

**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**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Fiyani Rizki Amalia
NIM : 1717201070
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata pada Masa
Pandemi (Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang
Outboand “WEGO” Lamongan)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi Ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 Desember 2021
Saya yang menyatakan,



Elsa Fiyani Rizki Amalia
NIM.1717201070



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

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

Yang disusun oleh Saudara **Elsa Fiyani Rizki Amalia NIM 1717201070** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **02 Februari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Iin Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji

Sarpini, M.E.Sy.
NIP. 19830404 201801 2 001

Pembimbing/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si
NIP. 19750420 200604 2 001

Purwokerto, 10 Februari 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN SAIZU

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Elsa Fiyani Rizki Amalia yang berjudul:

**Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19
(Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond "WEGO" Lamongan)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Shaifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 30 Desember 2021
Pembimbing,



Dani Kusumastuti, S.E., M.si.
NIP. 19750420 20064 2 001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا.....

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya....”

-Al-Baqarah Ayat 286-



**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

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

*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 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

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya, skripsi ini dipersembahkan sebagai tanda cinta, kasih sayang dan hormat yang tak terhingga kepada:

Kedua orang tua saya, **Bapak Sunanto dan Ibu Mudayanah**, serta adik penulis **Natasya Aulia Az-Zahra** serta **segenap keluarga besar** yang sangat saya cintai. Terima kasih untuk segala bentuk doa yang senantiasa dipanjatkan, selalu memberikan dukungan disetiap langkah saya dan menjadi penyemangat terbaik dalam hidup saya, serta curahan kasih sayang yang tak terhingga. Terima kasih untuk segala dukungan dalam menuntut ilmu sampai pada jenjang ini. Semoga kelak dapat memberikan kebanggaan bagi keluarga dan Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan baginkita semua baik di dunia maupun di akhirat kelak amiin.

Terimakasih juga kepada sahabat, teman-teman atas segala bentuk dukungan dan motivasinya selama ini. kepada seluruh **teman-teman Ekonomi Syariah B angkatan 2017** terima kasih atas kebrsamaan yang telah dilalui selama empat tahun dengan berbagai cerita dan kenangan bersama. Kepada teman seperjuangan sekaligus sahabat saya selama menuntut ilmu di Purwokerto sampai saat ini **Azizah, Leli, puji** terima kasih untuk semua bentuk bantuan selama ini. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan langkah kita selanjutnya untuk meraih kesuksesan.

Kepada sahabat saya selama ini **Yuli Nur Faidah** penulis ucapkan terima kasih untuk bentuk dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini. tidak lupa kepada sahabat-sahabat saya di pesantren yaitu **Mba Aisyah, Mba Yeyen, Widya, Nurul, Ika, Indah, Khusna, Silvi, Zidni dan Qorina(alm)** semoga kebahagiaan selalu menyertai kita baik di dunia maupun di akhirat.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥ	H	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha ^h	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra ^h	R	Rr
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis dibawah)
ض	d ^h ad	D	de (dengan garis dibawah)
ط	ṭa	T	te (dengan garis dibawah)
ظ	žā	Z	zet (dengan garis dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka

ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة لأولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ
---------------	---------	-------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan rakaat, *fathah* atau *kasrah* atau *dommah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	zakât al-fitr
------------	---------	---------------

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
----	---------------	---------	---

	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	Furūd

F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostof

أأنتم	Ditulis	a'auntum
أعدت	Ditulis	u'iddat

H. Kata Sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyah

ألقيا س	Ditulis	al-qiyâs
---------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	zawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberkahan dalam bekarya. Karena hanya kepada-Nya lah kita sebagai manusia tidak akan lepas berhenti bermunajat pada Allah SWT.

Bersamaan dengan selesainya skripsi yang berjudul “Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata pada Masa Pandemi Covid-19 (studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond “WEGO” Lamongan)”. Selama penulisan skripsi ini saya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa petunjuk, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dani Kusumastuti, S.E., M.Si. selaku pembimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan ibu, amiin.

8. Segenap dosen dan staf karyawan UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam penulisan dan penyelesaian studi penulisan dengan berbagai ilmu dan pengetahuan.
9. Keluarga besar Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang telah membantu dan mempermudah dalam menyelesaikan penelitian.
10. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sunanto dan Ibu Mudayanah dan Adik Natasya serta keluarga besar yang telah mencurahkan kasih sayang, semangat dan keyakinan serta doa-doa yang selalu diberikan kepada penulis. Semoga bapak ibu selalu diberikan kesehatan umur panjang dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
11. Abah Dr. K.H Mohammad Roqib M.Ag. Umi Nyai Hj. Notri Y. Muthminnah, S.Ag. (Pengasuh Pesantren Mahasiswa An Najah) beserta seluruh ustadz-ustadzah yang telah memberikan begitu banyak ilmu dan pengalaman.
12. Segenap Bapak Ibu guru MI Bahrul Ulum, SMP N 2 Mantup, SMKI Ulul Albab yang telah mendidik, memberikan ilmu dan nasihat-nasihat yang penulis amalkan sampai saat ini.
13. Teman-teman seperjuangan dalam menempuh pendidikan Ekonomi Syariah B angkatan 2017 terima kasih atas kebersamaannya, semoga kita selalu menjalin silaturahmi walaupun sudah tidak bersama lagi.
14. Teman-teman alumni MI Bahrul Ulum 2011, alumni SMP N 2 Mantup 2014, dan alumni SMKI Ulul Albab 2017 yang selalu mendoakan.
15. Terima kasih teman terbaik Azizahtul Munawaroh, Nurlaeli, dan Puji Astuti yang selalu memberikan dukungan, semangat dan berbagi cerita kapanpun
16. Terima kasih Yuli Nur Faidah yang sudah meminjamkan laptop untuk keberlangsungan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikanmu.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik.

Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terima kasih melainkan hanya untaian doa, semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti kelak mendapatkan balasan dan imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mohon kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi untuk penulisan karya tulis selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya *Aminn ya rabbal'alamiin*

Purwokerto, 30 Desember 2021
Saya yang menyatakan,



Elsa Fiyani Rizki Amalia
NIM.1717201070



DAFTAR ISI

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

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
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
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
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
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
BAB V PENUTUP	56
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).

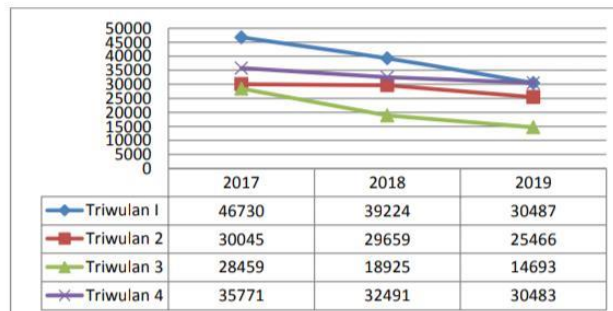
Jumlah tempat wisata yang berada disekitar area Kecamatan Sugio adalah sekitar tiga tempat wisata, diantaranya adalah Wisata Waduk Gondang, Wisata Gondang Park (G-Prak) dan Wisata Edukasi Gondang Outbond

(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 II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Bisnis Pariwisata

a. Pengertian Bisnis Pariwisata

UU No.10 tahun 2009 mengenai definisi pariwisata adalah industri pariwisata merupakan kumpulan usaha saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/ atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata, dan usaha pariwisata adalah usaha dalam menyediakan barang dan/ atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan serta penyelenggaraan pariwisata.

Industri pariwisata adalah salah satu industri yang memiliki keterkaitan dengan sektor lain, karena pariwisata dikatakan sebagai gabungan fenomena dan hubungan timbal balik yaitu adanya interaksi dengan wisatawan, *supplier* bisnis, pemerintah dan tujuan wisata serta masyarakat daerah wisata (Anggraini, 2021).

b. Tujuan Bisnis Pariwisata

Ada beberapa tujuan dari bisnis pariwisata, diantaranya:

- 1) Memperkenalkan keindahan alam dan kebudayaan yang ada di Indonesia kepada masyarakat luas.
- 2) Menyejahterakan masyarakat yang tinggal di lingkungan sekitar objek wisata dengan memberikan lapangan pekerjaan.
- 3) Menjalin kerjasama dengan Negara lain dalam bidang bisnis pariwisata.
- 4) Meningkatkan pendapatan daerah dan devisa Negara.
- 5) Meningkatkan kesadaran masyarakat akan sejarah kekayaan negaranya
- 6) Meningkatkan kreatifitas masyarakat.

c. Bentuk Bisnis Pariwisata

Menurut Pendit (2002; 37), bentuk bisnis pariwisata dibagi dalam 5 kategori, yaitu:

1) Menurut Asal Datangnya Wisatawan

Jika dilihat dari asal datangnya wisatawan, wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu wisatawan domestik dimana orang-orang yang disebut sebagai wisatawan domestik hanya berasal dari berbagai daerah yang ada di Negara tersebut, kemudian wisatawan mancanegara dimana mereka adalah orang-orang yang datang dari luar negeri.

2) Menurut Akibatnya Terhadap Neraca Pembayaran

Wisatawan yang berasal dari luar negeri pastinya membawa uang dari negaranya sendiri, dimana uang tersebut adalah uang asing yang masuk. Ada pariwisata aktif yang maksudnya pemasukan uang asing ke negara tersebut berdampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjunginya. Ada juga pariwisata pasif dimana kedatangan wisatawan itu ke negara lain memberikan dampak negatif kepada neraca pembayaran luar negerinya.

3) Menurut Jangka Waktu Kedatangan

Dalam kategori ini, ada dua jenis pariwisata, yaitu pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, bergantung dari bagaimana ketentuan yang diterapkan oleh suatu negara untuk membedakan pendek atau panjangnya waktu pariwisata yang dimaksudkan.

4) Menurut Jumlah Wisatawan

Perbedaan dalam kategori ini adalah, jumlah dari wisatawan yang datang berkunjung. Wisatawan yang datang seorang diri untuk berlibur disebut pariwisata tunggal, dan wisatawan yang datang dengan rombongan disebut pariwisata rombongan.

5) Menurut Alat Angkut

Wisatawan menurut kategori ini, dibedakan atas transportasi apa yang mereka gunakan untuk sampai di tempat tujuan wisata, ada pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api, pariwisata mobil, pariwisata motor, dan lain-lainnya (Laturlean, 2019: 84-87).

d. Wisata Edukasi

Wisata edukasi atau *edutourism* merupakan suatu program di mana para wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata dengan tujuan utama untuk memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung pada tempat wisata tersebut. Wisata pendidikan juga merupakan gabungan dari beberapa sub-sub tipe wisata seperti ekowisata, wisata sejarah dan budaya, wisata pedesaan dan pertukaran pelajar antar institusi pendidikan (Khadijah & Novianti, 2019: 270).

Pendidikan dan pariwisata adalah dua hal yang berbeda, tetapi keduanya dapat saling berhubungan dan saling melengkapi. Proses pendidikan yang dilaksanakan dalam aktivitas wisata adalah metode pembelajaran yang aktif dan kreatif, serta merupakan alternatif metode belajar yang efektif. Aktivitas wisata edukasi juga dapat menjadi sarana bersosialisasi dan menumbuhkan rasa kebanggaan dan kecintaan terhadap budaya dan bangsa (Hermawan, 2017: 25).

2. Strategi Bertahan

a. Pengertian Strategi

Menurut Ismail Solihin (2012) kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*stratus*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Strategi dapat diartikan pula sebagai suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan (Ahmad, 2020: 1-2). Definisi

lain tentang strategi adalah rencana aksi yang akan diambil untuk mencapai keunggulan dalam suatu kompetisi di pasar atau dalam suatu efektifitas. Dalam strategi dipaparkan rencana tindakan cermat dan efektif yang akan diambil dalam aktivitas (Yam, 2020: 16).

Bertahan adalah cara tindakan yang dilakukan seseorang agar usahanya tetap bisa beroperasi. Strategi bertahan ialah sebuah polah yang direncanakan manusia untuk mampu menghadapi masalah yang sedang terjadi (Ginting, 2021).

b. Tahap Menjalankan Strategi

Berikut tahap dalam menjalankan strategi sebagai berikut:

1) Perumusan Strategi

Dalam tahap ini terjadi proses memilih tindakan utama (strategi) untuk mewujudkan misi atau target. Dalam tahap perumusan strategi juga terjadi proses mengambil keputusan untuk menetapkan strategi apa yang akan dilakukan.

2) Perencanaan Tindakan

Setelah mengetahui apa saja strategi yang akan digunakan, dalam tahap ini dilakukan perencanaan bagaimana cara merealisasikan dengan membuat rencana pencapaian target dan rencana kegiatan (program dan anggaran).

3) Implementasi

Perumusan dan perencanaan yang telah dilakukan, kemudian harus diwujudkan dalam tindakan implementasi demi tercapainya keberhasilan strategi. Karena strategi diimplementasikan dalam suatu keadaan yang terus berubah, maka dalam pelaksanaannya tetap membutuhkan adanya pengendalian dan evaluasi. Sehingga tindakan perbaikan kedepan bisa tepat sasaran.

c. Manfaat Penerapan Strategi

Adapun manfaat yang akan diperoleh seseorang jika berhasil menerapkan strategi bertahan:

- 1) Memberikan haluan jangka panjang yang akan dituju.
- 2) Lebih mudah beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi.
- 3) Meminimalisir resiko yang terjadi di masa yang akan datang.
- 4) Lebih efektif dan efisien (Rintoga, 2020: 18-19).

d. Bentuk Strategi Bertahan dalam Bisnis

Dalam dunia usaha cukup mudah bagi pelaku usaha untuk memulainya. Hanya saja dalam hal mempertahankannya yang cukup sulit seperti pada masa pandemi saat ini, maka dari itu perlu adanya strategi guna meningkatkan kembali gairah usaha yang menurun akibat pandemi. Strategi ini dirasa penting karena mengingat begitu banyak perubahan yang terjadi akibat pandemi. Baik perubahan perilaku konsumen maupun kondisi yang serba dibatasi akibat pandemi. Adapun strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha menurut (Alfin, 2020) adalah sebagai berikut:

1) *E-Commerce*

Di era pandemi Covid-19 ini banyak sekali perubahan yang terjadi pada pola perilaku konsumen. Perubahan ini disebabkan karena berubahnya aturan yang diberlakukan di masa pandemi. Seperti halnya aturan pemerintah untuk pemberlakuan PSBB, dimana semua kegiatan masyarakat dibatasi dan dianjurkan tetap berdiam diri di rumah. Hal ini membuat perilaku konsumen berubah yang dulunya mencari kebutuhan dengan berkunjung secara langsung ke tempat yang diinginkan, sekarang berubah dengan mencari kebutuhan secara online.

Hal tersebut tentunya harus diikuti oleh para pelaku usaha agar mereka tetap bertahan dalam bisnisnya. Mereka harus membuka jaringan baru yang sesuai dengan kondisi saat ini. Yakni dengan cara *E-Commerce*.

2) *Digital Marketing*

Di era pandemi Covid-19 ini Indonesia tengah mengalami kelesuhan ekonomi. Kelesuhan ekonomi ini diakibatkan banyaknya

sektor yang mengalami penurunan akibat pandemi, banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam proses pemasaran produknya. Karena pada saat ini penggunaan internet sudah menjadi kebiasaan yang tidak bisa ditinggalkan. Apalagi mengingat kondisi saat ini pelaku usaha harus siap dalam menggunakan internet khususnya *digital marketing* jika mereka masih ingin mengembangkan usahanya.

Digital marketing sendiri menurut Chaffey (2013) merupakan suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan sebuah teknologi yang mempunyai tujuan dalam meningkatkan pengetahuan para konsumen dengan menyesuaikan kebutuhan yang mereka butuhkan. *Digital marketing* sendiri di zaman sekarang merupakan hal yang lumrah disemua kalangan umur, hampir semua kalangan umur dapat mengakses sesuai mereka.

Dalam melakukan *digital marketing* pelaku usaha harus mampu melihat kondisi yang sedang terjadi. Pelaku usaha dituntut untuk kreatif dalam memasarkan produk mereka. Karena mengingat pengguna media sosial terdiri dari berbagai macam golongan. Maka dari itu pelaku usaha harus bisa menyesuaikan dalam berkomunikasi dan memasarkan sesuai pangsa pasar yang dituju.

3) Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan

Pandemi Covid-19 yang terjadi belakangan ini telah memberikan dampak yang cukup besar. Menurunnya kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang dipasarkan oleh para pelaku usaha membuat para pelaku usaha mengalami penurunan omset pendapatan. Hal tersebut dikarenakan sikap konsumen yang berhati-hati dalam berbelanja. Penyebab lainnya adalah keterbatasan konsumen dalam melakukan belanja membuat bisnis para pelaku usaha menurun. Hal ini tentunya harus segera diatasi. Para pelaku usaha harus segera memperbaiki kepercayaan para konsumen dengan

memperbaiki kualitas produk mereka agar nantinya mereka kembali percaya dan mulai berbelanja kembali.

Peningkatan pelayanan dan kualitas produk tentunya sangat berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh pelaku usaha. Cara pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk diantaranya dengan selalu melakukan monitoring terhadap kualitas produk yang dipasarkan seperti kebersihan dan keamanannya. Hal lain yang harus diperhatikan selain kualitas produk adalah kualitas pelayanan kepada para konsumen. Kualitas pelayanan yang dapat diterapkan dalam pelayanan komunikasi yang baik yaitu dengan pelaku usaha harus memberikan respon yang ramah, sopan, cepat dan tepat kepada konsumen dengan tujuan konsumen tidak harus menunggu lama dan menumbuhkan kepercayaan yang tinggi kepada produk kita mengingat pemasaran saat ini banyak dilakukan dengan cara online.

Apabila pelayanan dan kualitas yang baik sudah terpenuhi maka bisa dipastikan pelanggan akan betah dan yakin dalam berbelanja.

4) *Customer Relationship Marketing (CRM)*

CRM atau yang bisa disebut juga dengan pemasaran hubungan pelanggan merupakan strategi pemasaran yang berupaya menjaga hubungan kepada pelanggan agar tetap baik dalam jangka waktu panjang. Hal ini dilakukan agar pelanggan yang telah berbelanja bisa datang kembali untuk berbelanja. Hal ini bisa terjadi apabila tercapainya kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan yang telah berbelanja, karena apabila pelanggan merasa puas maka mereka akan kembali untuk berbelanja.

Cara yang dapat dilakukan pelaku usaha agar dapat terjalin hubungan yang baik dengan konsumen adalah seperti dengan meningkatkan kepedulian kita terhadap konsumen yang mengalami dampak dari adanya pandemi dengan memberikan perhatian kita dengan ikut berempati kepada para konsumen yang terdampak

dengan memberikan promo atau diskon. Dengan begitu akan menimbulkannya hubungan yang baik dan kepercayaan yang tinggi antara pelaku usaha dan konsumen (Alfin, 2021).

e. Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata

Pakar pemasaran yang juga *Founder & Chairman MarkPlus Tourism* Hermawan Kertajaya, mengajak semua pelaku pariwisata untuk tetap optimis dalam bisnisnya. Untuk menghadapi situasi seperti ini, Hermawan menghimbau agar pelaku pariwisata melakukan tiga hal berupa SPA yakni *surviving/servicing, preparing, actualizing*.

1) *Surviving/Servicing*

Langkah pertama yaitu *surviving/servicing* bagi pelaku pariwisata yang saat ini mengalami penurunan atau kerugian, Hermawan menyarankan agar mereka tetap *surviving* atau bertahan. Sementara bagi pelaku pariwisata yang tetap tumbuh pada situasi saat ini diharuskan untuk *servicing* dengan cara memberikan pelayanan terbaik bagi para konsumennya.

2) *Preparing*

Langkah kedua yang harus dilakukan agar bisnis tetap bertahan sampai pandemi berakhir adalah dengan melakukan *preparing*. Hermawan mengajak semua pelaku bisnis khususnya pariwisata untuk menjaga *cashflow* dan memanfaatkan pemasukan yang masih ada, sambil mempersiapkan bisnis setelah Covid-19 berakhir.

3) *Actualizing*

Langkah ketiga adalah *actualizing* atau mewujudkan segala bentuk strategi yang sudah dipersiapkan selama ini (Ningsih, 2020).

f. Strategi Bertahan Wisata Halal

Di Indonesia para pelaku disektor pariwisata halal sudah menyiapkan strategi bertahan dari wabah Covid-19 meski masih merugi, setidaknya sektor tidak mati. Beberapa strategi yang sudah

disiapkan dapat juga diterapkan pada pariwisata yang bersifat umum. Adapun strategi yang disiapkan antara lain:

- 1) Sektor pariwisata halal berfokus pada peningkatan destinasi. Destinasi wisata mempengaruhi kenyamanan wisata seperti kebersihan, keamanan, kesehatan, pelestarian lingkungan, peraturan daerah dan lain sebagainya yang akan berdampak positif terhadap wisata. Strategi ini juga sebagai persiapan menghadapi masa paska pandemi dimana orang akan melepaskan kepenatannya di dalam rumah selama berhari-hari bahkan berbulan-bulan akibat peraturan dan anjuran pemerintah untuk tetap di rumah.
- 2) Dukungan anggaran kerja sama dengan hotel, transportasi wisata, perusahaan makanan dan minuman, dan lain sebagainya. Perlu dilakukan penjelasan kepada masyarakat terkait bentuk kerja sama yang akan dilakukan, apakah murni bentuk perdagangan barang dan jasa (kontrak bisnis) atau murni bentuk kepedulian sosial dari pemilik usaha yang dilakukan sebagai bentuk kepedulian.
- 3) Memperkuat SOP mitigasi wisata dengan tetap mengacu pada standarisasi yang diberikan oleh WHO. Perlunya SOP ini disiapkan sejak dini di masa pandemi ini sehingga saat masa paska pandemi hanya implementasinya saja yang perlu dimaksimalkan.
- 4) Penguat regulasi masuknya wisma dari luar negeri. Wisata di Indonesia juga sangat melihat Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak desitani wisata. Wisatawan dari negara atau daerah yang memiliki atau rawan terkena visus Covid-19 harus melalui seleksi yang sangat ketat untuk mendapat izin masuk atau visa ke Indonesia (Muawanah, Fauziah, Toha, & Manaku, 2021).

B. Landasan Teologis

Strategi merupakan sebuah rencana atau tindakan yang dilakukan untuk menghadapi permasalahan. Dalam penelitian ini, strategi digunakan oleh pelaku pariwisata agar bisa bertahan dan tetap beroperasi sehingga tetap mendapat pemasukan selama pandemi Covid-19 berlangsung. Dalam Islam

strategi boleh dilakukan asalkan tidak merugikan siapa pun. Sebagaimana firman Allah SWT dalam (Q.S Al-Zalzalah: 7-8):

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾



Artinya: "Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)Nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)Nya pula." (Q.S Al-Zalzalah: 7-8).

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap perbuatan baik yang ada di jalan Allah SWT Maka akan mendapatkan pahala dan apabila setiap perbuatan buruk akan mendapatkan dosa. Seperti yang dikatakan oleh Imam Bukhori muslim bahwa Rasullullah SAW pernah menceritakan bahwa kuda itu bagaikan tiga macam orang lelaki yaitu bagi seseorang penghasil pahala, bagi seseorang yang lain menjadi penutup, dan bagi seseorang yang lainnya lagi menghasilkan dosa. Maka dapat dikatakan bahwa setiap orang yang tetap bertahan dan tidak gampang putus asa dalam melakukan kewajiban dan tanggung jawabnya akan selalu mendapatkan balasan-Nya selama tetap menjalankan perintah-Nya termasuk ketika melakukan suatu pekerjaan (Tafsiribnukatsironline, 2015).

Saat ini para pelaku usaha sedang dihadapkan dengan situasi yang membatasi semua kegiatan sehari-hari yaitu pandemi Covid-19. Situasi ini mengharuskan para pelaku usaha termasuk pelaku wisata untuk tetap bekerja keras untuk mempertahankan usahanya. Sebagaimana firman Allah dalam (Q.S At-Taubah: 105):

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ

الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: "Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan" (Q.S At-Taubah: 105).

Ayat di atas menegaskan bahwa setiap seseorang yang bekerja keras dalam pekerjaannya, maka Allah SWT akan mengembalikan kembali hasil dari kerja keras yang telah dilakukan selama tetap berada pada jalan yang benar, karena setiap proses yang dilalui akan mengantarkan pada hasil yang akan dicapai (Tafsir Al-Quran Online, 2022).

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah bagian yang mendalami atau mempelajari tentang teori-teori penelitian terdahulu yang sesuai atau relevan dengan permasalahan peneliti, yang akan dijadikan bahan acuan dalam proses penelitian.

Setelah mendalami dan menelaah penulis menemukan beberapa penelitian tentang strategi bertahan bisnis pariwisata, BUMdes dan UMKM pada masa pandemi. Oleh karena itu dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut.

Dari jurnal penelitian yang dilakukan oleh Nurrudin Putu Eka, Wirawan Sri Pujiastuti, dan Ni Nyoman Sri Astuti tahun 2019 yang berjudul “Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19” penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data metode wawancara mendalam dan studi pustaka pada buku, jurnal ilmiah, dan berita online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak pandemi berakibat okupansi hotel hampir kosong. Strategi yang dilakukan hampir sama yaitu dengan memberhentikan karyawan secara permanen dan sementara, membatasi penggunaan fasilitas hotel, efisiensi pengeluaran, penjualan produk non kamar secara online, hingga penolakan pengembalian uang *booking* dengan mengganti jadwal kunjungan (Putu, Pujiastuti, & Astuti, 2020).

Jurnal Wan Laura Hardilawati tahun 2020 yang berjudul “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19” penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis kualitatif dengan langka eksploratif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipatif. Hasil dari penelitian ini merekomendasi strategi bertahan untuk UKMK berupa melakukan perdagangan secara *e-commerce*, melakukan pemasaran secara

digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan (Hardilawati, 2020).

Jurnal Monika Balqis Pratiwi dan Ira Novianty tahun 2020 yang berjudul “Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pandemi Covid-19 pada Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi dengan pemerintah Desa Cibodas, pengelola BUMDes, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kabupaten Bandung Barat. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BUMDes Karya Mandiri tetap bisa bertahan di tengah pandemi COVID-19 melalui kearifan lokal dan digitalisasi usaha meskipun terjadi penurunan omset usaha sampai dengan 33% (Pratiwi & Novianty, 2020).

Jurnal Muawanah, Nur Dinah Fauziah, Mohamad Toha, dan Agnes Cahyatria Manaku tahun 2020 yang berjudul “*The Survival Strategy Of Halal Tourism In Covid-19 Pandemic Era*” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Negara Indonesia dalam mempertahankan pariwisata halal adalah kerja sama dengan pariwisata halal, menyediakan SOP mitigasi, menguatkan regulasi wisatawan dari luar negeri yang masuk ke Indonesia (Muawanah, Fauziah, Toha, & Manaku, 2021).

Jurnal Shih Shuo Yeh tahun 2020 yang berjudul “*Tourism Recovery Strategy Against Covid-19 Pandemic*” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara secara mendalam adapun teknik analisis data menggunakan transkrip verbatim (membuat salinan dari apapun yang terekam baik audio atau

video ke dalam bentuk naskah atau tulisan) wawancara disusun dalam spreadsheet excel dan dianalisis dengan perangkat lunak yang offers analisis data kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah memainkan peran utama dalam melawan covid-19 diberbagai tingkatan, seperti pemulihan ekonomi termasuk industri pariwisata. Karena jumlah pemerintah daerah yang banyak maka penting untuk menjalin komunikasi terbuka untuk membangun hubungan kerja yang lebih baik. Lebih jauh lagi, bisnis yang terkait dengan pariwisata harus mencoba menghadapi badai. Ada banyak pinjaman yang disponsori oleh pemerintah yang tersedia tanpa bunga untuk membantu bisnis melewati masa yang penuh gejolak ini (Yeh, 2020).

Tabel 1
Kajian pustaka

No	Nama Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nurrudin, Putu Eka Wirawan, Sri Pujiastuti, Ni Nyoman Sri Astuti (2019) “Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19”	Sama-sama membahas strategi bertahan bisnis pada masa pandemi covid-19, menggunakan metode penelitian kualitatif	Objek penelitian dan tempat penelitian berbeda, teknik pengumpulan data berbeda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak pandemi berakibat okupansi hotel hampir kosong. Strategi yang dilakukan hampir sama yaitu dengan memberhentikan karyawan secara permanen dan sementara, membatasi penggunaan fasilitas hotel, efisiensi pengeluaran, penjualan produk non kamar secara online, hingga penolakan pengembalian uang booking dengan mengganti jadwal kunjungan.
2	Wan Laura	Sama-sama	Objek	Hasil penelitian ini

	Hardilawati (2020) “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi”	membahas strategi bertahan bisnis pada masa pandemi covid-19, menggunakan metode penelitian kualitatif	penelitian dan tempat penelitian berbeda, metode pengumpulan data berbeda, teknik analisis data berbeda	merekomendasi strategi bertahan untuk UMKM berupa melakukan perdagangan secara <i>e-commerce</i> , melakukan pemasaran secara digital, melakukan perbaikan kualitas produk dan penambahan layanan serta menjalin dan mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. Hasil penelitian ini penting untuk dipahami dan diadopsi oleh pelaku UMKM dan diharapkan pelaku UMKM selalu responsif dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan agar bisa terus bertahan.
3	Monika Balqis Pratiwi, Ira Novianty (2020) “Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pandemi Covid-19 pada Desa Cibodas kecamatan Lembang Kabupaten	Sama-sama membahas strategi bertahan bisnis pada masa pandemi covid-19, metode dan teknik penelitian sama	Objek penelitian dan tempat penelitian berbeda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BUMDes Karya Mandiri tetap bisa bertahan di tengah pandemi COVID-19 melalui kearifan lokal dan digitalisasi usaha meskipun terjadi penurunan omzet usaha sampai dengan 33%.

	Bandung Barat”			
4	Muawanah, Nur Dinah Fauziah, Mohamad Toha, Agnes Cahyatria Manaku (2021) “The Survival Strategy Of Halal Tourism In Covid-19 Pandemic Era”	Sama-sama membahas strategi bertahan bisnis pariwisata pada masa pandemi covid-19, menggunakan metode penelitian kualitatif	Objek dan tempat penelitian berbeda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Negara Indonesia dalam mempertahankan pariwisata halal adalah kerja sama dengan pariwisata halal, menyediakan SOP mitigasi, menguatkan regulasi wisatawan dari luar negeri yang masuk ke Indonesia.
5	Shih Shuo Yeh (2020) “Tourism Recovery Strategy Against Covid-19 Pandemic”	Sama-sama membahas tentang strategi pariwisata dalam menghadapi masa pandemi, menggunakan metode penelitian kualitatif	Objek dan tempat penelitian berbeda, strategi yang dibahas tentang strategi <i>recovery</i> (pemulihan), teknik analisis data menggunakan transkrip verbatim yang disusun dalam spreadsheet excel dan dianalisis dengan perangkat lunak untuk data kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah memainkan peran utama dalam melawan covid-19 diberbagai tingkatan, seperti pemulihan ekonomi termasuk industri pariwisata. Karena jumlah pemerintah daerah yang bnyak maka penting untuk menjalin komunikasi terbuka untuk membangun hubungan kerja yang lebih baik. Lebih jauh lagi, bisnis yang terkait dengan pariwisata harus mencoba menghadapi badai. Ada banyak pinjaman yang disponsori oleh

				pemerintah yang tersedia tanpa bunga untuk membantu bisnis melewati masa yang penuh gejolak ini.
--	--	--	--	--

Sumber: Data Sekunder



BAB III

METODE PENELITIAN

Kata lain dari penelitian adalah *research*. *Research* dalam banyak referensi berasal dari banyak kata *re* (kembali) dan *to search* (mencari), jadi *research* berarti kembali mencari atau mencari kembali, dengan kata lain melakukan penyelidikan untuk menemukan fakta-fakta data atau data untuk memperoleh tambahan informasi.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa penelitian adalah penyelidikan terhadap sesuatu secara cermat, hati-hati, kritis dengan metode ilmiah untuk mencari fakta-fakta dan data-data guna menetapkan suatu keilmuan (sesuatu yang ilmiah) (Subandi, 2006: 7).

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang saya lakukan dalam penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) merupakan studi atau penelitian terhadap realisasi kehidupan sosial masyarakat secara langsung. Dalam penelitian lapangan, kajian bersifat terbuka, tidak terstruktur, dan fleksibel, karena peneliti memiliki peluang untuk menentukan fokus kajian (Nugrahani, 2014: 48).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif. Metode penelitian deskriptif dalam laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2017: 11). Dalam penelitian ini pembahasan difokuskan pada bagaimana strategi bertahan bisnis pariwisata pada masa pandemi Covid-19 pada Wisata Edukasi Gondang Outboard “WEGO”.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian kualitatif deskriptif selain jenis penelitian terdapat pula waktu dan tempat penelitian yaitu: Penelitian ini dilakukan pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang berada di Desa Deket Kecamatan

Sugio Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Adapun rentang waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-November 2021.

C. Sumber Data

Pada umumnya sumber data pada penelitian dibedakan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

1. Sumber Data Primer

Sumber data yang membutuhkan data atau informasi dari sumber informasi pertama, biasanya yang kita sebut dengan responden. Data atau informasi yang melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuesioner atau lisan dengan metode wawancara (Sarwono, 2006: 16).

Dalam penelitian ini sumber data primer penulis didapatkan melalui pengelola tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond “WEGO”, para karyawan, penjual dan para pengunjung tempat wisata wego.

2. Sumber Data Skunder

Sumber data yang menggunakan data yang bukan dari sumber data pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti (Sarwono, 2006: 17).

Dalam penelitian ini data sekunder penulis didapatkan melalui dokumentasi yang berbentuk catatan mengenai tempat wisata seperti perbedaan data pengunjung tempat wisata sebelum dan sesudah pandemi, data karyawan wego, dan informasi tentang tempat wisata yang didapatkan melalui internet.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kualitatif menurut Lincoln & Guba adalah menggunakan wawancara, observasi dan dokumen (catatan arsip). Wawancara, observasi berperant serta (*participant observasion*) dan kajian dokumen saling mendukung dan melengkapi dalam memenuhi data yang diperlukan sebagaimana fokus penelitian. Data yang terkumpul tercatat dalam catatan lapangan (Salim & Syahrums, 2012: 14).

1. Observasi

Observasi menurut Usman dan Purnomo (2004) ialah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila: (1) sesuai dengan tujuan penelitian, (2) direncanakan dan dicatat secara sistematis, dan (3) dapat dikontrol keadaannya (*realiabilitasnya*) dan kesahihannya (*validitasnya*). Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti (Hardani, 2020: 123).

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan pengamatan langsung untuk memperoleh informasi atau sumber data mengenai strategi bertahan bisnis pariwisata pada masa pandemi. Penelitian ini dilakukan kepada pihak Wisata Edukasi Gondang Outbond guna memperoleh data-data yang nantinya akan digunakan sebagai data penelitian.

2. Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data adalah mewawancarai responden untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang diteliti. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang efektif terutama selama tahap penelitian eksploratif (Sekaran & Bougie, 2017: 136). Wawancara atau *interview* untuk penelitian berbeda dengan percakapan sehari-hari. Wawancara biasanya bermaksud untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan dari seseorang yang biasanya disebut responden dengan berbicara langsung dengan orang tersebut. Dengan demikian wawancara beda dengan ngobrol. Wawancara atau *interview* dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi dari telekomunikasi misalnya kita dapat melakukan teknik wawancara dengan telepon maupun internet, responden bertanya secara langsung bertatap muka. Namun dengan perkembangan telekomunikasi misalnya kita dapat melakukan teknik wawancara dengan telepon maupun internet (Mamik, 2015: 108).

Dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara terstruktur yang merupakan wawancara yang dilakukan ketika sejak awal diketahui informasi apa saja yang diperlukan. Peneliti memiliki daftar pertanyaan yang direncanakan untuk ditanyakan kepada responden, baik secara pribadi, melalui telepon atau komputer (Sekaran & Bougie, 2017: 138).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambaran hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2019: 240).

Dalam penelitian ini peneliti didukung oleh data sekunder berupa foto, gambar, catatan dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan tempat wisata.

E. Teknik Analisis Data

Beberapa pendekatan umum sudah dibuat untuk penelitian kualitatif salah satunya untuk penelitian ini dikutip dari (Sekaran & Bougie, 2017: 161-175). adapun teknik-teknik analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan.

2. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman (1994) adalah penyajian data adalah kegiatan utama kedua yang harus dilakukan ketika menganalisis data kualitatif. Penyajian data (*data display*) menggunakan data yang sudah direduksi dan menyajikannya dengan cara terorganisasi dan singkat. Seperti bagan, matriks, diagram dan grafik atau gambar yang berkaitan dengan penelitian dapat membantu menyusun data dan menemukan pola, serta hubungan dalam data sehingga penarikan kesimpulan pada akhirnya lebih mudah.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan analisis akhir dari analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hal terpenting dalam analisis data, hal ini adalah tahap dimana anda dapat menjawab pertanyaan penelitian dengan menentukan apa yang diwakili oleh tema yang didefinisikan.

F. Uji Keabsahan Data

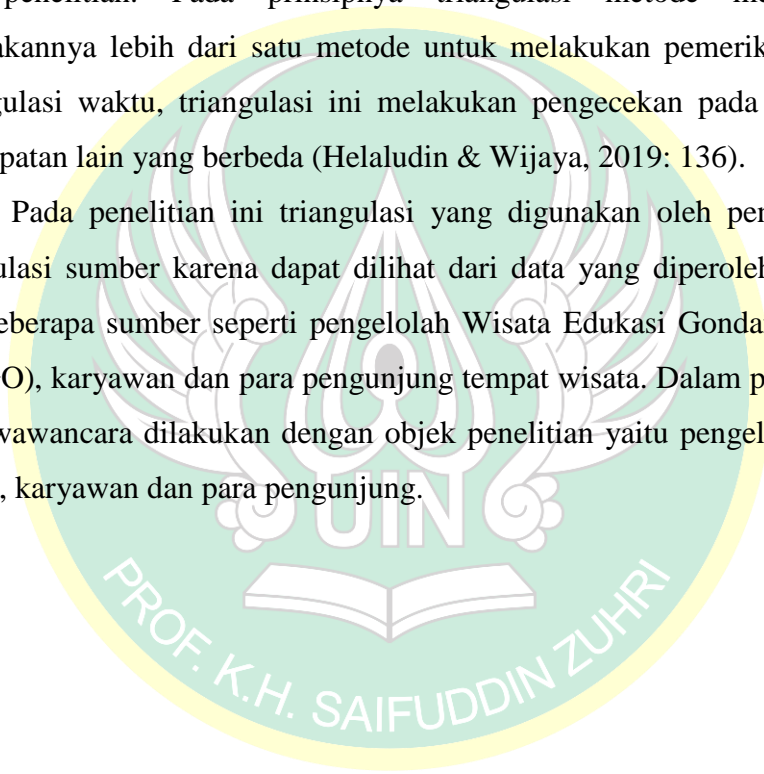
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji keabsahan data dengan teknik Triangulasi. Karena dalam penelitian kualitatif demi terjaminnya keakuratan data, maka peneliti akan melakukan pemeriksaan keabsahan data. Data yang salah akan menghasilkan kesimpulan hasil penelitian yang salah, demikian pula sebaliknya. Triangulasi merupakan salah satu proses yang harus dilalui oleh seorang peneliti disamping proses lainnya, dimana proses ini menentukan aspek validitas informasi yang diperoleh untuk kemudian disusun dalam suatu penelitian.

Menurut Denzin (1970) triangulasi adalah langkah pemaduan berbagai sumber sumber data, penelitian teori, dan metode dalam suatu penelitian tentang suatu gejala sosial tertentu. Menurut Moleong (2005) triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Fungsi triangulasi adalah menyelamatkan penelitian kualitatif dari berbagai bias dan kekurangan yang bersumber dari

pengendalian sumber data penelitian, teori, dan metode yang tunggal (Agustinova, 2015: 45).

Triangulasi dilakukan dengan tiga strategi yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu. Melalui triangulasi sumber, peneliti mencari informasi lain tentang topik yang dikajinya dari sumber atau partisipan lain. Pada prinsipnya semakin banyak sumber maka akan semakin baik hasilnya. Triangulasi metode merupakan jenis triangulasi dengan memadukan atau menggunakan lebih dari satu metode dalam menganalisis data penelitian. Pada prinsipnya triangulasi metode mengharuskan digunakannya lebih dari satu metode untuk melakukan pemeriksaan ulang. Triangulasi waktu, triangulasi ini melakukan pengecekan pada waktu atau kesempatan lain yang berbeda (Helaludin & Wijaya, 2019: 136).

Pada penelitian ini triangulasi yang digunakan oleh penulis adalah triangulasi sumber karena dapat dilihat dari data yang diperoleh dihasilkan dari beberapa sumber seperti pengelola Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), karyawan dan para pengunjung tempat wisata. Dalam penelitian ini hasil wawancara dilakukan dengan objek penelitian yaitu pengelola tempat wisata, karyawan dan para pengunjung.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)

1. Sejarah Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ridwan selaku pengelola Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) disampaikan bahwa, Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) adalah tempat wisata yang terletak di Desa Deket Agung Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur. Sebelum berdirinya Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), tanah yang dijadikan sebagai lokasi tempat wisata merupakan tanah pribadi milik masyarakat setempat dan sebagian lagi tanah milik pihak perhutani, yang biasa digunakan oleh para masyarakat sebagai lahan pertanian dan jalan utama untuk menuju area pertanian milik pihak perhutani.

Sekitar awal tahun 2015 Bapak Suhandoyo selaku pemilik Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), membeli salah satu tanah milik warga setempat. Seiring berjalannya waktu satu persatu masyarakat setempat mulai menjual tanah mereka dan dibelilah oleh Bapak Suhandoyo. Dari tanah milik pribadi masyarakat yang dibeli oleh Bapak Suhandoyo dan sebagian lagi tanah milik pihak perhutani, dimulailah proses pembangunan wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), dengan desain tanah yang dibeli masyarakat dijadikan sebagai lokasi utama tempat wisata dan tanah milik pihak perhutani digunakan sebagai jalan masuk menuju tempat wisata.

Setelah melalui proses pembangunan yang panjang, tanah yang memiliki total luas sekitar 23 hektar pada tanggal 10 November 2016 yang bertepatan pada hari pahlawan, Bapak Suhandoyo selaku pemilik tempat wisata secara resmi membuka Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) agar dapat dinikmati oleh masyarakat (Wawancara, November 2021).

2. Profil Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) merupakan tempat wisata yang dibangun pada lahan seluas 23 hektar yang ada disekitar Waduk Gondang di kawasan Desa Deket Agung, sebelah selatan Lamongan. Di dalamnya terdapat berbagi wahana seperti outbond, bumi perkemahan, dan kolam renang dengan gaya Eropa.

Awalnya objek wisata di lamongan yang satu ini hendak dibangun dengan konsep edukatif untuk tujuan ilmu pengetahuan dan sains, mengingat didalamnya terdapat beragam tanaman hutan hujan tropis. Terhitung ada lebih dari 300 jenis pohon yang tumbuh subur dikawasan ini. WEGO sendiri adalah singkatan dari Wisata Edukasi Gondang Outbond (Wisatalova, 2021)

Daya tarik utama di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yaitu dengan adanya pesawat bekas dari maskapai yang sudah tidak terpakai dan dipajang di tengah area Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Pesawat ini diberi nama WEGO AIR, di dalam pesawat juga terdapat AC dan kursinya, sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung yang berada di dalam pesawat. Pesawat ini juga dibuat seperti nyata, dapat bergerak menggunakan hidrolik, seperti simulasi berada di dalam pesawat (Zaidiyah, 2018)

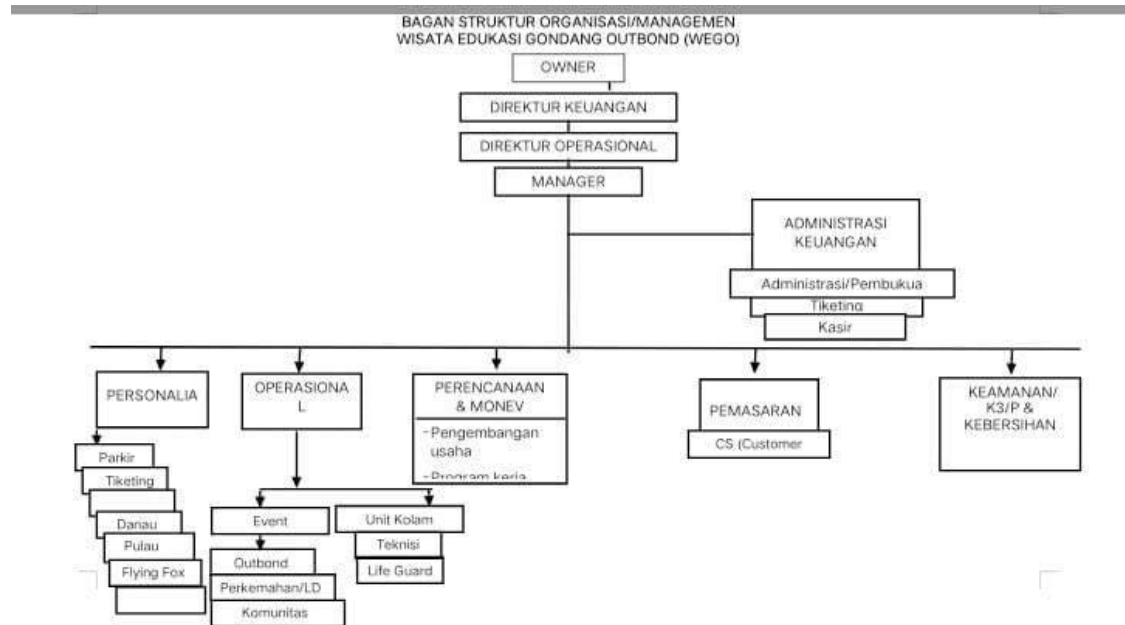
3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO):

- | | |
|---------------------------|-------------|
| a. <i>Owner</i> (pemilik) | : Suhandoyo |
| b. Direktur Keuangan | : Zulaikah |
| c. Direktur Operasional | : Rizal |
| d. Manager | : Suharjito |
| e. Administras | : Jannatun |
| f. Personalia | : Bambang |
| g. Operasional | : Sudarmono |
| h. Perencanaan | : Sudarmono |

- i. Pemasaran : Ridwan
j. Keamanan : Suyoto

Gambar 2
Struktur organisasi Wisata Eduksi Gondang Outbond (WEGO)



4. Keadaan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Pada Saat Pandemi Covid-19

Covid-19 memberikan berbagai dampak bagi beberapa sektor, salah satunya yaitu sektor pariwisata. Pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini memberikan beberapa dampak bagi para pelaku pariwisata. Sebelum adanya pandemi Covid-19 pengunjung tempat wisata selalu ramai, namun setelah adanya pandemi Covid-19 keadaan berubah total seperti sepi pengunjung, bahkan sampai harus menutup tempat wisata. Hal tersebut juga dirasakan oleh salah satu tempat wisata yang berada di kota Lamongan, yaitu Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang mengalami sepi pengunjung sampai harus menutup tempat wisatanya. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Ridwan beliau mengatakan bahwa saat pertama kali pemerintah menetapkan peraturan pemerintah berupa *social*

distancing, physical distancing, dan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) untuk memutus rantai penyebaran virus Covid-19 di Indonesia, Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) harus menutup tempat wisatanya dengan batas waktu yang belum ditentukan.

Tabel 2
Wawancara dengan Bapak Ridwan pada 10 Agustus 2020

No	Peneliti	Pengelola Bapak Ridwan
1	Assalamu'alaikum, mohon maaf sebelumnya mengganggu waktu bapak. Saya ingin melakukan wawancara dengan bapak terkait bagaimana kondisi Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi Covid-19 ini pak?	Wa'alaikumsalam mbak, ya keadaanya sangat terpuruk sekali mbak, pas awal covid itu sudah sepi pengunjung mbak lalu tidak lama setelah itu pemerintah mengharuskan untuk menutup tempat wisata ya jadinya tempat wisata harus terpaksa ditutup mbak. Tidak tahu juga sampai kapan harus tutup mbak.

Penulis juga mewawancarai beberapa pengunjung Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk mendapatkan informasi dari sudut pandang pengunjung, diantaranya adalah Ibu Azizah, Ibu Atik, Ibu Ika dan Ibu Zuli. Ibu Azizah yang dapat dikatakan sebagai pengunjung tetap tempat wisata mengatakan bahwa beliau tidak bisa berkunjung ke tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) karena tempat wisata ditutup. namun beliau juga mengatakan meskipun tempat wisata sudah dibuka kembali, beliau harus mempertimbangkan niatnya untuk berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) demi melindungi keamanan keluarga maupun diri sendiri dengan tetap berdiam diri di rumah untuk sementara waktu, padahal sebelum adanya pandemi Covid-19 beliau mengatakan paling tidak dua atau tiga bulan sekali selalu berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) bersama sanak keluarga untuk berlibur. Karena menurut beliau pandemi Covid-19 merupakan wabah virus yang berbahaya yang dapat menular dengan berbagai cara yang sederhana, mengingat dalam beberapa hari

saja kasus penyebaran Covid-19 melonjak dengan cepat bahkan tidak sedikit berakhir dengan meninggal dunia (Wawancara, November 2021).

Tabel 3
Wawancara dengan Ibu Azizah pada 15 November 2021

No	Peneliti	Pengunjung Ibu Azizah
1	Assalamu'alaikum ibu, mohon maaf bu boleh minta waktunya sebentar untuk melakukan wawancara?	Oh iya boleh mbak
2	Jadi begini bu, semenjak pandemi covid-19 sudah berapa kali ibu berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbond bu?	Ini yang pertama mbak soalnya tempat wisatanya kan tutup. Saya juga takut mbak kalau belum dinyatakan zona hijau saya lebih memilih di rumah saja soalnya covid-19 gawat banget mbak, karena sekarang lamongan sudah zona hijau ya saya berani mbak.
3	Ketika sebelum pandemi apakah ibu pernah berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbon bu?	Wah, ya sering sekali mbak saya dan keluarga rutin mbak paling tidak dua sampai tiga bulan sekali biar anak-anak saya tidak bosan sekolah saja, Nyenengin anak mbak soalnya suka renang.

Beberapa pengunjung lain seperti Ibu Atik, Ibu Ika dan Ibu Zuli juga menegaskan hal yang sama seperti Ibu Azizah, bahwa mereka lebih memilih untuk berdiam diri di rumah untuk menjaga keamanan keluarga beserta dirinya sendiri karena virus Covid-19 bukanlah wabah yang dapat dicegah dengan mudah.

Tabel 4
Wawancara dengan beberapa pengunjung pada 15 November 2021

No	Pengunjung	Pertanyaan	Jawaban
1	Ibu Atik	1. semenjak pandemi covid-19 sudah berapa kali ibu berkunjung ke Wisata Edukasi	1. Baru pertama kali ini mbak soalnya nganterin anak saya ada kegiatan

		<p>Gondang Outbond bu?</p> <p>2. Ketika sebelum pandemi apakah ibu pernah berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbon bu?</p>	<p>sekolah kalau tidak ya saya lebih memilih di rumah mbak.</p> <p>2. Saya jarang mbak baru satu kali sepertinya waktu pertama kali dibuka, saya tidak begitu suka liburan-liburan mbak soalnya.</p>
2	Ibu Ika	<p>1. semenjak pandemi covid-19 sudah berapa kali ibu berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbond bu?</p> <p>2. Ketika sebelum pandemi apakah ibu pernah berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbon bu?</p>	<p>1. Pertama kali ini mbak, sama saya juga nganter anak ada kegiatan. Saya lebih suka di rumah mbak selama covid soalnya sudah terbiasa.</p> <p>2. Pernah mbak paling satu tahun sekali waktu tahun baru saja mbak.</p>
3	Ibu Zuli	<p>1. semenjak pandemi covid-19 sudah berapa kali ibu berkunjung ke Wisata Edukasi Gondang Outbond bu?</p> <p>2. Ketika sebelum pandemi apakah ibu pernah berkunjung ke</p>	<p>1. Ini pertama kali mbak, saya juga nganter anak saya. Belum sempat liburan mbak soalnya Lamongan baru zona hijau, jadinya saya di rumah mbak sesuai anjuran pemerintah.</p> <p>2. Pernah mbak dulu waktu pembukaan sama waktu</p>

		Wisata Edukasi Gondang Outbond bu?	setiap libur panjang sekolah anak saya.
--	--	------------------------------------	---

Dari beberapa pernyataan di atas dapat diketahui bahwa keadaan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

1. Penurunan Pengunjung Tempat Wisata

Dalam tempat wisata pengunjung merupakan salah satu kunci utama tempat wisata dapat dikatakan sukses. Pengunjung sendiri dapat diartikan sebagai seseorang yang mengunjungi beberapa tempat baik dalam negeri maupun luar negeri. Semenjak pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia memberikan dampak negatif maupun positif bagi tempat wisata. Seperti pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) dampak negatif yang dirasakan adalah penurunan pengunjung secara drastis bahkan bisa dikatakan penurunannya mencapai angka 100%.

Seperti yang dikatakan oleh bapak Ridwan, semenjak pandemi Covid-19 menyebar ke Indonesia tempat wisata di seluruh Indonesia dengan terpaksa harus tutup demi mencegah penyebaran virus Covid-19. tentunya Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) juga merasakan dampak tersebut, sehingga dalam satu tahun tidak ada pengunjung sama sekali. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) juga mengalami penurunan pengunjung yang sangat drastis bahkan ketika tempat wisata sudah dibuka kembali, bisa dikatakan bahwa kedatangan pengunjung belum mencapai target karena dalam satu hari sebelum adanya pandemi Covid-19 pengunjung yang datang kurang lebih 1000 orang per hari, namun setelah adanya pandemi Covid-19 dalam satu hari pengunjung hanya mencapai 50 samapi 100 orang per hari. Dan untuk saat ini wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) lebih mengandalkan paket rombongan atau grup untuk acara seperti outbond, perkemahan atau acara yang membutuhkan sewa tempat di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) (Wawancara, November

2021). Hal ini membuktikan bahwa penurunan pengunjung merupakan dampak yang paling dirasakan selama pandemi Covid-19.

Tabel 5
Wawancara dengan Bapak Ridwan 8 November 2021

No	Peneliti	Pengelola Bapak Ridwan
1	Apakah penurunan pengunjung merupakan salah satu dampak yang dirasakan oleh tempat wisata selama pandemi Covid-19 pak?	Sudah pasti ini mbak penurunan pengunjung kan kira-kira sudah hampir satu tahun tutup. Waktu dibuka juga pengunjung belum banyak mbak paling satu hari hanya 50 samapi 100 orang mbak, dulu waktu belum covid bisa sampai 1000 orang per hari. Kita sekarang ya mengandalkan paket-paket rombongan itu mbak sama acara-acara yang butuh sewa tempat di sini.

2. Pendapatan Tempat Wisata Menurun

Pendapatan merupakan hasil dari penjualan suatu produk baik barang atau jasa. Pendapatan tempat wisata sudah pasti didapatkan dari adanya pengunjung, namun karena adanya pandemi Covid-19 banyak dari pelaku perawitasa yang mengalami penurunan pendapatan karena tidak adanya pengunjung dan keharusan untuk menutup tempat wisata. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ridwan salah satu pihak yang bergerak pada sektor wisata yaitu Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) beliau menyampaikan bahwa pendapatan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) masih di bawah rata-rata, dalam target penjualan selama tempat wisata dibuka kembali karena pengunjung yang sangat minim dan hanya mengandalkan paket rombongan atau grup (Wawancara November, 2021).

Berikut adalah data pendapatan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) dari tahun 2019 sampai tahun 2021:

Tabel 6
Pendapatan Wisata WEGO

No	Bulan	2019	2020	2021
1	Triwulan 1	762.175.000	Tutup	Tutup
2	Triwulan 2	636.650.000	Tutup	Tutup
3	Triwulan 3	367.325.000	Tutup	50.960.000
4	Triwulan 4	762.075.000	Tutup	-

sumber data: Data administrasi WEGO, 2021.

3. Pengurangan Gaji Karyawan

Setelah melonjaknya kasus Pandemi Covid-19 di Indonesia yang akhirnya diterbitkan peraturan pemerintah untuk melakukan *lockdown* atau pembatasan sosial berskala besar (PSBB), memberikan dampak besar bagi pelaku pariwisata, oleh karena itu banyak tenaga kerja yang harus di rumahkan atau terkena pemotongan gaji, karena kegiatan perusahaan yang terpaksa terhenti seperti Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Lamongan. Namun pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) tidak merumahkan karyawan yang ada, hanya saja para karyawan dikenakan potongan gaji yang telah disepakati bersama.

Seperti yang disampaikan oleh Ari selaku salah satu karyawan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang menyampaikan bahwa selama tempat wisata ditutup dan tidak ada pengunjung, dengan kesepakatan bersama kami para karyawan tetap masuk kerja bergiliran selama tiga hari dalam satu minggu untuk bersih-bersih dan melakukan pengecekan fasilitas tempat wisata. Karena jam kerja yang berkurang dan keadaan tempat wisata yang terkena dampak pandemi Covid-19 gaji karyawan dipotong sebesar 50% dari gaji sebelum ada pandemi Covid-19. Yang awalnya gaji mereka sebesar Rp. 1.868.000,- menjadi Rp. 934.000,- lain dari posisi karyawan yang lebih tinggi seperti manajer dan posisi yang lebih rendah seperti petugas keamanan atau parkir (Wawancara, November 2021).

Tabel 7
Wawancara dengan Ari pada 7 November 2021

No	Peneliti	Karyawan Ari
1	Apakah selama pandemi covid-19 di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) menerapkan aturan baru seperti pemotongan gaji mas?	Untuk pengurangan gaji pasti ada karena tempat wisata tidak ada pemasukan semenjak tutup beberapa waktu lalu untuk mematuhi peraturan pemerintah mbak.
2	Apakah boleh tau berapa persen pengurangan gaji yang didapatkan mas?	Untuk itu sebesar 50% mbak, karena kan jam kerja kita berkurang paling satu minggu masuk kerja hanya 3 hari jadinya ya gantigantian sama yang lain.
3	Mohon maaf kalau boleh tau gaji saat ini kisaran berapa ribu ya mas?	Dari gaji normal dulu sesuai UMKR Lamongan mbak jadi ya tinggal dikali saja sekitar 900 Ribu sekian mbak. Tapi beda lagi dengan gaji yang posisi lebih tinggi kayak manajer dan yang rendah gitu mbak tukang parkir misalnya mbak.

4. Berfokus Untuk Perbaikan Fasilitas

Selama tempat wisata di tutup Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), mengoptimalkan waktu dengan sebaik mungkin untuk memperbaiki sarana prasaranana fasilitas yang rusak. tujuannya agar ketika tempat wisata sudah dibuka kembali pengunjung dapat menikmati semua fasilitas yang ada.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Ridwan selama kurang lebih satu tahun tempat wisata harus ditutup, hal tersebut dijadikan kesempatan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk memperbaiki beberapa fasilitas yang rusak seperti penginapan, gazebo, area bermain anak-anak, lokasi outbond, area parkir, kolam renang, dan jalan yang rusak untuk menjelajahi wisata wego dan lain sebagainya.

Tidak hanya itu mengingat keadaan saat ini yang masih terikat pada pandemi Covid-19 Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) menyediakan tempat cuci tangan di sebagian besar fasilitas tempat wisata, agar para pengunjung tetap bisa menjaga kesterilan ketika memasuki sebuah wahana, dan ketika tempat wisata sudah dibuka kembali saat pengunjung memasuki tempat wisata akan di cek suhunya oleh karyawan yang bertugas demi menjaga keamanan bersama (Wawancara, November 2021).

Gambar 3
Perbaikan fasilitas tempat wisata



B. Strategi Bertahan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)

Banyak kerugian yang dirasakan beberapa sektor perkonomian selama pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia, salah satunya adalah sektor pariwisata seperti yang dirasakan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), yang mengharuskan pihak pengelola tempat wisata untuk memutar otak agar Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) tetap bisa bertahan ditengah pandemi Covid-19 dan dapat menarik kembali minat pengunjung, sehingga keadaan dapat kembali stabil. Beberapa strategi bertahan yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) adalah sebagai berikut:

1. *Digital Marketing* (Pemasaran Digital)

Pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini mengharuskan pelaku bisnis berfikir kreatif dalam melakukan pemasaran usahanya, karena terbatasnya kegiatan masyarakat dalam sehari-hari *digital marketing* merupakan strategi yang cocok diterapkan oleh pelaku usaha karena memiliki jangkauan penyebaran informasi yang luas.

Salah satu tempat wisata yang melakukan strategi *digital marketing* selama pandemi covid-19 adalah Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), melalui wawancara dengan salah satu pengelola wisata wego bapak Ridwan, beliau menyampaikan bahwa selama pandemi Covid-19 berlangsung Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) melakukan pemasaran yang berbasis *digital marketing*, karena dengan terbatasnya ruang gerak masyarakat untuk keluar rumah. *Digital marketing* sendiri dapat menyampaikan informasi dengan luas dan cepat, Media *digital* yang digunakan selama pandemi Covid-19 adalah facebook, instagam, whatsApp, tik tok, youtube dan website. Hampir sama dengan strategi pemasaran sebelum adanya pandemi, namun selama pandemi dan ketika tempat wisata masih tutup, Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk sementara waktu menghentikan pemasaran dengan cara menyebar brosur dan pemasangan banner di jalan.

Beberapa *digital marketing* yang digunakan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) salah menggunakan media sosial berupa instagam, facebook, whatsApp dan tik tok dengan cara selalu memposting promo-promo menarik yang diberikan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) disetiap media sosial yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), selalu membagikan atau memposting acara-acara yang sudah diselenggarakan di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) seperti bumi perkemahan, outbond, Latihan dasar Kepemimpinan Sekolah (LDKS) dan acara-acara lainnya. Selalu melakukan promosi setiap harinya adalah kunci utama *digital marketing* yang dipegang langsung oleh Bapak Ridwan selaku penanggung jawab bagaian pemasaran dan *customer*

service. Strategi yang sudah dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) selama masa pandemi Covid-19 hampir sama dengan strategi sebelum adanya pandemi Covid-19. Perbedaannya adalah mengoptimalkan strategi *digital marketing* dengan melakukan pemasaran pada jam kerja.

Tabel 8
Data Pemasaran Sebelum Pandemi Covid-19

NO	Bulan	Instagram	Tik Tok	WhatshAap	Facebook
1	Januari	2	1	8	11
2	Februari	6	3	15	17
3	Maret	3	6	22	20
4	April	8	4	19	26
5	Mei	12	8	25	22
6	Juni	9	10	21	19
7	Juli	7	6	23	23
8	Agustus	10	5	26	15
9	September	5	2	21	21
10	Oktober	11	4	25	25
11	November	16	3	12	12
12	Desember	19	7	24	26

Tabel 9
Data Pemasaran Saat Pandemi Covid-19

NO	Bulan	Instagram	Tik Tok	WhatshAap	Facebook
1	Januari	8	4	42	30
2	Februari	17	6	20	26
3	Maret	15	9	42	50
4	April	10	3	50	37
5	Mei	6	8	31	31
6	Juni	7	11	42	35
7	Juli	3	20	51	48
8	Agustus	22	16	60	32
9	September	10	8	43	29
10	Oktober	6	10	47	39
11	November	18	16	45	33
12	Desember	30	19	64	60

Sumber data : Wawancara 2022

Gambar 4 dan 5
 Promo Menarik Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)



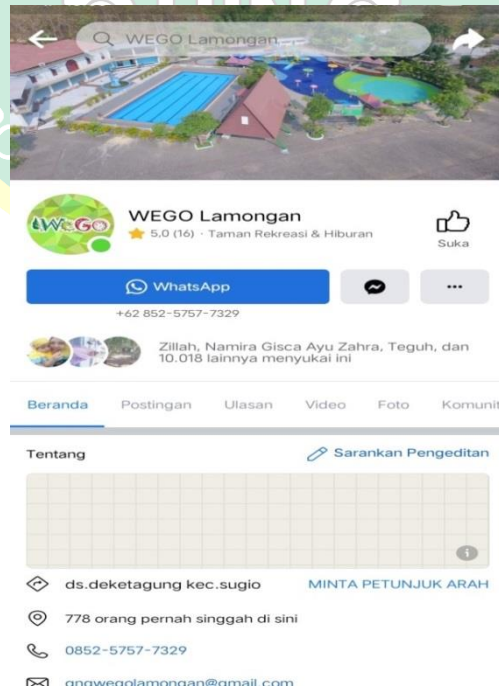
Gambar 6
 Promosi menggunakan media sosial Tik Tok



Gambar 7
Promosi menggunakan media sosial WhatsAap



Gambar 8
Media sosial facebook Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)



Menurut Bapak Ridwan strategi *digital marketing* sudah dapat menarik minat pengunjung baik dalam kota maupun luar kota meskipun belum mencapai target, akan tetapi strategi ini sudah dapat dikatakan sebagai salah satu strategi yang efektif untuk mempertahankan tempat wisata (Wawancara, November 2021).

2. Memberikan Potongan Harga (*Discount*)

Pada tempat wisata tentunya dengan adanya potongan harga atau *discount* dapat menarik minat pengunjung, apalagi di tengah krisis pandemi covid-19 seperti saat ini yang tentunya memberikan kesulitan tersendiri bagi masyarakat. Seperti yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang memberikan beberapa penawaran menarik selama pandemi Covid-19 setiap bulannya selama tempat wisata dibuka.

Bapak Ridwan menyampaikan bahwa bahkan sebelum tempat wisata dibuka kembali Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), sudah melakukan promosi di media sosial terkait potongan harga ketika tempat wisata dibuka kembali, tentunya dengan syarat dan ketentuan berlaku seperti *memfollow* akun media sosial Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Contoh jenis *discount* yang diberikan adalah mengurangi harga tiket masuk yang dulunya sebesar Rp. 25.000,- ketika *weekday* menjadi Rp.20.000,- dan ketika *weekend* harga tetap sama yaitu Rp. 25.000,- tentunya dengan pembelian tiket lebih dari dua Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) memberikan gratis satu tiket. Tidak hanya itu untuk paket rombongan atau grup seperti untuk perkemahan, outbond dan acara lainnya diberikan potongan harga sebesar 10%. Strategi ini sendiri merupakan strategi yang paling efektif untuk diterapkan pada masa pandemi seperti saat ini mengingat keadaan yang masih sering berubah-ubah (Wawancara, November 2021).

Tabel 10
Wawancara dengan Bapak Ridwan pada 8 November 2021

No	Peneliti	Pengelola Bapak Ridwan
1	Untuk strategi bertahan Wisata Edukasi	Strategi kedua yang kami andalkan itu ada pemberian

	Gondang Outbond (WEGO) yang selanjutnya apa pak?	diskon mbak. Jadi setiap bulannya kami memberikan diskon yang menarik dan berubah-ubah biar pengunjung tidak bosan. Untuk kali ini kami memberikan diskon pada hari libur atau <i>weekend</i> harga tetap yaitu 25.000 dan untuk hari biasa atau <i>weekday</i> harganya 20.000. untuk pengunjung rombongan juga ada potongan sebesar 10% mbak.
--	--	---

Gambar 9
Contoh diskon Wisata Edukasi Gondang Outbond



3. *Customer Relationship Marketing (CRM)*

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sudah menerapkan strategi CRM dari pertama kali dibukanya tempat wisata seperti yang disampaikan oleh Bapak Ridwan, bahwa sudah sejak lama menerapkan strategi ini untuk menarik minat pengunjung. namun strategi ini lebih banyak diterapkan untuk paket rombongan atau grup karena lebih mudah dan pelanggan lebih banyak berinteraksi dengan para karyawan tempat wisata. Pada saat pandemi seperti saat ini, Bapak Ridwan selaku penanggung jawab pemasaran tempat wisata menghubungi pengunjung

yang sudah menjadi langganan dalam paket rombongan atau grup seperti sekolah-sekolah dari TK, SD, SMP sampai SMA untuk melakukan perkemahan, outbond dan acara-acara sekolah lainnya. Sebelum pandemi Covid-19 menyerang Bapak Ridwan jarang menerapkan strategi CRM karena tingkat datangnya pengunjung masih bagus, namun semenjak Covid-19 mulai masuk dan tempat wisata ditutup Bapak Ridwan menghubungi satu-satu kontak setiap sekolah yang biasa melakukan kegiatan di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Strategi ini tidak bisa dikatakan efektif karena mengingat untuk beberapa bulan kemarin masih banyak sekolah-sekolah yang menerapkan pembelajaran *online* namun berbeda lagi ketika sekolah sudah dibuka strategi CRM merupakan strategi yang efektif untuk menarik minat para pengunjung dengan tujuan paket rombongan atau grup. Tetapi sejak bulan September 2021 banyak pengunjung yang sudah melakukan pemesanan untuk acara sekolah (Wawancara, November 2021).

Tabel 11
Wawancara dengan Bapak Ridwan 8 November 2021

No	Peneliti	Pengelola Bapak Ridwan
1	Apakah masih ada lagi pak strategi bertahan yang digunakan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond pak?	Saya tidak tahu ini disebutnya strategi apa mbak. Jadi disini kita menggunakan strategi dengan mempertahankan hubungan dengan pengunjung yang sudah pernah kesini. Biasanya itu sasarannya tempat-tempat sekolah mbak seperti TK, SD, SMP dan SMA soalnya buat outbond atau perkemahan gitu mbak. Tapi strategi ini lebih sering digunakan untuk rombongan mbak bukan pribadi karena rombongan lebih banyak interaksinya dengan karyawan jadi bisa lebih dekat. Strategi ini sudah diterapkan dari awal tempat wisata dibuka mbak. Sejak bulan September kemarin alhamdulillah sudah

		banyak yang pesan mbak, buat acara sekola.
2	Baik pak, apakah masih ada lagi pak strategi bertahan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) pak?	Sudah mbak ini strategi terakhir yang digunakan mbak.

4. Menambah Wahana Baru

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) pada akhir bulan November 2021 resmi membuka wahana atau fasilitas baru berupa ka'bah untuk pelaksanaan pelatihan manasik haji anak-anak sekolah sekitar tempat wisata yang membutuhkan properti untuk melaksanakan akhir bulan November 2021 karena banyaknya permintaan para pengunjung agar mempermudah pelatihan manasik haji.

Selama dibukanya pelatihan manasik haji baru digunakan sebanyak empat kali pelatihan. Meskipun tergolong masih sangat baru tapi sudah mendapatkan respon yang positif dari para pengunjung. Mengingat masih sedikitnya tempat yang menyediakan fasilitas pelatihan manasik haji, dan dengan adanya pesawat bekas wego air memberikan pengalaman khusus bagi para peserta pelatihan manasik haji dengan melakukan sholat di dalam pesawat layaknya sedang melakukan perjalanan ke tanah suci Makkah (Wawancara, Februari 2022).

Tabel 12

Wawancara dengan Bapak Ridwan tanggal 3 Februari 2022

NO	Peneliti	Pengelola Bapak ridwan
1.	Assalamualaikum pak, mohon maaf mengganggu waktunya pak, mau bertanya apakah ada strategi bertahan yang memiliki unsur islam pak?	Waalaiikum salam mbak, ada mbak kami baru membuka pelatihan manasik haji pada akhir November kemarin mbak.
2.	Apakah bisa dijelaskan awal	Jadi gini mbak, sebelum kami

	mula dibuka pelatihan manasik haji pak?	memutuskan untuk menambah wahana baru beberapa pengunjung yang biasa melaksanakan outbond di Wego mengusulkan untuk membuat fasilitas manasik haji mbak, jadinya kita pihak wego bersepakat untuk membuat set tempat untuk manasik haji. Alhamdulillah baru dibuka kita sudah melakukan pelatihan manasik haji sebanyak 4 kali mbak, kami juga memanfaatkan pesawat wego air untuk simulasi sholat di dalam pesawat mbak.
3.	Alhamdulillah pak, selain itu apakah masih ada lagi pak?	Belum mbak sementara hanya itu saja, soalnya pemasukannya belum begitu normal mbak.

C. Analisis Strategi Bertahan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)

Dalam dunia pariwisata tentunya tidak hanya satu tempat wisata saja yang ada di kota Lamongan maupun di luar kota Lamongan. Sehingga Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) memiliki persaingan yang cukup ketat. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) berada di Desa Deket Agung Kecamatan Sugio. Di Desa Deket Agung sendiri terdapat dua tempat wisata lagi selain Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), hal ini membuktikan bahwa persaingan antar tempat wisata sangat ketat meskipun setiap tempat wisata memiliki keunggulannya masing-masing. Mengingat keadaan saat ini yang masih di bawah bayang-bayang pandemi Covid-19 menciptakan kesulitan tersendiri bagi pengelola tempat wisata. Akan tetapi angka persaingan antar tempat wisata selalu sama.

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) memiliki kesulitan dalam menurunkan harga, karena dibandingkan dengan dua tempat wisata yang lokasinya berdekatan dengan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), tak jarang pengunjung mengatakan harga Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) dapat dikatakan mahal meskipun dalam penyajian wahana sangat berbeda. Namun selama masa pandemi Covid-19 berlangsung dan demi tetap bertahannya Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), pengelola tempat usaha memberikan berbagai jenis *discount* setiap bulannya. Tentunya dengan adanya sistem *discount* tiket masuk cukup menarik minat pengunjung, sehingga dapat dikatakan bahwa masalah perbedaan harga sudah teratasi dengan sistem *discount* dengan penawaran produk atau wahana yang sama.

Dalam hal pemasaran Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sudah memberikan strategi yang baik, karena seperti yang dikatakan oleh Bapak Ridwan dengan model *digital marketing* sudah dapat menarik minat pengunjung baik dari kota Lamongan sendiri hingga luar kota Lamongan. Karena menurut Bapak Ridwan selama tempat wisata dibuka banyak pengunjung yang berasal dari luar kota Lamongan seperti dari kota Kediri, Mojokerto dan lain sebagainya. Tidak hanya itu strategi pemasaran dengan model CRM (*Customer Relationship Marketing*) juga dapat diandalkan dalam masa pandemi Covid-19 seperti saat ini agar dapat menarik lebih banyak minat pengunjung. Adapun bentuk strategi CRM (*Customer Realitionship Marketing*) yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi dengan cara menghubungi satu persatu pengunjung yang biasanya melakukan perjalanan kelompok untuk melakukan Outbond, perkemahan dan acara lainnya, selalu menjaga hubungan baik dengan para pengunjung dan memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada pengunjung agar dapat meninggalkan kesan yang baik pada pengunjung, sehingga pengunjung tidak ragu untuk berkunjung kembali ke Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Penambahan fasilitas baru berupa pelatihan manasik haji yang baru dibuka awal November 2021 cukup baik untuk

menarik minat pengunjung lama maupun baru karena minimnya fasilitas pelatihan manasik haji di kota Lamongan.

Menurut hasil observasi penulis, dari beberapa strategi bertahan yang sudah digunakan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) pada masa pandemi Covid-19 diantaranya pemasaran menggunakan metode *digital marketing*, memberikan potongan harga atau diskon menarik untuk tiket masuk dan penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) serta penambahan fasilitas pelantikan manasik haji sudah bisa dikatakan sebagai strategi bertahan yang efektif dalam proses bertahannya Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Akan tetapi tentunya setiap strategi pasti memiliki kelebihan dan kekurangan dalam proses penerapannya.

Adapun strategi yang pertama adalah strategi *digital marketing*, dari strategi tersebut kelebihan yang dimiliki adalah penyampaian informasi yang tidak terbatas dan cepat, dapat menyesuaikan model promosi sesuai dengan sasaran, mudah tersampaikan kepada masyarakat karena semua kegiatan selalu memanfaatkan media *digital*, dan dapat digunakan terus-menerus selama masih memiliki file dan media yang akan digunakan sebagai sarana promosi. Kekurangan yang dimiliki oleh strategi *digital marketing* adalah dapat ditiru oleh pesaing, apabila mendapat reaksi negatif dari pengunjung maka kesan baik tempat wisata akan berkurang, dan jika promosi tidak menarik maka tidak akan dilirik oleh pengunjung. Tingkat keefektifan strategi *digital marketing* dalam menarik minat pengunjung selama masa pandemi Covid-19 sangat baik, karena selama tempat wisata ditutup tidak sedikit pengunjung yang bertanya karena promosi-promosi yang dilakukan selama masa pandemi Covid-19.

Strategi yang kedua adalah memberikan potongan harga atau *discount*, strategi ini juga memiliki pengaruh yang besar dalam proses bertahannya Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) karena pengunjung lebih tertarik ketika diadakan diskon. Kelebihan dari strategi ini adalah memberikan ketertarikan kepada pengunjung karena harga yang

berkurang namun fasilitas atau produk yang didapatkan tetap sama, memberikan perasaan bahagia kepada pengunjung, dan menarik minat pengunjung dari pesaing. Kekurangan yang dimiliki strategi ini adalah membentuk pemikiran para pengunjung bahwa kualitas fasilitas dan produk tempat wisata berkurang karena diberlakukannya sistem diskon, dan memberikan kerugian karena kehilangan keuntungan atau berkurangnya keuntungan tempat wisata. Tingkat keefektifan strategi memberikan potongan harga dalam menarik minat pengunjung selama masa pandemi Covid-19 adalah sangat efektif, melihat dari berkurangnya pendapatan masyarakat selama masa pandemi Covid-19 namun besarnya keinginan masyarakat untuk berlibur sehingga dapat menghilangkan stres selama diberlakukan PSBB, oleh karena itu strategi ini sangat efektif dan sesuai dengan keadaan selama masa pandemi Covid-19.

Strategi yang ketiga adalah *Customer Relationship Marketing* (CRM). Kelebihan dari strategi ini adalah memberikan kesan dekat dengan pengunjung, berfokus untuk mempertahankan hubungan dengan pengunjung lama dari pada pengunjung baru, dan mencegah tempat wisata untuk kehilangan pengunjung karena selalu menjaga hubungan dengan pengunjung sehingga sudah mendapatkan kepercayaan pengunjung. Kekurangan dari strategi ini adalah hanya dapat diterapkan pada pengunjung dengan paket rombongan saja karena lebih banyak interaksi pengunjung dan para karyawan tempat wisata untuk melakukan kegiatan yang sesuai dengan paket rombongan seperti outbond, perkemahan dan lain sebagainya, berbeda dengan pengunjung pribadi yang lebih cenderung melakukan kegiatan secara individu sehingga sulit didekati, kecuali ketika ada hal yang tidak dimengerti atau kurang cocok bagi pengunjung. Tingkat keefektifan dari strategi ini untuk menarik minat pengunjung bisa dikatakan masih kurang karena sasaran atau penerapannya hanya dapat dilakukan kepada pengunjung paket rombongan saja.

Menurut Hermawan Kertajaya strategi yang dapat digunakan oleh pelaku wisata agar dapat bertahan pada masa pandemi Covid-19 yaitu

dengan menerapkan tiga strategi yang berupa SPA (*surviving/servicing, preparing, dan actualizing*). Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sudah dapat dikatakan menerapkan strategi SPA (*surviving/servicing, preparing, dan actualizing*) di mana ketika tempat wisata mengalami penurunan yang sangat drastis tempat wisata masih tetap bertahan atau *surviving* seperti yang dikatakan oleh Hermawan Kertajaya, ketika keadaan tempat wisata sedang terpuruk hendaknya tempat wisata tetap bertahan. Adapun bentuk pertahanan yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) adalah dengan mengurangi gaji karyawan sebesar 50% dari gaji normal sebelum pandemi Covid-19 yaitu RP.934.000,- kemudian tetap melakukan promosi dengan memberikan penawaran-penawaran menarik meskipun Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) masih belum dibuka kembali agar ketika tempat wisata sudah dibuka kembali pengunjung dapat menikmati Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) dengan maksimal.

Tahap kedua yang harus dilakukan adalah dengan menerapkan strategi *preparing* di mana pelaku wisata diminta untuk melakukan persiapan sebelum tempat wisata dibuka kembali. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) melakukan persiapan berupa menyediakan tempat cuci tangan di setiap wahana yang ada di tempat wisata, selalu menerapkan peraturan 3M, selalu menjaga kebersihan tempat wisata meskipun tempat wisata dalam keadaan tutup dengan cara memperkerjakan karyawan bergantian selama tiga hari sekali dan selalu menambah promo-promo yang lebih menarik, agar dapat menambah kedatangan pengunjung ketika tempat wisata dibuka kembali dengan memanfaatkan media sosial. Adapun bentuk promosinya berupa memberikan potongan harga tiket masuk, menambah penawaran seperti beli dua gratis satu, pembelian tiket masuk minimal 4 mendapatkan *gift* atau hadiah dan memberikan potongan sebesar 10% untuk pengunjung rombongan atau grup.

Tahap terakhir yang dilakukan yaitu *actualizing* atau mewujudkan segala bentuk strategi yang sudah dipersiapkan selama tutupnya tempat wisata. Ketika Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) dibuka kembali strategi yang sudah disiapkan sebelumnya yaitu dengan melakukan pemasaran menggunakan media sosial seperti instagram, whatsapp, facebook dan tik tok lebih dioptimalkan kembali. Pemasaran melalui media sosial yang dipadukan dengan penawaran diskon-diskon menarik dapat dikatakan sebagai strategi yang efektif untuk menarik minat pengunjung meskipun belum bisa mencapai target penjualan selama pandemi Covid-19 berlangsung. Selain pemasaran melalui media sosial Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) juga menerapkan strategi CRM (*Customer Realitionship Marketing*) yang dikatakan cukup efektif untuk menarik pengunjung yang menggunakan paket rombongan atau grup. Bentuk strategi CRM (*Customer Realitionship Marketing*) yang digunakan adalah dengan melakukan promosi dengan cara menghubungi pengunjung satu persatu, selalu menjaga hubungan baik dengan pengunjung dan memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada pengunjung.

Penerapan strategi bertahan menurut Hermawan Kertajaya yang berupa SPA (*surviving/servicing, preparing, dan actualizing*) yang ada pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) memberikan dampak positif bagi tempat wisata dengan cara menyesuaikan setiap tahap dari strategi dengan keadaan yang sedang dialami tempat wisata. Setiap strategi yang diterapkan dengan urutan *surviving/ servicing, preparing, dan actualizing* membantu Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk bertahan pada masa pandemi Covid-19. Meskipun belum bisa menarik minat pegujung sehingga belum bisa memenuhi target penjualan dalam sehari 1000 pengunjung, namun dapat membantu Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk tetap bertahan selama masa pandemi Covid-19.

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.

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*.

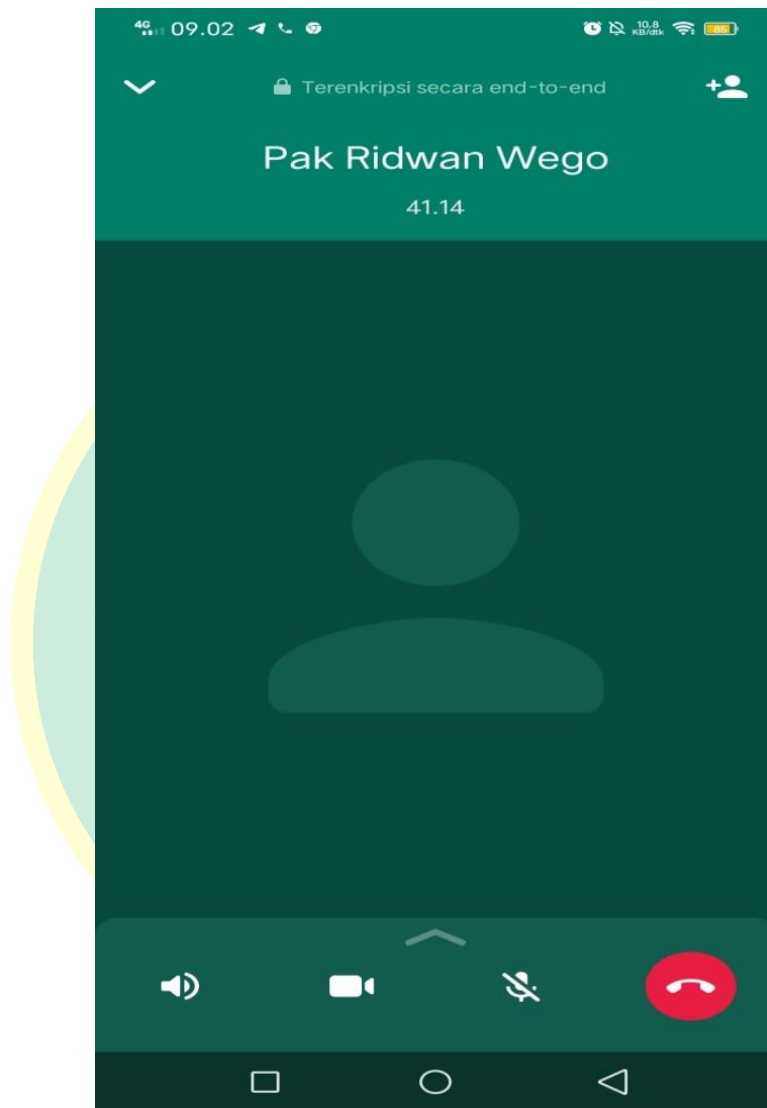
Zaidiyah, N. H. 2018. "Inventarisasi Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk Belajar Flora Fauna pada Tingkat SD dan SMP", *Volume. 5 Nomer. 6*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1: Dokumentasi

Wawancara dengan pengelola tempat wisata Bapak Ridwan



Wawancara dengan karyawan tempat wisata Mas Ari



Wawancara dengan Pengunjung Wisata Wego



Lokasi Outbond Wisata Wego



Kegiatan Outbond Wisata Wego



Kegiatan Manasik Haji



Penginapan Wisata Wego



Kebun Binatang Mini Wisata Wego



Kolam Renang Wisata Wego



Gedung Serba Guna Wisata Wego





Daftar Harga Wisata Wego

**DAFTAR HARGA TIKET, PAKET, OUTBOND, SEWA SARANA PRASARANA
WISATA EDUKASI GONDANG OUTBOND**
Berlaku Januari 2019

No.	URAIAN	HARGA	KETERANGAN
A. TIKET MASUK DAN WAHANA			
1.	Harga Tiket Masuk (di atas 2 thn bayar penuh)	Rp. 25.000/org	Free masuk Pesawat Terbang & Kolam Renang
2.	Kano / Sepeda Air	Rp. 10.000/unit	Kap. 2 org dewasa dan 2 anak
3.	Flyingfox	Rp. 25.000/org	
4.	Playground	Rp. 15.000/anak	
5.	ATV, TRAIL, Motorcross Adventure	Rp. 30.000 sd 75.000/org	Trail, ATV besar
B. PAKET OUTBOND			
1.	PAUD/TK	Rp. 65.000/org.	Peserta minimal 40 orang Fasilitas : Team Outbond, Game dan Snack/Coffe Break, Sarana Hard Game, Kolam Renang
2.	SD/MI	Rp. 85.000/org.	
3.	SMP/SMU	Rp. 100.000/org	
4.	UMUM	Rp. 110.000/org.	
C. PERKEMAHAN/LDKS			
1.	2 HARI 1 MALAM	Rp. 45.000/org.	Fasilitas : Kmr mandi Pa/Pi 26 Kamar, Panggung Ekspresi, Rmh Koord, Rmh Evakuasi, Lap.Olahraga, Lap.Api Unggun, Mushola, Kolam Renang
2.	3 HARI 2 MALAM	Rp. 60.000/org.	

**DAFTAR HARGA TIKET, PAKET, OUTBOND, SEWA SARANA PRASARANA
WISATA EDUKASI GONDANG OUTBOND**
Berlaku Januari 2019

No.	URAIAN	HARGA	KETERANGAN
D. AULA DAN HOMESTAY			
1.	AULA LUAR (LOKASI PARKIR)	Rp. 500.000/hari	Kapasitas 50 orang Fasilitas : Meja dan Kursi plastik.
2.	AULA HOMESTAY	Rp. 1.500.000/hari	Kapasitas 150 orang Fasilitas : Soundsystem, LCD, Kursi, Kipas.
3.	AULA KOLAM RENANG	Rp. 2.500.000/hari	Kapasitas 150 orang Fasilitas : Soundsystem, LCD, Meja dan Kursi 100 buah, Panggung, Podium, Pendingin
4.	COTTAGE AC	Rp. 200.000/hari	Kap. 4 orang
5.	COTTAGE KIPAS	Rp. 150.000/hari	Kap. 4 orang
6.	HOMESTAY	Rp. 350.000/hari	Kap. 8-15 orang
E. SARANA DAN PRASARANA			
1.	Sound system kecil	Rp. 350.000/hari	
2.	Sound system sedang	Rp. 750.000/hari	
3.	Sound system besar	Rp. 1.500.000/hari	
4.	Meja	Rp. 25.000/hari	
5.	Kursi plastik	Rp. 4.000/hari	
6.	Panggung	Rp. 1.000.000/hari	
7.	Terop	Rp. 500.000/hari	

Pesawat Wego Air



Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Elsa Fiyani Rizki Amalia
2. NIM : 1717201070
3. Jurusan : Ekonomi Syariah
4. Program Studi : Ekonomi Syariah
5. Tempat/Tanggal Lahir : Lamongan, 10 Oktober 1999
6. Nomor Hp : 08155623156
7. E-mail : fiyanielsa22@gmail.com
8. Nama Orang Tua : Ayah : Sunanto
Ibu : Mudayanah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Tunas Mulya periode 2004-2005
 - b. MI Bahrul Ulum periode 2005-2011
 - c. SMP Negeri 2 Mantup periode 2011-2014
 - d. SMK Islam Ulul Albab periode 2014-2017
 - e. UIN Prof. K.H. Shaifuddin Zuhri periode 2017-sekarang
2. Pendidikan Non Formal
 - a. TPQ Nurul Huda periode 2004-2011
 - b. Madrasah Diniyah Nurul Huda Periode 2005-2017
 - c. Pondok Pesantren Daru Ulil Albab periode 2014-2017
 - d. Pesantren Mashasiswa An-Najah periode 2017-2020

C. Pengalaman Organisasi

- a. An-Najah Entrepreneur Club periode 2017-2020

Purwokerto,
Saya yang menyatakan,



Elsa Fiyani Rizki Amalia
NIM.1717201070

Lampiran 3: Sutar Izin Observasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 458/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2022 Purwokerto, 3 Februari 2022
Lamp. :-
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.
Pengelola Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)
Di
Lamongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond "WEGO" Lamongan) Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Elsa Fiyani Rizki Amalia
2. NIM : 1717201070
3. Semester / Program Studi : IX / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2021 / 2022
5. Alamat : Dsn. Ngaglik Ds. Sidomulyo Kec. Mantup Kab. Lamongan

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Strategi Bertahan Pariwisata
2. Tempat/ Lokasi : Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)
3. Waktu Observasi : Februari 2021 s/d November 2021

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kepd. Prodi Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19581112 200912 2 007

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip

Lampiran 4: Surat Persetujuan Observasi

SURAT BALASAN

Hal : Balasan

Kpd. Yth:

Ketua Jurusan SI Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I

Di Purwokerto

Dengan Hormat yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ridwan

Jabata : Manajer Pemasaran

Menerangkan Bahwa

Nama : Elsa Fiyani Rizki Amalia

NIM : 1717201070

Telah kami setuju melaksanakan penelitian pada tempat wisata kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

Strategi Bertahan Bisnis Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Wisata Edukasi Gondang Outbond "WEGO")

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Lamongan, 5 Februari 2022

Hormat kami,

Manajer Pemasaran WEGO



Ridwan