

Pandemi COVID-19

Sumbangan Pemikiran tentang
Virus hingga Kebijakan Strategis

“BAGIMU NEGERI LPPM UAJY 2020”

Tim Penulis LPPM UAJY

CAHAYA ATMA PUSTAKA

Pandemi COVID-19

Sumbangan Pemikiran tentang Virus hingga Kebijakan Strategis

Penulis:

Tim Penulis LPPM UAJY

Hak Cipta © 2020, pada penulis

Hak publikasi pada Penerbit Cahaya Atma Pustaka

Dilarang memperbanyak, memperbanyak sebagian atau seluruh isi dari buku ini dalam bentuk apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan ke- 05 04 03 02 01

Tahun 24 23 22 21 20

Cahaya Atma Pustaka

Kelompok Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Moses Gatotkaca 28, Yogyakarta

Telp. (0274) 561031, 580526, Fax. (0274) 580525

E-mail: cahyaatma@gmail.com

ISBN:

Pandemi COVID-19

Sumbangan Pemikiran tentang
Virus hingga Kebijakan Strategis

“BAGIMU NEGERI LPPM UAJY 2020”

Pengantar

Kejadian pandemi, walaupun bukan kejadian pandemi yang pertama di dunia, tapi bagi sebagian besar dari kita ini merupakan suatu hal yang pertama. Sejak WHO mengumumkan bahwa COVID-19 sebagai pandemi, maka sejak itu kehidupan dan cara hidup kita menjadi berubah secara drastis. Secara tiba-tiba kita harus tinggal di rumah, dan hampir seluruh kegiatan kita dilakukan dari rumah. Hal ini menimpa hampir semua orang di seluruh dunia. Di awal merebaknya pandemi ini, banyak perdebatan tentang asal mula beradanya virus tersebut. Beberapa teori konspirasi sempat mengemuka. Karena COVID-19 sudah menjadi pandemi, maka saat ini yang paling penting adalah bagaimana kita menghadapi pandemi ini dengan sebaik-baiknya. Di samping itu, mengingat menurut ahli epidemiologi vaksin virus ini belum tentu dapat dihasilkan secara cepat, maka kita harus menyikapinya dengan kehati-hatian namun cukup rasional.

Peneliti, dosen, dan sejawat Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari berbagai bidang mencoba mengupas pengaruh COVID-19 terhadap berbagai bidang kehidupan kita. Sesuai dengan latar belakang keilmuan yang dipunyai, masing-masing kontributor telah menghasilkan tulisan dan pandangan terhadap kasus ini. Kondisi Pasca-COVID-19 berakhir juga harus kita siapkan agar, selain agar dapat melewati masa pandemi ini dengan baik, kita juga dapat mengantisipasi hal-hal yang mungkin akan kita hadapi di masa depan. Dalam hal ini prediksi dan rasionalitas adalah sesuatu hal yang perlu dilakukan agar, perubahan-perubahan

yang kita lakukan saat ini, dapat mendorong kita pada suatu tatanan kehidupan yang lebih baik.

COVID-19 adalah ibarat kontainer besar yang tertutup, yang diangkut oleh kereta super cepat untuk membawa kita dari tempat asal kita ke suatu tempat baru, yang tidak kita ketahui lingkungannya. Di tempat yang baru, kita harus menyesuaikan diri dengan kondisi setempat jika ingin bertahan. Untuk itu kita juga harus mencari ide-ide baru agar kita tetap dapat mengembangkan diri. Kita harus membangun ketangguhan dengan menimbang dan berpegangan pada realitas dan data yang ada. Pemikiran-pemikiran baru perlu kita hasilkan agar kita dapat melewati dan keluar dari masalah COVID-19 dengan baik. Bagi sebagian orang, pengaruh COVID-19 selain merupakan ancaman juga menimbulkan peluang-peluang baru, yang mungkin belum kita perkirakan tetapi berguna bagi kehidupan banyak orang secara luas.

Tulisan yang dihasilkan dalam buku ini adalah bagian kecil dari kontribusi yang sudah dibuat oleh dosen, peneliti, dan sejawat UAJY dalam rangka ikut serta mencari solusi terkait masalah pandemi karena COVID-19 ini. Semoga apa yang sudah ditulis dapat bermanfaat.



Rektor,
Prof. Ir. Yoyong Arfiadi, M.Eng., Ph.D.

Ringkasan Eksekutif

Buku ini diawali oleh Adharta Ongkosaputra yang membangkitkan semangat dengan tulisan bertajuk “Bangunlah Jiwa dan Badannya” yang terinspirasi karya W.R. Supratman, yang salah satu baitnya berbicara tentang esensi pembangunan manusia Indonesia. Pembangunan manusia Indonesia harus seimbang antara batin dan lahir, antara rohani dan jasmani, antara badan dan jiwa. Penulis memaparkan 4-4-6 strategi. Pertama, Empat (4) strategi pembangunan SDM Formal yaitu tingkatkan kualitas pendidikan, peningkatan kualitas spiritual, tingkatkan kesadaran budaya indonesia, dan penguasaan teknologi. Ke dua, Empat (4) strategi pembangunan SDM Informal: perbaikan lingkungan (*environment*), perbaikan nasib pembantu rumah tangga, pembenahan aturan urbanisasi, dan. pendidikan keuangan (melek finansial). Ke tiga Enam (6) strategi pembangunan manusia non Informal: gerakan sosial, gerakan peduli barang bekas, membuka lapangan pekerjaan baru, optimalisasi daring (*online*), pensiun dini, dan optimalisasi teknologi. Penulis tetap optimistis negara kita akan menjadi bangsa yang kuat, mampu bersaing, dan sejajar hidup berdampingan secara terhormat dengan negara-negara maju. Kita bangun jiwa dan raga SDM Indonesia.

Selanjutnya, dokter F.X. Wikan Indrarto memaparkan tentang dokter dan rumah sakit era normal baru. Penulis menyatakan sekarang era pandemi COVID-19 di era industri 4.0. Pada era ini, layanan dokter dan Rumah Sakit (RS) akan menggunakan sistem

baru yang didukung lima jenis teknologi utama pada sistem industri 4.0, yaitu ‘*Internet of Things*’, ‘*Artificial Intelligence*’, ‘*Human–Machine Interface*’, teknologi robotik dan sensor, serta teknologi ‘*3D Printing*’. Sebagai contoh Teknologi “tricorder medis”, yang hampir setiap orang akan memiliki teknologi ini dalam genggamannya. Hanya dengan menempelkannya pada dahi, pasien dapat mengukur suhu, detak jantung, saturasi oksigen, dan tekanan darah dengan alat tersebut.

Layanan dokter virtual baik konsultasi dokter virtual, kunjungan medis atau *visite* dokter secara virtual akan menjadi kebiasaan di era normal baru. Rumah Sakit atau Klinik mulai ditinggalkan pasien karena setiap orang kelak akan dapat mencegah atau mengobati sendiri di rumah, sehingga pada era normal baru akan disebut era paska RS.

Seterusnya, W. Riawan Tjandra menulis tentang “Negara Yang Hadir dan Melindungi Melalui Kerangka Hukum Kebijakan, Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)”. Penulis menyatakan di era pandemi Covid-19, respons pemerintah cukup cepat dan tepat. Pemerintahan Jokowi segera merespons perkembangan situasi yang kian mengkhawatirkan di tengah kepanikan masyarakat melihat korban berjatuh yang terus bertambah akibat wabah Covid-19. Respons ini membutuhkan dukungan anggaran darurat yang bersumber dari APBN/D. Maka, Perppu No. 1 Tahun 2020 (kini UU No. 2 Tahun 2020) diperlukan untuk melakukan langkah *refocusing* anggaran, realokasi dan relaksasasi sejumlah kebijakan fiskal menghadapi kondisi darurat kesehatan masyarakat yang bisa sangat menyulitkan kondisi anggaran. Pengawasan dan pelaksanaan Perppu No. 1 Tahun 2020 didasarkan atas Asas-asas Umum Pemerintahan yang baik dan prinsip-prinsip *good governance*, meskipun tetap memberikan jaminan perlindungan hukum terhadap pengambil kebijakan apabila dalam mengambil kebijakan memenuhi kriteria Pasal 27 ayat (2) Perppu No. 1 Tahun 2020.

Selanjutnya, Mario Antonius Birowo, Irene Santika Vidiadari, dan Ranggabumi Nuswantoro memaparkan “Pendekatan Komunikasi Risiko untuk Mengatasi Pandemi COVID-19”. Penulis ini melihat ketidakpastian yang tinggi tentang Covid-19, sehingga semua pihak (pemerintah dan masyarakat) perlu melakukan langkah-langkah antisipatif untuk menyiapkan masyarakat hidup dalam situasi new normal. Di tengah ketidakpastian yang ada, tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat akan berhadapan dengan risiko. Keberhasilan masyarakat untuk terhindar dari risiko tinggi adalah bergantung pada bagaimana masyarakat berperilaku dalam masalah kesehatan. Perilaku itu terkait dengan persepsi masyarakat terhadap risiko yang dihadapi. Berbagai informasi terkait Covid-19 akan membantu masyarakat untuk memiliki persepsi yang tepat terhadap Covid-19 sehingga masyarakat bisa berperilaku tepat.

Kajian sektor pariwisata di masa pandemi Covid-19 dilakukan oleh Y. Sri Susilo dan Samiaji Sarosa. Penulis memaparkannya dalam tulisan tentang “Sektor Pariwisata DIY di Masa Pandemi Covid-19: Strategi Bertahan & Strategi Pemulihan”. Penulis memperoleh data primer dengan melakukan survei terhadap pelaku pariwisata, wawancara mendalam, diskusi kelompok melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan Pertemuan Pakar (*Expert Meeting/EM*). Data sekunder bersumber dari Dinas Pariwisata DIY, Bank Indonesia (BI) DIY dan Badan Pusat Statistik (BPS) DIY. Analisis dilakukan melalui tinjauan literatur dan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku sektor pariwisata di DIY menerapkan strategi bertahan hidup sambil tetap mengoperasikan operasi bisnis, meskipun beberapa operasi bisnis ditutup atau dihentikan. Operasi bisnis tersebut dilakukan dengan memberhentikan pekerja sementara, mengurangi jam operasional, PHK, mengurangi volume produksi, dan membuat kombinasi dari 4 hal. Strategi pemulihan yang telah

direncanakan oleh para pelaku pariwisata dalam menyambut era normal baru adalah dengan menyiapkan protokol kesehatan yang ketat, melakukan promosi, berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan (pemasok, pelanggan, asosiasi bisnis, dan pemerintah), melakukan promosi bisnis, dan bersama-sama mengenalkan *branding* baru pariwisata DIY yaitu “pariwisata normal baru” DIY.

Selain itu, Ririn Diar Astanti dan The Jin Ai dalam judul artikelnya “Dampak Pandemi Covid-19 terhadap *Product Assortment* pada Sektor Ritel Pokok (*Essential Retail*) dan Bagaimana Ritel harus menyikapinya”, menyatakan bahwa seluruh belahan dunia sedang berjuang bersama-sama untuk mengatasi Pandemi Covid-19. Pandemi ini diyakini akan merubah pola hidup masyarakat dan berbagai sektor mau tidak mau harus melakukan adaptasi untuk mengikuti perubahan pola tersebut. Sektor Ritel Pokok yang mempunyai peran sebagai saluran distribusi bahan kebutuhan pokok ke masyarakat, tentunya juga harus siap untuk menghadapi perubahan tersebut. Pandemi ini diyakini akan mengubah pola konsumsi masyarakat atau yang sering disebut dengan disrupsi permintaan (*demand disruption*), yang tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kinerja operasional ritel. Salah satu keputusan operasional penting bagi ritel adalah penentuan produk yang akan dijual atau seringkali disebut dengan *product assortment*. Tulisan ini akan menyajikan sebuah kerangka berpikir untuk membantu suatu ritel dalam mengevaluasi *product assortment*nya pada masa Pandemi Covid-19 ini atau nantinya juga dapat diterapkan pada kondisi *demand disruption* secara umum. Informasi yang digunakan untuk melakukan evaluasi adalah perilaku konsumen dari analisis data *Point of Sales* (POS) dan hasil survey. Sebuah studi kasus dideskripsikan untuk menerapkan kerangka berpikir tersebut.

Di sisi lain, Prasasto Satwiko dan Ign. Pramana Yudha membahas Pertanian Perkotaan, Bagian Solusi Meminimalkan Berulangnya Pandemi Zoonosis. Penulis menyatakan bahwa pandemi COVID-19 tahun 2020 menimbulkan dampak luar biasa besar pada kehidupan di bumi. Sejarah mencatat bahwa pandemi zoonosis telah berulang kali terjadi. Penelitian menemukan adanya kaitan antara konsumsi manusia terhadap hewan liar dan hewan ternak dengan berkembangnya zoonosis. Sementara itu, pangan berbasis nabati mengandung nutrisi lengkap bagi manusia dan memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan pangan berbasis hewani. Peralihan ke konsumsi pangan berbasis nabati dapat mengurangi konsumsi pangan berbasis hewani, yang kemudian diharapkan dapat meminimalkan munculnya virus pandemi. Pertanian perkotaan memiliki multi-manfaat, selain menjadi penyedia nutrisi nabati. Memakai metode eksplorasi informasi dan data terkini di internet dan rujukan ilmiah, makalah ini menarik benang merah antara usaha peminimalan berulangnya pandemi zoonosis dan pertanian perkotaan. Lebih lanjut, perpaduan antara pertanian perkotaan dan arsitektur dapat memberikan solusi menyeluruh (*comprehensive*) pada masalah-masalah di perkotaan. Diperlukan usaha yang sistematis dan luas untuk mempromosikan keunggulan pangan nabati agar kebiasaan baru (*new normal*) pascapandemi mencakup perubahan ke pangan berbasis nabati untuk meminimalkan berulangnya pandemi, masalah-masalah kesehatan masyarakat dan lingkungan.

Pada bagian lain, Ign. Pramana Yuda menjelaskan tentang Pengembangan Teknik RT-LAMP sebagai Alternatif Deteksi Molekuler COVID-19 yang Praktis, Murah, dan Andal. Pada artikel ini, penanganan pandemi COVID-19 memerlukan alat deteksi virus yang cepat dan andal. Metode molekuler berbasis antigen dengan Teknik RT-PCR telah ditetapkan sebagai metode

standar; disamping masih ada keperluannya menggunakan teknik cepat berbasis antibody. Indonesia telah mengembangkan kit deteksi COVID-19 dengan dua Teknik tersebut. Alternatif Teknik molekuler deteksi antibodi adalah RT-LAMP, yang sekarang juga sudah dikembangkan di Indonesia. Pengembangan ini diharapkan mengurangi ketergantungan pada produk ekspor. Review ini membahas teknik alternatif pengembangan dari RT-LAMP, yang hasilnya lebih sensitif, dan sederhana serta praktis digunakan di pusat-pusat layanan kesehatan atau deteksi mandiri. Teknik tersebut adalah Penn RAM dan BART-RT-LAMP.

Di bagian lain, Pastor Yance Mangkey MSC melalui karya “Refleksi Atas Pandemi Covid-19: *Radiate Love, Bring Hope*” mengajak kita untuk merefleksikan dan memikirkan apa yang sebenarnya penting bagi kelangsungan hidup dan manakah yang bersifat superfisial. Pastor menyatakan saat ini merupakan momentum era kebangkitan baru, waktu kepedulian dan solidaritas, waktu pengharapan, waktu untuk berubah dan bergerak maju menuju kehidupan yang lebih berkualitas. Pandemi ini bukan masalah orang perorangan atau suatu kelompok tertentu, tetapi adalah masalah bersama yang perlu dihadapi dan diatasi bersama. Ada banyak aspek kehidupan yang terdampak, seperti sosial, ekonomi, politik, budaya dan keamanan. Hubungan manusia dengan Yang Mahakuasa, dengan sesama dan dengan alam ciptaan mengalami ujian dan menyerukan untuk ditinjau kembali, direstorasi dan diperbarui.

Di bagian akhir buku ini, F.X. Wikan Indrarto memaparkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan 2 pelajaran utama, yang tetap harus dilakukan pada era normal baru paska pandemi. Pertama adalah pentingnya solidaritas dan kerja bersama semua pihak secara lokal, regional ataupun global, dalam mengatasi permasalahan bidang kesehatan dalam bentuk apapun. Kedua adalah melakukan aktivitas fisik untuk meningkatkan imunitas

atau kekebalan perorangan dan kelompok, baik untuk mengatasi penyakit infeksi, maupun PTM (Penyakit Tidak Menular). Tugas kita untuk mendorong semua orang agar berolah raga dan semua anak agar bermain secara fisik. Selain itu, juga membuat perubahan dari kebiasaan tidak banyak bergerak menjadi aktif bermain secara fisik, sekaligus menjamin tidur yang cukup, juga pada era normal baru paska pandemi COVID-19.

Yogyakarta, Juli 2020



Ketua LPPM,
Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D.

Daftar Isi

Pengantar	v
Ringkasan Eksekutif.....	vii
Daftar Isi	xv
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar	xix
Bangunlah Jiwa dan Badannya.....	1
Dokter dan Rumah Sakit Era Normal Baru	25
Negara Yang Hadir dan Melindungi Melalui Kerangka Hukum Kebijakan Penanganan <i>Corona Virus Disease</i> 2019 (<i>Covid-19</i>).....	33
<i>There's no “back to normal”,</i> Adaptasi berbasis Masyarakat (Pendekatan Komunikasi Risiko untuk Mengatasi Pandemi COVID-19)	85
Sektor Pariwisata DIY di Masa Pandemi Covid-19: Strategi Bertahan & Strategi Pemulihan.....	107
Dampak Pandemi Covid-19 terhadap <i>Product</i> <i>Assortment</i> pada Sektor Ritel Pokok (<i>Essential Retail</i>) dan Bagaimana Ritel harus menyikapinya.....	135
Pertanian Perkotaan Bagian Solusi Meminimalkan Berulangnya Pandemi Zoonosis	177
Pengembangan Teknik RT-LAMP sebagai Alternatif Deteksi Molekuler COVID-19 yang Praktis, Murah, dan Andal.....	201

Refleksi atas Pandemi Covid-19	
<i>Radiate Love, Bring Hope</i>	219
Solidaritas dan Aktivitas Fisik	
(belajar dari pandemi COVID-19)	229
Biodata Singkat	239

Daftar Tabel

Tabel 1. <i>Regulatory Impact Assesment Terhadap Kerangka Hukum Kebijakan Penanganan Covid-19</i>	46
Tabel 2. Analisis Substantif Perppu No. 1 Tahun 2020.....	62
Tabel 3. Analisis ABC pada Ritel G	144
Tabel 4. Kontribusi penjualan masing-masing kategori produk di ritel G	145
Tabel 5. Analisis ABC pada Ritel H.....	148
Tabel 6. Kontribusi penjualan masing-masing kategori produk di ritel H	148
Tabel 7. Empat besar produk dengan kontribusi penjualan paling besar untuk masing-masing kategori di ritel G..	150
Tabel 8. Empat besar produk dengan kontribusi penjualan paling besar untuk masing-masing kategori di ritel H dapat dilihat pada Tabel 6	154
Tabel 9. Perilaku konsumen kebutuhan pokok “pangan”.....	158
Tabel 10. Perilaku konsumen kebutuhan pokok “non-pangan”	165
Tabel 11. Perbandingan Teknik RT-PCR, RT-LAMP dan Penn RAM	210

Daftar Gambar

Gambar 1. Peta Sebaran Kasus Covid-19 Di Indonesia per Tanggal 30 Maret 2020	37
Gambar 2. Peta Sebaran Kasus Covid-19 Di DKI Jakarta	38
Gambar 3. Proyeksi Permodelan Covid-19 Oleh ITB	44
Gambar 4. Data Alvara Research Centre	94
Gambar 5. Jenis Usaha Responden	118
Gambar 6. Lokasi Usaha Responden	119
Gambar 7. Omzet Responden Sebelum Pandemi Covid-19.....	120
Gambar 8. Kondisi Omzet Usaha Pada Saat Pandemi Covid-19	121
Gambar 9. Strategi Bertahan Pada Saat Pandemi Covid-19	122
Gambar 10. Kemampuan Bertahan Pada Saat Pandemi Covid-19	125
Gambar 11. Bantuan Diterima Responden	126
Gambar 12. Strategi Pemulihan	127
Gambar 13. Bantuan Diharapkan Responden.....	129

Gambar 14. Pengelompokan Ritel.....	138
Gambar 15. Kerangka Berpikir.....	141
Gambar 16. Analisis ABC di Ritel G.....	147
Gambar 17. Analisis ABC di Ritel H.....	149
Gambar 18. Sebaran responden per wilayah.....	156
Gambar 19. Sebaran usia responden.....	157
Gambar 20. Cara konsumen mendapatkan bahan makanan sebelum Pandemi.....	163
Gambar 21. Perubahan cara belanja	163
Gambar 22. Jenis makanan apa yang biasanya Anda beli di restoran, warung makanan atau kedai makanan	164
Gambar 23. Kebutuhan yang diprioritaskan pada saat pandemi Covid-19	168
Gambar 24. Cara mendapatkan kebutuhan yang paling diprioritaskan	168
Gambar 25. Kebutuhan yang tidak diprioritaskan pada saat pandemi Covid-19	169
Gambar 26. Cara mendapatkan kebutuhan yang paling tidak diprioritaskan	169

Gambar 27. Barang yang sulit didapatkan pada saat pandemi Covid – 19	170
Gambar 28. CO ₂ yang diemisikan oleh hewan ternak	181
Gambar 29. Perbandingan beberapa pola makan dan emisi CO ₂ kg/tahun	181
Gambar 30. Perbandingan emisi CO ₂ oleh beragam bahan makanan, studi di New Zealand.....	182
Gambar 31. Perbandingan jejak air pada beberapa bahan pangan dalam gallon per pound	183
Gambar 32. Faktor-faktor pemicu zoonosis.....	185
Gambar 33. Beberapa sumber zoonosis yang lazim	185
Gambar 34. Pertanian perkotaan skala mikro ini (kebun sayur mikro) diciptakan oleh IKEA yang dipadukan sebagai elemen interior. Bangsa Indonesia terkenal kreatif. Desain pertanian mikro dapat dikembangkan dan memberi keuntungan ekonomis.....	190
Gambar 35. Rumah swasembada pangan karya Sigit Kusumawijaya..	190
Gambar 36. Pertanian perkotaan (Sayidan Urban Verticulture) gagasan Stefanus Christian Diyaneswara, Mikael Ariko Mandaladewa dari Program Studi Arsitektur – Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Rancangan pertanian perkotaan ini dapat diletakkan di jalan perkampungan, atas rumah maupun lahan kosong di perkampungan	191

Gambar 37.

Urban Life Changer, karya Harry Marvin Kristanto, Claudia Andrianti, Tan Inabel Slaveri Christanza - Podomoro University. Pertanian perkotaan ini dapat diselipkan di kepadatan kota besar seperti Jakarta..... 192

Gambar 38.

Pertanian pencakar langit rancangan Vincent Callebaut Architects (Perancis). Pencakar langit ekologis ini menggabungkan perkantoran, rumah tinggal, pertokoan, ruang rekreasi dan produk tanaman. Konsep berkelanjutan diterapkan untuk daur ulang air, tadah hujan, serta energi terbarukan 192

Gambar 39.

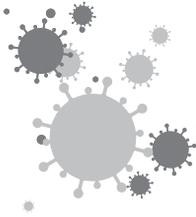
Pengaruh deteksi dini dalam mengontrol penyakit saat *outbreak*..... 204

Gambar 40.

Skema *smart cup* untuk RT-LAMP dengan pemanas kimiawi..... 211

Gambar 41.

Platform SCC untuk deteksi molekuler monil dengan tes BART-LAMP..... 211



Sektor Pariwisata DIY di Masa Pandemi Covid-19: Strategi Bertahan & Strategi Pemulihan¹

Y. Sri Susilo, Samiaji Sarosa

Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Email: sri.susilo@uajy.ac.id / yssusilo@gmail.com²

Abstract

This study is to find out and analyze survival strategies and recovery strategies carried out by DIY tourism sector actors in dealing with the Covid-19 pandemic. Primary data were obtained by conducting a survey of tourism actors, in-depth interviews, focused group discussions (FGD) and expert meetings (EM). Secondary data sourced from DIY Tourism Office, Bank Indonesia (BI) DIY and DIY Central Statistics Agency (BPS). The analysis was carried out through literature review and descriptive analysis.

Based on the results of the study, tourism sector actors in DIY implemented a survival strategy while still operating business operations, even though some closed or stopped business operations. The said business operation is done by laying off workers temporarily, reducing operating hours, laying off work (PHK), reducing production volumes, and making a combination of the 4 things. The recovery strategy that has been planned by tourism actors in welcoming the new normal era is by preparing strict health protocols, conducting promotions, communicating with stakeholders (suppliers, customers, business associations, and the government), conducting business promotions, and jointly promoting a new branding namely “new normal tourism” DIY.

Keywords: *DIY tourism, pandemic Covid-19, new normal, survival strategy, recovery strategy*

¹ Riset dibiayai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Atma Jaya Yogyakarta (LPPM UAJY)

² *Corresponding Author*

A. Pendahuluan

Setidaknya terdapat tiga sektor strategis yang dijadikan unggulan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) di level Asia Tenggara. Sektor tersebut adalah pariwisata, pendidikan dan kebudayaan, yang digadang-gadang mampu menjadi pilar penyangga bagi berkembangnya sektor perekonomian (Humas Pemda DIY, 2020).

Berdasarkan data BPS DIY (2020), kontribusi sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi DIY cukup signifikan (Tisnawan, 2020). Hal tersebut ditunjukkan dengan kontribusi langsung, melalui sub-sektor hotel dan restoran, mencapai 10,3 persen pada tahun 2019. Kemudian jika dilihat dari kontribusi tidak langsung, melalui sub-sektor perdagangan (8,5 persen), transportasi (5,7 persen), informasi dan komunikasi (8,2 persen), industri pengolahan (13,1 persen), konstruksi (9,4 persen), mencapai 44,7 persen. Kontribusi langsung dan tidak langsung sektor pariwisata terhadap pertumbuhan DIY mencapai 55 persen atau setara Rp 66,1 triliun dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2019.

Hasil studi Bank Indonesia (2019) juga menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke DIY signifikan mempengaruhi konsumsi swasta atau masyarakat (Tisnawan, 2020). Jika terjadi kenaikan 1 persen kunjungan wisatawan meningkatkan konsumsi swasta atau masyarakat sebesar 0,03 persen, *ceteris paribus* (variabel lain yang mempengaruhi dianggap tidak berubah) dan *vice versa* (begitu pula sebaliknya). Di samping itu, juga terjadi penurunan Pariwisata di DIY sepanjang tahun 2019. Hal tersebut terkait dengan (Dinas Pariwisata DIY, 2020): (1) faktor bencana alam sepanjang tahun 2019 dan status DIY sebagai daerah rawan bencana. (2) Instabilitas politik akibat agenda pemilu tahun 2019. (3) Produk wisata DIY yang cenderung tidak berubah atau stagnan. (4) Pergeseran minat wisatawan yang datang ke DIY yang lebih didominasi generasi millennial.

Pandemi Covid-19 telah berdampak nyata (*significant*) terhadap Perekonomian Indonesia. Perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) triwulan I-2020 mengalami kontraksi sebesar 0,17 persen (*y-on-y*) dan berlawanan arah dibanding pertumbuhan periode yang sama di 2019 sebesar 7,51 persen (BPS DIY, 2020). Bila dibanding triwulan IV-2019 perekonomian DIY mengalami kontraksi sebesar 5,48 persen (*q-to-q*) atau menurun 5,48 persen (BPS DIY, 2020). Pembatasan aktivitas masyarakat dalam upaya mencegah penyebaran wabah Covid-19 berdampak pula kepada perlambatan perekonomian (BPS DIY, 2020). Sektor hotel dan restoran tumbuh negatif 1,28 persen. Kondisi tersebut terkait dengan ditutupnya semua lokasi wisata dan sebagian besar kampus juga tutup.

Berlanjutnya krisis pandemi Covid-19 dapat diduga kondisi pertumbuhan ekonomi DIY semakin menurun. Demikian pula dengan kondisi sektor pariwisata di DIY. Berdasarkan data Dinas Pariwisata DIY per akhir April 2020, sejumlah 97 hotel tutup sementara (Raharjo, 2020). Kemudian tempat lokasi wisata (candi, pantai, museum, desa wisata, kawasan wisata, kraton, kebun binatang dsb) tutup sementara. Kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) berhenti total. Kondisi tersebut menjadikan total pekerja sektor pariwisata 24.885 orang, dirumahkan 21.531 orang (86,52 persen), PHK 499 orang (2,01 persen) dan 2.825 pegawai (11,35 persen) masih bekerja. Sebagian besar hotel dan restoran menyatakan hanya mampu bertahan sampai Juni 2020.

Berdasarkan kondisi obyektif tersebut maka artikel ini mencoba menjawab strategi bertahan yang telah dilakukan dan strategi pemulihan yang akan dilakukan oleh pelaku usaha/bisnis sektor pariwisata di DIY. Artikel ini terdiri dari 5 bagian. Setelah pendahuluan dilanjutkan bagian kajian pustaka. Bagian ketiga merupakan metode penelitian. Hasil dan pembahasan

merupakan bagian ke-4. Pada bagian terakhir merupakan kesimpulan dan rekomendasi.

B. Kajian Pustaka

Dalam masa krisis ekonomi, termasuk krisis pandemi Covid-19, perusahaan atau pelaku usaha/bisnis harus mampu bertahan. Ada berbagai cara atau strategi agar dapat bertahan. Menurut Afthonidis dan Tsiotras (2014), strategi bertahan di masa krisis antara lain: (1) mempertahankan karyawan kunci/spesialis. (2) Menjaga cadangan kas dan aset lancar setara kas. (3) Menjaga kepuasan pelanggan. (4) Kebijakan pemasaran, investasi, dan inovasi yang lebih agresif. (5) Komitmen pemilik untuk mempertahankan usaha. Di samping itu, selama periode krisis ekonomi, manajer harus memusatkan perhatian dan mencurahkan sumber daya untuk pengembangan elemen wirausaha dari strategi mereka. Ini bisa dicapai dengan berfokus pada perilaku inovatif, kemauan untuk mengambil risiko saat memasarkan produk baru atau layanan serta proaktif ketika mempertimbangkan peluang baru (Beliaeva, Shirokova, Wales, dan Gafforova, 2020).

Menurut Lekmat dan Chelliah (2011), strategi bertahan terhadap krisis ekonomi juga dapat dilakukan melalui: (1) pengembangan produk baru. (2) Penggunaan teknologi baru. (3) Akses ke pasar yang baru. (4) Konservatif dalam membuat keputusan bisnis di tengah krisis. (5) Menjaga SDM yang berkualitas. Kajian Lekmat dan Chelliah ini dalam kasus industri otomotif di Thailand.

Strategi lain yang dapat diterapkan di masa krisis adalah menerapkan strategi aliansi. Strategi termaksud adalah melakukan aliansi dengan perusahaan lain di masa krisis (Xia dan Dimov, 2019). Adapun strategi aliansi dapat dilakukan dengan: (1) aliansi eksplorasi, yaitu aliansi yang difokuskan

pada pengembangan produk jangka panjang, membuat perusahaan lebih rentan terhadap guncangan eksternal dalam jangka pendek. (2) Aliansi eksploitasi aliansi, yaitu aliansi yang bertujuan meningkatkan pengetahuan yang ada dan kompetensi, memungkinkan perusahaan untuk bertahan kejutan seperti itu dan dengan demikian memastikan jangka pendeknya bertahan hidup. (3) Begitu pula dengan menyeimbangkan kedua jenis kegiatan juga meningkatkan kemungkinan usaha baru bertahan hidup dalam jangka pendek.

Karakteristik perusahaan yang tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi antara lain (Koronis dan Ponis, 2018; Mangani dan Tarrini, 2017; Selmer dan Waldstrøm, 2007; Wang, Huang, dan Bansal, 2005): (1) kesiapan dalam bentuk mitigasi resiko dan persiapan menghadapi krisis. (2) Melatih sumber daya manusia untuk siap menghadapi krisis. (3) Responsif terhadap perubahan yang bersifat mendadak. (3) Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dan kondisi lingkungan. (4) Mampu belajar dari krisis. (5) Pengalaman perusahaan berbisnis/berusaha. (5) Kepercayaan dan keterbukaan informasi dalam organisasi. (7) Melakukan diversifikasi produk/usaha. (8) Memiliki manajer memiliki pendidikan tinggi dan berpengalaman sebagai pimpinan. (9) Mempunyai manajer yang dapat bekerja *independent* dan *multiskills*.

Perusahaan atau pelaku usaha seharusnya juga selalu siap dan adaptif menghadapi krisis ekonomi, Untuk diperlukan kesiapan perusahaan atau pelaku usaha. Menurut Schluter (2009), merencanakan antisipasi terhadap krisis ekonomi, termasuk pandemi, sekarang akan berarti bahwa perusahaan siap untuk krisis/wabah/pandemi dan jika krisis/wabah/pandemi berakhir maka perusahaan berada pada posisi yang relatif menguntungkan untuk mengelola efek buruk sebagai dampak pandemi. Elemen perencanaan esensial menghadapi pandemi adalah: (1)

mengidentifikasi bisnis inti dan mengantisipasi kebutuhan SDM yang memadai guna menjalankan bisnis inti. Perlu diperhatikan terutama jika perusahaan memiliki banyak cabang dan ketersediaan SDM tidak seragam. (2) Mengidentifikasi kebutuhan infrastruktur dan sumber daya untuk menjalankan usaha pada tingkat minimal dalam rangka bertahan selama masa krisis. (3) Mempersiapkan rencana mitigasi krisis akibat pandemi seperti bekerja dari rumah, protokol kesehatan, dan lainnya. (4) Meminimalkan dampak pandemi pada karyawan, relasi bisnis, dan konsumen. (5) Melibatkan para pemangku kepentingan dalam menyusun rencana mitigasi.

Terkait dengan krisis yang terkait dengan wabah atau pandemi, tindakan yang perlu dilakukan oleh perusahaan atau pelaku usaha adalah (Schluter, 2009): (1) Memperhatikan saran dari kementerian kesehatan dan institusi medis dalam rangka menjaga kesehatan dan keselamatan kerja. (2) Memantau pergerakan karyawan termasuk perjalanan dinas. (3) Menjaga cadangan dana operasional.

Dalam dunia manajemen strategi terdapat tiga kategori utama atau fokus utama dalam konsep manajemen strategi yaitu *growth strategy*, *stabilisation strategy* dan yang ketiga adalah *turnaround strategy* (Alwiya, 2010). *Turnaround strategy* adalah strategi untuk menyehatkan kembali perusahaan. Strategi ini sendiri tujuannya untuk membawa perusahaan yang sedang mengalami krisis dan mengarah pada keadaan bangkrut kembali ke arah normal. Setidaknya membawa perusahaan memulihkan kondisinya sehingga perusahaan tidak mengalami krisis sehingga tidak menyebabkan terjadinya penutupan perusahaan.

Menurut Alwiya (2010), pada saat krisis inilah *turnaround strategy* memiliki peran yang penting, bagaimana menghasilkan sebuah strategi pemulihan yang efektif, efisien serta tepat dan cepat dalam membawa perusahaan keluar dari resesi yang ada

benar-benar sangat dibutuhkan. Perumusan strategi pemulihan yang tepat dan efektif tentu saja harus mempertimbangkan kondisi lingkungan yang ada pada perusahaan tersebut. Harus diperhatikan penyebab utama yang menyebabkan perusahaan mengalami krisis, apakah pada produknya, manajemen/pemilikinya, kebijakan strategi perusahaannya atau factor eksternal yang menyebabkan terjadinya krisis tersebut.

Hamid dan Sri Susilo (2019) telah melakukan studi strategi dan kemampuan untuk bertahan dari Industri Kecil Menengah di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terhadap pertumbuhan ekonomi dunia, nasional, dan daerah yang sedang menurun (*slowdown*) pada periode tahun 2015-2018. Sebagian besar responden (65 persen) memilih strategi bertahan dengan tidak menaikkan harga. Keputusan ini sangat rasional karena kondisi permintaan menurun. Keputusan ini berdampak pada penurunan margin laba, karena seperti diketahui harga bahan baku cenderung meningkat. Responden yang memilih untuk tidak menaikkan harga dapat dikategorikan memiliki kelangsungan hidup yang cukup memadai. Industri kecil dan menengah (IKM) di wilayah DIY memiliki kelangsungan hidup yang relatif baik, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan omset (40,0 persen) dan omzet tetap atau tidak berubah (17,0 persen) jika berjumlah 57,0 persen. Jumlah tersebut masih di atas 43,0 persen dari persentase responden yang mengalami penurunan *turnover*.

Sri Susilo (2009) melakukan penelitian mengenai strategi bertahan industri kecil pasca kenaikan harga pangan dan energi studi kasus pada industri makanan di kota Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut, metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara berdasarkan kuesioner, sedangkan metode analisis adalah deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut yaitu strategi bertahan yang diterapkan oleh responden adalah dengan

menaikkan harga produk dan atau dilakukan dengan menerapkan strategi bertahan yang lain. Strategi bertahan yang lain adalah dengan menerapkan harga yang tetap atau tidak berubah dan atau diterapkan dengan strategi bertahan yang lain. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 86 persen menerapkan strategi menaikkan harga produk, sisanya sebanyak 14 persen mengaku tidak menaikkan produk. Berbagai macam strategi bertahan yang diterapkan oleh responden pada dasarnya ditujukan agar usahanya tetap dapat beroperasi atau berproduksi.

Studi tentang strategi bertahan hidup atau kelangsungan hidup industri kecil setelah gempa bumi di Yogyakarta dilakukan oleh Susilo dan Krisnadewara (2007). Survei ini dilakukan pada 100 pengusaha industri kecil yang bergerak di industri tembikar dan keramik, industri makanan tahu, industri kerajinan kulit, industri ubin, industri makanan kerupuk, industri kerajinan perak, dan industri patung. Metode pengumpulan data dengan survei lapangan dan wawancara mendalam. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif. Strategi penyintas pasca gempa, tepat 2 bulan setelah gempa, adalah: (1) berproduksi dengan fasilitas / peralatan terbatas, (2) berproduksi dengan jumlah bahan baku terbatas, (3) berproduksi dengan tenaga kerja terbatas, (4) memproduksi Dengan modal finansial terbatas, (5) hanya show-room / outlet saja, (6) jual beli (bahan tembaga dan kuningan, motor dll), (7) lainnya. Intinya, responden UMKM dengan segala keterbatasannya terus berusaha dengan melakukan kegiatan produksi sehingga bisnis tetap bisa bertahan.

Selanjutnya, Sri Susilo (2005) melakukan studi mengenai strategi survival usaha mikro-kecil studi empiris pedagang warung angkringan di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut metode pengumpulan data yang dilakukan dengan survei dan wawancara, sedangkan metode analisis adalah analisis deskriptif. Hasil kajian tersebut menyatakan bahwa

strategi yang dilakukan oleh pedagang warung angkringan agar tetap mampu bertahan dalam menjalankan usahanya adalah (1) melakukan diversifikasi barang dagangan dan diversifikasi usaha, (2) menaati peraturan yang diberikan pihak kecamatan atau kelurahan dan menjaga hubungan baik dengan pihak lain agar tetap dapat berjualan di lokasi usaha, (3) mencoba adaptif terhadap perubahan lingkungan, misalnya perubahan harga yang mempengaruhi usahanya, (4) melayani pembeli dengan baik, termasuk memberikan kesempatan menunda pembayaran, sehingga para pedagang mampu bertahan hingga sekarang dengan menggunakan strategi tersebut.

C. Metode Penelitian

Lokasi penelitian mencakup wilayah DIY yang mencakup 4 kabupaten (Sleman, Bantul, Kulon Progo dan Gunungkidul) dan 1 kota (Yogyakarta). Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Pengambilan sampel dilakukan teknik *snowball sampling* (Kuncoro, 2014). Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Survei dilakukan pada minggu pertama dan kedua bulan Mei 2020.

Menurut Kuncoro (2014), definisi data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli. Data primer diperoleh dari survei lapangan dengan kuesioner dan wawancara mendalam terhadap pelaku usaha pariwisata DIY. Pengumpulan data primer juga dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan Pertemuan Pakar (*Expert Meeting/EM*). Hasil temuan dari riset kemudian dibahas oleh pakar dan pengambil kebijakan yang kompeten melalui proses EM. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mendapatkan masukan yang berarti dan signifikan.

Kemudian secara singkat dapat dikatakan bahwa data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain (Kuncoro, 2014). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh

dari Badan Pusat Statistik (BPS) DIY, Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPBI) DIY dan Dinas Pariwisata DIY. Sumber data sekunder yang lain diakses dari berbagai sumber termasuk internet.

Dari hasil wawancara mendalam, FGD, dan EM kemudian dilakukan analisis deskriptif. Dalam riset yang menggunakan analisis deskriptif pada dasarnya mengidentifikasi karakteristik dari fenomena yang diamati atau melakukan eksplorasi kemungkinan hubungan dua atau lebih fenomena (Leedy and Ormrod, 2005). Pengertian yang lain, dalam analisis deskriptif memberikan gambaran pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan penuh makna (Kuncoro, 2014). Selanjutnya dalam analisis deskriptif dilakukan interpretasi atas data dan hubungan yang ada dalam penelitian tersebut.

Menurut Kuncoro (2014), dalam analisis deskriptif dapat dilakukan komparasi antara hasil penelitian dengan hasil-hasil penelitian terkait dan dilakukan korelasi antara hasil-hasil penelitian tersebut dengan teori atau konsep yang relevan. Analisis secara deskriptif dapat juga dilakukan dengan teknik statistik yang relatif sederhana, seperti misalnya menggunakan tabel, grafik, dan ukuran tendensi sentral yaitu nilai rata-rata, nilai tengah, dan modus (Kontour, 2003). Dengan demikian sekalipun metode analisis yang digunakan dalam riset ini relatif sederhana, namun dapat memberikan informasi yang memadai sesuai dengan tujuan penelitian (Sri Susilo, 2009).

Secara ringkas tahapan dari riset ini adalah sebagai berikut:

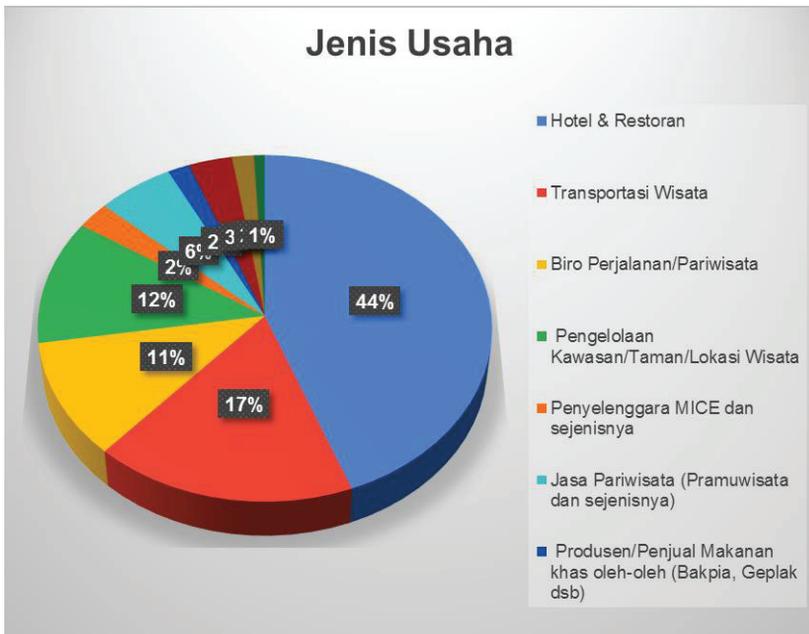
- 1) Kajian pustaka/literatur.
- 2) Penyusunan kuesioner dan uji coba kuesioner.
- 3) Penyebaran kuesioner, wawancara mendalam, dan pengolahan data.

- 4) FGD Daring (Melibatkan Dinas Pariwisata DIY, Bank Indonesia DIY, PHRI DIY, GIPI DIY, ASITA DIY dan ISEI DIY).
- 5) Penyusunan laporan hasil riset/artikel untuk buku.
- 6) *Expert Meeting* Daring (Melibatkan Dinas Pariwisata DIY, ISEI DIY, PHRI DIY, GIPI DIY, KADIN DIY, Bank Indonesia DIY).
- 7) Seminar Daring (Presentasi hasil riset dan revisi hasil penelitian).

Dalam penelitian ini, kajian pustaka digunakan sebagai dasar penguat dari penelitian yang akan diadakan. Nazir (2014) menyatakan bahwa studi pustaka/studi literatur digunakan mencari sumber data sekunder yang mendukung penelitian. Kajian pustaka juga diperlukan untuk mengetahui sampai ke mana ilmu yang berhubungan dengan penelitian telah berkembang dan juga mempertajam hasil analisis dari riset.

D. Hasil dan Pembahasan

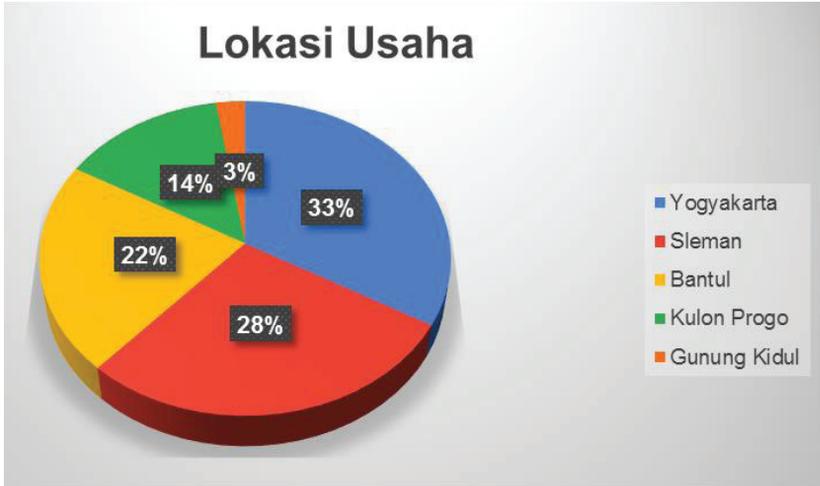
Jumlah responden dalam kajian sebanyak 120 responden yang mewakili 8 jenis usaha. Jenis usaha termaksud mencakup: (1) Hotel & Restoran, (2) Transportasi Wisata, (3) Biro Perjalanan / Biro Pariwisata, (4) Pengelolaan Kawasan/Lokasi Wisata, (5) Penyelenggara MICE dan sejenisnya, (6) Jasa Pariwisata, (7) Produsen/Penjual Makanan khas oleh-oleh (Bakpia, Geplak dsb), (8) Produsen/Penjual Kerajinan (Cinderamata, Kaos dsb, dan (9) Jenis usaha lainnya. Dari hasil survei, paling banyak merupakan responden dari jenis usaha Hotel dan Restoran (44 persen), kemudian masing-masing diikuti oleh Jasa Transportasi Wisata (17 persen), Pengelolaan Kawasan/Taman/Lokasi Wisata (12 persen), Biro Perjalanan Wisata (11 persen), Jasa Pariwisata (6 persen), dan sisanya sebanyak 11 persen jenis usaha lainnya (Gambar 1).



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 5.
Jenis Usaha Responden

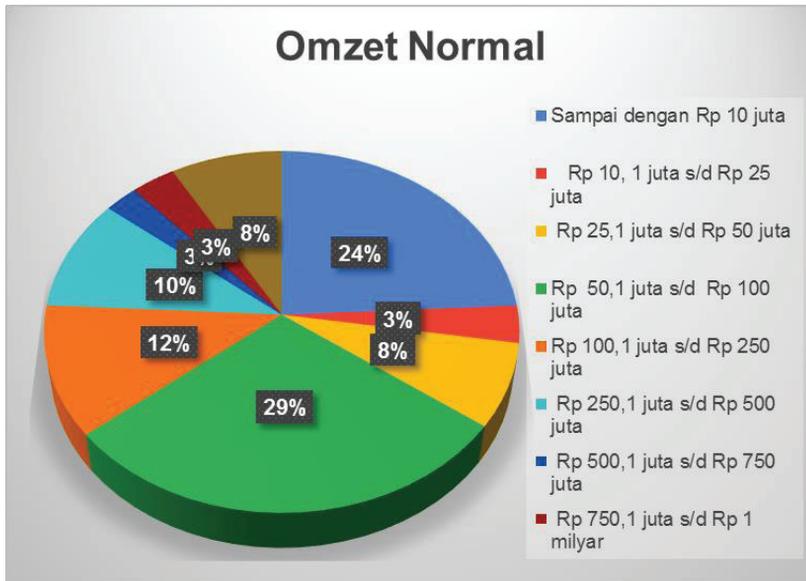
Survei mencakup wilayah DIY (4 Kabupaten dan 1 Kota), yaitu Kabupaten Sleman, Bantul, Kulon Progo, Gunungkidul dan Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil survei, responden paling banyak berasal dari Kota Yogyakarta (33 persen). Kemudian diikuti oleh Kabupaten Sleman (28 persen), Kabupaten Bantul (22 persen), Kabupaten Kulon Progo (14 persen), dan Kabupaten Gunung Kidul (3 persen). Sedikitnya responden dari Kabupaten Gunungkidul terkait dengan tingkat pengembalian (*respon rate*) dari kuesioner yang rendah.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 6.
Lokasi Usaha Responden

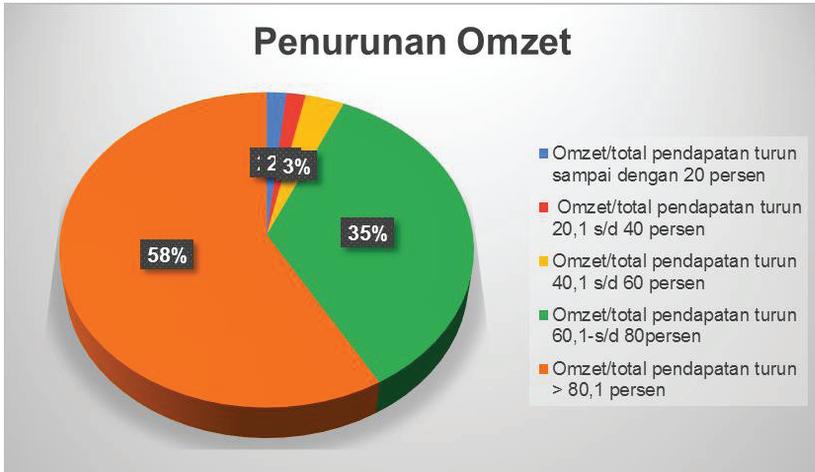
Profil responden dalam riset ini dilihat dari besarnya omzet usaha per bulan. Responden yang mempunyai omzet antara Rp 50,1 juta sampai dengan Rp 100 juta sebanyak 29 persen, kemudian yang diikuti yang beromzet sampai dengan Rp 10 juta (24 persen), beromzet Rp 100,1 juta sampai dengan Rp 250 juta (12 persen), beromzet Rp 250,1 sampai Rp 500 juta (10 persen), beromzet Rp 25,1 sampai dengan Rp 100 juta (8 persen) (Gambar 3). Berdasarkan omzet, skala usaha responden yang terdampak pandemi Covid-19 dapat dinyatakan mewakili usaha yang termasuk kategori skala mikro, kecil, menengah dan besar.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 7.
Omzet Responden Sebelum Pandemi Covid-19

Pandemi tersebut menjadikan seluruh tempat/lokasi wisata di DIY ditutup. Kondisi tersebut menjadikan wisatawan domestik dan asing yang datang ke DIY menurun drastis. Selanjutnya berdampak pada kegiatan sektor pariwisata dan sub-sektor yang terkait langsung dan tidak langsung. Kondisi tersebut menyebabkan omzet responden mengalami penurunan. Sebesar 58 persen responden mengalami penurunan omzet usaha di atas 80 persen. Kemudian yang mengalami penurunan omzet antara 60,1 persen sampai dengan 80 persen sebanyak 35 persen responden. Kemudian responden yang mengalami penurunan omzet 40,1 sampai dengan 60 persen sebanyak 3 persen (Gambar 4). Berdasarkan kondisi ini tersebut maka pandemi Covid-19 berdampak negatif nyata terhadap omzet responden.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 8.
Kondisi Omzet Usaha Pada Saat Pandemi Covid-19

Selanjutnya bagaimanakah strategi bertahan yang diterapkan oleh responden pelaku usaha Pariwisata di DIY? Berdasarkan hasil survei, sebanyak 45 persen responden menyatakan menutup operasi usahanya untuk sementara dengan menerapkan kebijakan merumahkan sementara pekerjanya namun tanpa disertai pemutusan hubungan kerja (PHK). Sebanyak 7 persen responden juga menyatakan menutup operasi usahanya disertai dengan merumahkan sementara pekerja dan melakukan PHK (Gambar 5). Kemudian sebanyak 15 persen responden menyatakan tetap beroperasi/berproduksi namun dilakukan dengan merumahkan sebagian pekerjanya. Responden yang menyatakan tetap beroperasi/berproduksi dan disertai dengan mengurangi jam kerja karyawan sebanyak 10 persen. Sebanyak 5 persen menyatakan tetap beroperasi/berproduksi namun disertai kebijakan mengurangi volume produksi. Selanjutnya sebanyak 3 persen responden yang mengaku tetap beroperasi/berproduksi namun disertai dengan merumahkan sementara pekerja dan juga melakukan PHK terhadap sebagian pekerjanya. Sebanyak

15 persen responden memberikan jawaban lainnya baik tetap beroperasi maupun menutup usaha dengan disertai berbagai kebijakan yang bukan terkait dengan pekerja, produksi dan jam kerja. Melihat hasil survei maka dapat dinyatakan bahwa lebih dari 50 persen telah menutup usahanya karena terdampak pandemi Covid-19.

Hasil temuan studi ini sejalan dan tidak berbeda studi yang dilakukan oleh Hardi, Sri Susilo, dan Apriyanto (2020). Kajian tersebut mencakup sub-sektor hotel dan restoran, industri pengolahan, jasa transportasi, jasa konstruksi, real estate, kerajinan, dan sebagainya. Strategi bertahan yang diterapkan oleh 138 responden antara lain: (1) menutup operasi usaha sementara, (2) merumahkan sementara pekerja dan tetap memberikan gaji, (3) tetap membuka usaha dengan mengurangi pekerja dan jam kerja, (4) melakukan diversifikasi usaha, (5) mencari peluang usaha alternatif, (5) bentuk lainnya.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 9.
Strategi Bertahan Pada Saat Pandemi Covid-19

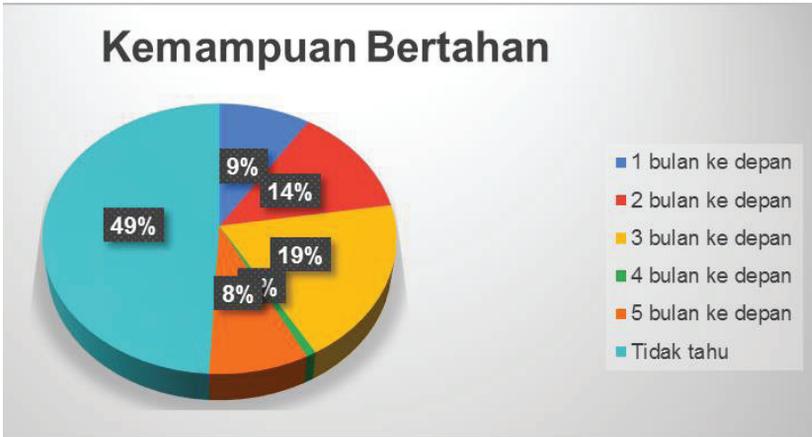
Kebijakan menutup operasi usahanya disertai dengan merumahkan sementara pekerja dan atau PHK nampaknya tidak dapat dihindari. Hal tersebut disebabkan pandemi Covid-19 menyebabkan dampak terhadap perekonomian termasuk kegiatan usaha sektor pariwisata. Dampak tersebut terjadi baik di sisi permintaan (*demand side*) maupun sisi penawaran (*supply side*) (Sri Susilo, 2020). Dari sisi penawaran di sektor pariwisata, semua lokasi/tempat wisata di DIY ditutup dan akses menuju tempat/lokasi wisata khususnya transportasi juga dibatasi. Kondisi tersebut menjadikan wisatawan domestik dan asing yang datang ke DIY menjadi turun sangat drastis. Dari sisi permintaan, masyarakat atau wisatawan untuk sementara menerapkan beraktivitas di rumah (*work for home* dan *study for home*) sehingga tidak meninggalkan rumah jika tidak ada keperluan yang sangat penting. Hal itu berarti kegiatan untuk berwisata hampir dikatakan mustahil.

Dampak pandemi Covid-19 yang menekan sisi permintaan dan penawaran di sektor pariwisata berimbas pada hampir berhentinya sektor pariwisata di DIY. Sub-sektor atau jenis hotel dan restoran yang paling awal terdampak kemudian merambat kepada jenis usaha khususnya pemasok hotel dan restoran (Dinas Pariwisata DIY, 2020). Di samping itu, sub-sektor yang terdampak adalah jasa transportasi wisata, biro perjalanan wisata, pengelola kawasan/lokasi wisata, penyelenggara MICE dan sejenisnya, jasa pariwisata lain, dan produsen/penjual makanan, cinderamata, dan sejenisnya yang terkait dengan kegiatan pariwisata di DIY. Khusus di DIY, ditutupnya kampus menjadi salah satu penyebab sektor pariwisata lebih tertekan. Kegiatan seminar/konferensi baik tingkat lokal, nasional, internasional kemudian ditunda dan bahkan dibatalkan sehingga berdampak negatif terhadap sub-sektor perhotelan/akomodasi. Ditutupnya sementara kampus dan diganti dengan kuliah daring (*online*) kemudian sebagian

besar mahasiswa pulang ke kampung halaman. Kondisi tersebut menjadikan sub-sektor usaha makanan dan minuman juga terdampak dan sebagian besar warung makan di sekitar kampus juga tutup sementara.

Selanjutnya dengan bagaimana kemampuan bertahan dari responden pelaku usaha pariwisata di DIY? Dari hasil survei, ternyata 49 persen mengaku tidak mengetahui sampai kapan usahanya mampu bertahan dari dampak pandemi Covid-19 (Gambar 6). Kondisi tersebut dimungkinkan terkait dengan belum adanya informasi yang valid kapan berakhirnya pandemi Covid-19. Selanjutnya sebanyak 19 persen menyatakan usahanya akan mampu bertahan sampai 3 bulan ke depan. Responden yang mengaku mampu bertahan sampai 2 bulan ke depan sebanyak 14 persen. Sebanyak 9 persen mengaku mampu bertahan sampai 1 bulan ke depan. Responden yang mempunyai kemampuan bertahan sampai 5 bulan ke depan sebanyak 8 persen. Selanjutnya hanya 1 persen responden yang menyatakan mampu bertahan sampai 4 bulan ke depan.

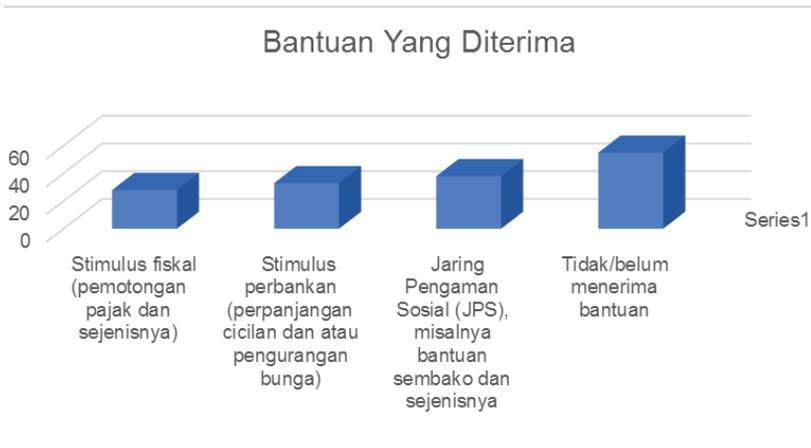
Kemampuan bertahan dari pelaku usaha pariwisata yang bervariasi bergantung pada jenis usaha, skala usaha, pengalaman berusaha, dan faktor yang lain (Sri Susilo, 2009). Menurut Peljhan, Kejžar, dan Ponikvar (2012), kemampuan bertahan perusahaan dari krisis tergantung dari skala usaha dan pengalaman berusaha. Semakin besar skala usaha dan pengalaman berusaha yang semakin lama menjadikan kemampuan bertahan perusahaan semakin tinggi.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 10.
Kemampuan Bertahan Pada Saat Pandemi Covid-19

Terkait dengan bantuan yang telah diterima oleh responden selama pandemic Covid-19 disajikan pada Gambar 7. Sebanyak 55 responden (46 persen) mengaku tidak atau belum menerima bantuan, khususnya dari pemerintah (pusat, kabupaten/kota). Ini berarti sebanyak 65 responden (54 persen) responden pelaku usaha pariwisata di DIY telah menerima bantuan dari pemerintah. Bantuan yang telah diterima adalah stimulus fiskal (pemotongan pajak dan sejenisnya), stimulus perbankan (perpanjangan masa cicilan dan atau pengurangan bunga pinjaman) dan kombinasi stimulus fiskal dan perbankan. Sebagian responden juga menerima bantuan berupa jaring pengaman sosial (JPS) misalnya pemberian sembako dan sejenisnya. Pemberian JPS pada umumnya diberikan pada pelaku usaha mikro dan kecil.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 11.
Bantuan Diterima Responden

Bagaimanakah dengan strategi pemulihan yang dilakukan oleh responden jika krisis pandemi Covid-19 sudah mereda? Responden menyatakan akan melakukan langkah seperti: (1) membuka kembali usaha khususnya bagi responden yang sementara menghentikan operasi usaha. (2) Melakukan promosi usaha dengan berbagai media, termasuk media sosial. (3) Melakukan komunikasi dengan pemangku kepentingan, baik pemasok, pelanggan, asosiasi pengusaha, dan pemerintah. (4) Menyelenggarakan event khusus untuk mengenalkan *branding* baru pariwisata DIY. Temuan kajian ini sejalan dan tidak berbeda nyata dengan studi yang dilakukan oleh Hardi, Sri Susilo, dan Apriyanto (2020). Studi tersebut menemukan bahwa pelaku ekonomi di DIY akan menerapkan strategi pemulihan dalam bentuk: (1) penguatan di bidang pemasaran lewat berbagai media, (2) melakukan revitalisasi usaha, (3) inovasi dan peningkatan kualitas produk, (4) mencari pasar baru dan meningkatkan pangsa pasar, dan (5) strategi lainnya.



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 12.
Strategi Pemulihan

Dalam hal ini strategi pemulihan yang akan diterapkan harus dikaitkan dengan penerapan era normal baru (*new normal*) di bidang pariwisata. Prasyarat penerapan normal baru adalah dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Pengertian ketat disini khususnya dalam pengawasan implementasi dari penerapan protokol kesehatan (pemakaian masker, pengecekan suhu tubuh, cuci tangan, dan menjaga jarak antar individu). Dengan demikian semua tempat wisata dan tempat yang berhubungan dengan kegiatan wisatawan wajib menyediakan fasilitas untuk mendukung implementasi protokol kesehatan.

Di samping kondisi prasyarat (*necessary condition*) tersebut, diperlukan kondisi yang mendukung untuk mencukupi (*sufficient condition*) normal baru sektor Pariwisata DIY. Sejumlah langkah pemulihan dan menuju normal baru telah diprogramkan oleh Dinas Pariwisata DIY. Terkait dengan langkah pemulihan yang direncanakan antara lain (Dinas Pariwisata DIY, 2020):

(1) penguatan sumber daya manusia dan kelembagaan, (2) standarisasi destinasi, (3) *soft tourism campaign*, (4) *brand awareness*, (5) penyusunan paket wisata, (6) program insentif untuk *event*, dan (7) promosi wisata bersama. Selanjutnya untuk menuju normal baru pariwisata, Dinas Pariwisata DIY telah menyiapkan sejumlah langkah: (1) kalender kegiatan pariwisata (*calendar of events*), (2) memberikan insentif untuk promosi bersama, (3) standardisasi destinasi wisata, (4) melakukan promosi, (5) fokus pada kegiatan MICE, dan (6) melaksanakan *farm trip*. Hal yang penting dari normal baru pariwisata DIY adalah diperlukan *branding* baru untuk mengangkat kembali citra dan daya tarik pariwisata DIY.

Dinas Pariwisata DIY telah menyiapkan standar operasi dan prosedur (SOP) protocol kesehatan untuk pembukaan kembali destinasi wisata di DIY. Pembukaan tersebut direncanakan pada bulan Juli 2020 mendatang. Untuk itu diperlukan SOP bagi semua pihak yang terlibat dalam kegiatan pariwisata. Untuk pembukaan destinasi wisata dan menuju normal baru pariwisata DIY diperlukan kesiapan dari seluruh pihak yang terlibat baik pelaku usaha pariwisata, wisatawan maupun regulator dalam pemerintah. Untuk itu diperlukan kesiapan terutama perubahan perilaku yaitu perilaku menuju normal baru melalui program *Cleanliness, Health, Safety* (CHS), yakni segala kebiasaan baru yang dulunya tidak dianggap normal saat ini menjadi normal. *Cleanliness* (kebersihan) yang mencakup kebersihan objek wisata serta pintu masuk destinasi wisata. *Health* (kesehatan) berupa pengecekan kesehatan para pelaku usaha wisata dan wisatawan. *Safety* (keamanan) yang mencakup keamanan pelaku usaha serta wisatawan dan masyarakat.

Perlu diperhatikan dimungkinkan terjadinya kecepatan pemulihan yang berbeda-beda diantara pelaku usaha pariwisata. Perbedaan tersebut dikarenakan faktor internal misalnya

jenis usaha, kemampuan manajemen, dan pengalaman usaha serta faktor eksternal misalnya lokasi usaha dan kesempatan menerima kebijakan stimulus (Nugroho dan Alaydrus, 2020). Dalam rangka menuju pemulihan usaha maka bantuan stimulus dari pemerintah tetap diperlukan. Berdasarkan hasil survey, bantuan yang diharapkan oleh responden adalah: (1) bantuan permodalan, (2) keringanan/pemotongan pajak, (3) keringanan cicilan utang perbankan, (4) bantuan promosi dan sejenisnya, dan (5) bantuan lainya untuk mendukung pemulihan usaha (Gambar 9).



Sumber: Hasil survei (diolah)

Gambar 13.
Bantuan Diharapkan Responden

E. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Strategi bertahan yang dilakukan oleh pelaku usaha pariwisata di DIY dijalankan dengan: (1) menutup operasinya untuk sementara dengan menerapkan kebijakan merumahkan sementara pekerja dan atau

melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). (2) Tetap beroperasi/berproduksi namun dilakukan dengan merumahkan sebagian pekerja, mengurangi jam kerja karyawan, dan mengurangi volume produksi. (3) Menjalankan operasi/produksi namun disertai dengan melakukan PHK terhadap sebagian pekerja.

2. Strategi pemulihan yang akan dilakukan oleh pelaku usaha pariwisata di DIY adalah: (1) membuka kembali usaha khususnya bagi responden yang sementara menghentikan operasi usaha. (2) Melakukan promosi usaha dengan berbagai media, termasuk media sosial. (3) Melakukan komunikasi dengan pemangku kepentingan, baik pemasok, pelanggan, asosiasi pengusaha, dan pemerintah. (4) Menyelenggarakan *event* khusus untuk mengenalkan *branding* norma baru pariwisata DIY.

Rekomendasi atau saran yang dapat disusulkan dari kajian ini adalah:

- 1) Pelaku usaha pariwisata di DIY ke depan harus mempersiapkan strategi bertahan dan pemulihan untuk menghadapi kemungkinan terjadinya krisis yang berdampak pada usaha mereka. Strategi yang disusun disesuaikan dengan kondisi masing-masing perusahaan, baik dari skala usaha dan pengalaman berusaha. Dengan menyiapkan strategi tersebut diharapkan perusahaan atau pelaku usaha akan lebih siap menghadapi kemungkinan adanya krisis atau syok (*shock*) terhadap perusahaan/usaha yang mereka jalankan.
- 2) Menuju pemulihan usaha harus diupayakan oleh perusahaan atau pelaku usaha sendiri, namun harus tetap mendapatkan dukungan atau bantuan dari pemerintah baik stimulus fiskal, non fiskal, perbankan, dan bantuan operasional lain. Pemulihan usaha juga terkait dengan

norma baru pariwisata DIY. Untuk itu harus disiapkan SOP protokol kesehatan oleh pemerintah bagi pelaku usaha wisata, wisatawan, dan pihak lain yang terlibat dari kegiatan pariwisata. Diperlukan upaya untuk mengangkat citra dan daya tarik dengan menciptakan *branding* norma baru pariwisata DIY.

- 3) Diperlukan perubahan perilaku menuju normal baru melalui program *Cleanliness, Health, Safety* (CHS), yakni segala kebiasaan baru yang dulunya tidak dianggap normal saat ini menjadi normal. *Cleanliness* (kebersihan) mencakup kebersihan objek wisata serta pintu masuk destinasi wisata. *Health* (kesehatan) berupa pengecekan kesehatan bagi pelaku usaha pariwisata dan para wisatawan. *Safety* (keamanan) yang mencakup keamanan bagi pelaku usaha wisata serta wisatawan dan masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1] Afthonidis, E. P., and Tsiotras, G. D. (2014). "Strategies for business excellence under an economic Crisis". *The TQM Journal*, 26(6), 610-624.
- [2] Alwiya, A.W., (2010), "*Turnaround Strategy dan Stres* (Perspektif Konsep dan Aplikasi)", *Artikel*, diakses dari <https://blogstrategikmarketing.wordpress.com/2010/09/06/turnaround-strategy-dan-stres-perspektif-konsep-dan-aplikasi/> pada tanggal 15 Mei 2020.
- [3] Beliaeva, T., Shirokova, G., Wales, W., & Gafforova, E. (2020). "Benefiting from economic crisis? Strategic orientation effects, trade-offs, and configurations with resource availability on SME performance". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), 165-194.

- [4] BPS DIY, (2020), “Pertumbuhan Ekonomi DIY Triwulan I-2020”, *Berita Resmi Statistik*, No. 031/05/Th. XXII, Selasa 5 Mei 2020, Yogyakarta.
- [5] Dinas Pariwisata DIY, (2020), “Penanganan Dampak dan Pemulihan Akibat Covid-19 Pemda DIY: Bidang pemulihan Pariwisata”, *Materi Paparan*, Seminar Terbatas “Kajian Sektor Pariwisata DIY: Dampak Pandemi Covid-19 dan Strategi Pemulihan”, Kerjasama ISEI DIY, Dinas Pariwisata DIY, dan BI DIY, Mei 2020, Yogyakarta.
- [6] Hamid, E.S., dan Sri Susilo, Y., (2019), “Strategi dan Kemampuan untuk Bertahan dari Industri Kecil Menengah: Kasus di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia”, *Makalah*, Diskusi Terbatas ISEI Cabang Yogyakarta.
- [7] Hardi, A.S., Sri Susilo, Y., dan Apriyanto, T., (2020), “Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Ketangguhan Usaha di DIY”, *Laporan Survei*, JERCovid-19 KADIN DIY dan ISEI DIY, Yogyakarta
- [8] Humas Pemda DIY, (2020), “Tiga Sektor Strategis Jadi Unggulan DIY”, *Berita*, 23 Januari 2020, diakses dari <https://www.jogjaprov.go.id/berita/detail/8462-tiga-sektor-strategis-jadi-unggulan-diy-pada-tanggal-15-mei-2020>.
- [9] Koronis, E., & Ponis, S. (2018). “Better than before: the resilient organization in crisis mode”. *Journal of Business Strategy*, 39(1), 32-42.
- [10] Kountur, R. (2003). *Metode Penelitian Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. Cetakan 1. Jakarta: Penerbit PPM.
- [11] Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Cetakan 2, Edisi 4. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [12] Leedy, P.D., and Ormrod, J.E. (2005). *Practical Research: Planning and Design*. 8th Edition. Singapore: Pearson Education Pte.

- [13] Lekmat, L., and Chelliah, J. (2011). "Surviving the Next Economic Crisis: Corporate entrepreneurship strategies of Thai automotive SMEs". *Journal of International Management Studies*, 6(3), 18-35.
- [14] Mangani, A., & Tarrini, E. (2017). "Who survives a recession? Specialization against diversification in the digital publishing industry". *Online Information Review*, 41(1), 19-34.
- [15] Nazir, M., (2014), *Metode Penelitian*, Cetakan 1, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [16] Nugroho, CA., dan Alaydrus, H., (2020), "12 Jurusan Korporasi China Bangkit dari Krisis Corona", *Berita*, Bisnis.com 26 Maret 2020, diakses dari <https://kabar24.bisnis.com/read/20200326/19/1218426/12-jurus-korporasi-china-bangkit-dari-krisis-corona> pada tanggal 15 Mei 2020
- [17] Peljhan, D., Kejžar, K. Z., and Ponikvar, N. (2012). "The Importance Of Performance Management Tools Usage For Surviving The Economic Crisis". *International Business & Economics Research Journal*, 11(12), 1299-1310.
- [18] Schluter, J. (2009). "What you must do now to prepare your company for the next pandemic". *Keeping Good Companies*, 61(6), 1-5.
- [19] Selmer, J., and Waldstrøm, C. (2007). "Work values of surviving and non-surviving managers during economic recession". *Career Development International*, 12(5), 433-445.
- [20] Sri Susilo, Y., (2020), "Strategi Bertahan dan Pemulihan Sektor Pariwisata di DIY", *Materi Paparan*, Seminar Regional Online "Kondisi Perekonomian DIY: Dampak Pandemi Covid-19 dan Strategi Pemulihan", Kerjasama FBE UAJY, ISEI DIY, dan BI DIY, 20 Oktober 2020, Yogyakarta.

- [21] Sri Susilo, Y., (2005), “Strategi *Survival* Usaha Mikro-Kecil (Studi Empiris Pedagang Warung Angkringan di Kota”, *Jurnal Telaah Bisnis*, Vol.6, No.2, Desember 2005, hal. 161-177
- [22] Sri Susilo, Y., (2009), “Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan dan Energi di Kota Yogyakarta”, *Jurnal Ekuitas* Vol.14 No.2 Juni 2010 : 225-244
- [23] Sri Susilo, Y., dan Krisnadewara, P.D. 2007. “Strategi Bertahan Industri kecil Pasca Gempa Bumi di Yogyakarta”, *Ekonomi dan Bisnis*, IX (2), Juni 2007: 127 - 146
- [24] Tisnawan, H., (2020), “Dampak Penyebaran Virus Corona Terhadap Perekonomian”, *Materi Paparan*, Kantor Perwakilan Bank Indonesia DIY, Februari 2020, Yogyakarta.
- [25] Wang, H.-m., Huang, H., and Bansal, P. (2005). “What Determined Success During the Asian Economic Crisis?—The Importance of Experiential Knowledge and Group Affiliation”. *Asia Pacific Journal of Management*, 22(1), 89-106.
- [26] Xia, T., and Dimov, D. (2019). “Alliances and Survival of New Biopharmaceutical Ventures in the Wake of the Global Financial Crisis”. *Journal of Small Business Management*, 57(2), 362–385.

Biodata Singkat



Ir. Adharta Ongkosaputra, M.Sc. Kelahiran Kalabahi Alor, NTT. Anggota Dewan Penyantun Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Alumni Fakultas Teknik Sipil Universitas Trisakti Jakarta, Alumni Universitas Prasetya Mulya Jakarta, Ketua Dewan Pakar Alumni Universitas Trisakti, Kegiatan Sosial

Lions Clubs Indonesia D307B1 dan Warga Usia Lanjut atau Wulan



DR. dr. F.X. Wikan Indrarto, Sp.A. Anggota Badan Pengawas Yayasan Slamet Riyadi. Dokter spesialis anak dan Ketua Komite Medik di RS Panti Rapih Yogyakarta, lulus Program Doktor UGM tahun 2011 dalam bidang Ilmu Kedokteran Klinis. Pengurus Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan Asosiasi RS

Swasta Indonesia (ARSSI) Wilayah DIY.



Dr. W. Riawan Tjandra, S.H., M.Hum. Dosen bidang Hukum Administrasi Negara pada Fakultas Hukum dan Magister Ilmu Hukum (Kenegaraan) Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan menjadi dosen tidak tetap pada beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta, yaitu di Progam S2 dan S3 Ilmu Hukum. Penulis lulus

cumlaude dari Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang pada tahun 1993. Lulus cumlaude dari Magister Hukum Bidang Konsentrasi Hukum Kenegaraan Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada (UGM) pada tahun 2003; dan lulus cumlaude dari Program Doktor Ilmu Hukum Bidang Hukum Administrasi Negara UGM tahun 2009.

Penulis menjadi ahli bidang Hukum Administrasi Negara, Hukum Keuangan Negara/Daerah, Hukum Acara Peradilan Tata Usaha Negara, dan Hukum Pengadaan Barang dan Jasa di berbagai peradilan, yaitu: PN Tipikor, PTUN, Arbitrase, Mahkamah Konstitusi, Mahkamah Agung dan DKPP.

Pernah menulis banyak artikel di media massa dan menghasilkan banyak buku.



Drs. Mario Antonius Birowo, M.A., Ph.D. Lektor Kepala Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Mengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi sejak tahun 1993. Lulus Ph.D. tahun 2010 dari Curtin University, Australia. Fokus studi pada Komunikasi Bencana, Komunikasi dan Perubahan Sosial.

**Irene Santika Vidiadari, M.A.**

Dosen prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak 2017. Fokus studi tentang Komunikasi & Gender, dan Komunikasi Kesehatan & Lingkungan. Selain mengajar, aktif melakukan penelitian seputar media dan kajian budaya. Penulis juga merupakan editor Jurnal Ilmu

Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

**Ranggabumi Nuswantoro,**

S.Sos., M.A. Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FISIP UAJY). Lulus M.A. pada tahun 2014 dari Universitas Gadjah Mada, serta memperoleh Certified International Qualitative Researcher (CIQaR) pada tahun 2020

dari Quantum HRM International & KAN. Fokus studi pada Komunikasi Politik, Demokrasi Digital, dan Media Sosial.

**Dr. Y. Sri Susilo, M.Si (YSS).**

Dosen Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) sejak tahun 1992. Alumnus Sarjana (1992) dan Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (IESP) dengan konsentrasi Ekonomika Industri (1999) dari FEB UGM Yogyakarta. Memperoleh Doktor

Ilmu Ekonomi Konsentrasi Ekonomika Pembangunan dari

FEB UNS Surakarta (2016). Penulis opini di harian Kedaulatan Rakyat dan Harian Jogja serta media online (Berita Moneter dan Bernas News). Sekretaris Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) Cabang Yogyakarta sejak tahun 1999. Anggota Pengurus Pusat ISEI sejak tahun 2012. Tenaga Ahli Bidang Investasi Bappeda DIY (2017-2018) dan Tenaga Ahli Parampara Praja DIY (2019-sekarang). Pengelola rubrik “Indikator Ekonomi DIY” di harian Kedaulatan Rakyat (2018-sekarang). Beberapa artikelnya dimuat di jurnal terakreditasi nasional dan internasional.



Samiaji Sarosa, S.E., M.Sc., Ph.D. Dosen Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universita Atma Jaya Yogyakarta (FBE UAJY) sejak tahun 1998. Alumnus Sarjana (1998) FBE UAJY. Memperoleh gelar Master of Information Systems dari University of Wollongong, Australia di tahun

2001. Memperoleh Doctor of Philosophy in Computing Sciences dari University of Technology, Sydney di Australia pada tahun 2007 dengan bea siswa Australia Development Scholarship. Pernah menjadi Director of Education Committee pada Indonesian Chapter of Association for Information Systems (AISINDO) periode 2015-2018. Konsultan di lembaga donor seperti AusAID, MCA Indonesia, maupun perusahaan swasta nasional. Beberapa artikelnya dimuat di jurnal terakreditasi nasional dan internasional.



Ririn Diar Astanti, S.T., M.MT., D.Eng. Dosen pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak tahun 2003. Jabatan akademik saat ini adalah Lektor Kepala. Memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya

pada tahun 2000 dan Gelar Magister Manajemen Teknik Pada Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya pada tahun 2003. Mendapatkan gelar *Doctor of Engineering* dalam bidang *Industrial Engineering and Management* dari Asian Institute of Technology, Thailand pada tahun 2008. Saat ini aktif meneliti khususnya dalam bidang *retail analytics*, *data mining for decision making in industry*, dan *engineering education* khususnya terkait dengan *university-industry link*. Pada tahun 2019 mendapatkan *Bristish Council Indonesia Research Grant* untuk penelitian mengenai *University – Industry Link*. Beberapa artikelnnya dimuat pada jurnal internasional bereputasi.



The Jin Ai, S.T., M.T., D.Eng. Dosen pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta sejak tahun 1999. Jabatan akademik saat ini adalah Lektor Kepala. Memperoleh gelar Magister Teknik dalam bidang Teknik dan Manajemen Industri dari Institut Teknologi Bandung pada tahun

2004 dan gelar *Doctor of Engineering* dalam bidang *Industrial Engineering and Management* dari Asian Institute of Technology, Thailand pada tahun 2008. Sejak 2019 menjadi *Board Member*

dalam organisasi Asia Pacific Industrial Engineering & Management Society (APIEMS). Pada tahun 2020 menjadi *Guest Editor* dalam *International Journal of Production Research (Web of Science; SJR Q1; SJR=1.78)*. Fokus penelitian dalam satu dekade terakhir ini adalah manajemen persediaan, teknik pengambilan keputusan, dan optimisasi dengan metaheuristik. Beberapa artikelnya dimuat di internasional bereputasi. Salah satu artikelnya menjadi *the most cited articles* dalam jurnal *Computers & Operations Research* pada tahun 2014.



Prof. Ir. Prasasto Satwiko, M.B.Sc., Ph.D. mengajar di Program Studi Arsitektur, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, lulus Ph.D. dari Victoria University of Wellington, New Zealand tahun 1999. Selain mengajar, Prasasto Satwiko, juga aktif meneliti, menulis buku serta menjadi konsultan perencana. Bidang yang diminatinya

yaitu simulasi digital kinerja environmental bangunan dan lingkungan (veganisme).



Ir. Ign. Pramana Yuda, M.Si., Ph.D. Lektor Kepala Universitas Atma Jaya Yogyakarta, mengajar di Prodi Biologi Fakultas Teknobiologi sejak tahun 1994. Lulus Ph.D dari James Cook University, Australia (2009), Magister Pengelolaan Lingkungan dan Sumberdaya Alam, IPB (1994) dan Sarjana Kehutanan, UGM (1988).

Bidang minat/kajian: Ekologi Molekuler, Ekologi Satwa Liar, Biologi Konservasi dan *Citizen Science*. Sedang mengembangkan

metode molekuler isothermal (LAMP) untuk identifikasi spesies. Telah menulis beberapa buku dan artikel ilmiah yang diterbitkan di jurnal nasional dan internasional. Editor dan reviewer beberapa jurnal ilmiah, a.l: *Kukila, Forktail*.



Johanis Mangkey, lahir pada 18 Mei 1954 di Tataaran, Minahasa, Sulawesi Utara. Ditahbiskan menjadi imam pada 29 Juni 1981. Pernah studi spiritualitas di Catholic Theological Union, Chicago, meraih gelar Master of Arts (1983). Menjadi dosen di Sekolah Tinggi Filsafat Seminari Pineleng (STFSP) pada tahun 1983-1986. Aktif dalam kepemimpinan

Tarekat MSC, baik di Roma (1993-2005) maupun di Indonesia. Menjabat Rektor Unika De La Salle, Manado periode 2006-2008. Masa jabatan sebagai Rektor berlangsung singkat karena terpilih menjadi Provinsial MSC Indonesia yang berkedudukan di Jakarta (2008-2011).

