

Bab V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif “Kebijakan Strategi Pemasaran Pariwisata Indonesia di Pasar India Pasca Pandemi Covid19” dengan analisa SWOT (*Strong, weakness, opportunity and threat*) yang menjawab rumusan permasalahan yang diuraikan dalam pertanyaan penelitian terkait faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang akan menghasilkan saran-saran dalam menyusun strategi pemasaran pariwisata Indonesia di pasar India pasca pandemi covid19. Berdasarkan *internal faktor evaluation summary* (IFAS) dan *eksternal faktor evaluation summary* (EFAS) yang merupakan hasil perkalian bobot dan rating, maka penulis mengambil dua indikator dengan nilai tertinggi dari masing – masing komponen SWOT untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan pemasaran pariwisata Indonesia ke India?, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Indikator kekuatan yaitu promosi pariwisata secara online sebesar 1,1375 diikuti dengan sumber daya manusia pariwisata sebesar 1,065. sedangkan indikator kelemahan yaitu border yang belum dibuka dengan nilai 1,016, diikuti offline promotion yang tidak bisa berjalan dengan nilai sebesar 0,79.

2. Bagaimana peluang dan ancaman pemasaran pariwisata Indonesia ke India?, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Indikator peluang yaitu menanamkan image Indonesia sebagai destinasi pariwisata dunia yang menerapkan protokol Kesehatan dengan nilai sebesar 0,455 diikuti dengan memberikan pendidikan dan pelatihan teknis bagi SDM kepariwisataan sebesar 0,325 sedangkan Indikator ancaman yaitu pandemic covid19 dengan nilai sebesar 1,6 dan diikuti dengan banyaknya pengusaha pariwisata Indonesia yang bangkrut sebesar 0,91.

3. Apa strategi pemasaran yang sesuai dalam memasarkan pariwisata Indonesia di pasar India pasca pandemic covid19 ke India?

Berdasarkan hasil analisa SWOT yang penulis lakukan di dapatkan nilai IFAS (*strong – weakness*) = $3,15 - 3,354839 = - 0,20848$ dan Nilai EFAS (*Kesempatan – Ancaman*) = $0,89 - 3,5825 = - 2,6925$. Di dapatkan posisi kepariwisataan Indonesia saat ini berada di kuadran ke 4 yang berarti saat ini strategi yang paling cocok digunakan adalah strategi *defensive* (bertahan). Dengan adanya pandemic covid19 kepariwisataan dunia termasuk Indonesia mengalami keterpurukan, dengan memakai asumsi bahwa covid19 dapat diatasi dengan program vaksinasi covid19 kepada seluruh warga negara Indonesia oleh pemerintah dan imun atau tingkat kekebalan tubuh terhadap penyakit semakin meningkat maka strategi pasca covid yaitu membuat strategi yang dapat mengatasi kelemahan dan menghilangkan ancaman bagi pemasaran pariwisata Indonesia di pasar India pasca pandemic covid19 atau strategi diversifikasi yang berada di kuadran ketiga.

B. Saran – Saran

Dengan memakai asumsi bahwa pandemic covid19 dapat segera diatasi dan pintu perbatasan (border) sudah dibuka sehingga pemasaran pariwisata Indonesia di pasar India pasca pandemic covid19 dapat dilakukan Kembali maka penulis memberikan saran – saran atas permasalahan yang dihadapi atau kesenjangan yang ada sebagai berikut :

1. Promosi pariwisata secara online yang dilakukan selama masa pandemic covid19 menjadi perekat hubungan antara sellers Indonesia dengan buyers India yang bisa dilanjutkan dengan kegiatan offline promotion dengan mempertemukan sellers Indonesia dengan buyers India secara langsung melalui program misi penjualan pariwisata Indonesia, bursa pariwisata internasional dan kegiatan familiarization trip.
2. Selama pandemic covid19 berlangsung banyak pengusaha pariwisata Indonesia yang gulung tikar dikarenakan usaha pariwisata yang tidak bisa berjalan dengan tidak adanya kunjungan wisatawan mancanegara dan sedikitnya jumlah wisatawan domestic dikarenakan PPKM dan PSBB yang diterapkan oleh pemerintah, untuk menghidupkan lagi peluang usaha di bidang pariwisata yang dapat menyerap banyak tenaga kerja serta menggerakkan roda perekonomian dibutuhkan suntikan modal dari pemerintah yang diiringi dengan berbagai macam kemudahan.
3. Memperbanyak kegiatan promosi di dalam negeri dengan mendatangkan tour operator India untuk melihat secara langsung kondisi kepariwisataan di Indonesia serta mempertemukannya dengan tour operator Indonesia di masing – masing destinasi wisata sehingga bisa terjadi kontak bisnis hingga kontrak bisnis, terutama bagi pelaku wisata setempat.

4. Mendatangkan travel writer dan endorser untuk dapat bercerita tentang kepariwisataan Indonesia kepada calon wisatawan India yang akan meningkatkan pengenalan keunggulan setiap destinasi wisata yang ada di berbagai daerah di Indonesia.
5. Pemberian insentif kepada wisatawan India merupakan salah satu strategi yang bisa dilakukan oleh pemerintah untuk menarik minat calon wisatawan untuk berwisata ke Indonesia.



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Said Zainal, 2016, Kebijakan Publik, Jakarta; Salemba Humanika
- Bandur, Agustinus, 2016, Penelitian Kualitatif Metodologi, Desain, dan Teknis
Analisi Data Dengan NVIVO 11 Plus, Jakarta, Jakarta; Mitra Wacana Media
- Dye, Thomas R, 2016, Understanding Public Policy (15th Edition), New York ;
Pearson
- Edgell, David L, Sr, Maria DelMastro Allen, Ginger Smith, Jason R, Swanson, 2008,
Tourism Policy and Planning; Yesterday, Today and Tomorrow;Oxford:
Butterworth - Heinemann
- Fawaid, Achmad:2017, Buku Induk Penelitian Kualitatif, Paradigma, Teori, Metode,
Prosedur dan Praktik, Jogjakarta; Cantrik Pustaka
- Goeldner, Charles R & J.R Brent Ritchie 2009, Tourism: principles, practices,
philosophies (11th edition) New Jersey, John Wiley & Sons
- Gunagama, M. Galih, 2020, Pariwisata Pascapandemi: Pelajaran Penting dan
Prospek Pengembangan, LOSARI : Jurnal Arsitektur, Kota dan Permukiman
Vol.V No.2 Agustus 2020 P-ISSN 2502-4892 E-ISSN 2527-8886
- Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 113/p Tahun 2019 Keputusan
Presiden Tentang Pembentukan Kementerian Negara Dan Pengangkatan
Menteri Negara Kabinet Indonesia Maju Periode Tahun 2019-2024 tanggal 23
Oktober 2019

Nugroho, Riant, 2018, Kebijakan Pariwisata, Sebuah Pengantar Untuk Negara Berkembang, Jogjakarta; Pustaka Pelajar

Paramita, Ida Bagus Gede dkk , 2020 **NEW NORMAL BAGI PARIWISATA BALI DI MASA PANDEMI COVID**, Fakultas Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Volume 5 no 2 (2020) ,ISSN 2527-9734 Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya EISSN 2614-5340

Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia nomor 50 Tahun 2011 tanggal 2 Desember 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010–2025

Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia nomor 46 Tahun 2011 tanggal 1 Desember 2011 tentang Penilaian Prestasi Kerja PNS

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia nomor 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja

Pitana, I Gde dkk, 2019, Pengantar Ilmu Pariwisata, Yogyakarta

Rangkuti, Freddy, 2019, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama

Sugiono, 2017, Metodologi Penelitian Kebijakan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi, Bandung; Alfabeta

Sugihamretha, Dewa Gde, 2020, **Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata**. "The Indonesian Journal of Development Planning Volume IV No. 2

Soehardi dkk, 2020, Pengaruh Pandemi Covid19 terhadap wisatawan mancanegara dan nusantara serta karyawan perusahaan penerbangan di Indonesia, Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, Volume 2 No 2, ISSN 1858 – 1358, E – ISSN 2684 – 7000

Undang – Undang Republik Indonesia no.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata tanggal 16 Januari 2009

Utama, I Gusti Bagus Rai Utama, Pengantar Industri Pariwisata, Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif, 2016, Jogjakarta; Deepublish (CV Budi Utama)

Victor T.C. Middleton dkk, 2009, Marketing in Travel and Tourism, Fourth Edition, Butterworth Heinemann

Walakula, Yandri benony, 2020 Analisis Eksistensi Pariwisata Indonesia di Tengah Situasi Pandemi *Corona Virus Disease (Covid19)*, Mahasiswa Prodi Pariwisata IAKN Ambon Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan I, Vol. I No. 1 I Juni 2020 NOUMENA 47,

Walle III A.H, 2000, Qualitative Research in Intelligence and Marketing, Praeger.

Yoeti, Oka A, Pengantar Ilmu Pariwisata, 1996, Bandung; Angkasa

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nama : **PUPUNG THARIQ FADHILLAH**

Tempat & Tanggal Lahir : Bogor, 03 April 1975

Agama : Islam

Alamat : Kp. Padurenan Kelurahan Pabuaran Mekar RT 001/007 no.74,
samping Ponpes Daarul Fudlola, Cibinong – Bogor Jawa Barat

Telp. 0818693499

Status : Menikah tanggal 9 Maret 2005, Anak : 3 wanita dan 1 Laki – laki

Email : master_pupung@yahoo.com.sg

Instansi : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Alamat Instansi : Ged BUMN Lt.18, Jl Merdeka Selatan Jakarta Pusat

Jabatan : Fungsional Perencana Madya, Koordinator Bidang Perencanaan
dan Keuangan

Golongan : IV a (Pembina)

Riwayat Pendidikan

S2 – Magister Terapan Administrasi Publik, Politeknik STIA LAN Jakarta
2021

S1 – Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia 2003

D3 - Diploma III Manajemen Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi
Pariwisata Bandung

SMAN 3 Bogor – 1993

SMPN Ciriung 02 – 1990

SDN Ciriung 02 - 1987

Riwayat Pekerjaan

1. Koordinator Bidang Perencanaan dan Keuangan – Agustus 2020 sd sekarang
2. Kabag Perencanaan dan Keuangan Deputy Bidang Kebijakan Strategis – 14 Feb 2020 – 1 Agustus 2020
3. Kepala Bidang Area I (India) – 15 Januari 2019 sd 13 Feb 2020
4. Kepala Bidang Area II (Asia Tengah dan Selatan), 4 Januari 2018 – 14 Januari 2019
5. Kepala Bidang Misi Penjualan Asia Tenggara, 30 November 2016 – 3 Januari 2018
6. Kasubid Festival Seni dan Budaya, 5 Juni 2015 – 29 November 2016
7. Kasi Wilayah ASEAN 1, 25 Juli 2014 – 4 Juni 2015
8. Kasi Afrika, 23 April 2012 – 24 Juli 2014
9. Kasi Asosiasi Luar Negeri, Direktorat Konvensi, Insentif dan Pameran, 4 Februari 2011 - 22 April 2012
10. Staf , 1998 – 3 Februari 2011