendukung kegiatan pariwisata dimasa new normal pihak pengelola wisata pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Puitih, Situ Patenggang) mewajibkan seluruh wisatawan untuk menggunakan masker dan juga mengurangi kapasitas atraksi sebanyak 50% dari kapasitas normal sebagai bentuk adaptasi, dan juga penenglola wisata melakukan pemebersihan area wisata termasuk atraksi secara berkala menggunakan disinfektan sebagai inovasi. Yang mana ini semua diterapkan supaya wisatawan lebih mudah untuk menjaga jarak, mengurangi kerumunan, dan mensterilkan area wisata agar para wisatawan merasa aman saat melakukan kegiatan pariwisata.

Pengelola Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Puitih, Situ Patenggang) menambahkan amenitas/fasilitas sebagai adaptasi pada amenitas untuk mendukung kegiatan pariwisata pada masa new normal berupa alat pengukur suhu tubuh pada pintu masuk objek daya Tarik wisata, dan juga menyediakan tempat cuci tangan dan handsanitazer, yang tersebar pada beberapa titik pada objek daya tarik wisata yang bertujuan agar seluruh wisatawan lebih mudah untuk mencuci tangan dan menggunakan handsanitazer sebelum dan sesudah malakukan kegiatan pariwisata.

Pengelola Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Puitih, Situ Patenggang) menerapkan pengurangan kapasitas sebanyak 50% dari kapasitas normal pada moda transportasi yang ada pada lokasi wisata, sebagai adptasi pada aksesibilitas, yang bertujuan agar wisatawan dapat menjaga jarak pada saat menggunakan tarnsportasi.

4. Kesimpulan

Kekuatan Pasar pada Kawasan Pariwisata Rancabali :

1. **Sistem Promosi** pada Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) sudah cukup baik karena pengelola wisata sebelum pandemic dan pada masa *new normal* sudah mengandalkan teknologi untuk melakukan promosi melalui media sosial, terutama pada masa new normal ini pengelola wisata lebih intens mempromosikan pariwisata melalui media sosial, karena system promosi melalui pentas seni dan mengiklankan kepada arti belum bisa dilakukan untuk masa new normal ini, yang mana semua ini bertujuan untuk menarik wisatawan pada masa *new normal*, dan dengan meningkatnya jumlah wisatawan setiap bulannya setelah di buka kembalinya objek wisata Rancabali membuktikan bahwa promosi yang dilakukan pengelola Kawasan pariwisata sudah cukup baik, untuk menarik wisatawan agar melakukan kegiatan wisata dimasa *new normal*.
2. **Jumlah Wisatawan** pada Kawasan Pariwisata Rancabali dimasa new normal mengalami penurunan, karena kebijakan pemerintah untuk mengurangi kapasitas wisatawan sebanyak 50% dari kapasitas normal, tidak hanya berdampak terhadap pengelola wisata, namun itu juga berdampak terhadap pendapatan komunitas pendukung

kegiatan pariwisata yang menurun hingga 50% pendapatannya semenjak pandemi.

3. **Karakteristik Wisatawan** pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) Pada masa *new normal* ini wisatawan lokal lebih menjadi prioritas pasar untuk mengembangkan/memulihkan pariwisata dimasa *new normal*, yang mana kebijakan ini sesuai dengan peraturan pemerintah untuk mengurangi mobilitas, yang mana wisatawan yang melakukan kegiatan pariwisata pada Kawasan Pariwisata Rancabali adalah wisatawan daerah, dan wisatawan lokal, yang berasal dari Banten, Jakarta, dan Jawa Barat, yang berarti promosi untuk menarik wisatawan lokal sudah cukup baik dengan peningkatan jumlah wisatawan daerah setiap bulannya.

Kohesi Pemangku Kepentingan pada Kawasan Pariwisata Rancabali:

1. Kohesi pemangku kepentingan pada Kawasan Pariwisata Rancabali masih sama seperti sebelum pandemi yaitu bekerjasama dengan komunitas lokal untuk mendukung kegiatan pariwisata, dan untuk mendukung kegiatan pariwisata dimasa *new normal* para pengelola objek daya tarik wisata pada Kawasan Pariwisata Rancabali menambah Kerjasama dengan tenaga medis dan juga Satgas Covid yang bertujuan agar mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisata dimasa *new normal*, dan juga agar menciptakan keamanan kenyamanan bagi wisatawan.
2. Adapun kohesi pemangku kepentingan yang paling berperan dalam ketahanan pariwisata menghadapi Covid pada Pariwisata Rancabali adalah **Kemenparekraf** dan juga **Disparbud**, yang mana Kemenparekraf mengeluarkan standarisasi untuk pengelolaan pariwisata dimasa *new normal*, dan Disparbud berperan mensosialisasikan program Kemenparekraf kepada setiap pelaku pariwisata yang mana program Kemenparekraf membuat wisatawan percaya terhadap keamanan dan juga kenyamanan pada saat melakukan kegiatan pariwisata pada masa *new normal*.

Kepemimpinan Yang Kuat untuk mendukung kegiatan pariwisata Rancabali dimasa *new normal*

1. Kepemimpinan pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) sudah baik berdasarkan kepemimpinan dimasa krisis para pengelola objek daya Tarik wisata menghadapi pandemi berdasarkan **pengambilan kebijakan** diatas ketidakpastian para pengelola wisata menerapkan program CHSE untuk mendukung kegiatan pariwisata dimasa *new normal* demi menciptakan pariwisata yang aman dan nyaman, **sikap empati** dan menjadikan manusia sebagai prioritas : pada awal pandemi seluruh tempat wisata sempat ditutup, yang mengakibatkan seluruh pegawai dirumahkan sementara, namun walaupun dirumahkan, para pegawai tetap mendapatkan uang gaji. Dan pada saat pembukaan pariwisata dimasa *new normal*, para pegawai telah divaksin terlebih dahulu. **komunikasi efektif** : para pengelola Kawasan pariwisata Rancabali berkordinasi dengan pemerintah Pusat dan Daerah untuk mengikuti arahan dan kebijakan dari pemerintah.

Adaptasi dan Inovasi

1. Berdasarkan hasil analisis diatas didapatkan bahwa dalam rangka mendukung kegiatan pariwisata dimasa *new normal* pihak pengelola wisata pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) mewajibkan seluruh wisatawan untuk menggunakan masker dan juga mengurangi kapasitas atraksi sebanyak 50% dari kapasitas normal sebagai bentuk adaptasi, dan juga pengelola wisata melakukan pembersihan area wisata termasuk atraksi secara berkala menggunakan disinfektan sebagai inovasi. Yang mana ini semua diterapkan supaya wisatawan lebih mudah untuk menjaga jarak, mengurangi kerumunan, dan mensterilkan area wisata agar para wisatawan merasa aman saat melakukan kegiatan pariwisata.
2. Pengelola Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) menambahkan amenities/fasilitas sebagai adaptasi pada amenities untuk mendukung kegiatan pariwisata pada masa *new normal* berupa alat pengukur suhu tubuh pada pintu masuk objek daya Tarik wisata, dan juga menyediakan tempat cuci tangan dan handsanitizer, yang tersebar pada beberapa titik pada objek daya tarik wisata yang bertujuan agar seluruh wisatawan lebih mudah untuk mencuci tangan dan menggunakan

handsanitizer sebelum dan sesudah melakukan kegiatan pariwisata.

3. Pengelola Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) menerapkan pengurangan kapasitas sebanyak 50% dari kapasitas normal pada moda transportasi yang ada pada lokasi wisata, sebagai adaptasi pada aksesibilitas, yang bertujuan agar wisatawan dapat menjaga jarak pada saat menggunakan transportasi.

Berdasarkan hasil analisis ketahanan pariwisata dari 3 komponen utama yaitu kekuatan pasar, kohesi pemangku kepentingan dan kepemimpinan yang kuat pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang), sudah dikatakan cukup baik untuk menghadapi dampak pandemi Covid-19 karena berdasarkan hasil analisis 2 komponen sudah cukup baik dan dapat bertahan yaitu kohesi pemangku kepentingan dan kepemimpinan yang kuat pada Kawasan Pariwisata Rancabali, sedangkan untuk kekuatan pasar masih belum cukup baik karena kekuatan pasar hanya mendorong perubahan untuk mendukung kegiatan pariwisata dimasa new normal. Adapun hasil dari penelitian ketahanan pada Kawasan pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) adalah Kawasan pariwisata Rancabali sudah dikatakan dapat bertahan menghadapi pandemi Covid-19 karena 2 dari 3 komponen utama dari *Spare Of Tourism Resilience* sudah cukup baik, dan juga dengan adanya inovasi dan adaptasi program CHSE dapat mempercepat pemulihan sektor pariwisata pada Kawasan Rancabali

5. Saran

1. Wisata alam akan menjadi tren pariwisata dimasa new normal, untuk itu Kawasan Pariwisata Rancabali (Ranca Upas, Kawah Putih, Situ Patenggang) harus memperketat pelaksanaan protokol kesehatan pada lokasi wisata sampai pandemi ini benar-benar berakhir. Karena wisatawan lebih memilih wisata yang aman dan nyaman untuk dimasa new normal, dan apabila kendor penerapan protokol Kesehatan pada Kawasan pariwisata Rancabali maka dapat mengurangi kepercayaan wisatawan yang dapat berakibat melambatnya pemulihan Pariwisata.
2. Memaksimalkan pemasaran digital atau digital marketing menjadi solusi terbaik karena sudah terbukti low budget dan high impact, Manfaatkan web dan media sosial untuk menampilkan konten menarik, bermanfaat, sekaligus edukatif untuk mempercepat pemulihan Kawasan Pariwisata Rancabali.
3. Adapun promosi melalui media sosial dengan konten-konten menarik dan edukatif berupa:
 4. 1. Promosi menggunakan foto dan video yang dibungkus secara menarik tentang profil dan juga fasilitas pendukung kegiatan pariwisata dimasa new normal
 5. 2. Promosi menggunakan foto dan video tentang tata cara melakukan kegiatan pariwisata dimasa new normal.
6. Untuk mengoptimalkan kebijakan pemerintah untuk pariwisata dimasa new normal tentang pembatasan wisatawan 50% dari kapasitas normal yaitu dengan cara pengelola wisata menyiapkan booking online pada website Objek wisata sebelum wisatawan melakukan kegiatan pariwisata, yang bertujuan untuk mempermudah pembatasan kapasitas wisatawan.
7. Pengelola wisata Rancabali lebih memperhatikan untuk pengembangan wisata menggunakan campervan yang mana upaya ini dapat mendukung kebijakan pemerintah yaitu mengurangi kerumunan dan wisatawan dapat melakukan kegiatan pariwisata dengan aman dan nyaman.
8. Pengembangan virtualtour pada Kawasan pariwisata Rancabali dengan upaya agar wisatawan dapat menikmati suasana wisata alam Rancabali tanpa harus datang langsung ke lokasi wisata.

Daftar Pustaka

- Amore Alberto et al., 2018 Mengkonseptualisasikan Ketahanan Destinasi Dari Perspektif Multilevel
- A Yoeti Oka, 1997 Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Pradnya Paramita, Jakarta

- Alves, Lok, Luo, & Hao, 2020 Manajemen Krisis untuk Usaha Kecil selama Wabah COVID-19: Strategi Kelangsungan Hidup, Ketahanan, dan Pembaruan Perusahaan di Makau
- Arahan Kemenparekraf Untuk Pariwisata dimasa New Normal pada laman Kemenparekraf.co.id
- Bec et al., 2016 Ketahanan Masyarakat Terhadap Penurunan dan Peremajaan Pariwisata Jangka Panjang: Tinjauan Literatur dan Model Konseptual
- Biggs et al., 2012 Menuju Prinsip-Prinsip Untuk Meningkatkan Ketahanan Jasa Ekosistem
- Bodin dan Winman, 2004 Resilience and Other Stability Concepts in Ecology: Notes on their Origin, Validity, and Usefulness,
- Brand dan Jax, 2007 Memfokuskan Makna Resiliensi: Resiliensi sebagai Konsep Deskriptif dan Objek Batas
- Cooper, Chris. 1993 *Tourism: Principles & Practise*. England: Longman Group Limited
- F. 'Buzz' Holling, 1973 Ketahanan dan Stabilitas Sistem Ekologis
- Farrell dan Twining-Ward, 2004 Tujuh Langkah Menuju Keberlanjutan: Pariwisata dalam Konteks Pengetahuan Baru
- Fie Broker- Bulling, 2020 Menganalisis Ketahanan Pemangku Kepentingan Pariwisata Selama Pandemi Covid-19 Studi kasus Bned, Oregon
- Gemma D'Auria dan Aaron De Smet, 2020 Kepemimpinan di masa krisis: Menghadapi wabah virus corona dan tantangan di masa depan
- Inovich Agustin. 2003. Teknik Pengumpulan dan Data Analisis Data Kualitatif
- Janet Chochraen. 2010. Bidang Ketahanan Pariwisata: *Sphere of Tourism resilience*
- Joy Sheelah Baraero-Era Johncent Del Rosario, 2020 Jurnal ASEAN tentang Perhotelan dan Pariwisata tentang Mengkaji Praktik Ketahanan Pariwisata sebagai Dasar untuk Pemulihan Pasca-Covid 19 di Filipina
- Le et all, 2013, Ketahanan terhadap bahaya alam: Seberapa Bergunakah Konsep ini?
- Osmar Shalih, Mangapul P Tambunan, dan Rudy P Tambunan. 2019 Membangun Ketahanan (Resiliensi) Bencana Pada Kawasan Pariwisata (Studi Kasus: Kabupaten Pandeglang Pasca Tsunami Selat Sunda 2018)
- Seddon et al., 2011 Ketahanan Ekosistem dan Respon Ambang Batas di Zona Pesisir Galápagos
- Stefan Hartman. 2018 Destinasi Pariwisata Tangguh, Implikasi Tata Kelola Membawa Teori Ketahan dan Kapasitas Adaptif Kedalam Prkatik Pariwisata
- Stephen Espiner, dkk „Jurnal Pariwisata Berkelanjutan. 2017. Ketahanan dan Keberlanjutan: Hubungan yang Saling Melengkapi? Menuju Model Konseptual Praktis untuk Perhubungan Keberlanjutan-Ketahanan Dalam Pariwisata
- Supardi, dan Syamsul Hadi, 2020 Perspektif Baru Ketahanan UKM Proaktif, Adaptif, Reaktif dari Turbulensi Bisnis: Tinjauan Sistematis
- Ghifar Abizar Aria , Safitri Ira, Fardani Irland. (2021). *Pemantauan Progres Pemanfaatan Ruang Kawasan Prioritas RDTR Perkotaan Singaparna Menggunakan UAV* . Jurnal Riset Perencanaan Wilayah dan Kota. 1(1). 1-6