



# SUMATERA MASA DEPAN



Sumbangsih pemikiran tentang ke-Sumateraan dari 32 artikel, 53 peneliti, dan 20 instansi pemerhati masa depan Sumatera



Editor:  
Dr.-eng. Ir. IB Ilham Malik  
Acep Purqon, Ph.D

# **Sumatera Masa Depan**

**ISBN**

978-623-98240-3-7

347 Hal: 17.6 x 25 cm

Terbitan Pertama, 30 September 2021

**Editor**

Sunarsih

Harits Setyawan

Doni Alfaruqy

Tefur Nur Rohman

**Desain Sampul dan Tata Letak**

Arif Budiman

Desisonia Lilia Hadiputri

Isti Putri Utami

**Penerbit**

**Redaksi**

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penulis dan/ penerbit

# Daftar Isi

<b>Kata Pengantar</b>	iv
<b>Kata Sambutan</b>	
<b>Kata Sambutan Rektor ITERA</b>	vii
<b>Kata Sambutan Kepala LPPM ITERA</b>	viii
<b>Daftar Isi</b>	ix
<b>Visi Sumatera Masa Depan</b>	1
Dr.-Eng. Ir. IB Ilham Malik	
<b>Bagian I. Konektivitas dan Pengembangan Wilayah Berkelanjutan di Sumatera</b>	15
<b>1. Menjadikan Pulau Sumatera sebagai Penggerak Pembangunan Luar Jawa</b>	16
Hadi Sucahyono	
Akhyar Farizal	
Alis Listalatu	
<b>2. Jalan Tol Trans Sumatera yang Berkelanjutan</b>	27
Muhammad Fatkhurrozi	
Urwatul Wusqa	
<b>3. Konektivitas Infrastruktur Untuk Sumatera</b>	41
R.A. Nurul Faizah Azzahra Asnawi	
Nur Mutmainnah Djafar	
Dina Tri Utari	
<b>4. Transportasi dan Pariwisata di Provinsi Kepulauan</b>	45
Djoko Setijowarno	
<b>5. Pertumbuhan Penduduk Perkotaan dan Perkembangan Kota-Kota di Sumatera</b>	53
Fadjar Hari Mardiansjah	
<b>6. Mengemas Kota melalui Citra dan Estetika Setempat</b>	70
Priyo Pratikno	
M. Kusyanto	
Ch Koesmartadi	
Rosalia R. Rihadiani	
Dwi Lindarto H.	

<b>7. Membangun Kota Tanpa Melupakan Sejarah; Studi Kasus Kota Palembang</b>	82
Harry Octavianus Sofian	
<b>8. Pengaruh Penambahan PVC pada Campuran Beton Aspal sebagai <i>Filler</i></b>	88
Mira Wisman	
Rina Febrina	
<b>9. Melihat Sisi Lain Institut Teknologi Sumatera (ITERA)</b>	109
Harits Setyawan	
<b>Bagian II. Air sebagai Aset Masa Depan Pulau Sumatera</b>	113
<b>1. Air-Pendukung Pengembangan Pulau Sumatera</b>	114
Aries Firman	
Aditya Citawarman	
<b>2. Kearifan Budaya Lokal dalam Pelestarian Sungai di Pulau Sumatera: Studi Eksistensi Lubuk Larangan di Provinsi Jambi</b>	128
Pahrudin HM	
Merti Megawaty	
Elzas	
<b>3. Menjaga Habitat dan Merawat Warisan Dunia Hutan Hujan Tropis Taman Nasional Bukit Barisan Selatan</b>	141
Christian Heru Cahyo Saputro	
<b>4. Permukiman Tepi Sungai di Sumatera: Masa Lalu, Kini, dan Masa Depan</b>	150
Bambang Wicaksono	
<b>5. Bandar Lampung <i>Goes to River Front City.</i></b>	160
Erina Noviani	
<b>6. Pesisir Lampung Bagian Selatan: Dulu, Kini, dan Nanti</b>	170
Sefrani Siregar	
Happy Christin Natalia	
<b>Bagian III. Pengembangan Ekonomi dan Pangan Berkelanjutan di Pulau Sumatera</b>	181
<b>1. Tantangan dan Solusi Permasalahan Stunting Anak di Sumatera</b>	182
Zada Agna Talitha	
Hesti Ayuningtyas Pangastuti	
Amalia Wahyuningtyas	

	Dea Tio Mareta	
<b>2.</b>	<b>Pertanian Sumatera dan Segala Potensinya dalam Mencapai Tujuan SDGs</b>	192
	Afdelia Novianti Raden Rara Mentari Ayu Ramadhani Dina Tri Utari	
<b>3.</b>	<b>Aplikasi Teknologi <i>Vacuum Frying</i> untuk Optimalisasi Buah Pisang di Lampung dalam Menghasilkan Keripik Pisang yang Berkualitas dan Sehat</b>	201
	Syahrizal Nasution	
<b>4.</b>	<b>Industri Kelapa Sawit, Primadona bagi Pembangunan Sumatera Harus Dikelola secara Cerdas</b>	211
	Jaya Arjuna	
<b>5.</b>	<b>Kulit Buah Kakao, Potensi Bahan Obat dari Perkebunan Sumatera</b>	229
	Dewi Chusniasih Jeane Siswitasari Mulyana	
<b>6.</b>	<b>Potensi Gaharu dan Prospeknya di Sumatera</b>	240
	Feerzet Achmad Reni Yuniarti Suhartono Suharto	
<b>7.</b>	<b>Potensi Kelapa: Pohon Kehidupan Sumatera</b>	248
	Deni Subara	
<b>8.</b>	<b>Rancang Bangun Ekonomi Islam: Sumatera on the Future</b>	254
	Tukiran	
<b>Bagian IV. Budaya, Sosial, dan Pengembangan Pariwisata Pulau Sumatera</b>		260
<b>1.</b>	<b>Dapatkah Pariwisata Menjadi Tumpuan Pengembangan Wilayah Sumatera?</b>	261
	Tonny Judiantono	
<b>2.</b>	<b>Inovasi, Tren, dan Pariwisata Sumatera Pasca Pandemi</b>	272
	Anisza Ratnasari Hanugrah Adhi Buwono	
<b>3.</b>	<b>Penyelamatan dan Pemanfaatan Cagar Budaya untuk Masa Depan Sumatera</b>	286
	Ari Siswanto	

<b>4. Memadukan Astronomi dan Wisata Pendidikan melalui Observatorium Publik: Observatorium Astronomi Gunma, Jepang sebagai Model</b>	304
Hakim L. Malasan	
<b>5. Potensi Arsitektur Tradisional sebagai Komoditas Pariwisata di Tano Batak, Sumatera Utara</b>	309
Titien Saraswati	
<b>6. Potensi Ekowisata Mangrove di Petambun, Pulau Pahawang, Lampung</b>	325
Rizka Nabilah	
<b>7. Perspektif terhadap Dinamika Kriminalitas dari Sudut Pandang Literasi dan Pendidikan: <i>Sumatera and the Adjacent Islands Case</i></b>	332
Winati Nurhayu	
Wahyuni Dian Lestari	
Hellen Amelysa	
Gita Pratiwi	
<b>8. Peran ITERA dalam Pemajuan Kebudayaan Sumatera di Masa Depan</b>	344
Sunarsih	

# **Inovasi, Tren, dan Pariwisata Sumatera Pasca Pandemi**

**Anisza Ratnasari, S.T., M.Sc.**

**Hanugrah Adhi Buwono, S.T., M.A.**

Program Studi Arsitektur, Universitas Pradita

## **Pendahuluan**

Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi terpenting di Indonesia. Sektor ini menyerap satu dari sepuluh orang di dunia dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi ratusan juta orang lainnya (UNWTO, 2020). Dihimpun dari BPS, sumbangan sektor ini terhadap produk domestik bruto (PDB) selama dekade terakhir cukup stabil, yaitu berkontribusi sebesar 4,8% pada 2019 dan meningkat 0,3% dari 2018. Saat ini, tidak bisa dipungkiri bahwa pandemi yang melanda Indonesia dan dunia menghantam sektor ini cukup telak. Di Indonesia, sektor usaha ini didominasi oleh 80% usaha kecil menengah (UKM) serta menyerap ribuan pekerja. *World Travel and Tourism Council* (WTTC) menyatakan bahwa diperkirakan 75 juta lapangan pekerjaan pada sektor pariwisata mengalami guncangan dan industri pariwisata beresiko kehilangan omset lebih dari 2,1 triliun US \$ (WTTC, 2020). Sejak ditetapkannya Covid-19 sebagai pandemi nasional pada Maret 2020, tekanan terhadap sektor pariwisata dapat dilihat dari penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Januari-Mei 2020 sebesar 2,9 juta menurun 53,36% dari tahun 2019 yang sebesar 6,3 juta kunjungan (BPS, 2020, dalam Utami, B., & Kafabih, A., 2021: 384) yang berimbas pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yaitu minus 5,32% (BPS, 2020). Pada laporan terpisah disebutkan bahwa Neraca Pembayaran Indonesia (NPI) yang dikeluarkan Bank Indonesia juga turun sebesar USD 8,1 miliar (BI, 2020). Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah, swasta dan pihak terkait untuk mempercepat pemulihan perekonomian Indonesia. Dikutip dari kppip.go.id, ekonomi Indonesia pada awal 2021 mulai stabil, hal itu dibuktikan dengan pertumbuhan indeks Neraca Pembayaran Indonesia (NPI) Q1-2021 sebesar USD 4,1 miliar. Sedangkan, pemulihan total pada sektor pariwisata sendiri ini akan dilakukan pada 2022-2023 (*Tourism Economics*, 2020).

Dikutip dari portal berita liputan6.com, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menegaskan bahwa kunci keberhasilan dalam membangkitkan kembali gairah pariwisata pada masa pandemi ini adalah rasa aman, sehat, dan nyaman. Ketiga aspek tersebut menjadi tolok ukur kepercayaan para wisatawan terhadap sebuah destinasi wisata. Pelaku industri pariwisata dan ekonomi

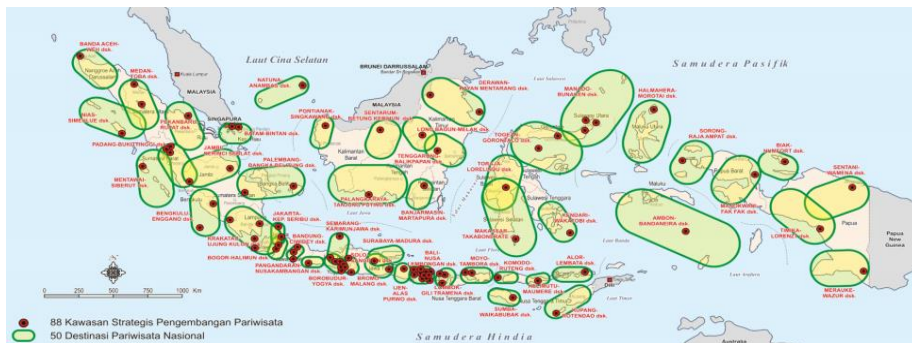


kreatif (parekraf) harus mulai beradaptasi dengan tuntutan keadaan dan mempersiapkan diri demi menghadapi masa paska pandemi melalui penguatan standar kebersihan, kesehatan, keamanan dan kelestarian lingkungan. Melalui program CHSE (*cleanliness, health, safety, and environmental sustainability*) sebagai tatanan *new normal* diharapkan dapat meningkatkan produktivitas sebuah destinasi wisata. Kedepannya program CHSE ini bukan hanya slogan, namun sudah menjadi standar dalam melakukan pelayanan di industri pariwisata. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Kemenparekraf bahwa kunci utama dalam pengembalian kondisi pariwisata nasional harus dilakukan melalui protokol kesehatan yang disiplin. Selain itu, terdapat pula *Global Guidelines to Restart Tourism* (UNWTO, 2020) yang juga menjadi acuan pelaku parekraf untuk pembukaan kembali fasilitas pariwisata.

Pandemi Covid-19 bisa dipastikan akan membawa tren baru dalam berwisata. Perubahan perilaku mendasar terkait kebersihan dan keamanan berwisata menjadi isu yang harus diperhatikan para pemangku dan pelaku parekraf dalam menyiapkan destinasi wisata paska pandemi. Dikutip dari Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021, tren wisata paska pandemi akan beralih ke wisata domestik, eko wisata, wisatawan muda kalangan menengah dan *individual-based tourism* serta *solo-travel tourism*. Kemenparekraf mendorong pengemasan produk wisata yang lebih berkualitas untuk menarik dan mengembalikan gairah berwisata. Inovasi, pemanfaatan teknologi informasi, kebijakan strategis dan preferensi wisatawan tentunya harus diakomodasi untuk menyambut pembukaan kembali fasilitas pariwisata ini. Uji coba *Visiting Jogja* dan *Jogja Pass* yang diterapkan Pemda D.I.Yogyakarta terhadap beberapa destinasi wisata adalah salah satu contoh kesigapan pemerintah daerah dalam menyambut kembalinya wisatawan.

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang tidak terbatas. *World Economic Forum* (WEF) 2013 dalam Utami, B., & Kafabih, A., (2021: 386) menempatkan Indonesia pada peringkat 6 (enam) dari 140 negara di dunia untuk kepemilikan dan potensi sumber daya alam dan budaya, dimana peringkat tersebut jauh diatas negara tetangga Thailand dan Malaysia. Lebih lanjut dijelaskan bahwa indeks daya saing harga pariwisata Indonesia pada 2013 menempati peringkat 9 (sembilan) dari 140 negara tersebut. Mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPKN) Tahun 2010-2025, terdapat 88 (delapan puluh delapan) Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dalam 50 (lima puluh) Destinasi Pariwisata Nasional yang tersebar dari Pulau We sampai Merauke. Pulau Sumatera sebagai salah satu dari 5 (lima) pulau terbesar di Indonesia ternyata juga memiliki potensi pariwisata yang potensial untuk dikembangkan. Di Pulau Sumatera terdapat 19 (sembilan belas) KSPN yang terklusterisasi ke dalam 11 (sebelas) destinasi pariwisata nasional. Destinasi wisata ini memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri, yang tidak saja dilihat dari ragam potensi daya tarik wisata, alam dan budaya, tetapi juga dilihat dari sisi geografis. Perencanaan pembangunan pariwisata di Pulau Sumatera ini juga harus dilaksanakan secara terpadu dan berkesinambungan, sehingga kebijakan strategis dapat efektif, efisien dan tepat sasaran. Langkah awal untuk merespon upaya mewujudkan keterpaduan pembangunan kepariwisataan di Pulau Sumatera adalah dengan

menyusun rencana aksi pembangunan kepariwisataan terpadu dengan pendekatan regional.



Gambar 1. Peta Sebaran Kawasan Strategis Pariwisata Nasional dalam Destinasi Pariwisata Nasional (sumber: RIPKN Tahun 2010-2025)

Melihat besarnya potensi Sumatera sebagai gerbang jalur sutra pariwisata di Indonesia, program strategis yang tepat sasaran dan kontekstual terhadap masa pandemi harus dilakukan. Tidak hanya oleh pelaku parekraf, namun juga semua pihak terkait mulai dari tatanan pemerintah daerah hingga pemerintah pusat. Sinergi, keterpaduan dan kesinambungan ini pada akhirnya diharapkan dapat mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan Indonesia, yaitu menjadikan Indonesia dan khususnya Pulau Sumatera sebagai negara tujuan pariwisata kelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat.

## Potensi Pariwisata di Sumatera

Letak geografis Indonesia yang strategis diantara benua Asia dan Australia, dan juga Samudra Hindia dan Pasifik memiliki banyak potensi yang bisa digali. Keuntungan tersebut diantaranya sebagai persimpangan lalu lintas darat, laut, dan udara dunia, persimpangan ekonomi dunia, dan persimpangan iklim dunia. Lebih jauh, potensi tersebut dapat dikembangkan pada sektor industri salah satu diantaranya adalah industri jasa pariwisata.

Pulau Sumatera yang merupakan salah satu pulau terbesar di Indonesia memiliki luas 473.600 km<sup>2</sup> (BPS, 2020). Secara administratif pulau ini terdiri dari 10 (sepuluh) provinsi dan 154 kabupaten/kota yang tersebar dari Provinsi Aceh hingga Provinsi Lampung. Besarnya jumlah daerah administrasi yang ada menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki luas kawasan yang potensial diolah dan dikembangkan. Ditunjang dengan kesiapan infrastruktur yang sudah ada saat ini, kesiapan sumber daya manusia dan kekayaan sumber daya alam sangat besar memungkinkan bagi Pulau Sumatera untuk menyiapkan diri menjadi gerbang pariwisata Indonesia. Dalam konteks pariwisata, Pulau Sumatera memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri, tidak saja

dilihat dari ragam potensi daya tarik wisata yang dimiliki baik alam maupun budaya tetapi juga dilihat dari sisi geografis.

Kemendikbud saat ini telah menyusun dan menetapkan Rencana Induk dan Rencana Detail Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) dan Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) yang berada di wilayah provinsi maupun kabupaten/kota. Regional 1 Sumatera yang terdiri dari 10 provinsi, 12 destinasi pariwisata nasional, 55 KPPN, dan 20 KSPN memiliki nilai yang sangat strategis dalam kepariwisataan Indonesia (RAPKT Pulau Sumatera, 2018). Dikutip dari Rencana Aksi Pengembangan Kepariwisata Terpadu (RAPKT) Pulau Sumatera (2018: 14-15, 43), daya tarik wisata unggulan Pulau Sumatera antara lain adalah; wisata bahari, eko wisata, wisata budaya dan geo wisata, terklasifikasi dalam 12 destinasi pariwisata nasional, 55 kawasan pengembangan pariwisata nasional (KPPN), dan 20 kawasan strategis pariwisata nasional (KSPN).

Beberapa keunggulan pariwisata Pulau Sumatera yang mempunyai nilai signifikansi tinggi bagi pengembangan pariwisata di kawasan diantaranya terkait kondisi geologi, ekosistem hutan hujan tropis, pusat keanekaragaman hayati bernilai tinggi, salah satu pintu masuk utama wisatawan di Indonesia. Melihat begitu besarnya potensi ini, penting bagi pemerintah untuk menetapkan daya tarik wisata unggulan, dimana hal ini bertujuan untuk memperkuat *positioning* pariwisata Pulau Sumatera dengan kawasan lain di Indonesia. Dengan penetapan tersebut, pengembangan pariwisata kawasan Pulau Sumatera dapat lebih terarah sekaligus dapat lebih selektif menentukan pangsa pasar wisatawan yang dituju. Selain itu, melihat bahwa penyelenggaraan kepariwisataan adalah satu kesatuan yang sistemik dalam kerangka otonomi daerah, Undang-undang juga mengamanatkan pelaksanaan tersebut harus terjadi keterpaduan antar sektor, antardaerah, antara pusat dan daerah. Termasuk juga harus adaptif dengan kondisi ekonomi, sosial, budaya dan isu-isu lingkungan lainnya.

## **Pariwisata dan Wisata Kreatif**

Pariwisata merupakan salah satu katalis utama untuk mengembangkan suatu daerah, selain juga memiliki keterkaitan dengan berbagai sektor pembangunan lainnya. Strategi dan keterpaduan dalam menjalankan proses pembangunan sangat diperlukan agar dapat mencapai hasil sesuai tujuan yang ditetapkan. Daerah yang menjadi tujuan wisata biasanya mampu membawa dampak positif terhadap ketersediaan lapangan kerja bagi masyarakat setempat seperti penjualan produk lokal dan kebutuhan wisatawan lainnya (Cengiz, T., Ozkok, F., & Ayhan, C. K., 2011 dalam Ginting, N., dll, 2018). Pada kondisi pandemi saat ini, di mana hampir sebagian besar sektor pariwisata sedang lesu dan mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan, industri pariwisata harus kompetitif dan adaptif terhadap berbagai kondisi. Pelaku parekraf juga harus sangat jeli dalam menawarkan keunggulan dan potensi produknya, mulai dari *natural*, *man-made*, dan *culture*, sehingga wisatawan dapat seluas-luasnya menjelajah dan memiliki pengalaman berharga saat berwisata. Destinasi atau produk wisata saat ini tidak hanya mengandalkan bangunan, arsitektur, monumen dan keindahan alamnya saja namun juga wisata holistik yang mensinergikan

seni dan budaya. Integrasi dan sinergi pengembangan pariwisata ini dikenal dengan istilah wisata kreatif atau *creative tourism* (Resmawa, 2019:26).

Pengembangan pariwisata berbasis budaya dengan mengedepankan kreativitas menjadi pilihan yang bisa dikembangkan kedepannya. Kartajaya dan Nirwandar (2013) menyatakan aktivitas wisata bisa dikelompokkan dalam kesenangan (*enjoy*), pengalaman (*experience*), dan keterikatan (*engage*). Yoeti (1985) dalam Helpiastuti (2018:19) menjelaskan konsep wisata kreatif harus beranjak dari konsep *something to see, something to buy* atau *something to do* menjadi peleburan ketiga kegiatan tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, Richards & Raymond (2002) dan Richards & Wilson (2006, 2007) dalam Carvalho, dkk (2016:1076), menyatakan bahwa wisata kreatif mengharuskan partisipasi aktif wisatawan dalam budaya masyarakat tuan rumahnya, melalui kegiatan interaktif, pengalaman dan pembelajaran informal berdasarkan karakteristik destinasi wisatanya. Lebih lanjut, kedepannya pengembangan produk wisata harus mengarah pada pariwisata berkelanjutan.

Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, dan masyarakat lokal, baik saat ini maupun pada masa yang akan datang (UNWTO, 2014). McKercher (2003) dalam UNWTO (2014) terdapat 4 (empat) prinsip dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan, yaitu; keberlanjutan budaya, peningkatan kapasitas pelaku, penguatan identitas lokal dan keterlibatan pelaku parekraf. Arah pengembangan ini diharapkan dapat menjaga keberlangsungan (*sustainable*), kelestarian ekosistem lingkungan (*environment*) dengan tetap memperhatikan kondisi sosial budaya masyarakat (*local community*), agar dapat dipertahankan dan dinikmati oleh generasi yang akan datang (UNWTO, 2015). Penerapan pariwisata berkelanjutan akan menjaga tingkat kepuasan dan memastikan pengalaman yang berharga untuk wisatawan, meningkatkan kesadaran mereka tentang isu keberlanjutan dan mengajak wisatawan untuk turut serta mempromosikan kepedulian lingkungan di sekitar mereka (Maulana, A., 2019:13).

## **Kebijakan Terkait Kepariwisataan**

Pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf) merupakan 2 (dua) sektor yang mengalami penurunan signifikan sejak pandemi mulai merebak di Indonesia, di mana sektor ini mempunyai kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Dalam mendukung parekraf ditengah pandemi, pemerintah mengupayakan kebijakan strategis agar sektor ini dapat bertahan dan bangkit. Kemenparekraf menggencarkan program CHSE sejak September 2020 yang disusun berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan tentang Protokol Kesehatan di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Covid-19. CHSE merupakan program yang berbasis pada kebersihan (*cleanliness*), kesehatan (*health*), keamanan (*safety*), dan kelestarian lingkungan (*environment sustainability*). Penerapan program ini sendiri dengan melakukan sertifikasi CHSE untuk para pelaku usaha di industri parekraf, termasuk diantaranya: usaha pariwisata (meliputi jasa transportasi wisata, hotel/*homestay*, restoran, hingga ekisibi, fasilitas terkait (meliputi pusat informasi wisata, tempat penjualan cinderamata, toilet umum), lingkungan masyarakat, serta destinasi wisata

dengan sasaran pemilik, pengelola, asosiasi, karyawan atau pemandu wisata, pengunjung, kelompok masyarakat hingga pemerintah daerah. Tujuan program ini adalah untuk meningkatkan upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam mencegah terjadinya episenter atau klaster baru selama masa pandemi. Dikutip dari laman [chse.kemendparekraf.go.id](http://chse.kemendparekraf.go.id), saat ini sudah ada 2.703 hotel, 2.426 restoran, 206 daya tarik wisata, 13 arung jeram, 317 homestay/pondok wisata, 39 wisata selam, 30 usaha jasa transportasi wisata dan 38 golf di Indonesia telah tersertifikasi CHSE. Besarnya jumlah produk pariwisata yang tersertifikasi ini menunjukkan kesadaran pelaku parekraf untuk mendukung program pemerintah.

Pemerintah pusat dan daerah bersinergi melakukan upaya strategis serupa untuk mempercepat pulihnya sektor ini. Utami, B., & Kafabih, A., (2021: 388), menyatakan hal serupa, bahwa langkah strategis yang bisa dilakukan untuk memulihkan sektor ini, antara lain dengan mempersiapkan destinasi wisata, membangun infrastruktur konektivitas yang kompetitif dengan negara lain, implementasi dan monitoring penerapan protokol CHSE di daerah, meningkatkan kualitas pelaku parekraf, menciptakan dan membangun daya tarik wisata, serta meningkatkan kuantitas dan kualitas produk parekraf. Misalnya yang dilakukan pemerintah daerah Bali dan pemerintah provinsi D.I. Yogyakarta. Kebijakan strategis mulai diujicobakan, mengingat bahwa percepatan pemulihan sektor parekraf akan membawa dampak positif terhadap perekonomian daerah. Kebijakan terkait kepariwisataan di Bali, antara lain; program vaksinasi masal dengan mengutamakan pelaku parekraf dan manula sebagai prioritas, FCC (*free covid corridor*) sesuai dengan agenda pemulihan ekonomi ASEAN dengan konsep *Asean Free Travel Arrangement*, usulan dana hibah dari Kementerian Keuangan secara bertahap yang diperuntukkan untuk hotel dan restoran, pemberian kredit lunak (*soft loan*), program padat karya ke desa wisata dari Kemenparekraf, serta pembukaan tahap awal *international tourist/border* untuk 3 (tiga) wilayah berzona hijau seperti Kawasan Nusa Dua, Sanur dan Ubud sebagai *pilot project*. Uji coba *Visiting Jogja* dan *Jogja Pass* yang diterapkan Pemda D.I.Yogyakarta terhadap beberapa destinasi wisata juga merupakan kebijakan strategis yang diambil pemerintah daerah yang sesuai dengan konteks lokal. Aplikasi *Jogja Pass* ini berfungsi sebagai identitas digital, sementara *Visiting Jogja* berguna untuk keperluan pemesanan dan informasi terkait objek wisata. Pada dasarnya, aplikasi ini berfungsi untuk mengidentifikasi wisatawan, pendataan dan memudahkan *tracing* penyebaran virus. Selain itu ada aplikasi *Thlusur* yang merupakan bentuk kesiapan Kemenparekraf dalam memantau penerapan protokol kesehatan di destinasi wisata dan jumlah kapasitas pengunjung di destinasi tersebut.

Kebijakan lain yang dilakukan pemerintah pusat adalah membangun keseimbangan penyediaan (*supply*) dan permintaan (*demand*). Dari sisi penyediaan, bisa dilakukan dengan menyiapkan destinasi wisata yang berkualitas, menciptakan dan membangun daya tarik wisata, membangun infrastruktur konektivitas yang kompetitif dengan negara lain, implementasi dan monitoring protokol CHSE di daerah, serta meningkatkan kualitas pelaku parekraf. Sedangkan, dari sisi permintaan dapat

dilakukan dengan menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan, memperluas konektivitas wisatawan, memberikan insentif/paket wisata hingga mengoptimalkan kegiatan MICE di destinasi wisata.

## **Inovasi, Tren dan Pariwisata Pasca Pandemi**

Pandemi Covid-19 ternyata membawa tren baru dalam berwisata. Perubahan perilaku mendasar terkait kebersihan dan keamanan berwisata menjadi isu yang harus diperhatikan para pemangku dan pelaku parekraf dalam menyiapkan destinasi wisata paska pandemi. Dikutip dalam kanal Youtube resmi Kemenparekraf pada sesi Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021, beberapa tren wisata pasca Covid-19 diantaranya: preferensi wisata domestik, kelompok wisatawan muda dari kalangan menengah atas lebih mendominasi, objek wisata alam menjadi lebih populer bagi wisatawan, kebutuhan pengunjung terhadap pengalaman wisata baru dan *individual-based tourism*. Lebih lanjut dijelaskan, dalam laman berita tempo.com, menurut data yang dikumpulkan oleh Traveloka selama 2020 terhadap pengguna aplikasi Traveloka diperoleh bahwa perjalanan domestik (*road trip*) dan *staycation* merupakan pengalaman baru berwisata saat ini.

Pengalaman wisata baru yang akan berkembang adalah *individual-based tourism*. Pengalaman ini dapat berupa inovasi pembuatan konten digital dan teknologi informasi dalam pariwisata. Dregde, dkk (2018) dalam Maharani dan Mahalika (2021:49) menjelaskan bahwa digitalisasi pariwisata dapat berupa *virtual reality tourism*, *solo travel*, dan *staycation*. Sangat dimungkinkan, tren wisata masa depan akan dilakukan ke berbagai destinasi wisata dunia kini melalui tur virtual ini, baik melalui *live media sosial* atau *conference meeting*. Penggunaan *platform* digital tersebut dapat memberikan informasi tambahan atau visual mendetail tentang daerah, atau obyek wisata. Sebagai contoh, berbagai museum ternama dunia saat ini sudah menawarkan penjelajahan sampai pada sudut bangunan, ruang dan koleksi istimewanya melalui tur virtual. *Platform* yang akan digunakan dapat dibuat oleh pemerintah pusat dan daerah atau melalui kerja sama dengan pihak swasta seperti perusahaan teknologi informasi. Dengan adanya *platform* ini diharapkan dapat memudahkan bagi pelaku pariwisata dan wisatawan dalam rangka pemasaran dan menemukan destinasi wisata yang dituju. Pelaku parekraf perlu melakukan inovasi melalui *platform* berbasis digital untuk memberikan pengalaman baru bagi masyarakat luas dalam melakukan kegiatan wisata virtual. Sulaiman, dkk., (2020) dalam Utami, B., & Kafabih, A., (2021: 385), menjelaskan bahwa promosi melalui kunjungan virtual, seperti teknologi fotografi 360° dan kunjungan virtual merupakan salah satu pendekatan yang dapat dipakai untuk mensosialisasikan dan promosi awal kepada calon wisatawan potensial. Pendekatan ini diharapkan mampu memicu keinginan masyarakat untuk berwisata, sehingga pada saat pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dilonggarkan mereka bisa melakukan penjelajahan destinasi wisata secara nyata.

*Solo travel tourism* agaknya juga akan menjadi tren. Pandemi akan merubah perilaku dari berwisata dalam kelompok menjadi wisata individu atau wisata keluarga.

Ditunjang dengan aplikasi dan *platform* digital, wisatawan bisa dengan mudah mengakses informasi dan detail destinasi wisata tujuan. Peningkatan kualitas fasilitas *solo travel* ini juga harus menjadi perhatian pelaku parekraf, misalnya penjemputan dari dan ke bandara atau *transit hub* lainnya, ketersediaan jasa pengantaran ke destinasi wisata, *one-stop-travel package*, kemudahan penyewaan kendaraan untuk memudahkan wisatawan dalam bermobilitas, dan lainnya. Hal tersebut perlu diperhatikan mengingat, kebiasaan baru pasca pandemi bahwa preferensi mengurangi kontak dengan banyak orang di tempat publik melalui penggunaan transportasi publik adalah pilihan utama para wisatawan. Selain itu, pada masa pandemi, kualitas layanan wisata paska pandemi harus menyesuaikan ketentuan dan standar yang berlaku. Dijelaskan sebelumnya bahwa banyaknya hotel/penginapan/*homestay* yang sudah tersertifikasi CHSE menunjukkan komitmen pelaku parekraf dalam menyambut wisatawan. Untuk mendukung tren *staycation*, akomodasi hotel harus sesuai standar kesehatan, kebersihan, kenyamanan dan keberlanjutan. *Staycation* disini dapat berarti luas, tidak hanya tinggal di dalam hotel/penginapan tapi juga dapat menjelajah lingkungan penginapan dengan mengacu pada *solo travel* yang telah dijelaskan sebelumnya. Melalui kegiatan *staycation* ini wisatawan tidak hanya dapat mencegah penyebaran virus covid-19 tetapi juga berkontribusi dalam membangkitkan ekonomi nasional.

Kebijakan internasional yang juga sudah menjadi tren adalah *travel pass*. Salah satu penyebab melonjaknya angka penularan Covid-19 di Indonesia adalah kurangnya kontrol dan monitoring yang ketat terhadap wisatawan yang datang ke Indonesia. Lesunya perjalanan antar negara dengan moda transportasi udara disebabkan karena kebijakan terkait pembatasan sosial dan larangan perjalanan yang sangat adaptif. Hal ini menimbulkan ketidakjelasan wisatawan apakah bisa bermobilitas dengan aman dan nyaman. *International Air Transport Association* (IATA) berinovasi melalui *Travel Pass*, yaitu sebuah *platform* digital yang memungkinkan pengguna mengakses informasi syarat penerbangan, memantau proses tes kesehatan, dan membagikan hasil tes. Aplikasi ini juga dapat mengeluarkan “paspor bebas Covid-19” sebagai bukti kelayakan terbang bagi wisatawan. Selain *Travel Pass*, ada juga *CommonPass*, sebuah *platform* perjalanan yang dikembangkan oleh Forum Ekonomi Dunia yang telah diuji pada penerbangan antara London dan New York dan juga ada *AOKpass* yang telah digunakan pada penerbangan antara Abu Dhabi dan Pakistan.

Penggunaan *term air travel bubble* di masa pandemi menjadi hal yang umum. Sugihamretha (2020) menjelaskan bahwa kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan agar dapat berkunjung ke suatu negara sesuai dengan kriteria dan kemiripan kasus, misalnya jumlah penurunan kasus harian pasien terinfeksi Covid-19. *Travel bubble* juga bisa menjadi solusi untuk membangun daya tarik pariwisata seperti yang telah diterapkan pemerintah Singapura melalui *Air Travel Pass* yang bekerja sama dengan beberapa negara pendukung. Lebih lanjut dijelaskan, kriteria untuk bisa memanfaatkan *Air Travel Pass*, diantaranya ada ketentuan; mengisi formulir *Air Travel Pass* dan visa, memiliki Asuransi Travel Covid-19, terdaftar dalam aplikasi *monitoring* kesehatan Pemerintah Singapura, melakukan tes *polymerase chain*

*reaction* (PCR) sebelum dan setelah kedatangan, melakukan isolasi mandiri setelah kedatangan (ICA, 2020). Tentunya kebijakan *air travel bubble* tergantung kondisi dan kesepakatan kedua negara. Dikutip dalam siaran pers *The Government of Hong Kong Special Administrative Region*, Pemerintah Hongkong dan Pemerintah Singapura sudah melakukan kebijakan ini.

Kebijakan lain yang serupa adalah program vaksinasi. Vaksinasi terbukti dapat menghambat laju penyebaran Covid-19 di dunia. Program vaksinasi masal yang dilakukan pemerintah untuk menciptakan kekebalan kelompok (*herd immunity*) adalah upaya awal yang sangat relevan. Melalui *National Health Service* (NHS) 2021, Pemerintah Inggris di laman web resminya menjelaskan tentang *NHS Covid Pass* berfungsi sebagai pendataan masyarakat yang telah divaksin dan keterangan hasil tes Covid-19. *NHS Covid Pass* juga berfungsi sebagai persyaratan dokumen keterangan kesehatan untuk bepergian antar kota atau negara. Hal yang sama diberlakukan di negara Uni Eropa dengan *vaccine certificate* yang juga berfungsi sebagai basis data masyarakat yang telah divaksin dan keterangan hasil tes Covid-19. Namun, belajar dari kasus yang terjadi di Inggris Raya dan negara lainnya yang sudah hampir seluruh warganya menerima vaksin, namun masih terjadi penularan yang sangat tinggi, kebijakan ini harus disinergikan dengan adaptasi kebiasaan baru dalam kehidupan sehari-hari sesuai protokol kesehatan seperti memakai masker, jaga jarak, dan mencuci tangan (Panduan Adaptasi Kebiasaan Baru, Kemenkes, 2020).

## **Kesiapan Sumatera Menyambut Tren Pariwisata Pasca Pandemi**

Sektor pariwisata yang merupakan industri multi komponen memiliki peran signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Tekanan berat sektor parekraf pada masa pandemi ini berimbas pada sektor ekonomi, mengingat sektor ini memiliki implikasi pada ekonomi, lingkungan alam, penduduk lokal di tempat tujuan, dan pada wisatawan itu sendiri. Semakin cepat langkah strategis pada sektor parekraf akan mempercepat pemulihan sektor terkait lainnya. Dalam rangka percepatan pemulihan ekonomi pada sektor parekraf, tentu saja program strategis lainnya perlu diselaraskan dan disinergikan dengan kondisi ekonomi, sosial, kultur dan kebijakan setempat.

Pulau Sumatera yang terbagi menjadi 10 (sepuluh) provinsi memiliki 19 (sembilan belas) KSPN yang terklasterisasi ke dalam 11 (sebelas) destinasi pariwisata nasional. Mengacu pada potensi alam, infrastruktur kesiapan pelaku parekraf, kondisi kondisi ekonomi, latar belakang budaya, batas administrasi, Pulau Sumatera harus menetapkan tema produk wisata yang menjadi unggulan. Tema produk tersebut dapat terkait dengan hutan dan konservasi, keunikan dan keragaman formasi geologi, kekayaan alam bawah laut, perairan dan bahari, kepulauan di sekitar kawasan Pulau Sumatera, serta keunikan dan kekhasan budaya. Dengan memperhatikan tema produk pariwisata Pulau Sumatera secara umum, maka dapat diturunkan ke dalam tema-tema produk pariwisata yang dapat di kembangkan di masing-masing provinsi (RAPTK Pulau Sumatera, 2018:3'1-3'19).



Tabel 1.1. Tema produk pariwisata per provinsi se Pulau Sumatera

No	Nama Provinsi	Tema Produk Pariwisata	Daya Tarik Wisata Unggulan
1	Aceh	Pariwisata bahari	Taman Wisata Alam Laut (TWAL) Pulau Weh
2	Sumatera Utara	Ekowisata danau	Danau Toba
3	Riau	Pariwisata budaya	Istana Siak
4	Sumatera Barat	Ekowisata pegunungan	Ngarai Sianok
5	Bengkulu	Petualangan alam	Pulau Enggano
6	Jambi	Ekowisata hutan	Taman Nasional Kerinci Seblat
7	Sumatera Selatan	Pariwisata sungai	Taman Nasional way Kambas
8	Lampung	Pariwisata pendidikan satwa	
9	Kepulauan Riau	Pariwisata pulau-pulau kecil	Taman Wisata Kepulauan Anambas
10	Kepulauan Bangka Belitung	Geowisata batuan granit	Pantai Tanjung Kalayang

Bila mengutip dari pernyataan ketua Gugus Percepatan Penanganan Covid-19 tentang tahapan pembukaan kawasan wisata yang dimulai dari aktivitas berbasis ekosistem dan konservasi dengan tingkat risiko penyebaran paling ringan, tema produk wisata Pulau Sumatera, sangat sesuai dengan kriteria tersebut, sehingga sangat dimungkinkan implementasi program strategis pemulihan sektor parekraf bisa segera dilakukan.

Dikutip dari RAPKT Pulau Sumatera (2018: 3'17-3'19), Batam merupakan pintu gerbang kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia yang tertinggi setelah Denpasar dan Jakarta. Sedangkan melalui jalur udara untuk masuk ke Pulau Sumatera sebagian besar wisatawan, baik domestik maupun internasional melalui Bandara Internasional Kualanamu di Sumatera Utara. Untuk jalur laut, wisatawan internasional memasuki Pulau Sumatera melalui Pelabuhan Sri Bintan Pura, di Kepulauan Riau, sedangkan wisatawan domestik sebagian besar melalui Pelabuhan Tanjung Balai Karimun, yang juga berada di Kepulauan Riau. Untuk memfasilitasi mobilitas wisatawan tentu saja aksesibilitas dan konektivitas infrastruktur yang memadai adalah syarat mutlak dalam merencanakan destinasi pariwisata terpadu di Pulau Sumatera.

Implementasi dan monitoring penerapan protokol CHSE pada destinasi wisata sangat diperlukan untuk menyambut geliat wisatawan pada masa pandemi. Berdasarkan data [chse.kememparekraf.go.id](http://chse.kememparekraf.go.id), jumlah hotel, restoran, tempat wisata, dan jasa transportasi wisata di Aceh 43 usaha wisata, Sumatera Utara 264 usaha wisata, Sumatera Barat 87 usaha wisata, Riau 204 usaha wisata, Bengkulu 33 usaha wisata, Jambi 18 usaha wisata, Sumatera Selatan 193 usaha wisata, Lampung 72 usaha wisata,

Kepulauan Riau 251 usaha wisata, dan Kepulauan Bangka Belitung 40 usaha wisata. Jika dibandingkan angka total nasional produk wisata yang telah tersertifikasi CHSE, angka ini tergolong rendah. Mengacu pada tujuan disusunnya program ini, yaitu meningkatkan upaya pencegahan dan pengendalian Covid-19 bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam mencegah terjadinya episenter atau klaster baru selama masa pandemi, penting bagi pemilik, pengelola, asosiasi, karyawan atau pemandu wisata, pengunjung, kelompok masyarakat serta pemerintah daerah untuk memiliki kesadaran penuh untuk mendukung program pemerintah ini.

Menciptakan dan membangun daya tarik wisata adalah pekerjaan rumah yang harus dilakukan pemerintah pusat dan daerah untuk menyongsong kembali wisatawan. Program vaksinasi masal yang dilakukan pemerintah untuk menciptakan kekebalan kelompok (*herd immunity*) adalah upaya awal yang sangat relevan. Selain itu, pemerintah daerah, swasta dan pelaku parekraf harus secara adaptif berbenah dalam menjalankan industri ini. Sertifikasi CHSE untuk semua produk wisata, mulai dari hotel, restoran tempat wisata, sampai jasa transportasi perjalanan menjadi keharusan untuk dapat mengembalikan kepercayaan wisatawan. Digitalisasi produk pariwisata adalah pendekatan yang bisa diterapkan pemangku kepentingan untuk mensosialisasikan dan promosi awal kepada calon wisatawan potensial. Aplikasi dan *platform* digital untuk pemesanan hotel, tiket pesawat dan penjelajah peta, serta informasi digital lainnya terkait produk wisata dan protokol kesehatan, seperti *Wisata 360*, *Jogja Pass*, *Thlusr*, *Wis Semar*, *Jogja Istimewa*, *Pergi Kuliner*, *Bandung Smart City*, *Wisata Kalimantan*, *PergiKuliner*, *Waze*, dan *Travalal* sangat mungkin diterapkan pada pengembangan wisata Pulau Sumatera. Selain itu, untuk cakupan yang lebih makro yang berkaitan dengan kunjungan wisatawan internasional, pemda atau pelaku wisata harus mensinergikan dengan kebijakan pemerintah pusat untuk bisa memberlakukan kebijakan, seperti *Travel Bubble*, *Travel Pass* dan *Vaccine Certificate*.

Dengan dukungan jaringan infrastruktur darat, laut, dan udara pada hampir semua provinsi yang semakin memadai, diharapkan Pulau Sumatera dapat kembali bersiap menghadapi geliat perekonomian pasca lonjakan kasus Covid-19. Program pemulihan ekonomi nasional (PEN) dalam bentuk memberikan stimulus pariwisata, tidak hanya pada infrastruktur, tapi juga pada penunjang pariwisata seperti pemberian pelatihan kepada para pelaku usaha adalah bentuk kepedulian Kemenparekraf agar sektor parekraf Pulau Sumatera segera bangkit. Melalui keunggulan dan potensi destinasi wisata yang beragam di Pulau Sumatra, pelaku parekraf diharapkan dapat bersinergi dalam menghadapi industri ini di masa yang akan datang.

Selain meningkatkan kualitas parekraf, hal yang perlu juga diperhatikan adalah peningkatan kapasitas dan kualitas produk parekraf. Dijelaskan sebelumnya, bahwa pulau Sumatera yang merupakan salah satu pulau terbesar di Indonesia memiliki 1 (satu) destinasi pariwisata super prioritas, 2 (dua) destinasi wisata prioritas, 55 (lima puluh lima) kawasan pengembangan pariwisata nasional, 22 (dua puluh dua) kawasan strategis pariwisata nasional. Lebih dari itu Pulau Sumatra adalah rumah dari berbagai macam suku dan kebudayaan diantaranya; Aceh, Batak, Melayu, Minangkabau, Besemah, Suku Rejang, Ogan, Komering, dan Lampung juga suku pendatang seperti

Tionghoa, Arab, dan Tamil. Sudah tentu ragam budaya yang mewarnai Pulau Sumatra telah melahirkan beragam produk kerajinan dan seni dan sangat dimungkinkan dalam waktu yang akan datang menjadi menjadi aset wisata yang berkualitas. Kemenparekraf mendorong pengemasan produk wisata yang lebih berkualitas untuk menarik dan mengembalikan gairah berwisata. Inovasi, pemanfaatan teknologi informasi, kebijakan strategis dan preferensi wisatawan tentunya harus diakomodasi untuk menyambut pembukaan kembali fasilitas pariwisata ini. Sejalan dengan tren wisata paska pandemi akan beralih ke wisata domestik, eko wisata, wisatawan muda kalangan menengah dan *individual-based tourism* serta *solo-travel tourism*. Pemerintah maupun swasta diarahkan dapat memiliki paket-paket wisata yang dapat diakses oleh masyarakat luas melalui *platform* atau aplikasi. ■

## Referensi

- Carvalho, R., Ferreira, A.M., & Figueira, L.M., (2016). *Cultural and Creative Tourism in Portugal*. PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol.14, No.5, Oktober 2016:1075-1082.
- Deputi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata. 2018. *Rencana Aksi Pengembangan Kepariwisata Terpadu (RAPKT) Pulau Sumatera*. Laporan Akhir Tahun 2018.
- Ginting, N., dll (2018). *Penerapan Elemen Sosial Budaya untuk Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan pada Desa Wisata di Kecamatan Pangururan*. Prosiding Seminar Nasional “Kearifan Lokal dalam Keberagaman untuk Pembangunan Indonesia”, Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara, hal. 361-365.
- Helpiastuti, S.B., (2018). *Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur (Analisis Wacana Grand Opening “Pasar Lumpur” Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember)*. Journal of Tourism and Creativity, Vol. 2 No.1, Januari 2018, hal. 13-23.
- Kartajaya dan Nirwandar (2013). *Tourism Marketing 3.0: Turning Tourist to Advocate*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2016). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata tahun 2016*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Rencana Strategis 2020-2024*.
- Maharani, A., Mahalika, F. (2020). *New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Pada Masa Pandemi*. Jurnal Kajian Lemhanas RI. Vol. 8 No. 2
- Maulana, A., (2019). *Pemetaan prospek Pasar Wisatawan Nusantara di Indonesia*. Jurnal Kepariwisata Indonesia, Vol. 13, No. 1, September 2019: 1-15.
- McIntyre, G.(1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Spain: WTO.
- Moenir, H.D., Halim, A., & Maharani, A.M.R., (2021). *Implementasi Asean Tourism Strategic Plan (ATSP) dalam Pengembangan Pariwisata Sumatera Barat*. Jurnal Kepariwisata Indonesia, Vol. 15, No. 1, Juni 2021.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010 – 2025.
- Resmawa, I., N., (2019). *Konsep dan Strategi Pengembangan Creative Tourism pada Kampung Parikan Surabaya*. IKRAITH-HUMANIORA Vol 3 No 2 Bulan JULI 2019, hal. 25-30.
- Sugihamretha, I Dewa Gde (2020). *Respon Kebijakan Covid-19: Menggairahkan Kembali Ekonomi Indonesia dengan Membuka Travel Bubble dan Koridor Intra-Indonesia*. Bappenas Working Papers Volume III No. 2, September 2020: 126 – 142
- Utami, B., & Kafabih, A., (2021). *Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP), Vol.4 No.1 (2021), hal: 383-389.
- Tourism Strategic Plan 2011-2015 ASEAN. (2012)
- UNWTO. 2004. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations.
- UNWTO. 2015. UNWTO Tourism Highlights and UNWTO Tourism Barometer.  
<https://www.unwto.org/tourism-covid-19>, diakses 25 Juli pada 11.04
- <https://wtcc.org/COVID-19/SafeTravels-Global-Protocols-Stamp>, diakses 21 Agustus 2021 pada 18.02
- <https://www.tourismeconomics.com/travel-data-forecasts/>, diakses 25 Juli pada 12.05
- <https://www.bps.go.id/publication/2021/08/24/edcf494ac7e2589a0d9b0793/statistik-objek-daya-tarik-wisata-2019.html>, diakses 25 Juli pada 11.30
- <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-nusantara>, diakses 25 Juli 2021, pada 10.21
- <https://btp.ac.id/inovasi-pemda-diy-untuk-pulihkan-pariwisata/>  
<https://chse.kemenparekraf.go.id/tersertifikasi>, diakses 23 Juli 2021 pada 9.47
- [https://www.kemenparekraf.go.id/asset\\_admin/assets/uploads/media/old\\_file/lampiran3.pdf](https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/lampiran3.pdf), diakses 27 Agustus 2021, pada 20.13
- <http://workingpapers.bappenas.go.id/index.php/bwp/article/view/73/57>, diakses 23 Juli 2021,
- <https://safetravel.ica.gov.sg/atp/overview>, diakses 26 Agustus 15.20
- <https://www.tourism.gov.hk/travel-bubble/en/index.html>, diakses 26 Agustus 15.41
- <https://www.nhs.uk/conditions/coronavirus-covid-19/covid-pass/>, diakses 26 Agustus 15. 56
- <https://www.gosumatra.com/beranda>, diakses 25 Juli 2021, pukul 13.28.
- <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian?title=ambon&page=1>, diakses 22 Juli 2021, pukul 17.06 WIB.
- [https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate\\_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate_en), diakses 26 Agustus 2021, pukul 14.27
- <https://www.youtube.com/watch?v=wRMpYacmqYs>, diakses 22 Agustus 2021, Pukul 07:55
- <https://www.nhs.uk/conditions/coronavirus-covid-19/covid-pass/>, diakses 22 Agustus 2021, Pukul 08:00

[https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate\\_en](https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/safe-covid-19-vaccines-europeans/eu-digital-covid-certificate_en), diakses 22 Agustus 2021, Pukul 08:03

<https://safetravel.ica.gov.sg/atp/overview>, diakses 22 Agustus 2021, Pukul 08:07

<https://www.tourism.gov.hk/travel-bubble/en/index.html>, diakses 22 Agustus 2021, Pukul 08:10

<https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/aplikasi-tlusur-bagi-sektor-pariwisata/>, diakses 28 Agustus 2021, pada 11.01

<https://cared-diy.jogjaprovo.go.id/>, diakses 28 Agustus 2021, pukul 11.04



# SUMATERA MASA DEPAN



Masa depan pulau Sumatera sangat dipengaruhi oleh banyak hal. Karena itu sangat penting untuk melakukan identifikasi apa yang dimiliki oleh pulau Sumatera pada saat ini dan apa yang dibutuhkan oleh dunia di masa yang akan datang. Dunia yang dimaksud dalam tulisan ini adalah kawasan yang ada di sekitarnya dan juga fenomena global yang bisa mempengaruhi apa yang dimiliki oleh pulau Sumatera pada saat ini. Apakah bisa dimanfaatkan guna berhadapan dengan apa yang menjadi tantangan di masa yang akan datang?

Kondisi ini membuat kita yang ada di pulau Sumatera harus berpikir secara serius. Karena ada hal yang sangat kita khawatirkan yaitu ketika pulau Sumatera ternyata tidak bisa berhadapan dengan perubahan zaman di masa yang akan datang. Jika saja kondisi ini yang terjadi, maka akan mendorong perubahan yang menurun di pulau Sumatera. Masyarakat yang ada di pulau Sumatera akhirnya tidak bisa berhadapan dengan kenyataan yang muncul dari dunia luar, dalam perspektif global, yang kemudian masuk ke pulau Sumatera dan kemudian memberikan pengaruh pada apapun yang terjadi di pulau Sumatera.