



# Strategi Adaptasi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Sektor Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta Selama Pandemi Covid-19

Dyah Widiyastuti<sup>1,\*</sup>, Febri Nurul Azmi<sup>1</sup>, Satria Yudha Adhitama<sup>1</sup>, Karunia Destiana<sup>1</sup>, Ahmad Dani Dahlan<sup>1</sup>, Zidan Putra Syakbana<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Geografi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

\*Corresponding author: [dwidiyastuti@ugm.ac.id](mailto:dwidiyastuti@ugm.ac.id)



Diterima 01 Agustus 2022 | Disetujui 15 Maret 2023 | Diterbitkan 28 April 2023 - Dipresentasikan Pada Seminar Compact 19/10/2022

## Abstrak

Pelaku usaha kecil menengah ekonomi kreatif dan pariwisata merupakan sektor yang sangat terdampak pandemi COVID-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Setiap pelaku usaha mempunyai strateginya tersendiri untuk menghadapi berbagai pembatasan aktivitas fisik. Penelitian ini dilakukan di wilayah DIY bertujuan untuk (1) mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha ekonomi kreatif dan pariwisata selama pandemi COVID-19, (2) mengidentifikasi strategi yang dilakukan para pelaku usaha untuk tetap bertahan selama masa pandemi COVID-19, dan (3) mengidentifikasi strategi/arahan pemerintah bagi UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif pasca-pandemi COVID-19. Metode yang digunakan dalam kajian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam dan Focus Group Discussion kepada perwakilan asosiasi profesional yang mewadahi pelaku usaha dan para pelaku usaha pada bidang usaha di sektor ekonomi kreatif dan pariwisata di DIY. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha ekonomi kreatif dan pariwisata mengalami penurunan penjualan, pemberhentian kegiatan, dan kesulitan anggaran untuk menggaji karyawan. Oleh karena itu pelaku usaha menerapkan beberapa strategi seperti melakukan inovasi produk dan media pemasaran untuk memperluas target pasar, alih mata pencaharian, dan menggunakan tabungan mandiri untuk menggaji karyawan. Strategi pemerintah dalam menghadapi hal ini meliputi penyediaan akses pemodalan, infrastruktur digital, serta upaya promosi aktif.

**Kata-kunci :** Ekonomi Kreatif, Pandemi Covid-19, Pariwisata, Strategi, Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)

## *Adaptation Strategy For Small And Medium Enterprises In The Creative Economy And Tourism Sector In The Special Region Of Yogyakarta During The Covid-19 Pandemic*

### *Abstract*

*Small and medium enterprises (SMEs) are sectors that are heavily affected by the COVID-19 pandemic in Special Region of Yogyakarta (DIY), particularly for the creative economy and tourism sub-sector. Each business actor has his own strategy to deal with various restrictions on physical activity. This research was conducted in DIY and aimed at (1) identifying the problems faced by creative economy and tourism business actors during the COVID-19 pandemic, (2) identifying strategies carried out by business actors to stay afloat during the COVID-19 pandemic, and (3) identifying government's strategies to manage the tourism and creative economic SMEs in post-COVID-19 pandemic era. The method used in this study is descriptive qualitative with in-depth interviews and Focus Group*

*Discussions to representatives of professional associations that accommodate business actors and business actors in the business sector in the creative economy and tourism sector in DIY. The results showed that creative economy and tourism business actors experienced a decrease in sales, termination of activities, and budget difficulties to pay employees. Therefore, business actors implement several strategies such as innovating products and marketing media to expand target markets, transfer livelihoods, and use personal savings to pay employees. The government will provide capital access, digital infrastructure, and active promotion to encourage the SMEs in post-pandemic era*

**Keywords :** creative economy, tourism, strategy, pandemic COVID-19, Small and Medium Enterprises (SME)

## A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan suatu kegiatan ekonomi yang bersifat lintas sektoral (Lickorish, et al, 1997). Di tengah era globalisasi dengan kompleksitas aktivitas ekonomi yang tinggi, kegiatan pariwisata semakin meningkat di berbagai negara (Reisinger, 2009). Tren ini digambarkan akan semakin meningkat terutama di negara-negara berkembang yang mulai aktif mempromosikan pariwisata (Hall, et al, 2007). Di Indonesia, kegiatan pariwisata cenderung memberikan akselerasi pertumbuhan ekonomi dengan jangka waktu munculnya dampak sekitar 5-6 tahun setelah dikembangkan (Nizar, 2011). Pariwisata yang berkelanjutan merupakan orientasi yang dikembangkan saat ini. UNWTO mendefinisikan kegiatan ini sebagai proses yang kontinu dalam meningkatkan kepuasan pengalaman wisata dengan disertai kesadaran terhadap isu keberlanjutannya untuk terus disebarluaskan.

Pariwisata yang berkelanjutan harus mengoptimalkan sumber daya ekologi sekaligus mengonservasi ketersediaannya, menghargai aspek sosio-kultural di destinasi tujuan berbasis toleransi, menghormati tradisi, serta menghasilkan dampak sosial-ekonomi jangka panjang yang positif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, serta pengentasan kemiskinan (Trimbley-Huet, et al, 2021).

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Sementara itu, usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan/mengusahakan objek wisata dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Pengembangan usaha pariwisata perlu memerhatikan situasi objek wisata dan kawasan wisata yang dikaji agar wisatawan tertarik untuk berkunjung.

Pariwisata berperan sebagai segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Pariwisata memberikan peluang kepada masyarakat untuk berusaha atau berwirausaha, jenis-jenis usaha yang ada kaitannya dengan pariwisata tergantung dari kreativitas para pengusaha swasta baik yang bermodal kecil maupun besar untuk memberikan jasa atau menawarkan produk yang sekiranya diperlukan oleh wisatawan. Usaha pariwisata secara menyeluruh dapat dikatakan sebagai industri pariwisata, tetapi tidak diibaratkan sebagai pabrik yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi, serta ada produknya. Industri pariwisata adalah keseluruhan usaha-usaha yang dapat dinikmati wisatawan semenjak awal mula proses ketertarikan untuk berwisata, menikmati lokasi daerah tujuan wisata sampai pada proses akhir wisatawan tersebut pulang menginjakkan kakinya sampai di rumah, kemudian mengenangnya.

Ekonomi kreatif menurut definisi United Nation Institute for Training and Research (UNTAR) merupakan sektor paling dinamis dari ekonomi global dengan transformasi yang kuat kontribusinya terhadap pembangunan. Ekonomi kreatif berkaitan dengan antarmuka antara ekonomi, budaya, teknologi, dan aspek sosial. Kreativitas sebagai merupakan hal utama dalam penciptaan produk dan layanan yang direpresentasikan dalam bentuk industri kreatif. Barang dan jasa kreatif merupakan keluaran utama yang mengandalkan ide, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk meraih peluang baru. Kreativitas ini berfokus pada proses berfikir sehingga memunculkan ide-ide unik dan kreatif dalam menciptakan produk yang inovatif (Munandar, 2016). Industri kreatif merupakan upaya dalam perolehan keuntungan yang lebih banyak mampu menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual (Noviyanti, 2017). Maka definisi pelaku usaha kreatif dalam konteks ini maka dapat diperoleh pengertian bahwa seseorang yang melakukan kegiatan dengan maksud tertentu berdasarkan ide-ide/gagasan yang unik. Pelaku usaha dalam penelitian ini berkaitan dengan ke-17 sub sektor ekonomi kreatif yang menerapkan konsep kreativitas dalam aktivitas industrinya terutama pada sub sektor kriya.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan sektor penyangga perekonomian daerah yang paling merasakan atas dampak dari pandemi COVID-19 pada wilayah DIY. Berdasarkan data BPS DIY, pertumbuhan ekonomi DIY pada selama tahun 2020 menunjukkan kontraksi yang cukup signifikan, yakni tumbuh melambat. Data BPS DIY, menunjukkan semua sektor yang didalamnya terdapat kegiatan UKM pada perekonomian daerah menunjukkan pertumbuhan negatif sepanjang triwulanan selama tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020). Sedangkan

berdasarkan hasil analisa terhadap survey UKM dalam aplikasi Sibakul Dinas Koperasi DIY yang dilakukan pada April-Mei 2020, menunjukkan lebih dari 55 persen konsumen tidak dapat mengakses produk-produk UKM, sehingga menurunkan omzet penjualan UKM.

UKM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan sebagian kontributor perekonomian yang penting di DIY. Kedua bidang ini dapat disebut berkaitan satu sama lain berdasarkan penjabaran terhadap SK Menteri Perindustrian Nomor 19/M/I/1984. Perkembangan kedua bidang UKM ini semakin pesat seiring dengan berkembangnya kegiatan pariwisata dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang mutakhir. BPS (2016) menyatakan bahwa UKM pariwisata dan ekonomi kreatif berada di peringkat kedua dan ketiga jumlah UKM terbanyak di DIY. Selain itu, UKM juga menyerap lebih dari 78% tenaga kerja di DIY sekaligus menopang Sebagian besar struktur perekonomian di DIY. Meskipun demikian, perkembangan UKM sebagian besar terkendala oleh kurangnya permodalan dan rendahnya akses 3 terhadap teknologi digital. Kendala ini diperparah oleh pandemi COVID-19 yang berakibat pada terhentinya proses produksi dan konsumsi sehingga unit-unit UKM pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY mengalami masa-masa sulit untuk terus bertahan. Oleh karena itu, pemberdayaan UKM masih perlu menjadi prioritas, terutama melalui peningkatan kapabilitas para pelaku UKM.

## **B. Metode Pembahasan**

### **1. Pemilihan Isu dan Lokasi Kajian**

UKM yang terdiri dari sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang selama ini mendukung perekonomian DIY cukup tersendat sehingga membuat perekonomian DIY menurun. UKM berperan besar dalam perekonomian, khususnya di DIY. UKM pariwisata dan ekonomi kreatif berada di peringkat kedua dan ketiga jumlah UKM terbanyak di DIY (Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif, 2016). Meskipun demikian, perkembangan UKM sebagian besar terkendala oleh kurangnya permodalan dan rendahnya akses terhadap teknologi digital. Kendala ini diperparah oleh pandemi COVID-19 yang berakibat pada terhentinya proses produksi dan konsumsi sehingga UKM-UKM pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY mengalami masa-masa sulit untuk terus bertahan. Oleh karena itu, pemberdayaan UKM masih perlu menjadi prioritas, terutama melalui peningkatan kapabilitas para pelaku UKM. Di era kehidupan normal baru pasca COVID-19, UKM perlu menyesuaikan diri dengan kebiasaan baru, mulai dari rantai pasok, kegiatan berusaha, dan transaksi yang menggunakan teknologi digital, agar dapat bertahan di tengah hempasan badai krisis. Dukungan pemerintah juga merupakan kunci agar kelangsungan berusaha UKM dapat terjaga dengan baik.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2020 Tentang Komite Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan Pemulihan Ekonomi Nasional maka perlu menyusun strategi pemberdayaan bagi UKM dengan program yang terintegrasi. Arah kebijakan pemberdayaan UKM pun dijalankan dengan diharapkan mampu terintegrasi antara program satu dengan yang lainnya antara lain: Pertama, memberikan prioritas pemberdayaan UKM pada sektor riil atau produksi yang berorientasi ekspor dan mampu melakukan substitusi impor. Kedua, mengembangkan UKM dengan melakukan pendekatan komunitas, kelompok, dan kluster berdasarkan sentra produksi dan komoditas. Ketiga, mendorong terjadinya lintas sektoral dan kemitraan. Keempat, memberdayakan secara variatif disesuaikan dengan karakteristik dan tingkatan. Dan kelima, melakukan modernisasi dan inovasi teknologi bagi.

Pemberdayaan terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif perlu dilakukan oleh pemerintah daerah dengan bekerja sama dengan pelaku usaha, perbankan, perguruan tinggi serta stakeholder terkait lainnya. Dalam rangka pemberdayaan UKM khususnya dibidang pariwisata dan ekonomi kreatif, ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu (1) penyadaran; (2) pengorganisasian; (3) kaderisasi pendamping; (4) dukungan teknis, dan (5) pengelolaan sistem. Upaya pemberdayaan juga perlu dilakukan melalui cara berikut, antara lain: (a) menciptakan iklim yang kondusif masyarakat untuk berkembang; (b) memperkuat potensi masyarakat dengan menyiapkan sarana prasarana baik fisik maupun sosial yang mampu diakses oleh lapisan masyarakat paling bawah; dan (c) memberdayakan dalam arti melindungi dan membela masyarakat lemah. Dalam menyusun skema pemberdayaan tersebut, maka diperlukan pemahaman terhadap kondisi UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif selama masa pandemi COVID-19 agar arahan pemberdayaan dapat disesuaikan dan tepat sasaran.

### **2. Metode Penelitian Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan pada kondisi objek yang alamiah, dan peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive sample, yaitu pengambilan sampel dengan cara memberikan ciri khusus yang sesuai tujuan penelitian (Sugiyono, 2007). Adapun teknik pengumpulan data yaitu dengan triangulasi dan analisis data bersifat induktif/kualitatif serta hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang mendukung agak tujuan dari kajian ini dapat

terjawab itu dengan menggunakan wawancara, observasi, dan focus group discussion (FGD). Wawancara merupakan suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung dalam bentuk wawancara mendalam untuk menggali informasi (Brink, 1993)(Byrne, 2001). Selain itu, wawancara juga dapat didefinisikan sebagai situasi berhadapan-hadapan antara pewawancara dengan responden yang dilakukan dengan tujuan menggali informasi yang diharapkan dan mendapatkan data tentang responden yang minimum bias dan maksimum efisien (Hakim, 2013).

Teknik pengumpulan data lainnya yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indera terutama mata terhadap kejadian yang berlangsung dan dapat dianalisa pada waktu kejadian itu terjadi. Maksud utama observasi adalah menggambarkan keadaan yang diobservasi. Kualitas penelitian ditentukan oleh seberapa jauh dan mendalam peneliti tentang situasi dan konteks. Metode Focus Group Discussion (FGD) juga dilakukan, yaitu upaya menemukan makna sebuah isu oleh sekelompok orang lewat diskusi untuk menghindari diri pemaknaan yang salah oleh seorang peneliti (Bisjoe, 2018)(Wong, 2008). Tujuan FGD adalah guna mendapatkan informasi dan permasalahan yang spesifik dan mendalam dari berbagai pihak yang direpresentasikan oleh masing-masing peserta diskusi mengenai tema atau isu tertentu. Kualitas data FGD diperoleh dari ucapan dan tingkah laku narasumber selama FGD berlangsung (Nili, 2017).

Pada kajian ini teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode purposive sampling terhadap asosiasi dan pelaku UKM pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY sebagai informan kunci. Penentuan informan kunci dilakukan dengan pertimbangan kualifikasi narasumber terpilih untuk wawancara dipilih dari asosiasi maupun pelaku UKM pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Jenis data yang dikumpulkan yaitu data primer yang diperoleh melalui hasil survei dan atau juga data hasil wawancara. Kemudian juga terdapat data sekunder yang diperoleh melalui literatur, laporan, maupun kajian pendahuluan yang terkait dengan UKM pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY beserta dampak yang dialaminya selama terjadi pandemi COVID-19.

Pemilihan narasumber dalam wawancara mendalam dan FGD menjadi penting. Narasumber diharapkan memiliki pengetahuan terkait UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY secara komprehensif. Oleh karena itu, pemilihan narasumber informan kunci diarahkan kepada asosiasi/kelompok yang menaungi para pelaku usaha dan kelompok-kelompok pelaku usaha itu sendiri. Berikut adalah tabel yang memuat rincian narasumber.

**Tabel 1.** Rincian Narasumber Penelitian

Kode	Inisial	Instansi	Sektor	Sub-sektor/Lapangan Usaha
A1	A	Koperasi Batik Persatuan Pengusaha BatikIndonesia (PPBI) DIY	Ekonomi Kreatif	Industri Pakaian Jadi/Fesyen
A2	S	Paguyuban Pengusaha Kasongan	Ekonomi Kreatif	Kriya
A3	H	Koperasi Tenun Pelangi Sejati	Ekonomi Kreatif	Industri Pakaian Jadi
A4	A	Indigo Hub	Ekonomi Kreatif	Aplikasi
A5	D	ABP Incubator AMIKOM	Ekonomi Kreatif	Aplikasi
B1	A	Koperasi Batik Persatuan Pengusaha BatikIndonesia (PPBI) DIY	Ekonomi Kreatif	Industri Pakaian Jadi
B2	E	Toko PanganKU	Ekonomi Kreatif	Industri Kuliner
B3	R	Paguyuban Pengusaha Kasongan	Ekonomi Kreatif	Kriya
B4	D	Patembayan Mandira Baruga	Ekonomi Kreatif	Industri Pakaian Jadi
B5	A	Agensip	Ekonomi Kreatif	Aplikasi
B6	T	CV. Askara Nalini	Ekonomi Kreatif	Film, Animasi, dan Video
C1	F	Association of The Indonesian Tours And TravelAgencies (ASITA) DIY	Pariwisata	Jasa Transportasi WisataJasa Perjalanan Wisata
C2	W	Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia(PHRI) DIY	Pariwisata	Jasa Makanan dan Minuman Penyedia Akomodasi
C3	R	Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) DIY	Pariwisata	Jasa Pramuwisata
C4	B	Gabungan Pariwisata Indonesia (GIPI) DIY	Pariwisata	Industri Profesi Pariwisata
C5	G	Generasi Pesona Indonesia (GENPI) DIY	Pariwisata	Daya Tarik Wisata Jasa Informasi Wisata

C6	S	Asosiasi Pengusaha Perancang Mode Indonesia (APPMI) DIY	Ekonomi Kreatif	Industri Pakaian Jadi/Fesyen
C7	E	Paguyuban Gudeg Wijilan	Ekonomi Kreatif	Industri Kuliner

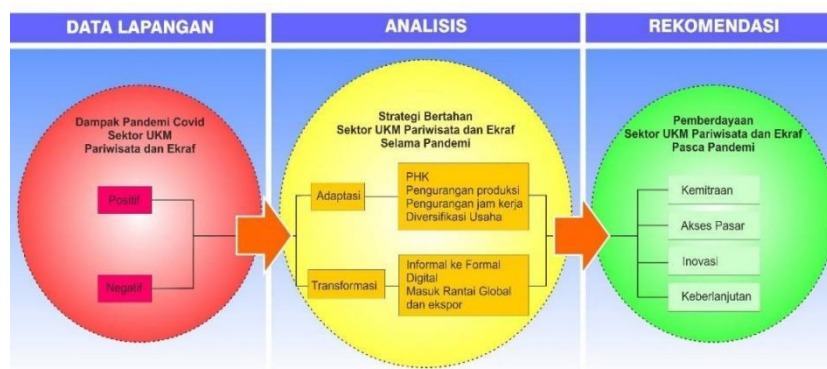
Keterangan:

Kode A merupakan narasumber perwakilan dari anggota asosiasi asosiasi yang mewadahi pelaku usaha. Kode B merupakan narasumber dari pelaku usaha secara langsung.

Kode C merupakan narasumber dari anggota asosiasi pelaku usaha sekaligus pelaku usaha secara langsung.

Sumber: konstruksi penulis (2022)

Data yang telah diperoleh pada kajian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan hasil temuan penelitian secara menyeluruh serta merepresentasikannya dalam bentuk tulisan, peta, dan grafik/diagram berdasarkan data yang diperoleh. Analisis yang dilakukan menekankan pada kondisi UKM pariwisata dan ekonomi kreatif pada masa pandemi Covid-19. Berdasarkan analisis tersebut, penyusunan *roadmap* diarahkan pada rekomendasi bentuk-bentuk strategi pemberdayaan UKM pariwisata dan ekonomi kreatif pasca-pandemi dengan memperhatikan aturan hukum yang berlaku. Kajian ini memiliki kerangka berpikir sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

### C. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan diskusi merupakan uraian temuan analisis penelitian yang dapat menjawab tujuan artikel dengan pembahasannya secara ilmiah. Pada bagian ini penulis dapat menyajikan data-data sesuai ruang lingkup kasus yang dibahas dan temuan penelitian yang perlu dijelaskan secara saintifik meliputi apa (*what*), mengapa (*why*), dan bagaimana (*how*) dari kasus serta ditunjang oleh penjelasan ilmiah yang baik. Pada bagian ini penulis juga dapat menjelaskan skenario, solusi penanganan, strategi, atau konsep yang diusulkan untuk menangani kasus. Penulis juga dapat memberikan beberapa referensi pustaka atau penelitian lain sebagai pembandingan temuan atau penguat argumentasi.

#### 1. Dinamika UKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di DIY selama Masa Pandemi COVID-19

Pandemi Covid-19 membawa dampak yang sangat signifikan terhadap semua aspek perekonomian termasuk pariwisata. Hal ini juga dirasakan semua kalangan di provinsi DIY. provinsi DIY yang merupakan destinasi pariwisata yang sering dikunjungi jelas sangat terdampak dengan adanya Covid-19. Dampak adanya covid-19 tak terlepas dari permasalahan/kendala yang umumnya terjadi yaitu :

##### a) Pembatasan Sosial

Dampak pembatasan sosial pada sektor penyediaan akomodasi menyebabkan penurunan kunjungan. Sedangkan pada sektor penyediaan jasa makan minum adanya pembatasan sosial yang mengakibatkan masyarakat menjadi enggan untuk makan diluar hingga makan ditempat.

##### b) Pembatasan Berpergian Keluar Kota

Selama pandemi COVID-19, usaha di bidang jasa perjalanan harus berhenti dan sama sekali tidak melakukan kegiatan. Selain itu adanya pembatasan menyebabkan pendapatan menjadi turun drastis bahkan tidak ada pemasukan. Pembatasan ini juga berakibat pada sektor penyediaan akomodasi seperti hotel karena berkurangnya wisatawan yang datang dari luar kota.

*“Anggota ASITA yang merupakan pelaku UKM jasa perjalanan wisata tidak mendapat pemasukan sehingga harus beralih profesi.”*

(Narasumber C1)

- c) Pemberlakuan Ketentuan Perjalanan  
Terdapat aturan yang memperbolehkan masyarakat untuk bepergian hingga keluar kota dengan menggunakan transportasi umum dengan menggunakan syarat tertentu, seperti tes covid-19 berupa antigen, PCR, Swab hingga kewajiban vaksin. Syarat ini membuat masyarakat menjadi malas untuk bepergian keluar kota sehingga berdampak bagi sektor jasa perjalanan wisata di DIY.
- d) Pembatasan Akses Keluar Masuk Indonesia  
Pembatasan akses keluar masuk Indonesia menyebabkan jumlah turis asing yang mendatangi DIY menjadi menurun drastis. Hal ini tentu berdampak bagi pelaku pada sektor pariwisata utamanya jasa akomodasi, penyediaan jasa makan minum dan perjalanan wisata.

Dampak pandemi terhadap beberapa kegiatan pariwisata sangat dirasakan di DIY. Rincian terkait dampak tersebut dapat diketahui pada tabel berikut ini.

**Tabel 2.** Dampak Pandemi COVID-19 pada UKM Sektor Pariwisata di DIY

No	Kegiatan Pariwisata	Dampak
1	Jasa Akomodasi dan Penyediaan Makanan dan Minuman	Penurunan jumlah kunjungan Pemasukan yang berkurang Pengurangan jam kerja Pengurangan upah karyawan
2	Jasa Perjalanan Wisata	Penurunan pengguna jasa Pekerja terpaksa diliburkan Terhambat dalam pemberian gaji pegawai Pekerja beralih profesi
3	Jasa Pramuwisata	Pramuwisata harus beralih profesi Penurunan jumlah pengguna jasa

*Sumber: pengolahan data dari hasil wawancara mendalam pada pelaku UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY (2022)*

Sebagai respon terhadap dampak yang terjadi, pemerintah telah mengimplementasikan beberapa kebijakan guna menanggulangnya seperti (1) Pemberian bantuan modal; (2) Peningkatan kualitas dan keragaman produk UKM pariwisata; (3) Peningkatan fasilitas, regulasi, dan insentif untuk pengembangan UKM pariwisata; (4) Penguatan organisasi dan sumber daya manusia UKM pariwisata; (5) Pungutan kemitraan usaha pariwisata; (6) Pengembangan pasar dan promosi pariwisata; serta (7) Penyesuaian protokol pariwisata.

Sektor ekonomi kreatif mengalami dampak yang berbeda-beda dan harus tetap berupaya untuk bertahan pada saat pandemi. Adanya proses untuk bertahan pada masing-masing UKM tak terlepas dari kendala/permasalahan yang harus dihadapi dan diatasi. Berikut adalah kendala/permasalahan yang dialami oleh pelaku UKM ekonomi kreatif:

- a) Pembatasan Sosial  
Adanya kebijakan pembatasan sosial ini sangat berpengaruh bagi ukm DIY di sektor ekonomi kreatif diantaranya industri kuliner dan seni pertunjukan. Pembatasan sosial menyebabkan masyarakat dilarang untuk berkerumun sehingga aktivitas yang diselenggarakan oleh seni pertunjukan harus dihentikan. Selain itu, pembatasan sosial yang juga membatasi kapasitas masyarakat untuk makan di restoran.
- b) Penurunan Permintaan  
Selama pandemi COVID-19 banyak sektor ekonomi kreatif yang mengalami permasalahan penurunan permintaan konsumen seperti pada industri fesyen, kuliner, seni rupa dan kriya.
- c) Naiknya Harga Bahan Baku  
Adanya pandemi COVID-19 menyebabkan inflasi yang tinggi hingga permintaan pasar global yang menyebabkan naiknya harga bahan baku. Kenaikan harga bahan baku ini berdampak pada industri fesyen, kriya dan kuliner.
- d) Rendahnya Minat Menjadi Pekerja  
Permasalahan rendahnya minat menjadi pekerja ini dialami oleh sektor fesyen tepatnya industri batik dan sektor seni rupa yaitu pengrajin kasongan.
- e) Keterbatasan Lahan  
Wilayah perkotaan seperti di Kota Yogyakarta memiliki luas lahan yang lebih terbatas tetapi dipadati penduduk maupun bangunan. Beberapa pelaku usaha cenderung memiliki luasan lahan usaha yang terbatas di Kota Yogyakarta. Permasalahan lahan parkir termasuk mengakibatkan keterbatasan lahan

usaha tersebut.

*“Lahan Usaha yang sempit jadi lahan parkir untuk pelanggannya sangat minim.”  
(Narasumber C7)*

- f) **Komitmen yang Rendah**  
Permasalahan ini sering terjadi pada sektor ekonomi kreatif yaitu aplikasi inkubator. Hal ini disebabkan karena kurangnya kesiapan dari anggota UKM yang bergabung pada inkubator.

Dampak pandemi terhadap sektor ekonomi kreatif di DIY sangat dirasakan oleh beberapa sub-sektor, diantaranya :

**Tabel 2.** Dampak Pandemi COVID-19 pada UKM Sektor Pariwisata di DIY

No	Kegiatan Pariwisata	Dampak
1	Jasa Akomodasi dan Penyediaan Makanan dan Minuman	Penurunan jumlah kunjungan Pemasukan yang berkurang Pengurangan jam kerja Pengurangan upah karyawan
2	Jasa Perjalanan Wisata	Penurunan pengguna jasa Pekerja terpaksa diliburkan Terhambat dalam pemberian gaji pegawai Pekerja beralih profesi
3	Jasa Pramuwisata	Pramuwisata harus beralih profesi Penurunan jumlah pengguna jasa

*Sumber: pengolahan data dari hasil wawancara mendalam pada pelaku UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY (2022)*

Sebagai respon terhadap dampak yang terjadi, pemerintah telah mengimplementasikan beberapa kebijakan guna menanggulangnya, seperti (1) Pemberian bantuan modal; (2) Peningkatan akses pasar dan promosi; (3) Pengembangan sumber daya manusia; (4) Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), hukum dan standarisasi produk; (5) Kemitraan dan insentif; serta (6) Inkubasi UKM.

Secara keseluruhan, pandemi COVID-19 memberikan dampak negatif bagi UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Berdasarkan studi literatur, dampak negatif pada UKM sektor pariwisata umumnya berupa lesunya kunjungan, tidak efektifnya promosi, serta penurunan pendapatan yang signifikan (Mulasari, et al, 2021)(Farobi, et al, 2021)(Kukanja, et al, 2020)(Masbiran, 2020)(Ribeka, et al, 2021). Sementara itu, dampak yang muncul pada UKM sektor ekonomi kreatif berkaitan dengan terhambatnya produksi, alih tenaga kerja, serta penjualan yang menurun (Florida, et al, 2020)(Siagian, et al, 2021)(Nugraha, 2021)(Jesus, 2020). Hal-hal ini juga ditemukan selama melakukan wawancara terhadap asosiasi dan pelaku usaha UKM kedua sektor tersebut di DIY.

## **2. Isu Strategis dan Strategi Adaptasi UKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di DIY Selama Masa Pandemi COVID-19**

Beberapa isu strategis UKM sektor pariwisata di DIY pada masa pandemi Covid-19 berkaitan dengan upaya diversifikasi dan promosi produk yang terkendala oleh pembatasan sosial maupun pembatasan mobilitas. Kendala tersebut diperparah dengan banyaknya produk UKM pariwisata di D.I. Yogyakarta yang didesain untuk dinikmati melalui kunjungan langsung secara fisik. Oleh karena itu, bentuk wisata virtual belum sepenuhnya disiapkan. Secara lebih detil, rumusan isu strategis yang ditemukan berdasarkan telaah terhadap laporan BPS (2020) dan hasil wawancara meliputi:

- Perlu peningkatan kapasitas SDM pelaku UKM pariwisata terutama dalam penguasaan bahasa asing dan teknologi digital.
- Perlunya peningkatan promosi wisata melalui media daring secara kontinyu.
- Perlunya pemberntukan branding destinasi wisata sebagai identitas dengan mengedepankan karakteristik khas DIY.
- Belum optimalnya pemanfaatan potensi wisata virtual; (5) Belum terpenuhinya keseluruhan unsur keberlanjutan destinasi pariwisata.
- Perlunya intergasi destinasi wisata dengan pemasaran produk ekonomi kreatif.

Beberapa isu strategis juga muncul untuk UKM sektor ekonomi kreatif di DIY pada masa pandemi Covid-19.

Kendala serupa juga muncul pada aspek promosi. Namun, isu strategis di sektor ini lebih menitikberatkan perlunya digitalisasi promosi produk ekonomi kreatif dengan identitas yang kuat. Banyaknya produk ekonomi kreatif di DIY belum sepenuhnya terlindungi oleh hak kekayaan intelektual maupun terintegrasi sistem. Oleh karena itu, rincian isu strategis yang muncul meliputi:

- a) Perlunya peningkatan kapasitas SDM pelaku UKM ekonomi kreatif terutama dalam penguasaan pemasaran dan teknologi digital.
- b) Perlunya peningkatan promosi produk ekonomi kreatif melalui media daring secara kontinu.
- c) Belum optimalnya penyerapan stimulus modal produksi.
- d) Perlunya pembentukan branding produk ekonomi kreatif sebagai identitas dengan mengedepankan karakteristik khas DIY.
- e) Belum meratanya formalisasi pelaku UKM ekonomi kreatif agar dapat memiliki legalitas dan perlindungan, baik bagi pelaku maupun pekerja.
- f) Perlunya integrasi destinasi wisata dengan pemasaran produk ekonomi kreatif

Terjadinya pandemi COVID-19 yang memunculkan isu-isu strategis di atas mendorong setiap UKM harus beradaptasi di samping menunggu bantuan yang diberikan pemerintah. Beberapa strategi adaptasi diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan. Tabel 4 menunjukkan detail strategi adaptasi yang dilakukan oleh UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Hal menarik yang ditemukan adalah upaya bertahan hidup yang berlandaskan semangat kekeluargaan dan gotong royong. Para pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY, khususnya yang berkecimpung di bidang kebudayaan, menempatkan para pekerja seperti keluarga sehingga tidak melakukan pemutusan hubungan kerja. Pekerja hanya diliburkan. Bahkan, terdapat pelaku usaha yang justru memberikan bantuan sukarela kepada para pekerjanya. Hal ini mendorong percepatan pemberdayaan kembali UKM tersebut saat masa pandemi mulai berakhir.

*"Kita di sini sudah seperti keluarga. Jadi selama tidak ada pementasan, kita cuma berkumpul tapi tidak latihan, tidak pentas. Hanya ngobrol. Kalau ada anggota yang kesusahan finansial, kita bantu. Kami menggunakan tabungan sendiri juga, bertahan habis-habisan. Tapi tidak ada satupun karyawan yang kita pecat (putuskan hubungan kerjanya)."*  
(Narasumber B4)

**Tabel 4.** Strategi Adaptasi Pelaku UKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di DIY pada Masa Pandemi COVID-19

No	Aspek	Strategi Adaptasi UKM Sektor Pariwisata	Strategi Adaptasi UKM Sektor Ekonomi Kreatif
1	Bahan baku	Meminimalisasi belanja bahan baku bagi sektor barang	Meminimalisasi belanja bahan baku Mengganti bahan baku menjadi lebih murah
2	Proses produksi	Tidak melakukan produksi karena tidak ada wisatawan, terutama bagi sektor jasa	Membatasi jam kerja produksi Membatasi jumlah produksi
3	Pekerja	Meliburkan pekerja tetapi tidak memutuskan hubungan kerja Mengarahkan pekerja untuk memiliki usaha sampingan	Meliburkan pekerja tetapi tidak memutuskan hubungan kerja Mengarahkan pekerja untuk memiliki usaha sampingan Mengggunakan tabungan mandiri untuk menggaji pekerja
4	Luaran produk	Menyediakan virtual tour	Mengurangi jumlah luaran produk Menurunkan harga produk
5	Promosi dan pemasaran	Melakukan promosi protokol kesehatan dan kepemilikan sertifikat CHSE	Mengggunakan usaha jempot-bola Mengubah produk menjadi tersedia secara virtual bagi produk non-barang

Sumber: pengolahan data dari hasil wawancara mendalam pada pelaku UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY (2022) serta Profil Industri Mikro dan Kecil DIY Tahun 2020 (BPS DIY, 2020)

Strategi adaptasi yang dilakukan asosiasi dan pelaku usaha UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY

mampu membuat usaha bertahan di tengah ketidakpastian situasi pandemi. Pendapatan menurun signifikan, tetapi para pelaku usaha dan asosiasinya masih mampu mempertahankan diri dengan berbagai macam bantuan yang diterima serta strategi adaptasi yang sudah dilakukan. Dalam hal ini, peran pemerintah sebagai regulator dan salah satu penyedia bantuan merupakan kunci yang penting. Berbagai bentuk bantuan pemodal diberikan. Selain itu, strategi untuk pulih kembali juga tengah disusun seperti dalam Rencana Pembangunan Daerah (RPD) D.I. Yogyakarta Tahun 2023-2026.

### 3. Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam Pengembangan UKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di DIY Pasca-Pandemi COVID-19

Pandemi COVID-19 menyebabkan berkembangnya permasalahan isu strategis dalam berbagai aspek pemerintahan, termasuk dalam hal perekonomian di DIY yang disokong sebagian besarnya oleh UKM. Hambatan bagi perkembangan UKM pada masa pandemi mendorong perlunya strategi pemulihan dan pemberdayaan. Dalam hal ini, pemerintah DIY memiliki kewajiban untuk menyusun rencana, arahan, dan strategi pemulihan kondisi UKM, khususnya sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, guna mengatasi dampak pandemi sekaligus mempersiapkan diri pada masa pasca-pandemi yang akan segera tiba.

Pemberdayaan UKM DIY dengan titik berat pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif diawali dengan Program Pemulihan Sektor UKM. Program pemulihan ini bertujuan untuk melindungi, mempertahankan dan meningkatkan kemampuan ekonomi pelaku usaha baik di sektor riil maupun sektor keuangan, termasuk bagi kelompok usaha mikro, kecil, dan menengah (UKM). Skema arahan dan strategi pemberdayaan UKM di DIY pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif pasca-pandemi disusun dalam tiga tahapan besar yang berkesinambungan dan berkelanjutan sebagai berikut.



**Gambar 2.** Arahan dan Strategi Pengembangan UKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di D.I. Yogyakarta Pasca-Pandemi COVID-19

Arahan pengembangan terbagi atas tahap Pemulihan, tahap Percepatan, dan tahap Pengembangan yang didasarkan pada Rencana Pembangunan Daerah D.I. Yogyakarta Tahun 2023-2026. Pembabakan memperhatikan prediksi atas berakhirnya masa pandemi COVID-19 pada tahun 2023.

Tahap Pemulihan berfokus pada upaya mengembalikan kondisi UKM minimal menjadi seperti sebelum terjadinya pandemi sehingga strategi diarahkan pada penyediaan pemodal, penguasaan kompetensi, dan promosi usaha yang gencar. Setelah itu, tahapan kedua yaitu Tahap Percepatan berfokus pada penyediaan infrastruktur dan faktor penunjang lainnya yang dapat mendukung kemantapan perkembangan usaha, termasuk dalam upaya digitalisasi dan perlindungan hak cipta. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh pada stabilitas pemulihan usaha agar lebih terintegrasi dengan sistem digital yang ada. Sementara itu, tahap terakhir pada yaitu Tahap Pengembangan sudah mengarah pada visi yang lebih luas, yaitu daya saing UKM di pasar internasional melalui ekspor, promosi, dan kapabilitas wirausaha maupun lembaga yang telah diperkuat sejak awal.

Tahapan-tahapan pemulihan hingga pengembangan memerlukan keterlibatan aktif berbagai pemangku kepentingan yang ada, khususnya di D.I. Yogyakarta. Oleh karena itu, Tabel 5 menunjukkan keterlibatan pemangku kepentingan pada setiap tahapan dan strategi yang disusun. Dalam hal ini, peran pemerintah sangat besar sebagai aktor utama sekaligus penggerak pemangku kepentingan lainnya, termasuk asosiasi pelaku UKM.

**Tabel 5.** Strategi Pengembangan UKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Pasca-Pandemi COVID-19

No	Tahapan	Strategi	Pemangku Kepentingan	Tahun
1	Pemulihan	Penyediaan bantuan pemodal	Dinas Koperasi dan UKM DIY Dinas Pariwisata DIY Dinas Industri dan Perdagangan DIY Dinas Penanaman Modal dan Perizinan DIY Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset DIY Dinas Komunikasi dan Informatika DIY Bank BPD DIY	2023-2024
2	Pemulihan	Peningkatan kompetensi pelaku usaha	Dinas Koperasi dan UKM DIY Dinas Pariwisata DIY Dinas Industri dan Perdagangan DIY Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset DIY Dinas Komunikasi dan Informatika DIY Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga DIY Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi DIY Dinas Kebudayaan DIY Asosiasi pelaku usaha di DIY GENPI GPI	2023-2024
3	Pemulihan	Promosi dan pemasaran aktif	Dinas Koperasi dan UKM DIY Dinas Pariwisata DIY Dinas Industri dan Perdagangan DIY Dinas Komunikasi dan Informatika DIY Dinas Kebudayaan DIY	2024
4	Percepatan	Percepatan pengembangan infrastruktur digital terintegrasi	Dinas Koperasi dan UKM DIY Dinas Pariwisata DIY Dinas Industri dan Perdagangan DIY Dinas Komunikasi dan Informatika DIY	2025-2026
5	Percepatan	Perlindungan atas kekayaan intelektual	Dinas Koperasi dan UKM DIY Dinas Penanaman Modal dan Perizinan DIY Dinas Pariwisata DIY Dinas Industri dan Perdagangan DIY Dinas Komunikasi dan Informatika DIY	2025-2026
6	Pengembangan	Pemantapan kewirausahaan, pembiayaan, dan kelembagaan	Dinas Koperasi dan UKM DIY Dinas Pariwisata DIY Dinas Industri dan Perdagangan DIY	2027-2028

*Sumber: pengolahan data dari hasil wawancara dan Peraturan Gubernur D.I. Yogyakarta Nomor 7 Tahun 2022 tentang Rencana Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2023 – 2026*

#### D. Kesimpulan

Memulihkan perekonomian Indonesia pasca guncangan dampak pandemi COVID-19 dilakukan salah satunya dengan cara membangkitkan kembali UKM yang mana merupakan sektor yang berkontribusi sangat besar terhadap perekonomian wilayah. Strategi yang tepat dibutuhkan para pelaku UKM untuk beradaptasi pada masa new normal sekaligus bergerak maju ke arah industri 4.0. Pelaku UKM tidak sekadar menargetkan pada pengembalian modal usaha dan keuntungan tetapi juga bagaimana UKM beradaptasi dengan perkembangan era teknologi digital.

Kunci keberhasilan pemberdayaan UKM di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut terletak pada sinergi seluruh pemangku kepentingan untuk menangani Pandemi COVID-19 dan meningkatkan daya beli masyarakat yang terdampak. Selanjutnya, perekonomian DIY yang bergantung pada sektor pariwisata harus dipersiapkan untuk menghadapi menggeliatnya sektor wisata pada saat pandemi sudah terkendali. Kesiapan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk menghadapi lonjakan wisatawan akan mempercepat proses pemulihan perekonomian DIY.

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi arahan pengembangan UKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di DIY:

- a. Peningkatan jumlah UKM yang memiliki status badan hukum (formal).
- b. Memperkuat pemberdayaan UKM di DIY untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi pelaku UKM termasuk untuk 'menembus' pasar ekspor.
- c. Pengembangan pembiayaan inovatif bagi UKM di DIY untuk mendukung pelaku UKM.
- d. Meningkatkan akses UKM terhadap teknologi tepat guna untuk peningkatan daya saing UKM.
- e. Mengarahkan prinsip produksi untuk mengadopsi prinsip bisnis yang keberlanjutan (sustainability) menjadi salah satu cara untuk meningkatkan peluang menembus pasar global. Perluasan akses pemasaran UKM lokal untuk mendukung berkembangnya brand UKM di pasardomestik dan pasar global.
- f. Mendorong UKM bersaing di pasar global.
- g. Penerapan standarisasi produk dan jaringan kemitraan.
- h. Penguatan kelembagaan melalui koordinasi lintas sektor untuk mendukung ekosistem UKM terpadu di DIY.
- i. Meningkatkan Peran UKM di Pasar global melalui ekspor untuk mempromosikan produk unggulan DIY kepada dunia merupakan strategi yang tepat dilakukan untuk memulihkan UKM DIY pasca pandemi COVID-19. Dari strategi ini, ke depannya diharapkan dapat mengurangi ketergantungan terhadap permintaan lokal sehingga pihak UKM tidak akan kesulitan memasarkan produknya; Meningkatkan akses terhadap pasar potensi baru di luar negeri dan provinsi yang belum tergal; dan meningkatkan produktivitas hingga daya saing UKM Provinsi DIY.

## E. Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Biro Administrasi Perekonomian dan Sumber Daya Alam, Sekretariat Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah mendukung ketersediaan data-data sekunder. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada segenap instansi dan narasumber yang telah berkenan mendukung kegiatan penelitian.

## F. Daftar Pustaka/Referensi

- A. Nili, M. Tate, dan D. Johnstone, "A framework and approach for analysis of focus group data in information systems research," *Communications of the Association for Information Systems*, vol. 40, 2017, doi: 10.17705/1cais.04001.
- A. O. Siagian dan Y. Cahyono, "Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, hlm. 206–217, Feb 2021, doi: 10.47233/jitekxis.v3i1.212.
- A. R. H. Bisjoe, "Menjaring Data dan Informasi Penelitian Melalui FGD (Focus Group Discussion): Belajar dari Praktik Lapang," *Buletin Eboni*, vol. 15, no. 1, hlm. 17–27, 2018.
- A.A.A Ribeka Martha Purwahita, Putu Bagus Wisnu Wardhana, I Ketut Ardiasa, dan I Made Winia, "Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka)," *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, vol. 1, no. 2, 2021, doi: 10.53356/diparojs.v1i2.29.
- Available: <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/417>
- Badan Pusat Statistik & Badan Ekonomi Kreatif, "Data Statistik & Hasil Survei Ekonomi Kreatif," Jakarta, 2016.
- Badan Pusat Statistik D.I. Yogyakarta, "Profil Industri Mikro dan Kecil Daerah Istimewa Yogyakarta 2020," 2020.
- C. M. Hall dan S. J. Page, *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Routledge, 2014.
- D. S. V. de Jesus, "Necropolitics and Necrocapitalism: The Impact of COVID-19 on Brazilian Creative Economy," *Modern Economy*, vol. 11, no. 06, hlm. 1121–1140, 2020, doi: 10.4236/me.2020.116082.
- G. Farobi dan M. Hamsal, "The Effect of Environmental Turbulence, Social Capital, and Organizational Resilience on Tourism SME Performance: Impact of Pandemic COVID-19," Apr 2021. doi: 10.4108/eai.1-10-2020.2305626.
- H. I. L. Brink, "Validity and reliability in qualitative research," *Curationis*, vol. 16, no. 2, hlm. 35–38, 1993.
- L. Lickorish dan C. Jenkins, "An Introduction to Tourism. Jordan Hill." Oxford: Butterworth-Heinemann Publication (Elsevier), 1997.
- L. N. Hakim, "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit," *Aspirasi*, vol. 4, no. 2, 2013.
- L. P. Wong, "Focus group discussion: A tool for health and medical research," *Singapore Medical Journal*, vol. 49, no. 3. 2008.
- M. A. Nizar, "Pengaruh Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia [Tourism Effect On Economic Growth In Indonesia]," University Library of Munich, Germany, 2011.
- M. Byrne, "Critical incident technique as a qualitative research method," *AORNJ*, vol. 74, no. 4, hlm. 536–539, 2001.

- M. Kukanja, T. Planinc, dan M. Sikošek, "Crisis Management Practices in Tourism SMEs during the Covid-19 Pandemic," *Organizacija*, vol. 53, no. 4, hlm. 346–361, Des 2020, doi: 10.2478/orga-2020-0023.
- R. Florida dan M. Seman, "Measuring COVID-19's devastating impact on America's creative economy," *Metropolitan Policy Program at Brookings* ..., no. August, hlm. 1–32, 2020, [Daring]. Available [https://www.libarts.colostate.edu/redi/wp-content/uploads/sites/50/2020/08/Florida\\_Seman\\_COVID\\_Brookings.pdf](https://www.libarts.colostate.edu/redi/wp-content/uploads/sites/50/2020/08/Florida_Seman_COVID_Brookings.pdf)
- R. Noviyanti, "Peran Ekonomi Kreatif terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1," *INTAJ : Jurnal Penelitian Ilmiah*, vol. 1, no. 1, 2017.
- S. A. Mulasari dkk., "UKM 'BANGKIT': STRATEGI PENGUATAN EKONOMI DAN KEBANGKITANDI ERA KENORMALAN BARU COVID-19," *LOGISTA - Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, hlm. 140, Jun 2021, doi: 10.25077/logista.5.1.140-146.2021.
- S. Tremblay-Huet dan D. Lapointe, "The new responsible tourism paradigm: the UNWTO's discourse following the spread of COVID-19," *Tourism and Hospitality*, vol. 2, no. 2, hlm. 248–260, 2021.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- U. Munandar, *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Rineka cipta, 2016.
- V. U. K. Masbiran, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pariwisata Sumatera Barat," *Jurnal Pembangunan Nagari*, vol. 5, no. 2, 2020.
- Y. E. Nugraha, "Tantangan dan Strategi Unit Usaha Ekonomi Kreatif Tenun Ikat NTT dalam Menghadapi Pandemi Covid-19," *Jurnal Industri Pariwisata*, vol. 4, no. 1, hlm. 61–73, 2021, [Daring].
- Y. Reisinger, "Cross-cultural differences in tourist behavior," dalam *Handbook of tourist behavior*, Routledge, 2009, hlm. 255–274.