



KEMENTERIAN LUAR NEGERI  
REPUBLIK INDONESIA

BADAN STRATEGI KEBIJAKAN LUAR NEGERI

VOL. 7 NO. 6 | JULI - SEPTEMBER 2022

# POLICY BRIEF

Strategi Pemulihan Pasar Pariwisata Di  
Kawasan Amerika Pasca Pandemi Covid-19

## DEWAN REDAKSI

### PENGARAH

KEPALA BSKLN

### PENANGGUNG JAWAB

SEKRETARIS BSKLN

### PEMIMPIN REDAKTUR

LEONARD F. HUTABARAT

### REDAKTUR

1. ANANG F. FIRDAUS
2. GANIS GARNISA
3. RAHMAWATI
4. DIANY AYUDANA

### EDITOR

1. JUANG AKBAR
2. DICKY H. PRASAstra
3. WAHYU KUMORO
4. EDI KAHAYANTO

### SEKRETARIAT

1. DARYOTO
2. ROSMALA
3. HENDIKA EKA S.



**BADAN STRATEGI KEBIJAKAN LUAR NEGERI  
KEMENTERIAN LUAR NEGERI**

GEDUNG ROESLAN ABDUL GHANI LANTAI 2  
JL. TAMAN PEJAMBON NO. 6 JAKARTA PUSAT, 10110  
TELP : (021) 3441508

## STRATEGI PEMULIHAN PASAR PARIWISATA DI KAWASAN AMERIKA PASCA PANDEMI COVID-19

Saat Covid-19 menjejakkan kakinya di Indonesia, sektor pariwisata nasional mengalami total meltdown. Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 74,9 persen dibandingkan tahun 2019, dan terus memburuk di tahun 2021. Dari kawasan Amerika sendiri tercatat adanya penurunan jumlah kunjungan sebesar 79 persen. Berkurangnya kunjungan wisman asal kawasan Amerika ternyata berdampak cukup besar pada perekonomian Indonesia, mengingat rata-rata pengeluaran wisatawan asal kawasan Amerika lebih tinggi dibandingkan wisatawan asal kawasan lainnya.

Dengan melihat jumlah kasus yang menurun, tingkat vaksinasi yang meningkat, yang dibarengi dengan adanya tren “*revenge tourism*”, atau kebutuhan untuk melakukan perjalanan wisata setelah kekangan akibat pandemi yang diperkuat dengan besarnya ‘*saving*’ yang belum dipergunakan; sektor pariwisata diperkirakan akan menjadi sektor yang paling cepat pulih, dan menjadi pendorong utama untuk “*jump start*” pemulihan ekonomi dunia.

Artikel ini mengulas peluang pemulihan serta rekomendasi strategi membangkitkan kembali minat wisatawan asal kawasan Amerika untuk berwisata ke Indonesia.

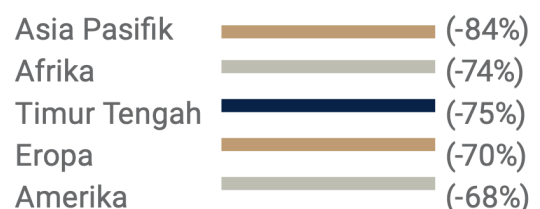
### I. Pendahuluan

#### Dampak pandemi terhadap sektor pariwisata secara global

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang paling terdampak oleh pandemi Covid-19. Seluruh wilayah di dunia mencatat penurunan besar kedatangan internasional di sepanjang tahun 2020. Asia dan Pasifik, wilayah pertama yang terkena dampak COVID-19, mengalami penurunan kedatangan 84 persen. Diikuti oleh Afrika yang mengalami penurunan 74 persen, Timur Tengah yang turun 75 per-

sen, Eropa yang turun 70 persen, dan Amerika yang mengalami penurunan 68 persen.<sup>1</sup>

#### COVID-19 BERDAMPAK BESAR PADA PARIWISATA INTERNASIONAL



Data: UNWTO

<sup>1</sup> World Tourism Barometer 2020



\*Data ForwardKeys Jan-Sept 2020 berbanding Jan-Sept 2019

Asia Tenggara, termasuk Indonesia jelas mengalami hantaman yang cukup signifikan. Di tahun 2019, ekspor pariwisata kawasan ini tumbuh 7,8 persen dari tahun sebelumnya. Hal ini juga yang membuat banyak negara di kawasan ini mengandalkan sektor pariwisata sebagai sumber devisa. Namun, dari data UNWTO, kawasan ini mengalami penurunan kedatangan hingga 81,7 persen di tahun 2020. Meski tidak sebesar penurunan yang dialami Asia Timur yang mencapai 88,1 persen, tetap saja penurunan ini amat mempengaruhi kondisi sosial dan ekonomi di negara Asia Tenggara, mengingat jumlah ekspor pariwisata kawasan ini di tahun 2019 mencapai USD 147 Miliar dan pertumbuhan PDB di sektor Pariwisata mencapai 4,2 persen di tahun 2019.<sup>2</sup>

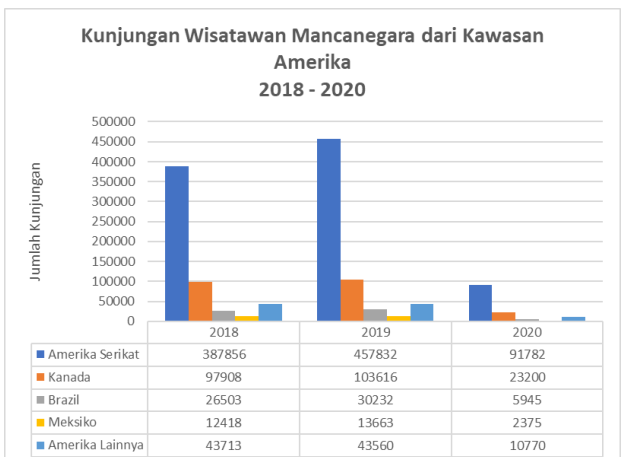
Akibatnya, industri pariwisata terguncang dan banyak pekerjaan yang hilang di sektor pariwisata. Hingga November 2020, tercatat sektor pariwisata sudah menyumbang sekitar 142,6 juta dari total tambahan pengangguran di seluruh dunia akibat pandemi COVID-19.

Di Indonesia, kontraksi terlihat pada sisi kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun domestik. Kunjungan wisatawan mancanegara berkontraksi hampir 74,9 persen atau sekitar empat juta, sementara jumlah wisatawan domestik mengalami penurunan hampir 30 persen atau sebanyak

198 juta. Sebagai akibatnya, kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menjadi terganggu. Terkait devisa, kontraksi terjadi hampir 90 persen atau mencapai USD 3,4 miliar. Pandemi Covid-19 juga berdampak pada tenaga kerja di sektor pariwisata yang berkontraksi 6,67 persen atau sekitar 13,67 juta tenaga kerja.<sup>3</sup>

### Dampak pandemi terhadap kunjungan wisman asal kawasan Amerika ke Indonesia

Jumlah wisatawan mancanegara dari benua Amerika yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 79 persen dari tahun 2019.



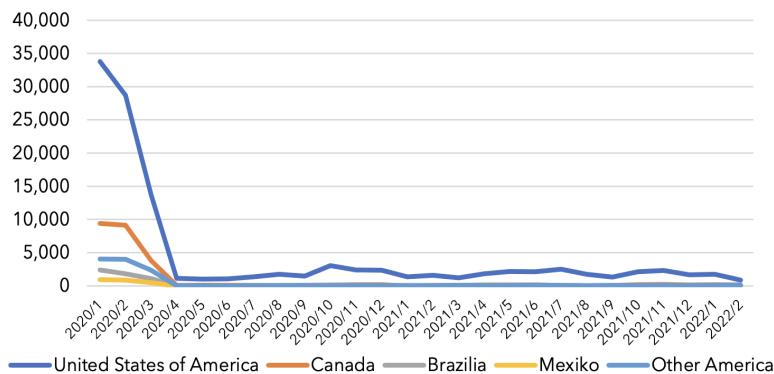
Sumber: BPS, 2022

Lebih detil pada data bulanan, dari 2020 hingga 2022, terlihat bahwa dampak Covid-19 sangat signifikan menurunkan kunjungan wisatawan asal Amerika Serikat (AS), dari 33.800 kunjungan di bulan Januari 2020, menjadi hanya 1100 kunjungan di bulan April 2020. Sejak saat itu hingga saat ini, kunjungan wisatawan mancanegara asal AS dan lainnya masih belum pulih. Hingga bulan Februari 2022 tercatat hanya ada 888 kunjungan wisatawan dari AS.

<sup>2</sup> World Travel and Tourism Council, Global Economic Impact and Trends 2020

<sup>3</sup> Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2020/2021

### Grafik: Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan asal Kawasan Amerika (2020-2022)



Sumber: BPS, 2022

#### Turunnya kunjungan wisatawan asal kawasan Amerika berdampak pada penurunan bisnis dan ekonomi

Wisatawan mancanegara menghabiskan sejumlah besar uang untuk membeli produk di daerah tujuan wisata, seperti akomodasi, makanan dan minuman, kegiatan rekreasi dan sebagainya. Rata-rata pengeluaran wisatawan asal Amerika lebih tinggi dari rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Selama berada di Indonesia, wisman asal Amerika rata-rata mengeluarkan belanja sebesar USD 1.256 pada tahun 2019. Pada tahun 2020, pengeluaran meningkat menjadi USD 2.941. Turunnya kunjungan asal Amerika ini tentunya sangat berdampak pada perekonomian Indonesia.

Tabel: Rata-Rata Pengeluaran Wisatawan Mancanegara per Kunjungan Menurut Negara Tempat Tinggal (USD)

Negara Tempat Tinggal	2018	2019
Amerika Serikat	1,722	1,306
Kanada	2,008	1,291
Amerika Tengah	1,497	1,090
Amerika Selatan	1,361	1,123
Rata-rata Seluruh Wisatawan Mancanegara	1,220	1,146

Turunnya total uang yang dibelanjakan karena penurunan jumlah wisatawan menghasilkan efek langsung pada penurunan bisnis dan ekonomi yang dapat diukur dari

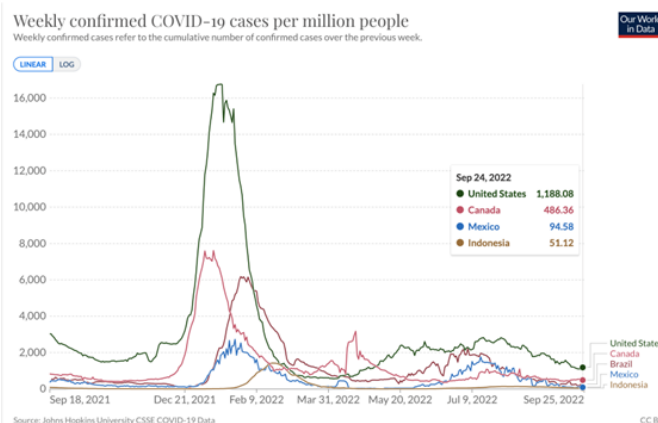
pendapatan upah tenaga kerja sektor pariwisata dan pajak yang dibayar oleh perusahaan pariwisata ke negara.

#### II. Proyeksi dan Peluang Pemulihan

##### Jumlah kasus semakin turun, tingkat vaksinasi semakin tinggi

Jumlah kasus, tingkat positif, dan angka kematian akibat Covid-19 di AS, Kanada, Meksiko dan Brazil saat ini sudah cenderung menurun.

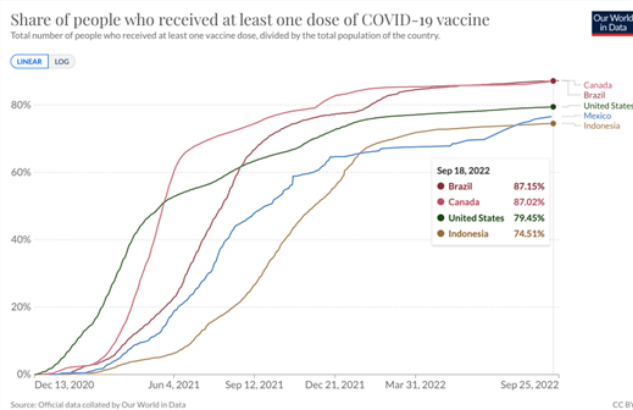
##### Grafik: Jumlah Kasus Covid-19 di Amerika Serikat, Kanada, Meksiko dan Brazil (2021-2022)



Sumber: Our World in Data, September 2022

Dalam satu tahun terakhir, periode puncak di keempat negara tercatat antara minggu ke-4 Desember 2021 hingga Februari 2022. Namun sejak Juli 2022 terlihat kecenderungan jumlah kasus baru mingguan menurun di keempat negara tersebut. Indonesia juga menunjukkan tren yang sama.

**Grafik: Proporsi Penduduk yang Telah Menerima Vaksin per Total Penduduk di AS, Kanada, Brazil dan Mexico**



Sumber: Our World in Data, September 2022

Dilihat dari jumlah vaksinasi, hingga September 2022 persentase penduduk yang telah menerima vaksin (setidaknya dosis pertama) baik di AS, Kanada, Meksiko, maupun Brazil sudah berada di atas 75 persen. Artinya, kemungkinan pelaku wisata dari keempat negara tersebut untuk melakukan perjalanan akan semakin besar. Begitu pula halnya di Indonesia. Kemajuan jumlah warga negara yang telah mendapatkan vaksinasi bisa menjadi salah satu ukuran keberhasilan penanganan Covid-19. Ini menjadi bagian penting dalam upaya Indonesia untuk membangun kembali kepercayaan wisatawan mancanegara untuk mengunjungi destinasi wisata di Indonesia.

**Munculnya fenomena “revenge tourism” dan pergeseran perilaku wisatawan**

Setelah mengalami penurunan di tahun 2020 dan 2021, pariwisata internasional diharapkan kembali pulih secara bertahap mulai tahun 2022, dan kembali ke level sebelum pandemi pada tahun 2024. Semakin banyak negara mulai melakukan pelonggaran atau pencabutan pembatasan perjalanan, yang semakin memicu fenomena “revenge tourism”.

Konsep *revenge tourism* pertama kali muncul pada tahun 2020. Akibat dipaksa tinggal di satu tempat begitu lama, orang-orang mulai ‘ingin balas dendam’. Orang ingin menebus waktu yang hilang akibat segala batasan pergerakan. Mereka ingin melakukan perjalanan yang terpaksa mereka batalkan pada 2019 untuk mengunjungi kerabat atau melihat dunia yang telah lama mereka tinggalkan.

Fenomena ini terlihat setidaknya di 3 negara yang menjadi fokus analisis, yaitu Amerika Serikat, Kanada, dan Brazil. Pada akhir tahun 2020, mulai terlihat lonjakan aktivitas perjalanan luar negeri dari AS, walaupun kunjungan ke wilayah Asia masih belum menunjukkan pemulihan.

**Tabel: Perjalanan Penduduk Amerika Serikat ke Luar Negeri (dalam ribu)**

Regions	2018	2019	2020	2021	Jan-22	Feb-22	Mar-22	Apr-22
Europe	17,742	19,049	2,582	5,238	366	370	820	1,044
Caribbean	8,702	9,368	3,098	6,399	504	633	836	840
Asia	6,253	6,546	1,114	626	77	85	113	147
South America	2,104	2,338	772	1,401	139	162	204	189
Central America	3,237	3,451	1,104	2,585	253	277	353	324
Oceania	861	958	247	63	11	12	24	27
Middle East	2,443	2,545	737	1,516	144	159	225	218
Africa	432	552	187	385	35	30	39	40
Total Overseas	41,774	44,808	9,841	18,214	1,530	1,727	2,615	2,830
Mexico	36,923	39,942	21,729	28,789	2,365	2,322	2,922	2,717
Canada	14,341	14,994	1,929	2,093	135	216	328	486
North America	51,264	54,936	23,658	30,883	2,500	2,538	3,250	3,204
Total	93,038	99,745	33,499	49,097	4,030	4,265	5,865	6,033

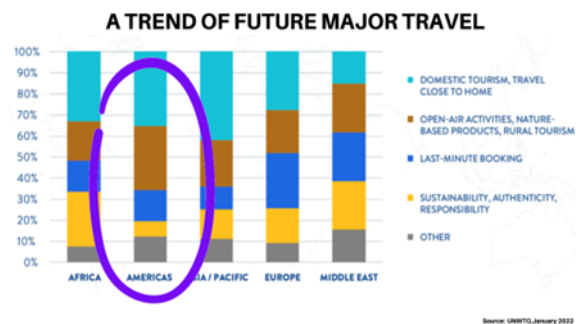
Sumber: U.S. International Air Travel Statistics

<sup>4</sup> Hasil Diskusi Terbatas pengumpulan data Pengembangan KPBPB Batam pada 6 Oktober 2021 dan kunjungan ke Batam

Sejak Maret 2021, terlihat perjalanan ke luar negeri warga Kanada mengalami peningkatan yang signifikan, dari 49 ribu di bulan Maret 2021, menjadi 685 ribu di bulan Maret 2022. Pada Juli 2022, lebih dari 3,3 juta penduduk Kanada tercatat kembali dari perjalanan luar negeri, enam kali lebih banyak dibandingkan dengan angka yang tercatat pada Juli 2021; atau mencapai 63,9% dari level pra-pandemi Juli 2019.

Pada awal 2021, lebih dari setengah (56%) konsumen yang disurvei di Brasil dilaporkan telah berlibur sejak awal pandemi Covid-19. Selain itu, tiga dari sepuluh responden Brasil berencana untuk melakukan perjalanan ke luar negeri pada tahun berikutnya.<sup>4</sup> *Outbound tourism* di Meksiko diperkirakan akan mencapai tingkat pra-pandemi pada tahun 2024, saat inflasi diperkirakan akan melambat sehingga penduduk Meksiko berpotensi memiliki *disposable income* yang lebih besar.

Dengan melihat jumlah kasus yang menurun, tingkat vaksinasi yang meningkat, yang dibarengi dengan adanya tren "*revenge tourism*", sektor pariwisata diperkirakan akan menjadi sektor yang paling cepat pulih, dan menjadi pendorong utama untuk "*jump start*" pemulihan ekonomi dunia, termasuk Indonesia. Namun, perlu diperhatikan bahwa pandemi juga telah menyebabkan pergeseran perilaku pada wisatawan, khususnya dari kawasan Amerika.



### Preferensi dan Perilaku Wisatawan Global Setelah Pandemi



Sumber: Globalwebindex

Pasca pandemi, wisatawan asal kawasan Amerika cenderung memilih negara-negara terdekat sebagai tujuan wisata, dan cenderung memilih tempat wisata yang sudah pernah dikunjungi sebelumnya (*travel loyalty*) untuk sebisa mungkin menghindari resiko perjalanan. Hal yang sama terjadi cukup merata di seluruh dunia. Di samping itu, pada masa pandemi turis global juga mencari paket wisata yang murah, mengurangi jumlah perjalanan wisata (atau mengurangi jumlah hari kunjungan), dan menekan biaya untuk transportasi udara. Pandemi juga membuka peluang wisata ke destinasi wisata *outdoors* yang relatif sepi pengunjung dan lebih menekankan pada aspek lingkungan.

Aspek keamanan dan kebersihan akomodasi menjadi faktor penentu utama dalam memilih destinasi wisata. Calon wisatawan mempertimbangkan pilihan destinasi wisata berdasarkan jumlah kasus Covid-19, standar kesehatan dan kebijakan penanganan pandemi di negara tujuan. Standar kesehatan akan menjadi lebih tinggi pasca pandemi dan standar tersebut akan menjadi faktor penentu dalam membuat keputusan ketika sedang berpergian.

<sup>4</sup> <https://www.statista.com/statistics/1238978/travelers-attitudes-coronavirus-brazil/>

### III. Rekomendasi Strategi Pemulihan Sektor Pariwisata Nasional: pengembangan *quality tourism* dan pemanfaatan *niche market*

Dalam beberapa kesempatan diskusi dengan BSKLN, Kemenparekraf sepakat bahwa membangkitkan kembali minat pasar Amerika harus menjadi salah satu fokus upaya pemulihan pariwisata nasional, sejalan dengan pembukaan kembali beberapa episentrum

pariwisata di dalam negeri.

Strategi untuk menarik minat pasar Amerika tentunya tidak terlepas dari karakteristik wisatawan dan kawasan tersebut. Dari hasil diskusi dengan KBRI Washington DC, KBRI Ottawa, KBRI Mexico City dan KBRI Brasilia dalam FGD virtual pada 25 Agustus 2022, BSKLN (Pusat SKK Amerop) telah memetakan karakteristik psikologis dan preferensi wisatawan asal kawasan Amerika sebagai berikut:



- Warga AS sangat menyukai *travelling*, tetapi hanya 18% liburan ke luar negeri
- Senang wisata berkelompok
- Menyukai wisata alam, budaya dan kuliner
- *Experience over money* (seiring dengan naiknya pendapatan dan belanja warga AS)
- Sangat terhubung secara digital
- Terbiasa dengan konsep *work from anywhere* (*digital nomads*)



- Menyukai destinasi tropis, budaya, *eco-friendly*, *luxury tourism* (terutama para wisatawan lansia)
- Durasi tinggal cenderung lebih panjang
- Keberadaan teman dan kerabat di tempat tujuan dan kedekatan tradisional menjadi faktor penting dalam menentukan destinasi wisata



- Menyukai wisata di kawasan pantai, kota dengan arsitektur menarik, festival budaya
- Belanja wisatawan Meksiko belum terlalu besar



- Masyarakat kelas sosial menengah
- Menyukai wisata alam, water sports, health and wellness tourism, bulan madu ke luar negeri, wisata kuliner
- Penguasaan teknologi yang cukup tinggi (*tech savvy*)

Dalam kaitan ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan baik untuk jangka pendek, menengah maupun jangka panjang.

- a. Transformasi bisnis pariwisata dari *mass tourism* menjadi *quality tourism*, seperti wisata medis, pendidikan, dan *volunteer tourism*; yang bersifat lebih *personalized, customized, localized, dan smaller in size*.
- b. *Low-end tourists* kurang dapat diandalkan untuk pemulihan sektor pariwisata. Pemulihan sektor pariwisata sebaiknya menysasar *high end tourists*, yang juga mencakup *digital nomad* dan orang yang melakukan *remote working*. Untuk itu, diperlukan perbaikan infrastruktur teknologi, keterhubungan antar layanan, serta perbaikan standar kesehatan dan kebersihan. Indonesia perlu segera membuat regulasi khusus terkait *digital nomads* untuk memanfaatkan tren *remote working* pasca pandemi.
- c. Penting untuk Indonesia jangan sampai terperangkap dalam citra sebagai episentrum pandemi. Dalam jangka pendek komunikasi kepada publik internasional dapat diarahkan untuk menciptakan rasa aman berwisata ke Indonesia melalui diseminasi informasi penanganan pandemi di Indonesia, termasuk capaian tingkat vaksinasi, penerapan protokol CHSE, dan sebagainya. Dalam jangka panjang, pesan dapat diarahkan kepada konten inspiratif untuk promosi wisata Indonesia.
- d. Kesempatan Indonesia sebagai tuan rumah pertemuan KTT G-20 tahun 2022 dan KTT ASEAN 2023 dapat dimanfaatkan untuk kebangkitan pariwisata Indonesia.
- e. Diperlukan strategi promosi yang tepat yang disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi wisatawan di masing-masing

negara asal. Harus diakui bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Indonesia saat ini belum terbilang efektif untuk memanfaatkan potensi *niche market*. Komunitas masyarakat (seperti komunitas pencinta musik, pencinta seni, olah raga, dll) yang banyak terdapat di AS adalah *niche market* yang dapat menjadi target promosi. Perlu dibuat paket-paket wisata yang bersifat tematik.

- f. Keberadaan *social media influencer* perlu dimanfaatkan sebaik mungkin sehingga promosi wisata dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

### **Sumber Kajian**

- Booklet “Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi, Pemulihan Pasar, dan Kerja Sama dengan Kawasan Amerika: Perlunya Konsolidasi Nasional (hasil kemitraan antara BSKLN dengan Sekolah Kajian Stratejik dan Global Universitas Indonesia). dapat diakses pada: [https://kemlu.go.id/portal/id/read/1195/halaman\\_list\\_lainnya/pusat-strategi-kebijakan-kawasan-amerika-dan-eropa](https://kemlu.go.id/portal/id/read/1195/halaman_list_lainnya/pusat-strategi-kebijakan-kawasan-amerika-dan-eropa))
- FGD “Strategi Pemulihan Pariwisata Nasional Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Kerja Sama dengan Mitra-Mitra Potensial di Kawasan Amerika”, Jakarta, 25 Agustus 2022
- Webinar “Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi & Proyeksi Pemulihan Pasar dan Kerjasama dengan Kawasan Amerika: Perlunya Intensifikasi Konsolidasi Nasional”, Jakarta 29 Juli 2021

### **Daftar Pustaka**

- Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id/>)
- Our World in Data (<https://ourworldindata.org/covid-cases>)



Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif  
Indonesia 2020/2021, Kementerian  
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

World Tourism Barometer 2020, UNWTO  
([https://www.e-unwto.org/loi/  
wtobarometereng](https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng))

World Travel and Tourism Council, Global  
Economic Impact and Trends 2020