

DIVERSIFIKASI PAKET STAYCATION HOTEL KAWASAN TUBAN, KABUPATEN BADUNG, BALI DI MASA PANDEMI COVID-19

(DIVERSIFICATION OF STAYCATION PACKAGE HOTEL IN TUBAN AREA, BADUNG REGENCY, BALI DURING PANDEMI COVID-19)

Nelsye Lumanauw^{1*}, Gst. Bgs. Wirya Gupta²

¹POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

²UNIVERSITAS NGURAH RAI

*nelsye.lumanauw@pib.ac.id

Abstract

The hotel industry is taking advantage of the Covid-19 pandemic situation by creating staycation packages to maintain business. Policy of restricting employees and opening facilities resulted in a mismatch between product diversification efforts and the actual condition of the hotel and the expectations of tourists doing staycation activities. The analysis of the diversification of hotel products become staycation hotel packages in the Tuban, Badung, Bali area is the purpose of this study. The research method qualitative descriptive analysis was used in this study to analyze the staycation hotel packages in the Tuban, Badung, Bali area which became the object of this research, namely The Patra Bali Resort & Villas, Rama Beach Resort & Villas, Quest Hotel Kuta by Aston, Hotel Sulis Beach & Spa. The theory of Resources Based View is used to analyze superior hotel products that are packaged into staycation packages. Diversification theory is used to analyze the hotel products become staycation packages at hotels. The conclusion of this study is that the staycation trend in the midst of the Covid-19 pandemic shows a shift in the pattern of traveling by the community. However, the hotel must try to optimize the existing employees, so that the hotel's brand image remains good.

Keywords: product diversification, staycation, Covid-19 pandemic

Abstrak

Industri perhotelan memanfaatkan situasi pandemi Covid-19 dengan menciptakan paket *staycation* untuk mempertahankan bisnis. Kebijakan pembatasan karyawan dan fasilitas yang dibuka mengakibatkan ketidaksesuaian antara upaya diversifikasi produk dengan kondisi hotel sebenarnya dan harapan wisatawan melakukan kegiatan *staycation*. Analisis terhadap diversifikasi produk hotel menjadi paket *staycation* hotel kawasan Tuban, Badung, Bali merupakan tujuan penelitian ini. Metode penelitian analisis deskriptif kualitatif digunakan terhadap penelitian ini untuk menganalisis paket *staycation* hotel kawasan Tuban, Badung, Bali yang menjadi objek penelitian ini, yaitu The Patra Bali Resort & Villas, Rama Beach Resort & Villas, Quest Hotel Kuta by Aston, Hotel Sulis Beach & Spa. Teori *Resources Based View* digunakan untuk menganalisis produk-produk unggulan hotel yang dikemas menjadi paket *staycation*. Teori diversifikasi digunakan untuk menganalisis produk-produk hotel menjadi paket *staycation* hotel. Kesimpulan penelitian ini adalah tren *staycation* di tengah pandemi Covid-19 menunjukkan pergeseran pola berwisata oleh masyarakat. Hotel harus berupaya mengoptimalkan karyawan yang ada, sehingga *brand image* hotel tetap baik.

Kata kunci: diversifikasi produk, *staycation*, pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Cara liburan *staycation* selama pandemi Covid-19 dipilih lantaran tidak perlu membuat masyarakat pergi jauh ataupun mendatangi kerumunan dengan tetap dapat menikmati momentum santai dengan menikmati berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh hotel. Kegiatan *staycation* sangat erat hubungannya dengan kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan kenyamanan dan rasa relaks akibat *stress* setelah melakukan kegiatan yang monoton setiap harinya. Bosak dan McCool (2021) menyebutkan *staycation* merupakan liburan singkat tidak jauh dari tempat tinggal, bisa di kota yang sama ataupun berbeda.

Penawaran paket-paket *staycation* hotel, seperti *day use package* penggunaan fasilitas hotel tanpa menginap dengan waktu 4-5 jam. *Family staycation* menginap dengan keluarga di tipe kamar *family room*. *Book Now Stay Later* proses reservasi dilakukan sekarang dengan periode menginap di lain waktu. Tinggal di hotel dalam waktu lama, satu minggu, satu bulan atau disebut dengan istilah *long staying package*. Beragam paket tersebut merupakan contoh diversifikasi paket wisata *staycation* yang dibuat oleh hotel-hotel di kawasan Tuban. Tentu saja fasilitas yang ditawarkan dalam paket *staycation* harus mengikuti standar protokol kesehatan seperti kebersihan dan *physical distancing* (Deputi Bidang Kebijakan Strategis, 2021).

Adanya kebijakan pembatasan oleh pengelola-pengelola hotel di kawasan Tuban, mengakibatkan ketidaksesuaian antara upaya diversifikasi produk dengan kondisi hotel sebenarnya dan harapan wisatawan melakukan kegiatan *staycation*. Jumlah karyawan yang masuk kerja terbatas menjadi salah satu alasan tidak maksimalnya layanan yang diberikan kepada wisatawan. Tidak semua fasilitas hotel dibuka untuk wisatawan yang menginap. Fasilitas layanan restoran, pusat kebugaran seperti ruangan *gym*, *spa* tidak beroperasi. Kelalaian dalam penerapan protokol kesehatan terjadi di hotel, lingkungan hotel tidak bersih, kolam renang tidak mendapatkan perhatian sehingga air kolam kurang bersih, adanya

puntung rokok berserakan, minimnya ketersediaan *amenities* di kamar adalah beberapa contoh kondisi hotel di masa pandemi Covid-19.

Protokol kesehatan tidak diterapkan dengan maksimal, meskipun hotel sudah memiliki sertifikat *Clean Health Safety Environment* (CHSE). Kepemilikan sertifikat CHSE oleh hotel merupakan bentuk jaminan kenyamanan terhadap unsur kebersihan, kesehatan, keamanan dan lingkungan bagi wisatawan saat menginap di hotel tersebut (Lumanauw, 2021). Kelalaian terhadap penerapan protokol kesehatan membuat wisatawan tidak nyaman selama menginap di hotel, sehingga tujuan penerapan CHSE-pun tidak tercapai. Adanya ketidaksesuaian antara upaya diversifikasi paket *staycation* dan pelaksanaannya terkait dengan kondisi produk hotel serta harapan wisatawan melakukan *staycation* menunjukkan pentingnya penelitian ini dilakukan.

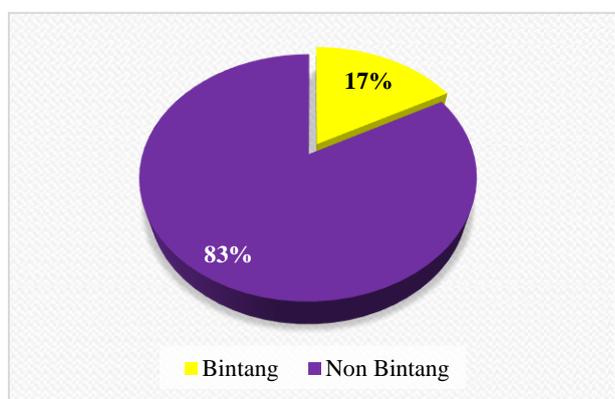
Dengan melakukan diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produk, tetapi perusahaan dapat mengandalkan jenis produk lainnya (Halim, dkk. 2019). Analisis terhadap komponen-komponen yang mempengaruhi kelancaran pelaksanaan diversifikasi produk *staycation* perlu dilakukan demi kenyamanan wisatawan dan sebagai upaya mempertahankan bisnis.

Serangkaian pertanyaan seperti, apakah hotel sudah memiliki sertifikat tatanan kehidupan era baru atau CHSE, produk hotel apa yang masuk dalam *tangible* dan *intangible*, apakah seluruh fasilitas bisa digunakan, dan bagaimana pemasaran paket *staycation*. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan gambaran kondisi hotel sebenarnya saat dilakukannya observasi, dan sebagai jawaban atas paket *staycation* apa saja yang ditawarkan oleh hotel di kawasan Tuban, Badung, Bali yang merupakan diversifikasi produk selama masa pandemi Covid-19.

Hotel dan akomodasi lainnya sebagai salah satu komponen industri pariwisata mengalami keterpurukan sejak adanya pandemi Covid-19. Secara kuantitas dan kualitas industri

perhotelan berperan penting terhadap keberlangsungan pariwisata. Keberadaan hotel di Kabupaten Badung menjadi kebutuhan utama bagi para wisatawan yang datang dan mengunjungi daya tarik wisata di daerah tersebut. Kegiatan pariwisata di Kawasan Bali Selatan, khususnya Kabupaten Badung menjadi optimal dengan keberadaan akomodasi yang memadai di kawasan tersebut.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Badung 2020, seperti tampak pada Diagram 4.1 terdapat 83 persen hotel di wilayah Badung merupakan hotel non-bintang yaitu sebanyak 1.464 hotel. Hotel berbintang berjumlah 17 persen, yaitu sebanyak 289 hotel. Penelitian ini dilakukan terhadap sejumlah hotel berbintang di kawasan Tuban, salah satu wilayah di Kabupaten Badung.



Gambar 4.1 Persentase Hotel Berbintang dan Non Bintang Di Kabupaten Badung
Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Badung

Keterisian kamar hotel selama pandemi Covid-19 merupakan analisis penting untuk mengetahui kondisi hotel dan upaya apa yang sudah dilakukan. Tabel 4.2 merupakan data statistik lima tahun hotel di kabupaten Badung sebelum adanya pandemi Covid-19 yaitu tahun 2017, 2018, 2019 dan di masa pandemi Covid-19 tahun 2020, 2021. Berdasarkan data pada tabel tersebut, tahun 2017 dan 2018 rata-rata tingkat hunian kamar (THK) mengalami peningkatan. Data tahun 2018 dan 2019 terjadi penurunan THK dengan persentase kecil. Penurunan ini diperkirakan karena adanya pergeseran kunjungan terhadap *event* Asean Games di Philipina.

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali Badan Pusat Statistik Provinsi Bali mencatat, tahun 2019 jumlah wisatawan mancanegara yang langsung ke Bali berjumlah 6.275.210 orang, dan 1,069,473 wisatawan tahun 2020 dengan penurunan sekitar 83%. Tahun 2021 terdapat 51 wisatawan ke Bali, dengan demikian terjadi 100% penurunan dari tahun 2020. Kondisi ini mempengaruhi tingkat okupansi hotel yang semakin menurun dan mengakibatkan penurunan THK secara signifikan pada tahun 2020 hingga 2021.

Kebijakan pembatasan pergerakan masyarakat yang berlangsung secara ketat selama beberapa bulan menjadikan tingkat hunian kamar (THK) hotel bintang menjadi berkisar 1-2 persen dari bulan April sampai dengan bulan Juli 2020. Angka THK hotel berbintang beranjak dari titik terendahnya dimulai di bulan Mei 2020 sampai dengan akhir tahun 2020 yang naik menjadi 13,29 persen (titik tertinggi selama pandemi Covid-19).

Tabel 4.2 Tingkat Hunian Kamar Hotel Bintang di Kabupaten Badung

Periode	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	64.94	55.62	55.52	55.52	10.74
Februari	65.57	70.32	58.97	44.49	7.39
Maret	60.97	64.87	56.53	24.72	10.29
April	60.66	66.71	61.34	1.65	9.97
Mei	64.68	71.44	52.59	1.30	9.66
Juni	70.21	73.79	64.80	1.59	16.77
Juli	76.01	74.95	62.54	2.14	4.69
Augustus	77.49	74.94	67.61	4.22	3.92
September	78.76	71.42	63.12	5.77	8.83
Oktober	69.41	70.07	64.23	8.97	16.96
November	57.64	58.11	60.83	8.86	20.20
Desember	54.69	59.38	63.98	13.29	31.08

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Badung

Data rata-rata lama menginap wisatawan mancanegara di hotel berbintang di Kabupaten Badung dari tahun 2017 sampai 2021 tidak mengalami perubahan signifikan, seperti tampak pada Tabel 4.3. Rata-rata lama menginap tamu mancanegara dan domestik pada hotel bintang di Bali masa sebelum dan

sesudah pandemi Covid-19 adalah 2,64 sampai 3,11 yang dapat diartikan dua sampai tiga hari. Dengan demikian, rata-rata lama menginap sebaiknya menjadi pertimbangan hotel dalam membuat paket *staycation*.

Tabel 4.3 Rata-Rata Lama Menginap Wisatawan Mancanegara di Hotel Bintang

Tahun	Rata-Rata Lama Menginap
2017	3.11
2018	2.87
2019	2.95
2020	2.38
2021	2.64

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Badung

Keberadaan hotel-hotel di kawasan Tuban yang menjadi obyek penelitian ini memiliki keunggulan masing-masing. Hotel memiliki lokasi, arsitektur, dan fasilitas-fasilitas unggulannya masing-masing, sehingga membuat calon tamu atau tamu merasa tertarik untuk datang dan menginap di hotel tersebut (Rakhmat dan Prabowo, 2020). Meskipun demikian, hotel harus menganalisis sumber daya yang dimiliki, berupa produk hotel yang menjadi unggulan sehingga mampu bersaing.

Analisis produk hotel dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan *resourcebased view* (RBV), dengan menganalisis produk-produk yang dimiliki hotel sebagai faktor keunggulan yang dimiliki. Salah satu ciri utama model RBV disampaikan oleh Kadar, dkk. (2021: 44) adalah kapabilitas suatu perusahaan dapat diciptakan dan diperoleh melalui pemanfaatan seluruh sumber daya yang ada. Tetapi ada juga kapabilitas yang relatif sulit ditiru. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan pendekatan diversifikasi untuk menganalisis pelaksanaan paket *staycation* hotel-hotel di kawasan Tuban, Badung, Bali. Kebijakan diversifikasi telah diterapkan perusahaan sejak lama dalam bentuk gabungan antara penjualan produk baru untuk pasar yang baru. Produk baru di sini artinya tidak diproduksi sebelumnya dan pasar yang baru adalah yang selama ini tidak dilayani, (Meilanda 2020).

METODE

Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan seberapa jauh penelitian memiliki teori dan permasalahan yang diteliti walaupun permasalahan tersebut masih bersifat sementara (Anggito & Setiawan, 2018: 26), dalam menguraikan dan menganalisis paket *staycation* hotel. Pendekatan RBV terhadap sejumlah hotel yang menjadi obyek penelitian ini dengan mengidentifikasi dan menganalisis produk-produk unggulan sebagai upaya diversifikasi paket *staycation*, di Kawasan Tuban, Kabupaten Badung, Bali. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung ke hotel dengan sebelumnya melakukan *appointment*, mengingat di masa pandemi tidak bisa setiap saat masuk area hotel. Seperangkat pertanyaan melalui panduan wawancara telah disiapkan untuk informan dari pihak hotel, diantaranya apakah hotel telah memiliki sertifikat CHSE yang diterbitkan oleh Kemenparekraf dan tatanan kehidupan era baru oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali, upaya apa saja yang dilakukan hotel selama masa pandemi Covid-19, dan apakah hotel pernah tutup di masa pandemi tersebut. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis dan ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tuban merupakan salah satu kelurahan yang berada kecamatan Kuta, kabupaten Badung. Bandara udara internasional I Gusti Ngurah Rai juga berada di Tuban, sehingga membuat kawasan ini sebagai destinasi wisata yang strategis dengan beragam pilihan akomodasi. Di tengah pandemi Covid-19 hotel di kawasan Tuban berupaya membuat inovasi berupa paket-paket *staycation* untuk menarik wisatawan dan mempertahankan bisnis. Hotel-hotel bintang di kawasan Tuban yang tetap beroperasi di tengah masa pandemi menjadi obyek penelitian ini, yaitu: The Patra Bali Resort & Villas bintang lima, Rama Beach Resort & Villa bintang empat, Quest Hotel Kuta by Aston bintang tiga dan Sulis Beach Hotel & Spa bintang tiga.

A. Produk Hotel

Hotel berupaya melakukan ekspansi produk dari fasilitas yang dimiliki menjadi paket *staycation* untuk menarik wisatawan. Berikut analisis singkat produk dari keempat hotel:

1. Hotel The Patra Bali Resort & Villas
Hotel ini terbagi dalam dua *compound*, The Resort (206 kamar) dan The Villas (22 kamar). Fasilitas di hotel *Restoran, Bar, Swimming Pool, Gym, Kids Club, Drug Store, Business Center, Tennis Court, Shuttle Service, Money Changer, Meeting Room*. Layanan dari karyawan hotel pada fasilitas yang tersedia. Keramahtamahan hotel ditunjukkan mulai dari bagian depan hotel yaitu oleh karyawan hotel bagian resepsionis, ketersediaan keamanan dengan adanya petugas sekuriti di pintu masuk area hotel. Lingkungan hotel cukup nyaman, dikarenakan letak hotel yang langsung berada di pantai. Hotel ini berhadapan langsung dengan pantai, sehingga tamu hotel tidak saja menikmati fasilitas hotel namun juga keindahan pantai dan panorama matahari terbenam.
2. Rama Beach Resort & Villa
Hotel Rama Beach berbentuk *resort* dan *villa* dengan bangunan terpisah-pisah yang terdiri dari enam tipe kamar. Bentuk bangunan yang terpisah-pisah memberi suasana privasi bagi tamu. Fasilitas di hotel: *Restoran, Swimming Pool, Pool Bar, Spa, Gym, Tennis, Meeting Room, Wedding Venue*. Ketersediaan layanan di setiap fasilitas yang beroperasi. Para karyawan bersikap ramah, keamanan sekitar hotel terjaga karena setiap saat petugas keliling hotel untuk melakukan pengawasan. Lingkungan hotel cukup asri dan hijau dengan adanya perawatan yang rutin oleh petugas hotel. Kamar tamu dalam kondisi baik dan bersih, tetapi kelengkapan alat mandi seperti sabun dan sampo yang tersedia terbatas.
3. Quest Hotel Kuta by Aston
Quest Hotel Kuta by Aston berbentuk satu *building* dengan enam tipe kamar. Fasilitas di hotel: *Restoran, Swimming Pool & Bar, Kids Corner, Spa*. Karyawan yang bertugas masa pandemic Covid-19 sangat terbatas sehingga fasilitas hotel tampak tidak terawat. Hal yang menarik dari hotel ini adalah lokasi

yang strategis bersebelahan dengan tempat-tempat makan yang menawarkan beragam kuliner, menjadikan hotel ini diminati khususnya oleh wisatawan domestik.

4. Sulis Beach Hotel & Spa
Sulis Beach Hotel & Spa adalah satu-satunya hotel obyek penelitian yang tidak memberikan harga kontrak kepada *offline travel agent*. Hotel ini juga tidak menawarkan paket khusus *staycation*, tetapi *long stay package*, dengan lama tinggal satu, dua minggu atau satu bulan. Namun demikian, berdasarkan informasi dari informan okupansi hotel khususnya selama pandemi Covid-19 cukup baik. Fasilitas di hotel: *Restoran, Swimming Pool, Child Play Ground, Spa & Massages*. Pemasaran yang dilakukan melalui *online travel agent*, seperti traveloka, booking.com dan agoda. Kelengkapan *amenities* di kamar, kebersihan, keamanan dan kenyamanan menjadi *added value* bagi produk hotel.

B. Paket Staycation Hotel

1. Hotel The Patra Bali Resort & Villas
Paket *staycation* di hotel ini adalah *Splash Pool Experience, Boost Package, Early Bird: book early (21 days prior to arrival date), Last Minute Offer, Stay 3 Pay 2 at Pool Villa*. Selama pandemi Covid-19 paket yang diminati adalah *splash pool experience*, yaitu berenang di hotel. Adapun masyarakat yang membeli paket ini sebagian besar adalah keluarga, yaitu orang dewasa dan anak. Hal ini bisa dipahami mengingat daya beli masyarakat yang menurun terkait kondisi ekonomi di masa pandemi.
2. Hotel Rama Beach Resort & Villa
Paket *staycation* hotel: *Transit Day Use Package (6 hrs), Early Bird: book early (21 days prior to arrival date), Last Minute Offer, Stay 3 Pay 2 at Pool Villa*. Selama pandemi Covid-19 paket yang diminati adalah *last minute offer*, khususnya terjadi saat *weekend*. Kebijakan peraturan yang sering berubah terkait pembatasan kegiatan di tengah pandemi, membuat masyarakat mengambil keputusan yang *last minute* untuk melakukan *staycation*. Paket *last minute offer* yang ditawarkan melalui

website hotel, pada kenyataannya bisa dimodifikasi juga untuk satu malam *room only* termasuk penggunaan fasilitas kolam renang. Modifikasi paket *last minute* satu malam tersebut yang justru diminati masyarakat, dipicu oleh harga yang relatif murah dibandingkan paket *last minute* yang tercantum pada *website* hotel.

3. Quest Hotel Kuta by Aston

Paket *staycation* hotel: *Book Early Save More, BCA Card Holders Promo, Back to Bali, Lion Air Boarding Pass*. Paket *staycation* yang ditawarkan melalui *website* hotel kurang diminati masyarakat. Namun paket berenang termasuk pilihan menu makanan dengan harga IDR 15.000 sangat diminati keluarga.

4. Sulis Beach Hotel & Spa

Ini adalah satu-satunya hotel dalam penelitian yang tidak membuat paket *staycation* dalam jangka waktu pendek. Paket regular kamar per malam dijual melalui *online travel agent*. Selain itu hotel menjual *long staying package* dengan masa tinggal satu bulan. Paket ini cukup diminati oleh wisatawan mancanegara yang ada di Bali dan juga wisatawan domestik.

C. Inovasi Produk Masa Pandemi Covid-19

Inovasi melalui diversifikasi produk menjadi paket *staycation* sebagai upaya hotel untuk menarik wisatawan dan mempertahankan bisnis di tengah situasi sulit akibat pandemi, baik dengan pengembangan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada. Hotel harus membuat produk yang variatif dan inovatif bagi wisatawan. Tindakan diversifikasi produk harus dipikirkan dan direncanakan dengan baik, agar sesuai dengan kebutuhan wisatawan, tanpa mengurangi kualitas layanan. Hotel yang dapat bertahan dengan kualitas baik akan mendapatkan keunggulan bersaing lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya.

Masa pandemi Covid-19 industri perhotelan tetap berpeluang besar untuk terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan wisatawan. Hotel harus melakukan inovasi, adaptasi, dan kolaborasi agar sektor

pariwisata dapat bertahan di tengah pandemi. Inovasi produk akan membantu para pelaku industri perhotelan khususnya di kawasan Tuban bertahan di tengah pandemi, atau setidaknya hingga situasi kembali normal.

Seiring dengan kondisi pandemi yang mulai mereda, paket *staycation* hotel bisa dibuat dengan berkolaborasi industri pariwisata lain. Integrasi para pelaku pariwisata, seperti hotel, biro perjalanan wisata, *airline* dan pengelola tempat wisata dapat berkolaborasi merancang paket-paket *staycation* dengan *bundling price* yang menarik, serta memperpanjang masa tinggal tamu pada destinasi, (Lumanauw, 2020).

Promosi bersama baik secara *online* maupun *offline* antar para pelaku pariwisata dengan membuat produk *bundling* atau paket wisata dan harga menarik bisa dilakukan demi membangkitkan pariwisata yang sedang terpuruk. Kerjasama promosi secara online dengan menggunakan media sosial *website* masing-masing perusahaan, adapun secara *offline* dengan menghadiri *event* pariwisata dengan sistem *sharing cost*.

KESIMPULAN

Tren *staycation* di tengah pandemi Covid-19 menunjukkan pergeseran pola berwisata yang signifikan oleh masyarakat. Kini, masyarakat menyukai liburan *staycation* untuk keluar dari rutinitas tanpa memerlukan waktu dan persiapan panjang dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Pola berwisata ini memberikan peluang bagi hotel untuk terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan wisatawan. Karenanya, hotel membutuhkan sumber daya manusia yang unggul dan mampu berpikir kreatif serta inovatif dalam membuat paket *staycation* di hotel. Paket *staycation* yang ditawarkan harus disesuaikan dengan kondisi hotel sesungguhnya dan ekspektasi wisatawan.

The Patra Bali Resort & Villas, Rama Beach Resort & Villa, Quest Hotel Kuta by Aston dan Sulis Beach Hotel & Spa membuat diversifikasi paket *staycation* di masa pandemi Covid-19. Kebijakan terhadap sedikitnya

karyawan yang bertugas dan fasilitas-fasilitas hotel yang tidak beroperasi menjadi kendala tersendiri. Namun demikian, hotel harus berupaya mengoptimalkan karyawan yang ada, sehingga kualitas ekspansi produk dalam diversifikasi paket *staycation* menjadi optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada rekan-rekan di hotel yang telah memberikan informasi terkait paket *staycation*, sehingga penulis mendapatkan gambaran lengkap produk-produk hotel yang dikemas menjadi paket *staycation*. Semoga pariwisata segera pulih. Salam pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Indonesia Provinsi Bali. <https://bali.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3.html> diunduh tanggal 27 September 2021.
- Badan Pusat Statistik Indonesia Kabupaten Badung. <https://Badungkab.bps.go.id/publication/2021/02/26/7894ebb7742675f019a69f1c/kabupaten-Badung-dalam-angka-2021.html> diunduh tanggal 27 September 2021.
- Bosak, Keith and Stephen F. McCool. Editor. 2021. *A Research Agenda for Sustainable Tourism*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing.
- Deputi Bidang Kebijakan Strategis. 2021. *Trend Industri Pariwisata 2021*. Kementerian Ekonomi Pariwisata dan Kreatif Republik Indonesia
- Halim, A., dkk. 2019. Pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap Efisiensi pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *SAKI. Studi Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. E-ISSN: 2654-6221 Vol. 2, No. 2.
- Kadar, Muhammad Gafur, dkk. 2021. *Manajemen Strategik dan Kepemimpinan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Lumanauw, Nelsye. 2020. Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus Di PT. Golden Kris Tours, Bali), *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), pp. 19-30. doi: 10.47492/jih.v9i1.26.
- Lumanauw, N. 2021. *Protokol Kesehatan Di Industri Pariwisata*. Tabanan: PIB Press.
- Meilanda, C., dkk. 2020. Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Moderasi Efisiensi. *Ekonomi dan Bisnis* Vol. 7, No.1, 2020, 9-31 DOI: 10.35590/jeb.v7i1.981 P-ISSN 2356-0282 | E-ISSN 2684-7582.
- Rakhmat, G. A. dan Prabowo, T.A. 2020. Perancangan Sistem Informasi Reservasi Hotel Studi Kasus: Hotel Wiwi Perkasa 2. *Device*, Vol. 10 No. 2, 13-19 ISSN: 0216-9185. EISSN: 2746-8984.

