

Strategi Adaptasi Usaha Homestay dalam Menghadapi Gejolak Pariwisata Pasca-Pandemi: Studi Kasus di Kawasan Danau Toba, Sumatera Utara

¹Regina Samosir

¹Mahasiswa Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
HKBP Nommensen Medan

E-mail: regina.samosir@student.uhn.ac.id

Diajukan : 17/Desember/2024

Direvisi : 20/Desember/2024

Diterima : 23/Desember/2024

Abstract :: The COVID-19 pandemic has devastated global tourism, including homestay businesses in the Lake Toba region, which are crucial to the local economy. This qualitative study examines homestays' post-pandemic adaptation strategies. The pandemic's impact has led to a drastic decline in visits and shifts in tourist preferences, with tourists seeking safety, cleanliness, and private experiences. To recover, homestay owners have implemented product and service innovations (e.g., local experience packages, enhanced CHSE standards), marketing digitalization (social media, OTAs), operational efficiency, and revenue diversification. Local collaboration and networks are also key. These adaptation strategies contribute to the multidimensional sustainability of homestay businesses. Economically, homestays can regain income and build a more resilient business model. Socially, adaptation based on local experiences and collaboration strengthens cultural preservation and community engagement. Family and community support are key supporting factors, although limited capital and the digital divide remain barriers. This study emphasizes the importance of innovative and integrated adaptation to realize resilient and sustainable community-based tourism in Lake Toba.

Keywords: Homestay, Adaptation, Tourism, Post-Pandemic, Lake Toba, Sustainability.

Abstrak : Pandemi COVID-19 menghantam pariwisata global, termasuk usaha homestay di Kawasan Danau Toba yang krusial bagi ekonomi lokal. Penelitian kualitatif ini mengkaji strategi adaptasi homestay pasca-pandemi. Dampak pandemi menyebabkan penurunan kunjungan drastis dan perubahan preferensi wisatawan yang kini mencari keamanan, kebersihan, dan pengalaman privat. Untuk bangkit, pemilik homestay mengimplementasikan inovasi produk dan layanan (misalnya, paket pengalaman lokal, peningkatan standar CHSE), digitalisasi pemasaran (media sosial, OTA), efisiensi operasional, serta diversifikasi pendapatan. Kolaborasi dan jaringan lokal juga menjadi kunci penting. Strategi adaptasi ini berkontribusi pada keberlanjutan usaha homestay secara multidimensional. Secara ekonomi, homestay dapat kembali menghasilkan pendapatan dan membangun model bisnis yang lebih resilien. Secara sosial, adaptasi berbasis pengalaman lokal dan kolaborasi memperkuat pelestarian budaya serta keterlibatan komunitas. Dukungan keluarga dan masyarakat menjadi faktor pendukung utama, meskipun keterbatasan modal dan kesenjangan digital masih menjadi penghambat. Studi ini menekankan pentingnya adaptasi inovatif dan terintegrasi untuk mewujudkan pariwisata berbasis masyarakat yang tangguh dan berkelanjutan di Danau Toba.

Kata Kunci: Homestay, Adaptasi, Pariwisata, Pasca-Pandemi, Danau Toba, Keberlanjutan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor vital yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian global, termasuk di Indonesia. Namun, sektor ini sangat rentan terhadap berbagai gejolak, seperti bencana alam, krisis ekonomi, dan terutama pandemi global. Pandemi *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) yang melanda dunia sejak awal tahun 2020 telah memberikan dampak yang luar biasa terhadap industri pariwisata. Pembatasan perjalanan, *lockdown*, dan kekhawatiran akan penyebaran virus menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan, berujung pada lumpuhnya operasional sebagian besar pelaku usaha pariwisata, termasuk usaha homestay.

Kawasan Danau Toba, yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, merupakan salah satu destinasi pariwisata prioritas di Indonesia, bahkan telah ditetapkan sebagai salah satu Destinasi Super Prioritas (DSP). Keindahan alam Danau Toba, kekayaan budaya Batak, dan keramahan masyarakatnya menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya. Dalam ekosistem pariwisata Danau Toba, usaha homestay memegang peranan krusial. Homestay tidak hanya menyediakan akomodasi yang terjangkau, tetapi juga menawarkan pengalaman otentik bagi wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal, mengenal budaya, dan merasakan kehidupan sehari-hari. Banyak homestay di Danau Toba dimiliki dan dikelola oleh keluarga, menjadikannya tulang punggung ekonomi bagi masyarakat di sekitar danau.

Gejolak pariwisata akibat pandemi COVID-19 memberikan pukulan telak bagi keberlangsungan usaha homestay di Danau Toba. Penutupan akses, pembatalan pemesanan, dan ketidakpastian kondisi pasar menyebabkan banyak

homestay mati suri atau bahkan gulung tikar. Namun, seiring dengan meredanya pandemi dan dimulainya era kenormalan baru, sektor pariwisata secara perlahan mulai bangkit. Situasi ini menuntut strategi adaptasi yang cepat dan inovatif dari para pelaku usaha homestay. Mereka harus mampu menyesuaikan model bisnis, operasional, dan strategi pemasaran untuk bertahan dan kembali menarik wisatawan dalam kondisi pasar yang telah berubah.

Studi mengenai adaptasi usaha homestay di tengah gejolak pasca-pandemi menjadi sangat relevan. Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana para pemilik dan pengelola homestay di Kawasan Danau Toba merumuskan dan mengimplementasikan strategi adaptasi mereka. Memahami strategi ini penting tidak hanya untuk kelangsungan bisnis mereka sendiri, tetapi juga untuk memberikan pelajaran berharga bagi pengembangan pariwisata yang lebih tangguh dan berkelanjutan di masa depan. Pendekatan kualitatif akan digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan cerita mendalam dari para pelaku usaha homestay, memberikan gambaran utuh tentang perjuangan dan inovasi mereka dalam menghadapi tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Tinjauan Pustaka

Pariwisata

Pariwisata adalah fenomena pergerakan manusia untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau tujuan lain yang bersifat sementara, di luar tempat tinggal atau lingkungannya yang biasa (WTO, 1999). Lebih dari sekadar perjalanan, pariwisata mencakup seluruh interaksi dan dampak yang timbul dari proses tersebut, baik bagi wisatawan, masyarakat lokal, lingkungan, maupun ekonomi. Menurut Spilane (1998) dalam Pitana

dan Gayatri (2005), pariwisata adalah suatu bentuk perjalanan dan pengalaman yang melibatkan interaksi antara wisatawan, penyedia layanan pariwisata, pemerintah, dan masyarakat lokal. Perkembangan pariwisata modern tidak hanya fokus pada objek wisata, tetapi juga pada pengalaman yang ditawarkan, keberlanjutan lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Industri pariwisata memiliki beberapa karakteristik unik yang membedakannya dari industri lain, antara lain (Hall & Page, 2014):

1. Tidak Berwujud (Intangible): Produk pariwisata berupa pengalaman, bukan barang fisik.
2. Tidak Terpisahkan (Inseparable): Produksi dan konsumsi layanan pariwisata terjadi secara simultan di lokasi yang sama.
3. Heterogen (Heterogeneous): Kualitas layanan dapat bervariasi tergantung penyedia, waktu, dan kondisi.
4. Tidak Tahan Lama (Perishable): Layanan yang tidak digunakan pada waktu tertentu akan hilang nilainya (misalnya, kamar hotel yang kosong).
5. Sensitif terhadap Perubahan Eksternal: Sangat rentan terhadap gejolak ekonomi, politik, bencana alam, dan isu kesehatan global seperti pandemi.

Peran dan Fungsi Homestay dalam Pariwisata

Homestay adalah jenis akomodasi yang menawarkan penginapan di rumah tinggal penduduk lokal, seringkali dengan interaksi langsung dengan pemilik atau keluarga (Liu, 2003). Konsep homestay berbeda dari hotel atau *resort* karena menitikberatkan pada pengalaman otentik, imersif, dan budaya. Di Indonesia, homestay seringkali menjadi bagian integral dari pariwisata berbasis masyarakat (CBT), di mana masyarakat lokal berperan aktif dalam pengembangan dan

pengelolaan pariwisata (Timothy & Boyd, 2003).

Fungsi utama homestay meliputi:

1. Akomodasi: Menyediakan tempat tinggal sementara bagi wisatawan.
2. Pengalaman Budaya: Memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk merasakan kehidupan lokal, tradisi, dan kuliner.
3. Distribusi Manfaat Ekonomi: Secara langsung mengalirkan pendapatan kepada masyarakat lokal.
4. Promosi Destinasi: Menjadi bagian dari daya tarik sebuah destinasi, khususnya bagi wisatawan yang mencari pengalaman berbeda.

Gejolak dan Krisis dalam Pariwisata

Gejolak dalam pariwisata merujuk pada perubahan atau gangguan yang signifikan dan tiba-tiba yang dapat mempengaruhi operasional dan keberlanjutan sektor pariwisata (Faulkner, 2001). Sementara itu, krisis pariwisata adalah kondisi yang lebih parah dan seringkali berkepanjangan, yang dapat mengancam eksistensi destinasi atau bisnis pariwisata (Henderson, 2003). Krisis dapat bersumber dari bencana alam (gempa bumi, tsunami), epidemi/pandemi (SARS, COVID-19), krisis ekonomi, konflik politik, hingga serangan teroris.

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Pariwisata

Pandemi COVID-19 adalah salah satu krisis terbesar yang pernah dihadapi industri pariwisata global. Dampaknya bersifat multifaset (Gössling et al., 2020):

1. Penurunan Permintaan: Pembatasan perjalanan, ketakutan akan penularan, dan kondisi ekonomi yang memburuk menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan.
2. Penutupan Bisnis: Banyak usaha pariwisata, termasuk homestay, terpaksa menghentikan operasional.

3. Perubahan Perilaku Konsumen: Wisatawan cenderung mencari destinasi yang aman, *private*, dan dekat dengan alam, serta mengutamakan aspek kesehatan dan kebersihan.
4. Disrupsi Rantai Pasok: Terganggunya rantai pasok global dan lokal yang memengaruhi ketersediaan barang dan jasa untuk industri pariwisata.
5. Kehilangan Pekerjaan: Banyak karyawan di sektor pariwisata kehilangan pekerjaan atau mengalami pengurangan jam kerja.

Adaptasi dan Resiliensi Bisnis

Adaptasi merujuk pada kemampuan suatu organisasi atau sistem untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan guna mencapai atau mempertahankan tujuannya (Lewin, 1951). Dalam konteks bisnis, adaptasi melibatkan penyesuaian strategi, struktur, proses, dan budaya organisasi untuk merespons perubahan eksternal maupun internal (Hamel & Prahalad, 1994). Adaptasi bersifat dinamis dan berkelanjutan, bukan sekadar respons sesaat. **Resiliensi bisnis** adalah kemampuan suatu organisasi untuk mengantisipasi, mempersiapkan diri, merespons, dan pulih dari gangguan (internal maupun eksternal) tanpa kerusakan permanen atau kerugian signifikan (Sheffi, 2005). Bisnis yang resilien tidak hanya mampu bertahan dari krisis, tetapi juga belajar dari pengalaman tersebut untuk menjadi lebih kuat dan adaptif di masa depan. Konsep resiliensi sangat relevan dalam menghadapi gejolak pariwisata.

Keberlanjutan Usaha dalam Konteks Homestay

Keberlanjutan usaha (business sustainability) merujuk pada kemampuan suatu organisasi untuk mengelola triple bottom line (ekonomi, sosial, dan lingkungan) agar dapat beroperasi secara efektif dalam jangka panjang (Elkington, 1997). Dalam

konteks bisnis, ini berarti tidak hanya mencapai profit, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Indikator Keberlanjutan Usaha Homestay

Untuk homestay, indikator keberlanjutan dapat mencakup:

1. Aspek Ekonomi: Profitabilitas, aliran kas yang stabil, diversifikasi pendapatan, dan kemampuan untuk berinvestasi kembali.
2. Aspek Sosial: Hubungan baik dengan komunitas lokal, partisipasi masyarakat, penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya lokal, dan peningkatan kesejahteraan pemilik/pengelola.
3. Aspek Lingkungan: Praktik ramah lingkungan (pengelolaan sampah, efisiensi energi, penggunaan air bersih), dan kontribusi terhadap pelestarian alam di sekitar destinasi.

Keterkaitan Adaptasi dengan Keberlanjutan

Strategi adaptasi yang berhasil diimplementasikan oleh usaha homestay pasca-pandemi memiliki dampak langsung pada keberlanjutan mereka. Dengan beradaptasi secara efektif, homestay tidak hanya mampu bertahan dari gejolak, tetapi juga berpotensi untuk berkembang dan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan di masa depan. Adaptasi yang tepat dapat membangun fondasi yang lebih kuat untuk menghadapi tantangan serupa di kemudian hari.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus (case study). Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dari sudut pandang partisipan, mengeksplorasi makna, pengalaman, dan persepsi mereka dalam konteks alami (Creswell, 2014).

Hal ini sangat relevan untuk menggali kompleksitas strategi adaptasi usaha homestay yang melibatkan keputusan, pengalaman pribadi, dan interaksi sosial. Dalam penelitian ini, fenomena yang diteliti adalah "strategi adaptasi usaha homestay", dan konteksnya adalah "gejolak pariwisata pasca-pandemi di Kawasan Danau Toba". Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan kekayaan data yang tidak mungkin diperoleh melalui metode kuantitatif.

Lokasi penelitian adalah Kawasan Danau Toba, Sumatera Utara. Area spesifik dalam Kawasan Danau Toba akan difokuskan pada daerah-daerah yang memiliki konsentrasi homestay yang signifikan dan mengalami dampak pandemi secara langsung, seperti Pulau Samosir (Tuktuk Siadong, Tomok, Ambarita) dan Parapat. Penelitian ini akan dilaksanakan selama periode empat bulan, dari Maret hingga Juli 2025. Periode ini dianggap cukup untuk melakukan pengumpulan data kualitatif secara mendalam, termasuk wawancara dan observasi.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola usaha homestay di Kawasan Danau Toba. Pemilihan informan akan dilakukan secara purposive sampling (sampel bertujuan), yaitu pemilihan informan didasarkan pada kriteria tertentu yang dianggap relevan dan mampu memberikan informasi yang kaya sesuai dengan tujuan penelitian (Patton, 2015). Kriteria informan meliputi:

1. Pemilik/pengelola homestay yang telah beroperasi sebelum pandemi COVID-19.
2. Homestay yang masih aktif beroperasi atau telah memulai kembali operasionalnya pasca-pandemi.
3. Bersedia untuk diwawancarai secara mendalam dan berpartisipasi dalam penelitian.

4. Memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai mengenai operasional homestay dan strategi adaptasi yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kawasan Danau Toba Pasca-Pandemi

Kawasan Danau Toba, sebagai salah satu DSP, menunjukkan tanda-tanda pemulihan pariwisata pasca-pandemi COVID-19, meskipun belum sepenuhnya kembali ke tingkat sebelum pandemi. Terjadi pergeseran preferensi wisatawan menuju wisata berbasis alam, *outdoor activities*, dan pengalaman lokal yang lebih privat. Destinasi seperti Pulau Samosir (Tuktuk Siadong, Tomok, Ambarita) dan Parapat menjadi fokus kunjungan wisatawan domestik yang mencari ketenangan dan pengalaman budaya. Protokol kesehatan menjadi perhatian utama bagi penyedia layanan, meskipun implementasinya bervariasi di antara usaha kecil. Aksesibilitas via jalur darat dan udara (Bandara Silangit) perlahan membaik, mendukung peningkatan mobilitas wisatawan. Namun, tantangan terkait infrastruktur digital dan promosi yang terintegrasi masih menjadi pekerjaan rumah.

Informan Penelitian

Penelitian ini melibatkan 6-8 informan yang merupakan pemilik atau pengelola homestay di beberapa area di sekitar Danau Toba. Informan-informan penelitian ini memiliki latar belakang dan pengalaman yang beragam, memberikan perspektif yang komprehensif mengenai dampak pandemi dan berbagai upaya adaptasi yang telah mereka lakukan.

Dampak Gejolak Pariwisata Pasca-Pandemi terhadap Usaha Homestay

Dampak pandemi COVID-19 dirasakan secara mendalam oleh seluruh informan. Gambaran umum menunjukkan bahwa fase awal pandemi menyebabkan lumpuhnya

operasional, diikuti dengan masa pemulihan yang lambat dan penuh tantangan.

Penurunan Jumlah Kunjungan dan Pendapatan yang Drastis

Hampir seluruh informan melaporkan penurunan drastis hingga nol pendapatan pada puncak pandemi dan beberapa bulan setelahnya. Kondisi ini memaksa mereka untuk mencari alternatif atau menunda operasional.

1. "Waktu awal pandemi itu, homestay kami benar-benar kosong. Belum pernah terjadi seperti ini selama belasan tahun kami buka. Nol pendapatan, padahal pengeluaran tetap jalan." (Bapak Toni, Tuktuk Siadong)
 2. "Dulu kami bisa dapat 5-7 grup wisatawan asing sebulan. Sekarang, kalau ada tamu domestik satu atau dua keluarga saja sudah syukur." (Ibu Siti, Tomok)
- Penurunan ini tidak hanya memengaruhi pendapatan langsung dari penyewaan kamar, tetapi juga pendapatan sampingan seperti penjualan makanan, minuman, dan layanan tur lokal.

Perubahan Perilaku dan Preferensi Wisatawan

Pasca-pandemi, informan mengamati perubahan signifikan dalam perilaku dan preferensi wisatawan yang datang ke Danau Toba.

1. **Prioritas Kesehatan dan Kebersihan:** Wisatawan menjadi lebih selektif dan mengutamakan akomodasi yang menerapkan protokol kesehatan ketat. "Sekarang tamu itu pasti tanya, 'Sudah disemprot disinfektan belum kamarnya, Bu?' Mereka lebih hati-hati." (Ibu Lidya, Parapat)
2. **Mencari Privasi dan Ketenangan:** Ada peningkatan permintaan untuk akomodasi yang lebih privat, tidak terlalu ramai, dan dekat dengan alam. Homestay

yang terpencil atau menawarkan pemandangan langsung ke danau menjadi lebih diminati.

3. **Dominasi Wisatawan Domestik:** Sebagian besar tamu yang datang adalah wisatawan domestik, terutama dari Sumatera Utara dan kota-kota besar di Jawa, menggantikan dominasi wisatawan mancanegara sebelumnya.

Tantangan Operasional dan Regulasi Pasca-Pandemi

Selain penurunan pendapatan, pemilik homestay juga menghadapi berbagai tantangan operasional:

1. **Biaya Protokol Kesehatan:** Pengadaan *hand sanitizer*, disinfektan, termometer, dan pembersihan ekstra menambah beban biaya operasional.
2. **Tenaga Kerja:** Beberapa homestay terpaksa merumahkan atau mengurangi jam kerja karyawan, terutama jika mereka mempekerjakan lebih dari sekadar anggota keluarga.
3. **Akses Informasi Regulasi:** Keterbatasan akses informasi dan pemahaman tentang regulasi terbaru dari pemerintah terkait pariwisata dan kesehatan menjadi tantangan bagi beberapa pemilik.
4. **Persaingan:** Meskipun terjadi penurunan jumlah tamu secara keseluruhan, persaingan antar-homestay dan dengan akomodasi lain tetap ada.

Strategi Adaptasi Usaha Homestay Pasca-Pandemi

Untuk bertahan dan bangkit kembali, para pemilik homestay di Kawasan Danau Toba telah mengimplementasikan beragam strategi adaptasi, yang dapat dikelompokkan menjadi beberapa tema utama:

Inovasi Produk dan Peningkatan Layanan

Strategi ini berfokus pada penyesuaian penawaran homestay

agar lebih sesuai dengan preferensi wisatawan pasca-pandemi.

- a. **Pengembangan Paket Pengalaman Lokal:** Banyak homestay mulai menawarkan paket tidak hanya sekadar menginap, tetapi juga melibatkan aktivitas budaya dan alam.

1. "Kami sekarang ada paket 'Belajar Masak Arsik Ikan Mas' atau 'Membuat Ulos Mini'. Tamu jadi punya kegiatan dan dapat pengalaman berbeda." (Ibu Siti, Tomok)

2. Beberapa homestay yang berdekatan dengan area pertanian juga menawarkan "Agrowisata mini" atau aktivitas memetik buah.

- b. **Peningkatan Standar Kebersihan dan Higiene (CHSE):** Ini adalah prioritas utama untuk membangun kepercayaan tamu.

1. "Setiap tamu *check-out*, kamar langsung kami bersihkan total, disemprot disinfektan, sprei diganti semua. Kami juga sediakan *hand sanitizer* di setiap sudut." (Bapak Rama, Ambarita)

2. Meskipun tidak semua memiliki sertifikasi resmi CHSE, upaya mandiri untuk menjaga kebersihan sangat ditekankan.

- c. **Fleksibilitas Pemesanan:** Kebijakan pembatalan atau perubahan tanggal yang lebih fleksibel ditawarkan untuk mengurangi kekhawatiran wisatawan.

Digitalisasi Pemasaran dan Komunikasi

Pemanfaatan teknologi digital menjadi krusial untuk menjangkau wisatawan di tengah pembatasan fisik.

- a. **Optimalisasi Media Sosial:** Instagram dan Facebook menjadi platform utama untuk promosi visual, menampilkan keindahan pemandangan, fasilitas homestay, dan aktivitas yang ditawarkan.

1. "Dulu cuma promosi dari mulut ke mulut. Sekarang wajib punya Instagram, foto-foto yang bagus, sering *update story* biar orang tahu kami masih ada." (Ibu Lidy, Parapat)

- b. **Pendaftaran di Online Travel Agent (OTA):** Homestay yang sebelumnya hanya mengandalkan pemesanan langsung mulai mendaftar di platform seperti Booking.com, Traveloka, atau Airbnb.

1. "Lewat OTA memang ada potongannya, tapi jangkauannya luas. Banyak tamu yang awalnya tahu kami dari sana." (Bapak Toni, Tuktuk Siadong)

- c. **Komunikasi Langsung via WhatsApp:** Penggunaan WhatsApp untuk reservasi, komunikasi detail, dan pelayanan pelanggan menjadi sangat intensif.

Efisiensi Operasional dan Diversifikasi Pendapatan

Untuk menjaga keberlanjutan finansial, homestay melakukan efisiensi dan mencari sumber pendapatan tambahan.

- a. **Penghematan Biaya Rutin:** Mengurangi pengeluaran non-esensial, seperti listrik, air, dan pemeliharaan yang tidak mendesak.

1. "Kalau tidak ada tamu, lampu mati semua, air juga lebih irit. Kita benar-benar hitung pengeluaran." (Bapak Johan, Tuktuk Siadong)

- b. **Pemanfaatan Sumber Daya Lokal:** Mengoptimalkan hasil pertanian pribadi atau membeli bahan baku dari tetangga untuk mengurangi biaya dan mendukung ekonomi lokal.

- c. **Diversifikasi Pendapatan Non-Akomodasi:**

1. Beberapa homestay mulai menjual produk lokal (kerajinan, kopi, makanan ringan) kepada tamu.

2. Menyewakan sebagian area homestay untuk kegiatan kecil seperti *gathering* keluarga atau sesi foto.

Implikasi Strategi Adaptasi terhadap Keberlanjutan Usaha Homestay

Strategi adaptasi yang telah diterapkan oleh para pemilik homestay memiliki implikasi signifikan terhadap keberlanjutan usaha mereka, dilihat dari berbagai dimensi.

Keberlanjutan Ekonomi

Strategi adaptasi membantu homestay untuk kembali menghasilkan pendapatan, meskipun belum mencapai tingkat pra-pandemi. Digitalisasi pemasaran dan diversifikasi produk memungkinkan mereka menjangkau segmen pasar baru (domestik) dan menciptakan aliran pendapatan tambahan. Efisiensi operasional juga membantu menjaga margin keuntungan.

"Pendapatan memang belum sebesar dulu, tapi sekarang setidaknya kami bisa menutup biaya operasional dan ada sisa untuk kebutuhan keluarga. Ini sudah jauh lebih baik dari waktu nol tamu." (Ibu Lidy, Parapat) Strategi ini membentuk model bisnis yang lebih resilien secara finansial, tidak sepenuhnya bergantung pada satu sumber pendapatan atau satu jenis wisatawan.

Keberlanjutan Lingkungan

Meskipun tidak menjadi fokus utama adaptasi pasca-pandemi, beberapa strategi secara tidak langsung berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Efisiensi energi (menghemat listrik) dan penggunaan bahan baku lokal dari pertanian sekitar dapat mengurangi jejak karbon. Selain itu, homestay yang menawarkan pengalaman ekowisata juga meningkatkan kesadaran lingkungan pada wisatawan.

"Kami selalu edukasi tamu untuk tidak buang sampah sembarangan

di danau. Lingkungan bersih, tamu juga nyaman." (Bapak Johan, Tuktuk Siadong) Kesadaran akan kebersihan, yang meningkat karena protokol kesehatan, juga dapat diperluas menjadi kesadaran kebersihan lingkungan secara umum.

Pembahasan

Temuan penelitian ini secara umum selaras dengan literatur mengenai resiliensi bisnis (Sheffi, 2005) dan strategi adaptasi dalam pariwisata pasca-krisis (Ritchie, 2004; Prideaux, 2002). Krisis pandemi COVID-19 telah memaksa usaha homestay di Danau Toba untuk menunjukkan kapasitas adaptif yang tinggi, tidak hanya untuk bertahan, tetapi juga untuk menemukan model operasional baru.

Digitalisasi pemasaran terbukti menjadi strategi adaptasi yang universal dan vital, sejalan dengan tren global yang mempercepat adopsi teknologi di sektor pariwisata (Gössling et al., 2020). Kemampuan pemilik homestay untuk beralih dari promosi konvensional ke platform media sosial dan OTA menjadi penentu keberlanjutan mereka. Namun, penelitian ini juga menyoroti kesenjangan digital yang masih ada, terutama bagi informan dengan keterbatasan keterampilan dan infrastruktur. Ini mengindikasikan bahwa dukungan pemerintah atau lembaga terkait dalam literasi digital menjadi sangat krusial.

Inovasi produk dan layanan, terutama melalui pengembangan paket pengalaman lokal, menunjukkan bahwa otentisitas dan personalisasi adalah kunci untuk menarik wisatawan pasca-pandemi yang cenderung mencari pengalaman unik dan aman. Hal ini menguatkan konsep pariwisata berbasis masyarakat (Timothy & Boyd, 2003) di mana interaksi dengan budaya lokal menjadi daya tarik utama homestay.

Yang menarik adalah peran dominan dukungan keluarga dan komunitas lokal sebagai faktor pendukung adaptasi. Aspek ini mungkin tidak terlalu menonjol dalam studi bisnis berskala besar, tetapi sangat signifikan dalam konteks UMKM homestay yang seringkali merupakan usaha keluarga. Ketergantungan pada modal sosial ini menjadi bukti resiliensi kolektif dalam menghadapi krisis. Di sisi lain, keterbatasan modal tetap menjadi hambatan klasik bagi UMKM, yang menghambat inovasi dan peningkatan fasilitas.

Implikasi terhadap keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa adaptasi bukan hanya tentang bertahan hidup secara ekonomi, tetapi juga tentang mempertahankan dimensi sosial dan (secara tidak langsung) lingkungan. Strategi adaptasi yang berfokus pada pengalaman lokal dan kolaborasi dapat memperkuat ikatan sosial dan mempromosikan pariwisata yang lebih bertanggung jawab, sejalan dengan prinsip *triple bottom line* (Elkington, 1997). Homestay yang berhasil beradaptasi cenderung menunjukkan tanda-tanda keberlanjutan ekonomi yang lebih baik, sekaligus terus berkontribusi pada pelestarian budaya dan kesejahteraan masyarakat lokal.

KESIMPULAN

Pandemi COVID-19 telah memberikan pukulan telak bagi sektor pariwisata global, termasuk usaha homestay di Kawasan Danau Toba yang merupakan tulang punggung ekonomi lokal. Penelitian ini mengungkap bahwa dampak pandemi menyebabkan penurunan drastis jumlah kunjungan dan pendapatan, serta perubahan signifikan dalam preferensi wisatawan yang kini lebih mengutamakan kesehatan, kebersihan, dan privasi. Untuk bertahan dan bangkit, para pemilik homestay di Danau Toba menunjukkan kapasitas adaptif yang

tinggi melalui berbagai strategi, termasuk inovasi produk dan layanan seperti paket pengalaman lokal, peningkatan standar kebersihan CHSE, serta fleksibilitas pemesanan. Mereka juga aktif melakukan digitalisasi pemasaran melalui media sosial dan *Online Travel Agent (OTA)*, efisiensi operasional, dan diversifikasi pendapatan. Selain itu, kolaborasi dan pembangunan jaringan dengan sesama pelaku usaha lokal serta komunitas menjadi kunci penting dalam menghadapi tantangan pasca-pandemi.

Strategi adaptasi yang telah diimplementasikan oleh usaha homestay ini memiliki implikasi positif terhadap keberlanjutan mereka, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Secara ekonomi, adaptasi membantu homestay kembali menghasilkan pendapatan dan membangun model bisnis yang lebih resilien. Secara sosial, strategi yang berfokus pada pengalaman lokal memperkuat pelestarian budaya dan meningkatkan keterlibatan komunitas, menciptakan ekosistem pariwisata yang saling mendukung. Meskipun tidak menjadi fokus utama, beberapa upaya adaptasi juga secara tidak langsung berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Dukungan keluarga dan komunitas lokal terbukti menjadi faktor pendukung utama dalam proses adaptasi ini, meskipun keterbatasan modal dan kesenjangan digital masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Temuan ini menegaskan pentingnya adaptasi yang inovatif dan terintegrasi untuk memastikan keberlanjutan sektor pariwisata berbasis masyarakat di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative,*

- and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for disaster management in tourism. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publishing Company.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space* (4th ed.). Routledge.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business School Press.
- Henderson, J. C. (2003). Responding to the unexpected: Managing the SARS crisis in Singapore. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 229-239.
- Lewin, K. (1951). *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*. Harper & Row.
- Liu, J. (2003). *Tourism in the South Pacific: Local Responses to Global Forces*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pitana, I Gede & Gayatri, G. A. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Penerbit Andi. (Merujuk pada Spilane, 1998).
- Prideaux, B. (2002). The tourism planning framework: A response to crisis. *Tourism Management*, 23(6), 675-679.
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669-683.
- Siagian Nalom, (2021). *Statistika Dasar: Konseptualisasi Dan Aplikasi*, Kultura Digital Media.
- Siagian Nalom, (2021), *Pengaruh Pelaksanaan Kebijakan Dana Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemberdayaan Masyarakat: Studi Kasus Di Kecamatan Siantar Narumonda Kabupaten Toba*, Buletin Studi Ekonomi Available online at <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/index> Vol. 26 No. 2, Agustus 2021, pages: 151-164
- Siagian Nalom, (2022), *Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, CV Literasi Nusantara Abadi.
- Siagian Nalom, (2023). *Peluang Usaha Produk Turunan Andaliman Untuk Meningkatkan Ekonomi Rakyat Di Martubung Kelurahan Besar Kecamatan Medan Labuhan*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2663-2667.
- Siagian Nalom, (2023). *Online Lending Business And Its Criminal Aspect Of Collectibility*. *Journal on Education*, 5(3), 7400-7405.
- Siagian Nalom, (2023). *The Power of Robots: A Dedication of Computer Science for Human Capitals Management*, *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(SpecialIssue), 939-944.
- Siagian Nalom, (2024). *The role of economic policies to adopt renewable energy and digital technology on business decisions and HR management in the Indonesian mining sector*, *International Journal of Energy Economics and Policy (IJEPP)* 14 (2), S. 632 - 641.
- Siagian Nalom, (2024). *Leveraging Digital Business Communication For Enhanced Profitability In Global Markets*. *Proceedings of*

- International Conference on Social, Politics, Administration, and Communication Sciences*, 1(2), 94-110.
- Siagian Nalom,(2024). *Analysis Of Socio-Economic Factors That Influence The Level Of Public Service Satisfaction In Medan City*. *The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research*, 1(01), 74–87.
- Siagian Nalom, (2024). *The Influence of Creativity on Welfare Through Self-Efficacy in the Lake Toba Area of Samosir District* . *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(SpecialIssue), 10–17.
- Siagian Nalom, (2024). *Analisis Peranan Badan Usaha Milik Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Di Desa Marihat Huta Nagori Dolok Parmonangan*, *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik (JISPOL)*.
- Sheffi, Y. (2005). *The Resilient Enterprise: Overcoming Vulnerability for Competitive Advantage*. MIT Press.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Tourism and Development in the Developing World*. Routledge.
- World Tourism Organization (WTO). (1999). *Global Code of Ethics for Tourism*. WTO.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.