

Inovasi Bisnis Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi COVID-19

Auderey Gameliel Dotulong Tangkudung¹, Jones Zenas Rante², Marisi Pakpahan³, Ameilia Putri⁴, Astriana Puteri⁵, Dado Pribadi⁶, Debora Rifiani Gosita^{7*}, Jeffry Rustandi⁸, Josaphat Januar CPR⁹, Kamelia Ghalib¹⁰, Roos Farianna¹¹, Selfi Purnawirawati¹², Sigit Setiawan¹³, Wahyu Bassuni¹⁴

^{2,4,5,6,7,8,9,10,11, 12, 13, 14} Mahasiswa Institut Bisnis dan Multimedia ASMI, Jakarta, Indonesia, e-mail:

jones220562@gmail.com², ameeeliap@gmail.com⁴, afiqaputeribassuni@gmail.com⁵,

dado_pribadi@yahoo.com⁶, dgosita@yahoo.com⁷, dokjef@gmail.com⁸, jos.januar@gmail.com⁹,

attamimikemi@gmail.com¹⁰, roos.rowi6@gmail.com¹¹, selfipurnawirawati34@gmail.com¹²,

sigitsetiawan.bogor@gmail.com¹³, wahyubassuni@gmail.com¹⁴

^{1,3} Dosen Institut Bisnis dan Multimedia ASMI, Jakarta, Indonesia, e-mail: audreygdt2018@gmail.com¹, marisi.pakpahan@gmail.com³

ARTICLE INFO

Article history:

Received 07 December 2023

Received in revised form 04 January 2024

Accepted 15 January 2024

Available online 31 Mei 2024

ABSTRACT

The tourism industry plays an important role in economic growth, both at the international and national levels. However, the COVID-19 pandemic has caused a global crisis that has hit the tourism sector around the world, including Indonesia. Restrictions on movement and mobility of people between regions, health concerns, and uncertainty have led to a drastic decline in tourism activity and the tourism sector has seen a significant drop in revenue. This has had a social impact, with many workers in the tourism sector losing their jobs or experiencing significant pay cuts. To recover the tourism sector, business innovation in the tourism sector can be done, including in terms of marketing and finding new markets. The government and tourism industry players work together to develop policies and strategies for sustainable tourism growth. This article discusses business innovation in tourism in Indonesia after the COVID-19 pandemic, especially regarding improving the attractiveness and experience of tourist visitors, as well as operational efficiency while supporting nature and animal conservation efforts at Taman Safari Indonesia in Bogor. The method used in this article is a literature study using qualitative data. The data used comes from journals, scientific papers, and news from several online news sources that have been published in advance, which represent several cases and situations of the tourism industry in Indonesia before, during, and after the COVID-19 pandemic. The results of this research are several innovations including improving Virtual Experiences, developing Digital Applications and Platforms, Using "Contactless" Technology, focusing on natural attractions that encourage tourist interest and visits. These innovations can help tourism businesses in Indonesia overcome the impact of the COVID-19 pandemic on the number of tourist visits and tourism revenue. In addition, these business innovations can

also help overcome the negative impacts and support the recovery of the tourism sector in Indonesia.. **Keywords:** Tourism industry, business innovation, COVID-19 pandemic, recovery, strategy, Indonesia..

Abstrak

Industri pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat internasional maupun nasional. Namun, pandemi COVID-19 telah menyebabkan krisis global yang melanda sektor pariwisata di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pembatasan pergerakan dan mobilitas penduduk antarwilayah, kekhawatiran tentang kesehatan, serta ketidakpastian telah menyebabkan penurunan drastis dalam aktivitas pariwisata dan sektor pariwisata mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Hal ini berdampak sosial, dengan banyak pekerja di sektor pariwisata kehilangan pekerjaan atau mengalami pemotongan gaji yang signifikan. Untuk memulihkan sektor pariwisata dapat dilakukan adalah inovasi bisnis pada bidang pariwisata, termasuk dalam hal pemasaran dan mencari pasar baru. Pemerintah dan pelaku industri pariwisata bekerja sama mengembangkan kebijakan dan strategi untuk pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan. Artikel ini membahas tentang inovasi bisnis di bidang pariwisata di Indonesia pasca pandemi COVID-19, khususnya mengenai tentang peningkatan daya tarik dan pengalaman pengunjung wisata, serta efisiensi operasional sambil mendukung upaya konservasi alam dan hewan-hewan di Taman Safari Indonesia di Bogor. Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literatur dengan memakai data kualitatif. Data-data yang digunakan bersumber dari jurnal, tulisan ilmiah, dan berita dari beberapa sumber berita online yang sudah diterbitkan terlebih dahulu, yang mewakili beberapa kasus serta situasi industri pariwisata di Indonesia sebelum, selama, dan setelah pandemi COVID-19. Hasil dari penelitian ini ada beberapa inovasi meliputi peningkatan Pengalaman Virtual, pengembangan Aplikasi dan Platform Digital, Penggunaan Teknologi "Contactless", memfokuskan pada wisata alam yang mendorong minat dan kunjungan wisatawan. Inovasi-inovasi ini dapat membantu bisnis pariwisata di Indonesia mengatasi dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pariwisata. Selain itu, inovasi bisnis ini juga dapat membantu mengatasi dampak negatif dan mendukung pemulihan sektor pariwisata di Indonesia. **Kata Kunci:** Industri pariwisata, inovasi bisnis, pandemi COVID-19, pemulihan, strategi, Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat internasional maupun nasional. Pariwisata melibatkan perjalanan dan kunjungan wisatawan ke berbagai destinasi di seluruh dunia. Setiap negara memiliki kekayaan budaya, alam, dan daya tarik wisata yang unik untuk 'dijual' sebagai produk wisata. Pariwisata domestik dan internasional memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan negara, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat infrastruktur pariwisata serta masyarakat lokal. Pariwisata juga berpotensi untuk mempromosikan kebudayaan lokal, melestarikan warisan budaya, serta ikut meningkatkan taraf sosial kehidupan masyarakat setempat.

Namun, krisis global yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 telah melanda dunia. Tidak hanya sektor kesehatan yang terkena dampaknya, tetapi hampir semua sektor, termasuk industri pariwisata, mengalami keruntuhan. Pandemi COVID-19 mengganggu sektor pariwisata secara global dan menyebabkan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan, pembatalan perjalanan, dan penurunan pendapatan bagi pelaku industri pariwisata.

Menurut Kusnandar, V.B., (2023), dalam Katadata Media Network, penerimaan negara yang disumbangkan oleh industri pariwisata mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 setelah mencapai puncaknya pada tahun 2019 akibat penurunan kunjungan wisata sebagai berikut :

Tahun	2014	2017	2019	2020	2021
Penerimaan Negara (USD Miliar)	11,20	13,10	16,90	3,31	0,52
Kunjungan Wisata Turun (%)	-	-	-	74,84	61,57

Sumber: Katadata Media Network

Maka pemulihan perekonomian nasional guna mengatasi tantangan pada sektor pariwisata akibat krisis global pandemi COVID-19, perlu dilakukan segera untuk dapat bertahan dan bangkit kembali. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan inovasi bisnis pada bidang pariwisata, mulai dari

segi pemasaran, mencari pasar baru, hingga jaminan keamanan dari ancaman COVID-19 maupun jenis virus baru yang mungkin saja muncul.

Bagaimana inovasi bisnis dapat membantu mengatasi dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pariwisata di Indonesia? Bagaimana inovasi bisnis dapat digunakan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan preferensi wisatawan pasca pandemi yang mempengaruhi industri/bisnis pariwisata? Bagaimana inovasi bisnis dapat mendukung implementasi langkah-langkah strategis untuk memulihkan dan mengembangkan sektor pariwisata pasca pandemi COVID-19?

Tulisan ini memberikan pemahaman tentang industri pariwisata di Indonesia dan inovasi bisnis yang dilakukan di bidang pariwisata pasca pandemi COVID-19 serta memberikan rekomendasi kebijakan dan strategi untuk memulihkan kondisi pariwisata di Indonesia dan mempromosikan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata adalah fenomena kompleks dan multidimensi yang melibatkan interaksi antara berbagai elemen seperti wisatawan, destinasi, dan faktor eksternal. Murphy (2013) menekankan bahwa pariwisata melibatkan interaksi sosial dan pengalaman yang beragam, melampaui aspek perjalanan fisik semata untuk tujuan rekreasi atau liburan. Menurut Pearce (2018), daya tarik pariwisata dapat berasal dari keindahan alam, karya manusia, unsur budaya, atau acara khusus yang mendorong minat dan kunjungan wisatawan ke suatu destinasi. Pengelolaan dan pengidentifikasian dengan cermat terhadap daya tarik ini dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata.

Beberapa bentuk dan jenis pariwisata yang perlu dipahami dalam perencanaan pengembangan destinasi menurut Page dan Connell (2014), yaitu pariwisata budaya, petualangan, ekologi, dan Kesehatan. Menurut Mathieson dan Wall (2018), pelaku pariwisata melibatkan sejumlah pihak, termasuk wisatawan, industri perhotelan, pemerintah, dan komunitas lokal, menciptakan dinamika interaksi yang kompleks dan membutuhkan kerjasama para pihak dalam mencapai perkembangan pariwisata yang berkelanjutan. Melalui kerjasama yang efektif, wisatawan dapat merasakan pengalaman yang unik dan memuaskan serta berperan dalam membentuk arus pariwisata, industri perhotelan yang bertugas menyediakan layanan akomodasi dan kenyamanan bagi para wisatawan dapat tumbuh ekonomis, pemerintah yang memiliki peran regulatif dan kebijakan untuk mengarahkan perkembangan pariwisata dengan efektif dapat mengelola pariwisata secara bijaksana, dan komunitas lokal sebagai penduduk destinasi pariwisata dapat merasakan dampak positif dalam menjaga keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Kolaborasi ini melibatkan dialog terbuka, pemahaman akan kepentingan bersama, dan penerapan kebijakan yang seimbang.

Butler dan Boyd (2017) menghadirkan implementasi konsep pariwisata yang berkelanjutan, menekankan kebutuhan untuk pendekatan holistik dan keterlibatan komunitas lokal dalam proses pengembangan pariwisata. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pertumbuhan sektor pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Implementasi praktik berkelanjutan mencakup manajemen limbah, pelestarian alam, dan partisipasi aktif komunitas lokal untuk menciptakan dampak positif dan menjaga keberlanjutan destinasi.

Pandemi COVID-19 adalah peristiwa penyebaran secara global penyakit koronavirus 2019 (COVID-19) yang disebabkan oleh virus corona (SARS-CoV-2), yang pertama kali terdeteksi di Wuhan, Cina, pada akhir tahun 2019. Sejak itu, virus ini dengan cepat menyebar ke seluruh dunia, memicu respons darurat kesehatan global. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara resmi menyatakan status pandemi pada Maret 2020. Hingga 14 November 2020, lebih dari 53 juta orang (kasus) telah dilaporkan dari 219 negara dan wilayah seluruh dunia, mengakibatkan lebih dari 1,3 juta orang meninggal dunia dan lebih dari 34 juta orang sembuh. Dampak pandemi COVID-19 sangat kompleks dan mencakup aspek kesehatan, ekonomi, sosial, dan psikologis. Dari segi kesehatan, pandemi ini memberikan tekanan besar pada sistem kesehatan global. Rumah sakit dan fasilitas kesehatan berjuang menangani pasien COVID-19, sementara layanan kesehatan rutin dan elektif juga terpengaruh.

Dampak ekonomi terasa signifikan, dengan lockdown dan pembatasan perjalanan menyebabkan resesi ekonomi global. Sektor-sektor seperti perhotelan, pariwisata, dan industri hiburan mengalami dampak yang parah. Pekerjaan hilang, bisnis kecil gulung tikar, dan tingkat pengangguran melonjak. Negara-negara yang sangat tergantung pada sektor tertentu mengalami dampak ekonomi yang lebih dalam.

Inovasi merujuk pada pengembangan dan penerapan ide baru atau perubahan dalam produk, layanan, atau proses bisnis yang menghasilkan nilai tambah. Inovasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, seperti teknologi, manajemen, dan model bisnis. Menurut Teori Disrupsi (Clayton Christensen, 1997), inovasi sering kali muncul dari luar industri yang sudah mapan dan dapat menggantikan produk atau layanan yang sudah

ada di pasar. Christensen menyatakan bahwa inovasi disruptif seringkali dimulai dengan solusi yang sederhana dan terjangkau serta secara bertahap memasuki pasar yang sudah ada dan akhirnya menggeser produk atau layanan yang dominan saat ini. Inovasi disruptif mengubah paradigma industri. Produk atau layanan baru yang muncul mungkin awalnya tidak memenuhi standar kualitas atau kinerja yang ada, tetapi seiring waktu, mereka berkembang dan mencapai level yang dapat bersaing bahkan dengan produk atau layanan yang sudah mapan.

Tujuan utama inovasi adalah menciptakan nilai tambah bagi suatu organisasi atau entitas bisnis yang dapat meningkatkan performa dan keberlanjutan bisnis. Beberapa tujuan inovasi adalah peningkatan efisiensi, meningkatkan daya saing, pengembangan produk atau layanan baru, pengembangan model bisnis yang lebih efektif.

Salah satu strategi inovasi adalah Open Innovation, yang diperkenalkan oleh Henry Chesbrough, (2003). Open Innovation melibatkan kolaborasi eksternal, di mana organisasi bekerja sama dengan mitra bisnis, perguruan tinggi, atau start-up untuk mendapatkan ide kreatif dari luar perbatasan organisasi. Pendekatan ini mengakui bahwa sumber inovasi tidak hanya terbatas pada internal perusahaan, melainkan dapat ditemukan dalam ekosistem bisnis yang lebih luas. Penerapan Open Innovation dalam lingkungan bisnis yang terus berubah mencakup pemanfaatan ekosistem inovasi secara menyeluruh, penciptaan nilai bersama dengan mitra eksternal, penggunaan teknologi informasi untuk memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi, serta memiliki struktur organisasi yang terbuka dan fleksibel. Dengan demikian, strategi ini menggalang keahlian dan sumber daya dari berbagai pihak untuk menciptakan solusi inovatif yang memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan adalah menggunakan data kualitatif dalam studi "Inovasi Bisnis Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi COVID-19". Data-data yang digunakan bersumber dari jurnal, tulisan ilmiah, dan berita dari beberapa sumber berita online yang sudah diterbitkan terlebih dahulu, yang mewakili beberapa kasus serta situasi industri pariwisata di Indonesia sebelum, selama, dan setelah pandemi COVID-19.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi bisnis dapat membantu mengurangi dampak negatif dan mendukung pemulihan sektor pariwisata. Berikut beberapa contoh inovasi bisnis yang dapat membantu mengatasi dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pariwisata di Indonesia:

a. Peningkatan Pengalaman Virtual

Dalam situasi pembatasan perjalanan dan distansi sosial, penggunaan teknologi virtual dapat menjadi solusi untuk tetap terhubung dengan wisatawan. Destinasi pariwisata dapat mengembangkan tur virtual, presentasi online, atau pengalaman digital interaktif untuk memperkenalkan dan mempromosikan daya tarik wisata mereka kepada wisatawan potensial. Ini dapat meningkatkan minat dan keinginan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut di masa depan.

b. Pengembangan Aplikasi dan Platform Digital

Mengembangkan aplikasi seluler atau platform digital khusus dapat membantu memfasilitasi perjalanan dan pengalaman wisatawan. Misalnya, aplikasi yang memberikan informasi real-time tentang protokol kesehatan, peta interaktif destinasi, atau penawaran spesial untuk mendorong kunjungan wisatawan. Platform digital juga dapat digunakan untuk memfasilitasi reservasi akomodasi, tiket atraksi, atau pemesanan transportasi dengan lebih mudah dan aman.

c. Diversifikasi Produk dan Pengalaman

Menghadapi situasi yang berubah, bisnis pariwisata perlu menyesuaikan penawaran produk dan pengalaman mereka. Ini dapat meliputi pengembangan paket liburan yang fleksibel, penawaran khusus untuk pasar domestik, atau pengembangan produk pariwisata baru yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan saat ini. Diversifikasi produk dan pengalaman dapat menarik minat wisatawan yang berbeda dan membantu memulihkan pendapatan pariwisata.

d. Peningkatan Kebersihan dan Protokol Kesehatan

Bisnis pariwisata perlu memberikan jaminan kebersihan dan keamanan kepada wisatawan. Inovasi dalam meningkatkan protokol kesehatan dan sanitasi, seperti penggunaan teknologi canggih untuk membersihkan dan sterilisasi, pemantauan suhu, atau implementasi system pembayaran non-kontak, dapat membantu membangun kepercayaan dan rasa aman bagi wisatawan yang ingin melakukan perjalanan.

e. Kolaborasi dan Kemitraan

Kolaborasi antarbisnis pariwisata dan kemitraan dengan pemangku kepentingan lain, seperti pemerintah, komunitas lokal, atau industri terkait, dapat menghasilkan inovasi yang lebih kuat dan solusi yang holistik. Misalnya, kerja sama dalam mengembangkan kampanye pemasaran bersama, membagi sumber daya untuk pengembangan infrastruktur, atau mengadopsi praktik keberlanjutan bersama untuk meningkatkan daya tarik destinasi.

Pasca pandemi COVID-19, terdapat beberapa perubahan tren dan preferensi wisatawan yang mempengaruhi industri pariwisata, antara lain :

- a. Peningkatan Prioritas Keamanan dan Kesehatan
Keamanan dan kesehatan menjadi faktor utama dalam memilih destinasi wisata. Wisatawan cenderung mencari destinasi yang memiliki protokol kesehatan yang ketat, seperti kebersihan yang ditingkatkan, distansi sosial, dan penggunaan teknologi untuk menghindari kontak fisik.
- b. Peningkatan Permintaan Wisata Alam dan Terbuka
Pasca pandemi, wisatawan cenderung lebih memilih destinasi alam dan terbuka seperti pantai, gunung, dan pedesaan. Tempat-tempat dengan ruang terbuka luas memberikan kesempatan untuk menjaga jarak sosial dan menghindari kerumunan.
- c. Perjalanan Lebih Dekat dan Peta Wisata Domestik
Bepergian ke luar negeri mungkin masih dibatasi atau menjadi lebih sulit pasca pandemi. Oleh karena itu, banyak wisatawan yang lebih memilih perjalanan domestik dan menjelajahi tempat-tempat di dalam negara mereka sendiri.
- d. Permintaan Pengalaman yang Lebih Personal dan Eksklusif
Beberapa wisatawan mungkin mencari pengalaman yang lebih personal dan eksklusif, menghindari kerumunan besar. Mereka mungkin mencari pengalaman pribadi, tur kecil, atau akomodasi mewah yang menawarkan privasi dan keamanan tambahan.

Beberapa inovasi bisnis yang digunakan atau dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan preferensi wisatawan pasca pandemi:

- a. Penggunaan Teknologi untuk Pengalaman Kontak Minim (Contactless)
Bisnis pariwisata dapat mengadopsi teknologi seperti aplikasi seluler, penggunaan QR code, atau self-check-in/check-out untuk mengurangi kontak fisik. Teknologi juga dapat digunakan untuk meningkatkan kebersihan dan sanitasi, seperti sistem pembersihan otomatis atau penggunaan robot.
- b. Penawaran Paket Wisata yang Fleksibel
Bisnis pariwisata dapat mengembangkan paket wisata yang fleksibel dengan kebijakan pembatalan yang lebih longgar. Ini memberikan rasa aman bagi wisatawan untuk merencanakan perjalanan dengan lebih fleksibel dan memungkinkan mereka untuk menyesuaikan rencana mereka jika ada perubahan situasi.
- c. Fokus pada Wisata Alam dan Destinasi Terbuka
Bisnis pariwisata dapat mempromosikan destinasi alam dan terbuka, seperti taman nasional, pantai terpencil, atau desa-desa pedesaan yang menawarkan keindahan alam dan ruang terbuka yang luas. Ini juga dapat melibatkan pengembangan aktivitas alam yang ramah lingkungan.
- d. Kolaborasi dengan Pihak Terkait
Bisnis pariwisata dapat bekerja sama dengan pemerintah, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lain untuk mengembangkan kampanye bersama, mengoptimalkan sumber daya, dan menghadapi tantangan pasca pandemi bersama-sama.
- e. Fokus pada Pengalaman Personal dan Eksklusif
Bisnis pariwisata dapat menyesuaikan penawaran mereka untuk mengakomodasi permintaan pengalaman personal dan eksklusif. Misalnya, dengan menyediakan tur kecil dan pengalaman yang disesuaikan dengan minat dan preferensi wisatawan.

Langkah-langkah strategis yang diambil oleh pemerintah Indonesia untuk memulihkan dan mengembangkan sektor pariwisata pasca pandemi COVID-19:

- a. Meningkatkan Keselamatan dan Keamanan
Pemerintah memperkuat protokol kesehatan dan kebersihan di destinasi pariwisata, memastikan kepatuhan terhadap standar internasional. Ini melibatkan peningkatan pengawasan dan pengawasan, pelatihan tenaga kerja pariwisata dalam praktik kebersihan, serta memastikan ketersediaan fasilitas kesehatan yang memadai.
- b. Pemasaran dan Promosi
Pemerintah mengembangkan kampanye pemasaran yang kuat untuk mempromosikan pariwisata di tingkat nasional dan internasional. Kampanye tersebut harus melibatkan pemasaran digital, penggunaan

- media sosial, dan kerjasama dengan mitra strategis seperti maskapai penerbangan, agen perjalanan, dan influencer untuk meningkatkan visibilitas dan minat wisatawan.
- c. **Stimulus Ekonomi dan Dukungan Keuangan**
Pemerintah memberikan stimulus ekonomi dan dukungan keuangan kepada bisnis pariwisata, termasuk pembebasan atau pengurangan pajak, insentif investasi, dan akses mudah ke pinjaman atau pembiayaan untuk membantu bisnis memulihkan dan mengembangkan usaha mereka.
 - d. **Pengembangan Infrastruktur**
Pemerintah memprioritaskan pengembangan infrastruktur pariwisata, seperti transportasi, akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya. Investasi dalam infrastruktur yang baik akan membuat destinasi lebih mudah diakses, meningkatkan kualitas layanan, dan menarik minat wisatawan.
 - e. **Pendidikan dan Pelatihan**
Pemerintah mengembangkan program pendidikan dan pelatihan khusus untuk tenaga kerja pariwisata. Ini termasuk pelatihan keterampilan, peningkatan pengetahuan tentang kebersihan dan keamanan, serta pengembangan kemampuan dalam pemasaran dan manajemen destinasi pariwisata.

Inovasi Pariwisata Taman Safari

Salah satu contoh inovasi bisnis yang dilakukan di tempat wisata bernama “Taman Safari Indonesia di Bogor” yang membantu meningkatkan daya tarik dan pengalaman pengunjung, serta efisiensi operasional sambil mendukung upaya konservasi alam dan hewan-hewan yang ada di dalamnya. Inovasi-inovasi ini dapat membantu bisnis Taman Safari Indonesia di Bogor dapat tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang:

- a. **Penggunaan Teknologi Canggih:**
Implementasikan teknologi canggih seperti Augmented Reality (AR) atau Virtual Reality (VR) untuk memberikan pengalaman yang lebih interaktif kepada pengunjung. Misalnya, pengunjung dapat melihat binatang-binatang dengan lebih dekat melalui penggunaan AR atau VR.
- b. **Aplikasi Pemandu Wisata Digital:**
Buat aplikasi mobile yang memberikan informasi tentang Taman Safari, panduan wisata, dan informasi tentang hewan-hewan yang ada. Aplikasi ini juga dapat memberikan rekomendasi rute terbaik untuk menjelajahi taman.
- c. **Program Pendidikan:**
Kembangkan program pendidikan yang menargetkan sekolah-sekolah. Ini dapat mencakup tur belajar, lokakarya, dan sumber daya pendidikan yang relevan untuk siswa.
- d. **Lingkungan Ramah Hewan:**
Pertimbangkan untuk memperluas dan meningkatkan kualitas tempat tinggal dan perawatan hewan-hewan. Hal ini akan meningkatkan kesejahteraan hewan dan juga menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang peduli terhadap konservasi hewan.
- e. **Penggunaan Energi Terbarukan:**
Guna mengurangi dampak lingkungan, pertimbangkan untuk menggunakan energi terbarukan seperti panel surya dan turbin angin untuk memenuhi sebagian besar kebutuhan energi taman.
- f. **Pengalaman Malam:**
Tawarkan program safari malam yang mengizinkan pengunjung untuk melihat aktivitas hewan-hewan pada malam hari. Ini dapat menjadi pengalaman yang sangat unik dan menarik.
- g. **Restoran Ramah Keluarga:**
Bangun restoran dan area makan yang ramah keluarga dengan menu yang disesuaikan untuk semua usia. Ini dapat membantu memperpanjang waktu tinggal pengunjung di taman.
- h. **Program Konservasi:**
Libatkan pengunjung dalam program konservasi dan edukasi. Mungkin pengunjung dapat berpartisipasi dalam penanaman pohon atau program pelestarian alam setempat.
- i. **Penjualan Online dan Reservasi:**
Tawarkan layanan reservasi tiket dan barang-barang souvenir melalui platform online untuk memudahkan pengunjung.
- j. **Kerjasama dengan Bisnis Lokal:**
Jalin kerjasama dengan bisnis lokal untuk memberikan pengalaman yang lebih lengkap bagi pengunjung. Ini bisa termasuk kerjasama dengan hotel, restoran, atau penyedia transportasi.
- k. **Pemantauan Analytics:**
Gunakan alat analitik untuk memantau perilaku pengunjung dan preferensi mereka. Data ini dapat digunakan untuk menyesuaikan dan meningkatkan pengalaman pengunjung.
- l. **Ruang Konferensi dan Acara:**

Jika memungkinkan, sediakan fasilitas untuk konferensi, seminar, atau acara khusus lainnya. Hal ini dapat menjadi sumber pendapatan tambahan.

Inovasi bisnis telah membantu mengatasi dampak pandemi COVID-19 terhadap jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pariwisata di Indonesia. Menurut Kusnandar, V.B., (2023), dalam Katadata Media Network, penerimaan negara yang disumbangkan oleh industri pariwisata mengalami peningkatan sejak tahun 2022 setelah mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 akibat penurunan kunjungan wisata sebagai berikut :

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023*
Penerimaan Negara (USD Miliar)	16,10	3,31	0,52	4,26	5,95
Jumlah Wisatawan Mancanegara (Juta)	16,90	4,05	1,56	5,47	7,40
Kunjungan Wisata Turun (%)	-	74,83	61,57	-	-

Sumber: Katadata Media Network

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa untuk memulihkan dan mengembangkan sektor pariwisata di masa pandemi dan pasca pandemi COVID-19 perlu dilakukan inovasi bisnis di bidang pariwisata sehingga dapat :

- Mengatasi dampak pandemi COVID-19 dengan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan pariwisata di Indonesia melalui antara lain pengembangan aplikasi dan platform digital serta tur virtual dan presentasi online.
- Digunakan untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan tren dan preferensi wisatawan melalui beberapa cara antara lain penggunaan teknologi “contactless”, fokus pada wisata alam dan destinasi terbuka.
- Mendukung implementasi langkah-langkah strategis yang diambil pemerintah Indonesia untuk memulihkan dan mengembangkan bisnis pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. M., Heesterbeek, H., Klinkenberg, D., & Hollingsworth, T. D. (2020). How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic? *The Lancet*, 395(10228), 931-934.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a Multidisciplinary Definition of Innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339.
- Bedford, J., Enria, D., Giesecke, J., Heymann, D. L., Ihekweazu, C., Kobinger, G.,
- Yavlinsky, A. (2020). COVID-19: towards controlling of a pandemic. *The Lancet*, 395(10229), 1015-1018.
- Butler, R. W., & Boyd, S. W. (2017). *Tourism and National Parks: Issues and Implications*. CABI.
- Chesbrough, H. W. (2006). Open Innovation: A New Paradigm for Understanding Industrial Innovation. In H. W. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, & J. West (Eds.), *Open Innovation: Researching a New Paradigm* (pp. 1–12). Oxford University Press.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business Press.
- Christensen, C. M., & Raynor, M. E. (2003). *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*. Harvard Business Review Press.
- Fauci, A. S., Lane, H. C., & Redfield, R. R. (2020). COVID-19—Navigating the uncharted. *New England Journal of Medicine*, 382(13), 1268-1269.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2013). *Tourism and Water: Interactions and Impacts*. Channel View Publications.

-
- [11] Hale, T., Petherick, A., Phillips, T., & Webster, S. (2020). Variation in government responses to COVID-19. Blavatnik School of Government Working Paper, 31.
- [12] Jamal, T., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
- [13] Jamal, T., & Robinson, M. (2011). *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. Sage Publications.
- [14] Kusnandar, V.B. (2023). Penerimaan Devisa Pariwisata Ditargetkan US\$2,9-5,9 Miliar pada 2023. Diakses dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/29/penerimaan-devisa-pariwisata-ditargetkan-us29-59-miliar-pada-2023>
- [15] Mathieson, A., & Wall, G. (2018). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Pearson UK.
- [16] Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A Community Approach*. Routledge.
- [17] Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., ... & Agha, R. (2020). The socio-economic implications of the coronavirus and COVID-19 pandemic: A review. *International Journal of Surgery*, 78, 185- 193.
- [18] Page, S., & Connell, J. (2014). *Tourism: A Modern Synthesis*. Cengage Learning. Pearce, D. G. (2018). *Tourist attraction systems: Exploring cultural behavior*. Channel View Publications.
- [19] Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press. Sharpley, R. (2014). *Tourism, Tourists and Society* (2nd ed.). Routledge
- [20] Tribe, J. (2010). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Elsevier.
- [21] Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2014). *Tourism management*. John Wiley & Sons. WHO. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic*. World Health Organization.