

**STRATEGI BERTAHAN BISNIS PARIWISATA PADA MASA PANDEMI  
COVID-19  
(Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond “WEGO” Lamongan)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**  
**ELSA FIYANI RIZKI AMALIA**  
**1717201070**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2021**

**STRATEGI BERTAHAN BISNIS PARIWISATA PADA MASA PANDEMI  
COVID-19  
(STUDI KASUS WISATA EDUKASI GONDANG OUTBOND “WEGO”  
LAMONGAN)**

**Elsa Fiyani Rizki Amalia**

**NIM. 1717201070**

E-mail: [elsafiyani22@gmail.com](mailto:elsafiyani22@gmail.com)

Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini, banyak pelaku usaha yang merasakan berbagai kerugian ekonomi termasuk para pelaku usaha pariwisata. Ditetapkannya peraturan pemerintah berupa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) menyebabkan semua kegiatan masyarakat harus terhenti, tentunya hal ini memberikan kekhawatiran bagi para pelaku usaha tentang bagaimana cara agar usahanya tetap bisa bertahan ditengah kondisi pandemi covid-19 seperti yang terjadi pada beberapa tempat wisata yang harus tutup selama diberlakukannya peraturan PSBB. Salah satu tempat wisata yang terdampak adalah Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan bisnis pariwisata agar tetap bisa bertahan pada masa pandemi Covid-19.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan pada bulan Februari-November 2021. Metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif yang digunakan diantaranya reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi. Uji keabsahan data yang digunakan adalah metode triangulasi sumber, untuk mengidentifikasi strategi bertahan bisnis yang diterapkan selama masa pandemi Covid-19.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bertahan bisnis pariwisata yang digunakan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) adalah melakukan *digital marketing*, memberikan diskon tiket masuk dan menerapkan strategi CRM (*Customer Relationship Marketing*). Penerapan strategi bertahan dengan cara *preparing, surviving, actualizing* pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) berpengaruh terhadap bertahannya tempat wisata selama masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: Strategi Bertahan, Bisnis Pariwisata, Pandemi Covid-19

***TOURISM BUSINESS SURVIVAL STRATEGY DURING THE COVID-19 IN  
PANDEMIC  
(CASE STUDY OF GONDANG OUTBOND EDUCATIONAL TOURISM “WEGO”  
LAMONGAN)***

**Elsa Fiyani Rizki Amalia**

**NIM. 1717201070**

E-mail: [elsafiyani22@gmail.com](mailto:elsafiyani22@gmail.com)

*Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University Prof. K.H Shaifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*During the current Covid-19 Pandemic, many business actors have experienced various economic losses, including tourism business actors. The enactment of government regulation in the form of PSBB (large-scale social restrictions) resulted in all community activities having to stop, of course this gave business actors concern about how to keep their business afloat in the midst of the Covid-19 pandemic, as happened in some tourist attractions that had to be carried out. Closed during the enactment of the PSBB regulations, one of the affected tourist attractions is the Educational Tour Gondang Outbond (WEGO). This study aims to find out how the survival strategy is carried out by the tourism business so that it can survive during the Covid-19 pandemic.*

*The research used is field Research (field research) which was conducted on Educational Tourism Gondang Outbond (WEGO) Sugio district, Lamongan district in February-November 2021. The data collection methods were interviews, observation, documentation. Qualitative data analysis techniques used include data reduction, data presentation, conclusion and verification. The data validity test used is the source triangulation method, to identify business survival strategies implemented during the Covid-19 pandemic.*

*The results of this study indicate that the tourism business survival strategy used by Educational Tourism Gondang Outbond (WEGO) to do digital marketing, provide discounted entry tickets, and implement Customer Relationship Marketing (CRM) strategies. The implementation of survival strategy by preparing, surviving, actualizing on Educational Tourism Gondang Outbond (WEGO) has an effect on the survival of tourism during the Covid-19 pandemic.*

*Keywords: Survival Strategy, Tourism Business, Covid-19 Pandemic*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA. ....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	5
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>

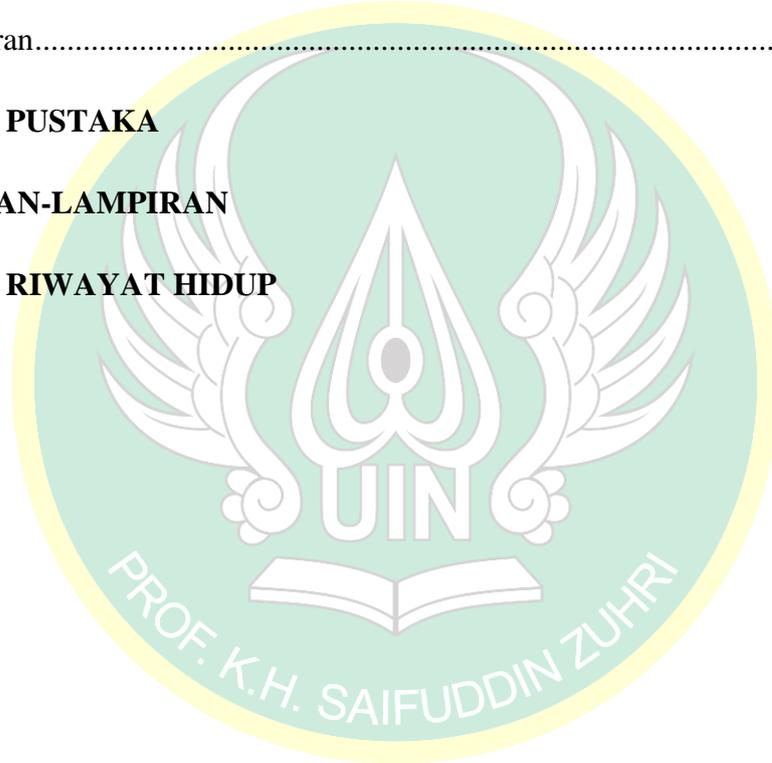
A. Landasan Teori.....	9
1. Bisnis Pariwisata .....	9
a. Pengertian Bisnis Pariwisata .....	9
b. Tujuan Bisnis Pariwisata.....	9
c. Bentuk Bisnis Pariwisata .....	10
d. Wisata Edukasi.....	11
2. Strategi Bertahan.....	11
a. Pengertian Strategi Bertahan.....	11
b. Tahap Menjalankan Strategi. ....	12
c. Manfaat Penerapan Strategi .....	12
d. Bentuk Strategi Bertahan dalam Bisnis.....	13
e. Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata .....	16
f. Strategi Bertahan Wisata Halal .....	16
B. Landasan Teologis .....	17
C. Kajian Pustaka.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian.....	25
C. Sumber Data.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Teknik Analisis Data.....	28
F. Uji Keabsahan Data.....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
A. Gambaran Umum Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO).....	31
1. Sejarah Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) .....	31
2. Profil Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) .....	32
3. Struktur Organisasi .....	32
4. Keadaan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) saat Pandemi .....	33
B. Strategi Bertahan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) .....	41

1. Digital Marketing .....	42
2. Memberikan Potongan Harga ( <i>Discount</i> ) .....	46
3. CRM ( <i>Customer Relationship Marketing</i> ).....	47
4. Menambah Wahana Baru .....	49
C. Analisis Strategi Bertahan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) .....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Keterbatasan Penelitian .....	58
C. Saran.....	58

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 2 Transkrip Wawancara dengan Pengelola Wego .....	35
Tabel 3 Transkrip Wawancara dengan Pengunjung Wego .....	36
Tabel 4 Transkrip Wawancara dengan Pengunjung Wego .....	37
Tabel 5 Transkrip Wawancara dengan Pengelola Wego .....	39
Tabel 6 Pendapatan Wisata Edukasi Gondang Outbond (Wego) .....	40
Tabel 7 Transkrip Wawancara dengan Pengelola Wego .....	41
Tabel 8 Data Pemasaran Wisata Wego Sebelum Pandemi Covid-19 .....	43
Tabel 9 Data Pemasaran Wisata Wego Saat Pandemi Covid-19 .....	44
Tabel 10 Transkrip Wawancara dengan Pengelola Wego .....	47
Tabel 11 Transkrip Wawancara dengan Pengelola Wego .....	49
Tabel 12 Transkrip Wawancara dengan Pengelola Wego.....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Pengunjung Wisata Wego.....	4
Gambar 2 Struktur Organisasi Wego .....	34
Gambar 3 Perbaikan Fasilitas Tempat Wisata .....	42
Gambar 4 Contoh Promo dari Wisata Wego.....	44
Gambar 5 Contoh Promo dari Wisata Wego.....	44
Gambar 6 Promosi Menggunakan Media Sosial Tik Tok.....	45
Gambar 7 Promosi Menggunakan Media Sosial WhatsAap.....	45
Gambar 8 Promosi Menggunakan Media Sosial Facebook .....	46
Gambar 9 Contoh Promo dari Wisata Wego.....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi

Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3: Surat Izin Observasi

Lampiran 4: Surat persetujuan Observasi



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Wabah COVID-19 muncul pertama kali pada Desember 2019 di kota Wuhan, yang berada di provinsi Hubei, Cina. Virus ini terus menyebar ke seluruh dunia. Meskipun episentrum wabah awalnya adalah Cina, dengan kasus yang dilaporkan baik di Cina atau dalam perjalanan dari negara tersebut, kasus sekarang sedang dilaporkan di banyak negara lain. Sementara beberapa negara telah mampu menangani kasus yang dilaporkan secara efektif, tidak pasti di mana dan kapan kasus baru akan muncul. Di tengah risiko kesehatan masyarakat yang signifikan, yang ditimbulkan COVID-19 kepada dunia, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) telah menyatakan darurat kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional untuk mengordinasikan tanggapan internasional terhadap penyakit tersebut (Mardiyah & Nurwati, 2020). Covid-19 memberikan dampak yang sangat besar bagi dunia, salah satunya di Indonesia. Covid-19 memberikan banyak pengaruh dalam berbagai sektor, salah satu sektor yang terdampak adalah sektor ekonomi. Penyebaran Covid-19 yang semakin meluas akan memperlama periode jatuhnya perekonomian asia tenggara, termasuk Indonesia.

Salah satu sektor perekonomian yang mengalami penurunan adalah sektor pariwisata, kegiatan kepariwisataan terbukti telah menjadi penyumbang devisa bagi negara Indonesia. Pada tahun 2019, sektor pariwisata memberikan kontribusi sebagai pemasukan terbesar kedua di Indonesia. Usaha pariwisata yang menjadi penggerak kegiatan kepariwisataan dapat memberikan *multiplier effect* terhadap berbagai sektor lainnya. Aktivitas pariwisata telah menyerap langsung sekitar 10% (13 juta pekerja) dari total tenaga kerja nasional pada tahun 2019. Sektor penyediaan akomodasi, serta makan minum telah berkontribusi menyerap tenaga kerja sebesar 7% (8,5 juta pekerja) dari total tenaga kerja nasional. Merebaknya Pandemi COVID-19, berdampak pada semua kegiatan secara global, terutama kegiatan pariwisata. Jumlah wisatawan

turun drastis seiring dengan pembatasan perjalanan, baik dengan moda transportasi darat, laut dan udara. Kondisi ini semakin memburuk semenjak diberlakukannya *social distancing*, *physical distancing*, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus mata rantai penyebaran Pandemi COVID-19. Semua jenis usaha pariwisata di dunia termasuk di Indonesia terdampak oleh kondisi ini (Sari, Yanita, & Neswardi, 2021).

Di Indonesia sendiri dampak nyata yang terlihat adalah jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup parah. baik pengunjung mancanegara maupun pengunjung domestik, karena mengalami penurunan pengunjung maka pekerja sektor pariwisata mengalami penurunan penghasilan, khususnya yang terkait penyedia akomodasi dan makanan serta minuman. Setelah kurang lebih satu tahun pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia banyak pekerja yang mengalami PHK sehingga jumlah pengangguran meningkat berdasarkan data BPS atau Badan Pusat Statistik 2020 lalu, TPT (Tingkat Pengangguran Terbuka) mencapai 7,07 persen dari 138,22 juta angkatan kerja. Artinya terdapat 9,77 juta penduduk merupakan pengangguran terbuka (Andryanto, 2021). Sambodo selaku direktur direktorat industri, pariwisata, dan ekonomi kreatif kementerian perencanaan pembangunan nasional (Bappenas) menyatakan bahwa pandemi Covid-19 pada sektor pariwisata setidaknya berpengaruh secara risiko ekonomi dalam kaitannya dengan: 1) Penutupan Sementara Hotel, Restoran, Industri Pariwisata Lainnya; 2) Pengurangan Karyawan: Cuti Tidak Dibayar (*unpaid leave*)/ Pemutusan Hubungan Kerja (PHK); 3) Kesulitan Likuiditas: Gagal Bayar Kredit Investasi dan Modal Kerja; serta 4) Penutupan Usaha secara Permanen (Prambudi, Masteriarsa, Wibowo, Amaliyah, & Ardana, 2020).

Anjloknya jumlah pengunjung menjadi tantangan sendiri bagi pelaku-pelaku pariwisata untuk menemukan jalan keluar agar kembali pada keadaan yang sama seperti sebelum pandemi. Namun seiring dengan terus meningkatnya kasus positif Covid-19 dinilai menjadi salah satu tantangan dalam pemulihan tempat wisata. Bertahan dalam bisnis merupakan strategi yang paling tepat digunakan untuk keadaan yang tidak menentu seperti pada

masa pandemi Covid-19 yang belum diketahui kapan akan berakhir. Pelaku pariwisata dituntut untuk memutar otak lebih keras untuk menemukan strategi baru agar tetap bisa bertahan pada masa pandemi Covid-19 ini.

Seperti yang dipaparkan oleh Hermawan Kertajaya selaku *Founder* dan *Chairman Markplus Tourism* dalam sesi webinar bertemakan *Covid-19 Crisis In Tourism : Threat and Opportunity* yang digelar oleh *MarkPlus Tourism* beliau mengungkapkan bahwa untuk menghindari situasi seperti ini, Hermawan menghimbau agar pelaku pariwisata melakukan tiga hal berupa SPA, yakni *surviving/servicing*, *preparing*, dan *actualizing*. Hermawan menjelaskan bahwa *surviving/servicing* melambangkan kondisi bisnis yang terjadi saat pandemi berlangsung. Ada bisnis yang mengalami penurunan dan ada juga bisnis yang mengalami kenaikan. Sebenarnya dengan adanya pandemi Covid-19 ini memiliki dampak negatif dan dampak positif yang mengharuskan para pelaku wisata untuk memperkuat diri dan tidak menunggu krisis pandemi Covid-19 ini berakhir (Ningsih, 2020).

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) merupakan salah satu wisata baru yang ada di Lamongan. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sendiri terletak di Desa Deket Agung Kecamatan Sugio, yang berjarak kurang lebih 15 km dari pusat kota Lamongan. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) ini merupakan salah satu tempat wisata yang mengkombinasikan antara wisata alam dengan dunia pendidikan. Selain memiliki konsep tempat wisata juga memiliki konsep untuk pengetahuan mengenai hutan hujan tropis dengan berbagi jenis pohon di dalamnya. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) juga terdapat pengenalan terhadap berbagai jenis hewan yang ada di tempat wisata tersebut. Daya tarik utama di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) adalah adanya pesawat bekas yang dipajang ditengah area Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang diberi nama Wego Air (Zaidiyah, 2018).

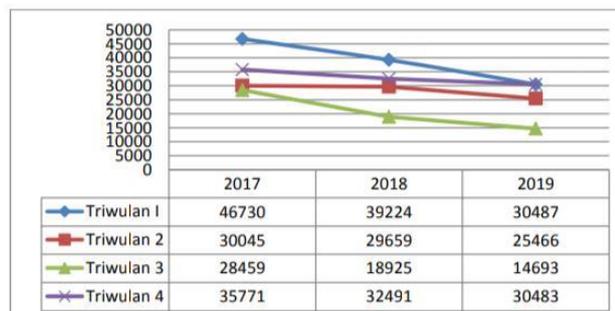
Jumlah tempat wisata yang berada disekitar area Kecamatan Sugio adalah sekitar tiga tempat wisata, diantaranya adalah Wisata Waduk Gondang, Wisata Gondang Park (G-Prak) dan Wisata Edukasi Gondang Outbond

(WEGO). Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) merupakan tempat wisata yang memiliki harga tiket masuk paling mahal diantara wisata lain, namun Wisata Edukasi Gondang Outbond memiliki penyuguhan wahana dan fasilitas yang paling lengkap seperti kolam renang, area foto, lapangan yang luas, parkir yang luas dan fasilitas-fasilitas lain yang sering dibutuhkan pengunjung. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) menjadi tempat wisata pilihan berbagai kalangan karena memiliki wahana dan fasilitas yang lengkap. Selain wahana dan fasilitas Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) juga memiliki jarak yang cukup dekat dan harga yang terjangkau jika dibandingkan dengan Wisata Bahari Lamongan (WBL) sehingga banyak pengunjung memilih Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) (Wawancara, Februari 2022).

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) merupakan salah satu tempat wisata yang merasakan dampak dari Pandemi Covid-19. Seperti yang disampaikan oleh bapak Ridwan salah satu pengelola Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) dampak yang paling dirasakan saat ini adalah jumlah pengunjung yang mengalami penurunan sehingga pendapatan berkurang baik dari pihak pengelola tempat wisata maupun para penjual yang berada di sekitar lokasi tempat wisata. Untuk memulihkan keadaan seperti semula pihak pengelola tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sudah mencoba beberapa strategi baru seperti melakukan beberapa strategi pemasaran melalui media sosial, memberikan diskon, dan menerapkan perilaku 3M (memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak), bahkan menambahkan wahana baru untuk menarik minat pengunjung. Tetapi strategi baru yang sudah dilaksanakan agar dapat bertahan pada masa pandemi ini belum bisa untuk meningkatkan jumlah pengunjung agar Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) kembali seperti semula (Wawancara, Maret 2021).

## Gambar 1 Grafik pengunjung

Berikut data wisatawan yang berkunjung di WEGO pada tahun 2017  
sampai dengan tahun 2019 :



**Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisatawan WEGO Tahun 2017 – 2019**  
Sumber : Manajemen WEGO, 2020

Grafik di atas menunjukkan bahwa semenjak wabah Covid-19 masuk ke Indonesia pada awal bulan Maret 2020 yang disusul dengan himbauan dari pemerintah untuk melaksanakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), menyebabkan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) tutup pada awal bulan Juni 2020 sampai waktu yang belum ditentukan. Karena tutupnya tempat wisata pada tahun 2020 tidak ada pengunjung sama sekali pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Seperti yang disampaikan oleh bapak Ridwan pada awal tahun 2021 Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) mulai beroperasi kembali tetapi tingkat pemulihan pengunjung yang datang baru mencapai angka 30% dari target yang ditentukan (Wawancara, Juni 2021).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond “WEGO” Lamongan)”.

### B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dalam mengartikan judul, maka penulis memberikan penegasan dari istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut definisi operasional:

## 1. Strategi

Menurut David (2012), strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan hendak dicapai. Menurut Barney dan Hesterly (2008), Strategi merupakan sebuah teori tentang bagaimana cara perusahaan meraih keunggulan-keunggulan kompetitif (*Competitive Advantages*). Menurut Hitt (2011) strategi merupakan sebuah rangkaian yang terpadu dan terkordinasi dari komitmen dan tindakan yang dirancang untuk mengeksploitasi kompetisi utama dan meraih keunggulan kompetitif.

Strategi memberi jawaban bagi pihak manajemen perusahaan mengenai bagaimana cara mencapai tujuan perusahaan dan bagaimana cara untuk mencapai misi organisasi dan visi strategis. Pembuatan strategi adalah tentang bagaimana mencapai target-target, bagaimana bersaing dengan para *competitor*, bagaimana mencapai keunggulan bersaing yang berkepanjangan, bagaimana membuat visi strategis manajemen sebagai sebuah kenyataan bagi suatu perusahaan (Faruq & Usman, 2014).

## 2. Strategi Bertahan

Menurut Susilo dalam (Pratiwi & Novianty, 2020) Strategi bertahan adalah tindakan atau cara yang dilakukan oleh organisasi termasuk pariwisata agar usahanya tetap berproduksi /beroperasi/ berjalan. Strategi bertahan (*survival*) yang diterapkan oleh perusahaan terkait erat dengan kemampuan bertahan perusahaan.

## 3. Bisnis Pariwisata

Secara umum pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain selain tempat tinggalnya dengan melakukan perencanaan sebelumnya, tujuannya untuk rekreasi atau untuk suatu kepentingan sehingga keinginannya terpenuhi (Luturlean, 2019: 4).

Bisnis pariwisata atau industri pariwisata menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa

bagi pemenuhan kebutuhan para wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

#### 4. Pandemi Covid-19

Pandemi menurut KBBI adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografis yang luas (Kamus Besar Bahasa Indonesia ). Menurut WHO pandemi adalah skala penyebaran penyakit yang terjadi secara global di seluruh dunia. Namun, ini tidak memiliki sangkut paut dengan perubahan pada karakteristik penyakitnya, sebagaimana dilaporkan oleh *The Guardian*. Pandemi juga memiliki level yang lebih tinggi dibanding epidemi atau keadaan ketika suatu penyakit menyebar dengan cepat diantara banyak orang dalam jumlah lebih banyak dibanding yang normal terjadi (Sebayang, 2020).

Corona Virus 2019 (Covid-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut Corona Virus (SARS-CoV-2). Penyakit ini pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Wuhan, provinsi ibu kota Hubei China. Sejak saat itu menyebar secara global mengakibatkan pandemi Covid-19 mulai dari 2019 sampai saat ini yang sedang berlangsung (Siahaan, 2020).

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ?

1. Bagaimana kondisi bisnis pariwisata pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana strategi bertahan bisnis pariwisata pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi Covid-19?
3. Bagaimana analisis strategi bertahan yang sudah ditetapkan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)?

#### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, berikut tujuan dan manfaat penelitian:

## 1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana kondisi bisnis pariwisata pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi Covid-19.
- b. Untuk mengetahui strategi bertahan yang dilakukan oleh objek Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi dan sejauh mana tingkat efektivitas dari strategi tersebut.
- c. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi yang sudah ditetapkan oleh pihak Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO).

## 2. Manfaat penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca atau pihak mana saja mengenai konsep, dan penerapan atau implementasi teori mengenai strategi bertahan bisnis pariwisata pada masa pandemi ini.

### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pihak tempat wisata dan pemerintah setempat terkait kebijakan untuk membantu pemulihan wisata selama masa pandemi Covid-19.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini, penulis akan menguraikan secara singkat yang terdiri dari lima bab. Berikut sistematika penulisan:

Bab I, merupakan bab peendahuluan yang berisi latar belakang masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, rumusan masalah, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II, merupakan bab tinjauan pustaka yang berisi landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian serta landasan teologis.

Bab III, merupakan bab metodologi penelitian yang menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.

Bab IV, merupakan hasil dari pembahasan yang berisi tentang pembahasan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata Pada Masa Pandemi covid-19 (Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond “WEGO” Lamongan).

Bab V, merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran penelitian yang diteliti. Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang strategi Bertahan Bisnis Pariwisata Pada Masa Pandemi pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Pandemi Covid-19 memberikan dampak terhadap Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Lamongan. Keadaan tempat wisata yang sepi pengunjung berdampak pada menurunnya pendapatan tempat wisata dan para karyawan yang mengalami pemotongan gaji. Menurunnya jumlah pengunjung diakibatkan oleh ketakutan pengunjung untuk memulai aktifitas di luar rumah karena khawatir tentang penyebaran virus Covid-19, sehingga mereka lebih memilih untuk berdiam diri di rumah sampai keadaan mulai terkendali kembali. Maka dari itu banyak strategi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk menarik kembali minat pengunjung, agar tempat wisata tetap dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19 ini. Adapun strategi yang sudah dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) adalah sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* (Pemasaran Digital)

Strategi yang diterapkan pada *digital marketing* yaitu melakukan pemasaran yang mengandalkan internet atau sosial media, seperti facebook, instagam, watshApp, tik tok, youtube bahkan webisete untuk menarik minat pengunjung. Alasan penggunaan strategi ini adalah karena dibatasinya ruang gerak masyarakat dan penyampain informasinya yang sangat luas dan cepat. *Digital marketing* merupakan strategi yang efektif dalam menarik minat pengunjung.

2. Memberikan Potongan Harga (*Discount*)

Memberikan potongan harga merupakan strategi yang dapat dibilang paling efektif, karena kebanyakan para pengunjung yang datang setelah mendapatkan informasi tentang *discount*. alasannya dengan harga

tiket masuk yang lebih terjangkau pengunjung dapat menikmati fasilitas yang sama.

### 3. *Customer Realitionship Marketing (CRM)*

Strategi ini dapat digunakan untuk menarik minat pengunjung yang sudah pernah berkunjung pada tempat wisata dan memiliki kesan baik terhadap tempat wisata. Sasaran untuk strategi ini adalah pengunjung yang menggunakan paket rombongan atau grup, karena lebih banyak berinteraksi dengan para karyawan sehingga menambah kedekatan dengan pengunjung.

ung yang datang setelah mendapatkan informasi tentang *discount*. alasannya dengan harga tiket masuk yang lebih terjangkau pengunjung dapat menikmati fasilitas yang sama.

### 4. *Customer Realitionship Marketing (CRM)*

Strategi ini dapat digunakan untuk menarik minat pengunjung yang sudah pernah berkunjung pada tempat wisata dan memiliki kesan baik terhadap tempat wisata. Sasaran untuk strategi ini adalah pengunjung yang menggunakan paket rombongan atau grup, karena lebih banyak berinteraksi dengan para karyawan sehingga menambah kedekatan dengan pengunjung.

Strategi SPA (*surviving/servicing, preparing, dan actualizing*) dapat membantu Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk bertahan dalam melwati masa pandemi Covid-19 seperti meskipun belum mencapai target. Strategi *surviving* yang dilakukan berupa pemotongan gaji karyawan sebesar 50%, tetap melakukan promosi meskipun tempat wisata ditutup dan memperbaiki fasilitas tempat wisata yang rusak. Strategi *preparing* yang dilakukan dengan menyediakan tempat cuci tangan disetiap wahana, selalu menerapkan anjuran 3M, selalu melakukan promosi melalui media sosial, dan menggunakan strategi CRM (*Customer Realitionship Marketing*) untuk pengunjung paket rombongan. Strategi *actualizing* dengan cara mengoptimalkan semua strategi yang sudah

dipersiapkan selama tempat wisata ditutup pada saat tempat wisata sudah dibuka kembali.

Penggabungan tahap-tahap strategi bertahan dari Hermawan Kertajaya dan beberapa strategi bertahan dari Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) mampu membantu Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) bertahan pada masa pandemi Covid-19 hingga saat ini. Meskipun belum dapat mencapai target penjualan namun keefektifan dari setiap strategi yang digunakan sangat efektif.

### **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, adapun kekurangan-kekurangan itu adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas tentang bagaimana strategi bertahan bisnis pariwisata. Sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya menambah atau menggunakan variabel yang lain.
2. Peneliti hanya membahas strategi bertahan bisnis pariwisata pada masa pandemi saja.

### **C. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses perkembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Lebih memaksimalkan kembali strategi *digital marketing* pada semua sosial media yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) tidak hanya di facebook dan whatsapp saja dalam setiap harinya.
2. Penerapan strategi *actualizing* lebih diperhatikan kembali karena selama masa *preparing* ada beberapa strategi yang belum terselesaikan seperti memperbaiki fasilitas tempat wisata yang mengakibatkan kebersihan tempat wisata terganggu.
3. Selalu mempromosikan segala bentuk diskon yang diberikan oleh tempat wisata, agar para pengunjung dapat mengetahui setiap diskon yang ada tanpa harus ke tempat wisata terlebih dahulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. 2015: 45. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Yogyakarta: calpulis.
- Ahmad. 2020. *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Alfin, A. 2021. “Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19”, dalam *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1 No.8.
- Andryanto, S. D. 2021. “Tingkat Pengangguran Sampai 2,56 Juta Orang, Kepala BPS: Imbas Pandemi Covid-19”, <https://bisnis.tempo.co/read/1444706/tingkat-pengangguran-sampai-2-56-juta-orang-kepala-bps-imbaspandemi-covid-19> diakses tanggal 20 Maret 2021.
- Anggraini, D. T. 2021. “Upaya Pemulihan Industri Pariwisata dalam Situasi Pandemi Covid-19”, dalam *Jurnal Pariwisata*, Vol.8 No.1.
- Faruq, M. A., & Usman, I. 2014. “Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya”, dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 7 No.3.
- Habiburrahman. 2017. “Strategi Promosi Pariwisata dalam Prespektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. XXII, No.2.
- Hakim, L. 2010. “Industri Pariwisata dan Pembangunan Internasional”, dalam *Among Makarti*, Vol.3 No.5.
- Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hardilawati, W. L. 2020. “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, dalam *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol.10, No.1.
- Helaludin, & Wijaya, H. 2019. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Hermawan, H. 2017. *Buku Panduan Wisata Edukasi Kampung Tulip*. Bandung: STP ARS Internasional Bandung.
- Khadijah, U. L., & Novianti, E. 2019. *Potensi Wisata Jawa Barat*. Bandung: Unpad Press.
- “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, <https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/pandemi.html>, diakses tanggal 25 November 2021
- Laturlean, B. S. 2019. *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.

- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mardiyah, R. A., & Nurwati, N. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Peningkatan Angka Pengangguran di Indonesia”, dalam *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Moleong, J. L. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muawanah, Fauziah, N. D., Toha, M., & Manaku, A. c. 2021. “The Survival Strategy of Halal Tourism In Covid-19 Pandemic Era”, dalam *Indonesia Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, Vol.3 No.2*, 165.
- Ningsih, B. 2020. “Hermawan Kerta Jaya Minta Pelaku Pariwisata Surviving dan Preparing”, <https://venuemagz.com/feature/hermawan-kertajaya-minta-pelaku-pariwisata-surviving-dan-preparing/>, diakses tanggal 29 Agustus 2021.
- Nugrahani, f. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Prambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Wibowo, A. D., Amaliyah, I., & Ardana, A. K. 2020. “Strategi Pemulihan Sektor Pariwisata Pasca Covid-19”, dalam *Majalah Media Perencana Perkumpulan Perencana Pembangunan Indonesia, Vol.1 No.1*.
- Pratiwi, M. B., & Novianty, I. 2020. “Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam pandemi Covid-19 pada Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat”, dalam *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Putu, N. E., Pujiastuti, W. S., & Astuti, N. S. (2020). Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Bali, Vol, 10 No. 02*.
- Rintoga, Z. 2020. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Salim, & Syahrums. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif (Konsep dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan)*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Sari, R. E., Yanita, N., & Neswardi, S. 2021. “Strategi Usaha Biro Perjalanan Wisata Sumatera Barat dalam Menghadapi Krisis Pandemi Covid-19”, dalam *Jurnal Sosial Humaniora Pendidikan (JSHP), Vo.5 No.1*.
- Sarwono, J. 2006. *Metode penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu..
- Sebayang, R. 2020. “WHO Nyatakan Wabah Covid-19 Jadi Pandemi, Apa Maksudnya?” <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312075307-4->

144247/who-nyatakan-wabah-covid-19-jadi-pandemi-apa-maksudnya, diakses tanggal 25 November 2021.

Sekaran, U., & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan keahlian Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Siahaan, M. 2020. “Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Dunia Pendidikan”, dalam *Jurnal Kajian Ilmiah Vol.1 No1*.

Subandi, T. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif* . Surakarta: Muhammadiyah University Press.

Sugiyono. 2019. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

*Tafsiribnukatsironline*. 2015 "Tafsir Surat Al-Zalzalalah Ayat 1-8" <http://www.ibnkatsironline.com/2015/10/tafsir-surat-az-zalzalalah-ayat-1-8.html?e=1> diakses pada 3 Februari 2022.

*Tafsir Al-Quran Online*, 2022. "Surat At-Taubah ayat 105" <https://tafsirq.com/9-at-taubah/ayat-105> diakses pada 3 Februari 2022.

Wisatalova. 2021. “Wisata Wego Lamongan yang Unik dan Edukatif”, <https://wisatalova.com/wisata-wego-lamongan/>, diakses tanggal 18 Agustus 2021.

Yam, J. H. 2020. *Manajemen Strategi Konsep & Implementasinya*. Makassar: Nas Media Pustaka.

Yeh, S. S. 2020. “Tourism Recovery Strategy Against Covid-19 Pandemic”, dalam *Tourism Recreation Research*.

Zaidiyah, N. H. 2018. “Inventarisasi Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk Belajar Flora Fauna pada Tingkat SD dan SMP”, *Volume. 5 Nomer. 6*.

