

STRATEGI BERTAHAN DARI DAMPAK COVID-19 MENGGUNAKAN SKEMA SSCRR: STUDI KASUS PERUSAHAAN RINTISAN BIDANG PARIWISATA BERNAMA ATOURIN

¹Reza Permadi, ²Rifqi Asy'ari

¹Universitas Bina Nusantara

²Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail: reza.permadi@binus.ac.id

Abstrak:

Industri pariwisata di Indonesia sangat terdampak negatif karena adanya pandemi coronavirus (covid-19). Hal ini dirasakan langsung oleh seluruh pelaku pariwisata termasuk di dalamnya adalah perusahaan rintisan di bidang pariwisata yang telah lebih dulu merasakan tanda-tanda kemerosotan/penurunan usaha yang cukup tajam dengan berkurangnya pesanan layanannya yang dirasakan oleh pelaku pariwisata. Salah satunya adalah atourin, perusahaan rintisan yang menawarkan pengalaman berwisata di Indonesia. Penelitian ini di buat dengan menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui strategi dan perencanaan dalam pencapaian dari pengambilan risiko yang dilakukan oleh atourin dalam bertahan dari dampak yang terjadi. Penelitian ini menghasilkan petunjuk arahan dari atourin bisa melewati masa sulit dengan perencanaan yang matang dan menggunakan strategi SSCRR (*Survive, Strategize, Collaborate, Creative, Relevance, Realization*). Penelitian ini menunjukkan strategi tersebut dinilai atourin berguna untuk tetap bertahan dan berjalan di masa pandemi, SSCRR adalah skema yang dirumuskan oleh pemimpin perusahaan atourin berdasarkan pengalaman yang terjadi secara langsung di masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci: *Covid-19, Pariwisata, SSCRR, Atourin*

Abstract:

The tourism industry in Indonesia has been severely impacted by the coronavirus (covid-19) pandemic. This has been directly felt by all tourism players, including start-up companies in the tourism sector that have already felt signs of a fairly sharp decline/decline in business with a decrease in orders for their services felt by tourism players. One of them is atourin, a start-up company that offers a travel experience in Indonesia. This study was conducted using a qualitative method with the aim of determining the strategy and planning in achieving the risk-taking carried out by atourin in surviving the impacts that occurred. This study produces directions from atourin to get through difficult times with careful planning and using the SSCRR (*Survive, Strategize, Collaborate, Creative, Relevance, Realization*) strategy. This study shows that atourin considers this strategy useful for surviving and running during the pandemic, SSCRR is a scheme formulated by the leader of the atourin company based on direct experience during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Covid-19, Tourism, SSCRR, Atourin*

Pendahuluan

Pandemi global coronavirus (covid-19) yang mewabah sejak akhir Desember 2019 memberikan dampak yang cukup berat bagi situasi dunia tak terkecuali di Indonesia. Ancaman krisis ekonomi dan sosial yang terjadi lantaran penerapan kebijakan karantina wilayah atau pembatasan sosial berskala besar (PSBB) guna mengurangi angka penularan covid-19 di sejumlah daerah di Indonesia telah menyebabkan penurunan aktifitas ekonomi masyarakat secara besar-besaran. Badan Pusat Statistik (BPS) menyebut bahwa jumlah pengangguran selama kuartal III di Indonesia telah mencapai 9,77 juta orang dan sebagian besar adalah pengangguran di sektor pariwisata¹.

Di Sektor Pariwisata di Indonesia, jauh hari sebelum penetapan status pandemi yang diberlakukan Pemerintah per Maret 2020, Industri pariwisata telah lebih dulu merasakan tanda-tanda kemerosotan usaha yang tajam dengan berkurangnya secara drastis jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) 30,42% pada Bulan Februari 2020 dibandingkan Bulan Januari 2020². Setelah itu, pelaksanaan aturan kebijakan PSBB dengan dikeluarkan larangan sementara untuk masuk atau transit (larangan perjalanan) ke Indonesia untuk orang asing yang diatur dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No 11 Tahun 2020 serta ditutupnya sejumlah tempat wisata selama masa pandemi di masing-masing daerah yang melaksanakan PSBB secara otomatis menghentikan segala pemasukan yang berkaitan dengan pariwisata.

Selain itu, bentuk pariwisata yang padat karya dengan margin yang cukup kecil sangat rentan terhadap ancaman krisis. Sejumlah kejadian krisis global terbukti mempengaruhi bagaimana aktifitas pariwisata dunia. Semisal kejadian perang teluk (1990), tragedi 11 september WTC (2001), Bom Bali (2001 dan 2005), Tsunami Asia (2005) bahkan wabah epidemi seperti SARS dan Flu Burung (2003) menjadi peristiwa bersejarah yang mampu menekan jumlah bepergian atau berwisata masyarakat secara global (Dwi & Putra, 2013). Industri pariwisata merupakan industri yang dihantui oleh ancaman krisis (Creswell, 2013). Sehingga, industri pariwisata sebenarnya memerlukan satu penanganan resiko dalam pelaksanaannya sebab melibatkan pergerakan dan jalinan yang luas terkait manusia sebagai wisatawan, masyarakat lokal, maupun pengelola destinasi (Kartika et al., 2019).

Industri Pariwisata juga didukung oleh perusahaan rintisan/ *start-up*, adalah istilah yang merujuk pada semua perusahaan yang belum lama beroperasi dan berada dalam fase pengembangan serta penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Mayoritas perusahaan *rintisan* gagal bertahan karena berbagai faktor seperti tidak diterima pasar hingga kehabisan modal dan saat ini ada banyak yang mengalami kegagalan karena covid-19. Perlahan tapi pasti daya tahan perusahaan rintisan di tengah pandemi mulai lemah, khususnya perusahaan rintisan kecil yang kurang terkenal dengan krisis yang terjadi di dunia, perusahaan modal ventura lokal dan luar negeri menahan diri dan selektif dalam menyalurkan pendanaan. Modal ventura hanya akan menyalurkan pendanaan bagi perusahaan rintisan yang terkenal atau telah beroperasi sejak lama.

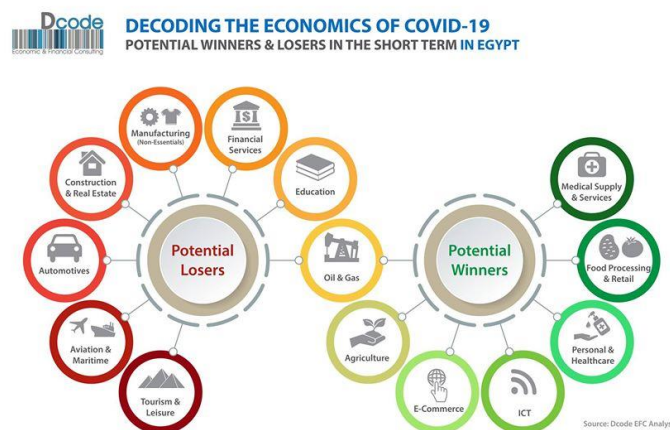
Disaat pandemi covid-19 dengan kuantitas menurun bahkan terhenti maka pengusaha pariwisata dituntut mencari langkah alternatif serta preventif guna menjaga ketahanan bisnis untuk masa yang akan datang. Ketangguhan organisasi pengelola wisata menjadi modal utama resiliensi situasi krisis. Perubahan yang terjadi sudah tidak memungkinkan untuk menjalankan *business as usual*, melainkan membutuhkan inovasi-inovasi yang mampu mengembalikan tantangan menjadi peluang. Menerapkan strategi resiliensi dalam

¹ Media Indonesia, 3 Januari 2021

² Badan Statistik Pariwisata, 1 Februari 2021

pengembangan pariwisata perlu dilakukan guna mencari keseimbangan baru dalam menghadapi guncangan ekonomi karena pandemi. Sejalan dengan itu, resiliensi dalam konteks bisnis merupakan kemampuan atau kapasitas untuk menahan turbulensi dan bangkit kembali dari segala gangguan (Williams & Vorley, 2014).

Atourin menjadi salah satu representatif perusahaan rintisan bidang teknologi pariwisata yang mampu bertahan ditengah terhentinya industri pariwisata saat pandemi Covid-19. Selama pandemi, Atourin membuat program aktifitas *virtual* dan memberikan pelatihan gratis kepada para pelaku pariwisata di Indonesia agar bisa melaksanakan aktifitas *virtual* dan memanfaatkan teknologi untuk industri pariwisata³.



Gambar 1. Diagram potential losers dan potential winners untuk industri pada saat pandemic.
Sumber: Dcode EF Analysis

Penelitian ini memperlihatkan bagaimana perusahaan rintisan (*start-up*) pariwisata (Atourin) mengelola sumber daya menghadapi krisis untuk membangun ketahanan dalam lingkungan bisnis di tengah ketidakpastian dan terhentinya industri pariwisata akibat pandemi covid-19 melalui cara/ skema tersendiri yang dilakukannya yakni SSCRR (*Survive, Strategize, Collaborate, Creative, Resilience, Realization*).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus menekankan pada penelitian yang mengeksplorasi kehidupan/fenomena nyata. Pengertian studi kasus sendiri merupakan sebuah Langkah eksplorasi suatu sistem yang terikat atau suatu kasus yang beragam dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang cukup mendalam dengan menggunakan sumber informasi yang akurat/kejadian nyata (Assyakurrohim et al., 2023). Tipe studi kasus pada penelitian ini adalah studi kasus intrinsik karena hanya memfokuskan pada kasus tersebut yang dianggap unik (Creswell, 2013). Penelitian dengan menggunakan studi kasus intrinsik bisa memilih kasus berdasarkan pada minat pribadi atau ketertarikannya pada suatu persoalan. Langkah dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara langsung bagaimana objek fenomena yang di telaah merupakan langkah membangun gambaran yang mendalam dari suatu kasus pengentasan cara dan langkah suatu objek menyelesaikan suatu krisis yang ada.

³ Kumparan, 27 Agustus 2021

Pada penelitian ini untuk menentukan informan menggunakan sampling *purposive*. Menurut Creswell (2013) sampling *purposive* adalah memilih informan yang akan diteliti, karena dapat memberikan informasi secara spesifik kepada peneliti tentang pemahaman masalah. Responden yang dijadikan informan adalah pemimpin perusahaan rintisan bernama atourin (PT. Atourin Teknologi Nusantara). Penggunaan metode studi kasus ini menjadi proses menelaah atau memahami sekaligus mencari hasil yang bermanfaat untuk di implementasikan sebagai solusi langkah yang dapat dimanfaatkan.

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Definisi, Tujuan, Manfaat dan Pendekatan Prestasi

Covid-19 memang berdampak besar pada banyak perusahaan, tak terkecuali perusahaan rintisan, baik yang kecil maupun yang sudah menyandang status *unicorn ataupun decacorn*. Meski begitu, ada juga beberapa perusahaan rintisan yang masih bisa bertahan selama pandemi, khususnya perusahaan rintisan yang bergerak di sektor pendidikan, kesehatan, dan ritel makanan⁴. Pasalnya, kebijakan bekerja dan belajar dari rumah malah menjadi faktor positif untuk perusahaan-perusahaan tersebut. Perusahaan rintisan di bidang pariwisata yang semula di prediksi banyak mengalami kegagalan karena pandemi, justru memiliki faktor *blessing in disguise*, karena adanya PSBB dan akselerasi teknologi membuat aktifitas berwisata bisa dilakukan secara *online/ dalam jaringan/ virtual*. Salah satu perusahaan rintisan yang memanfaatkan situasi ini adalah Atourin (PT. Atourin Teknologi Nusantara).

Atourin adalah perusahaan rintisan di budang teknologi pariwisata yang memberikan layanan *one-stop-solution* kepada para wisatawan, seperti penyediaan informasi obyek wisata, rekomendasi rencana perjalanan ke berbagai destinasi di Indonesia, dan jasa pemesanan pemandu wisata tersertifikasi. Layanan yang disediakan oleh Atourin adalah *Itinerary Planner; Tourism Object Information; Tourism Object Placement; Open or Private Trip & Custom Trip Package; Trip Consultant or Advisor; Tourist Guide Services; Tourism Design & Branding; Social Media Management; Tourism Object Management* dan *Virtual Tour Experiences*.

Layanan *Virtual Tour/ Experiences* merupakan layanan baru yang ditawarkan oleh Atourin saat di masa pandemi⁵. Saat mencetuskan layanan virtual, Atourin melakukan beberapa hal yang mereka sebut dengan skema SSCRR yang merupakan singkatan dari *Survive, Strategize, Collaborate, Creative, Resilience, Realization*. Skema SSCRR adalah skema yang dibuat Atourin dalam upaya bertahan dari pandemi global Covid-19, karena dengan skema tersebut membuat Atourin memiliki tahapan "siapa dan harus melakukan apa". Berikut adalah penjelasan skema SSCRR dari Atourin:

1. Survive (Bertahan)

Bertahan/**ber.ta.han** adalah kata kerja yang berarti tetap pada tempatnya (kedudukannya dan sebagainya) atau mempertahankan diri. Agar tetap bertahan, beberapa perusahaan telah mengajukan perpanjangan pembayaran pinjaman, ada juga yang meminta staf mereka untuk mengambil cuti dan memangkas upah, yang terburuk adalah memecat para karyawan. Para pendiri Atourin mengakui bahwa mempertahankan karyawan pada saat tidak ada pendapatan adalah sesuatu yang mahal, dengan demikian, para pendiri telah mengambil pengorbanan terbesar "dengan potongan gaji 100%" dan melakukan komunikasi "*brutality honest*" kepada karyawan untuk menunjukkan transparansi dan kondisi apa adanya. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan

⁴ ngalup.co, 27 Juli 2021

⁵ Kumparan, 10 Februari 2022

kelangsungan hidup dan keberlanjutan perusahaan. Kemudian perlu untuk membangun moral karyawan, jaga agar semuanya tetap baik dengan meningkatkannya. Mendorong dan membimbing karyawan untuk memperoleh keterampilan baru saat bekerja di rumah, dengan sejumlah program pelatihan *online* yang ditawarkan oleh beberapa organisasi dan pemerintah. Untuk bisnis dan tujuan yang berpikir untuk menjadi lebih berkelanjutan, masa pandemi ini adalah saat yang tepat untuk belajar hal baru.

2. **Strategize (Menyusun Strategi)**

Strategi/stra-te-gi adalah cara menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu. Pada konteks perencanaan bisnis, diperlukan strategi baru dalam membangun bisnis pariwisata yang berkelanjutan dan tangguh. Pada saat awal pandemi, para pendiri Atourin melihat fenomena orang-orang menggunakan *platform online* untuk melakukan pertemuan sehingga membuat percepatan untuk orang-orang bisa menggunakan teknologi dalam kebutuhan sehari-hari. Strategi yang dibangun oleh Atourin adalah memindahkan program yang selama ini *offline* menjadi *online* atau secara *virtual*, sebagai contoh paket wisata dibuat dalam bentuk *virtual tour/ experiences* dan pelatihan dibuat dalam bentuk *virtual* hingga seminar juga dibuat dalam bentuk *virtual*. Dalam hal ini Atourin memanfaatkan teknologi untuk menjalankan program kerjanya.

3. **Collaborate (Berkolaborasi)**

Berkolaborasi */ber-ko-la-bo-ra-si/* adalah melakukan kolaborasi atau kerjasama. Kerjasama dapat dilakukan dengan saling bertukar pikiran dan ide bersama suatu produk/ jasa⁶. Ada tiga jenis kolaborasi yang dilakukan oleh Atourin:

a. *Open Collaboration*

Atourin mulai mengajak *Key Opinion Leader* (KOL) untuk berkolaborasi dengan tujuan *followers/* pengikut yang dimiliki oleh KOL untuk melihat layanan dan membeli produk/ jasa dari Atourin. Atourin menawarkan program bagi hasil kepada KOL, dimana jika ada pengikut dari KOL tersebut membeli produk/ jasa Atourin, KOL tersebut akan mendapatkan presentase dari tiap produk/ jasa yang terjual. Atourin mengajak KOL yang sesuai dengan bidangnya yakni Pariwisata, salah satunya adalah para *blogger* atau Pramuwisata yang ada di seluruh Indonesia.

b. *Vertical Collaboration*

Kolaborasi secara vertikal ini melibatkan pemangku kepentingan yang memiliki “pengaruh langsung” terhadap keberlangsungan perusahaan. Tujuan akhirnya adalah untuk mempengaruhi perusahaan lain agar bisa segera beradaptasi untuk mengikuti kondisi ekosistem bisnis yang selalu berubah. Misalnya Atourin menggandeng Kemenparekraf R.I dan BAKTI Kominfo untuk bekerjasama.

c. *Horizontal Collaboration*

Kolaborasi horizontal membutuhkan peran dari organisasi profesi/ komunitas/ perusahaan lain yang memiliki masalah yang sama. Dalam hal ini Atourin bekerjasama dengan Himpunan Pariwisata Indonesia (HPI), kolaborasi antara Atourin dan HPI ini terbentuk untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya gerakan sosial untuk membantu Pramuwisata di masa pandemi.

4. **Creative (Kreatif)**

Kreatif/*kre-a-tif* adalah memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk menciptakan. Kondisi saat pandemi membuat perusahaan atau individu dituntut untuk

⁶ Lai, E.R. (Juni 2011). Collaboration a literature review: Research report. Dikutip dari [https://images.pearsonassessments.com/images/tmrs/Collaboration Review.pdf](https://images.pearsonassessments.com/images/tmrs/Collaboration%20Review.pdf)

lebih kreatif dalam mencari solusi permasalahan. Kreatifitas menuntun kepada penciptaan produk/ jasa baru bagi suatu perusahaan, muncul istilah “semakin tertekan maka akan semakin kreatif” hal ini dibuktikan oleh Atourin, di masa pandemi covid-19, Atourin menciptakan produk *Virtual Tour/ Experiences* yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh Atourin. Selain itu, Atourin juga memberikan layanan pelatihan secara gratis untuk para pelaku pariwisata yang terdampak pandemi covid-19 agar bisa menstimulasi para pelaku pariwisata untuk lebih kreatif.

5. Relevance (Relevansi)

Relevansi/*re·le·van·si* adalah hubungan; kaitan. Pandemi covid-19 adalah sebuah batas waktu dimana keadaan zaman sebelum pandemi sangat berbeda dengan saat dan sesudah pandemi. Meningkatnya penggunaan teknologi atau fenomena penggunaan *platform online*⁷ adalah tanda dimana setiap perusahaan harus lebih relevan dalam meningkatkan kualitas serta keberlangsungan bisnisnya, yang selama ini *offline* dituntut untuk bisa *online*. Atourin mengalami kesulitan saat mengajak mitra-mitranya bertransformasi menjadi online karena masih banyak dari beberapa mitra Atourin yang cukup resisten dan khawatir kalau pekerjaan para mitra nanti akan digantikan dengan teknologi. Untuk menanggulangi hal tersebut, Atourin melakukan pendekatan secara mendalam kepada para mitra dan memfokuskan kepada mitra yang mau bekerjasama terlebih dahulu, kemudian setelah para mitra berhasil mendapatkan keuntungan, mitra lainnya akan mengikuti dan akhirnya para mitra terbiasa dengan kegiatan berbasis *online*, sekaligus membuktikan bahwa *platform online* bukan menggantikan posisi mitra justru membantu mereka dalam bekerja.

6. Realization (Realisasi)

Realisasi/*re·a·li·sa·si* adalah proses menjadikan nyata; perwujudan. Realisasi menjadi faktor kunci karena semua proses yang sudah dilakukan sebelumnya tidak akan berhasil kalau tidak di implementasikan. Maka dari itu, realisasi adalah bagian tersulit dalam skema SSCRR karena timbul keraguan apakah dapat berjalan dengan baik atau tidak. Atourin merealisasikan produk/ jasa barunya dengan percaya diri karena didasari oleh tahapan *research & A/B testing* terlebih dahulu. Realisasi juga membutuhkan kerjasama tim yang baik dengan cara saling mendukung satu sama lain, dengan begitu skema yang sudah disusun dapat berjalan secara tepat sasaran.

Penutup

Saat ini di seluruh dunia, banyak wilayah memberlakukan karantina atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan miliaran orang memilih untuk berdiam dirumah, jika terpaksa berpergian, orang-orang harus menerapkan jaga jarak. Hal ini tentu sangat berdampak terhadap pekerjaan pelaku industri pariwisata karena berpergian harus dibatasi, sehingga tidak ada orang yang melakukan perjalanan bisnis ataupun jalan-jalan. Tetapi tidak semua akan kehilangan pekerjaan jika seseorang masih bisa berpikir ke depan dan berbeda saat berjuang untuk bertahan hidup, karena di setiap krisis ada peluang yang terselubung. Atourin menggunakan skema SSCRR: *Survive, Strategize, Collaborate, Creative, Relevance and Realization*, sehingga mampu bertahan dari krisis global dan mendapatkan momentum. Selama pandemi covid-19, Atourin membuat program *virtual tour/ experiences* dan memberikan pelatihan gratis kepada para pelaku pariwisata di Indonesia agar bisa melaksanakan aktifitas virtual dan memanfaatkan teknologi untuk industri pariwisata.

⁷ Berita KOMINFO, 09 Juli 2020

Skema SSCRR ini disarankan bisa segera dibuat jurnal dan sehingga menjadi acuan oleh pelaku pariwisata untuk tetap bisa menjalankan bisnisnya jika terjadi krisis di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*. 3(1), 1–9.
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*.
- Dwi, K., & Putra, C. (2013). *Strategi Public Relations Pariwisata Bali*. 41–65.
- Kartika, T., Afriza, L., & Fajri, K. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1), 11–24. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i1.16427>
- Williams, N., & Vorley, T. (2014). *Entrepreneurship & Regional Development : An International Journal Economic resilience and entrepreneurship : lessons from the Sheffield City Region*. June, 37–41. <https://doi.org/10.1080/08985626.2014.894129>