



INOVASI WIRAUSAHAWAN TOUR & TRAVEL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI MATARAM

Oleh
Supardi
Politeknik Pariwisata Lombok
Email: supardi@ppl.ac.id

Abstrak

Kebijakan untuk mengantisipasi penyebaran virus corona melalui berbagai aspek membuat wabah corona ini telah banyak membuat perubahan bagi masyarakat bumi baik dari aspek wisata, hiburan, social, pendidikan, ekonomi ataupun politik. Industri pariwisata sebagai industri yang melibatkan manusia sebagai komoditas utamanya. Secara sadar ataupun tidak, maskapai penerbangan, hotel, restoran, dan agen perjalanan yang mengandalkan pendapatan mereka dari turis mengalami krisis akibat penyebaran virus corona. Perusahaan tour & travel yang ada di Mataram diharapkan sebagai ujung tombak untuk mendatangkan wisatawan sesuai dengan target yang telah ditetapkan diharapkan mampu bertahan dan berinovasi di atas serangan badai virus corona, oleh karena itu inovasi dalam usaha harus dapat digerakkan dengan cepat dan penuh kreasi sehingga dapat bangkit dan membangun pariwisata dan perusahaannya dengan segera. Bagi pelakunya, inovasi bukan lagi pilihan di persimpangan. Inovasi adalah tentang kejelian melihat kemungkinan. Keberanian menjalani ketidakpastian. Untuk mewujudkan kemahakaryaan. Bagi pelakunya, inovasi bukan sekedar urusan keuntungan, apalagi sekedar perbaikan demi mengejar ketertinggalan. Inovasi berarti senantiasa menjadi relevan yang dibanggakan di segala zaman. Febransyah (2016: 11). Telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai inovasi wirausahawan, namun terkait dengan wabah Covid-19 dan travel baru ini dilakukan. Oleh karena itu Peneliti tertarik untuk menganalisa permasalahan tersebut dengan judul Inovasi Wirausahawan Tour & Travel Pada Masa Pandemi Covid-19 di Mataram. Permasalahan penelitian ini yaitu, Apa dampak dan apa Inovasi wirausahawan Tour & Travel di Mataram pada masa Covid-19?. Manfaatnya yaitu: Manfaat teoritis yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang inovasi wirausahawan Tour & Travel dan manfaat kelembagaan yaitu dapat dijadikan rujukan dalam pembelajaran inovasi wirausahawan serta menjadi acuan perusahaan yang sejenis atau yang lainnya dalam berinovasi. Hasil penelitian ini yaitu dampak Covid-19 terhadap perusahaan Tour & Travel yaitu, hancurnya atau berantakan usaha travel, kerugian total secara finansial, merumahkan karyawan, menurunkan gaji karyawan, freezing moment, dan offering asset. Usaha-usaha yang dijalankan oleh pengusaha Tour & Travel terkait dengan bidang travel yaitu: membuat paket-paket baru seperti oneday tour, promosi menggunakan media social ataupun website, tetap promosi melalui media social kepada wisatawan local Lombok, melakukan promosi live video dengan mengunjungi destinasi melalui media facebook ataupun instagram, menyewakan kendaraan kepada instansi pemerintah, dan kontrak kendaraan dengan supir. Kemudian usaha-usaha yang dijalankan selain usaha di bidang Tour & Travel sebagai upaya untuk menambah penghasilan lain yaitu: usaha kuliner, jualan buah apel ataupun jeruk, jualan kopi, usaha penitipan atau antar jemput barang seperti JNE, mengembangkan hotel, dan mengembangkan vila. Inovasi Wirausahawan yang dijalankan oleh pengusaha Tour & Travel yaitu Bus kopi, Virtual Tour dan Marketplace travel

Kata kunci: Inovasi, wirausahawan, Tour & Travel



PENDAHULUAN

Kasus Positif Covid-19 di Indonesia tembus 650.197 kasus pada bulan Desember 2020. <https://covid19.go.id/>. dan terus bertambah setiap harinya. Bagaimana mengantisipasi penularan virus corona? Yaitu dengan meningkatkan kewaspadaan dan kesiapsiagaan di pintu masuk Negara atau suatu daerah, baik di bandara, pelabuhan maupun lintas batas darat negara. Mengaktifkan penggunaan thermal scanner sebagai deteksi awal gejala demam pada pelaku perjalanan yang masuk. Jika ada yang "tertangkap" dengan alat ini maka dilakukan pemeriksaan lebih lanjut dan jika perlu dirujuk ke RS rujukan untuk perawatan lebih lanjut. <https://www.kemkes.go.id/>.

Kebijakan untuk mengantisipasi penyebaran virus corona melalui berbagai aspek membuat wabah corona ini telah banyak membuat perubahan bagi masyarakat bumi baik dari aspek wisata, hiburan, social, pendidikan, ekonomi ataupun politik.

Industri pariwisata sebagai industri yang melibatkan manusia sebagai komoditas utamanya. Secara sadar ataupun tidak, maskapai penerbangan, hotel, restoran, dan agen perjalanan yang mengandalkan pendapatan mereka dari turis mengalami krisis akibat penyebaran virus corona.

Perusahaan tour & travel yang ada di Mataram diharapkan sebagai ujung tombak untuk mendatangkan wisatawan sesuai dengan target yang telah ditetapkan diharapkan mampu bertahan dan berinovasi diatas serangan badai virus corona, oleh karena itu inovasi dalam usaha harus dapat digerakkan dengan cepat dan penuh kreasi sehingga dapat bangkit dan membangun pariwisata dan perusahaannya dengan segera. Bagi pelakunya, inovasi bukan lagi pilihan di persimpangan. Inovasi adalah tentang kejelian melihat kemungkinan. Keberanian menjalani ketidakpastian. Untuk mewujudkan kemahakaryaan. Bagi pelakunya,

inovasi bukan sekedar urusan keuntungan, apalagi sekedar perbaikan demi mengejar ketertinggalan. Inovasi berarti senantiasa menjadi relevan yang dibanggakan di segala zaman. Febransyah (2016. 11). Lakukan dengan cepat, lakukan dengan benar, lakukan dengan murah, pilihlah dua dari tiga (Leslie Pockell. 40) untuk menghadapi ketidakpastian akibat virus corona.

Inovasi (Daryanto: 2013. 33) adalah kemampuan dan keinginan untuk menemukan metode baru, termasuk cara baru untuk mengatur bisnis untuk lebih efektif, cara baru untuk memasarkan produk, atau cara baru untuk menyempurnakan cara lama, suatu pendekatan yang banyak akal, terus menerus penyempurnaan dan perubahan adalah ciri wirausahawan yang sukses.

Inovasi atau inovatif juga dapat dikatakan membuat terobosan baru, karena adanya penemuan baru (inovasi), pengembangan (ekstensi), penggandaan (duplikasi), kombinasi (sintetis) dalam masalah produk dan pelayanan (Daryanto: 2013. 7).

Mental usaha para pemangku perusahaan sungguh sangat diuji dalam kondisi seperti ini karena wabah ini melanda seluruh dunia yang mana pariwisata juga melibatkan seluruh masyarakat yang ada di bumi ini. Usaha travel dalam kondisi ini harus memiliki banyak prinsip bisnis misalnya jangan takut berjalan pelan. Takutlah jika hanya diam tidak bergerak (Leslie Pockell: 46). Wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan menggunakan kesempatan bisnis, memberdayakan sumberdaya yang ada dengan suatu tindakan yang tepat dan sikap yang optimis untuk meraih keuntungan (Daryanto: 2013. 12).

Menghadapi virus corona para wirausahawan travel harus memiliki strategi dalam berusaha. Strategi yang menggambarkan prediksi dan tindakan yang akan dilakukan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang. Wirausahaan sukses



dalam menghadapi virus corona harus memiliki strategi khusus dengan menerapkan kreativitas, inovasi dan jiwa kepemimpinan, dan sikap profesional dalam bekerja. Strategi tersebut mendorongnya untuk menciptakan produk yang dibutuhkan masyarakat karena memiliki ciri khas, menarik, dan berbeda dari produk lainnya (Irim: 2019.26).

Sejatinya penginovasi dalam bentuk apapun adalah pemecahan persoalan. Selama inovasi yang ditawarkan berhasil menciptakan 'quick wins' yang dapat dinikmati penggunaannya, itu sudah baik. Inovasi menjadikan kita bermakna karena menawarkan solusi, perbaikan atas persoalan yang ada. (Febransyah 2016; 94). Telah banyak penelitian yang dilakukan mengenai inovasi wirausahawan, namun terkait dengan wabah Covid-19 dan travel baru ini dilakukan. Oleh karena itu Peneliti tertarik untuk menganalisa permasalahan tersebut dengan judul Inovasi Wirausahawan Tour & Travel Pada Masa Pandemi Covid-19 di Mataram. Permasalahan penelitian ini yaitu, Apa dampak dan apa Inovasi wirausahawan Tour & Travel di Mataram pada masa Covid-19?. Tujuannya yaitu: mengetahui apa dampak Covid-19 dan mengetahui apa inovasi wirausahawan Tour & Travel pada masa Covid-19 di Mataram. Sedangkan manfaatnya yaitu: Manfaat teoritis yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang inovasi wirausahawan Tour & Travel dan manfaat kelembagaan yaitu dapat dijadikan rujukan dalam pembelajaran inovasi wirausahawan serta menjadi acuan perusahaan yang sejenis atau yang lainnya dalam berinovasi.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan studi kasus. Studi kasus adalah salah satu penelitian ilmu-ilmu sosial. Dalam penelitian studi kasus terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan

berkaitan dengan data penelitian, penelitian studi kasus harus mengumpulkan bukti-bukti dari berbagai sumber baik melalui dokumentasi, observasi, wawancara, maupun survei. Peneliti akan membahas secara mendalam Inovasi wirausahawan Tour & Travel untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid-19. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi kasus eksploratoris. Menurut Yin (2012: 23) penelitian studi kasus eksploratoris yaitu penelitian kasus diteliti untuk memperoleh informasi awal bagi penelitian sosial yang dilakukan.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah di mana peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitiannya menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono, 2012 : 9). Penelitian dilakukan pada usaha Tour & Travel yang ada di Mataram dan penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2020.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data data kualitatif, data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kalimat, simbol, dan data lain yang bentuknya bukan dalam angka. Sumber data dalam penelitian adalah subyek darimana data dapat diperoleh (Arikunto, 2006:129). Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama (Sarwono, 2006:8). Data ini berupa rekaman hasil wawancara dengan semua informan yaitu pengelola usaha travel, pegawai travel, Asosiasi Biro perjalanan wisata dan pemerintah yang terkait akan dituangkan dalam bentuk verbatim maupun berbagai bentuk data primer lainnya yang diperoleh langsung di lapangan seperti temuan-temuan di tempat penelitian.



Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkan. Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti di kantor Dinas Pariwisata di Kota Mataram atau Provinsi Nusa Tenggara Barat, Kantor BPS Kota Mataram, kantor ASITA, Kantor BPPD serta melalui buku-buku ataupun internet yang berkaitan dengan penelitian ini, literature dan artikel –artikel.

Untuk memperoleh data yang akurat diperlukan informan penelitian. Jadi, yang menjadi informan utama dalam penelitian utamanya adalah Kabid Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Mataram, Ketua Asita, Pakar Pariwisata NTB. Dan untuk memperoleh data yang akurat diperlukan informan kunci. Yang menjadi Informan kunci Pengelola usaha travel di Mataram dan danS pegawai travel di Mataram.

Instrumen Penelitian

Instrument penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Peneliti adalah instrument kunci (*key instrument*). Peneliti yang mengadakan sendiri pengamatan atau wawancara berstruktur dan hasil catatan atau rekaman wawancara.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa instrument: Observasi; Observasi yaitu pengamatan langsung kepada suatu obyek yang akan diteliti. Nasution (dalam Sugiyono, 2012 : 226) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan hanya dapat bekerja apabila ada data dari hasil observasi. Peneliti dalam melakukan pengumpulan data juga dengan menggunakan observasi terus terang. Observasi terus terang digunakan karena informan ikhlas dan mengetahui sejak awal jika peneliti sedang mengadakan penelitian terhadapnya. Pengelola perusahaan, pegawai dan staf perusahaan travel mengetahui dengan pasti sedang diadakan penelitian tentang dampak dan inovasi usaha pada masa Covid-19. Dengan demikian, mereka bisa memberikan keterangan atau

informasi yang jelas dengan ikhlas dan tanpa paksaan.

Suatu metode yang dipergunakan untuk mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang informan, dengan bercakap-cakap berhadapan muka atau melalui telpon atau WA. Dalam melaksanakannya, diadakan interview berencana, tidak berencana (wawancara tidak berstruktur) kepada pihak yang dipandang berkompeten untuk diwawancarai adalah Pengelola perusahaan, pegawai dan staf perusahaan Tour & Travel mengetahui dengan pasti sedang diadakan penelitian tentang inovasi wirausaha.

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar dan karya monumental dari seseorang. Dokumen dalam penelitian ini ada yang berbentuk tulisan yaitu peraturan (undang-undang), verbatim hasil wawancara, serta dokumen yang berbentuk gambar antara lain foto-foto saat kegiatan penelitian ini berlangsung.

Teknik Analisis Data

Analisa data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya jenuh. Langkah-langkah dalam analisa data adalah data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Selanjutnya tahapan analisis data kualitatif menurut Janice McDrury (dalam Moleong, 2013:248) adalah sebagai berikut: 1) Membaca/mempelajari data, menandai kata-kata kunci dan gagasan yang ada dalam data; 2) Mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari kata; 3) Menuliskan “model” yang ditemukan; 4) Koding yang telah dilakukan.

Mengacu pada langkah-langkah tersebut di atas, maka langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam analisa data adalah sebagai berikut : membuat catatan di lapangan (pengumpulan data), membuat catatan penelitian (mencatat atau menulis dan tidak boleh ditunda), menyunting data,



mengelompokkan data sejenis, mencari dan menemukan pola, melakukan interpretasi data, menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak dan Usaha Wirausahawan Tour & Travel pada Masa Pandemi Covid-19

Usaha dan berbagai upaya tetap dilaksanakan oleh pengusaha travel yang ada di Kota Mataram Nusa Tenggara Barat untuk membangkitkan perusahaannya dan membangkitkan pariwisata Nusa Tenggara Barat, karena Wisatawan yang berkunjung tentunya sangat ingin menikmati panorama Indonesia yang sangat menakjubkan di mata dunia (Baharuddin, Kasmita, & Salam, 2017; Bungin, 2018; Said, Wahidiat, Andayani, Harifuddin, & Salam, 2017). Salah satu daerah yang paling banyak dikunjungi selain Bali adalah Nusa Tenggara Barat (NTB) (Pantiyasa & Pradana, 2018). Daerah ini dikenal oleh masyarakat adalah Bali kedua di Indonesia. Hal ini disebabkan karena keindahan alam dan lautnya yang menyaingi Kota Bali. Banyak masyarakat beranggapan bahwa destinasi wisata yang dimiliki oleh Bali maka ada pula di NTB. Akan tetapi, destinasi wisata di NTB belum tentu ada di Kota Bali. Hal ini yang membuat, para wisatawan tertarik untuk berkunjung di daerah tersebut. (Farid, dkk. Journal).

Pada tahun 2020 ini wisatawan harus bersabar untuk sementara tidak dapat menikmati indahnya Lombok yang disebabkan karena virus corona. Sebelum covid-19 ini mewabah dan melanda dunia terdapat bencana besar yang terjadi di Lombok yaitu gempa bumi pada tahun 2018. Akibat gempa bumi yang melanda NTB pada tahun 2018 para wisatawan mengalami penurunan yang sangat tinggi. Selain itu, aksestabilitas jalanan, hotel, rumah penduduk mengalami kerusakan. Oleh karena itu, pemerintah mengambil langkah antisipasi untuk membantu para korban gempa baik masyarakat setempat dan para wisatawan yang berkunjung. Akan tetapi, para wisatawan

mengalami trauma atas gempa yang melanda NTB. (Farid, dkk. Journal).

Covid-19 memberikan dampak yang besar terhadap pariwisata dan industri yang terlibat di dalamnya yang paling utama yaitu industri travel. Industri pariwisata yang paling merasakan akibat bencana covid-19 padahal pariwisata merupakan ujung tombak pembangunan. waktu terjadinya musibah gempa bumi kunjungan wisatawan ke Provinsi NTB pasca gempa mengalami penurunan. Hal ini dapat terlihat di Bandara Internasional Lombok (BIL) mengalami penurunan penumpang yang datang apabila dibandingkan sebelum gempa. Hal ini dilihat pada tahun 2017 di bulan Januari Jumlah wisatawan domestik sebesar 2.464.866 wisatawan. Sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 2.706.107 wisatawan. Akan tetapi, Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung pada tahun 2017 sebesar 246.721 wisatawan dan pada tahun 2018 sebanyak 236.827 wisatawan berarti mengalami penurunan pada bulan Januari sampai September. (Farid, dkk. Journal).

Menurut Rhenald Kasali dalam (Rusdiana;239) dunia bisnis/usaha adalah dunia penuh risiko, dan keberanian mengambil risiko menjadi modal pertama. Resiko usaha mengakibatkan kerugian dari bencana alam dapat datang setiap saat secara tiba-tiba dan tidak dapat diprediksi. Akibat gempa tahun 2018 belum tertuntaskan, datang lagi wabah virus corona, hal ini juga mengakibatkan kunjungan wisatawan ke Lombok tidak ada sama sekali pada awal dan pertengahan tahun 2020 bahkan sampai tahun 2020. Tidak adanya kunjungan wisatawan mengakibatkan perusahaan-perusahaan travel hancur dan menutup untuk sementara usahanya. Dari hasil penelitian ini dapat diidentifikasi akibat dari virus corona (Covid-19) terhadap usaha travel yang ada di Mataram dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Hancurnya atau berantakannya usaha travel
2. Kerugian total



3. Merumahkan karyawan
4. Menurunkan gaji karyawan
5. Freezing moment
6. Offering asset

Usaha adalah kegiatan yang dilakukan manusia untuk mendapatkan penghasilan, baik berupa uang maupun barang yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan dan mencapai kemakmuran yang diinginkan. Oleh karena itu tujuan usaha adalah hasil dan keuntungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. (Rusdiana;239). Usaha travel sebagai bagian dari kegiatan bisnis bertujuan jangka pendek untuk mendapatkan keuntungan dan bertujuan jangka panjang untuk tetap eksis dan dapat diwariskan kepada anak turunan dari pemiliknya.

Bencana atau pandemic Covid-19 berisiko besar terhadap perusahaan travel banyak perusahaan travel yang ada di Mataram menjadi pailit. Pailit artinya bangkrut, dan bangkrut artinya menderita kerugian besar hingga jatuh. (Rusdiana;242). Kondisi global seperti ini tentunya tidak pernah membuat para pengusaha travel yang ada di Mataram untuk berputus asa.

Wiratmo, Masyur (2001:85) dalam (Rusdiana;242) menjelaskan bahwa sekurangnya terdapat tiga alternative bagi badan usaha yang berada pada psosis mendekati kepailitan atau pada posisi tidak mampu membayar kewajiban jangka pendeknya yaitu:

- a) Likuidasi artinya ketika wirausahawan secara sukarela atau terpaksa melikuidasi semua aktiva usaha yang tidak dapat dibebaskan. Likuidasi adalah pembubaran perusahaan dengan cara melakukan penjualan harta perusahaan, penagihan piutang, dan pelunasan utang, serta penjelasan sisa harta atau utang antara pemilik. (Perbankan Indonesia, 1977:77 dalam H.A. Rusdiana;243). Kondisi perusahaan travel di Mataram yang secara total dilikuidasi tidak ditemukan oleh peneliti, namun hanya ada sebagian yang menjual asset tetapnya

seperti kendaraan dan menutup sementara usaha travelnya.

b) Reorganisasi artinya secara luas adalah perubahan mengenai imbalan atau susunan tertentu, baik yang menyangkut struktur organisasi perusahaan maupun struktur modal dari suatu perusahaan, (Rusdiana;247). Penelitian yang telah dilakukan pada Travel yang ada di Mataram melakukan reorganisasi terutama dalam mengurangi jumlah karyawan ataupun merumahkan karyawannya, baik yang mempunyai posisi strategis ataupun tidak. Disamping itu juga modal yang dimiliki dialihkan ke usaha yang lain karena travel tidak dapat dijalankan.

c) Rencana Perpanjangan waktu pembayaran, artinya perusahaan mengajukan rencana perpanjangan waktu pembayaran hutang yang diambil dari perbankan melalui pengadilan. Namun dari penelitian ini tidak ada disebutkan kalau pemilik perusahaan travel melakukan hal ini.

Dampak yang luar biasa akibat dari virus corona seperti yang disebutkan di atas membuat perusahaan tidak dapat beroperasi sementara terutama mengenai kegiatan tour, hal ini disebabkan karena pelaku usaha tidak dapat berdekatan langsung dengan costumernya, namun demikian perusahaan tetap ada yang beroperasi dengan kegiatan utamanya yaitu sebagai berikut:

1. Membuat paket-paket baru seperti oneday tour
2. Promosi menggunakan media social ataupun website
3. Tetap promosi melalui media social kepada wisatawan local Lombok
4. Melakukan promosi live video dengan mengunjungi destinasi melalui media facebook ataupun instagram
5. Menyewakan kendaraan kepada instansi pemerintah
6. Kontrak kendaraan dengan supir



Usaha Tour & Travel yang ada di Mataram memang tidak semuanya tidak beroperasi secara penuh, buktinya dari penelitian ini seperti yang dilakukan oleh Travel Cakpoor menyatakan:

“Ya selama pandemi saya dapat 2 sampai 3 kali tour orang lokal orang lombok sendiri”

Pengusaha Tour & Travel yang tetap berinisiatif untuk membuka perusahaannya tetap saja mendapatkan pelanggan meskipun dalam kondisi pandemic, pemilik perusahaan ini tetap optimis untuk menjalankan usahanya meskipun dengan kondisi dan harga paket yang memprihatinkan.

Kekuatan semangat dan jiwa pemberani para pengusaha travel untuk tetap menjalankan perusahaannya meskipun dengan kegiatan hanya untuk promosi secara langsung ataupun tidak langsung untuk memberikan informasi kepada para pelanggannya, walhasil ada saja pelanggan yang follow dengan kegiatan live video melalui facebook ataupun instagram, begitu juga dengan perusahaan LookLombok sudah mendapatkan bookingan dari pelanggannya, namun beliau tidak tahu kapan tamunya akan bisa datang untuk berwisata di Lombok, berikut pernyataan beliau:

“Kalau kita tetap marketing jalan, karena kita prinsipnya nabung, sharing-sharing paket. Seperti yang saya bilang pertama tadi, sebenarnya sudah ada bookingan tapi kita sama-sama tidak tahu kapan bisa datang. Dan saya yakin mereka yang di luar Lombok sana pingin sekali datang kelombok tapi entah kapan

Hal terpenting bagi pengusaha adalah terdapatnya informasi yang jelas bagi pelanggan ataupun calon pelanggan bahwa usaha perusahaan travel yang masih hidup dan berjalan, sehingga jika kondisi sudah betul-betul normal, maka pelanggan yang sudah sangat merindukan indah dan ramahnya bumi Lombok segera akan berwisata menggunakan travel yang tetap setia kepada pelanggannya.

Pengusaha travel Arintra juga tidak mau berdiam membisu membiarkan kendaraan travel miliknya dibiarkan tidak bergerak, karena pada prinsipnya kendaraan kalau tidak dihidupkan atau berjalan otomatis akan rusak. Dengan demikian beliauapun menyewakan dan mengkontrakkan kendaraannya kepada instansi pemerintah ataupun kepada sopir-sopirnya.

Kegiatan usaha travel yang dioperasionalkan memang masih terkendala oleh wabah Covid-19 dan tidak ada tamu yang bisa dihandle untuk menjalankan tour, namun pengusaha-pengusaha travel yang kami teliti mencoba untuk melakoni usaha selain di bidang travel guna untuk mendapatkan hasil dan tentunya dapat memberikan napkah untuk keluarga tercinta.

Usaha-usaha lain yang dilakukan oleh para pengusaha travel yang ada di Mataram selain usaha travel yaitu, beralih ke UMKM seperti usaha kuliner, jualan buah apel ataupun jeruk, jualan kopi, usaha penitipan atau antar jemput barang seperti JNE, mengembangkan hotel, dan mengembangkan vila.

Dampak positif dari virus corona ini menimbulkan ide dan gagasan usaha baru bagi para pengusaha untuk seterusnya dijalankan. Setiap peluang terus dicoba termasuk UMKM selain travel seperti yang disebutkan di atas. Selain dampak dan usaha-usaha yang disebutkan oleh para pelaku usaha travel di atas, pakar pariwisata dan pemerhati pariwisata Nusa Tenggara Barat mencoba untuk memberikan pendapat beliau terkait dengan paket-paket wisata yang harus disiapkan oleh pengusaha travel agar tidak terjebak hanya pada rutinitas pada paket SASAKTOUR saja, seperti ungkapan beliau berikut ini:

-Educational Tourism, Paket belajar mengaji di Gili, bagi paket keluarga atau privat, dengan menghadirkan Ustadz/Guru untuk mengajar

-Culture Tourism, Paket belajar membaca lontar, di suatu desa yang ada di lombok

-Culinary Tourism, Paket kreatif dalam kuliner yang ada di NTB



-Suranadi, *Paket kreatif membuat kegiatan glamping seperti yang ada di moyo untuk diterapkan di suranadi*

-Paket sejarah tentang Pahlawan yang ada di seputar NTB, *Napak Tilas Maulana Syaikh, Napak Tilas kerajaan selaparang*

-Paket *Wildlife*, untuk mengamati alam secara privat, contoh di Kalimantan paket melihat orang utan

-Paket *Diving*, untuk melihat spesies hewan yang ada di beberapa pantai di NTB. Masalah saat ini, wisatawan bisa merancang paket sendiri, sehingga minim kreatifitas dari pelaku usaha

Saat ini menurut Bapak Taufan, Wisatawan lebih kreatif daripada pelaku usaha travel, karena wisatawan saat ini lebih harusnya, pelaku usaha travel saat ini lebih banyak menunggu orderan daripada membentuk suatu kreatifitas, sekarang yang diharapkan pelaku lebih berusaha keras untuk mencari destinasi baru yang cenderung lebih baru, Desa wisata akan menjadi destinasi primadona, karena kondisinya ada dimana yang akan menjadi potensi bagus karena kondisinya yang sepi karena wisatawan saat pandemic seperti sekarang ini tetap ingin berlibur tapi tidak pada tempat yang terlalu padat dan ramai.

Menurut bapak Taufan, kegiatan travel sekarang harus merujuk kepada pemerintah, yang dikutip dari pernyataan UNWTO “Negara harus aktif memberikan perhatian kepada pelaku usaha Tour & Travel dan pengusaha harus aktif mencari informasi terkait bantuan dan arahan pemerintah, merubah segmen penjualan dengan perubahan yang dulunya terbiasa dengan *Mass Tourism* atau Grup Tour menjadi lebih Privasi dan umumnya sedikit, jadi bagi pelaku usaha Tour & Travel diminta kreatif dan keluar dari rutinitas paket tur yang dijual sebelumnya, karena minat wisatawan ingin lebih aman dan nyaman di kondisi saat ini, dan segmentasi pasar saat ini menurut UNWTO, harus fokus kepada pasar Lokal, Domestik, baru Mancanegara, namun untuk

kondisi saat ini, diharapkan untuk bertahan hanya dengan mengharapkan pasar dari lokal dan domestic

2. Inovasi Usaha Travel pada Masa Pandemi Covid-19

Haruskah perusahaan travel berinovasi dan apa yang harus diinovasi terkait dengan kondisi Covid-19 yang belum jelas kapan akan berakhir. Pengusaha memang selalu dapat membaca peluang untuk membuat suatu terobosan, termasuk di masa pandemic Covid-19 sekarang ini. Inovasi usaha dapat dilaksanakan dalam kondisi seperti ini. Menurut (Ade Febransyah; 61) peluang inovasi ditimbulkan dari keterbatasan, dari kebersahajaan, dari kesempitan, dari kekhawatiran, dari ketergesaan, ketidakeleganan, ketidakindahan, kesemuan, keberagaman, ketidakhadiran, kemalasan, kerumitan, kemewawan, keserakahan dan ketidakpastian.

Inovasi. Hills, Gerald, (2008), inovasi didefinisikan sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003:10) inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”.

Bagi penginovasi, barang atau layanan yang dihasilkan adalah jawaban atas problem yang ada pada masyarakat penggunaanya (Ade Febransyah. 83). Dari penelitian yang peneliti lakukan terdapat tiga perusahaan travel yang melakukan inovasi terkait dengan usaha travel, yaitu usaha bus kopi, virtual tour, dan market palce travel.

Usaha atau bisnis bus kopi diinisiasi oleh guide yang ada di Mataram, pengusaha bus pariwisata dan pengusaha kopi. Dari observasi melalui online yang peneliti lakukan bahwa Bus kopi siaga setiap hari di Distro kuliner Taman Budaya Jalan Majapahit, mulai pukul 16.00-18.00 Wita. Fasilitas di dalam bus tersebut yaitu tempat duduk dengan desain berhadap-hadapan seperti halnya di kereta api dengan kapasitas 26



orang. Selain itu disiapkan makanan ringan, kopi dengan berbagai rasa, live music, hiburan komedi, serta setiap penumpang bis kopi akan diajak berkeliling ke sejumlah objek wisata Kota Mataram. Untuk menikmati fasilitas bus kopi cukup dengan membayar Rp 49.000 per orang.

Beberapa objek wisata yang dapat dikunjungi yaitu Taman Budaya, Gapura Tembolak, Islamic centre, Mayure, kemudian balik ke Taman Budaya. Pangsa pasar bus kopi ini memang dihajatkan untuk tamu dari luar daerah, tapi karena saat ini masih sepi, maka tamu local diharapkan bisa memberikan partisipasinya.

Pemanfaatan bus ini sementara banyak dipesan oleh ibu-ibu arisan, anak sekolah, dan komunitas-komunitas lainnya. Kemudian kebaeradaan bus kopi ini ke depan armadanya bisa terus ditambah seiring dengan animo public. Dengan demikian Mataram tidak hanya menghadirkan destinasi alam, ada ruang rekreasi keluarga dan anak yang dikonseptematik.

Innovator selanjutnya yaitu pengelola Lombok Hidden Trip yang menjalankan sebuah virtual tour. Tour yang disebut sebagai virtual tour ini sejatinya menggunakan media ZOOM, untuk mengikuti tour, costumer yang berminat tentunya harus mendaftarkan diri dan merigester identitas melalui situs yang sudah disediakan oleh pengelola. Setelah tema dan waktu disepakati maka tour akan dijalankan. Tamu-tamu yang pernah dihandle tour oleh perusahaan ini yaitu berasal dari Jawa, Belanda dan Korea.

Adapun langkah-langkah dalam mengikuti virtual tour dapat dilihat di website yang dimiliki oleh lombok hidden trip, seperti di bawah ini;

1. Pilih jadwal virtual tour
2. Isi form yang sudah disediakan
3. Melakukan registrasi
4. Tunggu email konfirmasi yang akan dikirimkan, berupa ID ZOOM dan password yang akan digunakan saat virtual tour

5. Masuk ke ruang meeting 10 menit sebelum virtual tour

6. Nikmati virtual tour di rumah aja

Penginovasi selanjutnya yaitu pengelola LtripX, usaha yang dijalankan ini berupa Market Place dimana salah satu produknya menyediakan portal untuk travel. Pada portal ini costumer yang berhajat untuk melakukan tour disediakan form ataupun paket-paket tour yang mau dipilih untuk menjalankan tournya. Selain itu usaha ini menyediakan portal kerjasama kepada pengelola tour & travel yang ingin menjual paket-paket tournya bisa bergabung bersama perusahaan ini tanpa dipungut biaya, namun hasil akan didapatkan oleh perusahaan ini ketika paket yang terjual sudah laku dan bagian yang diambil yaitu sebesar 10%.

Proses managerial tetap dilewati oleh pengusaha travel ini untuk dapat menjalankan rencananya, berikut langkah-langkah yang ditempuhnya yaitu: melalui tahapan dari perencanaan, design, mengembangkan, mengevaluasi cara kerja sistem, test market dan rencana launching di 19 Januari 2021 (tahun depan), Kemudian kontrak kerjasama dengan supplier dan pemasaran, membangun IPO 2023 (initial public offering) atau kondisi dimana perusahaan akan menjual sebagian sahamnya kepada publik atau masyarakat umum.

Penelitian ini telah mendapatkan para inovator yang lahir dari sebuah peristiwa wabah yaitu Covid-19. Inovasi tumbuh dari berbagai sumber termasuk virus. Seperti yang disebutkan oleh Ade Febransyah; 53 peluang inovasi bisa bersumber dari ketidak pastian, kesempitan, keterbatasan, kekhawitaran dan lain sebagainya. Virus ini membawa kesempitan, kekhawatiran dan keterbatasan namun juga membuat peluang yang bisa dijadikan usaha tentunya bagi orang-orang hebat seperti para pengusaha travel.

Merujuk dari UU No. 19 Tahun 2002, Menurut UU No. 19 Tahun 2002, inovasi mempunyai 4 (empat) ciri yaitu: memiliki kekhasan, memiliki ciri atau unsur kebaruan, program inovasi dilaksanakan melalui program



yang terencana, dan inovasi yang digulirkan memiliki tujuan. Dengan demikian dari usaha travel yang diteliti memiliki ciri yang disebutkan di atas dalam undang-undang tersebut.

Inovasi wirausahawan Tour & Travel memiliki kekhasan/kekhususan, artinya ide, program, tatanan, system, termasuk kemungkinan hasil yang diharapkan. Di Mataram khususnya apa yang dilakukan oleh para pengusaha travel seperti membuat bus kopi, virtual tour dan market place merupakan sesuatu hal yang sangat baru dan memiliki kekhasan sendiri. Ide, program, tatanan, system yang dibuat khusus di Mataram adalah yang berbeda dari yang lainnya.

Inovasi wirausahawan ini tentunya dijalankan melalui program yang terencana dalam arti bahwa suatu inovasi dilakukan melalui proses yang tidak tergesa-gesa, namun dipersiapkan secara matang dengan program yang jelas dan terencanakan terlebih dahulu. Hal yang sudah biasa dilakukan oleh para pengusaha apalagi pengusaha travel yang ada di Mataram setiap program yang dilakukan pastinya melalui perencanaan yang matang, tanpa rencana tentunya tidak dapat berjalan, meskipun perjalanan selanjutnya nanti ada kendala dan harus diberhentikan seperti virtual tour yang dijalankan oleh Lombok Hidden Trip.

Inovasi wirausahawan Tour & Travel yang dibuat dan dijalankan oleh para pengusaha travel di Mataram pastinya mempunyai tujuan, arah yang ingin dicapai, termasuk strategi untuk mencapai tujuan. Bus kopi mempunyai tujuan untuk memanjakan para penikmat kopi, minum kopi sambil berwisata menggunakan bus, selain itu juga untuk menghadirkan suasana yang berbeda bagi wisatawan yang liburan terutama di masa pandemic. Sedangkan Virtual tour ini bertujuan untuk melepaskan kerinduan bagi customer yang pernah menikmati indahnyanya pulau Lombok ataupun untuk dijadikan sebagai media promosi agar nanti ketika kondisi sudah mulai normal maka para calon tamu sudah mempunyai referensi yang pasti kemana mereka

akan berwisata. Sementara itu untuk Market Place bertujuan untuk memberikan fasilitas kepada para pengusaha travel untuk dapat mempromosikan paket wisatanya dan dibooking secara digital ataupun tamu-tamu yang mau bergabung dapat menentukan sendiri destinasi-destinasi yang akan dikunjungi.

PENUTUP

Kesimpulan

Wabah virus corona atau yang lebih dikenal dengan Covid-19 telah banyak memberikan dampak dan perubahan bagi kehidupan sehari-hari manusia, begitupula terhadap dunia pariwisata dan industri-industri pariwisata, terutama industri travel. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Dampak Covid-19 terhadap perusahaan Tour & Travel yaitu, hancurnya atau berantakan usaha travel, kerugian total secara finansial, merumahkan karyawan, menurunkan gaji karyawan, freezing moment, dan offering asset.
2. Usaha-usaha yang dijalankan oleh pengusaha Tour & Travel terkait dengan bidang travel yaitu: membuat paket-paket baru seperti oneday tour, promosi menggunakan media social ataupun website, tetap promosi melalui media social kepada wisatawan local Lombok, melakukan promosi live video dengan mengunjungi destinasi melalui media facebook ataupun instagram, menyewakan kendaraan kepada instansi pemerintah, dan kontrak kendaraan dengan supir.
3. Kemudian usaha-usaha yang dijalankan selain usaha di bidang Tour & Travel sebagai upaya untuk menambah penghasilan lain yaitu: usaha kuliner, jualan buah apel ataupun jeruk, jualan kopi, usaha penitipan atau antar jemput barang seperti JNE, mengembangkan hotel, dan mengembangkan vila.
4. Inovasi Wirausahawan yang dijalankan oleh pengusaha Tour & Travel yaitu Bus kopi, Virtual Tour dan Marketplace travel.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Ade Febransyah 2016. 50/50 Belajar Inovasi untuk menang. Gramedia
- [2] Al-khowarizmi Ryadu dkk., tentang Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk IMK Sektor Industri Makanan di Kota Denpasar tahun 2016.
- [3] Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [4] Daryanto Aris Dwi Cahyono: Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan) Gava Media: 2013)
- [5] Endang Sri Wahyuni dkk. tentang Inovasi Sistem Digital pada Biro Perjalanan di Lombok dan Yogyakarta tahun 2019.
- [6] Endang Sri Wahyuni dkk. tentang Peranan Biro Perjalanan Wisata dalam Mengembangkan Wisata Halal Di Lombok Tengah Dan Lombok Barat tahun 2017.
- [7] Ernani Hidayti (Universitas Gajayanan Malang 2012) berjudul Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil.
- [8] Farid, dkk. Dampak Gempa Bumi Terhadap Kunjungan Wisatawan ke Nusa Tenggara Barat Tahun 2018. Jurnal PPL.
- [9] Georgellis, Y, Joyce P. and Woods, A, 2001. Entrepreneurial Action, Innovation and Enterprise Development. Journal SMEs of Entrepreneurship, Vol.6 No.2
- [10] Giovanni Herman dkk dengan judul Pengaruh Penguasaan Akuntansi dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kinerja Manajerial Pada Perusahaan Jasa Di Kota Manado (Studi Pada Biro Perjalanan Travel Di Kota Manado).
- [11] Hills, Gerald, 2008. Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities. Journal SMEs of Research
- [12] Irim Rismi Hastyorini & Kartika Sari; KEWIRAUSAHAAN Jalan Keluar Ketidakpastian; 2019. Cempaka Putih.
- [13] Keeh, Hean Tat, Nguyen, Mai, Ping, 2007. The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs. Journal of Business Venturing, Juli. Vol.22, Issue 4, P.592-611
- [14] Leslie Pockell & Adrienne Avila: Prinsip-prinsip Bisnis Terhebat sepanjang Masa 2010. PT Ufuk Publishing House
- [15] Lestari, Baroroh dkk. Praktik Manajemen Pengetahuan Dan Kinerja Inovasi; 2013. UB Press
- [16] Nur Firdaus tentang Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial 2014.
- [17] Renita Helia Dkk., tentang Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo) 2015.
- [18] Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : ALFABETA.
- [19] Suryana, 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Revisi, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- [20] <https://covid19.go.id/>.
- [21] <https://www.kemkes.go.id/>.
- [22] <https://www.bps.go.id/>



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN