

Periode : Semester Genap  
Tahun : 2021/2022  
Skema Penelitian : Mandiri  
Tema RIP Penelitian: Perencanaan Wilayah dan Kota

## **LAPORAN AKHIR**

### **PROGRAM PENELITIAN**

**“KAWASAN WISATA LAGOI PROVINSI KEPULAUAN RIAU  
DI MASA PANDEMI COVID-19 DAN MODEL PEMULIHAN  
WISATANYA”**



**Oleh:**

**Dra. Ratnawati Yuni Suryandari, M.M., Ph.D. (NIDN: 0308066703)**

**Ir. Elsa Martini M.M. (NIDN: 0305037004)**

**Fachmi Tamsil (NIDN: 0315076904)**

**Gusmirona (NIM. 20170202076)**

**Yunita Karmila (NIM. 20170202033)**

**Aditya Saleh Triaji (NIM. 20170202030)**

**Tasya Faradilla Balqis (NIM. 20170202012)**

**Dharu Dwi Cahyo (NIM. 20170202005)**

**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ESA UNGGUL  
TAHUN 2022**

**Halaman Pengesahan Laporan Akhir  
Program Penelitian  
Universitas Esa Unggul**

1. Judul Penelitian : Kawasan Wisata Lagoi Provinsi Kepulauan Riau dan Model Pemulihan Wisatanya
1. Nama Mitra Sasaran : Pengelola Kawasan Wisata Lagoi
2. Ketua Tim
  - a. Nama lengkap : Dra. Ratnawati Yuni Suryandari, M.M., Ph.D
  - b. NIDN : 0308066703
  - c. Jabatan Fungsional : Dosen Tetap
  - d. Fakultas/Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota
  - e. Bidang Keahlian : Geografi Manusia
  - f. Nomor HP : 081311420396
  - g. Email : ratnawatiys@esaunggul.ac.id
3. Jumlah anggota dosen : 2 orang
4. Jumlah anggota mahasiswa: 5 orang
5. Lokasi kegiatan mitra : Kawasan Wisata Lagoi  
Alamat : Kecamatan Teluk Betung  
Kabupaten/Kota : Bintan  
Propinsi : Provinsi Kepulauan Riau
6. Periode/waktu kegiatan : 1 tahun
7. Luaran yang dihasilkan : HKI dan Publikasi Jurnal Internasional
8. Usulan/Realisasi anggaran :
  - a. Dana internal UEU : -
  - b. Sumber dana lain (1) : Rp 5.500.000
  - Sumber dana lain (2) : -

Jakarta, 01 Juli 2022

Mengetahui  
Dekan Fakultas Teknik



(Ir. Roesfiansjah Rasjidin, MT, Ph.D)  
NIK. 201050167

Peneliti

(Dra. Ratnawati Yuni Suryandari, MM, Ph.D)  
NIK. 201050168

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas Esa Unggul

Universitas Esa Unggul  
15/08/2022

(Dr. Erry Yudhya Mulyani, M.Sc.)  
NIK. 209100388

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
RINGKASAN .....	1
BAB I PENDAHULUAN .....	2
1.1. Latar Belakang .....	2
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1. Pariwisata .....	5
2.2. Komponen Pariwisata .....	6
2.3. Pelaku Pariwisata .....	7
2.4. Strategi .....	8
BAB III METODE PENELITIAN .....	14
3.1. Pendekatan dan Paradigma .....	14
4.2. Objek Penelitian .....	14
4.3. Metode Pengumpulan Data .....	14
4.4. Metode Analisis Data .....	14
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	17
4.1. Gambaran Umum .....	17
4.2. Perbedaan Jumlah Pengunjung Kawasan Wisata Lagoi pada Saat Sebelum dan Semasa Pandemi Covid-19 .....	18
4.3. Tingkat Kesesuaian Program CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability) di Kawasan Wisata Lagoi .....	21
4.4. Strategi Pemulihan Pariwisata di Kawasan Wisata Lagoi .....	21
BAB V KESIMPULAN .....	27
BAB VI BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN .....	28
DAFTAR PUSTAKA .....	30

## **Kawasan Wisata Lagoi Provinsi Kepulauan Riau di Masa Pandemi Covid-19 dan Model Pemulihan Wisatanya**

### **RINGKASAN**

Tahun 2020 merupakan awal terjadinya pandemi Covid-19, merupakan wabah mematikan berskala global yang melumpuhkan berbagai aktivitas perekonomian dunia. Salah satu destinasi yang merasakan dampak dari pandemi Covid-19 ialah Kawasan Wisata Lagoi. Dalam upaya pemulihan perekonomian akibat pandemi Covid-19, pada bulan Juni 2020 pemerintah mengeluarkan kebijakan kenormalan baru, salah satunya adalah pembukaan kembali berbagai aktivitas termasuk kawasan wisata dengan menerapkan SOP wisata di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi jumlah pengunjung sebelum dan saat terjadi pandemi Covid-19, memverifikasi penerapan pedoman CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan) di masa pandemi Covid-19, serta mengkaji strategi pemulihan pariwisata di masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan SWOT. Hasil penelitian adalah; 1) Jumlah wisatawan Kawasan Wisata Lagoi di masa pandemi Covid-19 mengalami penurunan sebesar 81,49% berbanding dengan keadaan sebelum terjadi pandemi Covid-19; 2) Secara keseluruhan Kawasan Wisata Lagoi sudah menerapkan aturan CHSE; dan 3) Strategi pemulihan wisata di masa pandemi Covid-19 yang dapat diterapkan di Kawasan Wisata Lagoi adalah strategi SO (Kekuatan-Peluang) yaitu mempertahankan Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusia, peningkatan penerapan protokol kesehatan agar dapat menjadi kawasan wisata percontohan di masa pandemi Covid-19, peningkatan promosi wisata melalui media digital dan peningkatan citra kawasan guna membangun kepercayaan pasar wisata.

**Kata kunci:** pandemi Covid-19; pariwisata kawasan perbatasan; wisatawan, strategi pemulihan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tahun 2020 menjadi sejarah sebagai tahun terjadinya wabah mematikan berskala global yang melumpuhkan berbagai aktivitas perekonomian dunia. Wabah itu dinamakan dengan Covid-19, yang merupakan singkatan dari Coronavirus Disease-19. WHO (World Health Organization) sebagai organisasi kesehatan dunia telah menetapkan wabah ini sebagai pandemi global.

Covid-19 merupakan wabah dengan penularan yang sangat cepat, penularan virus ini melalui droplet pasien yang terinfeksi virus corona. Untuk menekan angka penyebaran dari Covid-19 ini salah satu upaya pemerintah adalah dengan melakukan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) dengan tujuan membatasi mobilitas manusia (Menkes RI, 2020). Kebijakan pembatasan tersebut tentunya berdampak kepada aktivitas di berbagai sektor. Menurut analisis ekonomi Ronald Beger (2020), salah satu sektor yang merasakan dampak pandemi Covid-19 adalah industri pariwisata (Galieh Gunawan, dkk, 2020). Akibat dari pandemi tersebut, banyak wisatawan lokal maupun mancanegara membatalkan niat untuk mengunjungi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).

Salah satu Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) yang terkenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara adalah Kawasan Wisata Lagoi yang terletak di Kecamatan Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Kawasan wisata Lagoi berbatasan langsung dengan Negara Singapura, menjadi salah satu faktor yang menyebabkan objek wisata ini banyak diminati wisatawan mancanegara.

Kawasan Wisata Lagoi atau biasa dikenal dengan Bintan Resort merupakan hasil kerjasama antara Pemerintah Daerah Kepulauan Riau dengan pengusaha Singapura. Kawasan ini sudah dibuka sejak 25 tahun yang lalu yaitu pada tahun 1996 sebagai Kawasan Eksklusif Wisata Terpadu di bawah pengelolaan PT. Bintan Resort Cakrawala (BRC). Dalam Peraturan Daerah Kepulauan Riau No. 2 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata, kawasan wisata Lagoi menjadi satu-satunya kawasan wisata yang sudah berkembang.

Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bintan, Kawasan Wisata Lagoi termasuk kawasan strategis kabupaten. Kawasan Wisata Lagoi ini masuk sebagai kawasan pariwisata bahari karena letaknya yang memang berada di pesisir utara Kabupaten Bintan. Bintan Resort merupakan destinasi wisata berupa pantai yang spektakuler di utara pulau,

dengan luas 23,000 hektar di atas pasir putih yang menghadap ke Laut Cina Selatan. Selain itu yang menjadi objek wisata unggulan di kawasan wisata Lagoi adalah Teasure Bay. Teasure Bay merupakan kolam renang air asin terbesar di Asia Tenggara yang menjadi salah satu daya tarik wisata buatan di Kabupaten Bintan (Akbar Romadhon, 2019).

Terjadinya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 tentu saja mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung wisata yang menuju ke Kawasan Wisata Lagoi. Hal ini juga didukung dengan adanya kebijakan PSBB, PPKM dan peraturan Menkumham Nomor 11 Tahun 2020 tentang larangan sementara bagi orang asing untuk masuk maupun transit di Indonesia.

Sebagai langkah pengurangan dampak usaha pariwisata selama dan di masa pandemi Covid-19, UNWTO (2020) merilis rekomendasi yang dapat diaplikasikan oleh pemangku kepentingan pariwisata. Rekomendasi yang dibuat tersebut dimaksudkan agar pemangku kepentingan wisata dapat bertahan pada 3 tahap pandemi yaitu, pada tahap pengelolaan krisis dan mitigasi dampak, tahap penyediaan stimulus dan percepatan pemulihan, serta tahap persiapan untuk masa depan pariwisata dimasa pandemi Covid-19.

Selain itu upaya pemerintah dalam pemulihan pariwisata Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun program CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability) sebagai strategi pemulihan destinasi wisata di masa pandemi Covid-19 dengan melibatkan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang diharapkan pariwisata dapat produktif dan aman dari Covid-19. Panduan pelaksanaan ini merupakan panduan operasional dari Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Panduan ini mengacu pada protokol dan panduan yang telah ditetapkan Pemerintah Indonesia, World Health Organization (WHO), dan World Travel & Tourism Council (WTTC) dalam rangka pencegahan dan penanganan Covid-19.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kondisi jumlah pengunjung Kawasan Wisata Lagoi pada saat sebelum dan sesudah terjadi pandemi Covid-19?

2. Apakah Kawasan Wisata Lagoi sudah menerapkan aturan wisata di masa pandemi Covid-19 yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berupa program CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan)?
3. Bagaimana strategi pemulihan pariwisata di masa pandemi Covid-19 yang dapat diterapkan pada Kawasan Wisata Lagoi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi jumlah pengunjung Kawasan Wisata Lagoi pada saat sebelum dan sesudah terjadi pandemi Covid-19.
2. Memverifikasi Kawasan Wisata Lagoi dalam menerapkan aturan wisata di masa pandemi Covid-19 yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berupa program CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan).
3. Menentukan strategi pemulihan pariwisata yang dapat diterapkan pada Kawasan Wisata Lagoi di masa pandemi Covid-19.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pariwisata**

Beragam definisi pariwisata dijelaskan oleh para ahli dengan sudut pandang yang berbeda-beda dan tidak memiliki batasan yang pasti. Terminologi pariwisata terdiri dari dua kata yaitu “pari” yang berarti banyak atau berkali-kali dan “wisata” yang berarti berpergian (Suwantoro, 2001). Soekadijo (2000) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan di dalam suatu masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan, sedangkan Wahab (2003) mengemukakan bahwa pariwisata merupakan aktivitas perpindahan sementara yang mempunyai pola hidup berbeda.

Dalam UU No 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kegiatan pariwisata tidak luput dari dua elemen penting yaitu wisatawan dan daya tarik wisata. Wisatawan menurut Cohen (1974) diartikan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu untuk mendapatkan kebahagiaan atau kenikmatan, sejalan dengan pemahaman tersebut Fandefi (1995) mengungkapkan bahwa wisatawan dalam merupakan seseorang yang terdorong sesuatu sehingga melakukan berpergian dengan maksud bukan mencari nafkah. Sedangkan daya tarik wisata dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Isdarmanto (2017) dalam M. Galieh Gunawan et. al (2020) menyebutkan bahwa produk wisata adalah segala sesuatu yang dihasilkan sesuai dengan yang diperlukan oleh wisatawan mulai dari meninggalkan tempat tinggalnya sampai kembali ke tempat tinggalnya semula. Produk wisata dapat bersifat nyata (tangible), yaitu yang dapat langsung dilihat dan diraba oleh wisatawan, dan tidak nyata (intangibile), yaitu berupa pelayanan (service) yang mampu diberikan oleh pengelola dan penyaji wisata yang mampu menciptakan kepuasan bagi wisatawan. Produk Pariwisata memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dengan produk industri lain. Delapan karakter produk pariwisata antara lain pariwisata tidak dapat dipindahkan; pariwisata tidak memerlukan perantara untuk mencapai kepuasan; pariwisata tidak dapat ditimbun atau disimpan; pariwisata sangat dipengaruhi oleh faktor non ekonomis; tidak dapat dicoba atau dicicipi; sangat tergantung pada faktor manusia; memiliki tingkat resiko



yang tinggi dalam hal investasi; dan tidak memiliki standar atau ukuran yang objektif dalam menilai mutu produk (Isdarmanto, 2017).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan aktivitas mencari kesenangan/kebahagiaan dari suatu tempat baru yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu, dengan begitu perjalanan tersebut merupakan aktivitas temporer/ sementara yang bukan ditujukan untuk mencari keuntungan. Adapun manfaat dari pariwisata antara lain yaitu: memberikan pemasukan secara ekonomi, membuka kesempatan kerja, mendorong pelestarian budaya asli serta menambah devisa negara (Spillane, 1987 dalam Dian Herdina, 2019).

## **2.2 Komponen Pariwisata**

Sistem pariwisata terdiri dari berbagai elemen dan pihak yang saling berinteraksi serta atribut yang mendukung pengalaman pariwisata bagi wisatawan. Dalam Buku Panduan Manajemen Krisis Kepariwisataa terdapat tiga komponen dasar pariwisata yang menjadi perhatian utama pemerintah pusat karena ketiga atribut ini terkait dengan masalah konektivitas, tumpang tindih kewenangan dan banyaknya pihak berkepentingan di kawasan pariwisata sehingga memerlukan koordinasi lintas sektor, komponen tersebut dikenal dengan 3A pariwisata, yaitu: Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas.

### **2.2.1 Attraction (Atraksi)**

Komponen atraksi dapat dianggap sebagai salah satu komponen dasar pariwisata yang sangat penting karena merupakan tujuan utama wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi. Atraksi wisata sesuatu yang menarik perhatian, seperti pertunjukan tontonan wisata seni, budaya warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam atau hiburan yang merupakan daya tarik wisatawan di daerah tujuan wisata. Ada tiga modal atraksi yang menarik untuk mendatangkan wisatawan, yaitu 1) *Natural Resources* (alami), 2) Aktraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri.

### **2.2.2 Amenity (Fasilitas)**

Fasilitas adalah segala macam sarana prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti : penginapan, rumah makan, transportasi, dan agen perjalanan. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk

pembangunan sarana-sarana wisata adalah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain-lain.

### **2.2.3 Accessibility (Aksesibilitas)**

*Accessibility* atau kemampuan untuk mencapai tempat tujuan utama melalui berbagai sarana transportasi. Aksesibilitas merupakan hal yang penting dalam kegiatan pariwisata. Kegiatan pariwisata biasanya berantung kepada aksesibilitas karena salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan melakukan perjalanan wisata adalah masalah jarak tempuh dan waktu. Aksesibilitas ini berkaitan dengan transportasi dan prasarana transportasi.

## **2.3 Pelaku Pariwisata**

Pelaku pariwisata adalah setiap pihak yang terlibat dan berperan dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang menjadi pelaku pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006) dalam (Yeti Haryati, 2019) adalah :

### 1. Wisatawan

Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan produk dan jasa wisata.

### 2. Industri Pariwisata

Industri pariwisata atau penyedia jasa adalah semua yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan dalam dua golongan utama, yaitu :

- a. Pelaku langsung, yaitu usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan, seperti hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain
- b. Pelaku tidak langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya.

### 3. Pendukung Jasa Wisata

Pendukung jasa wisata adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata, tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dari

produk itu. Seperti penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM, dan lain-lain.

#### 4. Pemerintah

Pemerintah sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggungjawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam peran masing-masing.

#### 5. Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu actor penting dalam pariwisata karena sebagian besar atraksi dan produk wisata pasti melibatkan masyarakat lokal langsung.

#### 6. Lembaga Swadaya Masyarakat

LSM merupakan organisasi non-pemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk bidang pariwisata, seperti proyek WWF untuk perlindungan Orang Utan di Kawasan Bahorok Sumatera Utara atau Tanjung Putting Kalimantan Selatan, Kelompok Pecinta Alam, Kelompok Sadar Wisata, dan lain-lain.

## 2.4 Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik, yakni "strategos" (jenderal). Pada dasarnya diambil dari pilihan kata-kata Yunani untuk "pasukan" dan "memimpin". Penggunaan kata kerja Yunani yang berhubungan dengan "strategos" ini dapat diartikan sebagai "perencanaan dan permusnahan musuh-musuh dengan menggunakan cara yang efektif berlandaskan sarana-sarana yang dimiliki" (Bracker,1980) (dalam Ian Asriandy,2016). Selain itu menurut Benjamin Tregoe dan John William Zimmerman (dalam Ian Asriandy,2016) mendefinisikan strategi sebagai kerangka membimbing dan mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan arah serta karakteristik suatu organisasi. Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu misi atau rencana yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang disusun sedemikian rupa untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien.

### 2.4.1 Jenis-Jenis Strategi

Menurut David Guswan (dalam Ian Asriandy, 2016) menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis strategi alternatif, yaitu :

#### 1. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Jenis-jenis adalah sebagai berikut:

##### a. Integrasi ke depan

Integrasi ke depan adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau peritel.

##### b. Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

##### c. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

#### 2. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya- upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.

##### a. Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar

##### b. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

##### c. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

#### 3. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

##### a. Diversifikasi Terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan yang lama.

b. Diversifikasi Tak Terkait

c. Diversifikasi tak terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak berkaitan sama sekali dengan garis bisnis perusahaan sebelumnya.

#### 4. Strategi Defensif

Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.

a. Penciutan

Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (regrouping) melalui pengurangan biaya dan asset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.

b. Divestasi

Divestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan suatu divisi atau bagian dari suatu organisasi.

c. Likuidasi

Likuidasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh asset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan berwujudnya.

#### 2.4.2 Pemulihan Pariwisata

Definisi bencana sebagaimana diungkapkan oleh Priambodo (2009) diartikan sebagai kejadian alam, buatan manusia atau perpaduan antara keduanya yang terjadi secara tiba-tiba sehingga menimbulkan dampak negatif yang dahsyat bagi kelangsungan kehidupan. Berdasarkan pemahaman tersebut maka terdapat tiga unsur dalam bencana, yaitu: Pertama, adanya peristiwa baik itu yang ditimbulkan oleh alam maupun oleh manusia. Kedua, waktu terjadinya tiba-tiba. Ketiga, adanya keberlangsungan hidup yang terganggu, ketiga unsur tersebut saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana disebutkan bahwa bencana dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu: bencana alam, bencana non-alam dan bencana sosial (Pemerintah Indonesia, 2007). Berdasarkan pemahaman tersebut maka wabah Covid-19 dikategorikan sebagai bencana non-alam, hal ini didukung dengan adanya Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 yang menyatakan Covid-19 sebagai bencana non-alam.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 24 Tahun 2007 Pasal 6 disebutkan bahwa tanggung jawab pemerintah dalam penyelenggaraan penanggulangan bencana yaitu: Pengurangan risiko bencana dan pemanduan pengurangan risiko bencana dengan program pembangunan; Perlindungan masyarakat dari dampak bencana; Penjaminan pemenuhan hak masyarakat dan pengungsi yang terkena bencana secara adil dan sesuai dengan standar pelayanan minimum; Pemulihan kondisi dari dampak bencana; Pengalokasian anggaran penanggulangan bencana dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara yang memadai; Pengalokasian anggaran penanggulangan bencana dalam bentuk dana siap pakai; Pemeliharaan arsip/dokumen otentik dan kredibel dari ancaman dan dampak bencana.

Upaya penanggulangan dalam Undang-undang Nomor 24 Tahun 2007 diartikan sebagai serangkaian upaya untuk mengurangi resiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana. Upaya penanggulangan bencana disebut dengan manajemen bencana yang dapat diartikan sebagai proses dinamis tentang bekerjanya fungsi-fungsi manajemen bencana seperti *planning, organizing, actuating dan controlling*. Berdasarkan pemahaman di atas maka pemulihan bencana merupakan upaya yang dilakukan untuk mengembalikan kondisi ke awal atau semula sebelum adanya bencana. Dalam upaya pemulihan pariwisata dimasa pandemi Covid-19 maka diperlukan sebuah perencanaan yang melibatkan berbagai pihak seperti pemerintah, pelaku usaha, dan stakeholder terkait.

Sebagai langkah pengurangan dampak usaha pariwisata selama dan dimasa pandemi Covid-19, UNWTO (2020) merilis rekomendasi yang dapat diaplikasikan oleh pemangku kepentingan pariwisata. Rekomendasi yang dibuat tersebut dimaksudkan agar pemangku kepentingan wisata dapat bertahan pada 3 tahap pandemi yaitu, pada tahap pengelolaan krisis dan mitigasi dampak, tahap penyediaan stimulus dan percepatan pemulihan, serta tahap persiapan untuk masa depan pariwisata dimasa pandemic Covid-19. Secara umum, rekomendasi tersebut mencakup pemberian insentif untuk mempertahankan usaha wisata; dukungan bagi likuiditas perusahaan yang bergerak di industri pariwisata; tinjauan pada pajak, retribusi, dan peraturan yang mempengaruhi transportasi dan pariwisata; usaha memberi kepastian perlindungan dan kepercayaan konsumen; usaha penguatan tata kelola, ketahanan, dan daya saing ODTW; mendorong inovasi dan diversifikasi pasar, produk, serta layanan; begitu pula mengencarkan promosi bagi pengembangan keterampilan pekerja wisata, terutama keterampilan digital.

Selain itu upaya pemerintah dalam pemulihan pariwisata Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun program CHSE (*Cleanliness,*

*Health, Safety, Environment Sustainability*) Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan sebagai strategi pemulihan destinasi wisata dimasa pandemi Covid-19 dengan melibatkan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang nantinya diharapkan pariwisata dapat produktif dan aman dari Covid-19.

Panduan pelaksanaan ini merupakan panduan operasional dari Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Panduan ini ditujukan bagi pengusaha dan/atau pengelola serta karyawan dalam memenuhi kebutuhan tamu akan produk dan pelayanan pariwisata yang bersih, sehat, aman, dan ramah lingkungan pada masa pandemi Covid-19 ini. Panduan ini juga dapat menjadi acuan bagi Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten/Kota, serta asosiasi usaha dan profesi terkait hotel untuk melakukan sosialisasi, tutorial/edukasi, simulasi, uji coba, pendampingan, pembinaan, pemantauan dan evaluasi dalam penerapan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan, demi meningkatkan keyakinan para pihak, reputasi usaha dan destinasi pariwisata. panduan ini mengacu pada protokol dan panduan yang telah ditetapkan Pemerintah Indonesia, World Health Organization (WHO), dan World Travel & Tourism Council (WTTC) dalam rangka pencegahan dan penanganan Covid-19.

Pemerintah berupaya untuk melakukan inovasi dan perbaikan di sektor pariwisata. Sehingga dengan adanya perubahan tren di pariwisata global saat ini diharapkan Indonesia mampu beradaptasi. Dalam hal ini perubahan tren di pariwisata akan bergeser ke alternatif liburan yang tidak banyak orang seperti solo travel tour, virtual tourism, serta staycation dimana isu health, hygiene, dan safety akan menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan yang ingin berwisata. Kemudian bagi para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif harus betul-betul mengantisipasi dan tidak tergesa-gesa untuk membuka destinasi wisata agar tak ada lagi imported case yang dapat berdampak buruk pada citra pariwisata (Ivana Solemede, et.al., 2020).

### **A. Lingkup Program CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan)**

Adapun yang menjadi lingkup aturan dalam proram CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan dapat dilihat pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1. Lingkup Program CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan)**

<b>Kebersihan</b>	<b>Kesehatan</b>	<b>Keselamatan</b>	<b>Kelestarian Lingkungan</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mencuci tangan pakai sabun/menggunakan <i>hand sanitizer</i></li> <li>b. Ketersediaan sarana cuci tangan pakai sabun</li> <li>c. Pembersihan ruang dan barang publik dengan disinfektan/cairan pembersih lain yang aman dan sesuai</li> <li>d. Bebas vektor dan binatang pembawa penyakit</li> <li>e. Pembersihan dan kelengkapan toilet bersih</li> <li>f. Tempat sampah bersih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Menghindari kontak fisik, pengaturan jarak aman, mencegah kerumunan</li> <li>b. Tidak menyentuh bagian wajah, terutama mata, hidung, mulut</li> <li>c. Pemeriksaan suhu tubuh</li> <li>d. Memakai APD yang diperlukan</li> <li>e. Menerapkan etika batuk dan bersin</li> <li>f. Pengelolaan makanan dan minuman yang bersih dan higienis</li> <li>g. Peralatan dan perlengkapan kesehatan sederhana</li> <li>h. Ruang publik dan ruang kerja dengan sirkulasi udara yang baik</li> <li>i. Penanganan bagi pengunjung dengan gangguan kesehatan ketika beraktivitas dilokasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Prosedur penyelamatan diri dari bencana</li> <li>b. Ketersediaan kotak P3K</li> <li>c. Ketersediaan alat pemadam kebakaran</li> <li>d. Ketersediaan titik kumpul dan jalur evakuasi</li> <li>e. Memastikan alat elektronik dalam kondisi mati ketika meninggalkan ruangan</li> <li>f. Media dan mekanisme komunikasi penanganan kondisi darurat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penggunaan perlengkapan dan bahan yang ramah lingkungan</li> <li>b. Pemanfaatan air dan sumber energi secara efisien dan sehat dalam rangka menjaga keseimbangan ekosistem</li> <li>c. Pengolahan sampah dan limbah cair dilakukan secara tuntas, dan ramah lingkungan</li> <li>d. Kondisi lingkungan sekitar asri dan nyaman, baik secara alami atau dengan rekayasa teknis</li> <li>e. Pemantauan dan evaluasi penerapan panduan dan SOP Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan</li> </ul>

Sumber: Kemenparekraf, 2020



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan dan Paradigma**

Penelitian ini menggunakan paradigma rasionalistik dan fenomenologi. Paradigma rasionalistik ini memungkinkan peneliti untuk menggali realitas yang ada di lapangan tanpa dibatasi oleh teori-teori maupun pustaka. Sedangkan paradigma fenomenologi diartikan sebagai sebuah studi yang berupaya untuk menganalisis secara deskriptif dan introspektif tentang segala kesadaran bentuk manusia dan pengalamannya baik dalam aspek inderawi, konseptual, moral, estetis, dan religius (Helaluddin, 2010). Sedangkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran atau pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah: 1) Kawasan Wisata Lagoi, 2) Atraksi wisata Kawasan Wisata Lagoi, 3) Amenitas wisata Kawasan Wisata Lagoi, 4) Aksesibilitas wisata Kawasan Wisata Lagoi, 5) Strategi CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability).

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data primer berupa observasi lapangan, sedangkan wawancara dan kuesioner ditujukan kepada Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bintan, Pengelola kawasan wisata Lagoi, Camat Kecamatan Teluk Sebong, serta dokumentasi. Teknik pengumpulan data sekunder terdiri dari survey instansi (Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan, Pengelola Kawasan Wisata Lagoi (PT. BRC), Pemerintah Kecamatan Teluk Sebong, dan studi literatur. Data sekunder yang dibutuhkan berupa jumlah wisatawan pada saat sebelum dan saat terjadi pandemi Covid-19, masterplan Kawasan Wisata Lagoi, dan daftar sarana prasarana Kawasan Wisata Lagoi.

### 3.4 Metode Analisis Data

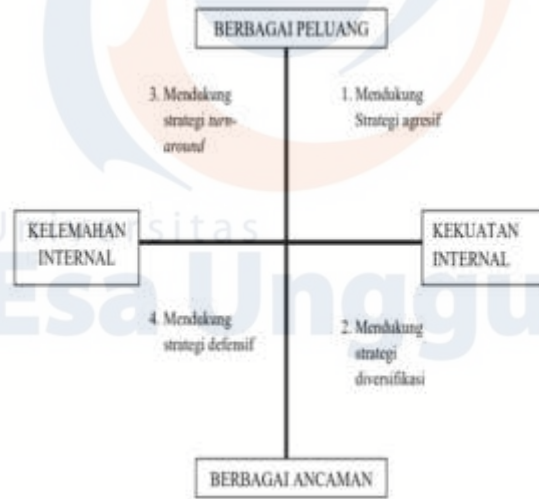
Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Teknik analisis SWOT digunakan untuk menemukan strategi yang tepat sebagai pemulihan pariwisata di masa Pandemi Covid-19 guna keberlanjutan pariwisata di kawasan penelitian. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan (Rangkuti, 2013) (lihat Tabel 1).

**Tabel 3.1. Matriks SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b>	<b>WEAKNESS (W)</b>
<b>EFAS</b>	Tentukan 5-10 faktor kekuatan	Tentukan 5-10 faktor kelemahan
<b>OPPORTUNITY (O)</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
Tentukan 5-10 faktor peluang	Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang	Mengatasi/memilimalkan kelayakan untuk meraih peluang
<b>THREAT (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
Tentukan 5-10 faktor ancaman	Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	Memimimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman

*Sumber:* Lukmandono (2015) dalam Nato, 2020

Setelah didapat hasil perhitungan dari IFAS dan EFAS serta matrik SWOT, untuk mempertajam analisis digunakan diagram analisis SWOT (Lihat Gambar 3.1.)



Sumber: Rangkuti (2013)

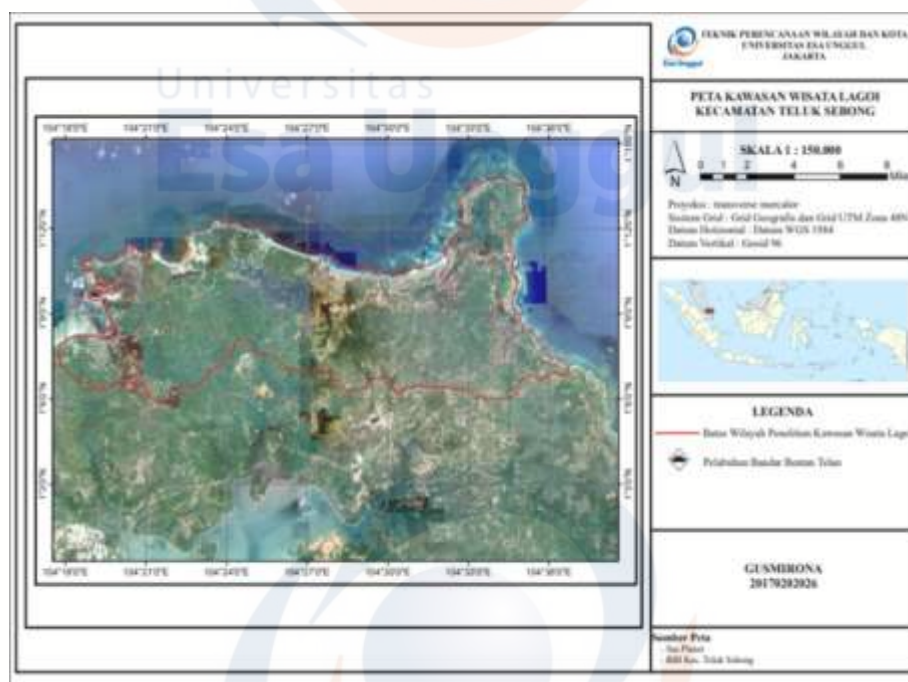
**Gambar 3.1.** Diagram Analisis SWOT

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum

Kawasan wisata Lagoi terletak di Kecamatan Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Kawasan Wisata Lagoi atau yang dikenal dengan Kawasan Wisata Terpadu Lagoi merupakan kawasan wisata eksklusif (bahari dan resort) yang berskala internasional. Kawasan ini merupakan hasil kerjasama antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Singapura. Kerjasama pengembangan kawasan ini sudah dimulai sejak tahun 1991 sampai dengan tahun 2004. Luas Kawasan wisata Lagoi sebesar 23.000 Ha. Pada tahap pertama pembangunan terdiri dari 9 resort di kawasan ini. Resort yang dibangun pada tahap pertama, yaitu: Nirwana Resort Hotel, Indra Maya Villa, Mayang Sari, Banyu Biru, Nirwana Beach Club, Bayan Tree, Angsana, Club Med, dan Bintan Lagoon. Pada pembangunan tahap dua terdiri dari Lagoi Plaza, Swiss Bell Hotel, dan The Shancaya Hotel pada tahun 2015. Kawasan Wisata Lagoi memiliki beberapa objek wisata yaitu: Pantai Lagoi, Safari Lagoi, Resort/Hotel, Lapangan Golf. Adapun peta lokasi dan denah objek wisata Kawasan Wisata Lagoi dapat dilihat pada Gambar 4.1. dan Gambar 4.2.



**Gambar 4.1.** Peta lokasi penelitian



Gambar 4.2. Denah Objek Wisata Kawasan Wisata Lagoi

## 4.2 Perbedaan Jumlah Pengunjung Kawasan Wisata Lagoi pada Saat Sebelum dan Semasa Pandemi Covid-19

### 4.2.1 Pra Pandemi Covid-19

Kawasan Wisata Lagoi termasuk salah satu destinasi wisata populer. Keindahan alam di Kawasan Lagoi merupakan salah satu faktor yang menjadikan Lagoi terkenal di mancanegara. Selain itu kawasan ini terletak sangat strategis karena berbatasan langsung dengan Negara Singapura.

Sebelum terjadinya pandemi Covid-19, Kawasan Wisata Lagoi mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami peningkatan di setiap tahun. Adapun data jumlah pengunjung Kawasan Wisata Lagoi dalam kurun waktu satu tahun sebelum pandemi Covid-19 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 4.1. Jumlah Wisatawan di Kawasan Wisata Lagoi Tahun 2019

Bulan	Jumlah Wisatawan (orang)
Januari	73883
Februari	79753
Maret	76451
April	85666
Mei	80458
Juni	117786

Juli	102397
Agustus	99027
September	83171
Oktober	82823
November	90662
Desember	122365
<b>Total</b>	<b>1094442</b>

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Bintan, diolah 2021

Berdasarkan Tabel 4.1. jumlah kunjungan wisatawan di Kawasan Wisata Lagoi pada tahun 2019 atau tahun sebelum terjadinya pandemi Covid-19 adalah sebanyak 1.094.442 kunjungan. Wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Wisata Lagoi berasal dari berbagai negara, baik negara Indonesia maupun negara-negara lain. Adapun negara asal wisatawan mancanegara yaitu Singapura, Cina, Malaysia, Filipina, Perancis, Jerman, India, Taiwan, Korea, Amerika Serikat, Inggris, dan negara lainnya.

#### 4.2.2 Di Masa Pandemi Covid-19

Covid-19 berstatus pandemi ditetapkan oleh pemerintah pada tanggal 14 Maret 2020. Setelah itu diberlakukannya juga Permenkumham Nomor 11 Tahun 2020 mengenai larangan mobilitas manusia, termasuk bepergian ke kawasan pariwisata. Akibat adanya peraturan tersebut, Kawasan Wisata Lagoi terkena imbasnya. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bintan pada bulan April 2021, pandemi Covid-19 ini sangat berdampak kepada Kawasan Wisata Lagoi, yaitu terjadinya penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan (Lihat Tabel 4.2.).

**Tabel 4.2. Jumlah Wisatawan Kawasan Wisata Lagoi Tahun 2020**

Bulan	Jumlah Wisatawan (orang)
Januari	98780
Februari	36413
Maret	18770
April	319
Mei	947
Juni	1047
Juli	2615
Agustus	4650
September	4469
Oktober	9270

Bulan	Jumlah Wisatawan (orang)
November	8156
Desember	17127
<b>Total</b>	<b>202563</b>

Berdasarkan Tabel 4.2. jumlah kunjungan dalam kurun waktu satu tahun (2020) pada saat terjadi pandemi Covid-19 sebesar 202.563 kunjungan. Jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan satu tahun sebelum pandemi Covid-19 (2019), maka telah terjadi penurunan sebesar 81,49%. Adanya peraturan pelarangan warga negara asing masuk ke Indonesia dan ditutupnya pintu keluar negara-negara asal wisatawan mancanegara menyebabkan terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang berwisata ke kawasan ini. Selain itu juga, adanya aturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) berdampak juga pada penurunan jumlah kunjungan wisatawan lokal ke kawasan ini, serta ditutupnya pintu-pintu pelabuhan membuat mobilitas dari/ke Kabupaten Bintan sangat terbatas.

Berdasarkan observasi lapangan pada bulan Maret 2021, kondisi Kawasan Wisata Lagoi sangat sepi pengunjung. Akibatnya banyak kegiatan ekonomi yang tutup, padahal biasanya pada kawasan ini sering diadakan bazar UMKM dan festival untuk menarik wisatawan. Kondisi objek wisata di Kawasan Wisata Lagoi dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.3.** Kondisi beberapa objek wisata di Kawasan Wisata Lagoi (2021)

### **4.3 Tingkat Kesesuaian Program CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability) di Kawasan Wisata Lagoi**

Pariwisata di masa pandemi Covid-19 harus menjalankan protokol kesehatan yang sesuai. Pemerintah menetapkan kebijakan melalui Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 mengenai Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Diseases 2019 (Covid-19). Selanjutnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan panduan/SOP berupa program CHSE (Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan) di kawasan pariwisata.

Berdasarkan hasil verifikasi kesesuaian program CHSE di Kawasan Wisata Lagoi, dari total 28 indikator/panduan pedoman CHSE (kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan), sebanyak 26 indikator atau 93% sudah diterapkan di Kawasan Wisata Lagoi. Sedangkan dua indikator CHSE atau 7% belum terlaksana, yakni pertunjukan seni dan asuransi kesehatan terutama untuk jenis kegiatan yang berisiko tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bintan pada bulan April 2021 alasan belum terlaksananya kedua-dua indikator tersebut adalah pertama, pementasan seni mengundang banyak massa, maka pihak pengelola memilih menunda event tersebut. Walaupun sebetulnya, setiap tahun di Kawasan Wisata Lagoi ini terdapat event atau festival tahunan. Sedangkan untuk alasan yang kedua, penyediaan asuransi kesehatan belum terlaksana karena di kawasan wisata tersebut belum ada jenis kegiatan wisata yang berisiko tinggi yang memerlukan asuransi kesehatan bagi para wisatawan.

### **4.4 Strategi Pemulihan Pariwisata di Kawasan Wisata Lagoi**

Dalam upaya pemulihan pariwisata di masa pandemi Covid-19 diperlukan sebuah perencanaan yang baik. Untuk mengetahui strategi pemulihan pariwisata baik di masa pandemi Covid-19 maupun sesudahnya pada Kawasan Wisata Lagoi dilakukan analisis SWOT.

#### **4.4.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal di Kawasan Wisata Lagoi**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada para informan, dapat dijabarkan beberapa faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki Kawasan Wisata Lagoi (Lihat Tabel 4.3 dan 4.4.).



**Tabel 4.3. Identifikasi Faktor Internal Kawasan Wisata Lagoi**

No.	Faktor Internal
<b>Kekuatan (Strength)</b>	
1	Lokasi Kawasan Wisata Lagoi strategis
2	Sumber daya alam Kawasan Lagoi sangat berpotensi
3	Sumber daya manusia di Kawasan Lagoi yang tersedia cukup, baik kualitas maupun kuantitas
4	Citra Kawasan Wisata Lagoi sudah mendunia
5	Kawasan Wisata Lagoi terkesan eksklusif dan memiliki ciri khas
6	Kawasan Wisata Lagoi sudah menerapkan protokol kesehatan di masa pandemi Covid-19
7	Beberapa resort/hotel di Kawasan Wisata Lagoi sudah tersertifikasi program CHSE
<b>Kelemahan (Weakness)</b>	
1	Kurangnya dukungan masyarakat di sekitar kawasan wisata
2	Jarak antar objek wisata dalam kawasan relatif jauh
3	Harga/biaya resort cenderung mahal
4	Kurangnya fasilitas transportasi dan akomodasi umum di dalam kawasan wisata

Sumber: Hasil analisis, 2021

**Tabel 4.4. Identifikasi Faktor Eksternal Kawasan Wisata Lagoi**

No.	Faktor Eksternal
<b>Peluang (Opportunity)</b>	
1	Peluang peningkatan kerjasama antar pengelola Kawasan Wisata Lagoi dengan Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau maupun dengan pemerintah provinsi lain.
2	Dapat menjadi kawasan wisata percontohan di masa pandemi Covid-19
3	Kebijakan pemerintah dalam pemberian insentif kepada tenaga kerja pariwisata
4	Membangun kepercayaan pasar wisata lokal/nusantara
5	Transformasi dan inovasi digital
<b>Ancaman (Threat)</b>	
1	Dunia pada umumnya dan termasuk Indonesia di landa pandemi Covid-19
2	Jumlah pengunjung bersifat musiman dan penurunan jumlah pengunjung di masa pandemi Covid-19
3	Pengurangan jumlah tenaga kerja pariwisata di Kawasan Wisata Lagoi
4	Tutupnya rute internasional karena ditutupnya pintu keluar beberapa negara asal wisatawan mancanegara

Sumber: Hasil Analisis, 2021

#### 4.4.2. Perhitungan IFAS dan EFAS

Perhitungan IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Strategy) adalah proses pengolahan data berupa pembobotan dan rating pada setiap faktor. Adapun hasil perhitungan IFAS dan EFAS terdapat pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5. Tabel Perhitungan Skor IFAS Kawasan Wisata Lagoi**

Kode	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
S1	Lokasi Kawasan Wisata Lagoi strategis	0,27	3,33	0,91
S2	Sumber daya alam Kawasan Lagoi sangat berpotensi	0,25	3	0,74
S3	Sumber daya manusia di Kawasan Lagoi yang tersedia cukup dalam kualitas maupun kuantitas	0,25	3	0,74
S4	Citra Kawasan Wisata Lagoi sudah mendunia	0,3	3,67	1,09
S5	Kawasan Wisata Lagoi terkesan eksklusif dan memiliki ciri khas	0,25	3	0,74
S6	Kawasan Wisata Lagoi sudah menerapkan protokol kesehatan dimasa pandemi Covid-19	0,33	4	1,31
S7	Beberapa resort/hotel di Kawasan Wisata Lagoi sudah tersertifikasi program CHSE	0,25	3	0,74
<b>Total</b>				6,26
<b>Kelemahan</b>				
W1	Kurangnya dukungan masyarakat disekitar kawasan wisata	-0,22	-2,67	0,57
W2	Jarak antar objek wisata dalam Kawasan relative jauh	-0,22	-2,67	0,59
W3	Harga/biaya resort cenderung mahal	-0,22	-2,67	0,59
W4	Kurangnya fasilitas transportasi dan akomodasi umum di dalam Kawasan wisata	-0,22	-2,67	0,59
<b>Total</b>				2,35

Berdasarkan Tabel 4.5. jumlah skor pada faktor kekuatan sebesar 6.26. Skor tertinggi untuk kekuatan berasal dari kriteria ‘Kawasan Wisata Lagoi sudah menerapkan protokol kesehatan di masa pandemi Covid-19’ dengan skor 1.31. Kemudian kriteria dengan skor terbesar kedua adalah dari kriteria ‘Citra Kawasan Wisata Lagoi sudah mendunia’ dengan skor 1.09. Sedangkan faktor kelemahan dengan skor sebesar 2.35. Adapun kriteria kelemahan yang harus diperhatikan ialah ‘Jarak objek wisata dalam kawasan relatif jauh; Harga/biaya resort cenderung mahal; dan Kurangnya fasilitas transportasi dan akomodasi umum di dalam Kawasan Wisata’ dengan masing-masing skor 0.59.

**Tabel 4.6. Perhitungan Skor EFAS Kawasan Wisata Lagoi**

Kode	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
O1	Peluang untuk meningkatkan Kerjasama antar pengelola Kawasan Wisata Lagoi dengan Pemereintah Povinsi Kepri maupun pemerintah provinsi lain.	0,78	3	2,35
O2	Dapat menjadi kawasan wisata percontohan dimasa pandemic Covid-19	1,04	4	4,18
O3	Kebijakan pemerintah dalam pemberian insentif kepada tenaker pariwisata	0,78	3	2,35
O4	Membangun kepercayaan pasar wisata lokal/nusantara	0,78	3	2,35
O5	Transformasi dan inovasi digital	0,85	3,33	2,83

Kode	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Total</b>				14,06
<b>Ancaman</b>				
T1	Dunia pada umumnya termasuk Indonesia dilanda pandemic Covid-19	-0,78	-3	2,35
T2	Jumlah pengunjung bersifat musiman dan penurunan jumlah pengunjung dimasa pandemi Covid-19	-0,89	-3,33	2,98
T3	Pengurangan jumlah tenaker pariwisata Kawasan Wisata Lagoi	-0,78	-3	2,35
T4	Tutupnya rute internasional karena ditutupnya pintu keluar beberapa negara asal wisatawan mancanegara	-0,78	-3	2,35
<b>Total</b>				10,03

Berdasarkan Tabel 4.6. jumlah skor pada faktor peluang adalah sebesar 14.06. Skor tertinggi untuk peluang berasal dari kriteria ‘Kawasan Wisata Lagoi dapat menjadi kawasan wisata percontohan di masa pandemi Covid-19’ dengan skor 4.18. Sedangkan faktor ancaman berjumlah sebesar 10.03. Faktor ancaman yang harus diperhatikan adalah ‘Jumlah pengunjung bersifat musiman dan penurunan jumlah pengunjung di masa pandemi Covid-19’ dengan skor 2.98.

#### 4.4.3 Matriks SWOT Kawasan Wisata Lagoi

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor internal maupun faktor eksternal, maka diperoleh matriks SWOT berupa strategi pemulihan pariwisata pada Kawasan Wisata Lagoi yang dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7. Matrik SWOT Kawasan Wisata Lagoi**

	<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>Kelemamahan (Weakness)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lokasi Kawasan Wisata Lagoi yang strategis</li> <li>Sumber daya alam Kawasan Lagoi yang sangat berpotensi</li> <li>Sumber daya manusia di Kawasan Lagoi yang tersedia cukup dalam kualitas maupun kuantitas</li> <li>Citra Kawasan Wisata Lagoi yang sudah mendunia</li> <li>Kawasan Wisata Lagoi terkesan eksklusif dan memiliki ciri khas</li> <li>Kawasan Wisata Lagoi sudah menerapkan protokol kesehatan dimasa pandemi Covid-19</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya dukungan masyarakat disekitar kawasan wisata</li> <li>Jarak antar objek wisata dalam Kawasan relative jauh</li> <li>Harga/biaya resort cenderung mahal</li> </ol> <p>Kurangnya fasilitas transportasi dan akomodasi umum di dalam Kawasan wisata</p>
<b>Peluang (Opportunity)</b>	SO	WO

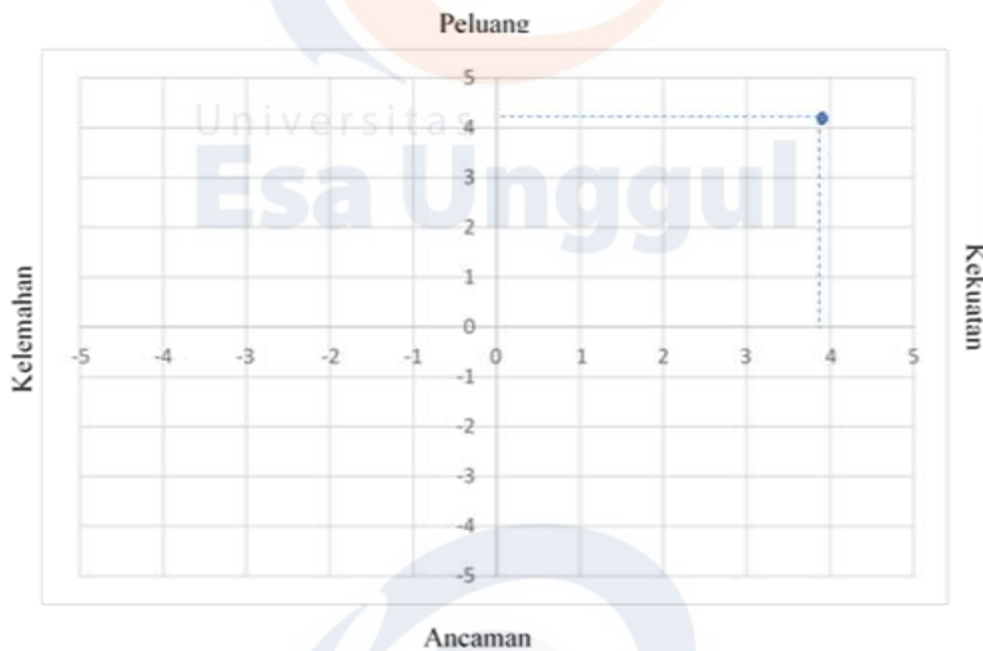
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peluang untuk meningkatkan Kerjasama antar pengelola Kawasan Wisata Lagoi dengan Pemereintah Povinsi Kepri maupun pemerintah provinsi lain.</li> <li>2. Dapat menjadi kawasan wisata percontohan dimasa pandemic Covid-19</li> <li>3. Kebijakan pemerintah dalam pemberian insentif kepada tenaker pariwisata</li> <li>4. Membangun kepercayaan pasar wisata lokal/nusantara Transformasi dan inovasi digital</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan keadaan alam serta kualitas SDM wisata Lagoi sehingga dapat menjadi kawasan wisata percontohan di masa pandemi Covid-19. (S1,S2,S3,S4,S7,O2)</li> <li>2. Meningkatkan penerapan protokol kesehatan di Kawasan Wisata Lagoi dan menambah jumlah objek wisata berupa resort/hotel yang tersertifikasi program CHSE serta peningkatan kerjasama antar pemerintah dan pengelola kawasan dalam hal penerapan SOP wisata di masa pandemi Covid-19 guna menjadi kawasan wisata percontohan di masa pandemic Covid-19. (S5,S6,O1,O2)</li> <li>3. Mempertahankan SDM yang sudah ada melalui pemberian insentif tenaga kerja. (S2,O3)</li> <li>4. Melakukan promosi wisata melalui media digital guna membangun kepercayaan pasar wisata. (S7,O4,O5)</li> <li>5. Meningkatkan citra kawasan dengan membuat festival-festival seperti festival budaya, festival olahraga atau mengadakan kembali event tahunan melalui kerjasama antar pemerintah. (S1,S4, S5, S6, O1, O2, O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kerjasama dengan pemerintah serta memberikan potongan harga sehingga dapat membangun kepercayaan pasar wisata lokal dan menjadi kawasan wisata percontohan. (W1,W4,W3 O3)</li> <li>2. Menciptakan kepercayaan masyarakat sekitar kawasan wisata melalui kerjasama pemerintah daerah setempat dan pihak pengelola kawasan serta pemberian insentif kepada tenaga kerja. (W1,W3,O1)</li> <li>3. Menambah jumlah transportasi umum dalam kawasan wisata yang berbasis digitalisasi guna membangun kepercayaan pasar wisata. (W4,W5,O4)</li> </ol>
<b>Ancaman (Threat)</b>	<b>ST</b>	<b>WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dunia pada umumnya termasuk Indonesia dilanda pandemic Covid-19</li> <li>2. Jumlah pengunjung bersifat musiman dan penurunan jumlah pengunjung dimasa pandemi Covid-19</li> <li>3. Pengurangan jumlah tenaker pariwisata Kawasan Wisata Lagoi Tutupnya rute internasional karena ditutupnya pintu keluar beberapa negara asal wisatawan mancanegara</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki citra objek wisata dan mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan meminilasisir pengurangan jumlah tenaga kerja pariwisata. (S1, S2, S3,S4,S5,S6, S7, T1,T2,T3,T4)</li> <li>2. Meningkatkan penerapan protokol kesehatan guna menarik wisatawan lokal/nusantara. (S6,S7, T1,T2,T4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan berbagai fasilitas dan sarana dengan harga terjangkau melalui promosi-promosi wisata serta melibatkan masyarakat sekitar guna menarik wisatawan nusantara. (W1, W2, W3,W4,W5, T1,T2,T3,T4)</li> <li>2. Memberikan penyuluhan kepada masyarakat sekitar dan petugas-petugas pariwisata dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat pada Kawasan Wisata Lagoi. (W2, W1, T1,T2,T3,T4)</li> </ol>

Sumber: Hasil Analisis, 2021

#### 4.4.4 Diagram Analisis SWOT Kawasan Wisata Lagoi

Untuk mempertajam analisis, maka digunakan diagram analisis SWOT yang bertujuan mengetahui posisi Kawasan Wisata Lagoi dan mempertimbangkan strategi pemulihan untuk keberlanjutan wisata. Diagram analisis SWOT diperoleh dari hasil perhitungan selisih skor total faktor internal dan selisih skor total faktor eksternal. Berdasarkan selisih skor total faktor

internal sebesar 3.92 dan selisih skor total faktor eksternal 4.03 membentuk diagram sebagaimana terlihat pada Gambar 4.4.



**Gambar 4.4.** *Diagram Analisis SWOT Kawasan Wisata Lagoi*

Berdasarkan Gambar 4.4. diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa Kawasan Wisata Lagoi berada pada kondisi kuadran I dengan titik absis (3.91 ; 4.03) yang berarti berada pada kondisi yang sangat menguntungkan. Kawasan ini memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang. Strategi yang tepat digunakan pada kondisi ini adalah mendukung pertumbuhan yang signifikan (Growth Oriented Strategy). Diagram di atas berada diantara kekuatan dan peluang. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan di Kawasan Wisata Lagoi pada pemulihan wisata di masa pandemi Covid-19 yaitu dengan cara memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang atau strategi SO. Dari hasil matriks SWOT sebagaimana pada Tabel 4.7. strategi SO (strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang) merupakan strategi pemulihan wisata terbaik yang perlu diterapkan di Kawasan Wisata Lagoi.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut;

1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Kawasan Wisata Lagoi di masa pandemi Covid-19 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan sebelum pandemi Covid-19. Angka penurunan jumlah kunjungan wisatawan tahun 2019-2020 sebesar 81.49%.
2. Kawasan Wisata Lagoi secara keseluruhan sudah menerapkan pedoman Program CHSE ( Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability) yang merupakan pedoman berwisata di masa pandemi Covid-19. Sebanyak 26 panduan program CHSE sudah terlaksana dari total 28 panduan CHSE (93%).
3. Berdasarkan nilai IFAS dan EFAS Kawasan Wisata Lagoi berada pada Kuadran I yang artinya strategi pemulihan yang dapat diterapkan berupa strategi SO yaitu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki Kawasan Wisata Lagoi untuk meraih peluang yaitu peningkatan wisatawan lokal dan mancanegara baik di masa pandemi Covid-19 dan sesudahnya.

## BAB VI BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

### 6.1 Anggaran Biaya

Secara umum, anggaran biaya terbagi menjadi honorium peneliti, bahan habis pakai, perjalanan dan lain-lain. Rekapitulasi anggaran biaya yang diajukan dalam bentuk tabel dengan komponen sebagai berikut (Tabel 6.1.).

**Tabel 6.1. Anggaran Biaya Penelitian**

No	Jenis Pengeluaran	Biaya yang diusulkan
1	Bahan	Rp. 500.000
	Pengumpulan Data	2.000.000
3	Sewa Peralatan	500.000
4	Analisis Data	1.000.000
5	Pelaporan, Luaran Wajib dan Luaran Tambahan	1.500.000
	<b>Total</b>	<b>Rp. 5.500.000</b>

### 6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 10 (sepuluh) bulan. Berikut adalah jadwal rencana penelitian yang diajukan (Tabel 6.2.).

**Tabel 6.2. Jadwal Penelitian**

	<b>Tahun</b>	<b>2021</b>									
	<b>Bulan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
1	Persiapan kegiatan										
2	Konsolidasi tim penelitian										
3	Penyusunan jadwal dan rencana kerja										
4	Tinjauan pustaka										
5	Pengumpulan dan analisa data										
6	Penyusunan laporan penelitian										
7	Publikasi Ilmiah										



## DAFTAR PUSTAKA

Bintanresort.com

Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Dinas Pariwisata Kabupten Bintan. (2021). Jumlah Wisatawan di Kawasan Wisata Lagoi tahun 2019 dan 2020.

Herdiana, D. (2020). Rekomendasi Kebijakan Pemulihan Pariwisata Pasca Wabah Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Kota Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 1. Retrieved from <https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v07.i01.p01>.

Hernawan, Y., Wijaya Kesuma Dewi, S., & Musafa. (2019). Pengembangan Strategi Bisnis Menggunakan Analisis SWOT di Perkebunan Kopi Palasari. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(1), 14–28.

Ioannides, D., & Gyimóthy, S. (2020). The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies*, 22(3), 624–632. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>.

Josep Oktaranda. (2019). Dampak Industri Pariwisata Lagoi Bertaraf Internasional Yang Dikelola Oleh PT. BRC Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau. *Psikologi Perkembangan*, 5(October 2019), 1–224.

Khadafi, M., & Dina, D. (2020). Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Destinasi Bintan Lagoon Resort. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(3), 323. Retrieved from <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i3.1016>.

Lukmandono. (2015). Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.

Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 11 Tahun 2020 tentang Pelarangan Sementara Orang Asing Masuk Wilayah Negara Republik Indonesia.

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019.

Rangkuti, Freddy. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

UNWTO (2020) 2020: A Year in Review-The Impact of Covid-19 on International Tourism.  
Madrid, Spain.

World Health Organization (WHO). (2020). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic.  
Retrieved from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2020). ICC and World Travel & Tourism Council  
issue COVID-19 restart guide for the Travel & Tourism sector. Retrieved from  
[https://wtc.org/News-Article/ICC-and-World-Travel-and-Tourism-Council-issue-  
COVID-19-restart-guide-for-the-Travel-and-Tourism-sector](https://wtc.org/News-Article/ICC-and-World-Travel-and-Tourism-Council-issue-COVID-19-restart-guide-for-the-Travel-and-Tourism-sector).