



STRATEGI PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI MELALUI SEKTOR UMKM DAN PARIWISATA

Post-Pandemic Economic Recovery Strategy Through The Umkm And Tourism Sector

EDY SUTRISNO

Kantor Kementerian Agama Kabupaten
Malang edyst99@gmail.com
082331107895

ABSTRAK. Wabah Covid-19 yang telah menginfeksi hampir seluruh belahan dunia berdampak pada semua dimensi, baik itu sosial, politik maupun ekonomi. Dampaknya sangat dirasakan khususnya UMKM dan pariwisata, karena kedua sektor tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi, oleh karena itu perlu ada strategi khusus dalam pemulihan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat keadaan ekonomi dunia akibat pandemi, strategi pemulihan ekonomi di sektor UMKM dan pariwisata. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan teknik analisis isi dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa negara yang memberikan subsidi gaji kepada tenaga kerja, mendorong perkembangan inovasi, relaksasi pinjaman dan digitalisasi baik di UMKM maupun pariwisata. Sementara itu, strategi pemulihan ekonomi Indonesia di sektor UMKM adalah: memberikan pendampingan kepada pelaku usaha, pemberian insentif perpajakan, relaksasi dan restrukturisasi kredit, perluasan pembiayaan modal kerja, *product support*, dan pelatihan *e-learning*. Kemudian strategi pemulihan ekonomi di bidang pariwisata, pengembangan produk pariwisata, pengembangan destinasi wisata, pengembangan sumber daya manusia pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata, dan pengelolaan infrastruktur pariwisata.

Kata kunci: Pemulihan Ekonomi, Pandemic, Pariwisata

ABSTRACT: *The Covid-19 outbreak, which has infected almost all parts of the world, has an impact on all dimensions, be it social, political and economic. The impact is felt, especially UMKM and tourism, because the second sector has a great influence on economic growth, therefore there needs to be a special strategy in economic recovery. The aim of this paper is to look at the state of the world economy due to the pandemic, economic recovery strategies in the UMKM sector and tourism. The method used is descriptive qualitative by using a content analysis technique approach and literature study. From the results of this study, there are several countries that provide salary subsidies to workers, encourage the development of innovation, relaxation of loans and digitization in both UMKM and tourism. Meanwhile, Indonesia's economic recovery strategy in the UMKM sector is: providing assistance to business actors, providing tax incentives, relaxation and credit restructuring, expansion of working capital financing, product support, and e-learning training. Then the economic recovery strategy in the tourism sector, developing tourism products, developing tourist destinations, developing tourism human resources, developing tourism institutions, and managing tourism infrastructure.*

Keywords: *Economic Recovery, Pandemic, Tourism*



PENDAHULUAN

Coronavirus Disease (Covid-19) telah menyebar dimana-mana. Semua tingkat kehidupan dunia telah terkena dampaknya hingga lokal dalam kuantitas korban tewas yang banyak. Situasi demikian telah memaksa Badan Kesehatan Internasional (WHO) menetapkannya sebagai PHEIC pada 30 Januari 2020 didasarkan pada International Health Regulation (IHR) tahun 2005 (Pandoman, 2020).

Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO menetapkan COVID-19 sebagai pandemi. Mayoritas negara-negara di dunia terjangkit wabah tersebut, tidak kecuali Indonesia. Negaranegara di dunia secara mendadak ramai-ramai mengambil kebijakan lockdown dan social distancing, sebagai upaya menyegerakan penghentian penyebaran Covid-19. Indonesia sebagai negara yang berpenduduk terbesar kelima di dunia, tidak ketinggalan mengambil langkah seperti halnya negara lain di dunia dalam melawan COVID-19, akan tetapi Indonesia jenis tindakannya adalah dengan PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Besar). Tujuan PSBB sendiri adalah dimaksudkan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 seperti halnya lockdown dan social distancing. Tak pelak PSBB juga menimbulkan dampak ekonomi dan sosial bagi Indonesia. Dampak ekonomi jelas terparap karena tidak terelakan terjadinya PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) pada sektor riil

(Nurhayati, 2020). Beberapa lembaga bahkan memprediksikan perlemahan ekonomi dunia, antara lain International Monetary Fund (IMF) yang memproyeksikan ekonomi global tumbuh minus di angka 3%. Dampak wabah Covid-19 kepada perekonomian negara-negara di dunia juga sangat dahsyat. Pada triwulan pertama 2020 ini pertumbuhan ekonomi disejumlah negara mitra dagang Indonesia tumbuh negatif: Singapura -2,2, Hongkong -8,9, Uni Eropa -2,7 dan China mengalami penurunan sampai minus 6,8. Beberapa negara masih tumbuh positif namun menurun bila dibanding dengan kuartal sebelumnya. Amerika Serikat turun dari 2,3 menjadi 0,3, Korea Selatan dari 2,3 menjadi 1,3 dan Vietnam dari 6,8 menjadi 3,8. Kontraksi yang cukup dalam pada kuartal 1 di Indonesia ini di luar perkiraan mengingat pengaturan physical distancing dan PSBB mulai diberlakukan pada awal bulan April 2020, dimana pada kuartal 1 (Q1) 2020 hanya mencapai 2,97 persen. Nilai itu mendarat jauh dari target kuartal I yang diharapkan mencapai kisaran 4,5-4,6 persen. Berdasarkan pertumbuhan year-on-year, sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan 1 2020 terbesar pada sektor informasi dan komunikasi sebesar 0,53 persen. Hal ini wajar mengingat dengan adanya anjuran untuk tidak keluar rumah maka banyak orang mengakses pekerjaan, hiburan dan pendidikan melalui teknologi informasi. Seiring hal tersebut, volume



penjualan listrik PLN ke rumah tangga meningkat (Thaha, 2020).

Sebagai negara dengan ekonomi terbesar kedua di dunia, merosotnya ekonomi Tiongkok tentu saja berdampak terhadap perekonomian global. Dampak negatif pandemi ini dengan cepat menyebar keseluruh dunia, tidak hanya karena sifatnya virus yang menular, tetapi juga karena mobilitas penduduk dunia dan *global value chains* yang memang memiliki tingkat konektivitas yang sangat tinggi. Beberapa lembaga riset kredibel dunia memprediksi dampak buruk penyebaran wabah ini terhadap ekonomi global. JP Morgan, memprediksi ekonomi dunia minus 1,1% di 2020, EIU memprediksi minus 2,2%, Fitch memprediksi minus 1,9%, dan IMF memprediksi ekonomi dunia minus 3% di 2020. Untuk Indonesia sendiri, Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani Indrawati, memprediksi pertumbuhan ekonomi dalam skenario terburuk mencapai minus 0,4% (Iskandar et al., 2020).

Sejak itu juga, kebangkrutan telah menumpuk dan tingkat awal mulai runtuh. Misalnya, pada bulan Maret, aplikasi bisnis AS turun antara 40% hingga 75% dibandingkan tahun sebelumnya-kontraksi bahkan lebih tajam dibandingkan selama *Great Recession*. UMKM menyediakan setiap dua dari tiga pekerjaan di wilayah OECD dan berkontribusi setengah dari PDB. Angka-angka ini menunjukkan potensi pengorbanan segmen besar ekonomi. Memang, data OECD

menunjukkan bahwa UMKM terwakili secara berlebihan di sektor-sektor yang paling terkena dampak tindakan penguncian, yaitu pariwisata, layanan ritel dan profesional, dan konstruksi dan transportasi, di mana mereka menyumbang tiga perempat dari semua pekerjaan. Wabah ini telah mengungkapkan kerentanan tinggi dari banyak usaha kecil itu, yang kondisinya semakin lama situasi saat ini berlangsung (Thaha, 2020).

Dampak dari COVID-19 menurut Sugarda & Rifky (2017) tidak hanya mengganggu sektor ekspor dan impor Indonesia, tetapi juga menyerang sektor perdagangan yaitu dari penerimaan pajak yang juga mengalami penurunan. Hal ini berdampak sangat serius karena dalam penerimaan pajak sektor perdagangan sangat memiliki kontribusi besar dalam mendongkrak penerimaan negara tepatnya yaitu berada pada urutan kedua terbesar. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data terkait dengan ekspor migas dan non-migas yang menyebutkan terjadinya penurunan ekspor migas dan non- migas yang dampaknya ditimbulkan oleh pandemi ini, tidak heran karena memang China adalah importir minyak mentah terbesar di dunia. Tidak hanya itu saja, pandemi Covid-19 juga menyebabkan turunnya produksi yang dihasilkan China, padahal tumpuan barang dunia dan produksi sentral barang dunia terpusat di China.

Apabila terjadi koreksi negatif atas produksi di China maka dunia akan mengalami gangguan *supply chain* yang pada akhirnya dapat



menurunkan proses produksi dunia yang bahan bakunya di impor dari China. Negara Indonesia sendiri sangat membutuhkan bahan baku dari China untuk melakukan proses produksi khususnya bahan baku *part* elektronik, furnitur, plastik, tekstil dan computer (Nasution et al., 2020).

Usaha kecil dan menengah (UMKM) berada di garis depan guncangan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Langkah-langkah penguncian (*lockdown*) telah menghentikan aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, dengan penurunan permintaan dan mengganggu rantai pasokan di seluruh dunia. Dalam survei awal, lebih dari 50% UMKM mengindikasikan bahwa mereka bisa gulung tikar dalam beberapa bulan ke depan (Thaha, 2020).

Dampak pandemic Covid-19 terhadap sektor UMKM ini tentu sangat berpengaruh terhadap kondisi perkenomian Indonesia dimana kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada berbagai bidang antara lain; (1) Jumlah Unit Usaha di Indonesia per 2018 total 64,2 Juta unit usaha, dengan jumlah unit usaha UMKM sebesar 64,1 Juta (99,9%) (2) Kontribusi pada jumlah Tenaga Kerja, Jumlah tenaga kerja di Indonesia per 2018 total 120,6 Juta orang, dengan jumlah tenaga kerja di UMKM sebesar 116,9 Juta (97%) (3) Kontribusi pada PDB, Jumlah kontribusi PDB dunia usaha di Indonesia per 2018 total 14.038.598 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap PDB

sebesar 8.573.895 Milyar (61,07%) (4) Kontribusi terhadap Ekspor Non Migas Jumlah ekspor non migas Indonesia per 2018 total 2.044.490 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas sebesar 293.840 Milyar (14,37%) (5) Kontribusi terhadap Investasi, Jumlah investasi di Indonesia per 2018 total 4.244.685 Milyar, dengan kontribusi UMKM terhadap investasi sebesar 2.564.549 Milyar (60,42%) (Thaha, 2020).

Dampak dari COVID-19 menurut Sugarda & Rifky (2017) tidak hanya mengganggu sektor ekspor dan impor Indonesia, tetapi juga menyerang sektor perdagangan yaitu dari penerimaan pajak yang juga mengalami penurunan. Hal ini berdampak sangat serius karena dalam penerimaan pajak sektor perdagangan sangat memiliki kontribusi besar dalam mendongkrak penerimaan negara tepatnya yaitu berada pada urutan kedua terbesar. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data terkait dengan ekspor migas dan non-migas yang menyebutkan terjadinya penurunan ekspor migas dan nonmigas yang dampaknya ditimbulkan oleh pandemi ini, tidak heran karena memang China adalah importir minyak mentah terbesar di dunia. Tidak hanya itu saja, pandemi Covid-19 juga menyebabkan turunnya produksi yang dihasilkan China, padahal tumpuan barang dunia dan produksi sentral barang dunia terpusat di China.

Apabila terjadi koreksi negatif atas produksi di China maka dunia akan mengalami gangguan supply chain yang pada akhirnya



dapat menurunkan proses produksi dunia yang bahan bakunya di impor dari China. Negara Indonesia sendiri sangat membutuhkan bahan baku dari China untuk melakukan proses produksi khususnya bahan baku part elektronik, furnitur, plastik, tekstil dan computer (Nasution et al., 2020). membutuhkan waktu yang lebih panjang, setidaknya sampai akhir 2021. Menurut analisis Widyar, pandemi tidak akan bertahan bertahun-tahun di Indonesia. Melalui peran aktif seluruh warga negara, penurunan jumlah kasus Covid-19, seharusnya dapat lebih cepat dari perkiraan tersebut. Namun, hal ini tetap dipengaruhi oleh kebijakan yang diambil pemerintah dalam upaya menekan penyebarannya (Mulyana, 2020).

Berdasarkan hal tersebut pemerintah beserta masyarakat secara mandiri memerlukan formula atau strategi yang efektif untuk bisa kembali berada pada kondisi yang stabil dengan beberapa kebijakan untuk pemulihan resesi ekonomi akibat covid-19. Oleh karena itu salah satu strategi yang ditawarkan dalam kajian ini adalah *Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor UMKM Dan Pariwisata*. Dengan tujuan penulisan untuk mengetahui; 1) Kondisi perekonomian dunia akibat covid-19; 2) Strategi apa saja dalam pemulihan ekonomi melalui UMKM; dan 3) strategi pemulihan ekonomi melalui sektor pariwisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode

pendekatan kualitatif deskriptif merupakan upaya memahami berbagai konsep yang ditemukan dalam proses penelitian, dengan menggunakan teknik *content analysis* (analisis isi) dan riset kepustakaan (*library research*). Teknik *content analysis* merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui simpulan dari sebuah teks. Atau dengan kata lain, analisis isi merupakan metode penelitian yang ingin mengungkap gagasan penulis yang termanifestasi maupun yang laten. Sedangkan riset kepustakaan (*library research*) pada penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian, artikel dan buku-buku referensi yang membahas topik yang berkaitan dengan tema penelitian (Iskandar, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kondisi Ekonomi Dunia Akibat Covid-19

Virus Corona atau *Coronavirus Diseases* yang ditemukan akhir tahun 2019, Virus Corona telah menyebar dengan cepat di 213 Negara. Data yang dipublikasikan pada tanggal 19 April 2020, wabah Corona terhadap masyarakat dunia yang terkonfirmasi terdampak sebesar 2.245.872 jiwa, dengan angka kematian 152.707 jiwa. Akibat fenomena sangat cepatnya penyebaran virus, 20 Negara telah melakukan *lockdown* (isolasi). China telah mendahului melakukan *lockdown* sejak 23 Januari 2020. Selama masa *lockdown*, masyarakat wajib mengisolasi diri di rumah (Nurhayati, 2020).



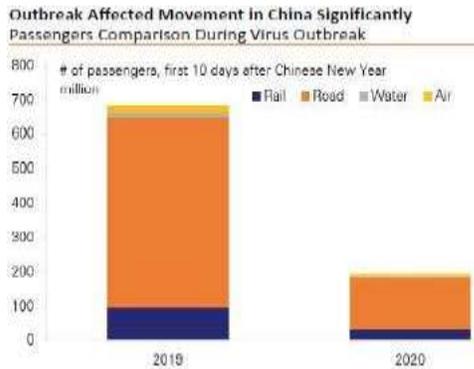
Negara terdampak pandemi COVID-19 bukan hanya Indonesia saja, akan tetapi hampir seluruh belahan dunia juga terdampak dengan pandemi ini. Pertemuan G20 telah dilaksanakan untuk membahas COVID-19 yaitu tepatnya pada tanggal 22-23 Februari 2020 di Arab Saudi. Anggota G20 yang telah dilaksanakan tersebut terdiri dari beberapa negara yaitu Indonesia, Argentina, Australia, Brasil, Amerika Serikat, China, Perancis, Jerman, India, Uni Eropa, Arab Saudi, Inggris, Meksiko, Rusia, Korea Selatan, Afrika Selatan, Italia, Turki, Jepang dan Kanada. Pandemi COVID-19 telah menjadi fokus diskusi pada pertemuan G20, negara-negara yang tergabung dalam organisasi tersebut menyampaikan empati kepada negara dan penduduknya yang terdampak COVID-19. Timbulnya tekanan dunia terhadap Covid-19 memicu negara yang tergabung dalam G20 untuk memperkokoh kerja sama luar negeri (Nasution et al., 2020).

Organisasi Buruh Internasional (ILO) memperkirakan akan ada 25 juta orang di seluruh dunia yang kehilangan pekerjaan atau setara dengan 3,4 trilyun USD. Untuk tahun dimana Covid sedang berjalan, setiap Negara diminta untuk melindungi jutaan pekerja kesehatan yang sebagiannya adalah perempuan. Bisa dibayangkan, jika terjadi krisis ekonomi maka perempuan akan paling merasakan dampaknya. Namun ini bukan berarti mengesampingkan dampak ekonomi pada laki-laki (Nurhayati & Aji, 2020).

Pernyataan ILO tersebut menjadi kritik yang serius dalam mendorong upaya perlindungan pekerja. Bahkan sebelum pandemi COVID-19 terjadi, di awal tahun 2020 tercatat 190 juta orang di dunia tidak memiliki pekerjaan. Ada empat sektor yang paling terkena dampak pandemi dan merupakan bagian dari 37.5% lapangan pekerjaan secara global. Sektor pertama adalah makanan dan akomodasi yaitu 144 juta pekerja, eceran dan grosir 482 juta, pelayanan dan administrasi 157 juta, serta manufaktur yaitu 463 juta. Sektor informal selalu paling merasakan dampaknya, baik dari krisis ekonomi maupun pandemi. Ditambah lagi jumlah mereka yang besar yaitu sebanyak 2 milyar orang. Ini setara dengan 61% jumlah pekerja di seluruh dunia (Nurhayati, 2020).

Dalam pandangan Nasution menjelaskan terkait pandemi yang membawa dampak pada transportasi (Nasution et al., 2020), yaitu pandemi Covid-19 berdampak pada turunnya jumlah pelanggan transportasi di tahun sekarang jika dibandingkan dengan tahun lalu, perhitungan dilakukan pada jangka waktu 10 hari setelah Hari Raya Imlek. Turunnya jumlah pelanggan transportasi terjadi di hampir setiap mode transportasi, mulai dari transportasi udara, darat, air dan kereta api yang menyebabkan jumlah pendapatan dibidang transportasi menurun, untuk lebih jelasnya pergerakan moda transportasi bisa dilihat pada grafik *Outbreak Affected Movement in China Significantly* sebagaimana ditunjukkan pada

Gambar 1.



Gambar 1. *Outbreak Affected Movement in China Significantly*

Penurunan pertumbuhan penjualan ritel telah diprediksi sebelumnya oleh Syailendra Capital yang menyatakan bahwa pandemi Covid-19 ini akan memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi China mulai dari 0,5 sampai dengan 1 persen di periode kuartal I 2020. Tidak hanya itu saja, lambatnya kegiatan ekspor Indonesia ke China juga akan memiliki dampak yang signifikan terhadap ekonomi nasional. Lambatnya ekonomi global ini sangat berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia (Nasution et al., 2020). Hal tersebut dapat dilihat pada analisis sensitivitas terhadap ekonomi Indonesia sebagaimana Gambar 2.

Slowdown in Global Growth Impact ID's GDP Growth
Sensitivity analysis of impact to ID's GDP

		Impact to ID's Growth
Every 1% growth decrease	China	-0.09%
	EU	-0.07%
	US	-0.06%
	Japan	-0.05%
	India	-0.02%
Every 10% price decrease	CPO	-0.08%
	Coal	-0.07%
	Oil	0.02%

Gambar 2. *Slowdown in Global Growth Impact ID's GDP Growth*

Berdasarkan analisis sensitivitas ditemukan bahwa ketika terjadi pelambatan 1 % pada ekonomi China, maka akan mempengaruhi dan memiliki dampak pada laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia yaitu sebesar -0,09 %. Sejalan juga dengan analisis sensitivitas lanjutan dimana, setiap 1 % perlambatan ekonomi Uni Eropa akan memiliki dampak pada laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebesar -0,07 %, India (-0,02 %), Jepang (-0,05 %) dan Amerika Serikat (-0,06 %). gambaran yang sama juga terjadi pada sebagian besar komoditas, yaitu setiap terjadi penurunan 10 % harga minyak sawit mentah (CPO) akan memiliki dampak terhadap ekonomi Indonesia sebesar 0,08 %, minyak positif 0,02 %, dan batu bara sebesar -0,07 %.

Saat ini Indonesia berada pada tahapan resesi, menurut ketua Isei jawa barat memperkirakan pertumbuhan ekonomi berada di bawah 5%, pemerintah memerintahkan rakyatnya tetap di rumah sehingga dunia usaha merugi banyak investor menarik modalnya sehingga potensi PHK akan terjadi, UMKM tidak bisa lagi menjadi penyangga perekonomian seperti yang terjadi pada krisis 1997 hingga 1998, para pelaku UMKM saat ini justru terpukul paling depan karena tidak ada kegiatan yang dilakukan di masyarakat (Asmini et al., 2020).

Indonesia cukup terhantam keras dengan penyebaran virus Corona. tidak hanya kesehatan manusia, virus ini juga mengganggu kesehatan ekonomi di seluruh dunia. Komite Stabilitas Sektor Keuangan (KSSK),



memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam skenario terburuk bisa minus 0,4 persen. Pertumbuhan ekonomi kita berdasarkan assessment yang tadi kita lihat, BI, OJK, LPS, dan kami memperkirakan bahwa pertumbuhan ekonomi akan turun ke 2,3 persen, bahkan dalam skenarionya yang lebih buruk, bisa mencapai negatif 0,4 persen (Asmini et al., 2020).

b. Strategi Pemulihan Ekonomi Pada Sektor UMKM

1) Kebijakan Negara-negara Lain dalam Pemulihan Ekonomi

Banyak negara telah mengenalkan atau mengadopsi program bauran untuk menyelamatkan sektor usaha kecil dan menengah atau UMKM sebagaimana data OECD (2020) yang dikutip oleh (Sugiri, 2020), Pertama, memberikan subsidi gaji kepada UMKM yang tidak mampu membayar gaji pegawainya. Kedua, mendorong pengembangan inovasi wiraswasta agar dapat menyerap tenaga kerja yang menganggur. Ketiga, memberikan penangguhan penyelesaian kewajiban atau utang UMKM baik untuk kewajiban perpajakan maupun kewajiban pinjaman usaha. Keempat, memberikan pinjaman secara langsung kepada pelaku UMKM agar dapat memiliki modal yang cukup untuk mempertahankan bisnis. Kelima, mendorong digitalisasi usaha UMKM agar dapat tetap beroperasi dalam kondisi terdapat pembatasan pergerakan masyarakat.

penelitian Febrantara (2020) menyajikan ringkasan penanganan Covid-19 pada beberapa negara. Instrumen fiskal seperti penangguhan pajak penghasilan (PPH) masih menjadi pilihan umum yang digunakan oleh banyak negara dalam mengatasi pandemi Covid-19 (Sugiri, 2020). Ada beberapa negara yang memberikan subsidi gaji kepada UMKM yang tidak mampu membayar gaji pegawainya diantaranya: Singapura, Amerika Serikat (AS), Belanda, Cina, Inggris, Turki, Korea Selatan (Korsel), Jepang, Australia, dan Italia. Negara yang mendorong pengembangan inovasi wiraswasta agar dapat menyerap tenaga kerja yang menganggur diantaranya: AS, Belanda, Inggris, Korsel, Australia, dan Italia. Negara yang memberikan penangguhan penyelesaian kewajiban atau utang UMKM baik untuk kewajiban perpajakan maupun kewajiban pinjaman usaha diantaranya: Singapura (PPN), AS (PPH), Belanda (PPH), Cina (PPN), Turki (PPN) dan Jepang (PPN). Negara yang memberikan pinjaman secara langsung kepada pelaku UMKM agar dapat memiliki modal yang cukup untuk mempertahankan bisnis diantaranya: Malaysia, Belanda, Cina Inggris, Arab Saudi, Turki, Korsel, Australia, dan Italia. Negara yang mendorong digitalisasi usaha UMKM agar dapat tetap beroperasi dalam kondisi terdapat pembatasan pergerakan masyarakat diantaranya: Malaysia. Cina, Jepang, Korsel, dan Italia. Hanya empat negara yang mendorong digitalisasi usaha UMKM, padahal digitaisasi sangat diperlukan



di masa pandemi ini sebagai contoh Italia yang dikemukakan Febrantara (2020) membangun portal digital yang disediakan tanpa biaya kepada para UMKM agar dapat tetap menjalankan roda bisnis di masa pandemi.

Intervensi melalui subsidi upah (*wage subsidy*) untuk sektor UMKM dilakukan oleh beberapa negara seperti China, Perancis, Jepang, Serbia, Thailand dan Venezuela sebagaimana yang ditulis Gentilini et al. (2020). Pada tabel 1 menyajikan upaya penyelamatan UMKM pada beberapa negara melalui upaya intervensi pasar tenaga kerja (Sugiri, 2020).

Tabel 1.
Intervensi Pasar Tenaga Kerja di Beberapa Negara

Bentuk Intervensi	Persentase (%)
Subsidi gaji/upah	36
Reaktifasi tenaga kerja melalui training	11
Penyesuaian regulasi/tata kelola pasar tenaga kerja	11
Pengurangan jam kerja	3
Total Program	61

Upaya intervensi melalui subsidi upah sebanyak 36 %, Usaha untuk mendorong wiraswasta juga dilakukan dengan pelaksanaan pelatihan tenaga kerja agar memiliki keterampilan kerja yang cukup dengan total 11%. Selain dengan subsidi gaji dan pelatihan tenaga kerja, beberapa negara juga melakukan upaya intervensi dalam bidang pasar tenaga kerja pada sektor UMKM antara lain dilakukan dengan perubahan regulasi/tata kelola pasar tenaga kerja

sebanyak 11% dan pengurangan jam kerja pekerja sebanyak 3 %.

Otoritas pembuatan kebijakan di Cina melakukan intervensi berupa stimulus ekonomi untuk menstabilkan atau mempertahankan pertumbuhan ekonomi sebagaimana tulisan Fernandes, (2020). Pasca pandemi COVID-19, bahkan tiga bulan setelah wabah, ekonomi Cina tidak akan beroperasi secara normal. UMKM menjadi kunci karena di hampir semua negara, UMKM mempekerjakan banyak tenaga produktif. Pengambilan kebijakan yang tepat untuk memulihkan perekonomian sangat menentukan, terutama berkaitan menjaga likuiditas UMKM, mendukung keluarga terdampak, reaksi dan kesiapan dunia usaha memulai kegiatan ekonominya (Sugiri, 2020).

Langkah kebijakan yang baik juga dicontohkan dari Arab Saudi yang mengedepankan serangkaian kebijakan terkoordinasi dengan tujuan utama melindungi manusia dan menjaga kestabilan ekonomi sebagaimana pandangan Sikki (2020). Pemerintah Arab Saudi memberikan keringanan bagi para pemilik bisnis dalam jangka waktu 3 bulan untuk menunda pembayaran PPN, Pajak Cukai, Pajak Penghasilan dan pengajuan pernyataan zakat dan pembayaran kewajiban lainnya Kementerian Keuangan Arab Saudi juga memberikan bantuan pembiayaan dalam bentuk pinjaman sertape mbebasan dari pengembalian pinjaman beserta biayanya sampai akhir tahun 2020 dalam inisiatif program keberlanjutan perusahaan (Sugiri, 2020).



Pemerintah USA merespons dengan program pinjaman lunak untuk beberapa sektor usaha, program ini memberikan uang tunai bagi mereka yang membutuhkan untuk mempertahankan pekerja, membayar sewa, dan membantu bisnis mereka hidup kembali sebagaimana pendapat Baker & Judge (2020). Pemerintah USA perlu menemukan cara-cara baru dan kreatif untuk bekerja dengan perantara yang ada, termasuk bank dan pemberi pinjaman online, yang memiliki infrastruktur dan alat yang diperlukan untuk membantu usaha kecil mendapatkan pinjaman tambahan yang mereka butuhkan untuk bertahan hidup dan berkembang. Memanfaatkan lembaga yang ada dapat meningkatkan kecepatan, skala, dan ruang lingkup respons pemerintah, semua kebijakan penting dilakukan dalam upaya mendukung bisnis kecil di USA (Sugiri, 2020).

2) Kebijakan Pemulihan UMKM di Indonesia

Dalam pandangan Wibowo & Handika (2017), Indonesia telah melakukan beberapa langkah dalam mengurangi efek dari pandemi Covid-19 diantaranya adalah melakukan penurunan atas BI 7-Day Reverse Repo Rate sebesar 25 bps menjadi 4.75%, suku bunga Deposit Facility sebesar 25 bps menjadi 4.00% dan suku bunga Lending Facility sebesar 25 bps menjadi 5.50%. Langkah ini diterapkan guna menstimulus pertumbuhan ekonomi domestik di tengah tertahannya prospek pemulihan ekonomi global akibat

pandemi Covid-19. Selain itu untuk menjaga agar inflasi dan stabilitas eksternal tetap terkendali serta untuk memperkuat momentum pertumbuhan ekonomi Bank Indonesia harus dapat mencermati perkembangan ekonomi global dan domestik (Nasution et al., 2020).

Terdapat lima skema dalam pemulihan koperasi dan UMKM di tengah pandemi Covid-19 yaitu: (a) pemberian bantuan sosial kepada pelaku usaha sektor UMKM yang miskin dan rentan, (b) insentif pajak bagi UMKM; (c) relaksasi dan restrukturisasi kredit bagi UMKM; (d) perluasan pembiayaan modal kerja UMKM; (d) menempatkan kementerian, BUMN dan Pemerintah Daerah sebagai penyangga produk UMKM; dan (e) pelatihan secara e-learning (Sugiri, 2020).

a) Pemberian Bantuan Sosial

Bantuan sosial diberikan kepada para pelaku UMKM yang masuk dalam kategori miskin dan rentan. Termasuk dalam skema bantuan sosial ini adalah penurunan tarif listrik 50 persen untuk pelanggan listrik dengan kapasitas 450 watt lebih dari tiga bulan sebagaimana tulisan Arifin, (2020), yang umumnya dapat merupakan para pekerja atau pelaku usaha UMKM. Kendala pemberian bansos tersebut adalah masih banyak penerima yang belum terdata secara detail. Insentif Perpajakan

Pemberian insentif pajak bagi UMKM ini diberikan untuk UMKM dengan omset kurang dari Rp4,8 miliar per tahun (Kemenkop-UKM, 2020). Wujud stimulus untuk PPh adalah



pengenaan tarif PPh sebesar nol persen diberikan selama enam bulan yaitu periode April s.d. September 2020. Namun menurut D. Setiawan (2020), fasilitas ini masih banyak belum dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Sampai dengan 29 Mei 2020, jumlah permohonan insentif pajak mencapai 375.913 pemohon. Dari jumlah pemohon tersebut, 345.640 atau sekitar 91,9% permohonan dikabulkan (Sugiri, 2020).

Menurut kebijakan perpajakan yang ditetapkan pemerintah dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan (PPh) atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu berlaku sejak 1 Juli 2018. Peraturan ini dikenal dengan istilah PP No. 23/2018. Peraturan Pemerintah ini masih menjadi acuan tarif pajak UKM yaitu 0,5 persen dari peredaran bruto per bulan. Tujuan dari penurunan tarif ini adalah untuk menggali potensi wajib pajak UKM karena meningkatnya pelaku UKM di Indonesia sekaligus dukungan dari pemerintah agar UKM semakin berkembang. Di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini segi kesehatan masyarakat tetap menjadi prioritas utama. Oleh karena itu, pemerintah tidak tinggal diam dengan keadaan tersebut. guna menjaga stabilitas dan memulihkan ekonomi nasional, pemerintah mengeluarkan beberapa kebijakan untuk tetap mendukung UKM di masa pandemi. Kebijakan tersebut

diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang merupakan amanat dari Perppu 1/2020 antara lain insentif pajak, subsidi bunga dan penjaminan modal kerja baru UMKM (Kumala & Junaidi, 2020).

b) Relaksasi dan Restrukturisasi Kredit bagi UMKM

Kebijakan ini merupakan kebijakan yang dikeluarkan pada tanggal 13 Maret 2020 sebagai respon non-fiskal berupa pelonggaran atau restrukturisasi pinjaman bank ke UMKM berbarengan dengan penyederhanaan proses sertifikasi untuk eksportir dan kemudahan impor bahan mentah OECD (2020). Pemerintah akan memberikan keringanan kredit di bawah Rp10 miliar khususnya bagi pekerja informal (ojek online, sopir taksi, pelaku UMKM, nelayan, penduduk dengan penghasilan harian) yang efektif berlaku pada bulan April 2020 sebagaimana ungkapan Maftuchan (2020). Paket stimulus restrukturisasi kredit UKM tersebut pada beberapa pemerintah provinsi, terutama Jawa Tengah, dilengkapi dengan intervensi tambahan. Sejalan kebijakan tersebut, pada tanggal 19 Maret 2020, Bank Indonesia mengumumkan penurunan rasio persyaratan cadangan (*reserve requirement ratio*) sebesar 50 basis poin (bps) untuk bank-bank yang terlibat dalam pembiayaan UMKM, setelah pemotongan 50 basis poin (bps) di bulan sebelumnya untuk mendukung kegiatan perdagangan. Bantuan keuangan kepada para



pelaku UMKM juga dilakukan dengan mendorong sektor perbankan untuk memberikan pinjaman lunak kepada para pelaku UMKM dengan mekanisme yang ketat sebagaimana pendapat Pakpahan (2020) yang dikutip (Sugiri, 2020).

c) Perluasan Pembiayaan Modal Kerja UMKM

Perluasan pembiayaan modal kerja UMKM ini sebagaimana ulasan Pakpahan (2020) dilakukan dengan mendorong perbankan untuk dapat memberikan kredit lunak kepada UMKM. Dengan demikian UMKM memiliki modal kerja yang cukup untuk dapat menjalankan bisnisnya. Kebijakan ini perlu untuk menjaga likuiditas UMKM Program ini ditargetkan untuk 23 juta UMKM yang belum pernah mendapatkan pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan. Setiawan (2020), menyebutkan bahwa program perluasan pembiayaan ini diberikan baik untuk UMKM yang bersifat “bankable” maupun tidak “bankable”.

d) Penyediaan Penyangga Produk

Produk koperasi dan UMKM di bidang pertanian, perikanan, kuliner dan industri rumah tangga perlu mendapatkan dukungan penyangga. Dengan demikian, terdapat kepastian bahwa produk UMKM akan terserap, sehingga koperasi dan UMKM akan dapat memiliki perputaran persediaan yang lebih baik. Kebijakan ini akan lebih terasa manfaatnya apabila diikuti dengan upaya peningkatan arus distribusi yang aman,

misalnya dengan penyediaan fasilitas atau layanan *e-commerce* yang handal di daerah penyangga.

e) Intervensi Pasar Tenaga Kerja UMKM melalui Pelatihan dengan Metode *E-learning*

Indonesia melakukan intervensi dalam pasar tenaga kerja dengan melakukan pelatihan yang dimaksudkan mengaktifkan kembali pasar tenaga kerja melalui Kartu Prakerja yang diluncurkan pada April 2020. Gentilini et al. (2020) menyebut program ini memberikan pelatihan bersubsidi yang bersifat *skilling* dan *re-skilling* bagi 5,6 juta tenaga kerja terdampak khususnya di sektor usaha kecil dan mikro Peserta program kartu prakerja dapat merupakan pekerja sektor UMKM yang telah terkena pemutusan kerja maupun tenaga kerja baru yang belum mendapatkan pekerjaan. Kebijakan ini menurut OECD (2020) sejalan dengan kebijakan penumbuhan wiraswasta yang dilakukan oleh beberapa negara OECD seperti Amerika Serikat, Belanda, Inggris, Korea Selatan, Australia dan Italia (Sugiri, 2020).

f) Penerapan Protokol Kesehatan di Dunia Usaha

Kemenkes (2020) pada tanggal 20 Mei 2020 mengeluarkan ketentuan mengenai protokol pencegahan COVID-19 di area publik khususnya untuk setkor jasa dan perdagangan. Ketentuan tersebut berlaku bagi pengurus atau pengelola tempat kerja/pelaku usaha, pekerja, dan konsumen/pelanggan. langkah tersebut dianjurkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM antara lain dalam bentuk

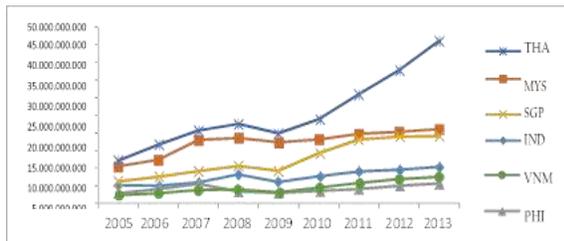
penggunaan masker baik oleh pelaku sektor UMKM maupun masyarakat sebagai pengguna produk atau jasa UMKM. c. Strategi Pemulihan Ekonomi pada Sektor Pariwisata

1) Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Pertumbuhan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan dalam rentang 2009-2013 jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 8,8 juta wisatawan pada tahun 2013 (Sujai, 2016)

Penyumbang terbesar dalam kunjungan wisatawan mancanegara adalah Singapura dengan jumlah total sekitar 1,4 juta wisatawan, urutan kedua Malaysia dengan jumlah total 1,3 juta wisatawan. Sedangkan urutan ketiga adalah Australia dengan jumlah total 980 ribu wisatawan, di susul Jepang, Cina, Korea Selatan dan Taiwan.

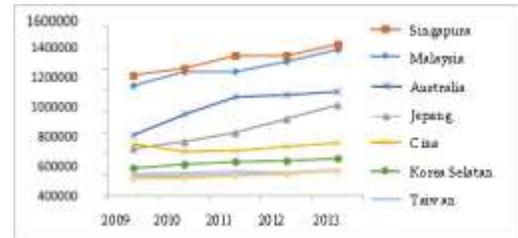
Sebagaimana pada gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan yang datang ke suatu negara juga berpengaruh terhadap penerimaan devisa negara. Di kawasan ASEAN kunjungan wisatawan sebagai contoh adalah Thailand dimana kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2013 menghasilkan penerimaan devisa Negara mencapai US\$ 46,3 miliar,

kemudian Malaysia menjadi urutan kedua dengan jumlah perolehan devisa sebesar US \$ 21 miliar (Sujai, 2016).



Gambar 4. Peringkat Negara dalam Penerimaan Devisa Sektor Pariwisata

Posisi berikutnya ditempati Singapura, Indonesia, Vietnam dan Philipina sebagaimana di tunjukkan pada Gambar 4 posisi peringkat enam negara kawasan ASEAN dalam hal penerimaan devisa negara.

1) Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Pandemi

Kunjungan wisatawan mancanegara dapat memberikan stimulus dalam pertumbuhan ekonomi diantaranya: kontribusi terhadap PDB, jumlah kedatangan wisatawan, dan pendapatan dari sektor pariwisata. Sebagaimana tulisan (Sujai, 2016) bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional diperkirakan akan mencapai sekitar 8% dari PDB pada tahun 2019 meningkat dari sekitar 4,2% dari PDB pada tahun 2014. Target lainnya adalah jumlah kedatangan wisatawan yang diperkirakan akan mencapai sekitar 20 juta wisatawan pada tahun 2019, meningkat tajam dari sekitar 9 juta wisatawan pada tahun 2014.

Untuk mencapai target tersebut, maka diperlukan perumusan strategi-strategi



terobosan yang lebih dari sekedar strategi biasa atau business as usual untuk menarik wisatawan mancanegara datang ke Indonesia. Diantaranya dengan menggunakan strategi:

a) Strategi Promosi Wisata Melalui Publik Relations

Anna Gregory (2004) menyebutkan bahwa strategi public relations merupakan pendekatan keseluruhan untuk suatu program yang harus dibentuk, ia menjadi penuntun ide utama, dan pemikiran dibalik taktis dan menjadi pondasi program taktis. Dalam pandangan Anna, strategi adalah prinsip yang menggerakkan anda dari titik anda berada saat ini ke arah yang Anda inginkan. Promosi dilakukan untuk membuat sasaran terbujuk dan terdorong untuk melakukan kunjungan wisata, pada akhirnya calon wisatawan memiliki opini yang positif, sehingga berkeinginan untuk mendatangi objek wisata yang ditawarkan. mempertimbangkan faktor keunggulan dan keterbatasan setiap media yang ada. Media yang lazim digunakan dalam penyebaran informasi yang dimungkinkan dapat menjelaskan dan mempromosikan beragam keunggulan objek wisata yang ditawarkan, baik kepada khalayak yang memiliki kesadaran rendah untuk berwisata maupun mereka yang membutuhkan informasi pariwisata, baik khalayak internal maupun khalayak eksternal diantaranya: Media massa, publikasi organisasional, berita berkala, pamflet, leaflet, booklet dan poster,

surat, sisipan, pidato yang dicetak (the printed word). Setiap publikasi, atau setiap kata yang dicetak, merupakan bagian dari suatu program komunikasi yang terkoordinasi, yang dirancang untuk mewujudkan tujuan-tujuan spesifik yang ditetapkan sebagai tanggapan terhadap situasi suatu organisasi (Chatamallah, 2008).

Sebagaimana dalam tulisan (Sujai, 2016) Jenis wisata yang akan dipromosikan di Indonesia dalam lima tahun ke depan adalah; wisata alam yang terdiri dari wisata bahari, wisata ekologi dan wisata petualangan, wisata budaya dan agama, wisata warisan leluhur (heritage tourism), kuliner dan belanja, serta wisata kota dan desa; dan wisata MICE (Meeting, Incentives, Conference and Exhibition) dan kegiatan, wisata olahraga, dan pariwisata kawasan terpadu. Obyek wisata yang akan di promisikan tersebut seharusnya di fasilitasi untuk menyebarkan secara luas

b) Strategi Pengembangan Produk Pariwisata

Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu negara atau tempat wisata. Konsep produk mempunyai pengertian yang sangat luas. Tidak hanya mencakup barang dan jasa, tetapi juga meliputi ide/gagasan/konsep, organisasi, kota, negara, bangsa, orang, objek wisata, partai dan berbagai bentuk produk lainnya yang dapat ditawarkan untuk memenuhi keinginan konsumen. Medlik dan Middleton mengemukakan



terkait dengan produk wisata, dapat dilihat dalam bentuk: attractions (kepipkatan), accomodations (akomodasi), refreshment/catering (food and drink) (katering), supporting facilities (fasilitas penunjang), and other infrastructure (infrastruktur yang lain) (Chatamallah, 2008).

c) Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata

Ada beberapa strategi yang telah dirumuskan untuk pengembangan destinasi pariwisata diantaranya; pertama, memfasilitasi pengembangan destinasi pariwisata nasional yang fokus pada advokasi bentuk pariwisata dengan pembentukan wilayah peruntukan pariwisata, mendukung penyusunan rencana lokasi dan desain rinci tujuan wisata regional; kedua, membangun fasilitas umum lainnya di banyak tempat tujuan wisata bersama-sama dengan para pemangku kepentingan pariwisata; ketiga, meningkatkan citra pariwisata Indonesia; dan keempat reformasi kelembagaan organisasi manajemen destinasi wisata (Destination Management Organization).

d) Strategi Menjalinkan Kerjasama dengan Publik

Pengembangan pariwisata perlu diarahkan untuk mendorong tumbuhnya daya saing melalui pengembangan potensi antar daerah, maka dengan sendirinya publik pariwisata juga dapat ditambahkan, seperti yang dikemukakan oleh Frank Jefkin, perlu ditambahkan pemerintahan yang lainnya menjadi publik eksternal bahkan manca

Negara (Chatamallah, 2008).

Lebih lanjut (Sujai, 2016) mengemukakan bahwa dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan cara; pengembangan usaha pariwisata berbasis masyarakat lokal, memfasilitasi investasi dukungan dari sektor pariwisata, memfasilitasi pengembangan dan peningkatan keterampilan tenaga kerja lokal dalam industri pariwisata, meningkatkan pengembangan sikap dan mental penduduk setempat untuk lebih ramah pada wisatawan (tourist friendly)

e) Strategi Pengembangan SDM Pariwisata

Pengelolaan pariwisata diperlukan Sumber Daya Manusia (SDM) yang professional dalam hal ini pemerintah telah merumuskan strategi dalam rangka mengembangkan kelembagaan pariwisata diantaranya; berkoordinasi dengan penyedia SDM pariwisata seperti perguruan tinggi dan lembaga pendidikan di bidang pariwisata, meningkatkan kapasitas dan kualitas lembaga pendidikan pariwisata, memperluas jurusan dan minat serta membangun sekolah pariwisata, dan berkontribusi dan menjaga kualitas pendidikan pariwisata (Sujai, 2016).

f) Strategi Pengelolaan Infrastruktur Pariwisata

Pemerintah merencanakan infrastruktur terkait pariwisata terutama untuk pariwisata berbasis bahari, termasuk pengembangan fasilitas ekowisata sungai. Target dalam pengembangan ini pada lima sungai yaitu



Kapuas, Barito, Mahakam, Musi dan Batang Hari. dengan pembangunan marina sungai, pengerukan sungai dan pembangunan konstruksi dermaga mengambang. Target kedua pembangunan fasilitas ekowisata bahari di 38 titik pendaratan termasuk Anambas, Tanjung Pinang, Lingga, Karimun Jawa, Lovina, Alor, Tarakan, Bitung, Raja Ampat, Biak, Makassar dan Wakatobi; dan target ketiga pembangunan 3 titik pelabuhan masuk yaitu Kupang, Saumlaki dan Tarakan.

Di pasca pandemi ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun program CHS (Cleanliness, Health and Safety) sebagai strategi pemulihan destinasi wisata di tatanan new normal dengan melibatkan para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang nantinya diharapkan pariwisata dapat produktif dan aman dari covid-19. Dikutip dari CNN Indonesia "Protokol ini akan melalui beberapa tahapan, mulai dari melakukan simulasi, lalu sosialisasi dan publikasi kepada publik, dan yang terakhir melakukan uji coba. Pelaksanaan tahapan-tahapan ini harus diawasi dengan ketat dan disiplin serta mempertimbangkan kesiapan daerah" (Solemede et al., 2020).

Presiden Joko Widodo meminta jajarannya untuk melakukan inovasi dan perbaikan di sektor pariwisata. Sehingga dengan adanya perubahan tren di pariwisata global saat ini diharapkan Indonesia mampu beradaptasi. Dalam hal ini perubahan tren di

pariwisata akan bergeser ke alternatif liburan yang tidak banyak orang seperti solo travel tour, virtual tourism, serta staycation dimana isu health, hygiene, dan safety akan menjadi pertimbangan utama bagi wisatawan yang ingin berwisata. Kemudian bagi para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif harus betul-betul mengantisipasi dan tidak tergesa-gesa untuk membuka destinasi wisata agar tak ada lagi imported case yang dapat berdampak buruk pada citra pariwisata. Disamping itu media memiliki peran yang penting dalam pembentukan stigma masyarakat terutama di masa pandemi saat ini.

Media menjadi salah satu pusat jembatan informasi antara pemerintah dengan masyarakat, termasuk informasi mengenai perkembangan sektor pariwisata yang seharusnya dapat menjadi harapan bagi masyarakat untuk survive dan bersiap memulai New Normal dengan protokol khusus sektor pariwisata. Namun realitanya justru banyak berita negatif yang beredar, tingginya antusiasme masyarakat dalam memandang berita panas seperti angka kematian menyebabkan media terus menggoreng isu tersebut untuk mendapat traffic penonton dengan jumlah yang tinggi, sehingga terbentuk kepanikan masyarakat yang membuat sebagian masyarakat kehilangan harapan untuk bertahan di situasi sulit seperti saat ini. Teori Uses and Gratification yang dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, memandang bahwa publik secara aktif untuk memilih mana media



yang akan dipilih dengan konten tertentu untuk memuaskan kebutuhannya (Solemede et al., 2020).

Penting bagi media dalam mempublikasikan kepada publik dengan diberlakukannya protokol khusus new normal guna mengembalikan tingkat kepercayaan wisatawan serta meningkatkan antusias masyarakat untuk traveling kembali ke sejumlah destinasi di Indonesia dengan protokol kesehatan, kebersihan, dan keamanan keamanan yang diterapkan sesuai standar operasional prosedur (SOP). Sembari menunggu masa pemberlakuan protokol new normal dan geliat wisatawan yang kembali muncul, para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif diharapkan dapat berinovasi secara digital untuk memasarkan usaha yang mereka geluti sehingga dapat bersaing secara global dan bangkit dari keterpurukan akibat pandemi Covid-19 (Solemede et al., 2020).

Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN)/Kepala Bappenas Suharso Monoarfa menyampaikan bahwa krisis Covid-19 memerlukan *Unprecedented Policies* atau kebijakan yang belum pernah terjadi sebelumnya di mana kebijakan pemutusan sebaran virus dikombinasikan dengan kebijakan ekonomi. Kecepatan pemulihan ekonomi tergantung kepada kombinasi kebijakan yang pas antara kebijakan pemutusan sebaran virus (virus containment secara maksimum) dan kebijakan ekonomi

(intervensi kebijakan ekonomi yang maksimum).

Dalam outlook target pembangunan yang sudah disusun oleh Bappenas, Menteri PPN sebutkan pertumbuhan ekonomi di tahun 2021 akan meningkat sebesar 5,3%. Begitu pula tingkat kemiskinan dan tingkat pengangguran terbuka (TPT) yang sempat digambarkan menurun pada outlook 2020 maka akan terjadi perubahan di outlook 2021. Outlook inilah, menurut Menteri PPN, yang kemudian menjadi Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahun 2021.

Agar RKP 2021 dapat memberikan manfaat yang konkret untuk masyarakat dan perekonomian negara, Menteri PPN sampaikan Proyek Prioritas Strategis (Major Project) dalam RPJMN 2020-2024 akan menjadi fokus dalam rencana dan anggaran RKP. Menurut Menteri PPN, terdapat 41 major project untuk pemulihan ekonomi yang dianggarkan sebesar Rp 62,1 triliun dan mayor proyek lainnya sebesar Rp 36,2 triliun. Major Project yang menjadi fokus pemulihan ekonomi seperti membangun 10 destinasi pariwisata prioritas, proyek 9 kawasan industri di luar Jawa dan 31 smelter, industri 4.0 di 5 sub sektor prioritas, pendidikan dan pelatihan vokasi untuk industri 4.0, jaringan pelabuhan utama terpadu, integrasi pelabuhan perikanan dan fish market bertaraf internasional, kemudian penguatan jaminan usaha serta 350 korporasi petani dan nelayan (Mulyana, 2020).

SIMPULAN

Seluruh dunia terkena dampak akibat



pandemic Covid-19 diperkirakan 25 juta orang diseluruh dunia kehilangan pekerjaan karena olengnya UMKM, menurunnya kuantitas ekspor dan impor, terganggunya pergerakan moda transportasi, penurunan jumlah wisatawan, juga obligasi dan pasar saham ikut terganggu.

Strategi pemulihan ekonomi di beberapa negara dengan cara memberi subsidi gaji pada pekerja, mendorong pengembangan inovasi wisatawan, relaksasi pinjaman langsung dan digitalisasi dalam pengembangan UMKM dan optimalisasi pariwisata. Sedangkan negara kita strategi pemulihan ekonomi juga dapat melakukan strategi yang sama untuk peningkatan pemulihan ekonomi diantara strategi yang dapat dilakukan diantaranya: Pemberian bantuan social bagi pelaku usaha, insentif perpajakan, relaksasi pinjaman, pemberian modal kerja, penyediaan penyangga produk,

e-learning ditambah dengan strategi jangka panjang dan jangka pendek seperti halnya penanganan Covid-19.

Sedangkan pemulihan ekonomi pada sektor pariwisata bisa dilihat dari kunjungan pariwisata mancanegara pada tahun 2009-2013 Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dari 7 negara diantaranya Malaysia, singapura, jepang, Cina, Australia korea selatan dan Taiwan. Jika dibandingkan dengan negara ASEAN Thailand kunjungan wisatawan mancanegara ke tempat tersebut lebih banyak dari Indonesia sehingga lebih unggul dalam penerimaan devisa. Adapun Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara: Promosi wisata melalui publik relations, pengembangan produk pariwisata, pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan SDM pariwisata, dan pengelolaan infrastruktur pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmini, A., Utama, I. N., Haryadi, W., & Rachman, R. 2020. Manajemen Business Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Covid-19: Suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 121–129.
- Baharuddin, H. 2016. *Dampak pengembangan pariwisata melalui tradisi spiritual terhadap kondisi ekonomi masyarakat Tana Toraja*. PROCEEDINGS UNIVERSITAS PAMULANG, 1(1).
- Chatamallah, M. 2008. Strategi “public relations” dalam promosi pariwisata: studi kasus dengan pendekatan “marketing public relations” di Provinsi Banten. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 393–402.
- Hanoatubun, S. 2020. Dampak Covid–19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146–153.
- Herdiana, D. n.d.. REKOMENDASI KEBIJAKAN PEMULIHAN PARIWISATA PASCA WABAH CORONA VIRUS DISEASE 2019



(COVID-19) DI KOTA BANDUNG.

- Iskandar, A., & Aqbar, K. 2019. Kedudukan Ilmu Ekonomi Islam di Antara Ilmu Ekonomi dan Fikih Muamalah: Analisis Problematika Epistemologis. NUKHBATUL'ULUM: *Jurnal Bidang Kajian Islam*, 5(2), 88–105.
- Iskandar, A., Possumah, B. T., & Aqbar, K. 2020. Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam saat Pandemi Covid-19. *Salam J. Sos. Dan Budaya Syar'i*, 7(7).
- Kumala, R., & Junaidi, A. 2020. Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 Dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace). *Prosiding Seminar STIAMI*, 7(2), 98–103.
- Marlinah, L. 2020. Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *JURNAL EKONOMI*, 22(2), 118–124.
- Mulyana, Y. 2020. Peranan Ekonomi Pembangunan Pasca COVID 19. *PRISMAKOM*, 17(1), 37–45.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. 2020. Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 5(2), 212–224.
- Nurhayati, T., & Aji, R. H. S. 2020. Emansipasi Melawan Pandemi Global: Bukti dari Indonesia. *'ADALAH*, 4(1).
- Pandoman, A. 2020. Analisis Quietus Politik Terhadap Upaya Pemerintah Menangani Wabah Covid-19 Pasca Deklarasi Public Health Emergency Of International Concern (PHEIC). Ulumuddin: *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 10(1), 1–12.
- Primadany, S. R. 2013. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(4), 135–143.
- Solemede, I., Tamaneha, T., Selfanay, R., Solemede, M., & Walunaman, K. 2020. STRATEGI PEMULIHAN POTENSI PARIWISATA BUDAYA DI PROVINSI MALUKU (Suatu Kajian Analisis di Masa Transisi Kenormalan Baru). *NOUMENA: Jurnal Ilmu Sosial Keagamaan*, 1(1), 69–86.
- Sugiri, D. 2020. Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86.
- Sujai, M. 2016. Strategi pemerintah indonesia dalam menarik kunjungan turis mancanegara. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 20(1), 61–76.
- Thaha, A. F. 2020. Dampak COVID-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.