

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sementara itu, usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Usaha pariwisata dapat meliputi sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata
2. Kawasan pariwisata
3. Jasa transportasi wisata
4. Jasa perjalanan wisata
5. Jasa makanan dan minuman
6. Penyediaan akomodasi
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
8. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran
9. Jasa informasi pariwisata
10. Jasa konsultan pariwisata
11. Jasa pramuwisata
12. Wisata tirta
13. Spa

Menurut Chandra (2019), MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersamaan, rangkaian kegiatan dalam bentuk *Meeting*, *Incentive*, *Conference*, dan *Exhibition*. Berikut adalah penjabaran mengenai MICE:

1. *Meeting*/pertemuan atau rapat merupakan kegiatan rutin perusahaan, namun dengan adanya perusahaan tingkat korporasi, kebutuhan meeting akan lebih beragam sehingga kegiatannya perlu mendapat perhatian yang lebih baik dari seorang *meeting planner* (organisasi atau orang yang melakukan perencanaan untuk penyelenggaraan rapat perusahaan).
2. Perjalanan *Incentive*/Insentif. Unsur yang terdapat dalam perjalanan insentif adalah bisnis dan wisata. Pada perjalanan insentif, kegiatan bisnis dan pariwisata dilakukan bersama untuk mencapai tujuan perusahaan karena mereka berprestasi. Dalam perjalanan insentif, unsur wisatanya adalah perjalanan ke destinasi yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi, sementara unsur bisnisnya adalah menghadiri kegiatan seperti seminar, *workshop* atau konferensi. Perjalanan insentif tidak hanya dilakukan oleh perusahaan, tetapi banyak institusi Pendidikan melakukan perjalanan insentif dengan format yang sama, misalnya kunjungan industry, kuliah lapangan, atau wisata studi yang dikemas seperti perjalanan insentif.
3. *Conference* merupakan bisnis yang mempertemukan orang secara langsung dalam jumlah yang besar untuk berdiskusi mengenai suatu masalah, kasus, negosiasi, membangun hubungan dan jaringan bisnis, meningkatkan performa baik individu maupun perusahaan. Konferensi biasanya

diselenggarakan dengan nama lain seperti *summit*, *assembly*, *convention*, *congress*, *briefing*, dan *training*. Konferensi merupakan *event* bisnis yang mengedepankan komunikasi baik komunikasi internal dalam bentuk pertemuan untuk penjualan, seminar, pelatihan, konferensi tahunan) maupun komunikasi dengan *audience* seperti konferensi pers atau *product launching*.

4. Exhibition merupakan *event* yang biasanya menampilkan beragam jenis produk perusahaan yang dihadiri oleh banyak pengunjung untuk membeli produk baru perusahaan kepada masyarakat luas. Dengan demikian, dampak diselenggarakannya eksibisi adalah masyarakat mengetahui produk baru perusahaan. Walaupun tujuannya hanya ingin memperkenalkan produk, perusahaan juga menghendaki adanya peningkatan penjualan pada perusahaan.

Menurut Chandra (2019), terdapat empat jenis *event*, yaitu *Leisure Event*, *Cultural Event*, *Personal Event*, dan *Organizational event*. Berikut adalah penjelasan masing-masing *event*:

1. *Leisure Event* merupakan kategori *event* yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan yang mendatangkan banyak pengunjung.
2. *Personal Event* merupakan kegiatan yang di dalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori *event* ini dapat dikatakan lebih sederhana.
3. *Cultural Event* merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanana masyarakat. Dalam

perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin pesat dan ikut mendorong penyelenggaraan *cultural event* lebih menarik serta menyesuaikan dengan situasi serta kondisi pada era *modern* sehingga menjadi suatu susunan yang berkesan,

4. *Organizational Event* merupakan bentuk *event* yang diselenggarakan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi. Seperti konferensi pada sebuah partai politik, pameran, atau expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau perusahaan dengan kepentingan organisasi atau perusahaan tersebut.

Menurut Kusuma (2019), Indonesia memiliki banyak tenaga kerja potensial dalam bidang pariwisata yang bisa dikembangkan untuk dapat menyelenggarakan *event* yang modern. Tetapi, hal ini terhalang dengan beberapa permasalahan yang belum terselesaikan seperti:

1. Masih rendahnya *awareness* terhadap kegiatan *event*.
2. Kurangnya data *online* kegiatan *event* yang lengkap.
3. Terbatasnya kegiatan serta fasilitas pendukung, khususnya dalam hal aksesibilitas dan intensif.

Menurut Cooper, et al. dalam Prasiasa (2013), pada daerah tujuan wisata harus memiliki beberapa komponen 4A, yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities*, dan *Ancillary*. Menurut Setyanto dan Pangestuti (2019), *Attraction* merupakan destinasi wisata yang terdapat daya tarik wisata seperti keunikan dan keindahan alam, budaya, dan aktivitas masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. *Accessibility* adalah tersedianya sarana yang membuat pengunjung memiliki

kemudahan untuk menjangkau sebuah destinasi wisata, dalam hal ini tersedianya sarana transportasi menuju destinasi wisata dan jarak destinasi wisata yang terjangkau menjadi hal yang penting. *Amenities* adalah tersedianya sarana penunjang kebutuhan pengunjung selama melakukan kegiatan wisata, seperti tersedianya penjual makanan, minuman, akomodasi, dan cinderamata. *Ancillary* adalah sarana penunjang tambahan seperti sarana penukaran mata uang, ATM, pos keamanan, dan petugas yang ramah.

Menurut Desthiani & Suwandi (2019), terdapat tujuh hal yang perlu disiapkan untuk mengembangkan destinasi untuk penyelenggaraan *event*, yaitu fasilitas *meeting* dan konferensi, fasilitas pameran, dukungan fasilitas *entertainment*, aksesibilitas berupa bandara internasional dan layanannya, fasilitas akomodasi serta banyak pilihan dan kualitas pelayanan yang prima, lingkungan sekitar yang terdapat fasilitas umum, perbankan dengan keamanan yang terjamin, serta citra destinasi yang cukup baik, meliputi reputasi, kebersihan, dan keamanan.

Beberapa kota di Indonesia telah menjadi destinasi penyelenggaraan *event*, contohnya Jakarta, Bali, Bandung, Surabaya, Solo, Yogyakarta, Makassar, dan lain-lain. Pada awal tahun 2020 di Indonesia khususnya pada kota-kota destinasi penyelenggaraan *event* terkena dampak COVID-19 yang sedang parah sehingga proses *event* yang akan diselenggarakan dapat terhambat.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), Dengan seiringnya upaya pemerintah membuat ketentuan untuk menanggulangi penyebaran COVID-19, industri memang harus bersiap dalam mengantisipasi

perubahan yang akan terjadi dalam penyelenggaraan *event* ke depannya. Pandemi memberikan perubahan perilaku kepada masyarakat yang akan lebih mementingkan dan memperhatikan faktor-faktor terkait kebersihan, keamanan dan kenyamanan.

Menurut Dandy Bayu Bramasta (2020), *New Normal* terhadap penyelenggara *event*, sungguh-sungguh dirugikan karena proses operasionalnya seperti berlakunya pembatasan-pembatasan sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat pemerintah. *New Normal* berguna untuk menghambat penyebaran yang semakin hari semakin parah. Apabila aturan *New Normal* dioperasikan, maka sejumlah kegiatan yang melibatkan publik harus dibatasi seperti perkantoran atau instansi harus membatasi jumlah orang/pekerja, pembatasan kegiatan keagamaan dan pembatasan transportasi umum. Pada konteks ini, *New Normal* telah membatasi penyelenggaraan *event* pada jumlah penonton/pengunjung yang akan dipotong sebanyak 50% serta penjagaan jarak yang harus ada sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta protokol kesehatan yang harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Menurut Wiku Adisasmita (2020), *New Normal* adalah perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas normal namun, dengan menambah penerapan protokol kesehatan guna mencegah terjadinya penularan COVID-19. Prinsip utama dari *New Normal* itu sendiri adalah dapat menyesuaikan dengan pola hidup. Secara sosial, kita pasti akan mengalami suatu bentuk *New Normal* atau kita harus beradaptasi dalam beraktivitas dan bekerja, juga tentunya mengurangi kontak fisik dengan orang lain, menghindari kerumunan, serta bekerja dan bersekolah dari rumah.

Tentunya dengan adanya COVID-19 yang sedang menyebar di seluruh dunia harus mengubah operasional dari segala aspek, yang salah satunya adalah kegiatan *event* itu sendiri. Penyelenggara *event* harus siap memikirkan cara untuk dapat tetap berjalan di masa pandemi ini. Dari melihat ketentuan yang telah dibuat oleh pemerintah yang sangat bertolak belakang dengan aktivitas yang dilakukan oleh penyelenggara *event* dan sangatlah sulit untuk mengganti tata acara dari kegiatan *event* yang biasanya skala besar dan selalu mengundang keramaian. Tapi tetap saja untuk saat ini hal yang terpenting adalah keselamatan manusia dengan cara tidak melakukan aktivitas yang dapat menjadi sarana untuk penyebaran virus corona. Penyelenggara *event* harus dapat memberlakukan aktivitas-aktivitas yang kiranya tetap sesuai protokol dan ketentuan dari pemerintah walaupun tentunya akan ada kerugian jika melakukan *comparing* terhadap tahun-tahun lalu yang lebih bebas dan *flexibel*. Contoh yang dapat diberlakukan dalam penyelenggaraan *event* untuk tetap dapat bertahan dan berjalan di tengah *New Normal* yang ada dan menjadi *behavior* dari masyarakat terkait virus corona adalah melakukan perubahan tata acara dan menjadikannya sesuai dengan protokol dan *New Normal* tersebut.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), Hal ini membuat terjadinya disrupsi teknologi, dimana akselerasi dari teknologi digital dan informasi lebih cepat dari yang seharusnya dan biasanya. Diperkirakan nantinya akan terjadi pergeseran dari *offline* ke *online* ataupun perpaduan antara kegiatan *online* dan *offline* sesuai dengan rencana yang telah disusun untuk setiap *event* yang diselenggarakan. Adanya faktor disrupsi ini jika diamati dapat membuat *event online* dan *offline* saling mendukung dan melengkapi. *Event*

virtual menjadi kunci dan cara untuk memperluas potensi penonton dan membangun *revenue stream* yang baru. Hal ini dapat dilihat dari segala aspek yang sekarang mengandalkan teknologi dan memperlakukannya semua secara *online* sehingga masyarakat yang tadinya enggan menjadi lebih biasa karena sudah mulai beradaptasi dengan segala aspek yang diubah menjadi *online*. Hal ini juga berharap dapat terjadi didalam penyelenggaraan *event*, sehingga kegiatan *event* dapat tetap berjalan ditengah pandemi yang melanda seluruh dunia dan menjadikan pemerintah mengambil upaya PSBB yang sangat menghambat proses aktivitas dari penyelenggaraan *event*.

Menurut Inang Jalaludin Shofihara (2020), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga akan memastikan untuk membuat dan menyusun strategi pemulihan kegiatan *event* dengan melibatkan industri yang ada secara lokal maupun interlokal. Pihaknya tengah menyusun protokol pelaksanaan kegiatan *event* yang paling tepat dan pastinya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan untuk menekan angka penyebaran virus corona di Indonesia, selepas dengan pandemi yang mengarah pada tren *sustainability* serta aspek prosedur pada pencegahan risiko, protokol terhadap kesehatan dan keselamatan masyarakat, serta secara bersama mendorong peningkatan kapabilitas industri di Indonesia, infrastruktur jaringan teknologi, dan inovasi baru. Hal ini tentunya harus diawali dengan mendorong untuk menggeliatkan pasar domestik terlebih dulu, agar kembali dan dapat mulai melaksanakan kegiatan *event* di destinasi, termasuk di dalamnya.

Menurut Menteri Kesehatan Republik Indonesia (2020), dalam menjalani adaptasi kebiasaan baru menuju masyarakat yang produktif dan aman

terhadap *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19), dibutuhkan penataan penyelenggaraan berbagai kegiatan dengan prioritas kesehatan masyarakat. Tempat dan fasilitas umum merupakan salah satu lokus masyarakat beraktivitas yang akan mendukung keberlangsungan perekonomian, tetapi berpotensi menjadi fokus penyebaran COVID-19 sehingga dibutuhkan protokol kesehatan dalam pelaksanaan kegiatan di tempat dan fasilitas umum.

Dengan dibuatnya rancangan buku ini diharapkan dapat berguna untuk mengetahui informasi secara lengkap mengenai panduan pelaksanaan protokol kesehatan saat penyelenggaraan *event* sesuai dengan ketentuan yang berlaku bagi penyelenggara *event*, pekerja, pengunjung, pengisi acara, *tendant*, pengelola *venue*, *vendor*, Pemerintah Daerah, maupun asosiasi.

B. Tujuan Pembuatan Rancangan Buku

Pembuatan Rancangan Buku Prosedur *New Normal* Bagi Penyelenggara *Event* memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai Prosedur *New Normal* Bagi Penyelenggara *Event*.
2. Membantu menyadarkan masyarakat dan membantu para pelaku kegiatan *event* untuk mencegah penularan COVID-19.