

PENGEMBANGAN PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF DYNAMIC CAPABILITIES DI ERA NEW NORMAL (STUDI DI DESA WISATA UBUD)

Ida Ayu Githa Girindra

Universitas Udayana

Email Korespondensi: daygitha@gmail.com

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has had a massive impact on the tourism sector. The government is making innovations by implementing New Normal Tourism, one of which is in Ubud Village, Bali. Ubud Village, which is famous for its arts and culture, has received various awards at both national and international levels. Looking at the current tourism conditions and the potential of Ubud Village, a new, dynamic tourism management system is needed so that tourism can adapt and develop sustainably in the New Normal Era, one of which is from a Dynamic Capabilities perspective. The aims of this research are; Analyzing the implementation of Dynamic Capabilities in the New Normal Era. This research uses descriptive research methods with a qualitative approach. In conclusion, Ubud Village has implemented three frameworks of thinking consisting of Think ahead, Think Again and Think Across well.

Keywords: Dynamic Capabilities, Tourism, New Normal.

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 begitu masif berdampak terhadap sektor pariwisata. Pemerintah membuat inovasi dengan menerapkan *New Normal Tourism*, salah satunya di Desa Ubud, Bali. Desa Ubud yang terkenal dengan seni dan budayanya telah mendapatkan berbagai penghargaan baik tingkat nasional maupun internasional. Melihat kondisi pariwisata saat ini dan potensi yang dimiliki oleh Desa Ubud, dibutuhkan sebuah tatakelola pariwisata baru, yang dinamis agar pariwisata dapat beradaptasi dan dikembangkan secara berkelanjutan di *Era New Normal* salah satunya dengan *perspektif Dynamic Capabilities*. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu; Menganalisis implementasi *Dynamic Capabilities* di *Era New Normal*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kesimpulannya, Desa Ubud telah mengimplementasikan tiga kerangka berpikir yang terdiri dari *Think ahead, Think Again dan Think Across* dengan baik.

Kata kunci: Dynamic Capabilities, Pariwisata, New Normal.

PENDAHULUAN

Dalam rangka menyambut tatanan normal baru harapan kembali muncul, pemerintah menerapkan New Normal Tourism yang dibuka di beberapa tempat, namun tetap menaati protokol kesehatan yang berlaku sesuai dengan Keputusan Menteri 02/KB/2020 dan KB/1/UM.04.00/M- K/2020 yang disahkan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Terdapat tiga hal yang menjadi fokus di dalam keputusan tersebut, yaitu: 1) Panduan teknis pencegahan dan pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di bidang kebudayaan dan ekonomi kreatif dalam mendukung keberlangsungan kegiatan atau layanan pada masa penetapan kedaruratan kesehatan masyarakat COVID-19 merupakan protokol kesehatan bagi penyelenggara kegiatan atau layanan. 2) Penyelenggara kegiatan atau layanan sebagaimana dimaksud dalam Diktum kesatu dapat menyelenggarakan kegiatan atau layanan setelah mendapatkan persetujuan dari kepala daerah selaku kepala gugus tugas melalui organisasi perangkat daerah yang menangani bidang kebudayaan dan/atau

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

ekonomi kreatif sesuai kewenangannya. 3) Penyelenggara kegiatan atau layanan sebagaimana dimaksud dalam Diktum kesatu wajib mengikuti protokol kesehatan sebagaimana tercantum lampiran yang merupakan bagian terpisahkan dari Keputusan Bersama ini. Salah satu lokasi yang telah mengaplikasikan New Normal Tourism ialah Bali. Putu Astawa selaku Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali menyetujui dibukanya Bali sebagai lokasi pariwisata sejak bulan Juli 2020 bagi wisatawan lokal terlebih dahulu. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara, pariwisata Bali akan dibuka pada tanggal 11 September 2020 mendatang (Aditya, 2020).

Dalam Era New Normal terdapat beberapa prinsip baru yang harus diterapkan masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk dalam berwisata seperti adanya penerapan protokol kesehatan yang wajib ditaati masyarakat. Selain adanya tatacara berpariwisata yang baru, kunci utama bagi pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif agar dapat bertahan di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik. Pasalnya, saat ini pelaku masyarakat mulai berubah, dan dibarengi dengan tren pariwisata yang telah bergeser. *Dynamic Capabilities* yang terdiri dari *thinking ahead*, *thinking again*, dan *thinking across* adalah kemampuan yang menjadi pendorong terbangunnya berbagai kebijakan yang adaptif (adaptive policy) sehingga dapat dihasilkan sebuah pemerintahan yang dinamis (dynamic governance) (NEO & CHEN, 2007). *Dynamic Governance* sangat penting untuk diterapkan di lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian dan perubahan yang begitu cepat dan sulit diprediksi seperti saat ini.

Melihat kondisi pariwisata saat ini dan potensi yang dimiliki oleh Desa Ubud Bali, maka dibutuhkan sebuah tatakelola pariwisata baru, yang dinamis agar pariwisata dapat beradaptasi dan dikembangkan secara berkelanjutan di Era *New Normal* ini. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Implementasi *Dynamic Capabilities* di Era *New Normal*”, dengan studi di Desa Wisata Ubud.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dapat ditempuh secara kualitatif karena penulis membutuhkan *point of view* informan secara lebih mendetail dan realistis terhadap fenomena yang ada di lapangan. Fokus penelitian ini didasarkan pada implementasi *Dynamic Capabilities* di Era *New Normal*. Lokasi penelitian adalah tempat atau wadah diadakannya suatu penelitian, sedangkan situs penelitian adalah objek yang akan dilakukan suatu penelitian. Pada penelitian ini lokasinya adalah pada Desa Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan juga sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung ke lapangan. Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah model analisis data oleh Creswell.

PEMBAHASAN

Thinking Ahead

Thinking Ahead adalah kemampuan untuk berpikir ke depan, mencakup dimensi, antara lain: kemampuan mengidentifikasi perkembangan di masa mendatang, kemampuan mengerti implikasi pada kepentingan tujuan sosioekonomis di masa depan, dan kemampuan mengidentifikasi investasi strategis dan pilihan yang dibutuhkan masyarakat dalam mengeksplorasi kesempatan baru sekaligus dalam mengurangi efek negatif terhadap potensi ancaman. Tujuan melakukan *thinking ahead* adalah untuk mendapatkan pengertian mengenai kebutuhan masa mendatang dan mempertimbangkan risiko dari strategi dan kebijakan saat ini. Adapun bagian dari Thinking ahead dalam pengembangan pariwisata di Ubud adalah adanya tujuan dan target yang ingin dicapai, adanya strategi untuk mencapai tujuan tersebut, inovasi yang diciptakan untuk mendukung pengembangan pariwisata di era *new normal*

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Tujuan dan Target yang Ingin Dicapai

Think Ahead adalah salah satu kerangka *dynamic capabilities* yang menunjukkan kemampuan berpikir kedepan, termasuk mengenai tujuan atau target yang akan dicapai dimasa depan. Adanya arah tujuan pengembangan pariwisata yang jelas menjadi sangat penting, karena hal ini harus disesuaikan dengan motivasi wisatawan. Menurut Mill, R.C (2009) dalam Ketut Suwena (2017), motivasi wisata timbul sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar dan keinginan seseorang, motivasi akan menyebabkan terjadinya sebuah perjalanan wisata ketika seseorang menemukan tujuan kemana ia harus memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut. Dalam perencanaan pariwisata, pemahaman atas motivasi menjadi sangat penting karena ia merupakan faktor pendorong (push factor) untuk terjadinya sebuah perjalanan. Ia merupakan sebuah dorongan bagi seseorang untuk mencari objek-objek yang diminatinya, yang berbeda dengan lingkungan kehidupan dan lingkungan kerja sehari-harinya. Agar terwujud sebuah perjalanan, maka diperlukan faktor lain yang disebut sebagai faktor penarik (*full factor*), yang merupakan rangsangan yang menyebabkan wisatawan tertarik untuk hadir. Sebagai faktor penarik, citra destinasi menjadi sangat penting, karena citra destinasi itu sendiri merupakan faktor utama untuk menarik kunjungan wisatawan. Jadi, ketika sebuah destinasi memiliki citra sebagai sebuah destinasi budaya, Ubud misalnya, maka segmen masyarakat tertentu yang tertarik dengan hal-hal bersifat kebudayaan akan lebih tergerak pergi ke Ubud.

Pengembangan pariwisata di Desa Ubud salah satunya tercantum misi kelurahan, salah satu misinya menyebutkan bahwa “Meningkatkan perwujudan Pariwisata, Seni, Adat dan Budaya sebagai Unggulan daerah dalam rangka mengembangkan Kelurahan Ubud sebagai Kawasan Pariwisata berbudaya dengan masyarakat yang sejahtera dan Religius Berketuhanan Yang Maha Esa” ini menunjukkan Ubud memiliki fokus kedepannya untuk mengembangkan pariwisata, seni adat dan budaya sebagai potensi daerah yang menjadi prioritas. Pengembangan Ubud sebagai wisata budaya akan dilakukan dengan membangun lebih banyak museum sebagai pusat kebudayaan yang memiliki nilai tinggi. Menurut Ismayanti (2011) dalam Pratama (2016) Daya tarik wisata budaya merupakan jenis pariwisata yang berdasarkan pada *mosaic* tempat, tradisi, kesenian, upacara-upacara, dan pengalaman yang memotret suatu bangsa atau suku bangsa dengan masyarakat, yang merefleksikan keanekaragaman (*diversity*) dan identitas (karakter) dari masyarakat atau bangsa yang bersangkutan.

Dengan adanya pandemi covid-19 ini, memberikan kesempatan bagi masyarakat dan juga pemangku kebijakan melakukan kajian kembali mengenai arah tujuan pembangunan pariwisata Ubud. Berdasarkan kajian yang dilakukan mengenai makna dari wisata sendiri adalah ketenangan atau kebahagiaan sehingga masyarakat ingin membangun pariwisata Ubud menjadi pariwisata yang dapat memberikan perasaan tenang dan bahagia baik bagi wisatawan maupun bagi masyarakatnya sendiri. Selain memberikan perasaan tenang, dengan berbagai kultur yang ada di Ubud juga diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi siapa saja yang datang ke Ubud, sehingga Ubud dapat menjadi tempat orang-orang untuk bekerja dengan kreatif dan menghasilkan sebuah karya. Tujuan yang dicita-citakan oleh segenap masyarakat Ubud dilatar belakangi karena sebelum adanya pandemi Covid-19, dengan terus meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Ubud, dan mobilitas masyarakat yang semakin padat, membuat Ubud menjadi daerah yang sangat sibuk dengan tingkat kemacetan yang dirasa semakin parah serta tingkat kriminalitas yang juga meningkat. Sehingga dibutuhkan kesadaran bagi masyarakatnya bersama juga dukungan dari pemerintah untuk mengembalikan pariwisata

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

Ubud kepada fungsi dari pariwisata sebenarnya yaitu menjadi tempat dengan sumber ketenangan dan juga dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat juga pemerintah.

Pandemi Covid-19 menuntut pemerintah untuk dapat membuat inovasi agar pariwisata di Ubud bisa beradaptasi dengan situasi dan kondisi. Tuntutan ini juga semakin tinggi karena kondisi perekonomian masyarakat Ubud yang mengalami krisis mengingat sebagian besar masyarakatnya berprofesi di bidang pariwisata. Dengan berbagai upaya untuk mewujudkan kebangkitan pariwisata Ubud, Pemerintah Provinsi Bali didukung pemerintah pusat menyiapkan tiga kawasan wisata di Bali, yakni Sanur di Kota Denpasar, ITDC Nusa Dua di Kabupaten Badung, dan Ubud di Kabupaten Gianyar, menjadi *green zone* atau daerah terlindungi dari penyakit Covid-19. Langkah itu menjadi upaya pemulihan sektor pariwisata di Bali sejalan dengan skema perjalanan wisata bebas Covid-19 melalui pemberian vaksin Covid-19 kepada seluruh pekerja sektor pariwisata dan masyarakat setempat di tiga kawasan hijau tersebut. *Free Covid-19 Corridor* merupakan pola baru dalam penanganan Covid-19. Yaitu dengan membentuk zona sehat yang terbebas dari covid-19 melalui program vaksinasi menyeluruh terhadap orang yang tinggal dan beraktivitas pada zona atau kawasan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis simpulkan, *think ahead* dari pariwisata Ubud yang dicerminkan dari tujuan atau target yang dimiliki berupa pengembangan wisata ubud yang diharapkan dapat menjadi tempat orang-orang untuk mendapatkan ketenangan dan inspirasi untuk menyalurkan kreativitas dan menghasilkan karya melalui pengembangan budaya adat dan juga seni yang dimiliki Ubud. Selain itu berkaitan dengan adaptasi kebiasaan baru pasca masuknya pandemi covid-19 ke Indonesia, Ubud dicanangkan untuk menjadi daerah prioritas Green Zone. Di Provinsi Bali ini konsentrasi di tiga zona hijau yang telah ditetapkan yaitu di Ubud, Sanur, dan Nusa Dua. Diharapkan, ini jadi kawasan hijau, zona hijau yang nantinya bisa dibuka penuh untuk para turis sehingga mereka merasa aman dan nyaman tinggal di Bali dimana Ubud dapat menjadi daerah aman bagi wisatawan untuk berwisata tanpa harus khawatir dengan adanya pandemi covid-19. Setelah menjadi fokus, diharapkan, tiga wilayah ini bisa menjadi pembangkit sektor pariwisata di Provinsi Bali.

Strategi Dalam Mencapai Tujuan

Think ahead tidak hanya mengenai tujuan dan target yang akan dicapai namun juga mengenai bagaimana strategi yang diterapkan untuk mencapai target tersebut. Desa Wisata Ubud melakukan beberapa strategi guna mencapai target yang ingin dicapai. Salah satunya adalah di tengah kemajuan teknologi dan derasnya arus globalisasi yang membuat batas-batas dari nilai sosial dan budaya menjadi semakin samar, Ubud berupaya untuk mempertahankan karaturnya sebagai Desa Wisata dengan budaya dan adatnya yang kental. salah satunya adalah melalui regulasi Pemerintah Daerah No 10 Tahun 2013 mengenai Penataan dan Pengendalian Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi. Dalam peraturan tersebut diatur bahwa smeua daya tarik yang ada di Kabupaten Gianyar termasuk Ubud harus berwawasan budaya.

Selain dalam pengembangan budayanya, pemerintah juga menerapkan strategi dalam membangun pariwisata Ubud agar dapat beradaptasi dengan era normal baru dan mewujudkan Ubud sebagai green zone. Salah satu strateginya adalah melalui Ubud sebagai daerah prioritas dalam program vaksinasi Covid-19. Masyarakat Ubud mendapat secara serentak mendapatkan vaksinasi sesuai dengan nomor urut. Proses vaksinasi di Desa Ubud berjalan dengan lancar dan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

mudah karena selain dukungan dari pemerintahnya, masyarakat Desa Ubud juga memiliki inisiatif dan semangat yang tinggi dalam mengikuti program vaksinasi tersebut.

Pengembangan pariwisata *new normal tourism* di Desa Ubud dilakukan melalui program pemerintah berupa Sertifikasi Gianyar Aman. Program ini bertujuan untuk mengoptimalkan implementasi CHSE di sektor pariwisata. Pemerintah daerah akan mendatangi tempat-tempat pariwisata sudah mulai buka, kemudian memeriksa apakah tempat wisata tersebut sudah menerapkan protokol CHSE. Apabila dinilai sudah menerapkan protokol CHSE dengan baik maka tempat tersebut akan mendapat sertifikat berupa Gianyar Aman dari pemerintah setempat. Ini menandakan bahwa tempat tersebut sudah aman untuk dikunjungi oleh wisatawan sehingga wisatawan tidak perlu khawatir.

Dalam rangka membangun kembali pariwisata pasca pandemi covid-19, pemerintah pusat dan juga pemerintah daerah bekerjasama dalam membuat program Hibah Pariwisata. Program ini adalah program berupa bantuan finansial yang diberikan oleh pemerintah kepada pelaku-pelaku industri. Pemberian bantuan hibah ini ditentukan dari seberapa besar pengelola wisata tersebut membayar pajak di tahun 2019. Di Kabupaten Gianyar sendiri ada sekitar 700 yang ditetapkan dalam SK untuk memperoleh hibah. Kemudian di tahun 2021 program hibah diganti menjadi BPUP ini sama seperti dana hibah tapi jumlahnya lebih kecil. Di tahun yang sama pula, pemerintah memberikan bantuan sembako kepada pelaku industri kreatif.

Hal lainnya yang dinilai tidak kalah pentingnya untuk dilakukan adalah strategi yang berkaitan dengan promosi. Menurut Ernawati (2009) dalam Pratama (2016) salah satu prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah promosi. Promosi merupakan penggunaan lahan dan kegiatan yang memperkuat karakter lansekap, *sense of place*, dan identitas masyarakat setempat. Kegiatan-kegiatan dan penggunaan lahan tersebut seharusnya bertujuan untuk mewujudkan pengalaman wisata yang berkualitas yang memberikan kepuasan bagi pengunjung. Apabila pariwisata telah dipersiapkan dengan baik untuk berjalan kembali, maka selanjutnya yang harus dipersiapkan adalah cara untuk menarik wisatawan untuk mau berwisata ke Ubud dengan memperkuat karakter dari wisata Ubud itu sendiri. Di Desa Ubud, promosi di *era new normal* dilakukan dengan memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosinya. Masyarakat dan Yayasan dibantu oleh pemerintah dan juga swasta menyelenggarakan berbagai kegiatan secara virtual seperti penampilan tari, dolanan anak-anak, webinar mengenai kebudayaan Ubud dan lain sebagainya. Selain itu, Desa UBud juga menata infrastruktur kembali dengan lebih baik sehingga dapat membuat wisatawan merasa aman juga nyaman untuk tinggal di Ubud dengan tetap menjaga konsep Desa. Serta Ubud merencanakan untuk membuat sebuah event baru baru sebagai momentum kebangkitan pariwisata di Ubud.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *think ahead* berupa strategi dalam mencapai tujuan atau target di desa Ubud dapat dilihat dari upaya pemerintah dalam mempertahankan Ubud sebagai desa wisata dengan budaya dan karakter desa di Bali melalui beberapa program pemerintah seperti regulasi Pemda No 10 Tahun 2013. Selain itu untuk mewujudkan Ubud sebagai daerah prioritas kebangkitan pariwisata di Bali, pemerintah memprioritaskan program vaksinasi diberikan kepada masyarakat Ubud. Selain itu untuk memaksimalkan adaptasi protokol kesehatan sebagai kebiasaan baru, pemerintah membuat program sertifikasi gianyar aman. Sedangkan dari sisi finansial pemerintah memberikan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

program bantuan hibah sesuai dengan pajak yang dibayarkan masing-masing pengelola usaha di tahun 2019.

Inovasi Baru

Ide atau sebuah inovasi dalam *thinking ahead* dimaksudkan berupa gagasan baru serta jalan alternative baru dalam sebuah kebijakan, yang merupakan hasil kemampuan untuk berpikir ke depan, guna menyelesaikan tantangan yang ada serta membantu mewujudkan kondisi yang lebih baik. Setelah adanya pandemi covid-19, sektor pariwisata di desa wisata Ubud diberhentikan guna menekan angka penularan covid. Namun setelah berjalan hampir dua tahun, pemerintah dan masyarakat Desa Ubud melakukan upaya adaptasi dengan membuat beberapa inovasi baru agar pariwisata perlahan-lahan dapat bangkit kembali. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kebijakan baru yang dibentuk, seperti adanya Kebijakan CHSE bagi penyelenggara tempat wisata. CHSE adalah program Kemenparekraf yang berupa penerapan protokol kesehatan yang berbasis pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan). Penerapan program ini adalah dengan melakukan sertifikasi CHSE untuk para pelaku usaha di industri pariwisata dan ekonomi kreatif termasuk di dalamnya adalah Destinasi wisata meliputi seluruh destinasi yang berada dalam lingkup provinsi: kota/kabupaten atau desa/kelurahan. Pengelola wisata di Desa Ubud sendiri telah banyak yang telah mendapat sertifikat CHSE ini diantaranya adalah Puri Ubud, Museum Puri Lukisan, Monkey Forest, Pura Taman Saraswati dan beberapa hotel lainnya.

Sebagai bentuk dukungan bagi kebijakan CHSE ini Pemerintah daerah Kabupaten Gianyar memiliki program Sertifikasi Gianyar Aman, dimana pemerintah daerah akan melakukan pengecekan pada tempat-tempat wisata yang sudah mulai buka untuk memastikan bahwa pengelola wisata telah menerapkan protokol kesehatan dengan baik dan benar. Setelah dinilai aman maka pemerintah akan memberikan sertifikat yang menyatakan bahwa tempat tersebut sudah aman untuk dikunjungi oleh wisatawan. Penerapan protokol kesehatan ini menjadi fokus utama pemerintah dalam membangun pariwisata di era *new normal*, hal ini dilakukan dengan memberikan fasilitas dan pengawasan yang penuh terhadap penerapan proses di berbagai tempat wisata dan juga tempat acara.

Tutupnya pariwisata secara serentak di Desa Ubud pasca *pandemic covid-19* memberikan peluang serta waktu bagi masyarakat juga pemerintah untuk menyusun sebuah *masterplan* mengenai pembangunan pariwisata Ubud yang diproyeksikan sampai dengan tahun 2045. Ini dinilai perlu karena selama ini Ubud sebagai pariwisata belum pernah memiliki panduan mengenai pembangunan pariwisata khususnya mengenai tata ruangnya, sehingga ini menjadi sebuah terobosan baru yang diharapkan dapat membantu untuk menata pariwisata Ubud menjadi lebih baik. Dalam pembuatan *masterplan* ini akan dilakukan penghitungan terkait daya dukung yang dimiliki oleh Ubud dan disesuaikan dengan kebutuhannya, seperti lebar jalan, trotoar, jumlah hotel dan restaurant yang dibutuhkan. Adanya *masterplan* ini merupakan bentuk dukungan dalam pengembangan sarana dan prasarana wisata, sesuai dengan aspek prasarana dan sarana menurut Yoeti (1985) dalam Pratama (2016), dimana sarana dan prasarana merupakan salah satu produk wisata yang dapat dinikmati juga dirasakan oleh wisatawan. Hal-hal yang berkaitan dengan sarana dan prasarana wisata terkait beberapa atribut yaitu: Sarana rekreasi yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

olah raga. *Residential Tourist Plant*, yaitu fasilitas yang dapat menampung kedatangan wisatawan yang berbentuk akomodasi wisata. Fasilitas ini terdiri dari penginapan hotel atau tempat makan atau restoran. Sarana pelengkap atau penunjang kepariwisataan, sarana pelengkap/penunjang ini adalah tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal di tempat wisata. Sarana penjualan yaitu berupa toko-toko yang menjual barang-barang souvenir atau benda-benda lain khusus wisatawan. Utilitas, yaitu terkait dengan ketersediaan listrik dan sanitasi seperti tersedianya toilet dan air bersih.

Setelah adanya pandemi covid-19, berbagai atraksi kebudayaan ini diberhentikan. Menghadapi hal ini perwakilan masyarakat yang tergabung dalam anggota Yayasan Janahita Mandala menginisiasi beberapa inovasi berupa penyelenggaraan beberapa kegiatan yang dilakukan secara virtual. Ini bertujuan agar kreativitas masyarakat Ubud dapat tetap tersalurkan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Mengingat tingginya angka penggunaan sosial media saat ini memberikan harapan bahwa penampilan kebudayaan yang disajikan secara virtual ini dapat menghibur penonton dari berbagai daerah serta memberikan kesempatan Ubud untuk tetap eksis di hati wisatawan. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu membuat video dokumenter mengenai pengarang sastrawan di Ubud, kemudian ada juga Rekajana yaitu penampilan dolanan yang diperankan oleh anak-anak, ada juga acara bedah buku mengenai sastrawan yang ada di Ubud, kemudian ada juga *talk show* yang bernama perempuan bicara, semacam *podcast* yang berbicara itu perempuan dan mengangkat tema hal-hal yang berkaitan dengan isu perempuan, semuanya disajikan secara virtual. Tujuannya adalah untuk mempromosikan produk ekonomi kreatif yang dihasilkan dari para pelaku usaha di Ubud sehingga dapat menjadi daya tarik untuk wisatawan, serta untuk mempromosikan kepada masyarakat bahwa Ubud sudah hidup kembali.

Pemanfaatan sosial media dalam promosi di Desa Ubud merupakan salah satu bentuk implementasi dari *e-tourism*. Menurut Benckendorf et al, 2014 dalam Putra (2020) Konsep pariwisata yang memanfaatkan TIK dapat juga didefinisikan sebagai *e-tourism* atau smart tourism. Sebuah destinasi dapat dikatakan *e-tourism* apabila destinasi tersebut memanfaatkan infrastruktur teknologi secara intensif untuk meningkatkan pengalaman berwisata bagi pengunjung dengan mempersonalisasikan dan membuat mereka sadar akan layanan dan produk lokal dan pariwisata yang tersedia untuk mereka di tempat tujuan. Selain itu Ubud juga mengadakan *event* baru sebagai suatu inovasi yaitu *event exhibition* yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa beberapa inovasi yang dibentuk oleh pemerintah juga masyarakat Ubud dalam membangun pariwisata Ubud menjadi *New Normal Tourism* dapat dilihat dari adanya Kebijakan CHSE, dibuatnya *masterplan* pembangunan pariwisata Ubud, pengembangan media sosial dalam mendukung penyelenggaraan atraksi budaya di Ubud, serta adanya *event-event* baru yang diselenggarakan dengan kerjasama dari pemerintah, swasta juga masyarakat seperti *event exhibition*.

Think Again

Thinking again adalah kemampuan untuk berpikir ulang, mencakup sejumlah dimensi, antara lain; kemampuan berkonfrontasi dengan realita sekarang sehubungan dengan kinerja

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

yang dihasilkan sebagai akibat dari strategi, kebijakan, dan program yang telah dihasilkan, dan kemampuan untuk melakukan desain ulang strategi, kebijakan, dan program yang telah diputuskan agar dapat mencapai kualitas dan hasil yang lebih baik. Kemampuan *thinking again* melibatkan penggunaan data, informasi, ukuran, dan *feedback* terhadap isu dan masalah yang dapat menghambat tercapainya kinerja yang lebih baik.

Kebijakan Evaluasi

Think again dinilai sebagai kemampuan untuk memikirkan kembali kebijakan yang sudah diterapkan sebelumnya atau yang sudah dibentuk untuk kemudian dievaluasi apa yang menjadi hambatan-hambatannya serta dapat diimplementasikan dengan optimal kedepannya. *Think again* dalam pengembangan desa wisata Ubud di masa pandemi tercermin dari adanya evaluasi kebijakan yang sebelumnya sudah ada namun dinilai kurang efektif, salah satunya adalah kebijakan yang berkaitan dengan transportasi. Sebelumnya Desa Ubud melarang adanya transportasi online, ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat lokal yang bekerja sebagai ojek konvensional, taxi konvensional serta *tour-guide* tetap dapat diberdayakan. Namun dengan melihat kondisi pariwisata saat ini yang rawan akan penularan covid-19, serta adanya perubahan target pasar yang baru, maka pemerintah daerah beserta masyarakat sepakat untuk membentuk kerjasama dengan pihak swasta agar dapat melegalkan transportasi online. Penggunaan transportasi online dinilai lebih aman bagi wisatawan agar mereka dapat berwisata dengan lebih efektif dan efisien.

Sebelum pandemi Covid-19, target pasar dari Desa Wisata Ubud adalah wisatawan manca negara. Berbagai sarana dan prasarana dibangun dengan standar internasional, tujuannya adalah agar menyesuaikan dengan kebutuhan dari wisatawan mancanegara. Seperti tempat menginap, restaurant, serta berbagai pertokoan untuk memenuhi kebutuhan. Namun setelah adanya pandemi, Ubud merubah target pasarnya tidak hanya untuk wisatawan mancanegara namun mulai berfokus pada wisatawan domestik juga. Hal ini dikarenakan selama ini penerbangan internasional masih belum dibuka sehingga masyarakat tidak bisa berharap dari wisatawan internasional. Perubahan target pasar ini tentunya berimbas juga pada perubahan strategi promosinya. Pengelola wisata mulai membuat inovasi-inovasi untuk menarik wisatawan lokal datang ke Ubud, seperti dengan menurunkan rate harga menginap agar sesuai dengan standar orang-orang lokal.

Setelah vakum selama beberapa waktu dan adanya proses adaptasi, pariwisata Ubud mulai bangkit kembali dengan menyusun agenda atraksi budaya yang baru yaitu dengan menyesuaikan protokol kesehatan yang ada. Agenda atraksi budaya atau yang disebut *calender of event* adalah sebuah jadwal mengenai pertunjukan kebudayaan yang ditampilkan diberbagai titik di Desa Ubud seperti di pura dalem, di pura batu karu, di bale banjar, di padang tegal, serta di puri berlangsung setiap hari dengan penampilan yang berbeda-beda. Dengan adanya *calender of event* atraksi kebudayaan sebagai sebuah daya tarik pariwisata termanage dan terkelola dengan baik. Namun setelah adanya pandemi covid, seluruh kegiatan menjadi dihentikan karena agenda tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Namun saat ini masyarakat didampingi pemerintah menyusun kembali *calender of event* tersebut untuk menyesuaikan dengan protokol kesehatan dan keamanan masyarakat. Event mulai diselenggarakan bertahap di beberapa titik, pertama kali di Puri Ubud, dijadwalkan seminggu

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksi@governance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

dua kali dengan kapasitas penonton yaitu 50 orang. Jumlah ini merupakan setengah dari jumlah penonton yang biasanya datang.

Adanya evaluasi mengenai kebijakan transportasi, sarana dan prasarana, juga jadwal event yang diselenggarakan menyesuaikan kondisi merupakan upaya dari pemerintah juga masyarakat dalam memenuhi komponen dalam destinasi tujuan wisata. Menurut Cooper (1993) dalam Pratama (2016) adapun empat komponen dari daerah tujuan wisata adalah atraksi, fasilitas, pendukung dan pelayanan. Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*) di Desa Ubud yang menjadi daya tariknya adalah atraksi kebudayaan. Fasilitas adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, serta transportasi. Dengan adanya kerjasama dengan transportasi online maka mempermudah layanan transportasi bagi wisatawan di Desa Ubud.

Berhentinya pariwisata karena pandemi *Covid-19* memberikan banyak ruang dan waktu bagi orang-orang untuk mengevaluasi perkembangan dari pariwisata di Ubud. Seperti yang diketahui bahwa pariwisata Ubud dari waktu ke waktu semakin ramai, jumlah wisatawan yang datang terus meningkat, berbagai potensi daya tarik terus dikembangkan. Program dan kebijakan pemerintah yang bertujuan untuk membuat Ubud menjadi daerah pariwisata yang semakin besar. Namun dengan tingginya mobilisasi di Ubud, lambat-laun Ubud semakin meninggalkan makna dari Pariwisata itu sendiri. Adanya pandemi covid-19 menjadi sebuah momentum evaluasi bersama bagi masyarakat Ubud. Pariwisata harusnya menjadi sesuatu yang dapat memberikan perasaan tenang dan juga bahagia baik bagi wisatawan maupun masyarakat Ubud sendiri.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa evaluasi pada sektor pariwisata di Ubud dapat dilihat dari adanya perubahan beberapa kebijakan diantaranya adalah adanya perubahan target pasar yang tidak hanya berfokus pada wisatawan internasional namun juga mulai merangkul wisatawan lokal untuk dapat menikmati pariwisata kebudayaan negeri sendiri, dibentuknya kerjasama dari Ubud dengan transportasi online, adanya perubahan *calender of event* yang ada di Ubud sehingga menyesuaikan dengan kondisi normal baru dimana pariwisata dibuka perlahan-lahan dengan aturan jadwal dan kuota yang sesuai proses, serta adanya evaluasi bersama yang dilakukan oleh masyarakat Desa Ubud dalam memaknai pariwisata itu sendiri yang nantinya digunakan sebagai landasan dalam membangun pariwisata Ubud kedepannya.

Penguatan Kembali Sektor Pendukung Pariwisata

Think again adalah kemampuan untuk mengevaluasi hal-hal yang sudah dimiliki sebelumnya kemudian diperbaiki atau dikuatkan kembali sehingga kedepannya dapat mendukung tata kelola pemerintah dengan lebih baik. Pada pariwisata Ubud penguatan kembali sektor-sektor pendukung pariwisata dilakukan untuk mendukung perkembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik setelah mengalami vakum beberapa waktu akibat pandemi covid-19. Salah satunya adalah dilakukan melalui penyusunan *masterplan* pembangunan pariwisata Ubud yang salah satu fokus tujuan adalah untuk melakukan perbaikan sarana dan prasarana di Ubud seperti perbaikan jalan, trotoar dan lampu jalan. Ini sesuai

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

dengan komponen pendukung dari Daerah Tujuan Wisata menurut Cooper (1993) dalam Putra (2016), dimana salah satu bagian komponennya adalah fasilitas atau *amenities*. Secara umum pengertian *amenities* adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan (*accommodation*), rumah makan (*restaurant*); transportasi.

Ubud juga melakukan penguatan pada jenis pariwisata yang saat ini sedang ramai menjadi daya tarik wisatawan lokal, yaitu *wellness tourism*. Adapun *wellness tourism* adalah liburan yang menitikberatkan pada tujuan memelihara, mengelola, serta meningkatkan kesehatan dan kondisi tubuh secara keseluruhan. *Wellness Tourism* di Ubud sudah ada dari sebelum pandemi, namun setelah adanya pandemi jenis pariwisata ini semakin ramai digemari sehingga semakin banyak pengelola wisata yang mengembangkannya. Menurut Barre (2005) dalam Pramono (2013), *Wellness Tourism* terdiri dari beragam kegiatan seperti spa, yoga, meditasi dan paket wisata *healing journey*. *Wellness* dapat digambarkan sebagai sebuah proses di mana individu membuat pilihan dan terlibat dalam kegiatan dengan cara mempromosikan mengarahkan gaya hidup yang sehat, yang pada gilirannya berdampak positif bagi kesehatan individu itu sendiri.

Daya tarik utama pariwisata Ubud adalah budayanya. Budaya ubud meliputi unsur seni serta kultur budaya masyarakatnya yang terinternailisasi dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya. Masyarakat Ubud selama ini hidup dengan mempertahankan nilai-nilai religi yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari kemudian menjadi budaya di dalam masyarakat tersebut. Salah satunya adalah nilai Tri Hita Karana. “Tri” yang berarti tiga, “Hita” yang berarti kebahagiaan dan “Karana” yang berarti penyebab. Dengan demikian Tri Hita Karana berarti “Tiga penyebab terciptanya kebahagiaan”. Konsep kosmologi Tri Hita Karana merupakan falsafah hidup masyarakat Hindu yang tangguh. Adapun bagian dari Tri Hita Karana adalah hubungan yang baik antara manusia dengan tuhan, manusia dengan alam serta manusia dengan manusia. Konsep ini adalah salah satu pegangan untuk hidup bermasyarakat sehingga mereka dapat hidup dengan saling menghormati serta saling menghargai. Ini menyebabkan masyarakat berserta wisatawan yang ada di Ubud dapat merasa aman juga nyaman karena masyarakatnya hidup rukun berdampingan. Penerapan nilai Tri Hita Karana ini sudah diatur dalam Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Kepariwisata Budaya Bali mengenai Kepariwisata Budaya Bali Sejak adanya pandemi covid angka kriminalitas menjadi menurun dibandingkan sebelum pandemi covid-19. Ini merupakan pengingat bagi pemerintah juga masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan falsafah hidup yang selama ini menjadi pegangan dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Think again dalam bentuk penguatan sektor pariwisata di Desa Wisata Ubud dapat dilihat pada upaya pemerintah juga masyarakat dalam menata kembali sarana dan prasarana yang ada di Desa Wisata Ubud, tujuannya adalah untuk membuat wisatawan merasa nyaman berada di Ubud. Selain itu ada juga upaya berupa pengembangan kembali jenis pariwisata *wellness tourism* yang sebelumnya memang sudah ada namun belum terlalu diminati oleh wisatawan. Serta pemerintah menilai perlu adanya penguatan nilai-nilai budaya masyarakat di Ubud yaitu Tri Hita Karana dalam bermasyarakat sehingga dapat menciptakan Ubud menjadi daerah yang aman nyaman juga tentram untuk ditinggali.

Thinking Across

Thinking across adalah kemampuan berpikir lintas untuk menyeberangi batasan tradisional untuk mempelajari pengalaman orang lain sehingga ide-ide baik dapat diadopsi dan disesuaikan sehingga dapat dihasilkan kebijakan dan program inovatif yang akan diinstitusionalisasikan. Kemampuan *thinking across* mendorong dimana ide-ide baru yang inovatif pada masyarakat. Dengan semakin kompleks dan berkembangnya permasalahan, maka belajar dari pengalaman orang lain dapat membantu untuk mengatasi *blind spots*, yaitu melihat dari kacamata orang lain.

a) Kolaborasi Stakeholders

Dalam sistem pariwisata, ada banyak aktor yang berperan dalam menggerakkan sistem. Aktor tersebut adalah insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor. Secara umum, insan pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu (1) masyarakat, (2) swasta, (3) pemerintah. Penyelenggaraan sistem pariwisata dapat berjalan dengan sempurna bila komponen-komponen tersebut melebur menjadi satu dan saling mendukung satu dengan lainnya. Seperti kewajiban pemerintah daerah adalah bersama-sama merencanakan, pembangunan, pengorganisasian, pemeliharaan dan pengawasan dengan pemerintah daerah lainnya dalam segala sektor yang mendukung kegiatan pariwisata. Pemerintah daerah berserta instansi-instansinya, industri jasa dan masyarakat mempunyai kewajiban untuk duduk bareng bekerjasama dengan pemerintah daerah lainnya dalam mengemas paket-paket wisata. Tindakan itu patut dilakukan karena aktivitas pariwisata tidak dapat dilakukan hanya pada satu area saja dan tersekat-sekat. Aktivitas pariwisata memerlukan ruang gerak dan waktu yang fleksibel. Adanya kerjasama dan komitmen akan terbentuk kemitraan yang saling mengisi, maka aktivitas berwisata yang memiliki mobilitas tanpa batas itu tidak akan mengalami kendala karena jalur-jalur yang menghubungkan antar atraksi wisata yang satu dengan yang lainnya sudah tertata, terhubung dengan baik dan dari segi keamanan dapat dikoordinasikan bersama. Kegiatan promosi dapat dilakukan bersama-sama antara pemerintah daerah dan swasta (Pitana dan Gayatri (2005) dalam Suwena, 2017).

Pengembangan Pariwisata Ubud khususnya di era pandemi dilakukan bersama-sama oleh stakeholders terkait. Hal ini dikarenakan setiap stakeholders memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda. Sehingga dengan adanya kerjasama ini diharapkan dapat mempermudah pariwisata Ubud mencapai tujuan yang diinginkan. Salah satu bentuk kolaborasi ini adalah antara pemerintah dengan swasta. Swasta yang selama ini mendorong perkembangan pariwisata di Ubud menyampaikan bahwasannya mereka perlu ruang untuk memasarkan produknya, mengingat setelah adanya pandemi, Ubud menjadi sepi pengunjung, sehingga para pelaku ekonomi kreatif ini membutuhkan sebuah event yang dapat menarik minat masyarakat dan memberitau bahwa Ubud sudah hidup kembali. Kemudian pemerintah membantu membuat sebuah event seperti exhibition yang dilakukan 3 bulan berturut-turut di sebuah mall di daerah Kuta yang memang terpantau ramai pengunjung.

Selain kerjasama dengan pihak swasta, pemerintah daerah juga berkolaborasi dengan pemerintah pusat dalam merumuskan beberapa kebijakan terkait pengembangan pariwisata di era pandemi. Kerjasama antar pemerintah ini menghasilkan beberapa kebijakan seperti protokol kesehatan CHSE, kemudian program sertifikasi gianyar aman serta *green zone* bagi daerah Ubud. Dalam merumuskan kebijakan pemerintah juga berkolaborasi dengan masyarakat. Diskusi ini dilakukan dengan penunjukan perwakilan masyarakat yang dibentuk

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

dalam sebuah tim dinamakan Tim Pengembangan Ekonomi Kreatif. Dalam tim ini lebih banyak berdiskusi mengenai kebijakan-kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah dalam mendukung pelaku ekonomi kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Ini dilakukan karena prioritas dari pemerintah adalah untuk membantu para pebisnis lokal dalam mengembangkan produk ekonomi kreatif.

Masyarakat juga berkontribusi di bidang pengembangan pariwisata dan juga budaya melalui yayasan diantaranya adalah Yayasan Bina Wisata dan juga Yayasan Janahita Mandala. Yayasan Bina Wisata adalah organisasi yang beranggotakan perwakilan masyarakat yang kegiatannya berfokus pada pengembangan pariwisata di Ubud. Begitu juga dengan Yayasan Janahita Mandala, namun yayasan ini lebih berfokus pada pengembangan budaya Bali. Kegiatannya biasanya meliputi acara seminar terkait budaya, penulisan buku, acara dolanan juga berbagai kegiatan yang berkaitan dengan budaya Bali. Biasanya Yayasan ini berdiskusi dengan pemerintah untuk merumuskan kebijakan yang berpihak pada masyarakat juga sesuai dengan arah kebijakan pemerintah pusat. Salah satu hasil dari kolaborasi ini adalah adanya *masterplan* untuk pembangunan pariwisata ubud sampai tahun 2045 mendatang.

Dalam melaksanakan kegiatan dari Yayasan, masyarakat bekerjasama dengan pemerintah juga pihak swasta dalam mendapatkan dana. Antusias masyarakat yang tergabung dalam Yayasan Janahita Mandala disambut dengan baik oleh pemerintah juga pihak swasta, hal ini dilihat dari banyaknya pihak yang bersedia menjadi mitra dari yayasan dalam melaksanakan kegiatannya. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan *Think Across* dalam bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh *stakeholders* terkait dalam mengembangkan pariwisata di Ubud dapat dilihat dari adanya kerjasama antara pemerintah dengan swasta dalam program *exhibition*, pemerintah daerah dengan pemerintah pusat dalam merumuskan kebijakan green zone, CHSE, dan lain lain, kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat yang terbentuk dalam Tim Pengembangan Ekonomi Kreatif, serta antara kerjasama antara Yayasan, Pemerintah, Swasta juga Masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan oleh Yayasan.

b) Penyesuaian (Sosialisasi Kebijakan Baru Pada Publik)

Penyesuaian yang dimaksudkan adalah berupa pemberian informasi- informasi terbaru terkait sebuah kebijakan yang ada kepada publik, tidak hanya pemberian informasi baru melainkan juga penyesuaian juga dapat diartikan sebagai *thinking across* dimana *thinking across* merupakan kemampuan berpikir lintas untuk menyeberangi batasan tradisional untuk mempelajari pengalaman orang lain sehingga ide-ide baik dapat diadopsi dan disesuaikan sehingga dapat dihasilkan kebijakan dan program inovatif. Dalam pengembangan Pariwisata Ubud di Era Pandemi, sosialisasi secara ketat dilakukan dalam membantu masyarakat untuk dapat memahami dan menerapkan protokol kesehatan berupa kebijakan CHSE (*Clean, health, Safety, Environment*) dan juga 3M (Mencuci Tangan, Memakai Masker, Menjaga Jarak).

Strategi sosialisasi mengenai adaptasi kebiasaan baru kepada masyarakat ini dilakukan secara terus menerus dengan beragam kegiatan, salah satunya adalah melakukan penyuluhan, razia, pemantauan secara ketat. Selain itu pemerintah juga menerapkan skema penanganan yang terintegrasi apabila terdapat masyarakat yang terindikasi terkena Covid-19. Berdasarkan uraian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa penyesuaian yang dilakukan dalam mengadopsi adaptasi kebiasaan baru agar terinternalisasi menjadi kebiasaan baru dalam kehidupan masyarakat dilakukan melalui upaya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah. Selain itu pemerintah juga menerapkan skema alur penanganan yang cepat juga teroganisir

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

apabila terdapat masyarakat yang terindikasi tertular Covid-19. Ini menunjukkan keseriusan pemerintah dalam menghadapi pandemi covid-19 serta mengupayakan dalam membangun pariwisata yang adaptif pasca pandemi covid-19.

KESIMPULAN

Merujuk kepada konsep *Dynamic Capabilities* yang ditujukan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam pengembangan pariwisata di Era New Normal, Desa Ubud telah mengimplementasikan tiga kerangka berpikir yang terdiri dari *Think ahead*, *Think Again* dan *Think Across*. *Think ahead* dapat dilihat melalui adanya tujuan dan target yang ingin dicapai oleh masyarakat juga pemerintah dalam pengembangan pariwisata di Ubud. Dalam mencapai target tersebut *Think ahead* juga dapat dilihat melalui inovasi dan strategi yang ada. Selain itu untuk mewujudkan Ubud sebagai daerah prioritas kebangkitan pariwisata di Bali, pemerintah memprioritaskan program vaksinasi diberikan kepada masyarakat Ubud serta memaksimalkan adaptasi protokol kesehatan sebagai kebiasaan baru. Sedangkan untuk *Think Again* sendiri dapat dilihat melalui adanya perubahan beberapa kebijakan diantaranya adalah adanya perubahan target pasar yang tidak hanya berfokus pada wisatawan internasional namun juga mulai merangkul wisatawan lokal. Selain itu, dalam *think again* pemerintah dan juga masyarakat berupaya untuk menata kembali sarana dan prasarana yang ada di Desa Wisata Ubud. *Think Across* dalam bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh stakeholders terkait dalam mengembangkan pariwisata di Ubud dapat dilihat dari adanya kerjasama antara pemerintah dengan swasta dalam program exhibition, pemerintah daerah dengan pemerintah pusat dalam merumuskan kebijakan green zone, CHSE, dan lain lain, kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat yang terbentuk dalam Tim Pengembangan Ekonomi Kreatif, serta antara kerjasama antara Yayasan, Pemerintah, Swasta juga Masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan oleh Yayasan.

REFERENSI

- Aditya, N. R. (2020). Pariwisata Bali Dibuka Khusus Wisatawan Lokal Mulai Hari Ini. https://Travel.Kompas.Com/Read/2020/07/09/1330_00427/Pariwisata-Bali-Dibuka-Khusus-Wisatawan-Lokal-Mulai-Hari-Ini?Page=all.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktis (Edisi Revisi) (Revisi). Rineka Cipta. No. 60/10/51/Th. XIV, (2020).
- Candranegara, I. M. W., Mirta, I. W., & Kadek A.F. (2021). “Implementasi Program :We Love Bali” Berbasis CHSE (Clean, Health, Safety, Environment) dalam Pemulihan Pariwisata Bali”. *Journal of Contemporary Public Administration*, 1(1).
- Coyle. (1996). *System Dynamics Modelling: A Practical Approach*. Springer- Science+Business Media, B.V.
- Direktorat Jenderal Kesehatan Provinsi Bali. (2017). *Kawasan dan Daya Tarik Wisata Di Bali*.
- Dorobantu, M., & Nistoreanu, P. (2012). Rural Tourism and Ecotourism-the Main Priorities in Sustainable Development Orientations of Rural Local Communities in Romania. *EconomyTransdisciplinarity Cognition*, 15(1).
- Ghafiqie, A. (2012). An Expert View of the System Dynamics Modeling Process: Concurrences and Divergences Searching for Best Practices in System Dynamics Modeling.
- Hadrian Yinola. (2021, November 30). 5 Kota Terbaik di Dunia Versi Travel and Leisure, Ada Ubud Bali. *Tempo.Co*.
- Kemenparekraf. (2021). SERTIFIKASI CLEANLINESS, HEALTH, SAFETY, AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY (CHSE). Kemenparekraf.
- PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/ KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF REPUBLIK INDONESIA NOMOR 12 TAHUN 2020 TENTANG RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id

- KREATIF/ BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2020-2024, Pub. L. No. NOMOR 12 TAHUN 2020, Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (2020).
- Pratama, Yogi Indra, 2016, Konsep Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu Di Kecamatan Batu Kota Batu, Surabaya, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/ BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF. (2020). Panduan
- Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata (Edisi Agustus). KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/ BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Lien, M. (2021). PELAKSANAAN PROTOKOL KESEHATAN BERBASIS CLEANLINESS, HEALTH, SAFETY, AND ENVIRONMENT SUSTAINABILITY (CHSE) PADA INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA BANDUNG. Media Bina Ilmiah OJS, 15(10).
- Maharani, A., & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi (New Normal Tourism As A Support Of National Economic Resistance In The Pandemic Period). Jurnal Kajian Lemnnas Ri, 8(2), 49–52.
- Mill, R. C. (2000). Tourism The international Business (Bahasa Indonesia). Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Moehar, D. (2002). Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja.
- Moleong, & Lexy J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- NEO, B. S., & CHEN, G. (2007). Dynamic Governance: Embedding Culture, Capabilities and Change in Singapore. British Library Cataloguing-in- Publication Data 2007013740.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com / admin@lkispol.or.id