

DAMPAK COVID-19 TERHADAP PENJUALAN PAKET WISATA TAHUN 2023 DI GOLDEN RAMA TOURS AND TRAVEL

Diyana Putranto¹, Runi Yulianti Togubu² Milawati³
diyanaputranto@lemondial.ac.id¹, runiyuliantitogubu@lemondial.ac.id²
milawati@lemondial.ac.id³,

ABSTRAK

Kegiatan wisata adalah suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun grup dari tempat tinggal menuju tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman diluar aktivitas kesehariannya dalam waktu yang sementara . Kegiatan wisata dilakukan bukan di rumah atau di kediaman si pelaku kegiatan melainkan di suatu tempat tujuan tertentu, sehingga kegiatan tersebut memerlukan proses perjalanan, baik menggunakan media (transportasi darat/laut/udara) maupun tidak. Oleh karena itu, terdapat keterkaitan antara kegiatan wisata dengan kegiatan perjalanan (*travel*). Keterkaitan tersebut adalah wisatawan yang melakukan perjalanan dari tempat tinggal ke tempat tujuan bukan hanya melakukan perjalanan saja, tetapi wisatawan tersebut dalam perjalanannya mendapatkan pengalaman wisata sehingga keterkaitan kedua kegiatan tersebut adalah bahwa kegiatan wisata termasuk dalam kegiatan perjalanan, tetapi tidak semua kegiatan perjalanan merupakan kegiatan wisata. Adapun metode penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah pelaku Golden Rama *Tours and Travel*.

Kata kunci: Covid19, Penjualan, Paket Wisata.

ABSTRACT

Tourism activity is a travel activity for both individuals and groups from their place of residence to a certain place to gain experience outside their daily activities for a temporary period of time. Tourism activities are carried out not at home or at the residence of the perpetrators of the activity but at a certain destination, so that these activities require a travel process, whether using media (land/sea/air transportation) or not. Therefore, there is a link between tourism activities and travel activities. The linkage is that tourists who travel from their place of residence to their destination not only travel, but the tourists on their way get tourist experiences so that the link between the two activities is that tourism activities are included in travel activities, but not all travel activities are tourism activities. The method of this research is descriptive qualitative research. The subject of this research is the perpetrators of Golden Rama Tours and Travel.

Keywords: Covid19, Sales, Tour Packages.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat terdampak akibat adanya pandemi Covid-19. Data BPS (2021) menunjukkan penurunan jumlah wisatawan yang signifikan pada masa pandemi Covid-19. Total kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 sebesar 4,02 juta kunjungan. Apabila dibandingkan dengan tahun 2019, jumlah wisatawan mancanegara turun sebesar 75,03 persen. Berdasarkan kebangsaannya, terdapat 5 negara yang paling banyak berkunjung ke Indonesia pada tahun 2023 yaitu Timor Leste, Malaysia, Singapura, Australia, dan China. Sebagian besar negara-negara tersebut adalah negara tetangga, kecuali China.

Pandemi membuat jumlah wisatawan lokal juga menurun 61 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini sangat berpengaruh pada perekonomian bangsa karena pariwisata memiliki peranan penting dalam meningkatkan pendapatan negara, devisa, dan lapangan pekerjaan. Pandemi ini mengancam 13 juta pekerja di sektor pariwisata dan 32,5 juta pekerja

yang kehilangan pekerjaan. Belum lagi penerimaan devisa negara turun, tidak sesuai dengan proyeksi penerimaan devisa dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tahun 2023 proyeksi penerimaan devisa antara 4-7 miliar dolar AS. Sedangkan sebelum terjadi pandemi devisa pariwisata tahun 2023 ditargetkan sebesar 19-21 miliar. Data ini jauh dari proyeksi tahun sebelumnya yaitu hampir 20 miliar dolar AS.

Meski beberapa upaya pencegahan dibuat pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif guna memulihkan sektor pariwisata tetapi terkesan tidak berdampak karena pemulihan ini butuh waktu lama. Pemulihan ini telah dibuat meliputi kemudahan investasi oleh pengusaha, khususnya pelaku usaha pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Selain itu adanya revisi kebijakan sektor keuangan terutama yang berkaitan dengan *fintech* atau *venture capital*. Tetapi lagi-lagi butuh waktu lama untuk memulihkan ekonomi bangsa.

Realisasi percepatan ekonomi bangsa juga datang dari berbagai unit usaha pariwisata. Salah satunya adalah pelaku perjalanan wisata. Selama pandemi bangsa Indonesia diajak untuk beralih ke metode *virtual tourism* alias wisata virtual yang hadir sebagai salah satu bentuk transformasi dan adaptasi melawan pandemi dengan memanfaatkan teknologi, sembari menunggu proses *recovery* dunia pariwisata yang belum signifikan. Wisata virtual menjadi jawaban kebutuhan orang terhadap pariwisata tetapi harus disadari bahwa metode ini belum menjawab segi efeksi dalam dunia pariwisata. Banyak orang tidak puas menjelajah di internet bila dibandingkan dengan kehadiran langsung. Tentu perasaan berwisata akan terasa sekali jika mengalami situasi baru di sektor pariwisata.

Jika dilihat dari sisi ekonomi, kegiatan wisata merupakan kegiatan proses konsumsi terhadap suatu produk yang dilakukan oleh wisatawan dimulai dari tempat tinggalnya dan melakukan perjalanan ke tempat tujuan. Produk yang dikonsumsi oleh wisatawan adalah suatu pengalaman total yang diperoleh oleh wisatawan dalam proses konsumsi tersebut. Sehingga terdapat tiga komponen penting yang membuat proses konsumsi terhadap suatu pengalaman berwisata itu terjadi (Nurdin Hidayah, 2019), yaitu:

- a. Daya tarik wisata ialah segala sesuatu yang menarik dan menghasilkan pengalaman kepada pelaku perjalanan wisata, baik secara pasif maupun aktif, misalnya keindahan pantai, suasana pegunungan, gerhana, pentas seni, *event* olahraga, karnaval, menunggangi kuda, mendaki gunung, berselancar, bercengkrama dengan masyarakat, dll.
- b. Sarana penunjang wisata ialah segala sesuatu yang dapat memfasilitasi kegiatan wisata baik yang dapat diindera dan yang tidak dapat diindera, misalnya kasino, *night club*, *steambath*, dll
- c. Infrastruktur atau prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya proses kegiatan wisata dan kegiatan non wisata, misalnya biro perjalanan wisata, hotel, pelabuhan, restoran, bar, lapangan tenis, dll

Biro Perjalanan Wisata menjadi salah satu prasarana penunjang utama terselenggaranya proses kegiatan wisata dan non wisata. Menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1990 bagian kedua pasal 12, disebutkan bahwa pengertian Biro Perjalanan Wisata adalah usaha penyedia jasa perencanaan dan atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan wisata. Biro Perjalanan Wisata sendiri memiliki tugas dan fungsi khusus, serta memiliki peran penting terhadap perkembangan sektor pariwisata di suatu daerah. Terlebih bagi turis domestik jarak jauh maupun turis mancanegara yang sangat mengandalkan Biro Perjalanan Wisata.

Industri perjalanan dan pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang terbesar di dunia. Usaha perjalanan wisata ini menghasilkan pendapatan negara dan juga salah satu sektor ekonomi terpenting bagi pertumbuhan ekonomi bangsa. Sayangnya di masa pandemi, sektor ini

melemah karena berbagai kebijakan yang dikeluarkan pemerintah. Ada anjuran *stay at home* guna memutuskan mata rantai penyebaran Covid-19, ada *physical distancing*, termasuk jam operasional pengunjung dibatasi hanya 50 %.

Ragam pembatasan ini membuat pariwisata di Indonesia melemah termasuk berbagai perusahaan *tour and travel* mengalami penutupan selama pandemi. Menurut Sekjen Asosiasi Travel Agent Indonesia (Astindo) Pauline Suharno, bahwa seluruh perusahaan travel saat ini sedang mengalami kondisi terpuruk. Bahkan total kerugian saat bulan februari tahun 2023 dari seluruh perusahaan agen travel di Indonesia sebanyak Rp 4 triliun. Salah satu perusahaan *tour and travel* adalah Golden Rama juga mengalami hal yang sama. Atas situasi ini, penulis ingin membuat penelitian dengan tema, “Dampak Covid-19 Terhadap Penjualan Paket Wisata Tahun 2022 di Golden Rama *Tours and Travel*.”

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut buku yang ditulis oleh R.S Damardjati (2009:86), Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang termasuk kelengkapan perjalanannya dari suatu tempat ke tempat lain, baik dalam negeri maupun luar negeri. Fungsi umum Biro Perjalanan Wisata merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya. Fungsi khusus Biro Perjalanan Wisata terdiri atas:

- a. Biro Perjalanan Wisata sebagai perantara, yaitu bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya. Karena itu, perantara bertindak di antara wisatawan dan industri wisata.
- b. Biro Perjalanan Wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tur dengan tanggung jawab dan risikonya sendiri
- c. Biro Perjalanan Wisata sebagai pengorganisasi yaitu dalam menggiatkan usaha, aktif menjalin kerja sama dengan perusahaan lain baik dalam dan luar negeri. Fasilitas yang dimiliki dimanfaatkan sebagai dagangannya.

Menurut artikel yang ditulis oleh Evita Oktaviana (2018:42), kelebihan dalam menggunakan Biro Perjalanan Wisata adalah adanya pemandu wisata sehingga wisatawan akan mendapatkan informasi maupun pengetahuan yang lengkap tentang daerah tujuan wisata tersebut. Menggunakan biro perjalanan wisata juga sangat berguna bagi wisatawan yang belum mengenal daerah tujuan wisata, sehingga wisatawan bisa memiliki pilihan berbagai tempat wisata dan akan mengefektifkan waktu karena jadwal kegiatan dan tujuan sudah ditentukan sebelumnya. Namun demikian, menggunakan jasa biro perjalanan wisata juga memiliki kekurangan yaitu adanya keterikatan waktu dan tidak bisa bebas karena kunjungan di destinasi wisata akan dibatasi waktunya oleh *Tour Leader* agar bisa memaksimalkan waktu untuk mengunjungi destinasi wisata lainnya. Walaupun demikian, masih banyak wisatawan yang menggunakan jasa biro perjalanan wisata.

Menurut Utama (2017:133), Biro Perjalanan Wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata. Utama menjabarkan kegiatan biro perjalanan wisata ini:

Biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata (Utama, 2017:133). Berikut ini kegiatan biro perjalanan wisata:

1. Menyusun dan menjual paket wisata luar negeri atas dasar permintaan.
2. Menyelenggarakan atau menjual pelayaran wisata (cruise).
3. Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada umum atau atas dasar permintaan.
4. Menyelenggarakan pemanduan wisata.
5. Menyediakan fasilitas untuk wisatawan.
6. Menjual tiket/karcis sarana angkutan dan lain-lain.
7. Mengadakan pemesanan sarana pariwisata.
8. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Paket wisata dalam pandangan para ahli memiliki beberapa definisi. Menurut Holloway & Humphreys (2016:11), paket wisata adalah kombinasi atau gabungan dari komponen-komponen pariwisata yang terdiri dari transportasi, akomodasi, atraksi wisata, dan makanan serta jasa *tour leader* itu sendiri yang dijual kepada wisatawan dalam satu harga. Gamal Suwanto, dalam bukunya yang berjudul “Dasar-dasar Pariwisata” (2004), paket wisata adalah produk perjalanan yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan atau perusahaan transport yang bekerja sama dengannya dimana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya.

Sedangkan menurut A Yoeti Oka, dalam bukunya yang berjudul “Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata” (2001: 112), mendefinisikan paket wisata adalah suatu perjalanan wisata yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel agent atau biro perjalanan atas resiko dan tanggung jawab sendiri, yang acara lamanya waktu wisata, tempat-tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, makanan dan minuman telah ditentukan oleh biro perjalanan dan telah ditentukan jumlahnya.

Sheldon dan Mark, (1987 dalam Oppewal dan Rewtrakunphaibon, 2004:183), jenis paket wisata menurut penggunaannya dibedakan menjadi dua yaitu paket wisata yang sederhana dan paket wisata eksklusif. Paket wisata sederhana adalah paket dasar yang umumnya hanya terdiri dari transportasi dan pemondokan saja, sedangkan paket wisata yang eksklusif yaitu paket wisata yang menawarkan berbagai kegiatan dan program liburan yang terdiri dari atraksi wisata, makanan dan juga didampingi oleh *guide* dalam kegiatannya.

Paket wisata sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat urban ketika melakukan perjalanan. Kebutuhan menggunakan produk paket wisata menjadi solusi mudah untuk mengunjungi sebuah destinasi yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan salah satu manfaat paket wisata adalah kemudahan mendapatkan akses transportasi ke objek wisata yang disediakan oleh Biro Perjalanan Wisata (Wikipedieng.com, 2020).

Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri (Damardjati) Beberapa keuntungan dan kerugian ketika wisatawan menggunakan jasa dari biro perjalanan wisata ketika melakukan kegiatan wisata menurut Truly Asia Tour (2011), yaitu efisien, fleksibel, dan harga.

METODELOGI PENELITIAN

Adapun metode penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif lewat metode wawancara yang dilakukan penulis. Metode wawancara dengan datang ke tempat, dan beberapa kali dlewat telepon dan chat dengan pendiri dari Golden Rama *Tours and Travel* yang beralamat di Jl. Tanah Abang II No. 73-75, Jakarta Pusat. Metode ini digunakan sebagai pendekatan untuk menelusuri dan mengeksplorasi serta memahami suatu gejala sentral. Adapun tujuan dari metode ini untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode wawancara

yang dilakukan penulis untuk pengumpulan data lewat proses tanya jawab lisan maupun tulisan yang berlangsung dua arah antara peneliti dan narasumber. Metode wawancara ini digunakan karena penulis ingin mengetahui langsung bagaimana situasi Golden Rama *Tours and Travel* di tengah pandemi khususnya penjualan paket wisatanya.

HASIL DAN DISKUSI

Golden Rama

Golden Rama *Tours and Travel* adalah salah satu biro jasa perjalanan wisata di Jakarta yang cukup terkenal. Saat ini, Golden Rama *Tour and Travel* sudah beroperasi selama kurang lebih 50 tahun, dengan total pelanggan sebanyak 250.000 dan bekerjasama dengan hampir 800 maskapai penerbangan, bermitra dengan lebih dari 60.000 hotel dan properti di seluruh dunia serta menjelajahi samudra dengan 12 kapal pesiar.

Pengalaman perjalanan wisata yang menyenangkan menjadi nilai jual Golden Rama *Tours and Travel*. Hal ini bisa dilihat dari ulasan yang diterima di *Facebook page* Golden Rama *Tours and Travel*, yang mendapatkan ulasan bintang lima. Salah satu pelanggan Golden Rama *Tours and Travel*, Kaspriliani Sitorus Pane menuliskan “Golden Rama menyediakan porter di setiap hotel. Jadi, saat wisata tak perlu repot mendorong koper sampai ke kamar dan atau ke bus wisata. Harga sebanding dengan kepuasan pelanggan”. Sehingga, tak heran jika Golden Rama *Tours and Travel* menduduki peringkat pertama untuk agen perjalanan terbaik di Indonesia pada tahun 2020 versi *Floq.com*.

Dampak Pandemi di Golden Rama

Dalam wawancara ditemukan bahwa Golden Rama *Tours and Travel* sebelum pandemi memiliki kondisi yang stabil dalam hal penjualan paket wisata. Para pelanggan selalu setia menggunkan jasa Golden Rama dengan melayani perjalanan seluruh Indonesia. Perjalanan Jawa-Bali yang paling banya dimanfaatkan, setelah itu Sumatera dan Kalimantan. Beberapakali juga perjalanan wisata ke Indonesia Timur seperti Raja Ampat dan ke Ambon. Perusahaan ini selain menjual paket perjalanan dengan pesawat, juga menyediakan penyewaan bus pariwisata dan mobil travel. Golden Rama menawarkan paket wisata personal maupun komunal seperti trip ke satu pulau.

Setelah pandemi melanda seluruh dunia termasuk Indonesia yang berdampak pada sektor pariwisata, Golden Rama *Tours and Travel* juga mengalami dampaknya. Kondisi yang stabil mendadak terjadi pembatalan perjalanan oleh customer perusahaan. Beberapa perusahaan yang sudah mengontrak perusahaan ini membatalkan perjalanan. Termasuk 3 perusahaan yang akan menggunakan jasa Golden Rama *Tours and Travel* untuk perjalanan wisata ke beberapa negara Asia seperti Singapura, Thailand, dan China juga membatalkan kontrak kerja. Mendadak juga beberapa mitra yang sudah 10 tahun lebih menggunakan jasa mereka membatalkan semuanya. Para customer lebih memilih taat pada anjuran pemerintah daripada menjadi korban. Sementara Golden Rama harus membiayai 10 karyawan dari hasil penjualan paket wisata.

Dengan adanya para customer yang cancel sangat berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Sekian lama perusahaan memiliki pendapatan yang menurun. Jika sebelum ada pandemi, perusahaan bisa mendapatkan keuntungan setiap perjalanan dengan customer yang memiliki group kecil sekitar 4-5 juta rupiah sekali trip. Sedangkan customer dengan jumlah terbanyak berkisar antara 50-80 juta. Di masa pendemi ini perusahaan bahkan tidak mendapatkan pemasukan sama sekali. Beberapa karyawan terpaksa dirumahkan atau diberi

pekerjaan di unit kerja lain yang masih dalam satu pemilik. Demi menjaga dan merawat customer, maka sang pemilik memproduksi lagi video-video perjalanan dan memanfaatkan YouTube untuk mendapatkan penghasilan. Beberapa platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, Fanpage, atau YouTube dimanfaatkan untuk mencari penghasilan tambahan. Selain itu unit kerja lain yang dibuat adalah membuka usaha kuliner, penjualan aksesoris pariwisata secara online bersamaan dengan penjualan baju dan pakaian bekas. Semua ini dibuat untuk tetap mempertahankan perusahaan khususnya berusaha agar para karyawan tetap mendapatkan upah yang layak meski ada pemotongan beberapa persen.

Kepuasan Pelanggan

Meski mengalami kerugian yang besar, tetapi sang pemilik Golden Rama tetap berusaha berjalan dalam visi dan misi yang disepakati Bersama para customer. Selama masa pandemi, ia berusaha menyapa dan menjalin kerjasama dengan menanyakan kabar dan memberi dukungan baik moril maupun materiil kepada pelanggan tetap yang terdampak Covid-19. Ia melakukan itu agar pelanggan tidak melepaskan diri dari kontrak yang sudah disepakati bersama.

Menurut (Sweeney dan Soutar dalam Tjiptono, 2014:376), dimensi nilai pelanggan terdiri atas 5 aspek, yaitu:

1. Emotional, kemampuan yang berkaitan dengan kesan perasaan atau emosional yang diakibatkan oleh penggunaan produk.
2. Sosial, kemampuan suatu produk yang berkaitan dengan kemampuannya dalam meningkatkan kesan sosial yang baik dalam masyarakat.
3. *Quality Product/Performance*, kemampuan suatu produk yang dinilai memiliki kinerja dan fungsi yang bagus.
4. *Price*, kemampuan suatu produk yang diperoleh dari harga yang terkesan memiliki efisiensi harga.

Lima aspek ini tetap dipertahankan oleh pemilik Golden Rama agar kemudian hari, pasca pandemi para customer bisa memanfaatkan kembali jasa perjalanan dengan berbagai paket yang ditawarkan dengan harga terjangkau dengan pelayanan prima. Menurutnya kepuasan pelanggan adalah hal yang paling diperhatikan. Ia tidak ingin para customer yang bersamanya bertahun-tahun menjadi lepas darinya. Ia ingin memperhatikan kepuasan pelanggan dan menjadikan mereka tidak sebagai mitra kerja tetapi sebagai keluarga. Maka selama pandemi, ia selalu menyapa dan menanyakan kabar para pelanggannya.

KESIMPULAN

Pandemi Covid-19 pada akhirnya tidak saja berdampak pada sisi kesehatan tetapi juga segala sisi termasuk sisi humanisme. Perjumpaan antar warga masyarakat, perjumpaan antar keluarga menjadi terhambat. Orang tidak bisa bepergian sesuka hati di tengah pandemi, selain mendapatkan izin khusus dan itu sektor-sektor tertentu. Pembatasan sosial dengan *stay at home* di satu sisi memberi nilai positif tetapi di sisi lain berdampak pada segi lain. Banyak sektor penunjang pembangunan bangsa terkena dampak, tak terkecuali usaha perjalanan wisata seperti Golden Rama *Tours and Travel*.

Golden Rama sanga terkena dampak pandemi dan itu dilihat dari hasil penjualan paket wisata. Pandemi mendatangkan kerugian besar bagi Golden Rama yaitu banyak customer yang membatalkan secara mendadak tiket atau paket perjalanan lain yang sudah terlanjur di pesan. Semua dana yang dibatalkan dikembalikan secara 100 persen guna menjaga relasi yang baik di

waktu mendatang dengan customer. Beberapa bus penyewaan untuk perjalanan Jawa-Bali juga dibatalkan, termasuk perjalanan wisata ke beberapa negara Asia.

Agar tidak memecat karyawannya maka beberapa orang dipekerjakan di unit usaha lain seperti penjualan online, produksi konten video di YouTube dan beberapa bisnis penunjang lainnya seperti kuliner yang dipasarkan secara online. Beberapa karyawan juga diminta bekerja sementara dari rumah sehingga ada yang memilih menjadi *driver online*.

REFERENSI

Center for Strategic & International Studies. (2021), *Southeast Asia Covid-19 Tracker*.

Damastika, Ardamika Anggara. (2013). *Sistem Informasi Penjualan Paket Wisata Berbasis E-Tourism Kabupaten Pacitan*. STMIK Sinar Nusantara Surakarta

Detik.com (2021). *Apa itu Lockdown: Pengertian dan Dampaknya?*.

Egsaugm (2021). *Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*.
<https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/>

Evita Oktaviana (2018). *Apa Kelebihan dan Kekurangan Paket Tour dalam Melakukan Perjalanan Wisata?* <https://www.dictio.id/t/apa-kelebihan-dan-kekurangan-paket-tour-dalam-melakukan-perjalanan-wisata/18348>

Hanoatubun, S., (2020) *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. *Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1): 146-153.

Hidayah, Nurdin. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung; Alfabeta

Iskandar, A., Possumah, B.T., Aqbar, K., (2020), *Peran Ekonomi dan Keuangan Sosial Islam Saat Pandemi Covid-19*. *Jurnal Sosial & Budaya Syar'i*, 7(7): 625-638.

Misno, A.B.P., Junediyono., Nurhadi., et al, (2020). *Covid-19, Pustaka Amma Alamiah*, ISBN: 978-623-92323-5-1.

Mohammad D. Revindo, Muhamad Sowwam, Syahda Sabrina, (2020). *Briefing Note April 2020. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pariwisata Indonesia: Tantangan, Outlook, dan Respon Kebijakan*.

Nasa. (2021). *Pengertian Biro Perjalanan Wisata, Lengkap dengan Tugas beserta Fungsinya*.
<https://www.diadona.id/travel/pengertian-biro-perjalanan-wisata-lengkap-dengan-tugas-beserta-fungsinya-2102232.html>.