

MANAJEMEN SURVIVAL PENGELOLA KAMPUNG WISATA DI SAAT PANDEMI (STUDI DI KAMPUNG LAWAS MASPATI SURABAYA)

Dian Yulie Reindrawati
Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga
dian.reindrawati@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze how the defense management or survival of a local tourist village in the face of a pandemic. By taking the research location in the old tourist village of Maspati Surabaya, this study aims to provide lessons about how the tourist village experienced a difficult time and how the tourist village got out of this difficult time. To achieve this goal, a qualitative research design was used in this study. In-depth interviews were conducted with the community, government officials or related tourism offices. Reviews of tourism marketing and policy materials at the national, regional and local levels were also carried out for data contextualization. The research results show that various methods or strategies are used by the tourism village managers to 'support' the community, including encouraging people to sell products that will be bought by themselves. This method makes them feel the same fate and join hands in facing the pandemic.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana manajemen pertahanan atau survival kampung wisata lokal dalam menghadapi pandemi. Dengan mengambil lokasi research di kampung wisata lawas Maspati Surabaya, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pelajaran mengenai bagaimana kampung wisata mengalami masa sulit dan bagaimana kampung wisat tersebut bisa keluar dari masa sulit tersebut. Untuk mencapai tujuan ini, desain penelitian kualitatif digunakan dalam studi ini. Wawancara mendalam dilakukan dengan masyarakat, aparat pemerintah atau dinas pariwisata terkait. Ulasan pemasaran pariwisata dan bahan kebijakan di tingkat nasional, regional dan lokal juga dilakukan untuk kontekstualisasi data. Hasil penelitian menyebutkan bahwa beragam cara atau strategi dilakukan oleh pengelola kampung wisata untuk 'menghidupi' masyarakat, di antaranya adalah mendorong masyarakat untuk menjual produk yang nantinya akan dibeli oleh mereka sendiri. Cara ini membuat mereka merasa senasib dan saling bergandengan tangan menghadapi pandemic.

PENDAHULUAN

Virus Corona akhirnya masuk ke Indonesia setelah pertama kali virus ini muncul pada Desember 2019. Persebaran virus Corona saat ini semakin mengganas dan saat ini secara nasional korban sudah mencapai 1.414 orang positif, 75 orang dinyatakan sembuh dan 122 jiwa meninggal dunia (Jawa Pos, 12 Maret 2020). Di Jawa Timur sendiri, 91 orang dinyatakan positif dan 8 orang meninggal dunia. (Jawa Pos, 12 Maret 2020).

Berkenaan dengan pandemi Corona, pemerintah kemudian menerapkan *social distancing*, yang berarti menerapkan jarak antar manusia sepanjang 1-2 meter untuk meredam penyebaran virus antar manusia. Gerakan di rumah saja gencar dilakukan di masyarakat agar memutus rantai penyebaran virus corona. (Tribunnews.com, 2020). Seiring dengan hal tersebut, kerumunan orang juga sangat diminimalisir, bahkan dilarang, guna memutus rantai penyebaran virus.

Industri pariwisata adalah industri yang sangat rentan terhadap krisis dan bencana. Berjangkitnya wabah corona secara global memberikan efek yang luar biasa menyedihkan bagi industri pariwisata secara global. Semua obyek wisata ternama dunia yang sebelumnya akan dikunjungi oleh ribuan bahkan jutaan orang dari berbagai belahan dunia, oleh otoritas setempat dinyatakan ditutup. Universal Studio dan Tokyo Disneyland, beserta DisneySea adalah sederet destinasi di Jepang yang mengumumkan penutupan sementara mulai 29 Februari sampai 15 Maret 2020 (liputan6.com).

Melemahnya industri pariwisata akibat virus corona juga terjadi di Indonesia. Beberapa destinasi wisata seperti Bali, Yogyakarta, dan Lombok mengalami penurunan pengunjung yang cukup drastis. Bali adalah salah satu destinasi yang paling terkena dampaknya. Pada bulan Februari 2020, sebanyak 392.824 wisatawan datang ke Bali menurut Kantor Imigrasi Bali dan angka ini turun sebesar 33% sejak bulan Januari akibat virus corona. Jumlah wisatawan Cina ke Bali pun berkurang drastis. Tahun 2019 lalu, sekitar 2 juta wisatawan Cina mengunjungi Bali sedangkan pada bulan Februari hanya ada sekitar 4 ribu wisatawan. Selain itu, jumlah penghuni hotel di Bali turun sampai 70 persen sejak virus corona menyebar dan hal ini berpengaruh terhadap kesejahteraan para karyawan (bobobox.co.id, 2020).

Kampung Wisata Lawas Maspati Surabaya merupakan sebuah destinasi unggulan baru di Surabaya (ditetapkan per 24 Januari 2016). Adapun keunggulan Kampung Wisata ini mempunyai keunggulan, diantaranya adalah Bangunan Kuno yang masih berdiri kokoh, barang-barang peninggalan sejarah masih disimpan rapi oleh warga, penghijauan, pembibitan dan urban farming, warga masih mempunyai tradisi-tradisi sejarah yang dijaga, mempunyai agenda rutin setiap tahun di bulan Mei yaitu Festival Kampung Lawas Maspati, ada penginapan kampung bagi para wisatawan

Pandemik Corona sebagaimana yang terjadi saat ini merupakan hal yang sangat memukul destinasi wisata lokal seperti Kampung Wisata Lawas Maspati. Sebagai kampung wisata yang berbasis masyarakat, kampung wisata lawas Maspati dikelola secara mandiri oleh masyarakat

lokal. Ini berarti masyarakat banyak menggantungkan wisata sebagai mata pencaharian utama pada pengelolaan wisata di kawasan tersebut. Di Kampung lawas maspati, misalnya, banyak penduduk terutama ibu-ibu berjualan dan banyak pemuda yang menggantungkan hidup sebagai guide di kampung wisata tersebut. Mewabahnya virus Corona ‘memaksa’ Kampung Wisata Lawas Maspati tutup. Bila sehari-harinya kampung wisata kedatangan tamu baik domestik dan asing, maka sekarang benar-benar tutup. Hal ini tentu memukul juga industri rumah tangga dan masyarakat lokal yang bersandar pada pariwisata di kampung tersebut. Tutupnya kegiatan wisata di areanya menjadikan mereka kehilangan mata pencahariannya. Lalu apa yang terjadi dengan banyaknya orang yang bergantung pada pariwisata di daerahnya tersebut? Oleh karena itu, penelitian yang mengangkat manajemen survival mutlak diperlukan, agar manajemen kampung wisata menjadi lebih tepat sasaran dan terintegrasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata sangat rentan terhadap krisis dan bencana (*crises and disaster*) (Mistilis & Sheldon, 2014). Keberlangsungan pariwisata akan sangat terpuak bila terjadi krisis dan bencana. Akibat krisis dan bencana, destinasi pariwisata menjadi sulit untuk dikoordinasikan. Semenatra itu, pengetahuan adalah sumber daya yang kuat untuk membantu pemerintah, organisasi dan masyarakat yang mencegah, mitigasi, rencanakan dan memulihkan dari bencana dan krisis. Destinasi membutuhkan pengetahuan dalam tiga tahap, yakni: manajemen bencana - pencegahan dan perencanaan pra bencana, manajemen situasi bencana dan post phase fase, yaitu bencana resolusi dan kembali normal. Oleh karenanya manajemen destinasi wisata mengandung dua poin penting yaitu sistem manajemen pengetahuan untuk dua tahap pertama perencanaan pencegahan dan manajemen bencana - kerangka pengetahuan untuk manajemen bencana di destinasi wisata (Harlt, 2002).

Sejumlah penulis telah meneliti bencana dan krisis destinasi wisata dari berbagai perspektif, termasuk strategi pemulihan (Beirman, 2003), model untuk menganalisis dan mengembangkan strategi manajemen bencana pariwisata (Faulkner, 2001), penilaian ekonomi dari respon kebijakan (Blake dan Sinclair, 2003), efek pada pariwisata (Prideaux et al, 2003), dan proses untuk pendekatan strategis dan holistik terhadap krisis dan bencana manajemen dalam organisasi

sektor publik dan swasta (Ritchie, 2003). Belum ada penulis yang concern pada bagaimana kampung wisata bisa survive di era krisis, sebagaimana ayang akan diteliti dalam penelitian ini.

Sebuah studi besar oleh Faulkner (2001) mengembangkan kerangka kerja yang komprehensif untuk menggambarkan tahapan tanggapan masyarakat dan kerangka kerja umum untuk strategi bencana pariwisata. Faulkner (2001) memberi kerangka kerja dengan lima fase dalam proses bencana, yaitu pra-peristiwa, prodromal (bencana akan terjadi), darurat, pemulihan jangka menengah dan panjang. Masing-masing terkait dengan elemen respons penanggulangan bencana (prekursor, mobilisasi, tindakan, pemulihan, rekonstruksi, penilaian ulang dan ulasan) dan juga untuk bahan utama dari strategi manajemen bencana (penilaian risiko dan kontinjensi bencana rencana). Elemen-elemen kerangka Faulkner (2001) yang langsung berhubungan dengan manajemen pengetahuan adalah penilaian risiko, protokol prioritas, audit kapabilitas masyarakat, komando manajemen bencana pusat, media dan kegiatan pemantauan, sistem peringatan, fleksibilitas dan keterlibatan dalam pendidikan dan ulasan. Ritchie (2003) menawarkan pendekatan strategis untuk krisis dan manajemen bencana untuk masyarakat umum dan organisasi sektor swasta. Ritchie (2003) menyarankan pengembangan strategi organisasi dapat membantu destinasi membatasi keparahan perubahan yang disebabkan oleh krisis atau bencana.

Perencanaan strategis berkaitan dengan empat elemen utama - analisis strategis, arahan dan pilihan strategis, implementasi dan strategi kontrol dan evaluasi serta umpan balik strategis. Perencanaan strategis tersebut meliputi tiga tahap adalah pencegahan dan perencanaan (perencanaan proaktif dan perumusan strategi; pemindaian untuk perencanaan); implementasi strategis (evaluasi strategis dan kontrol strategis, komunikasi dan kontrol krisis, manajemen sumber daya, memahami dan berkolaborasi dengan pemangku kepentingan); dan resolusi, evaluasi dan umpan balik (resolusi dan normalitas; pembelajaran dan umpan balik organisasi) (Scott, Laws, Prideaux, 2008)

Kategorisasi krisis dan bencana penting dalam sistem manajemen pengetahuan informasi, respons, dan komunikasi yang diperlukan untuk setiap kategori krisis mungkin berbeda. Krisis dan kategori bencana termasuk, misalnya, yang terkait dengan peristiwa politik (kerusuhan, kudeta, etnis kekacauan, ancaman dan serangan teroris (Sonmez 1998), bencana alam (gempa

bumi, letusan gunung berapi, kebakaran, banjir, longsor salju, tsunami, badai, tornado, tumpahan minyak, cuaca ekstrem), epidemi (SARS, burung flu, kaki dan mulut), terorisme dan perang. Peristiwa keuangan seperti crash pasar saham dan parah fluktuasi nilai tukar juga dapat mempengaruhi pariwisata (Beirman, 2003). Masing-masing memiliki tingkat skala sendiri atau besarnya, yang akan mempengaruhi jumlah informasi yang dibutuhkan. Dimensi seperti kedekatan dan durasi bencana, tingkat kontrol; tingkat kerusakan; masyarakat dan pemangku kepentingan terpengaruh juga harus dipertimbangkan. Faulkner (2001) mengemukakan bahwa krisis dan bencana berbeda. Krisis disebabkan oleh tindakan atau sehingga tidak ada organisasi yang membutuhkan sistem informasi yang sebagian besar internal organisasi, sedangkan bencana adalah peristiwa yang disebabkan oleh fenomena alam, yang membutuhkan luas sistem informasi menggabungkan sistem deteksi cuaca, atau dengan tindakan manusia eksternal.

Memberikan klasifikasi yang berbeda dari bencana di mana tingkat ancaman dan opsi respons adalah satu dimensi dan tekanan waktu serta tingkat kontrol mewakili yang lain. Ini memiliki konsekuensi untuk sistem informasi juga - peristiwa dengan tekanan waktu yang lebih tinggi memerlukan lebih banyak akses langsung waktu nyata ke informasi (Ritchie, 2004). Demikian pula, Huan, Beaman dan Shelby (2004) membahas perbedaan antara bencana di mana tidak ada tenggang waktu bagi wisatawan untuk melarikan diri, dan yang lainnya izin melarikan diri. Sistem manajemen pengetahuan harus membantu tujuan dalam memastikan jenis yang mana dan kategori-kategori bencana mungkin dialami dan dalam persiapan untuk mereka.

Implikasi berikutnya dari melihat pemulihan krisis dari perspektif sistem muncul dari pandangan bahwa tujuan adalah jaringan pemangku kepentingan yang dapat dikonfigurasi ulang menjadi struktur yang lebih efisien setelah krisis. Ini sedikit berbeda dengan pandangan Faulkner dan Vikulov (2001), yang menyarankan bencana mungkin memiliki hasil yang positif tetapi ini terutama karena infrastruktur baru daripada penataan kembali atau penciptaan jejaring sosial baru. Krisis juga dapat menyebabkan industri yang lebih kohesif - mekanisme respon luas atau komunitas-lebarnisme, arus informasi yang lebih baik dan memang pengembangan struktur organisasi baru (Quarantelli, 1988). Penekanan pada aliran informasi sebagai masalah kritis dalam manajemen krisis mengarah ke gagasan jejaring social analisis sebagai alat analisis struktur ini 'mengalir' informasi melalui komunikasi saluran. Ini adalah elemen penting dari

pemulihan krisis yang perlu dianalisis lebih lanjut. Misalnya, Pikkemaat dan Peters (2005, 99) membahas peran penting *network*/jaringan dalam inovasi pariwisata. ‘Semua ahli menyetujui kendaraan yang paling menjanjikan untuk inovasi yaitu kerja sama, aliansi dan / atau jaringan di berbagai bidang seperti teknologi, distribusi pemasaran, dan sumber daya manusia berbagi. Dalam memulihkan diri dari krisis, yang dibutuhkan adalah solusi inovatif dan kepemimpinan yang jelas daripada hanya berfokus pada membangun kembali.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif secara signifikan penting untuk penelitian sosial, termasuk studi hubungan sosial (Flick 2002) dan mata pelajaran lebih diterapkan, seperti pendidikan, perencanaan wilayah, keperawatan, kerja sosial, pengembangan masyarakat dan manajemen (Marshall & Rossman 2006). Penelitian pariwisata telah didominasi untuk waktu yang lama oleh bisnis dan ekonomi pendekatan positivistik yang pada gilirannya menyebabkan dominasi metodologi penelitian kuantitatif (Tribe & Airey 2007). Namun, Veal (1994) mencatat bahwa berbagai penelitian pendekatan jelas dalam penelitian yang dipublikasikan telah membuat dominasi metodologi penelitian kuantitatif tidak lagi relevan. Keberatan tentang kapasitas penelitian kuantitatif untuk menjawab pertanyaan pemahaman dan makna yang telah diajukan oleh beberapa peneliti (Walle 1987), mendorong mereka untuk mengeksplorasi paradigma positivisme luar (Dann 1996).

Selanjutnya, tren terbaru dalam penelitian pariwisata telah menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan metodologis dalam studi pariwisata dari pendekatan kuantitatif yang dominan dengan pendekatan kualitatif (Riley & Love 2000). Bidang penelitian pariwisata yang telah menjadi lebih peduli dengan topik non-industri budaya, sosial dan lainnya telah mendorong perubahan ini (Tribe & Airey 2007). Selain itu, fakta bahwa studi pariwisata adalah 'multi-disiplin, lintas-disiplin, dan antar-disiplin' berarti bahwa penelitian pariwisata mencakup sejumlah disiplin lain (Veal 2006) yang juga telah memotivasi kebutuhan untuk lebih interpretatif dan penelitian kualitatif.

Rossman & Rallis (2003) menyatakan bahwa pendekatan kualitatif memiliki lima karakteristik, ini adalah '... terjadi di dunia alam, menggunakan beberapa metode yang interaktif dan

humanistik, berfokus pada konteks, adalah muncul daripada erat prefigured, dan pada dasarnya interpretatif'. Kualitas yang lebih rinci yang mencirikan penelitian kualitatif dibahas oleh Cresswell (2009). Karakteristik ini adalah sebagai berikut: 'pengaturan alam, peneliti sebagai instrumen kunci, beberapa sumber data, analisis data induktif, peserta makna, desain muncul, lensa teoritis, interpretatif, dan akun holistik' (Cresswell 2009, pp 175-176). Seorang peneliti kualitatif memandang fenomena sosial sebagai holistik yang melibatkan mempertimbangkan siapa mereka dalam penelitian, dengan mempertimbangkan biografi pribadi peneliti dan bagaimana hal itu mempengaruhi studi (Rossman & Rallis 2003).

Menggambarkan pada karakteristik penelitian kualitatif dan dengan fokus pada Pulau Santen, penelitian ini bertujuan untuk kritis menyelidiki bagaimana implementasi kewirausahaan social di bidang pariwisata dari masyarakat Pulau Banyuwangi. Studi ini dilakukan sesuai dengan pengalaman pribadi mereka serta pengaturan di mana mereka tinggal. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih besar dari pengalaman subjektif bahwa penduduk Pulau Banyuwangi memiliki terhadap pariwisata.

Tehnik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan lapangan yang dilakukan dalam pengumpulan data primer baik berupa informasi-informasi yang dibutuhkan secara lisan maupun tertulis, dan secara langsung terhadap masyarakat sekitar dengan sehalu aktifitasnya yang berhubungan dengan sosial budaya yang berpotensi dalam mendukung partisipasi terhadap pengembangan pariwisata.

2. Wawancara

Tehnik wawancara yang dilakukan adalah dengan wawancara tak berstruktur dimana pertanyaan-pertanyaan yang bersifat mendalam, diberikan kepada informan bersifat formal dengan menggunakan pedoman wawancara sehingga antara peneliti dan informan dapat memahami pandangan dan pengalaman hidup serta ekspresi yang timbul dari informan tersebut dan diharapkan informan tidak merasa seperti diinterogasi.

3. Dokumentasi

Dari berbagai pengamatan dilakukan inventarisasi, pendiskripsian dan pemotretan terhadap peristiwa-peristiwa yang dianggap penting yang berkaitan dengan pemecahan permasalahan penelitian.

TEMUAN DAN ANALISA DATA

Wabah corona mendera siapa saja. Demikian pula dengan masyarakat dan pengelola Kampung Lawas Maspati Surabaya. Beberapa informan menyampaikan sebagai berikut:

Semenjak terjadinya pandemic, Kampung wisata mengalami penurunan pengunjung yang sangat signifikan..... (Wawancara dengan Bapak Sabar, 2020)

Yaa seperti dilihat mas yaa untung masih ada aja yang datang di cafe saya ini, Buka jam 5 sore tutup jam 12. (Wawancara dengan Bapak Bintang, 2020)

“Sampai sekarang masih menerima mas, tapi belum ada satupun yang menginap disini” (Wawancara dengan Bapak Gading, 2020)

Kesepian luar biasa dikarenakan turunnya pengunjung yang drastic memang sangat berdampak di kampung wisata tersebut. Statemen “belum ada satupun...” “sepi” dan lain sebagainya mengindikasikan kesepian dan penurunan pengunjung yang luar biasa. Sementara itu statemen “untung masih ada aja yang datang...” sebagaimana kutipan di atas menyiratkan rasa putus asa karena penurunan pengunjung sekaligus merupakan rasa syukur bahwa ternyata masih ada yang mau mampir ke cafenya.

Terkait dengan hal ini, pengelola kampung wisata merujuk pada perencanaan, pencegahan dan manajemen bencana - kerangka pengetahuan untuk manajemen bencana di destinasi wisata dari Harlt (2002). Dalam hal ini, pihak pengelola berusaha ‘menenangkan’ masyarakat di kampung wisata. Mereka membuat semacam pasar online agar warga tetap berbelanja di kampungnya.

“Yaa kita buka pasar online di kampung, agar supaya warga yang belanjanya dikampung tidak perlu pergi keluar, jadi uangnya tetap berputar dikampung jadi tidak muter diluar kampung. Jadi barang dan uangnya dari warga sendiri, jadi apapun yang terjadi siap online mas”. (Wawancara dengan Bapak Sabar, 2020)

Kegiatan ini menuai respon yang positif dari warga. Beberapa informan menyatakan senang dengan adanya kegiatan tersebut.

Saya senang sekali dengan adanya kegiatan tersebut. Semangat bahu-membahunya terasa (wawancara dengan Bapak Imam, 2020)

Alhamsulillah ada pasar online. Jadi kita ibarat saling support untuk diri kita sendiri (wawancara dengan Bapak Maskur, 2020)

Pariwisata harus dipahami dalam konteks ekonomi dan politik global yang lebih besar, karena akan menentukan masa depan dunia pariwisata yang hidup di dunia pariwisata 'normal baru' (Zenker, S., & Kock, F., 2020). Pada “new normal” aktifitas di Kampung Lawas Maspati mulai digerakan lagi. Pengelola Kampung Lawas Maspati mulai menerima pengunjung, seperti di salah satu cafe dan penginapan di Kampung Lawas Maspati, namun ada yang perlu diperhatikan dari konsep ‘new normal’ ini, yaitu harus memperhatikan protokol kesehatan dengan ketat.

“Satu, kita merubah protkol kesehatan mesti ada, kedua memperkaya inovasi kreativitas berkaitan dengan corona, kalau tanpa inovasi ga bakal laku, misalnya tanah pertanian ditengah kota untuk ketahanan pangan, Ya jelas kita sudah melakukan mas, maksimal 10 orang, misalnya para rombongan harus menunjukkan surat bebas corona, tidak boleh bergerombol, dan menyediakan tempat cuci tangan dan harus memakai masker”. (Wawancara dengan Bapak Sabar, 2020)

“Kesiapan apa ya mas, ya buka seperti biasa”. (Wawancara dengan Bapak Bintang, 2020)

“Yaa sekarang wajib pakai masker, cuci tangan. Tetap sama, mana ada perubahan yang signifikan, misal tempat cuci tangan aja tidak ada di sepanjang jalan” (Wawancara dengan Bapak Gading, 2020)

Pengelola kampus wisata mersepon kebijakan ini dengan baik. Mereka mulai membuka pelayanan wisata. Namun mereka menerapkan protokol kesehatan wisata dengan ketat, seperti pembatasan jumlah pengunjung, menyiapkan tempat cuci tangan, memakai alat pelindung diri (masker), dan lain-lain. Usaha untuk memulihkan pariwisata di kampung lawas maspati, para pengelola wisata melakukan promosi edukasi yang masif melalui sosial media, seperti instagram. Mereka mengunggah kegiatan sehari-hari di kampung lawas maspati secara terus menerus. Kontens dari promosi ini lebih kepada meyakinkan para calon pengunjung tentang keamanan berkunjung ke kampung lawas maspati.

Kesimpulan

Strategi pengelola wisata dalam manajemen bencana ini memperlihatkan kesiapan dalam menghadapi pandemi Covid-19. Hasil studi memperlihatkan bahwa para Pengelola Kampung Lawas Maspati yang mayoritas masyarakat di kampung wisata tidak memiliki perencanaan yang baik, Antisipasi yang dilakukan para usaha mikro ini hanya bersifat sementara dan untuk bertahan hidup, seperti membuka usaha yang tidak memanfaatkan pariwisata. Oleh karenanya pihak pengelola menggalang kerjasama yang baik antar warga untuk bersama-sama bertahan dari krisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, 2020, Dampak Virus Corona pada Pariwisata, available at <https://www.bobobox.co.id/blog/dampak-virus-corona-pada-pariwisata/>, diakses 20 Maaret 2020
- Aminah, 2016, Walikota Risma Luncurkan Kampung Wisata Berbasis Masyarakat, available at <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/01/24/o1g7so384-wali-kota-risma-luncurkan-kampung-wisata-berbasis-masyarakat>, Diakses 26 Maret 2020
- Beirman, D. (2003). *Restoring Tourism Destinations in Crisis: A Strategic Marketing Approach*. Maryborough: Australia, McPherson's Printing Group
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Blake, A. And M. T. Sinclair (2003). "Tourism Crisis Management: Us Response To September 11." *Annals Of Tourism Research* 30(4): 813-832.
- Faulkner, B. (2001). "Towards a framework for tourism disaster management." *Tourism Management* 22(2): 135-147.
- Faulkner, B. And S. Vikulov (2001). "Katherine, Washed Out One Day, Back On Track The Next: A Postmortem Of A Tourism Disaster." *Tourism Management* 22(4): 331-344.
- Harlt, 2002, *Developing Marketing Strategies For Tourism Destinations In Peripheral Areas Of Europe: The Case Of Bornholm*, Bournemouth University In Collaboration With Centre For Regional And Tourism Research, Bornholm, Denmark
- Huan, T.-C., J. Beaman, Et Al. (2004). "No-Escape Natural Disaster: Mitigating Impacts On Tourism." *Annals Of Tourism Research* 31(2): 255-273.
- Jawa Pos, 12 Maret 2020
- Liputan6.com, available at liputan6.com/global/read/4192009/6-tempat-wisata-di-dunia-yang-tutup-sementara-karena-virus-corona
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2006). *Designing qualitative research* (4th ed.). California: SAGE Publications.

- Mistilis, N., Sheldon, P.J. 2005, Knowledge Management For Tourism Crises And Disaster, Tourism Review International, Paper Submitted To Best Education Network Think Tank V – Managing Risk And Crisis For Sustainable Tourism: Research And Innovation June 16-19, 2005, The University Of West Indies Kingston, Jamaica
- Pikkemaat, B. And Peters, M. (2005) Towards The Measurement Of Innovation—A Pilot Study In The Small And Medium Sized Hotel Industry. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality And Tourism*, 6(3-4), 89-112.
- Prideaux, B., E. Laws, Et Al. (2003). "Events In Indonesia: Exploring The Limits To Formal Tourism Trends Forecasting Methods In Complex Crisis Situations." *Tourism Management* 24(4): 475-487.
- Quarantelli, E. L. (1997). "Problematical Aspects Of The Information/ Communication Revolution For Disaster Planning And Research: Ten Non-Technical Issues And Questions." *Disaster Prevention And Management: An International Journal* 6(2): 94-106.
- Ritchie, B. W. (2004). "Chaos, Crises and Disasters: A Strategic Approach To Crisis Management In The Tourism Industry." *Tourism Management* 25(6): 669-683.
- Ritchie, B. W. (2004). "Chaos, Crises And Disasters: A Strategic Approach To Crisis Management In The Tourism Industry." *Tourism Management* 25(6): 669-683.
- Riley, R. W., & Love, L. L. (2000). The state of qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 164-187.
- Rossmann, G. B., & Rallis, S. F. (2003). *Learning in the field: An introduction to qualitative research*. Thousand Oaks: Sage.
- Scott, Laws, Prideaux, 2006, Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies, *Journal of Travel & Tourism Marketing*
- Tribe, J., & Airey, D. (2007). A review of tourism research. In J. Tribe & D. Airey (Eds.), *Developments in tourism research* (pp. 3-14). Oxford: Elsevier.
- Tribunnews.com, 2020, Awal Mula Virus Corona Bisa Masuk ke Indonesia, Available at <https://www.tribunnews.com/nasional/2020/03/02/begini-awal-mula-virus-corona-bisa-masuk-ke-indonesia>, diakses tanggal 20 Maret 2020
- Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: A practical guide* (3 ed.). Sydney: Pearson Education Limited.