

KARAKTERISTIK WISATAWAN PEMINAT STAYCATION DI KABUPATEN BADUNG, PROVINSI BALI

Ni Luh Christine P. Suyasa¹, Putu Chris Susanto², Agus Satyananda
Mastra³, Ni Luh Putu Indriani⁴, Christina Galuh Trihardhini⁵, Ni Luh
Putu Windyari Pradnya Dewi⁶

^{1,2,3,4,5,6}D4 Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Humaniora, Universitas
Dhyana Pura, Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Staycation merupakan salah satu cara wisatawan lokal untuk berwisata selama masa Pandemi Covid-19. Cara berwisata ini dilakukan untuk menghilangkan kejenuhan akan pembatasan masyarakat keluar rumah, keluar daerah, ataupun keluar negara Indonesia. Bagi masyarakat yang sudah terbiasa melakukan perjalanan wisata berusaha untuk melakukan wisata dengan jarak tempuh yang tidak jauh dari tempat tinggal, dapat dijangkau kurang dari sehari, dan secara finansial juga terjangkau dimana pendapatan masyarakat jauh berkurang akibat penurunan pendapatan sektor pariwisata yang berdampak kepada seluruh sektor terutama di Pulau Bali. Penelitian ini menganalisa karakteristik wisatawan peminat staycation di Kabupaten Badung Provinsi Bali melalui penyebaran kuisioner terhadap 140 responden yang telah melakukan Staycation selama masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini menghasilkan bahwa *Staycation* lebih banyak diminati oleh perempuan sebanyak 60% dengan status menikah (67%), dengan kirsan umur antara 26 sampai 30 tahun sebanyak 30%, sebanyak 68% karyawan swasta, memiliki pendapatan selama masa Pandemi Covid-19 berkisar Rp. 2.000.000 sampai Rp. 5.000.000/bulan, memilih untuk *staycation* menginap 59% daripada hanya *staycation* satu hari. Alasan respondent melakukan staycation dimana 47% ingin menikmati waktu dengan keluarga/kerabat dan 42% jenuh dengan Pandemi Covid-19. Didalam pemilihan destinasi *staycation*, responden menyatakan penting untuk memilih tempat yang dituju telah menerapkan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability*). 40% responden memilih tujuan *staycation* dimana saja dengan 42% responden bersedia membayar harga kamar maksimal Rp. 500.000/malam/kamar.

Kata kunci: Pandemi Covid-19, *Staycation*, wisata lokal

1. Pendahuluan

Penyebaran virus Covid-19 menyebabkan menurunnya tingkat kunjungan wisatawan di berbagai tempat yang sangat berdampak terhadap multi sektor. Pemerintah senantiasa berupaya untuk menekan penyebaran virus Covid-19 di Pulau Bali. Hal tersebut didukung dengan dikeluarkannya Surat Edaran Direktorat Jenderal Imigrasi Nomor IMI-0103.GR.01.01 tahun 2021 tentang Pembatasan Sementara Masuknya Orang Asing Ke Wilayah Indonesia Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Hal tersebut menambah dilema akan bangkitnya pariwisata di Bali dikarenakan ketidakpastian akan sektor pariwisata (Setiawan, 2021).

Di sisi lain, masyarakat dari awal tahun 2019 sampai hari ini merasakan ketidak pastian bukan hanya dalam hal perekonomian namun juga dalam banyak

hal termasuk keinginan untuk berwisata. Hal ini dirasakan terutama bagi masyarakat yang gemar berwisata. Dengan pembatasan untuk bepergian, membuat masyarakat semakin ingin untuk menikmati keindahan alam di luar dari kediamannya. Masyarakat yang sering melakukan *Vacation* terpaksa harus mengurungkan niatnya dikarenakan oleh peraturan terkait Pandemi Covid-19.

Dengan adanya pembatasan baik PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) maupun PPKM (Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) sangat berpengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk menikmati liburan. Sehingga masyarakat pada masa Pandemi Covid-19 mulai mengenal akan istilah *Staycation*, yang diartikan sebagai liburan yang dilakukan dalam jangkauan jarak. Konsep liburan *staycation* tertulis dalam Kompas.com (Agmasari, 2017) yang banyak diminati oleh wisatawan adalah liburan yang dapat dilakukan dalam kota dimana *staycation* berasal dari "stay" dan "vacation" dan mengupas mengenai keuntungan yang didapatkan berdasarkan minimal anggaran yang diperlukan dibanding dengan berwisata keluar daerah tanpa harus memikirkan tiket pesawat, cuaca, dan waktu yang diperlukan. Sehingga *staycation* menjadi inspirasi bagi siapapun untuk menghilangkan penat dengan waktu yang singkat dan anggaran yang sedikit.

Dengan melihat fenomena bahwa masyarakat beralih dari yang sebelumnya melakukan *vacation* dan selama Pandemi Covid-19 banyak yang memilih *staycation*, penulis ingin mengetahui karakteristik para wisatawan di Kabupaten Badung yang memilih melakukan *staycation* selama Pandemi dan preferensinya. Metode penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner terhadap 140 orang dewasa random sampling yang tinggal di Kabupaten Badung. Pada penelitian sebelumnya (Manasi Sadhale, 2021) menyatakan bahwa *staycation* merupakan cara baru dan konsep baru berwisata serta sebagai alat marketing untuk bertahan selama Pandemi Covid-19 bagi Hotel Bintang Lima di Kota Pune. Namun pada penelitian ini tidak meneliti tentang finansial respondennya.

Hasil penelitian dari total 140 responden tersebut diharapkan dapat menggambarkan Karakteristik Peminat Wisata *Staycation* di Kabupaten Badung yang mana hasilnya nanti dapat membantu para pemilik atau pengelola usaha pariwisata baik usaha akomodasi, usaha makanan dan minuman, ataupun usaha terkait lainnya sehingga mampu memberikan pemenuhan pelayanan sesuai dengan preferensi kebutuhan masyarakat yang ingin melakukan *staycation* selama masa Pandemi Covid-19.

2. Metode

Responden dalam penelitian ini berjumlah 140 orang secara acak yang dibagi kedalam beberapa kelompok umur yang memiliki pendapatan juga memungkinkan memiliki dana untuk digunakan *staycation*. Adapun kelompok umur tersebut terdiri dari: 18 – 25 tahun, 26 – 30 tahun, 30 – 40 tahun, 40 – 50 tahun, dan diatas 50 tahun. Dikarenakan himbauan pemerintah dalam hal pembatasan bepergian, data responden diambil dari masyarakat dengan kategori kelompok umur diatas yang tinggal di Kabupaten Badung. Data didapatkan melalui penyebaran kuisisioner online dan wawancara online dengan harapan selama pandemi mengurangi kontak fisik antara pewawancara dengan responden. Kuisisioner terdiri dari beberapa pertanyaan mencakup demografi wisatawan, dan motivasi. Metode analisis yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dimana hasil yang didapat dinarasikan.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Metode penelitian yang dilakukan, dari jumlah responden dalam penelitian ini dapat menggambarkan demografi karakteristik peminat staycation yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Peminat *Staycation* di Kabupaten Badung

No	Informasi	Karakteristik	Frekwensi	%
1	Jenis Kelamin	Laki	56	40
		Perempuan	84	60
2	Umur	18 - 25 tahun	28	20
		26 - 30 tahun	42	30
		30 - 40 tahun	19	14
		40 - 50 tahun	33	24
		diatas 50 tahun	18	13
3	Pendapatan pada masa pandemi Covid-19	Rp. 500 - 000 - Rp 1.000.000	17	12
		Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	32	23
		Rp. 2.000.000 - Rp. 5.000.000	52	37
		Lebih dari Rp. 5.000.000	7	5
		Tidak tentu	32	23
4	Status Pernikahan	Belum menikah	46	33
		Sudah Menikah	94	67
5	Pekerjaan saat ini	Aparatur Sipil Negara	10	7
		Karyawan Swasta	96	69
		Mahasiswa	19	14
		Pensiunan	4	3
		Wirausaha	11	8
6	Preferensi Pemilihan staycation	Staycation "one day trip" (liburan hanya sehari)	43	31
		Staycation "over night" (liburan menginap)	83	59
		Tidak menjawab	14	10
7	Alasan staycation	Dekat dengan rumah	0	0
		Harga terjangkau	5	4
		Jenuh dengan pandemi Covid-19	59	42
		Menghabiskan waktu dengan keluarga/kerabat	66	47
		Waktu yang memungkinkan untuk staycation	10	7
8	Preferensi bersama siapa staycation	Keluarga	85	61
		Sendiri	15	11
		Teman - teman	40	29
9	Preferensi CHSE	Mungkin	4	3
		Penting	116	83
		Tidak	1	1
		Tidak menjawab	19	14
10	Prioritas pemilihan tempat	Daerah perkebunan	11	8
		Daerah alam	34	24
		Daerah Pantai	39	28
		Dimana saja	56	40
11	Prioritas pemilihan pengeluaran	Maksimal Rp, 500.000	60	43
		Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	51	36
		Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	3	2

staycation per malam/kamar	Lebih dari Rp. 3.000.000	2	1
	Tidak menjawab	24	17

Profil Karakteristik Peminat Staycation di Kabupaten Badung menunjukkan bahwa 60% wanita dari 140 responden peminat staycation lebih banyak dibanding pria 40%. Anindita mengatakan wanita lebih membutuhkan staycation karena jenuh dengan rutinitas (Anindita, 2016) . Hal ini terbukti pada masa Pandemi dengan diberlakukannya peraturan pembelajaran daring, anak-anak sekolah belajar dari rumah membuat tanggung jawab orang tua semakin bertambah. Sehingga para orang tua terutama wanita sebagai Ibu berusaha pekerjaan menjadi lebih banyak terutama bagi Ibu-Ibu yang bekerja dan berusaha menyeimbangkan antara pekerjaan di kantor dengan pekerjaan dirumah.

Dari rentang umur, peminat staycation keterwakilan di Kabupaten Badung 30% pada rentang umur antara 26 sampai dengan 30 tahun dan 24% rentang umur antara 40 sampai dengan 50 tahun. Rentang umur 26 – 30 tahun merupakan umur produktif dalam hal pendapatan. Masyarakat memulai keluarga baru dengan umur anak-anak masih kecil sehingga pengeluaran akan pendidikan tidak telalu besar. Keluarga memiliki pos pengeluaran untuk melakukan liburan bersama keluarga dengan mencari harga yang lebih murah dari harga normal sebelum Pandemi. Pada rentang umur 40 – 50 tahun, anak-anak sudah beranjak dewasa dan sering susah untuk diajak bepergian bersama. Sehingga orang tua memilih staycation sebagai wisata yang berkualitas bagi keluarga. Alasan tersebut disampaikan oleh salah satu responden yang berumur 40-50 tahun dan seorang karyawan swasta.

Pendapatan wisatawan selama masa pandemi Covid-19, rata-rata peminat staycation antara dua juta rupiah sampai lima juta rupiah (37%). Dengan rentang pendapatan diatas diyakinkan bahwa kebutuhan pokok sudah terpenuhi dan kebutuhan akan berwisata masih dapat dijangkau. Berdasarkan buku Spenditude: A Life-Changing Attitude to Money (Paul Gordon, 2019), manusia dibedakan menjadi tiga kategori tingkah laku manusia dalam pengeluaran: 1) Spender – manusia yang melakukan pengeluaran lebih dari yang didapatkan; 2) Slender – manusia yang sangat hati-hati dengan pengeluaran, namun banyak hal yang bisa dilakukan untuk meningkatkan situasi dan tetap aman secara finansial di masa mendatang; 3) Defender – masyarakat yang tergolong sangat baik dengan pengaturan keuangan dan selalu memikirkan kebutuhan, harga, diskon yang didapatkan. Peminat staycation di Kabupaten Badung ini tergolong antara Slender dan Defender dalam pemenuhan kebutuhan berwisata namun tetap mencari harga yang terjangkau.

Wisatawan yang memilih staycation (67%) adalah mereka yang sudah menikah, dan yang belum menikah sebanyak 33%. Pada masa Pandemi Covid-19, staycation merupakan kegiatan berwisata yang dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat, jarak yang dekat dengan rumah dan merupakan kegiatan berkualitas dapat dilakukan bersama keluarga. Total pengeluaran yang terjangkau terutama bagi penyedia akomodasi dengan paket kamar sudah termasuk ekstra bed dan makan pagi untuk 2 dewasa dan 2 anak. Banyak akomodasi juga menyediakan paket-paket staycation yang dikemas dengan harga termasuk tiket kebun binatang seperti pada promosi elektronik Gambar 1. Hal ini lah yang menarik perhatian wisatawan khususnya yang telah berkeluarga menjadi peminat staycation dibandingkan sebelum terjadinya Pandemi Covid-19.



Gambar 1. Promosi Staycation di the Sanctoo Resort and Villas

Sumber: :

<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=9KnfRfHY&id=65A4D7DF97273E2A0F705850A78712F2D5C8AB87&thid=01F.DitcpqPbWL8RuAC0x8V8Ug&m ediaurl=https%3a%2f%2fi.yimg.com%2fvi%2fOzVA63yUoXc%2fmaxresdefault.jpg&expw=720&expw=1280&q=staycation+at+sanctoo&simid=296956633629&FORM =IRPRST&ck=0E3B5CA603DB58BF11B8008EC7C57C52&selectedIndex=0&ajaxhist=0&ajaxserp=0>

Gambar 2. Promosi Staycation di Puri Gangga Resort

Sumber: <https://www.puriganggaresort.com/img/special-offers/staycation/staycation-2.jpeg>

Peminat staycation pada responden penelitian ini memiliki berbagai pekerjaan yaitu karyawan swasta (69%), mahasiswa (14%), wirausaha (8%), Aparatur Sipil Negara (7%), dan pensiunan (3%). Data menunjukkan bahwa karyawan swasta yang berstatus sebagai karyawan penuh waktu, merasa bahwa selama pandemi sangat penting untuk mendukung usaha pengusaha lokal. Sehingga masyarakat memilih untuk menghabiskan wisata bersama keluarga dengan harapan usaha lokal tetap dapat bertahan dengan mengelola keuangan yang dibayarkan oleh wisatawan lokal. Walaupun pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan lokal tidak banyak, akan tetapi tetap dapat membantu paling tidak biaya operasional akomodasi. Demikian alasan salah satu responden karyawan swasta yang berumur 39 tahun dan sudah berkeluarga. Data peminat staycation selanjutnya adalah mahasiswa dengan alasan bahwa selama Pandemi, kurangnya interaksi dengan teman kuliah membuat jenuh. Perkuliahan selama Pandemi menuntut dilakukannya *full online* membuat mahasiswa mengalami *zoom fatigue* (Atikah Pustikasai, 2021) sehingga banyak mahasiswa mengalami stress. Hasil penelitian Atikah menyatakan bahwa pembelajaran daring 62,7% menggunakan aplikasi zoom 83,6% responden mengalami stress ringan dan 59,7% responden mengalami kelelahan saat pembelajaran daring. Dengan melakukan staycation, mahasiswa tetap dapat melakukan pembelajaran dari akomodasi bersama teman-temannya dengan menggunakan fasilitas internet yang disediakan oleh akomodasi yang mereka sewa, sekaligus mendapatkan kebersamaan dan menghabiskan waktu dengan bersenang-senang. Sesuai dengan hasil penelitian Atikah, peneliti melakukan wawancara terhadap salah seorang mahasiswi yang berumur 20 tahun yang sedang kuliah di salah satu Universitas Swasta di Kabupaten Badung. Responden mengatakan bahwa trend staycation juga diminati oleh para mahasiswa dimana mereka memilih akomodasi dengan harga yang sangat terjangkau, maksimal lima ratus ribu rupiah. Preferensi mahasiswa adalah akomodasi villa yang memungkinkan untuk mereka mendapatkan akses internet, dapur untuk memasak ataupun membawa makanan dari luar akomodasi, tersedia kolam renang, dan harga yang tidak lebih dari Lima Ratus Ribuan Rupiah per malam. Seluruh pengeluaran tersebut mereka bagi rata, sehingga selain berwisata, mereka dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.

Dari 140 responden yang pernah melakukan staycation, 59% memilih staycation *overnight* atau menginap (59%) dibanding dengan staycation *oneday* (31%). Pemilihan preferensi ini berdasarkan faktor mobilitas dimana kebanyakan keluarga akan berangkat pagi dari rumahnya dengan tujuan untuk dapat *check-in* siang hari dan menghabiskan waktu dengan aktifitas yang ada sampai malam di tempat staycation. Bermalam untuk dapat beristirahat dengan harapan keesokan harinya dapat menikmati keindahan alam ataupun keindahan tempat staycation sebelum waktu *check-out* dan kembali ketempat masing-masing. Sedangkan apabila wisatawan memilih *onedaycation*, maka mereka harus berangkat pagi-pagi dari rumah mereka untuk *check-in* dan melakukan aktifitas di tempat staycation. Salah satu responden pasangan suami istri yang berusia 36 tahun sama-sama bekerja dimana suami sebagai karyawan swasta dan istri sebagai aparatur sipil negara mengatakan lebih memilih staycation *overnight* daripada staycation *oneday*. Alasan mereka bahwa memilih relaksasi bersama keluarga lebih tepat apabila menginap daripada harus *check-in* pagi dan *check-out* malam. Wisatawan memerlukan waktu perjalanan kembali kerumah sehingga setiba dirumah setelah melakukan *oneday staycation* akan mengalami keletihan, sedangkan harapan

staycation adalah untuk relaksasi. Namun di sisi lain, salah seorang responden pria yang telah pensiun lebih memilih oneday staycation bersama keluarga karena harga lebih murah dibanding overnight. Malam juga tidak bisa melakukan aktifitas selain tidur.

Empat puluh tujuh persen responden memilih staycation dengan alasan menghabiskan waktu dengan keluarga dan 42% beralasan karena jenuh akan Pandemi Covid-19. Jika dilihat dari hasil survei dengan siapa responden memilih untuk melakukan staycation, 61% menjawab dengan keluarga sedangkan 29% lebih senang menghabiskan waktu staycation bersama dengan teman-teman.

Selama Pandemi Covid-19 dalam rangka pencegahan penularan dan penyebaran virus corona di masyarakat, semua lapisan masyarakat harus beradaptasi dengan kebiasaan baru yaitu melakukan 5M, yakni: 1) Memakai Masker, 2) Menjaga Jarak, 3) Mencuci Tangan, 4) Menghindari Kerumunan, 5) Mengurangi Mobilitas (Indonesia, 2021). Kedatangan wisatawan lokal ke tempat staycation selama masa Pandemi juga merupakan kepercayaan masyarakat sehingga penerapan protokol kesehatan CHSE harus benar-benar dilakukan. Pada penelitian ini, data menunjukkan bahwa 83% peminat staycation mengatakan penerapan CHSE merupakan hal penting dalam pemilihan tempat. Wisatawan merasakan kenyamanan dan mendapatkan perlindungan kesehatan dari penularan virus yang dapat dieliminasi misalnya dengan cara pengukuran suhu tubuh, tersedianya fasilitas untuk mencuci tangan, sterilisasi barang bawaan maupun alat pembayaran ketika check-in, dan tersedianya tempat sampah di beberapa titik. Terdapat ruang publik yang memiliki sirkulasi udara yang memadai, dan adanya penanda tempat berdiri ketika mengantri ataupun tempat duduk yang boleh atau tidak ditempati. Karyawan hotel memberikan informasi mengenai prosedur penyelamatan diri saat bencana ataupun titik aman berkumpul dan jalur evakuasi untuk memastikan keselamatan wisatawan. Seluruh karyawan menggunakan masker ketika berinteraksi dengan wisatawan. Pelayanan makan pagi di restaurant yang biasanya menggunakan metode prasmanan diganti menjadi layanan yang diambilkan untuk meminimalisasi adanya pindah kontak sentuhan antar wisatawan. Room service menu sebelum Pandemi dapat dilihat sedangkan selama masa Pandemi, menu dan informasi lainnya dapat diakses dengan menggunakan QR code (Kode Pindai) untuk meminimalisasi adanya kontak fisik.

Namun terdapat 14% dari responden tidak menjawab apakah CHSE merupakan hal yang penting atau tidak.

Wisatawan memilih tempat staycation baik yang dilakukan oneday cation ataupun overnight cation 40% memilih dimana saja tanpa prioritas pemilihan tempat, 28% memilih pantai seperti daerah Sanur, Kuta, 24% memilih alam seperti Ubud, Bedugul, Kintamani, dan 8% memilih daerah perkebunan. Wisatawan yang memilih dimana saja dengan alasan mereka mencari harga yang murah dan terjangkau. Angel mengatakan bahwa tempat staycation sering dilihat pada online travel agent system seperti Traveloka, Booking.com, dan lainnya. Yang menjadi prioritas pemilihan tempat adalah penyedia layanan staycation yang belum pernah dikunjungi sebelumnya dan memberikan harga yang terjangkau. Sedangkan wisatawan yang memilih pantai dengan alasan jarak tempuh dari rumah sampai Kuta dan Sanur sangat dekat sehingga staycation dengan waktu yang sangat terbatas tidak akan menghabiskan banyak waktu di perjalanan. Wisatawan yang

memilih alam dengan alasan tidak banyak penyedia staycation yang memberikan harga sebanding dengan harga yang berlokasi di pantai.

Prioritas peminat staycation 50% memilih tempat penyedia staycation dengan anggaran pengeluaran sebesar maksimal lima ratus ribu rupiah per malam dan sudah termasuk pajak dan pelayanan. Sedangkan 36% bersedia menghabiskan pengeluarannya sebesar lima ratus ribu sampai satu juta rupiah per malam sudah termasuk pajak dan pelayanan.

4. Simpulan

Hasil penelitian yang berjudul Karakteristik Peminat Staycation di Kabupaten Badung dilakukan melalui metode survei dan wawancara secara daring terhadap 140 responden menunjukkan bahwa Staycation merupakan cara masyarakat untuk berwisata selama Pandemi Covid-19. Bukan hanya untuk kepuasan terhadap diri sendiri dan keluarga, namun juga digunakan untuk membantu usaha pariwisata lokal agar dapat bertahan selama pandemi. Sebelum pandemi banyak masyarakat yang cenderung melakukan perjalanan jarak jauh, namun dikarenakan adanya pembatasan mobilitas, masyarakat lokal bukan hanya dapat lebih mengapresiasi lingkungan sekitar namun juga dapat menghabiskan waktu bersama dengan keluarga, teman, maupun menikmati waktu sendiri untuk relaksasi dengan anggaran yang terjangkau dan jarak yang dapat ditempuh kurang dari satu hari. Berdasarkan demografi karakteristik peminat staycation dari 140 responden di Kabupaten Badung menunjukkan bahwa 60% adalah perempuan yang sudah menikah (67%) dengan rentang umur 26-30 tahun (30%) yang 69% adalah karyawan swasta dengan penghasilan rata-rata Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 37% memilih menghabiskan staycation overnight atau menginap (59%) bersama keluarga (61%). Dengan prioritas pemilihan pengeluaran overnight staycation per malam per kamarnya sebesar Rp. 500.000 sudah termasuk pajak dan pelayanan. Walaupun 40% dari responden penelitian ini 83% dari responden penelitian mengatakan bahwa pemilihan tempat staycation sangat penting untuk memperhatikan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, dan Environmental Sustainability) sehingga wisatawan tetap sehat dan aman untuk berwisata selama Pandemi Covid-19. Dengan karakteristik demografi peminat staycation mewakili masyarakat di Kabupaten Badung yang datanya didapat dari 140 responden, maka diharapkan penyedia akomodasi untuk mengaplikasikan secara ketat protokol kesehatan dan CHSE di tempat masing-masing sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan lokal yang ingin berwisata. Salah satu yang dapat dilakukan adalah metode pembayaran non-tunai, pengaplikasian cairan sanitasi pada barang bawaan tamu, penyediaan tempat cuci tangan lengkap dengan sabun dan pengering/lap tangan di beberapa tempat, dan juga penggunaan QR Code yang sangat efektif dan efisien untuk menghindari penyebaran virus. Tujuan staycation juga untuk meningkatkan kualitas kebersamaan keluarga maka penting penyedia akomodasi memberikan tambahan penyediaan sofa bed ataupun extra bed di dalam kamar dan memberikan informasi kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kebersamaan keluarga, seperti akses kebun binatang, akses trekking, akses cycling, ataupun kegiatan yang dapat dilakukan oleh anak-anak. Informasi tersebut diharapkan untuk disampaikan pada saat wisatawan membuat reservasi, saat proses check-in, ataupun informasi yang dapat diakses melalui QR code.

Dengan peningkatan minat staycation bagi wisatawan lokal bukan hanya meningkatkan kebahagiaan, menghilangkan kejenuhan wisatawan, ataupun menghargai lingkungan sekitar namun juga membantu usaha pariwisata lokal baik dalam bentuk produk maupun jasa, sehingga *tourism lifecycle* di Bali tetap dapat bertahan pada masa Pandemi Covid-19.

5. Daftar Rujukan

Agmasari, S. (2017, 07 25). *Kompas.com*. Retrieved 05 01, 2021, from <https://travel.kompas.com/read/2017/07/25/220400327/apa-itu-konsep-liburan-staycation>

Angela, N. K. (2021, Oktober 25). Ms. . (A. S. Mastra, Interviewer)

Anindita. (2016, Oktober 23). 3 Alasan Utama Mengapa Kita (Saya) Butuh Staycation.

Atikah Pustikasai, L. F. (2021). Stress dan Zoom Fatigue pada Mahasiswa Selama Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Vol 13 (1)* , 25-37.

Ayub, N. K. (2021, November 28). Ms. . (C. Suyasa, Interviewer)

Chen, J. S. (2009). Vacation Lifestyle and Travel Behaviors . *Journal of Travel & Tourism Marketing* , 494-506.

Desilyani, N. K. (2021, Oktober 20). Ms. . (P. C. Susanto, Interviewer)

Indonesia, P. A.-K. (2021, Februari 01). 5M Dimasa Pandemi Covid 19 di Indonesia .

Laut, D. J. (2021). *hubla.dephub.go.id*. Retrieved April Sabtu , 2021, from <https://hubla.dephub.go.id/btkp/page/news/read/9380/kementerian-perhubungan-gunakan-genose-c19-sebagai-salah-satu-persyaratan-perjalanan-di-moda-transportasi-laut>

Liliyah, A. (2020, September 11). *Swa.co.id*. Retrieved April Satudray , 2021, from <https://swa.co.id/swa/trends/survei-wego-tren-staycation-meningkat-selama-pandemi>

Manasi Sadhale, D. (2021). STAYCATION AS A MARKETING TOOL FOR . *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEEM)*, 83 - 92.

Nisa, Z. A. (2021, Maret Senin). *TribunTravel.com* . Retrieved April Sabtu , 2021, from <https://travel.tribunnews.com/2021/03/29/berlaku-mulai-1-april-2021-berikut-aturan-terbaru-perjalanan-dalam-negeri>

Paul Gordon, J. R. 2019. *Spenditude: A Life-changing Attitude to Money* . Australia : John Wiley & Sons .

Rosidin, I. 2021. *Kompas.com* . Retrieved April April , 2021, from <https://travel.kompas.com/read/2021/01/09/190700327/aturan-terbaru-perjalanan-selama-masa-ppkm-dari-dan-ke-bali>

Sedarni, N. W. (2021, July 23). Ms. . (C. Suyasa, Interviewer)

Setiawan, J. B. 2021, Januari 18).
https://www.imigrasi.go.id/berita/detail/pembatasan-orang-asing-kembali-diterapkan. Retrieved from Imigrasi.go.id:
https://www.imigrasi.go.id/berita/detail/pembatasan-orang-asing-kembali-diterapkan

Wixon, M. 2009. *The Great American Staycation, How To Make a Vacation at Home Fun For the Whole Family* . Massachuset : Adams Media .