

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Analisis Pasar Properti

Brett dan Schmitz (2009) menyatakan bahwa analisis pasar properti merupakan identifikasi dan pembelajaran mengenai permintaan dan penawaran. Dimana, pada sisi permintaan menggambarkan pengguna akhir yaitu pembeli atau penyewa *real estate*, sedangkan dari sisi penawaran menggambarkan pesaing atau *competitor*, baik properti yang sudah jadi maupun yang masih dalam tahap pengembangan. Analisis pasar properti juga dapat diartikan sebagai studi mengenai atribut – atribut produktif dari properti yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran kompetitif terhadap pasar properti (Fanning, 2014). Hal selaras juga dikemukakan oleh Kahr dan Tomsett (2005) bahwasannya analisis pasar merupakan kajian mengenai permintaan dan penawaran pada suatu jenis properti tertentu di dalam pasar.

Analisis pasar properti sendiri dapat dilakukan dengan beberapa jenis analisis. Secara umum, analisis pasar properti dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu *inferred analysis* dan analisis fundamental. *Inferred analysis* merupakan

analisis yang mirip dengan teknikal analisis yang biasa dilakukan dalam analisis pasar saham. *Inferred analysis* merupakan studi analisis pasar yang sifatnya *macro level* dengan melihat pergerakan *trend* pasar pada saat ini maupun secara historis yang akan dijadikan sebagai acuan untuk memprediksikan keadaan pasar. Sedangkan, analisis fundamental merupakan analisis pasar yang sifatnya *micro level* dimana analisis pasar yang dilakukan adalah dengan melihat faktor fundamental atau faktor yang secara langsung mempengaruhi suatu properti. Dua jenis analisis pasar properti tersebut dapat diklasifikasikan lebih lanjut ke dalam beberapa level dengan tingkat penggunaan yang sangat bergantung pada kebutuhan klien, kondisi pasar, dan jenis properti yang dianalisis. Adapun, empat level tingkat analisis pasar untuk properti tersebut adalah:

1) Level A

Analisis Level A adalah analisis umum, bukan spesifik. Tingkat analisis ini didasarkan pada logika dan pengamatan. Analisis level A sangat bergantung pada data historis, bukan prediksi masa depan. Hasil analisis Level A dapat digunakan untuk properti serupa di area / submarket yang sama.

2) Level B

Analisis pasar Level B dilakukan berdasarkan data pasar di seluruh area pada kelas properti umum. Kesimpulan yang diperoleh dari analisis ini lebih khusus untuk suatu subjek dan berlaku pada waktu tertentu. Analisis Level B biasanya menggunakan data dari survei pasar regional yang diterbitkan secara teratur oleh perusahaan swasta atau badan statistik. Survei tersebut umumnya dilakukan untuk

setiap kelas properti dengan data yang diperoleh sifatnya berkala, baik triwulanan maupun semesteran.

3) Level C

Analisa level C dilakukan dengan melakukan proyeksi atas masa depan. Analisis level C menguantifikasi proyeksi permintaan dan penyerapan di masa depan berdasarkan pertumbuhan populasi, pendapatan, dan tenaga kerja. Analisis level C memberikan data yang lebih spesifik dibandingkan dengan Level A dan B. Data yang digunakan dalam analisis level C tidak hanya data sekunder melainkan pula data primer yang dikumpulkan dengan melakukan penelitian lapangan dan survei langsung.

4) Level D

Analisis Level D merupakan studi pasar yang memberikan hasil analisis paling spesifik. Analisis Level D memerlukan survei langsung dan wawancara dengan pelaku pasar aktif di segmen pasar properti yang bersangkutan. Analisis Level D mencakup analisis perencanaan kota, kebijakan penggunaan lahan, peringkat risiko, kapasitas fiskal dan swasta.

Dalam melakukan analisis pasar, Menurut Fanning (2014), terdapat enam tahapan dalam analisis pasar properti yang diperlukan. Adapun enam tahapan tersebut yaitu :

1) Analisis Produktivitas

Analisis produktivitas adalah analisis untuk melihat kemampuan properti dalam kegiatan ekonomi, penyediaan layanan, dan penyediaan fasilitas untuk

memenuhi kebutuhan pasar. Atribut yang dipergunakan untuk analisis ini seperti atribut fisik, legalitas, serta lokasi properti. Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pasar yang diberikan oleh suatu properti.

2) Deliniasi Pasar

Deliniasi pasar dilakukan dengan menentukan cakupan area pasar yang akan dilayani oleh suatu properti. Delineasi pasar dilakukan untuk mengidentifikasi penggunaan potensial, membatasi jangkauan dalam penentuan permintaan pasar, menentukan properti pesaing, jenis penyewa, dan karakteristik dalam area pasarnya. Terdapat dua metode dalam menentukan delineasi pasar yaitu *general technique* dan *specific technique*. Untuk *general technique*, terdapat tiga metode umum yang dapat digunakan yaitu delineasi area pasar dalam kaitannya dengan lokasi pelanggan, penyewa potensial atau pengguna, mengidentifikasi cakupan area pasar dengan lokasi properti pengganti, dan menspesifikasi area pasar berdasarkan analogi. Kemudian untuk *specific technique*, metode – metode yang dapat digunakan yaitu *Reilly's law*, *the customer spotting technique*, dan *the Nelson technique*.

3) Analisis Permintaan

Analisis ini dilakukan untuk melihat seberapa besar jumlah permintaan properti pada saat ini dan seberapa besar permintaan tersebut akan berubah dalam waktu tertentu. Permintaan dibentuk oleh beberapa faktor fundamental seperti jumlah calon pembeli atau penyewa dan pendapatannya, harga barang dan jasa *real estate* terkait, dan daya tarik pelanggan potensial yang diukur oleh selera dan

preferensi mereka. Selain dari faktor – faktor tersebut, permintaan juga dapat dipengaruhi oleh *induced demand* dan *speculative demand*. *Induced demand* merupakan permintaan terhadap properti yang bukan berasal dari faktor fundamental. Sedangkan, *speculative demand* merupakan permintaan terhadap suatu properti dengan tujuan spekulatif atau pengharapan keuntungan atas suatu kenaikan nilai properti di masa mendatang.

4) Analisis Penawaran

Dalam konteks pasar properti, yang dimaksud dengan analisis penawaran adalah analisis untuk mengetahui ketersediaan properti di suatu wilayah pasar. Analisis penawaran dilakukan untuk memberikan data agar dapat melihat *trend* penawaran dan berapa banyak pesaing di pasar properti serta mengetahui siapa yang akan menjadi pesaing dalam pasar properti tersebut. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi properti kompetitif, baik properti yang siap pakai maupun properti yang masih dalam pembangunan. Analisis penawaran properti dapat dilakukan melalui survei untuk mengumpulkan berbagai data dan informasi. Adapun, informasi yang perlu dikumpulkan adalah:

- a. Nama dan alamat properti;
- b. Nama dan nomor telpon pihak terkait;
- c. Ukuran, unit, dan harga properti;
- d. Tanggal hunian yang digunakan untuk membandingkan berapa banyak persediaan di pasar telah meningkat dari waktu ke waktu dan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyerap;

- e. Jenis hunian dan kebutuhan pengguna;
- f. Fasilitas properti;
- g. Tingkat sewa dan tren sewa beberapa tahun.

Setelah pengumpulan dan analisis yang sistematis, maka akan diketahui properti mana yang akan bersaing dengan properti yang menjadi subjek analisis.

5) Analisis Kondisi Pasar

Analisis kondisi pasar merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui kondisi pasar. Hal ini dikarenakan kondisi pasar hampir selalu dalam keadaan berfluktuasi atau berubah secara terus menerus. Analisis ini dilakukan dengan melihat *residual demand*, dengan cara membandingkan jumlah permintaan properti dengan jumlah penawaran properti yang tersedia di pasar. Perubahan secara terus-menerus dalam pasar properti akan membentuk siklus pasar dan situasi pada suatu waktu tertentu dalam siklus pasar. Siklus pasar tersebut dibagi menjadi empat waktu tertentu, yaitu waktu ekspansi, kontraksi, resesi, dan *recovery*. Ekspansi adalah keadaan pasar properti ketika berada dalam periode permintaan yang meningkat dan tingkat penyerapan meningkat. Kemudian, fase kontraksi, yaitu suatu kondisi yang terjadi dengan ditandainya penurunan laju penyerapan, dan peningkatan tingkat kekosongan. Setelah pasar properti berkontraksi, maka akan berlanjut dengan fase resesi, yaitu keadaan dimana terjadi kenaikan tingkat kekosongan yang lebih tinggi dan tingkat penyerapan yang turun lebih dalam. Terakhir, merupakan tahap *recovery* yaitu kondisi ketika pasar properti dalam fase pemulihan yang ditandai dengan mulai terjadinya peningkatan kembali terhadap tingkat penyerapan,

tingkat okupansi, dan jumlah permintaan terhadap properti.

6) Marketability Analysis

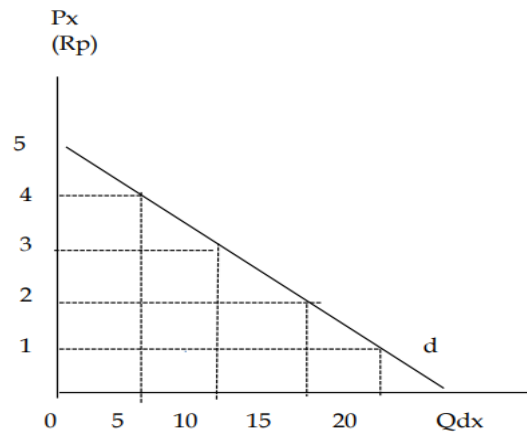
Marketability analysis adalah tahapan akhir dalam proses analisis properti. Analisis tersebut merupakan analisis atas permintaan dan penawaran terhadap suatu properti tertentu yang tujuannya untuk menentukan sejauh mana properti yang ditawarkan akan laku terjual dan sejauh mana properti tersebut dapat terserap oleh pasar.

2.2 Permintaan dan Penawaran

Permintaan merupakan suatu hubungan fungsional yang terjadi antara jumlah barang dengan harga barang yang mana hubungan fungsional tersebut dapat terjadi secara terbalik (Goenadhi *et al*, 2017). Hubungan fungsional terbalik yang dimaksud mengandung artian hubungan negatif antara jumlah barang dan harga barang.

Dalam memproyeksikan hubungan matematis permintaan suatu barang, dapat digambarkan melalui kurva permintaan. Kurva permintaan memiliki bentuk yang turun miring (*downward sloping*). Bentuk kurva permintaan yang menurun tersebut dapat menunjukkan sifat dari permintaan yang memiliki hubungan terbalik antara kuantitas barang dan harga barang. Berdasarkan hubungan tersebut terciptalah hukum permintaan atau biasa disebut “*The law of down sloping demand*” yaitu hukum yang menyatakan apabila harga barang naik maka kuantitas permintaannya akan menurun dan begitu pula sebaliknya apabila harga barang turun maka kuantitas permintaannya akan naik.

Gambar II. 1 Kurva Permintaan

Sumber : Goenadhi *et al.*

Dalam konsep permintaan, dianut asumsi *ceteris paribus* yang artinya faktor - faktor lain yang mempengaruhi permintaan dianggap tetap atau tidak berubah. Berikut beberapa faktor lain permintaan yang dianggap tetap berdasarkan asumsi *ceteris paribus* :

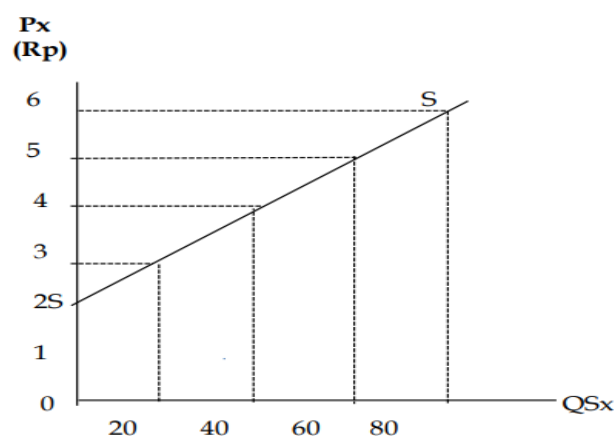
- 1) Pendapatan masyarakat dianggap tetap;
- 2) Selera masyarakat dianggap tetap atau tidak berubah;
- 3) Harga barang lain dianggap sama atau tetap;
- 4) Tidak adanya barang pengganti;
- 5) Tidak ada persepsi/pengharapan perubahan harga secara langsung dari masyarakat;
- 6) Barang yang dibeli bukan merupakan barang *social prestige*.

Sedangkan dari sisi penawaran, penawaran merupakan jumlah barang yang

ditawarkan atau dijual dengan berbagai kemungkinan variasi harga yang berlaku dalam pasar pada suatu periode tertentu (Goenadhi *et al*, 2017). Dalam konsep penawaran sendiri berlaku hubungan positif antara jumlah barang dan harga barang yang ditawarkan.

Hubungan matematis penawaran suatu barang dapat diproyeksikan melalui kurva penawaran. Kurva penawaran memiliki bentuk cenderung naik dari kiri bawah ke kanan atas (*upward sloping*). Bentuk kurva penawaran yang naik tersebut dapat menunjukkan sifat dari penawaran yang memiliki hubungan searah (positif) antara kuantitas barang dan harga barang. Berdasarkan hubungan tersebut, maka terbentuklah hukum penawaran yaitu apabila suatu harga naik maka kuantitas barang yang ditawarkan juga akan ikut naik dan sebaliknya apabila harga turun maka kuantitas barang yang ditawarkan akan ikut menurun juga.

Gambar II. 2 Kurva Penawaran



Sumber : Goenadhi *et al*.

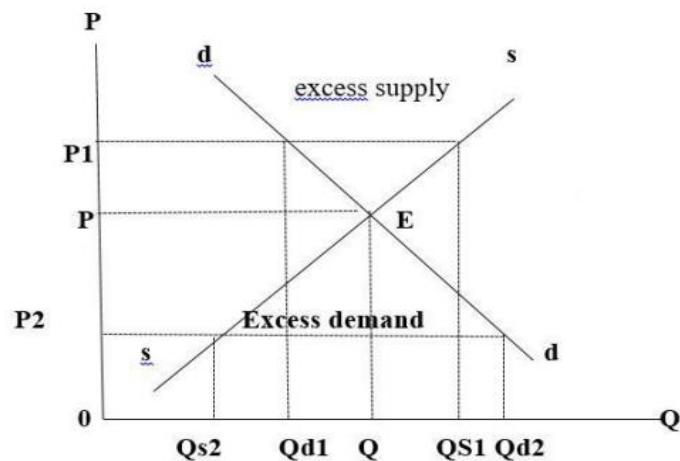
Dalam konsep penawaran sendiri juga dianut asumsi *ceteris paribus* yang

artinya faktor – faktor lain yang mempengaruhi penawaran dianggap tetap atau tidak berubah. Beberapa faktor lain penawaran yang dianggap tetap berdasarkan asumsi *ceteris paribus* adalah sebagai berikut :

- 1) Jumlah penjual di pasar dianggap tetap atau tidak berubah;
- 2) Harga bahan baku faktor produksi yang digunakan dianggap tetap atau tidak berubah;
- 3) Teknik atau cara produksi dianggap tetap atau tidak berubah;
- 4) Tidak ada estimasi masa depan bahwa harga akan berubah dimasa mendatang.

2.3 *Equilibrium* Pasar

Equilibrium pasar merupakan keadaan saat jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan (Goenadhi *et al*, 2017). Secara harfiah antara penawaran (sisi penjual) dan permintaan (sisi pembeli) memiliki kecenderungan yang berbeda. Dari sisi permintaan (pembeli) akan cenderung menyukai harga yang murah dengan kualitas yang bagus, sementara itu dari sisi penawaran (penjual) akan memiliki kecendrungan untuk menawarkan barang dengan harga mahal dan kualitas rendah agar mendapat keuntungan banyak. Ketika terjadi kesepakatan harga antara barang yang diminta oleh pembeli dan harga yang ditawarkan oleh penjual dalam suatu transaksi, maka terciptalah keseimbangan pasar yang digambarkan dengan adanya keseimbangan harga atau *ekuilibrium price*. Hubungan matematis ekuilibrium pasar dapat digambarkan melalui kurva berikut.

Gambar II. 3 Kurva *Equilibrium* PasarSumber : Goenadhi *et al.*

2.4 Hotel

Pada sebuah daerah, hotel dapat menjadi sarana akomodasi bagi para wisatawan yang akan menetap sementara di suatu daerah. Pengertian hotel sendiri dengan mengacu pada PP Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah adalah suatu bangunan properti yang secara khusus diperuntukkan bagi orang agar dapat menginap ataupun beristirahat dan memperoleh pelayanan serta fasilitas lainnya dengan dipungut biaya/bayaran termasuk dengan bangunan lainnya yang menyatu, dikelola, dan dimiliki oleh pihak yang sama kecuali untuk bangunan pertokoan dan perkantoran. Menurut Janitra (2017) hotel merupakan usaha penyedia akomodasi bagi masyarakat dengan menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi pelayanan lainnya seperti makan dan minum, jasa *laundry*, serta berbagai fasilitas tambahan lainnya.

Hotel sendiri merupakan salah satu jenis akomodasi komersial, yaitu akomodasi yang dibangun dan dioperasikan dengan tujuan untuk mencari keuntungan sebesar – besarnya (Tyaswening, 2018). Berdasarkan Keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II Tahun 1988, Hotel jika ditinjau berdasarkan aspek lokasinya dapat dibagi menjadi dua yaitu *city hotel* dan *resort hotel*. *Resort hotel* merupakan hotel yang terletak di daerah potensi wisata seperti daerah pegunungan, pemandangan alam dan sebagainya. *Resort hotel* sering digunakan sebagai hotel bagi wisatawan yang sedang liburan atau berrekreasi di suatu tempat. Kemudian, untuk *city hotel* yaitu hotel yang pada umumnya terletak pada daerah perkotaan yang biasanya digunakan untuk kepentingan bisnis ataupun pertemuan – pertemuan (Damanik *et al*, 2015).

Menurut BPS (2019), hotel dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu hotel berbintang dan non bintang. Hotel berbintang merupakan usaha dengan menggunakan bangunan yang disediakan secara khusus, dimana setiap orang dapat menginap, makan, memperoleh pelayanan serta menggunakan fasilitas lainnya melalui pembayaran, dan telah memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang ditentukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah yang mengacu pada Direktorat Jenderal Destinasi Pariwisata. Adapun persyaratan tersebut mencakup persyaratan fisik, bentuk pelayanan, dan kuantifikasi tenaga kerja. Sedangkan, hotel non bintang merupakan suatu bisnis yang menggunakan bangunan khusus atau bagian dari bangunan yang dapat ditinggali oleh siapa saja dengan atau tanpa makan, serta menggunakan layanan dan fasilitas lainnya dengan

biaya tertentu. Penyebab adanya hotel non bintang tersebut adalah karena suatu hotel belum memenuhi persyaratan sebagai hotel berbintang seperti yang telah ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah yang mengacu pada Direktorat Jenderal Pariwisata, penginapan remaja, pondok wisata, dan jasa akomodasi lainnya. Mengacu pada Keputusan Dirjen Pariwisata No. 14/U/II Tahun 1988 Tentang Usaha dan Pengelolaan Hotel, bahwasannya hotel berbintang dapat dibagi lagi berdasarkan kelas – kelasnya. Untuk tingkatan paling bawah dimulai dari bintang satu sampai dengan tingkatan tertinggi yaitu bintang lima. Pembagian klasifikasi ini bertujuan sebagai pelindung serta pedoman bagi wisatawan atau konsumen agar mendapat fasilitas hotel sesuai dengan kemauan dari wisatawan atau tamu hotel tersebut.

Sebagai sarana akomodasi, hotel sendiri tentunya memiliki banyak kamar yang digunakan sebagai fasilitas bagi tamu atau wisatawan untuk beristirahat dan menginap. Kamar hotel dapat dibagi menjadi tiga bentuk yaitu kamar hotel menurut jenis tempat tidur, kamar hotel menurut letak serta penggunaannya, dan kamar hotel menurut fasilitasnya (Wijayanti, 2019). Jenis kamar hotel berdasarkan jenis tempat tidurnya yaitu : *single room* (kamar dengan tempat tidur tunggal yang umumnya berukuran 80 x 192 cm hingga 100 x 200 cm), *double room* (kamar dengan tempat tidur yang lebih besar yang biasanya berukuran 135 x 200 cm hingga 150 x 200 cm), *twin room* (kamar dengan dua tempat tidur berukuran tunggal), *triple room* (kamar dengan tempat tidur ukuran besar ditambah dengan tempat tidur tambahan untuk satu orang atau kamar dengan dua tempat tidur ukuran tunggal ditambah

dengan tempat tidur tambahan untuk satu orang), dan *suite room* (kamar yang selain dilengkapi dengan tempat tidur, kamar ini juga biasanya memiliki ruang tamu dan ruang dapur khusus).

Sementara itu, jenis kamar berdasarkan letak serta penggunaannya dibagi menjadi beberapa bentuk. Adapun, bentuk – bentuk tersebut yaitu : *connecting room* (merupakan dua buah kamar yang berdekatan atau bersebelahan yang dihubungkan oleh pintu penggabung), *adjoining room* (sejumlah kamar dalam suatu lantai yang antara kamar satu dan kamar lainnya tidak dihubungkan dengan pintu penghubung), *adjacent room* (dua kamar yang terletak pada suatu lantai yang sama dan berhadapan), *duplex room* (dua kamar dengan letak di atas dan di bawah yang dihubungkan oleh tangga penghubung), *doctor room* (kamar yang diubah fungsinya menjadi ruang praktek dokter dan biasanya digunakan bagi tamu yang sedang memeriksakan kesehatannya pada dokter), *cabana room* (kamar hotel dengan letak menghadap ke arah pantai), dan *house used room* (kamar hotel yang umumnya diperuntukan bagi staf hotel yang memiliki jabatan tertentu).

Terakhir, pembagian jenis kamar hotel menurut tingkat fasilitasnya dapat dibagi menjadi beberapa bentuk. Pembagian tersebut dibagi berdasarkan tingkat kemegahan yang disediakan dalam suatu kamar. Semakin mewah suatu kamar hotel maka akan semakin lengkap pula fasilitas yang disediakan serta makin tinggi pula tingkatan kelas kamar tersebut. Adapun pembagian hotel berdasarkan tingkat fasilitasnya yaitu :

- 1) *Standart Room*, kamar hotel ini merupakan jenis kamar hotel yang umumnya memiliki harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan jenis kamar hotel lainnya. Fasilitas yang dapat diakses dalam kamar hotel jenis ini juga merupakan fasilitas standar yang berlaku pada suatu hotel.
- 2) *Superior Room*, merupakan kamar hotel yang memiliki harga lebih mahal ketimbang kamar hotel jenis standar. Fasilitas yang ditawarkan oleh jenis kamar hotel ini juga lebih lengkap ketimbang kamar hotel standar.
- 3) *President deluxe suite room*, kamar ini merupakan kamar yang umumnya paling mahal diantara jenis kamar lainnya. Kamar jenis ini biasanya menjadi suatu kebanggaan atau *trade mark* tersendiri pada suatu hotel.

2.5 Pandemi Covid-19

Pandemi *Covid-19* merupakan suatu penyakit yang menyerang organ pernafasan dan bersifat sangat menular. WHO (2020) menyatakan bahwa pandemi *Covid-19* ini disebabkan oleh virus baru yang disebut *Severe acute respiratory syndrome coronavirus-2 (SARS-CoV-2)* atau biasa disebut dengan virus *corona*. Penyakit tersebut dapat membuat infeksi pada saluran pernafasan seperti layaknya penyakit *SARS* dan *MERS* yang memiliki sifat mematikan. Virus *corona* bisa berakibat fatal, infeksi virus *corona* dapat menimbulkan gejala ringan, sedang, atau berat. Gejala yang paling umum adalah demam, batuk, dan kesulitan bernapas. Selain itu, ada kemungkinan juga akan terjadi sesak napas yang parah, kelelahan, mialgia, diare, dan lain sebagainya. Secara khusus, mereka yang sebelumnya

menderita penyakit pernapasan akan mengalami sindrom gangguan pernapasan akut meski virusnya sudah dinyatakan sembuh. Hal tersebut digambarkan sebagai efek jangka panjang dari infeksi *Covid-19*. Setelah serangkaian pemulihan, fungsi paru-paru pasien menurun 20-30%. Selain paru-paru, telah ditemukan bahwa ginjal juga dapat terpengaruh. Sebanyak 25 hingga 50 persen penderita *Covid-19* diperkirakan juga mengalami gangguan ginjal. Karena terjadinya penyakit ginjal tersebut, maka juga bisa timbul masalah lain yang akan diderita orang yang terinfeksi virus tersebut. Selain dapat menyerang paru – paru dan ginjal, virus *corona* ini juga dapat menyerang sistem saraf dengan gejala yang terjadi seperti gangguan pada indera penciuman, pusing pada kepala, dan gangguan pada indera perasa.

Pandemi *Covid-19* pertama kali ditemukan di Wuhan, China. Karena penyebarannya yang sangat cepat, penyakit ini akhirnya menyebar sampai ke seluruh Tiongkok hingga ke seluruh dunia. Cepatnya persebaran pandemi *Covid - 19* ini diduga karena penyebaran yang terjadi bertepatan dengan dengan waktu libur akhir tahun, perayaan Natal, perayaan tahun baru dan penyambutan hari perayaan Imlek. Sehingga, hal tersebut menyebabkan terjadinya pergerakan manusia yang begitu padat di antar daerah maupun antar negara (Putsanra, 2020). Dugaan sementara penyakit tersebut berasal dari hewan kelelawar meskipun masih belum dapat dipastikan kebenarannya. Akan tetapi, menurut Beck dan Tobin (2020) kasus penyebaran virus tersebut pertama kali dilaporkan berkaitan dengan aktivitas pasar ikan di Wuhan yang mana pasar tersebut juga melakukan aktivitas penjualan daging

kelelawar.

Virus *corona* dinyatakan sebagai pandemi oleh WHO pada tahun 2020. Atas hal tersebut, pemerintah Indonesia menanggapi dengan mengeluarkan Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Penyakit Virus *Corona*. Peraturan tersebut menyatakan bahwa *Covid-19* merupakan kedaruratan kesehatan masyarakat yang memerlukan tindakan penanggulangan. Pemerintah melakukan berbagai tindakan dan kebijakan dalam rangka memutus mata rantai penularan virus tersebut. Dari upaya sosialisasi hingga pembatasan sosial secara besar – besaran serta penetapan peraturan terkait sebagai dasar hukum penindakan atas hal tersebut. Sejalan dengan maraknya kasus pandemi *Covid-19* ini, pemerintah negara Indonesia juga mengeluarkan Perpu Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* dan/atau dalam rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan. Pertimbangan presiden saat menerbitkan Perppu Nomor 1 Tahun 2020 tersebut karena penyebaran penyakit virus *corona* sebagai pandemi telah menimbulkan banyak korban jiwa, kerugian materil pada aspek sosial, ekonomi dan kesejahteraan banyak orang. Munculnya pandemi *Covid-19* membuat pertumbuhan ekonomi nasional menjadi melambat. Penerimaan pendapatan negara yang turun namun diiringi dengan naiknya belanja dan pendanaan negara, sehingga perlu adanya kebijakan dari pemerintah untuk menciptakan upaya peningkatan kesehatan, pemulihan ekonomi, dan

pensejahteraan terhadap masyarakat yang terdampak pandemi tersebut.

Melemahnya perekonomian akibat pandemi *Covid-19* tersebut turut memberikan dampak negatif terhadap banyak sektor di Indonesia. Salah satu contohnya seperti sektor pariwisata, dengan adanya pandemi *Covid-19* yang membatasi mobilitas masyarakat membuat sektor pariwisata menjadi sepi sehingga membuat terjadinya kerugian bagi para pelaku usaha sektor pariwisata tersebut. Sepinya sektor pariwisata membuat potensi terhadap sektor perhotelan sebagai sarana bagi para wisatawan untuk menginap menjadi ikut terdampak. Turunnya wisatawan yang berkunjung ke suatu negara membuat permintaan terhadap kamar hotel menjadi ikut menurun akibatnya pasar sektor perhotelan pada saat masa pandemi *Covid-19* menjadi bertumbuh secara negatif atau menurun.

Mengingat besarnya dampak negatif akibat pandemi *Covid-19*, salah satu hal yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia adalah dengan adanya Gerakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang ditujukan untuk mengurangi laju penyebaran pandemi *Covid-19* tersebut. Mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merupakan pembatasan terhadap kegiatan tertentu masyarakat dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi *Covid-19* untuk mencegah terjadinya penyebaran pandemi *Covid-19* tersebut. PSBB diterapkan selama masa inkubasi terlama yang berkisar 14 hari dan jika ternyata masih ditemukannya bukti penyebaran seperti adanya kasus baru, maka masa PSBB tersebut dapat diperpanjang lagi dalam masa 14 hari sejak ditemukannya kasus terakhir. Dengan adanya kebijakan PSBB tersebut, akan

menjadi suatu langkah yang cukup strategis untuk diambil oleh pemerintah Indonesia yang bertujuan menekan laju dari penularan *Covid-19* (Thorik, 2020). Adapun beberapa bentuk kegiatan PSBB yang dilakukan adalah seperti pemberlakuan sekolah dan pekerjaan dari rumah, pembatasan fasilitas publik kecuali yang berhubungan dengan kegiatan pokok sehari – hari seperti *supermarket* atau *minimarket*, pasar, tempat penjualan obat-obatan dan peralatan medis. Kegiatan – kegiatan yang mengakibatkan adanya pertemuan dan kerumunan juga sebisa mungkin diminimalisir sebagai bentuk pemberlakuan PSBB tersebut.

Selain adanya kebijakan PSBB, Masyarakat juga dihimbau untuk turut dapat menjaga kesehatan secara mandiri seperti rajin mengenakan masker saat melakukan aktivitas, menjaga kebersihan tangan secara sering dengan rajin mencuci tangan menggunakan sabun cair dan air dengan cara digosok setidaknya selama dua puluh detik dan kemudian dikeringkan dengan handuk kertas sekali pakai, serta rajin untuk menutup hidung dan mulut menggunakan tisu saat sedang bersin ataupun saat sedang batuk. Selain menjaga kesehatan secara mandiri, bagi masyarakat yang merasa pernah melakukan kontak fisik dengan pasien yang dinyatakan terinfeksi virus *corona*, maka dihimbau untuk turut memereiksakan dirinya ke layanan kesehatan yang nantinya akan dilakukan tes dengan metode *rapid test* terlebih dahulu dan jika hasilnya reaktif maka akan dilanjutkan dengan tes PCR. Apabila masyarakat yang melakukan kontak tersebut mengalami gejala ringan maka bisa langsung melakukan *self-isolation* dan jika gejalanya berat, maka harus dirawat di rumah sakit.

Pada saat ini, telah dikembangkan vaksin yang membuat sistem kekebalan tubuh manusia menjadi meningkat sehingga dapat mengurangi risiko penularan virus *corona*. Di Indonesia sendiri saat ini diberlakukan himbauan untuk melakukan vaksin sebanyak tiga kali yang diadakan oleh pemerintah secara gratis di rumah sakit dan tempat – tempat tertentu yang menyelenggarakan vaksin tersebut. Dengan adanya vaksin ini, pelonjakan kasus pandemi *Covid-19* jadi dapat lebih diminimalisir karena manusia saat ini memiliki daya tahan tubuh yang lebih besar untuk menghadapi virus *corona*. Selain itu, dengan adanya vaksin ini juga membuat kasus kematian akibat pandemi *Covid-19* jadi lebih menurun dan tingkat kesembuhan yang terus meningkat.