

ANALISIS STRATEGI PENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DARI PAJAK HOTEL DAN RESTORAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BANDUNG

Ruswindah Fuji Astuti^{1)*}, Herabudin¹⁾, Engkus¹⁾

UIN Sunan Gunung Djati Bandung¹⁾

Email: ruswindahfujia24@gmail.com*

Riwayat Artikel

Diterima: 20 Oktober 2022

Disetujui: 23 November 2022

Diterbitkan: 8 Desember 2022

Abstract

This study examines the impact of the Covid-19 pandemic on the decline in tourist interest in the hotel and restaurant sector in Bandung City, which has resulted in a decline in Regional Original Income (PAD). The study focuses on the local government's strategy to address this decline through innovation in the tourism sector. Using a qualitative approach and SWOT analysis, this study identifies strategic factors that can be implemented to attract tourists back. The results indicate that the local government, together with hotel and restaurant businesses, can increase PAD by implementing service innovations, strengthening collaboration between stakeholders, and utilizing creative promotions such as vouchers and discounts. This strategy is considered capable of reviving tourist interest during the pandemic and supporting regional economic recovery.

Keywords: SWOT Analysis, Bandung City, Local Revenue (PAD)

Abstrak

Penelitian ini membahas dampak pandemi Covid-19 terhadap penurunan minat kunjungan wisatawan pada sektor hotel dan restoran di Kota Bandung yang berimbas pada turunnya Pendapatan Asli Daerah (PAD). Fokus kajian diarahkan pada strategi pemerintah daerah dalam mengatasi penurunan tersebut melalui inovasi sektor pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi faktor strategis yang dapat diterapkan untuk menarik kembali wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah bersama pelaku usaha hotel dan restoran dapat meningkatkan PAD dengan menerapkan inovasi layanan, memperkuat kolaborasi antar-stakeholder, serta memanfaatkan promosi kreatif seperti pemberian voucher dan diskon. Strategi ini dinilai mampu menghidupkan kembali minat kunjungan wisatawan pada masa pandemi sekaligus mendukung pemulihan ekonomi daerah.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Kota Bandung, Pendapatan Asli Daerah (PAD)

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan wisata atau kunjungan ke suatu daerah merupakan salah satu bentuk kegiatan *refresing* atau menyegarkan tubuh dan pikiran setelah digunakan untuk bekerja atau melakukan kegiatan yang menguras tenaga dan pikiran. Pergi ke tempat wisata bisa menjadi salah satu solusi dimana semua lelah baik lahir maupun batin bisa terobati. Karena kegiatan pariwisata

dijadikan suatu kebutuhan oleh orang-orang maka setiap daerah akan mengembangkan potensi daerahnya dalam menciptakan tempat wisata, akomodasi dan tempat menginap yang memberikan kenyamanan kepada wisatawan atau pengunjung. Strategi dalam usaha jasa hotel bisa dikembangkan menjadi lebih menarik agar menarik pengunjung untuk datang dan menginap. Selain itu, wisata kuliner setiap daerah memiliki peminatnya masing-masing. Seperti di Kota Bandung, wisata kuliner yang diminati adalah masakan khas Sunda dan berbagai macam tempat wisata yang kemudian menjadi incaran para pengunjung seperti tempat wisata di kota Bandung. Hal tersebut merupakan sebuah peluang besar bagi para pelaku usaha seperti Hotel dan Restoran untuk membangun bisnis mereka berdekatan dengan lokasi tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas maka pariwisata merupakan sebuah industri yang harus dikembangkan sehingga dapat menambah devisa suatu negara. Kegiatan perjalanan dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan untuk hiburan, mengenal budaya dan kearifan tempat tertentu, kepentingan pribadi yang dikunjungi dalam waktu sementara oleh seseorang atau sekelompok orang merupakan pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 1. Kemudian hal-hal terkait wisata yang didukung terhadap fasilitas dan segala bentuk kegiatannya di akomodir oleh pemda, pelaku usaha dan publik merupakan pengertian pariwisata berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan kepariwisataan.

Orang yang melakukan kegiatan wisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah Wisatawan. Keberhasilan industri pariwisata dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawannya dikutip dari (Alfariq, 2020). Sejak menyebarnya virus dari China yaitu virus Covid-19 banyak sekali perubahan dan penurunan terutama disektor pariwisata dan tempat hiburan. Hal tersebut terjadi karena jumlah kunjungan wisatawan sangat berpengaruh besar dalam kemajuan pariwisata. Pada saat virus Covid-19 mulai menyebar di Indonesia, jumlah kunjungan wisatawan di kota Bandung khususnya mulai menurun drastis, penurunan jumlah wisatawan tersebut yang membuat tingkat pemasukan pajak dari pariwisata di kota Bandung khususnya pada pajak hotel dan restoran menjadi menurun.

Faktual problem yang terlihat di lapangan adalah ketika melihat banyak sekali pelaku usaha di bidang kuliner (makanan) yang kemudian harus menutup tempat usahanya dikarenakan sepi pengunjung. Kemudian di bidang perhotelan juga mengalami penurunan pengunjung yang menginap, hari-hari biasa sebelum covid-19 hotel di kota Bandung sangat banyak dikunjungi wisatawan baik wisatawan domestik maupun luar negeri. Kemudian setelah ditetapkannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) kota Bandung harus lebih bisa mengikuti protokol kesehatan, diam dirumah dan melakukan aktivitas diluar rumah hanya untuk keperluan yang penting saja. Untuk situasi sekarang dengan adanya pelanggaran di sektor hiburan dan pariwisata maka sudah dibuka kembali tempat wisata, mall, dan pelaku usaha seperti restoran dan tempat menginap atau hotel. Namun yang tetap menghantui dan membayangkan para pelaku usaha dibidang pariwisata ini adalah bagaimana usahanya bisa bangkit kembali ditengah-tengah penyebaran covid-19 yang masih belum sepenuhnya pulih.

Pemerintah Kota Bandung tidak diam ketika melihat usaha yang didirikan warganya bangkrut karena pengunjung yang terus berkurang di kota Bandung. Dengan memberikan kelonggaran regulasi tampaknya membuat perekonomian masyarakat mulai stabil. Tolak ukur keberhasilannya adalah bagaimana suatu usaha dapat memanfaatkan regulasi tersebut dengan berlomba menciptakan keunikan dengan memanfaatkan situasi yang ada. Misalnya memberikan diskon namun dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan demi keselamatan dan memutus rantai penyebaran covid-19.



Gambar 1. Perkembangan Tingkat Pengunian Kamar Hotel Bintang dan Non Bintang di Jawa Barat Desember 2019- Desember 2020

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung Tahun 2019-2020

Dari gambar di atas, bisa dilihat secara seksama bahwa sebelum adanya covid-19 yaitu pada bulan Januari, jumlah hunian kamar hotel meningkat. Namun mendekati bulan Maret, yaitu pada bulan Februari mengalami penurunan begitu pula pada bulan Maret mengalami penurunan terus menerus, jumlah hunian kamar hotel mengalami penurunan terendah yaitu pada bulan april. Dalam rangka menyambut new normal di bulan Juni, jumlah kunjungan kamar hotel kembali mengalami kenaikan secara bertahap sampai pada bulan Desember 2020.

Penyediaan tempat menginap, makan dan minum, serta pelayanan dan fasilitas yang di sewakan lainnya seperti tempat pertemuan dan kolam renang bagi pengunjung yang mencari tempat sementara merupakan definisi hotel yang di definisikan oleh *American Hotel and Motel Association*. Maka dari itu hotel adalah jenis usaha yang sifatnya *profitable* dimana seorang pengusaha hotel akan memberikan sarana dan prasarana yang baik untuk seluruh tamunya dan yang akan didapatkan adalah keuntungan. Walaupun begitu usaha jasa ini tentu memiliki standar khusus sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku.



Gambar 1. Perkembangan Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Jawa Barat Melalui Pintu Masuk Bandara Husein Sastra Negara dan Pelabuhan Muarajati, Desember 2019-Desember 2020

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung Tahun 2019-2020

Gambar di atas menjelaskan bahwa pada bulan Desember 2019 sampai bulan Maret mengalami penurunan yang signifikan, yang pada awalnya jumlah wisatawan ada diangka 15.159 orang menjadi sebanyak 5.880 orang dibulan Maret. Pada bulan Mei kembali mengalami penurunan menjadi kurang dari 100 orang wisatawan di bulan Juni dan terus mengalami penurunan berlangsung sampai bulan Desember 2020. Wisatawan mancanegara masih dibatasi ketat datang ke Jawa Barat termasuk Kota Bandung.

Pariwisata merupakan sektor industri yang besar dan selalu mengalami perubahan yang signifikan setiap tahunnya. Sehingga sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang dana terbesar yang masuk pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dana yang disumbangkan kepada APBD yang berasal dari PAD maka suatu daerah akan semakin tidak ketergantungan kepada pusatnya dan dapat mengurus urusan rumah tangganya sendiri.

Sumber-sumber penghasilan di dalam suatu wilayah yang sesuai Peraturan Daerah dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku disebut Pendapatan Asli Daerah (PAD) selaras dengan pasal 1 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004. Dengan demikian suatu daerah dapat dilihat dalam memanfaatkan sumber daya daerahnya dengan terus menggali peluang-peluang yang bisa diberdayakan seperti tempat wisata dan kearifan lokal lainnya termasuk pajak daerah, retribusi daerah.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan dengan beragam tempat wisatanya. Selain banyaknya tempat wisatanya, kota Bandung memiliki berbagai jenis hotel atau tempat menginap yang bisa kalian gunakan ketika berlibur. Adapun pengertian hotel adalah jenis atau usaha di bidang jasa yang menawarkan tempat menginap dengan berbagai fasilitas. Hotel terdiri dari hotel berbintang dan non berbintang. Kisaran harga hotel non bintang adalah Rp. 200.000,- untuk satu malam, sedangkan hotel berbintang sekitar Rp.1.000.000,- untuk satu malamnya dan sudah termasuk pajak. Selain usaha jasa dibidang perhotelan, kota Bandung juga terkenal dengan kulinernya. Banyak sekali jenis dan tempat makan dibanding (restoran).

Menurut data (Andriyawan, 2019) pariwisata menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar 33% atau hampir Rp. 700 miliar. Namun semenjak adanya Covid-19 untuk mencapai target Rp. 700 miliar pun tidak sampai. Kebijakan pelonggaran tempat hiburan dan Pariwisata di Kota Bandung bertujuan agar perekonomian kembali berputar. Karena apabila perputaran ekonomi terhambat akan berdampak pada keterpurukan siklus ekonomi. Dan yang akan menjadi sasaran dari matinya pertumbuhan ekonomi adalah masyarakat itu sendiri.

Kepala Bidang (Kabid) Kepariwisata Disbudpar kota Bandung, Edward Parlindungan menyatakan dalam laman websitenya mengakui bahwa, ketika covid-19 mewabah di Indonesia sektor pariwisata yang pertama kali dibuka karena untuk meningkatkan PAD daerah. Karena, jika tidak demikian maka akan berdampak buruk pada ekonomi masyarakat. Covid-19 merupakan sebuah bencana di seluruh dunia. Tidak terlihat namun sangat mematikan baik secara fisik maupun materil. Mengapa disebut bencana, karena bencana adalah peristiwa yang langka terjadi bisa jadi disebabkan oleh faktor alamiah maupun oleh faktor dari kegiatan manusia itu sendiri entah sebuah kesengajaan atau parahnya adalah kesalahan teknologi yang dapat menyebabkan kekacauan dan keresahan masyarakat secara luas.

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Strategi Pengelolaan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Jambi” menyatakan bahwa Kota Jambi dalam meningkatkan pengelolaan pajaknya yaitu dengan melakukan ekstensifikasi dengan kebijakan investasi dan menciptakan sumber pajak lainnya (Pangestu, 2021). Pada penelitian tersebut lebih fokus pada strategi pengelolaan pajak restoran di Kota Jambi pada masa pandemi covid-19 dengan teori dan indikator dari George Terry R, sedangkan pada jurnal yang sedang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan metode yang berbeda yakni menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis (SWOT) *Strenth, Weakness, Opportunity and Threats*. Kemudian kebaruan dalam jurnal penulis terdapat pada fokus analisisnya yakni penulis lebih fokus terhadap pembaharuan atau inovasi yang bisa dilakukan sebagai bentuk strategi di kawasan wisata di kota Bandung termasuk hotel dan restoran sebagai faktor yang dapat memicu kenaikan Pendapatan Asli Daerah di kota Bandung.

Sehingga berdasarkan penelitian terdahulu, noveltynya yaitu menganalisis sektor pariwisata dengan menggunakan strategi agar dapat meningkatkan PAD pada masa pandemi Covid-19 seperti pemberdayaan tempat wisata, protokol kesehatan yang digunakan dan berbagai peraturan untuk wisatawan dari luar kota Bandung. Sektor pariwisata kota Bandung dalam penyelenggaraan pariwisata itu banyak sekali indikatornya yang turut dalam kontribusi kepada Pendapatan Asli daerah seperti, jumlah kunjungan, kuliner, transportasi, daya tarik wisata. Termasuk di dalamnya ada sektor perhotelan dan restoran yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian di sektor ini. Hasil penelitian yang peneliti harapkan adalah bahwa dengan menggunakan analisis SWOT bisa merancang strategi yang tidak sembarangan karena dalam analisis SWOT juga memperhatikan dan memperhitungkan indikator kemungkinan yang akan terjadi didalamnya seperti (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman/hambatan). Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini bisa mengetahui apa saja yang bisa menjadi pertimbangan dan perhitungan dalam mengambil keputusan strategi yang akan dilakukan kaitannya dengan stabilnya kembali perekonomian di Kota Bandung yang kaitannya dengan usaha Hotel dan Restoran.

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung karena peneliti menemukan data-data tentang penurunan jumlah kunjungan tempat wisata dan hotel secara umum disini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori analisis SWOT. Dikutip dari Irham fahmi (2017:252) untuk mengetahui keadaan suatu organisasi atau lembaga secara lebih inklusif baik yang orientasinya profit maupun non profit adalah bisa dengan menggunakan analisis SWOT.

Tabel 11.3: Matrik Analisis SWOT¹³⁾

	STRENGTH (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	WEAKNESS (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi.	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
THREATS (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi.	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Gambar 2: Matrik Analisis SWOT

Berdasarkan uraian atau matrik di atas peneliti tertarik untuk melakukan analisis SWOT pada penelitian ini yang dimana tujuannya adalah untuk mengetahui dan memahami strategi apa yang akan dilakukan untuk meningkatkan PAD pada sektor wisata. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan PAD kota Bandung yang bersumber dari hotel dan restoran selama masa pandemi covid-19 dengan melakukan analisa menggunakan analisis SWOT. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis permasalahan yang ada untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di masa pandemi Covid-19 dan bagaimana membentuk strategi untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di kota Bandung dari hotel dan restoran dengan melakukan pembaruan inovasi dari sektor pariwisatanya yang belum bisa terpenuhi sebelumnya. Penelitian ini dilakukan atas dasar urgensi yang saat ini terjadi di wilayah kota Bandung, dimana tingkat wisawatan di kota Bandung menurun dikarenakan adanya pandemi dan hal tersebut yang membuat pendapatan pajak daerah khususnya pajak hotel dan restoran menjadi menurun, penting penelitian ini dilakukan agar situasi pariwisata di kota Bandung yang memburuk ini berubah menjadi lebih baik dengan dilakukan analisis dan menentukan pemecahan masalah agar menghasilkan hasil yang diharapkan.

B. KAJIAN PUSTAKA

Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan yang bersumber dari potensi ekonomi daerah yang dikelola secara mandiri guna mendukung pembangunan dan pelayanan publik (Halim, 2016). Teori ini menekankan bahwa kemandirian fiskal daerah tercermin dari kontribusi PAD terhadap total penerimaan daerah. Semakin besar proporsi PAD, semakin tinggi tingkat kemandirian dan daya saing suatu daerah. Sektor pariwisata, khususnya pajak hotel dan restoran, menjadi salah satu komponen penting dalam meningkatkan PAD. Dengan demikian, penguatan strategi pengelolaan pajak daerah dapat berdampak langsung pada keberlanjutan pembangunan daerah. Indikator:

- Kontribusi pajak hotel dan restoran terhadap PAD
- Tingkat efektivitas pemungutan pajak daerah
- Rasio pertumbuhan PAD sebelum dan sesudah pandemi

Inovasi (*Innovation*)

Schumpeter (1934) mendefinisikan inovasi sebagai penciptaan kombinasi baru yang dapat berupa produk, metode produksi, pasar, sumber bahan baku, maupun organisasi baru. Dalam konteks ekonomi daerah, inovasi dipandang sebagai strategi penting untuk bertahan di tengah krisis, termasuk pandemi. Inovasi dapat membantu sektor pariwisata dalam menawarkan pengalaman baru, produk kreatif, atau strategi promosi yang lebih efektif. Perubahan perilaku konsumen akibat pandemi juga menuntut adanya inovasi berbasis digital dalam sektor hotel dan restoran. Oleh karena itu, inovasi tidak hanya menjadi pilihan, tetapi kebutuhan dalam menjaga keberlanjutan usaha dan PAD. Indikator:

- Penerapan digital marketing pada hotel/restoran
- Kolaborasi antar-stakeholder dalam menciptakan produk/layanan baru
- Penerapan strategi diskon, voucher, atau paket promosi

Kolaborasi (*Collaborative Governance*)

Ansell dan Gash (2007) menjelaskan bahwa kolaborasi dalam tata kelola melibatkan interaksi konstruktif antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam merumuskan solusi bersama. Teori ini menekankan pentingnya partisipasi dan sinergi antar-aktor untuk mencapai tujuan yang kompleks, termasuk pemulihan sektor pariwisata di masa pandemi. Kolaborasi memungkinkan adanya pembagian sumber daya, pengetahuan, dan jaringan yang lebih luas untuk mengatasi keterbatasan. Dalam konteks pajak hotel dan restoran, kolaborasi dapat mendorong transparansi serta menciptakan strategi promosi bersama yang lebih kuat. Dengan demikian, kolaborasi menjadi kunci dalam meningkatkan PAD di tengah kondisi penuh ketidakpastian. Indikator:

- Kemitraan antara pemerintah daerah dengan pengusaha hotel/restoran
- Partisipasi aktif masyarakat dan komunitas pariwisata
- Program promosi atau inovasi bersama antar-stakeholder

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan analisis dengan teknik SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi faktor strategis secara tersusun untuk menentukan suatu strategi. (Haerah, 2017) Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang utuh terhadap subjek penelitian dimana posisi peneliti adalah menjadi instrumen kunci dalam penelitian. Hasil dari pendekatan kualitatif akan berbentuk deskripsi dari hasil data yang ditemukan. Menurut (Meleong, 2017) Urgensi dalam penelitian ini adalah bermaksud untuk memahami fenomena dan perasaan subjek peneliti dan kemudian dituangkan dalam bentuk deskripsi secara holistik dengan konteks khusus dengan menggunakan berbagai metode penelitian merupakan pengertian dari penelitian kualitatif.

Pendekatan kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak diperoleh oleh alat-alat prosedur statistik atau alat-alat kuantifikasi lainnya dan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif: ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri. (Suparman et al., 2019)

Deskripsi merupakan data yang berbentuk kata-kata dan bukan angka. Dengan demikian hasil dari penelitian akan sangat mungkin berasal dari catatan lapangan, foto dan dokumen pribadi. Semua data yang berhasil dikumpulkan merupakan kunci terhadap apa saja yang sudah diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan studi dokumentasi dimana penulis mengumpulkan data dari data-data yang tersedia di Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung yang kemudian data tersebut dilakukan analisa SWOT oleh penulis. Cara ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang mendukung penelitian sehingga peneliti dapat melakukan analisis dengan benar sesuai dengan data yang ada dilapangan. Sebelum itu penulis melakukan perizinan permohonan data kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai bahan analisa jurnal ini.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan observasi non partisipan terhadap data yang ada serta melakukan observasi di lapangan, dalam hal ini informan yang digunakan adalah pihak humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Peneliti melakukan wawancara secara online dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang mendukung terhadap data dari studi dokumentasi yang telah dimiliki, kemudian dari data studi dokumentasi tersebut dilakukan observasi terhadap lingkungan sekitar atau dilakukan *crosscheck* ulang apa yang terjadi sebenarnya apakah sudah sesuai dengan data yang ada.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada uraian di atas, penulis melakukan studi dokumentasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di kota Bandung untuk dilakukan analisis mengenai strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) kota Bandung dari Hotel dan Restoran pada masa pandemi Covid-19 ini. Berdasarkan studi dokumentasi tersebut di dapat beberapa data yang didapatkan terkait lingkup pariwisata di kota Bandung khususnya pada bidang hotel atau penginapan dan restoran, salah satunya yaitu mengenai presentase tingkat hunian hotel di kota Bandung.

Tabel 1: Presentase Tingkat Hunian di kota Bandung

TAHUN	2018	2019	2020	2021 (Sampai Juli)
TINGKAT HUNIAN %	67,8%	56,31%	38,2%	32,16%

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung, 2022

Data tersebut menerangkan bahwa tingkat hunian hotel di kota Bandung dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 (sampai bulan juli) mengalami penurunan. Dan mengalami penurunan tingkat hunian secara drastis pada tahun 2020 yaitu sekitar 38,2% dimana pada tahun tersebut merupakan awal munculnya pandemi covid-19 di Indonesia. Dilanjutkan dengan tahun 2021 dimana pada tahun tersebut juga tingkat hunian hotel di kota Bandung tidak mengalami kenaikan, melainkan presentase tingkat hunian turun menjadi 32,16%. Hal tersebut menjadi sebuah ancaman bagi sektor pariwisata khususnya pada sektor penginapan atau hotel, dimana hal tersebut dapat menurunkan pendapatan hotel atau penginapan di kota Bandung. Dampak dari penurunan tingkat hunian tersebut dapat menyebabkan melemahnya pendapatan pajak dari hotel dan penginapan, akibatnya tingkat pemasukan pun akan menurun. Namun hal ini dapat ditindaklanjuti oleh pemerintah setempat dengan melakukan program bantuan dalam upaya menurunkan tingkat pandemi Covid-19 di kota Bandung dan memaksimalkan fasilitasnya agar pengunjung/wisatawan yang akan berkunjung merasa lebih aman. Selain itu pemerintah dapat membuat atau meregulasi aturan mengenai protokol kesehatan yang mana pemerintah dapat berkolaborasi dengan sektor pariwisata yang terlibat agar sama-sama mendukung untuk menjaga dan mentaati aturan protokol kesehatan.

ARTIKEL

Tabel 2: Data Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke kota Bandung bulan Januari-September 2021

Januari	Februar i	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Septem ber
168.468	175.725	206.812	233.998	236.739	277.403	183.446	177.481	611.726

Sumber: Katalog Data Publik, 2021

Data tersebut menunjukkan data perkiraan jumlah pengunjung wisatawan ke kota Bandung pada tahun 2021 di bulan Januari sampai dengan bulan September. Pada data tersebut menunjukkan bahwa pada bulan Januari merupakan jumlah kunjungan wisatawan paling sedikit. Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan di kota Bandung paling banyak ada pada bulan September yaitu sekitar 611.726. Data tersebut terjadi penurunan dikarenakan pada tahun 2021 pandemi Covid-19 saat itu mulai memasuki gelombang kedua, dimana hal tersebut memicu keresahan baik itu kepada wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara untuk melakukan kunjungan atau berwisata khususnya di kota Bandung. Berdasarkan data tersebut tentu dengan adanya penurunan jumlah wisatawan ke kota Bandung akan menimbulkan beberapa resiko diantaranya adalah semakin memburuknya pemasukan di sektor pariwisata di kota Bandung, beberapa sektor pariwisata juga terancam bangkrut karena tidak adanya pemasukan, pajak daerah juga akan menurun.

Tabel 3: Data jumlah Kunjungan Wisatawan ke kota Bandung

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Wisatawan Domestik	5,388 .292	5,627 .421	5,877 .162	6,712. 574	6,770 .610	7,357 .785. 00	8,175 .221	3,229. 090
Wisatawan Mancanegara	176,4 32	180,1 43	183,9 32	186,94 8	189,9 02	227,5 60.00	252,8 42	30,21 0
Total	5,564 ,734	5,807 ,564	6,061 ,094	6,899, 522	6,960 ,512	7,585 ,345	8,428 ,063	3,259, 300

Sumber: Pelayanan Publik, 2021

Data tersebut menunjukkan jumlah data kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara ke kota Bandung pada tahun 2013-2020. Pada data tersebut menunjukkan tingkat kunjungan terendah pada wisatawan domestik pada tahun 2020 yaitu 3,229.090 dan pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara juga paling sedikit pada tahun 2020 yaitu 30,210. Pada data jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara di kota Bandung tersebut, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara lebih sedikit daripada jumlah kunjungan pada wisatawan domestik.

Berdasarkan beberapa data yang disajikan di atas, penulis kemudian membuat analisis strategi dalam meningkatkan pendapatan asli daerah kota Bandung dari Hotel dan Restoran dalam masa pandemi covid-19 ini dengan melakukan analisis menggunakan metode SWOT. Pertama, peneliti melakukan pengumpulan data yang ada, kemudian melakukan pengklasifikasian data yang selanjutnya akan dilakukan analisis SWOT yakni dilihat apa yang menjadi strength, weakness, opportunities, dan threats yang kemudian disusun strategi berupa strength-

opportunities (SO), weakness-opportunities (WO), strength-threats (ST), dan weakness-threats (WT).

Berikut merupakan hasil analisis SWOT strategi peningkatan anggaran pendapatan daerah (PAD) kota Bandung :

Tabel 4: Analisis SWOT

	Strength: Jumlah restoran di kota Bandung = 1448 Jumlah hotel/penginapan di kota Bandung = 508 Terdapat Kawasan wisata alam Terdapat Kawasan wisata Pendidikan dan Sejarah Terdapat Kawasan wisata belanja Terdapat Kawasan wisata kuliner Terdapat Kawasan wisata budaya Terdapat Kawasan wisata rohani Terdapat Kawasan wisata rekreatif	Weakness: Setiap sektor usaha masih berjalan masing-masing. Promosi belum optimal pada tataran internasional.
Opportunities: Perkembangan teknologi & informasi Masyarakat Indonesia yang konsumtif Media sosial Trend staycation di masyarakat	SO: Melakukan promosi Memberikan promosi/voucher diskon untuk staycation Memberikan voucher diskon staycation setelah mengunjungi kawasan wisata tertentu.	WO: Kolaborasi antar stakeholder Memanfaatkan media sosial untuk promosi Kolaborasi antar hotel/restoran di dekat kawasan wisata tertentu.
Threats: Presentase tingkat hunian hotel di kota Bandung semakin turun Penyebaran covid-19 dengan varian baru.	ST: Mengexpose kawasan wisata di kota Bandung Meningkatkan protokol kesehatan Menyediakan fasilitas protokol kesehatan Melakukan promosi wisata hotel/restoran dengan sistem outdoor untuk mengurangi	WT: Melakukan penyegaran tempat wisata Fokus meningkatkan pengunjung dengan membuat inovasi baru.

	penyebaran covid-19	
--	---------------------	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel analisis SWOT tersebut, didapatkan beberapa strength, weakness, opportunities dan threats yang didapatkan dari beberapa hasil data studi dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat ditarik analisa:

Strength :

- Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terdapat 1448 restoran yang beroperasi di kota Bandung dengan berbagai jenis konsep restoran yang berbeda. Diantaranya terdapat restoran dengan konsep *outdoor* maupun *indoor*.
- Jumlah hotel atau penginapan yang beroperasi di kota Bandung adalah berjumlah 508
- Di kota Bandung sendiri terdiri dari beberapa kawasan wisata seperti halnya: kawasan wisata alam, kawasan wisata pendidikan dan sejarah, kawasan wisata kuliner, kawasan wisata budaya, kawasan wisata rohani, maupun kawasan wisata rekreatif. Beberapa kawasan wisata di kota Bandung ini memiliki potensi untuk mendatangkan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara ke kota Bandung sehingga untuk wisatawan dari luar kota dan luar negeri memiliki peluang untuk tinggal di hotel atau penginapan di kota Bandung dan hal tersebut baik untuk peningkatan pendapatan asli daerah di kota Bandung.

Weakness :

- Berdasarkan beberapa data studi dokumentasi yang terdapat di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung ditemukan bahwa setiap sektor usaha yang ada di kota Bandung masih berjalan sendiri-sendiri.
- Promosi terkait pariwisata di kota Bandung belum optimal pada tataran internasional.

Opportunities :

- Perkembangan teknologi dan informasi yang mulai meningkat pesat, sehingga dapat menjadi peluang dalam melakukan promosi.
- Masyarakat Indonesia yang terkenal konsumtif merupakan peluang bagi pelaku pariwisata.
- Media sosial yang semakin cepat dan luas penyebarannya, sehingga media sosial ini dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai media promosi kepada masyarakat terkait informasi pariwisata.
- *Trend Staycation* di Indonesia saat ini sedang melejit, dimana trend ini menjadi kesempatan dan peluang yang sangat baik bagi pelaku usaha di kota Bandung terutama pada sektor hotel dan restoran.

Threats :

- Tingkat penghuni hotel dan penginapan di kota Bandung semakin menurun pada tahun 2020, sehingga hal ini menjadi suatu ancaman bagi sektor usaha di bidang hotel dan penginapan.
- Meningkatnya resiko penyebaran virus Covid-19 dengan hadirnya beberapa varian virus baru di masyarakat, resiko ini menjadi suatu ancaman utama yang akan menurunkan pasar pariwisata di kota Bandung sehingga ancaman ini perlu dilakukan pencegahan dan diatasi agar tidak terjadi.

Berdasarkan pada hasil analisa SWOT berupa *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threats* kemudian ditentukan strategi dari beberapa fokus tersebut yakni:

Strength-Opportunities (SO):

Berdasarkan uraian pada peluang dan kekuatan yang di miliki oleh kota Bandung sebagai kota yang memiliki banyak berbagai jenis tempat wisata, tentu hal tersebut menjadi sesuatu yang baik untuk meningkatkan pendapatan asli daerah kota Bandung. Di kota Bandung sendiri

terdapat banyak sekali hotel atau penginapan maupun beberapa restoran yang disediakan untuk memfasilitasi wisatawan domestik maupun mancanegara ketika sedang berkunjung ke kota Bandung. Banyaknya kawasan wisata di kota Bandung mendukung akan kenaikan peningkatan pendapatan asli daerah dari sektor hotel/penginapan dan restoran. Banyaknya tempat wisata membuat banyak pengunjung dari luar kota Bandung mengharuskan untuk singgah di hotel atau penginapan saat mereka berlibur. Selain itu juga saat ini mulai muncul trend Staycation di kalangan masyarakat sendiri yang mana hal tersebut dapat menaikkan minat berkunjung ke hotel atau penginapan maupun restoran di kota Bandung. Berdasarkan pada peluang dan kekuatan yang dimiliki, maka perlu beberapa strategi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan PAD Kota Bandung yakni dengan melakukan promosi pada hotel atau restoran yang berkolaborasi antara pemerintah daerah dengan beberapa tempat wisata lain, hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung hotel dan restoran yang nantinya akan berimbas pada bertambahnya pajak daerah dari sektor hotel dan restoran di kota Bandung.

Weakness-Opportunities (WO):

Pemerintah daerah dapat melakukan kolaborasi dengan beberapa pemilik usaha hotel/penginapan, restoran maupun tempat wisata di kota Bandung untuk meningkatkan pendapatan daerahnya. Dalam hal ini pemerintah daerah dapat berperan sebagai aspek yang membantu dalam mempromosikan pariwisata yang ada di kota Bandung terhadap wisatawan di luar kota Bandung khususnya terhadap wisatawan mancanegara. Sehingga sejalan dengan promosi yang dilakukan oleh pemerintah, pegiat usaha juga diharapkan dapat memberikan paket wisata yang menguntungkan bagi wisatawan. Dengan adanya kolaborasi akan memaksimalkan peluang-peluang usaha di kota Bandung dan meningkatkan kembali kolaborasi antar stakeholder yang masih berjalan masing-masing. Dalam strategi promosi tersebut dapat juga memanfaatkan media sosial yang sedang naik daun seperti *tiktok*, *youtube*, dll.

Strength-Threats (ST):

Strategi lain yaitu dengan melihat kekuatan yang dimiliki dan melihat ancaman yang akan dihadapi dalam meningkatkan pendapatan daerah yaitu pemerintah dapat mengeluarkan aturan-aturan yang sifatnya dapat menekan atau mengontrol penyebaran covid-19, pemerintah dapat saling berkolaborasi dengan pihak pemilik usaha hotel/penginapan maupun restoran dengan cara memfasilitasi protokol kesehatan dan patuh akan aturan protokol kesehatan, dengan begitu kehidupan pariwisata akan tetap berjalan walaupun di masa pandemi covid-19, lalu membuka beberapa kawasan wisata dan melakukan inovasi baru seperti konsep outdoor terhadap hotel dan restoran.

Weakness-Threats (WT):

Strategi lain yang dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor hotel dan restoran adalah dengan fokus untuk meningkatkan pengunjung hunian hotel dengan membuat beberapa inovasi baru. Selain itu juga pemerintah daerah dapat meningkatkan kembali upaya preventif terhadap masyarakat dengan meningkatkan vaksinasi di wilayah kota Bandung dengan tujuan untuk menurunkan resiko masyarakat sekitar terinfeksi virus covid-19 kemudian pemerintah dapat meningkatkan tracking terhadap wisatawan yang akan berkunjung dan berwisata ke kota Bandung.

Berdasarkan uraian hasil analisis SWOT mengenai strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di kota Bandung, maka dihasilkan penjelasan bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah beserta pelaku usaha seperti hotel/penginapan dan restoran yang ada di kota Bandung, di mana strategi tersebut yakni dengan melakukan perubahan-perubahan dan inovasi terhadap usaha mereka dengan melakukan

kolaborasi antar stakeholder yang bertujuan untuk menciptakan inovasi baru dan memancing wisatawan untuk berwisata ke kota Bandung, kemudian pelaku usaha dapat melakukan promosi dan memberikan voucher diskon terhadap wisatawan dalam masa pandemi ini sehingga dapat meningkatkan kembali jumlah pengunjung khususnya hotel dan restoran. Namun, selain meningkatkan pengunjung dengan cara memberikan diskon, pemilik usaha juga harus berkolaborasi dalam mensukseskan pencegahan penyebaran covid-19 dengan cara memperketat protokol kesehatan dan tetap mematuhi aturan yang berlaku di kota Bandung. Selain itu pemerintah dapat membuat aturan yang jelas mengenai kunjungan wisata ke kota Bandung bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara sehingga dengan aturan yang jelas akan lebih dapat memberikan persiapan terhadap wisatawan yang akan datang ke kota Bandung. Beberapa strategi dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah tersebut dilakukan guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke kota Bandung, sehingga harapannya dengan meningkatnya jumlah pengunjung di kota Bandung dan banyak pula wisatawan yang mengunjungi hotel maupun restoran di kota Bandung maka Pajak Daerah pun akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara ke kota Bandung. Dengan Pajak Daerah di kota Bandung meningkat, maka Pendapatan Asli Daerah (PAD) di kota Bandung pun semakin baik.

E. SIMPULAN

Adapun simpulan yang didapatkan pada data yang dibahas dalam penelitian ini, ditemukan bahwa beberapa sektor usaha di kota Bandung khususnya pada sektor hotel dan restoran mengalami penurunan yang sangat tajam pada masa Pandemi Covid-19 ini, sehingga dari temuan tersebut dapat diuraikan beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di kota Bandung ini adalah pelaku usaha dari setiap sektor baik itu sektor hotel, restoran dan tempat wisata lainnya dapat berkolaborasi dan dapat menciptakan inovasi baru yang dapat memicu tumbuhnya jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara di kota Bandung, melakukan beberapa promosi untuk meningkatkan kunjungan hotel dan restoran, selain itu pelaku usaha diharapkan mampu berkolaborasi dan bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk menciptakan kawasan usaha dan wisata yang patuh terhadap protokol kesehatan sehingga dapat mengurangi resiko penyebaran virus covid-19, pelaku usaha dapat menyediakan dan memfasilitasi setiap bentuk pencegahan dari penyebaran covid-19. Dengan strategi-strategi tersebut, harapannya jumlah kunjungan wisatawan di kota Bandung meningkat dan pengunjung hotel maupun restoran pun meningkat. Sehingga dengan meningkatnya jumlah pengunjung hotel dan restoran akan meningkatkan pula Pajak Daerah di kota Bandung dimana hal tersebut baik untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Adapun keterbatasan dalam artikel ini adalah hanya mengumpulkan data-data atau studi dokumentasi yang ada di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kota Bandung, sehingga analisis strategi ini tidak dilakukan secara menyeluruh dari setiap aspek lainnya.

REFERENSI

- Ansell, C., & Gash, A. (2007). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
<https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Alhusain, A. S., Mauleny, A. T., & Sayekti, N. W. (2018). Kebijakan dan strategi peningkatan pendapatan asli daerah dalam pembangunan nasional. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- (2022, 01 10). Retrieved from Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung: <https://disbudpar.bandung.go.id/>
- Alfariq, S. &. (2020). Pengembangan Potensi Pariwisata Pada Objek Wisata Hutan Mangrove Surabaya. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik (JSEP)*, 1 (4).
- Andriyawan, D. (2019, September 12). Sektor Pariwisata Sumbang 33% PAD Kota Bandung.
- Dahuri, A., Harjo, D., & Balancia, C. (2021). Analisis Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Restoran Kota Bekasi Tahun 2020 Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Badan Pendapatan Daerah Kota Bekasi Di Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)*, 3(1), 39-45.
- Haerah, K. (2017). Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dari Sektor Pajak Hotel dan Restoran di Kabupaten Jember. 17, 2.
- Halim, A. (2016). *Akuntansi sektor publik: Akuntansi keuangan daerah* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Jessy, T. A. P. (2014). Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Balikpapan Melalui Pajak Daerah Sektor Pariwisata Tiara Apriani Putri Jessy1 Abstrak.
- Katalog Data Publik. (2021, 01 10). Retrieved from Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung: <https://disbudpar.bandung.go.id/>
- Meleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nurhayati, S. (2008). Pendekatan QSPM Sebagai Dasar Perumusan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Batang, Jawa Tengah.
- Nilawati, E. (2019). Analisis dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(1), 41-60.
- Pangestu, P. (2021). Strategi Pengelolaan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Jambi . IPDN.ac.id.
- Pelayanan Publik. (2021, 01 10). Retrieved from Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung: https://disbudpar.bandung.go.id/c_umum
- PUTRA, N. D. (2021). Strategi Pemungutan Pajak Restoran Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat (Doctoral dissertation, IPDN Jatinangor).
- Sabuna, A., Kellen, P. B., & Libing, Z. S. (2022). Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Pad) Dari Sektor Pajak Hotel Dan Restoran Di Kota Kupang Pada Masa Pandemi Covid-19. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 170-181.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/1809051>
- Suparman, N., Engkus, E., Syamsir, S., Fadjar, F., & Mubarok, M. (2019). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Hotel Atas rumah Kos di Kota Bandung. *Administrasi Publik*, 5(3), 304–318.