

Fenomena Revenge Tourism Pada Industri MICE Di Indonesia (Studi Kasus Pada Exhibition Event di Indonesia)

Didit Siswodwiatmoko¹, Kurniawan Gilang Widagdyo²

¹ Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Multimedia Nusantara, dsyswo@gmail.com

² Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Multimedia Nusantara, kurniawan.gilang@mnp.ac.id

ABSTRACT

The phenomenon of revenge tourism pertains to the inclination of individuals to embark on travels as a way of "getting even" after having been constrained for a prolonged period because of the COVID-19 pandemic. This has led to the implementation of policies by governments, such as Indonesia and other nations worldwide, that restrict human movement during the COVID-19 pandemic. The bans on activities outside the home and travel in Indonesia have led to the emergence of anxiety, boredom, stress, and prolonged fatigue among many people. The MICE industry is experiencing rapid growth within the tourism sector. This is due to the high demand for individuals and companies to hold meetings and events. However, the current mobility restriction policy has led to the cancellation of certain MICE activities due to the risk of large gatherings. Nonetheless, the exhibition and conference business sector has been able to adapt to the current situation by optimizing IT technology, events that were initially held offline when the pandemic spread turned into online events. As a result, the conference and exhibition sector demonstrates greater resilience in comparison to other industries like impresarios and incentive trips. The nature of this research is descriptive and qualitative, utilizing a phenomenological approach to delve deeper into the phenomenon of revenge tourism. The focus will be on the perspectives of the organizers and exhibitors of such events, with the aim of drawing conclusions about the extent of this phenomenon in specific fields.

Keyword: MICE, Event, Exhibition, Revenge Tourism, Covid-19, Tourism

ABSTRAK

Revenge tourism adalah fenomena di mana orang-orang melakukan perjalanan wisata secara serentak sebagai bentuk "balas dendam" setelah terbatas dalam waktu yang lama karena pandemi COVID-19 yang mendorong pemerintah Indonesia dan negara lainnya di dunia menerapkan kebijakan pembatasan mobilitas manusia pada saat covid 19 yang berdampak pada timbulnya kegelisahan, perasaan bosan, stres serta penat berkepanjangan di banyak masyarakat Indonesia sebagai akibat larangan berkegiatan diluar rumah dan larangan bepergian. Saat ini MICE merupakan salah satu industri di sektor pariwisata yang berkembang sangat pesat, perkembangan ini terjadi karena kebutuhan baik individu maupun perusahaan untuk melakukan pertemuan, maupun event-event tertentu sangat besar. Kebijakan pembatasan mobilitas telah menyebabkan beberapa kegiatan MICE tidak dapat terselenggara dikarenakan berpotensi menimbulkan kerumunan, akan tetapi bidang usaha pameran dan konferensi mampu beradaptasi dengan situasi yang terjadi melalui optimalisasi penggunaan teknologi IT, event-event yang awalnya dilaksanakan secara offline disaat pandemi merebak beralih menjadi event secara online, hal ini kemudian menjadikan bidang kegiatan konferensi dan pameran memiliki resilience yang lebih kuat dibandingkan bidang lainnya seperti impresariat maupun perjalanan insentif. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan fenomenologi yang akan menggali dan membahas lebih dalam fenomena revenge tourism yang tengah merebak dari perspektif pengelola serta penyelenggara kegiatan pameran, sehingga dapat ditarik kesimpulan apakah fenomena tersebut terjadi secara menyeluruh atau parsial hanya pada bidang tertentu.

Kata Kunci: MICE, Event, Pameran, Revenge Tourism, Covid-19, Pariwisata

PENDAHULUAN

Sejak 2022 Indonesia mulai membuka kembali kegiatan pariwisata di tengah pandemi Covid-19 yang semakin melandai bahkan pada 30 Desember 2022 pemerintah resmi mencabut status PPKM yang diumumkan oleh Presiden RI Joko Widodo. Dengan dicabutnya status tersebut menyebabkan terjadinya euforia dalam masyarakat bahwa mereka mungkin telah kembali ke keadaan normal dan dapat melakukan perjalanan dengan bebas seperti pada saat sebelum pandemi. Hal ini ditandai dengan melonjaknya jumlah masyarakat bepergian yang salah satunya terlihat dari jumlah masyarakat yang melakukan mudik lebaran 2022 sebanyak 85 juta orang dan 123 juta pemudik pada libur lebaran tahun 2023 ini (Ernes, 2023).

Saat situasi lock down mulai dibuka begitu banyak masyarakat yang bepergian kemungkinan disebabkan rasa bosan sebagai akibat terlalu lama masyarakat menghabiskan waktu di dalam ruangan dan bosan tinggal di rumah, hal ini lah yang menyebabkan timbulnya Revenge Tourism. Revenge tourism adalah fenomena di mana orang-orang melakukan perjalanan wisata secara serentak sebagai bentuk "balas dendam" setelah terbatas dalam waktu yang lama karena pandemi COVID-19. Mereka mencari pengalaman liburan yang lebih intens setelah pengalaman yang sulit selama pandemi. Namun, istilah ini masih kontroversial karena dapat menimbulkan kesan bahwa perjalanan hanya dilakukan untuk membalas dendam pasca pada pandemi covid 19 (Choudhary & Manda, 2021).

Selama pandemi COVID-19, banyak negara termasuk Indonesia menerapkan pembatasan perjalanan, lockdown, dan langkah-langkah lainnya untuk mengendalikan penyebaran virus. Pembatasan tersebut telah mempengaruhi sektor pariwisata secara signifikan dengan adanya penutupan tempat wisata, pembatalan perjalanan, dan pembatasan

jumlah wisatawan. Salah satu dampak dari diterapkannya kebijakan pembatasan mobilitas manusia pada saat covid 19 adalah timbulnya kegelisahan, perasaan bosan, stres serta penat berkepanjangan di banyak masyarakat Indonesia sebagai akibat larangan berkegiatan diluar rumah dan larangan bepergian (Sudjana, Aini, & Nizar, 2021).

Di saat pemerintah mencabut kebijakan pembatasan mobilitas maka masyarakat yang sudah haus akan wisata berbondong-bondong mengunjungi objek wisata favoritnya, beberapa individu mungkin merasa frustrasi dengan pembatasan yang mereka alami selama pandemi dan memilih untuk melakukan perjalanan sebagai bentuk "pembalasan". Secara umum masyarakat ingin merasakan kembali kebebasan dan kegembiraan berwisata yang pernah mereka rasakan sebelum pandemi melanda. Selain itu mereka juga ingin membantu industri pariwisata yang terdampak berat akibat pandemi dengan mengunjungi destinasi wisata yang terkena dampak dan memberikan dukungan finansial.

Masa pandemi COVID-19 membuat banyak sektor perekonomian menjadi terdampak, tak terkecuali sektor MICE salah satu sektor di industri pariwisata yang mengandalkan perkumpulan banyak orang yang terdampak langsung oleh pandemi Covid-19. Pembatasan kegiatan selama pandemi berdampak pada banyaknya acara yang harus ditunda atau bahkan dibatalkan. Bahkan, sepanjang tahun 2020, ada sekitar 96,43% acara di 17 provinsi yang harus ditunda dan 84,20% lainnya terpaksa dibatalkan berdasarkan data dari Ivendo, sebuah asosiasi bidang industri event di Indonesia (Wordsmith, 2022). Andreas dalam Wordsmith (2022) menjabarkan bahwa MICE adalah tentang orang dan koneksi. Salah satu bidang industri MICE yang menjadi tempat menyatukan banyak orang adalah pameran yang juga menjadi cara efektif untuk berbisnis. Oleh sebab itu event pameran yang diselenggarakan secara

offline merupakan hal yang paling utama yang menarik minat untuk berkunjung.

Semenjak dilonggarkannya PPKM pada akhir 2022, event domestic di Indonesia berangsur-angsur mulai berjalan kembali meskipun mulai dari skala yang kecil, hal ini disebabkan kondisi perekonomian yang belum benar-benar pulih (Wordsmith, 2022). Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini berupaya untuk menggali lebih dalam mengenai fenomena revenge tourism pada Industri MICE di Indonesia terutama pada event pameran serta membandingkannya dengan sudut pandang penyelenggara pameran (PEO) sebagai pihak yang terlibat langsung dalam penyelenggaraan suatu pameran.

LANDASAN TEORI

Fenomena revenge tourism terjadi ketika seseorang melakukan perjalanan wisata sebagai bentuk balas dendam atau protes atas suatu kondisi akibat ketidakpuasan atau pembatasan yang dialaminya. Fenomena revenge tourism pasca pandemi COVID-19 dapat mengacu pada situasi di mana seseorang atau sekelompok orang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk "membalas dendam" terhadap pembatasan perjalanan dan pembatasan lainnya yang diterapkan selama pandemi (Antariksa, Rusata, Andriani, & Priyatmoko, 2022). Menurut Kertajaya (dalam Sudjana et al, 2021), perjalanan ini dilakukan oleh wisatawan setelah berbulan-bulan berdiam diri di rumah sebagai dampak pembatasan pergerakan akibat merebaknya pandemi Covid-19 yang kemudian disebut dengan Wisata Balas Dendam atau Revenge Tourism. Wisatawan melakukan perjalanan atau aktivitas wisata pada obyek wisata yang mereka minati sebagai akibat dari tidak tersalurkannya keinginan berwisata sebagai dampak dari peraturan pemerintah. Berpergian sebagai bentuk balas dendam sebenarnya telah terjadi sejak masa liburan Lebaran tahun 2022. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya arus mudik antar

kota di beberapa wilayah dibandingkan tahun sebelumnya. Perizinan melakukan perjalanan jauh secara berbondong-bondong ini didukung oleh tingkat vaksinasi booster COVID-19 yang sudah menjangkau mayoritas masyarakat dan menjadi salah satu persyaratan mudik (Nugraha & Angligan, 2022).

Walaupun secara umum, revenge tourism merupakan indikator pulihnya industri pariwisata dan dianggap sebagai perilaku yang diinginkan atau didukung oleh industri pariwisata pada kenyataannya tidak semua pelaku wisata memiliki pandangan yang saya terhadap fenomena revenge tourism, hal ini mungkin terjadi tergantung pada perspektif dan konteks individu atau organisasi yang terlibat. Pelaku wisata umumnya berupaya untuk mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab, berkelanjutan, dan saling menghormati namun pada kenyataannya perilaku wisatawan revenge tourism cenderung bertentangan dengan nilai-nilai tersebut, beberapa kasus yang terjadi akhir-akhir ini menunjukkan euforia berwisata secara berlebihan cenderung menimbulkan kerugian baik dari sisi penyedia jasa wisata maupun wisatawan itu sendiri sehingga perlu direnungkan sisi negatif yang sangat mungkin akan dirasakan oleh penduduk lokal itu sendiri. Kepadatan yang sangat mungkin akan terjadi karena terbatasnya daya tampung kawasan terhadap wisatawan yang datang ke suatu destinasi melebihi daya tampungnya atau yang lebih dikenal dengan istilah overtourism, masalah pengelolaan sampah dan sampai pada perilaku wisatawan selama berada di destinasi wisata (Alam, 2021). Adapun contoh-contoh perilaku revenge tourism pasca COVID-19 yang sering terjadi di banyak destinasi wisata mencakup:

1. Pelanggaran protokol kesehatan: Seseorang yang dengan sengaja mengabaikan pedoman dan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh otoritas

setempat, seperti tidak mengenakan masker dan tidak menjaga jarak, tidak mencuci tangan dan lainnya. Hal ini tentunya dapat meningkatkan risiko penyebaran virus dan membahayakan kesehatan orang lain.

2. Memperlihatkan sikap negatif: Wisatawan yang secara terbuka mengekspresikan kebebasan mereka pasca pembatasan perjalanan dan aturan yang diterapkan selama pandemi secara berlebihan seperti berpesta pora dan membuat keramaian. Hal ini dapat menciptakan ketegangan dan konflik di antara wisatawan dan komunitas setempat.
3. Menimbulkan kerusakan lingkungan dan ketegangan: Peningkatan jumlah wisatawan yang terjadi secara signifikan dan melebihi daya tampung kawasan dapat menimbulkan kerugian terutama bagi lingkungan hidup dan kehidupan sosial masyarakat setempat. Salah satu kerugian yang ditimbulkan adalah meningkatnya pencemaran lingkungan sebagai akibat meningkatnya volume sampah yang dihasilkan oleh wisatawan. Selain itu gesekan antara wisatawan dengan warga setempat acap kali terjadi di beberapa destinasi wisata unggulan sebagai akibat ketidakpedulian wisatawan dalam menghargai norma-norma dan adat istiadat setempat.

Nugraha (2022) menjelaskan salah satu cara untuk meminimalisir dampak buruk *revenge tourism* adalah mempersiapkan bantuan kesehatan di destinasi wisata seperti ketersediaan vaksinasi dan ruang isolasi di rumah sakit untuk menjamin adanya alternatif jika hal buruk terjadi. Lalu, tetap memberlakukan protokol kesehatan pada destinasi liburan yang menjadi favorit turis seperti wisata alam, kuliner hingga bahari (Nugraha & Anglign, 2022).

Sudjana et al (2021) menguraikan hasil yang diperoleh dari penelitiannya bahwa minat wisatawan untuk berwisata pasca

pandemi Covid-19 didominasi oleh tujuan destinasi dalam negeri seperti Labuan Bajo, DI Yogyakarta dan Bali sedangkan untuk jenis wisata yang paling diminati adalah wisata bahari, wisata alam pegunungan dan wisata kuliner. Budget yang disiapkan oleh wisatawan cukup bervariasi dimulai dari 1-6 juta dan waktu tinggal untuk berwisata selama 3-4 hari. Wisatawan juga sangat menantikan untuk melakukan perjalanan pasca pandemi Covid-19 (Sudjana, Aini, & Nizar, 2021). Sebagai sebuah fenomena, *revenge tourism* memiliki beberapa ciri di antaranya terjadinya peningkatan permintaan untuk bepergian lantaran masyarakat sudah satu tahun setengah lebih banyak tinggal di rumah dan ingin berwisata.

Saat ini MICE merupakan salah satu industri di sektor pariwisata yang berkembang sangat pesat, perkembangan ini terjadi karena kebutuhan baik individu maupun perusahaan untuk melakukan pertemuan, maupun event-event tertentu sangat besar. Pesatnya perkembangan MICE didukung oleh inovasi teknologi yang selalu memberikan nilai terbaru pada setiap penyelenggaraan MICE. Sebagai sektor industri yang baru, MICE masih terus menentukan parameter dalam menetapkan prinsip-prinsip pelaksanaan kegiatan untuk menghasilkan nilai dalam setiap penyelenggaraan kegiatan MICE (Noor, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi terkait kehadiran suatu fenomena *revenge tourism* yang dapat dimaknai sebagai sesuatu yang ada dan muncul terkait suatu objek yang terjadi. Pendekatan fenomenologi memposisikan manusia sebagai objek penelitian serta menangkap berbagai macam persoalan yang terjadi di masyarakat serta mengangkat makna yang terkandung

didalamnya dengan cara mempelajari struktur pemikiran dari dalam kesadaran peneliti serta penjelasan terperinci serta pemahaman dari narasumber primer tentang pengalaman - pengalamannya (Helaludin, 2018).

Penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan fakta yang terjadi dengan sumber data dan informasi yang dilakukan secara terperinci dan eksploratif dengan pertimbangan bahwa fenomena *revenge tourism* termasuk fenomena yang membutuhkan penggunaan pengamatan serta observasi lebih dalam tanpa menggunakan model angka atau statistik ditambah lagi dengan kedekatan antara peneliti dengan responden dan narasumber primer sehingga penyampaian informasi akan lebih terbuka dan transparan serta valid. Narasumber utama pada penelitian ini adalah salah satu pengelola Professional Exhibition Exhibition (PEO) yang sudah sering menyelenggarakan beberapa event baik tingkat nasional maupun internasional.

PEMBAHASAN FENOMEA REVENGE TOURISM PADA INDUSTRI MICE DI INDONESIA

Guna mengetahui serta menggali lebih dalam fenomena *revenge tourism* maka dilakukan wawancara mendalam serta pengamatan secara langsung pada beberapa pameran yang berlangsung di tahun 2023 serta melakukan analisis data sekunder terkait data penyelenggaraan pameran sejak 2015 hingga 2023. Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap penyelenggaraan pameran berkaitan fenomena *revenge tourism* pada industri MICE didapatkan hasil bahwa fenomena ini juga terjadi pada industri MICE, terlebih lagi secara spesifik pada bidang usaha impresariat / *special event* serta *exhibition*

atau pameran. Beberapa indikator seperti bertambahnya penyelenggaraan event seperti seminar atau pertemuan dan acara pemerintahan menjadi pertanda awal.

Sementara itu berdasarkan data yang di kompilasi dari beberapa sumber kegiatan pertemuan (*meeting*) pemerintahan yang umumnya melibatkan mitra maupun masyarakat umum seperti bimtek, pertemuan yang bersifat mengumpulkan



masukan / pendapat dari masyarakat juga turut mengalami peningkatan sejak dua tahun terakhir. Beberapa kegiatan bertema pendidikan seperti seminar maupun konferensi juga meningkat.

Semenjak 2022 hingga saat ini beberapa kegiatan tersebut berlangsung secara hybrid dimana penyelenggaraan acara diadakan di hotel dengan jumlah yang audience terbatas sementara audience lainnya hadir secara online melalui aplikasi video conference seperti zoom.



Namun jika revenge tourism diartikan sebagai kegiatan wisata balas dendam secara menyeluruh maka fenomena tersebut tidak sepenuhnya terjadi pada kepariwisataan Indonesia, merujuk data BPS yang dikutip dari salah satu artikel di DestinAsian Indonesia (DestinAsian, 2022) kondisi pariwisata Indonesia saat ini masih jauh dari kondisi pra-pandemi.

Berkaitan dengan jumlah penumpang pesawat memang telah terjadi pertumbuhan yang cukup signifikan pada lima bandara utama (Polonia, Soekarno-Hatta, Juanda, Ngurah Rai, Hasanuddin), jumlah penumpang penerbangan domestik menembus 21 juta per September 2022, meningkat dari 15 juta jika dibandingkan tahun sebelumnya, namun angka ini masih jauh dari catatan 2019 yang mencapai 26 juta hingga September. Sementara itu pertumbuhan jumlah penumpang kereta api juga mengalami lonjakan yang cukup signifikan mendekati 193 juta padahal tahun lalu hanya mencapai 150 juta, akan tetapi jumlah tersebut hanya setengah dari jumlah penumpang pada tahun 2019 yang menyentuh 318 juta.

Selain itu tingkat hunian hotel juga mengalami fenomena lonjakan tamu seperti pada 2 moda transportasi sebelumnya. Pertumbuhannya naik tidak terlalu signifikan, dari 36% di 2021 menjadi rata-rata 45% di 2022, per September, jika dibandingkan tahun 2019 sebelum pandemi tingkat okupansi hotel berada di atas 50% dan ini menandakan pertumbuhan okupansi belum sepenuhnya kembali seperti sedia



baik di sektor perhotelan adalah terjadinya pertumbuhan jumlah hotel bintang, dari 3.516 hotel di 2019 menjadi 3.521 hotel di 2021 (DestinAsian, 2022).

Di lain sisi tahun 2023 ini diproyeksikan terjadi peningkatan festival musik dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Hal ini didorong tingginya minat masyarakat yang sudah sangat haus akan hiburan akibat terkungkung selama pandemi Covid-19 selain itu peningkatan festival musik itu juga terjadi akibat pencabutan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) (Nurizal, 2023).

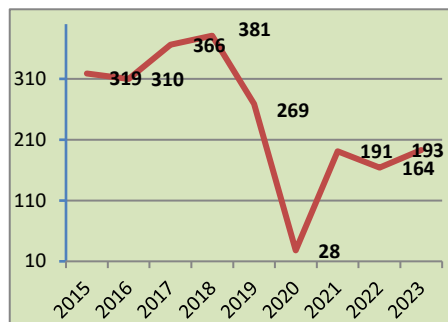
Sebagai informasi yang dihimpun dari Kompas.id serta Antara News (Zhafira, 2019) setidaknya sepanjang tahun 2022 telah terselenggara sebanyak 14 konser musik baik oleh artis dalam negeri maupun luar negeri. Jika dibandingkan dengan tahun 2019 sebelum terjadinya pandemi



Covid-19 yang telah berhasil menyelenggarakan 9 konser musik dengan artis internasional, hal ini tentunya menjadi indikasi bahwasannya tahun 2022 merupakan tahun kebangkitan penyelenggaraan event musik di Indonesia.

TANGGAPAN PENYELENGGARA PAMERAN TERHADAP FENOMENA REVENGE TOURISM PADA INDUSTRI MICE

Menurut informasi dari narasumber yang tergabung di ASPERAPI (Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia) sedikitnya



193 event

pameran akan dilaksanakan sepanjang tahun 2023 dan ini lebih banyak dibandingkan tahun 2022 sebanyak 164 event, menariknya selama tahun 2021 jumlah penyelenggaraan event tetap tinggi yaitu 191 event baik yang diselenggarakan secara virtual maupun hybrid.

Berdasarkan data tersebut ada hal menarik yang dapat diteliti lebih lanjut kaitannya dengan resilience kegiatan pariwisata MICE yang ternyata cukup kuat menghadapi pandemi dibandingkan kegiatan wisata lainnya khususnya seperti wisata bersifat pleasure yang mengalami penurunan saat pandemi.

Tanggapan pelaku industri MICE khususnya penyelenggara pameran terhadap *revenge tourism* pasca Covid-19 bervariasi. Beberapa pelaku wisata melihat *revenge tourism* sebagai kesempatan untuk memulai kembali bisnis mereka dan menghasilkan pendapatan setelah mengalami kerugian selama pandemi. Namun, ada juga yang menganggapnya sebaliknya, mereka melihat fenomena ini sebagai potensi ancaman terhadap kondisi kesehatan dan keamanan. Namun secara umum, penyelenggara kegiatan pameran menyambut positif fenomena ini dan mengambil tindakan untuk mencegah perilaku *revenge tourism* yang mungkin merugikan dikarenakan dampak negatif dibidang kesehatan. Berikut adalah

beberapa respon yang dilakukan penyelenggara pameran terhadap fenomena *revenge tourism*:

1. Mengkomunikasikan Pedoman dan Aturan Protokol Kesehatan kepada para pengunjung. Penyelenggara pameran berperan dalam memberikan informasi yang jelas dan terperinci kepada wisatawan baik yang akan datang maupun telah tiba tentang aturan dan pedoman perjalanan pasca COVID-19 yang. Penyelenggara berupaya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya mematuhi pedoman kesehatan dan melindungi keberlanjutan destinasi.
2. Implementasi Secara Ketat Protokol Kesehatan. Penyelenggara pameran bekerja sama dengan instansi setempat untuk mengimplementasikan protokol kesehatan yang ketat seperti penerapan langkah-langkah penggunaan masker, menjaga jarak antar pengunjung, sanitasi yang meningkat, dan sistem pelacakan kontak.
3. Memperkuat Pengawasan dan Keamanan. Penyelenggara pameran akan meningkatkan pengawasan dan keamanan di setiap sudut venue untuk mencegah perilaku merugikan yang dilakukan pengunjung. Pada kondisi tertentu memungkinkan untuk memperkuat kehadiran petugas keamanan baik internal maupun melibatkan kepolisian atau bekerja sama dengan pihak berwenang lainnya untuk memantau dan mengawasi aktivitas pengunjung.
4. Melaporkan dan Menangani Pelanggaran: Pengelola desa wisata dapat memberlakukan sanksi yang sesuai maupun melaporkan tindakan

revenge tourism atau perilaku merusak lainnya yang dilakukan wisatawan kepada pihak berwenang seperti polisi dan aparat desa lainnya serta mengambil tindakan tegas yang sesuai dalam menangani pelanggaran tersebut termasuk mengusir wisatawan yang terlibat dalam perilaku negatif dan merugikan.

Pada intinya penyelenggara pameran berupaya menjaga keharmonisan dan keberlanjutan penyelenggaraan event MICE khususnya dibidang exhibition. Mereka berperan dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, mempromosikan nilai-nilai kearifan lokal, serta memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan terutama bagi masyarakat setempat melalui keterlibatan dalam pameran baik sebagai tenaga kerja lepas maupun penjualan souvenir dan merchandise khas pameran.

PENUTUP

Revenge tourism merupakan sebuah fenomena alami yang terjadi di sektor pariwisata yang disebabkan tingginya permintaan berwisata sebagai dampak / respon atas pelanggaran peraturan pemerintah terkait pembatasan kegiatan yang diberlakukan selama pandemi Covid-19. Dihapuskannya PPKM telah membuat setiap orang ingin melakukan kegiatan wisata untuk melepaskan penat dan tekanan yang telah dialami selama kurun 2-3 tahun terakhir. Walaupun di tahun 2023 terjadi lonjakan perjalanan yang dilakukan masyarakat namun jika fenomena revenge tourism mengacu kepada kegiatan balas dendam secara menyeluruh maka fenomena ini belum sepenuhnya terjadi pada sector pariwisata Indonesia, beberapa kegiatan

wisata yang berkaitan dengan kesenangan seperti traveling, sight seing, maupun shooping tourism memang mengalami lonjakan pengunjung salah satu contohnya seperti yang terjadi di beberapa destinasi wisata unggulan seperti Bali, Puncak dan lainnya.

Akan tetapi hal ini tidak sepenuhnya terjadi pada industri MICE terutama penyelenggaraan pameran. Berdasarkan hasil wawancara serta data dari ASPERAPI kegiatan MICE bertemakan impresariat seperti konser music selama 2 tahun terakhir ini menunjukkan terjadinya fenomena revenge tourism yang ditandai dengan adanya lonjakan jumlah penyelenggaraan acara serta jumlah pengunjung secara signifikan. Akan tetapi hal menarik terjadi pada kegiatan MICE bertemakan *exhibition* dan *conference* seperti penyelenggaraan pameran maupun konferensi baik tingkat nasional maupun internasional, keduanya memiliki resilience yang lebih kuat dibandingkan bidang lainnya. Walaupun pandemi Covid-19 melanda, kegiatan pameran maupun konferensi tetap berlangsung hanya saja polanya yang berubah, dari yang awalnya secara offline (luring) menjadi online (daring) dan saat ini pola tersebut bertransformasi menjadi hybrid, kombinasi event secara offline dan online.

Sehingga untuk menyimpulkan apakah fenomena revenge tourism juga terjadi pada bidang MICE khususnya penyelenggaraan pameran masih memerlukan penelitian lebih lanjut, terutama dalam menentukan parameter yang berlaku. Hal ini berkaitan dengan resilience dari kegiatan MICE itu sendiri khususnya exhibition yang dapat dengan mudah beradaptasi dalam hal penyelenggaraannya.

DAFTAR PUSTAKA

Alam, Y. B. (2021, Mei 25). *Revenge Tourism : Overtourism Setelah Pandemi*. Retrieved from Kumparan, Food & Travel: <https://kumparan.com/readadeyudha/revenge-tourism-overtourism-setelah-pandemi-1vIHr6wFITA/4>

Antariksa, B., Rusata, T., Andriani, D., & Priyatmoko, R. (2022). Quality Tourism in the Emergence of Revenge Travel: A Post-pandemic Policy Framework. *Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT) "Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions" (INTACT 2022)*, 189-202.

Choudhary, N., & Manda, V. K. (2021). Revenge Travel Or The Road Less Traveled? Opting For A Suitable Option In Pandemic Times. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 37 - 45.

DestinAsian. (2022, November 25). *Revenge Tourism, Sudahkah Terjadi di Indonesia?* Retrieved from DestinAsian: <https://destinasian.co.id/revenge-tourism-sudahkah-terjadi-di-indonesia/>

Ernes, Y. (2023, April 24). *Mudik 2023 Tertinggi Sepanjang Sejarah*. Retrieved from detik.com: <https://news.detik.com/berita/d-6687815/mudik-2023-tertinggi-sepanjang-sejarah-ini-datanya-7-tahun-terakhir#:~:text=2%20Lebaran%20Macet,2022,mengizinkan%20masyarakat%20untuk%20mudik%20kembali.>

Helaludin. (2018, Maret). *Mengenal Lebih Dekat dengan Pendekatan Fenomenologi: Sebuah Penelitian Kualitatif*. Retrieved from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/323600431_Mengenal_Lebih_Dekat_dengan_Pendekatan_Fenomenologi_Sebuah_Penelitian_Kualitatif/citations

Noor, A. A. (2020, Mei 20). *Potensi Industri MICE Indonesia*. Retrieved from djpen kemendag RI:

http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/3421336971013.pdf

Nugraha, R. N., & Angligan, I. K. (2022). Revenge Tourism. *Jurnal Ilmiah Hospitality Vol. 11 No. 2*, 59-71.

Nurizal, Z. F. (2023, Januari 5). *Festival Musik Diproyeksikan Tumbuh Dua Kali Lipat pada 2023*. Retrieved from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/01/05/imbaspencabutanppkmfestivalmusikdiproyeksiantumbuhduakalilipat>

Sudjana, A. A., Aini, S. N., & Nizar, H. K. (2021). Revenge Tourism: Analisis Minat Wisatawan Pasca Pandemi Covid 19. *Pringgitan, Vol. 2 No. 01*, 1-10.

Wordsmith. (2022, Juli 8). *Industri MICE di Indonesia Pascapandemi COVID-19*. Retrieved from Wordsmith Group: <https://wordsmithgroup.com/id/industri-mice-di-indonesia-pascapandemi-covid-19/>

Zhafira, A. N. (2019, Desember 29). *Festival musik internasional di Indonesia sepanjang 2019*. Retrieved from Antara News: <https://www.antaraneews.com/berita/1227327/festival-musik-internasional-di-indonesia-sepanjang-2019?page=all>