

Strategi Pariwisata Thailand Pada Masa Pandemi Covid-19

Ester Sophia Jayanti Simanjuntak¹, Adhiningasih Prabhawati², Honest Dody Molasy³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Jember

Email: simanjuntakester149@gmail.com

Abstract: *This research aims to analyze the strategies implemented by the Thai Government to increase the number of foreign tourists after the Covid-19 pandemic using Sharron Dickman's 5A tourism framework. Employing a descriptive-qualitative method, this research utilizes literature study techniques for data collection and qualitative techniques for data analysis. The findings indicate that Thailand successfully revitalized its tourism sector by focusing on the 5A components. To enhance attractions, Thailand innovated by adapting to consumer preferences, easing lockdown policies, enforcing health protocols, conducting campaigns, initiating Travel Bubble programs, and launching the Sandbox program. For accessibility, the government introduced visa-free requirements, implemented the Thailand Pass system, optimized digital platforms, and developed new tourism routes. Accommodation improvements included health certifications for hotels, shopping venues, and restaurants. Facility infrastructure was strengthened through collaborations, minimal-contact initiatives, and enhanced health facilities. Finally, tourism activities were reimagined to align with post-pandemic preferences, emphasizing smaller crowds, personalized experiences, and promoting lesser-known destinations. These measures collectively enabled Thailand to regain its position as a leading tourist destination in Southeast Asia post-pandemic.*

Keywords: *Thailand's Tourism; Covid-19; 5A Tourism*

Abstrack: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Pemerintah Thailand dalam meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara setelah pandemi Covid-19 dengan menggunakan kerangka kerja 5A pariwisata Sharron Dickman. Dengan menggunakan metode deskriptif-kualitatif, penelitian ini mengandalkan teknik studi pustaka untuk pengumpulan data dan analisis data secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thailand berhasil merevitalisasi sektor pariwisatanya dengan berfokus pada lima komponen 5A. Dalam meningkatkan daya tarik wisata, Thailand berinovasi dengan menyesuaikan preferensi konsumen, melonggarkan kebijakan lockdown, menerapkan protokol kesehatan, mengadakan kampanye, menjalankan program Travel Bubble, serta meluncurkan program Sandbox. Untuk meningkatkan aksesibilitas, pemerintah menerapkan kebijakan bebas visa, sistem Thailand Pass, memaksimalkan penggunaan platform digital, dan menciptakan rute wisata baru. Peningkatan akomodasi dilakukan melalui sertifikasi kesehatan untuk hotel, pusat perbelanjaan, dan restoran. Infrastruktur fasilitas pariwisata diperkuat melalui kolaborasi, program minimal kontak, serta peningkatan fasilitas kesehatan di destinasi wisata. Terakhir, kegiatan wisata diadaptasi untuk menyesuaikan dengan preferensi pasca-pandemi, dengan menekankan keramaian kecil, pengalaman yang dipersonalisasi, dan promosi destinasi yang kurang dikenal. Langkah-langkah ini secara kolektif memungkinkan Thailand kembali menjadi destinasi wisata utama di Asia Tenggara pasca-pandemi.

Kata Kunci: Pariwisata Thailand; Covid-19; 5A Pariwisata

Pendahuluan

Pariwisata memainkan peranan penting dalam pembangunan suatu negara. Pariwisata menjadi sektor andalan dalam pembangunan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup di berbagai negara, baik negara maju maupun negara berkembang (Prabhawati, 2018). Secara global, sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang pendapatan devisa terbesar, sehingga menjadi landasan pertumbuhan ekonomi di banyak negara (Netherlands Embassy in Bangkok, 2017). Dengan memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya yang ada, negara-negara dapat menciptakan destinasi wisata yang menarik wisatawan. Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) menyebutkan bahwa kunjungan wisatawan internasional melonjak menjadi 1.462,27 juta pada tahun 2019. Kawasan Asia Pasifik menjadi tujuan wisata



terpopuler dengan menerima 360,15 juta wisatawan (World Tourism Organization, 2020).

Asia Tenggara merupakan salah satu wilayah tujuan wisata terkemuka di Asia Pasifik dengan Thailand menjadi negara yang paling menonjol. Thailand memiliki keindahan alam dan letak geografis yang menguntungkan. Industri pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan pada perekonomian Thailand. Pariwisata menjadi salah satu penghasil devisa utama Thailand selama beberapa decade. Bangkok Bank menyebutkan bahwa industri pariwisata menyumbang sekitar 20% PBD negara dan menjadi penyumbang 15,5% peningkatan lapangan kerja (Molasy & Oktavia, 2023). Pada Tahun 2019, Thailand menerima 40 juta wisatawan mancanegara. Hal ini mengukuhkan posisi Thailand sebagai negara yang paling banyak dikunjungi di Asia Tenggara (Klinsrisuk & Pechdin, 2022).

Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 membuat industri pariwisata Thailand menghadapi tantangan yang belum terjadi sebelumnya. Pandemi Covid-19 membuat Thailand menerapkan langkah yang ketat, termasuk lockdown dan penutupan perbatasan, guna mencegah penyebaran virus (Dortona, 2021). Kebijakan tersebut mengakibatkan penurunan secara drastis pada kunjungan wisatawan di Thailand. Pada tahun 2020, Thailand hanya menerima 6,7 juta wisatawan. Jumlah ini menurun 83% dari tahun 2019 (UNWTO, 2020).

Meskipun mengalami penurunan, Thailand menunjukkan ketahanan dan kemampuan beradaptasi pada sektor pariwisata. Pemerintah Thailand mengeluarkan kebijakan dan strategi yang bertujuan untuk merevitalisasi sektor pariwisata dan perekonomian secara lebih luas. Kebijakan dan strategi yang dilakukan oleh Thailand mampu menarik 11,07 juta wisatawan pada tahun 2022. Jumlah tersebut menandakan pemulihan yang kuat pada sektor pariwisata Thailand (Statista, 2024b).

Pemulihan ini menyoroti upaya strategis pemerintah Thailand untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Dengan menggunakan pendekatan liberal, pemerintah Thailand berupaya merangsang pariwisata dengan menjadikan perjalanan ke Thailand lebih mudah diakses dan menarik bagi wisatawan mancanegara. Inti dari upaya ini adalah penerapan kerangka pariwisata 5A Sharron Dickman yang mencakup atraksi, aksesibilitas, akomodasi, fasilitas, dan aktivitas. Strategi-strategi ini tidak hanya menjawab kebutuhan mendesak di era pasca Pandemi Covid-19, namun juga selaras dengan preferensi dan tren yang berkembang di kalangan wisatawan global.

Hal baru dari penelitian ini terletak pada fokus penerapan inovatif kerangka 5A di Thailand untuk memulihkan dan merevitalisasi industri pariwisata setelah pandemi Covid-19. Dengan rumusan permasalahan bagaimana strategi Thailand dalam meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara pasca pandemi Covid-19, artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi langkah-langkah strategis yang dilakukan pemerintah Thailand untuk membangun kembali sektor pariwisata dan menganalisis efektivitasnya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara pada masa Pandemi Covid-19.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan studi literatur, memanfaatkan berbagai artikel jurnal, buku referensi, dan sumber online yang kredibel untuk menyusun analisis yang komprehensif. Metode penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi Thailand dalam meningkatkan jumlah wisatawan asing pasca pandemi Covid-19 melalui kacamata kerangka pariwisata 5A Sharron Dickman. Kajian ini juga menggabungkan konsep liberalisme dan strategi untuk memperdalam analisis

inisiatif dan kebijakan pemerintah Thailand. Studi literatur melibatkan tinjauan menyeluruh terhadap artikel jurnal dan buku yang diterbitkan dalam lima tahun terakhir (2019–2024). Materi yang ditinjau dianalisis untuk menganalisis pendekatan Thailand dalam meningkatkan atraksi pariwisata, aksesibilitas, akomodasi, infrastruktur fasilitas, dan aktivitas. Penulis menggabungkan wawasan dari literatur dengan teori dan konsep utama untuk menggambarkan bagaimana pendekatan liberal dan inisiatif strategis Thailand selaras dengan tren pariwisata global yang terus berkembang, sehingga pada akhirnya memungkinkan pemulihan dan pertumbuhan sektor pariwisatanya.

Hasil dan Pembahasan

Artikel ini membahas strategi yang dilakukan Thailand dalam meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara pasca pandemi Covid-19. Dalam mencapai tujuan tersebut, Pemerintah Thailand melakukan beberapa langkah dengan 5A's pariwisata yaitu atraksi, aksesibilitas, akomodasi, fasilitas, dan aktivitas.

Atraksi Pariwisata

Atraksi pariwisata Thailand berubah pada masa pandemi Covid-19. Pada fase awal pandemi, yakni tahun 2020, pariwisata Thailand menunjukkan perurunan yang tajam pada jumlah kedatangan wisatawan mancanegara. Namun Thailand perlahan mulai pulih seiring dengan pembukaan kembali perbatasan dan pengalihan fokus atraksi pariwisata. Data Otoritas Pariwisata Thailand menunjukkan bahwa pada tahun 2021, Thailand hanya menerima 400 ribu juta wisatawan mancanegara (Thaiger, 2022). Namun, pada tahun 2022-2023, Thailand berhasil mendatangkan lebih banyak wisatawan.

Pergeseran atraksi wisata Thailand didorong oleh tren perjalanan wisata global yang mementingkan perjalanan berkelanjutan dan aman. Thailand mulai melakukan diversifikasi atraksi pariwisata. Penerapan new normal yang dilakukan sejak 2020 diikuti dengan pelaksanaan program *We Travel Together*. Program ini ditujukan untuk menarik wisatawan domestik, sebagai langkah awal pemulihan pariwisata pada masa Covid-19. Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh Thailand adalah menarik perhatian wisatawan mancanegara. Pada tahun 2020, Thailand menerapkan program *Travel Bubbles*. *Travel Bubbles* merupakan program kerjasama antara Thailand dengan negara-negara yang memiliki risiko kecil terhadap Covid-19. *Travel Bubbles* kemudian dikembangkan menjadi program *Sandbox* pada tahun 2021. Penerapan program *Phuket Sandbox* oleh Pemerintah Thailand berhasil menarik wisatawan mancanegara.

Pada tahun 2021, program *Sandbox* menarik lebih dari 400.000 wisatawan mancanegara untuk datang ke Thailand (Thaiger, 2022). Pada tahun 2022, Thailand melanjutkan program *Sandbox* dengan menambah wilayah tujuan. Selanjutnya, Thailand mengembangkan dan memaksimalkan Pariwisata Berbasis Komunitas atau CBT serta pariwisata Muslim. Upaya kampanye pariwisata muslim didasarkan pada reputasi Thailand yang berkembang sebagai tujuan wisata ramah muslim dengan layanan halal dan warisan budaya Islam menjadi daya tarik utama (Thaiger, 2023).

Pariwisata Berbasis Komunitas di Thailand telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemulihan dan pengembangan sektor pariwisata. TAT menyebutkan bahwa CBT menarik 1,8 juta wisatawan pada tahun 2022 (Sann et al., 2023). Selanjutnya, pada tahun 2023, Thailand berfokus pada keberlanjutan program pariwisatanya. Pemerintah Thailand mulai memperkuat CBT untuk menciptakan pengalaman perjalanan yang unik dan berkelanjutan. Selanjutnya, Thailand mulai membuka seluruh pembatasan dan menerima seluruh penerbangan asing. Tahun 2023

menjadi tahun pemulihan penuh pariwisata Thailand.

Aksesibilitas Pariwisata

Sejak tahun 2021 hingga 2023, aksesibilitas pariwisata Thailand mengalami perubahan signifikan akibat pandemi Covid-19. Penerapan program Sandbox dan pelonggaran pembatasan masuk bagi wisatawan mancanegara menjadi langkah aksesibilitas pariwisata secara bertahap meningkat. Thailand Pass memainkan peran penting dalam memfasilitasi aksesibilitas. Sistem ini mengharuskan wisatawan untuk mengunggah status vaksinasi dan tes PCR negatif mereka, sehingga memudahkan masuk dan memastikan keselamatan kesehatan. Selain itu, pelonggaran persyaratan visa untuk negara-negara tertentu membantu menjadikan masuknya lebih efisien, karena Thailand mulai fokus untuk menarik wisatawan dari pasar-pasar utama, seperti Tiongkok, Eropa, dan negara-negara ASEAN.

Selanjutnya, digitalisasi proses masuk dengan Thailand Pass dan penerapan pembayaran digital mencerminkan meningkatnya tren perjalanan di dunia pascapandemi. Meningkatnya ketergantungan pada teknologi untuk persyaratan masuk dan pemeriksaan kesehatan juga menyederhanakan proses perjalanan secara keseluruhan, sehingga berkontribusi pada transisi yang lebih lancar bagi wisatawan. Menurut Gössling dkk. (2022), penggunaan sistem kesehatan digital tidak hanya memfasilitasi perjalanan yang lebih aman tetapi juga memungkinkan negara-negara seperti Thailand dengan cepat beradaptasi terhadap pembatasan perjalanan akibat Covid-19 (Nita Aribah & Suswanta, 2022).

Tren aksesibilitas digital dan protokol kesehatan dapat dijelaskan secara ilmiah melalui titik temu antara kesehatan masyarakat dan inovasi digital. Pandemi Covid-19 mendorong negara-negara untuk mengadopsi teknologi baru guna menjaga perjalanan yang aman dan efisien. Solusi digital, seperti aplikasi kesehatan dan formulir masuk online, telah terbukti meningkatkan efisiensi dan keamanan proses perjalanan, mengurangi interaksi manusia, dan menyederhanakan prosedur masuk perbatasan. Adaptasi teknologi tersebut di Thailand sejalan dengan temuan Buhalis dan Law (2021), yang menyatakan bahwa transformasi digital di bidang pariwisata sangat penting untuk pemulihan di era pascapandemi (Buhalis, 2022).

Selain itu, keberhasilan Thailand dalam menarik wisatawan pasca tahun 2021 terkait dengan kemampuannya dalam menyesuaikan sistem visa dan masuknya sebagai respons terhadap perubahan kondisi global. Negara-negara yang menawarkan proses masuk yang disederhanakan, seperti bebas visa atau pelonggaran pembatasan perjalanan, mengalami tingkat pemulihan yang lebih cepat. Pendekatan yang dilakukan Thailand sejalan dengan penelitian dari Smith dan Perdue (2023), yang menemukan bahwa kemudahan perjalanan dan kepatuhan kesehatan digital merupakan pendorong utama dalam proses pemulihan pariwisata.

Kesimpulannya, peningkatan aksesibilitas di Thailand dari tahun 2021 hingga 2023 sangat dipengaruhi oleh inovasi kesehatan dan digital. Kemampuan beradaptasi negara ini dalam menerapkan prosedur masuk yang fleksibel, ditambah dengan penggunaan teknologi untuk perjalanan yang lebih aman, memfasilitasi pemulihan kedatangan wisatawan. Ketika industri perjalanan global terus pulih, pendekatan Thailand memberikan pelajaran penting dalam menyeimbangkan keselamatan kesehatan masyarakat dan aksesibilitas pariwisata.

Akomodasi Pariwisata

Sektor hotel dan akomodasi di Thailand juga mengalami perubahan signifikan dari tahun 2021 hingga 2023. Pada tahun-tahun awal pandemi, industri hotel

menghadapi kerugian besar, dengan tingkat hunian anjlok hingga di bawah 10% pada tahun 2021 karena penutupan perbatasan internasional dan masalah kesehatan. Namun pada tahun 2022, situasi ini mulai membaik. Pada akhir tahun 2022, tingkat okupansi hotel telah meningkat menjadi sekitar 40%, dan pada tahun 2023, okupansi telah kembali ke sekitar 60%, yang mencerminkan pemulihan yang lambat namun stabil (Statista, 2024a).

Dalam hal akomodasi, sektor pariwisata beradaptasi dengan meningkatkan langkah-langkah kebersihan dan menawarkan opsi pemesanan yang lebih fleksibel, untuk memenuhi perubahan permintaan wisatawan pascapandemi. Hotel dan resor memperkenalkan check-in tanpa kontak, kunci digital, dan protokol pembersihan yang ketat untuk memastikan keamanan. Menurut STR Global pada tahun 2023, tarif harian rata-rata (ADR) hotel di Thailand meningkat sebesar 10%, mencerminkan permintaan yang lebih tinggi dan biaya operasional yang lebih tinggi (The Nation Thailand, 2024).

Pemulihan pada akomodasi pariwisata Thailand dapat disebabkan oleh beberapa faktor utama. Pertama, adaptasi protokol kesehatan dan keselamatan, seperti praktik pembersihan intensif dan teknologi tanpa kontak, membantu meyakinkan wisatawan yang khawatir akan keamanan akomodasi. Smith dkk. (2022) menyebutkan bahwa wisatawan semakin memprioritaskan kebersihan dan keselamatan (Lee-Anant et al., 2024). Tren ini juga dapat dikaitkan dengan wisatawan yang lebih cenderung memilih akomodasi yang menekankan sanitasi dan menawarkan persyaratan fleksibel jika terjadi keadaan yang tidak terduga.

Thailand menjadi salah satu negara yang berkomitmen dalam meningkatkan akomodasi pariwisatanya. Untuk beradaptasi, Thailand memperkenalkan Karantina Negara Alternatif (ASQ) program. Hotel diubah menjadi fasilitas karantina bagi penduduk yang kembali dan wisatawan internasional dengan protokol kesehatan yang ketat. Meskipun kedatangan wisatawan internasional terbatas, program ini memberikan suntikan dana jutaan baht ke dalam perekonomian, sehingga memberikan sedikit bantuan kepada sektor yang sedang kesulitan (Thai Embassy, 2021).

Thailand memastikan akomodasi pariwisata yang dimilikinya aman dan memenuhi standar internasional. Oleh karena itu, Thailand menerapkan sertifikasi kesehatan dan penilaian kualitas untuk meyakinkan wisatawan. Thailand memiliki sertifikasi kesehatan bernama *Amazing Thailand Safety and Health Administration* (SHA). Sertifikasi SHA diberlakukan sebagai bentuk mitigasi untuk memastikan standar kebersihan dan keselamatan berjalan diseluruh industri pariwisata Thailand (Sann et al., 2023).

Amenities (Fasilitas) Pariwisata

Fokus Thailand pada peningkatan fasilitas sangat penting bagi pemulihan pariwisata pada tahun 2021 hingga 2023. Dengan mengintegrasikan alat-alat digital, memprioritaskan keberlanjutan, dan berfokus pada fleksibilitas, Thailand secara efektif memenuhi perubahan kebutuhan wisatawan di dunia pascapandemi. Upaya-upaya ini memastikan posisi negara ini sebagai tujuan utama bagi wisatawan internasional dan domestik.

Sejak tahun 2020 Thailand menerapkan layanan pembayaran berbasis QR dan pembayaran digital. Thailand juga mengembangkan reservasi online diberbagai akomodasi pariwisata seperti restoran, pusat perbelanjaan, dan pusat pariwisata. Pergeseran menuju pembayaran digital ini menjadikan Thailand sebagai contoh terdepan dalam transaksi non-tunai dan adopsi digital di Asia Tenggara (Saxon et al., 2021). Langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Thailand pada tahun 2020 adalah

dengan memperbanyak fasilitas kesehatan di tempat pariwisata.

Thailand berkomitmen dalam meningkatkan layanan dan memperkenalkan fasilitas inovatif dalam sektor pariwisata sekaligus mengatasi masalah kesehatan dan keselamatan. Oleh sebab itu, Thailand mulai memperbanyak fasilitas kesehatan diberbagai destinasi pariwisata. Thailand juga memastikan kesiapan masyarakat lokal dan melakukan pemeriksaan staf layanan secara rutin dalam meningkatkan citra positif masyarakat dan destinasi wisata. Thailand juga menyediakan pos kesehatan pada setiap tempat wisata. Pos kesehatan ini dilengkapi dengan alat pemeriksaan suhu, cairan pembersih tangan, dan kotak P3K (Saxon et al., 2021). Pos kesehatan ini memberikan kemudahan akses kepada para wisatawan terhadap sumber daya kesehatan dan mampu menyakinkan wisatawan mengenai komitmen Thailand terhadap kesehatan dan keselamatan selama Covid-19.

Pemenuhan fasilitas pada industri wisata Thailand selama masa pandemi Covid-19 juga memperhatikan wisatawan muslim. Pemerintah Thailand telah mendorong pengembangan infrastruktur pariwisata halal yang mencakup penyediaan makanan halal, fasilitas salat, dan layanan yang ramah bagi wisatawan Muslim. Strategi tersebut sejalan dengan upaya Thailand dalam menarik lebih banyak wisatawan Muslim dari berbagai penjuru dunia serta memanfaatkan potensi pasar pariwisata Muslim global yang terus berkembang. Dengan komitmen terhadap industri halal, mulai dari makanan, pariwisata, hingga produk, Thailand menciptakan lingkungan yang nyaman dan menarik bagi wisatawan Muslim (Anggara, 2022).

Thailand bekerjasama dengan platform online seperti *Fliggy*, *Grab*, dan *Trip.com* untuk pemasaran digital dan penambahan fasilitas. Kolaborasi dengan platform online ini telah membantu dengan menargetkan demografi tertentu dan mempromosikan penawaran unik di Thailand. Penggunaan platform ini juga membuat Thailand lebih memahami preferensi wisatawan dan menyesuaikan strategi pemasaran. Thailand juga melakukan kerjasama dengan *Airbnb*. Kerjasama Thailand dengan *Airbnb* bertujuan dalam meningkatkan fasilitas pariwisata negara (TTG Asia, 2022).

Aktivitas Pariwisata

Kegiatan pariwisata Thailand juga mengalami transformasi antara tahun 2021 dan 2023. Selama puncak pandemi pada tahun 2021, banyak kegiatan wisata yang dibatasi atau dihentikan sama sekali karena masalah kesehatan dan langkah-langkah keselamatan. Namun pada tahun 2022, aktivitas pariwisata mulai pulih seiring dengan pelonggaran pembatasan.

Pada tahun 2023, pariwisata berbasis aktivitas di Thailand kembali pulih seiring dengan mulainya wisatawan mencari pengalaman baru di alam dan budaya. Menurut Jiang dkk. (2022), aktivitas yang memungkinkan penerapan jarak sosial, seperti petualangan luar ruangan, wisata lingkungan, dan pengalaman budaya yang mendalam, menjadi sangat menarik bagi wisatawan (Lee-Anant et al., 2024). Thailand memanfaatkan tren ini dengan mempromosikan bentang alam dan warisan budayanya yang luas, yang memberikan peluang untuk pengalaman perjalanan yang menjaga jarak namun tetap mendalam.

Fokus Thailand pada pariwisata berbasis aktivitas, khususnya ekowisata dan pengalaman budaya, sejalan dengan tren perjalanan global yang memprioritaskan aktivitas luar ruangan, kelestarian lingkungan, dan keterlibatan budaya. Kemampuan negara untuk beradaptasi dan menawarkan kegiatan-kegiatan ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pemulihan sektor pariwisata antara tahun 2021 dan 2023. Pada tahun 2021 Pemerintah Thailand membuka jalur-jalur pariwisata baru untuk

memperbanyak jenis aktivitas yang dalam dilakukan oleh wisatawan. Wisatawan dapat memilih rute perjalanan wisata dan melakukan aktivitas sesuai dengan preferensi mereka. Thailand juga melakukan adaptasi aktivitas pada perjalanan wisata pariwisata muslim. Pada tahun 2023, Thailand berfokus pada konsolidasi pemulihannya dengan mendiversifikasi aktivitas agar sesuai dengan preferensi perjalanan global (Srisawat et al., 2023).

Thailand juga melakukan promosi terhadap destinasi wisata lain. Thailand melakukan beberapa inisiatif strategis yang berfokus pada kegiatan untuk menarik dan melibatkan wisatawan internasional selama pandemi Covid-19. Inisiatif-inisiatif ini membantu merevitalisasi pariwisata dengan menawarkan pengalaman yang aman, memperkaya budaya, dan dapat beradaptasi dengan lanskap perjalanan yang terus berkembang. Thailand mendorong kunjungan ke taman nasional, pantai, dan pulau-pulau dalam mempromosikan aktivitas luar ruangan dan menjaga jarak (Thunn, 2023).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Thailand berhasil merevitalisasi sektor pariwisatanya dengan berfokus pada lima komponen 5A yaitu Atraksi, Aksesibilitas, Akomodasi, *Amenities*, dan Aktifitas. Dalam meningkatkan daya tarik wisata, Thailand berinovasi dengan menyesuaikan preferensi konsumen, melonggarkan kebijakan *lockdown*, menerapkan protokol kesehatan, mengadakan kampanye, menjalankan program *Travel Bubble*, serta meluncurkan program *Sandbox*. Untuk meningkatkan aksesibilitas, pemerintah menerapkan kebijakan bebas visa, sistem *Thailand Pass*, memaksimalkan penggunaan platform digital, dan menciptakan rute wisata baru. Peningkatan akomodasi dilakukan melalui sertifikasi kesehatan untuk hotel, pusat perbelanjaan, dan restoran. Infrastruktur fasilitas pariwisata diperkuat melalui kolaborasi, program minimal kontak, serta peningkatan fasilitas kesehatan di destinasi wisata. Terakhir, kegiatan wisata diadaptasi untuk menyesuaikan dengan preferensi pasca-pandemi, dengan menekankan keramaian kecil, pengalaman yang dipersonalisasi, dan promosi destinasi yang kurang dikenal.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, penelitian di masa depan harus mengeksplorasi dampak jangka panjang dari strategi pemulihan pariwisata Thailand terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Secara khusus, penelitian mendatang dapat menyelidiki efektivitas transformasi digital dan peran pariwisata domestik dalam menstabilkan ekonomi selama krisis global berlangsung. Beberapa kendala dapat mempengaruhi hasil penelitian di masa depan. Ketersediaan dan keandalan data pariwisata yang komprehensif, terutama data mengenai wisatawan secara lebih detail masih menjadi tantangan. Selain itu, ketidakpastian global, seperti resesi ekonomi, krisis kesehatan, atau ketegangan geopolitik, dapat memengaruhi perilaku wisatawan dan tren industri, sehingga mempersulit analisis jangka panjang. Oleh sebab itu, untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, diperlukan metodologi yang kuat dan pendekatan yang adaptif untuk memastikan temuan-temuan yang dihasilkan tetap relevan dan dapat ditindaklanjuti.

Referensi

Anggara, W. P. N. (2022). Globalization of Culture and Identity: Case Study of Halal Tourism Thailand as a Muslim Friendly Tourist Destination. *Journal of Halal*

- Product and Research*, 5(2). <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.72-78>
- Buhalis, D. (2022). Tourism management and marketing in transformation: editor's statement and introduction to the Encyclopedia of Tourism Management and Marketing. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.tourism.management.marketing>
- Dortona, M. P. D. C. (2021). *Marketing strategy analysis of Thailand's tourism during covid-19*. 2–3. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd>
- Klinsrisuk, R., & Pechdin, W. (2022). Evidence from Thailand on Easing COVID-19's International Travel Restrictions: An Impact on Economic Production, Household Income, and Sustainable Tourism Development. *Sustainability (Switzerland)*, 14(6). <https://doi.org/10.3390/su14063423>
- Lee-Anant, C., Choibamroong, T., Punyasiri, S., & Srihwan, B. (2024). Potential Thai Tourist Segmentation to Reduce Dependency on Foreign Tourists highlighted by the COVID-19 Crisis. *Thailand and the World Economy*, 42(3).
- Molasy, H., & Oktavia, P. (2023). Legalisasi Aktivitas Lesbian, Gay Biseksual, Transgender dan Queer (LGBTQ+) di Thailand. *Repostory Universitas Jember*, 1(1), 98–107. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/116654>
- Netherlands Embassy in Bangkok. (2017). Tourism industry in Thailand. *ASEAN Business Dialogue*.
- Nita Aribah, & Suswanta. (2022). Digital tourism branding post-pandemic covid-19 on Twitter: Thailand dan Malaysia case study. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(3). <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i3.4856>
- Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2).
- Sann, R., Lai, P. C., & Chen, C. T. (2023). Crisis Adaptation in a Thai Community-Based Tourism Setting during the COVID-19 Pandemic: A Qualitative Phenomenological Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010340>
- Saxon, S., Sodprasert, J., & Sucharitakul, V. (2021). Reimagining Travel: Thailand Tourism After The COVID-19 Pandemic. *McKinsey & Comapny*.
- Srisawat, P., Zhang, W., Sukpatch, K., & Wichitphongsa, W. (2023). Tourist Behavior and Sustainable Tourism Policy Planning in the COVID-19 Era: Insights from Thailand. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su15075724>
- Statista. (2024a). *Hotel industry in Thailand - statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/6907/hotel-industry-in-thailand/#topicOverview>
- Statista. (2024b). *Number of international tourist arrivals in Thailand from 2015 to 2023*. <https://www.statista.com/statistics/994693/thailand-number-international-tourist-arrivals/>
- Thai Embassy. (2021). *Alternative State Quarantine (ASQ) in Thailand*. <https://www.thaiembassy.com/travel-to-thailand/alternative-state-quarantine-asq-in-thailand>
- Thaiger. (2022). *TAT says Phuket sandbox has generated over 43 billion baht in revenue*. <https://thethaiger.com/news/phuket/tat-says-phuket-sandbox-has-generated-over-43-billion-baht-in-revenue>
- Thaiger. (2023). *Thailand aims to be top Muslim tourism destination within 5 years*.

- <https://thethaiger.com/hot-news/tourism/thailand-targets-becoming-top-muslim-tourism-destination-in-the-next-5-years>
- The Nation Thailand. (2024). *Hotel industry '100% recovered' by December end: Association*. <https://www.nationthailand.com/thailand/tourism/40034395>
- Thunn. (2023). *Eco-tourism in Thailand: A guide to sustainable travel hotspo*. <https://thethaiger.com/travel/eco-tourism-in-thailand-a-guide-to-sustainable-travel-hotspots%0A>
- TTG Asia. (2022). *International Tourists Interest in Thailand Soars Airbnb*. <https://www.ttgasia.com/2022/07/26/international-tourists-interest-in-thailand-soars-airbnb>
- UNWTO. (2020). 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals. In *Unwto News*.
- World Tourism Organization. (2020). International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020, UNWTO Reports | UNWTO. 2020.