

Pelatihan Digitalisasi pada Desa Wisata Lombok Indonesia

¹Fetty Poerwita Sary, ²Dian Indiyati, ³Milleniarta Moslem

^{1,2,3} Universitas Telkom

¹fettyps@telkomuniversity.ac.id, ²dianindiyati@telkomuniversity.ac.id,

³milleniarta@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrack

The outbreak of the Covid 19 pandemic had a major impact on Indonesia's economic growth. One of the sectors affected is tourism. To boost the tourism industry, we must not forget the Small and Medium Enterprises (SME) which are one of its supporters. During this pandemic, as many as 75% of SMEs had experienced a significant decline in sales. Most of these business actors apparently do not have a planning strategy for dealing with a disaster (disaster preparedness plan). In fact, this capability can help them prepare for business sustainability both during and after the pandemic. Therefore, the aim of this community service is to increase the empowerment of SME's HR in order to improve the welfare of community-based tourism in Yogyakarta and Lombok. In general, the stages of activity are divided into two, namely 1) mapping SME's entrepreneurs; 2) implementation of the online and offline training and mentoring program on entrepreneurial competence. The output expected from this activity is to select young entrepreneurs from each region who will later be given the opportunity to follow pitching and match making events with angel capital (entrepreneurs, CSR, local government, or banking). Meanwhile, the results of this activity are independent entrepreneurs who can become the driving force in their community.

Keywords: Entrepreneurs, SME, Tourism Village

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah memberi tekanan yang sangat besar pada banyak sektor, tidak terkecuali sektor pariwisata. Di tahun 2020 ini, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia mengalami penurunan yang sangat tajam yaitu sebesar 73,60%. Berdasarkan data Gambar 1, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama periode Januari- November 2020 hanya mencapai 3,89 juta

kunjungan. Padahal di periode yang sama di tahun sebelumnya, sebanyak 14,73 juta wisman datang ke Indonesia.



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisata Mancanegara ke Indonesia 2020

Berdasarkan Gambar 1, pada November 2020, kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 175.310 namun bila dibandingkan dengan November 2019 yang mencapai 1,28 juta kunjungan maka telah terjadi penurunan yang tajam sebesar 86,31% (Nurchayadi, 2020). Penurunannya pun bukan hanya terjadi pada kunjungan wisman, tetapi juga wisatawan domestik. Turunnya jumlah kunjungan wisatawan ini bisa berdampak buruk pada sektor-sektor pendukung pariwisata seperti tingkat hunian kamar hotel, transportasi, industri ekonomi kreatif, perdagangan, dan lain-lain (Qiu, et.al., 2020).

Bicara mengenai lesunya industri pariwisata saat ini, tidak boleh melupakan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menjadi salah satu roda penggerak industri ekonomi kreatif. Kondisi pandemi Covid 19 ini telah menyebabkan 75% UMKM mengalami penurunan pendapatan yang signifikan (Wardah, 2020). Saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sedang menghadapi dua krisis yaitu kesehatan dan resesi ekonomi sebagai akibat dari, dampak wabah Covid 19. Dilihat dari nilai ekonominya, UMKM yang menyumbangkan lebih dari 60 persen Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia harus jadi prioritas penanganan ekonomi di masa pandemi. Hal ini diperkuat oleh data, bahwa sebanyak 67% pelaku UKM mengalami ketidakpastian dalam memperoleh akses dana darurat, dan 75% merasa tidak mengerti bagaimana membuat kebijakan di masa krisis. Sementara, hanya 13% pelaku UKM yakin, mereka memiliki rencana penanganan krisis dan menemukan solusi untuk

mempertahankan bisnis mereka (Hermansah, 2020). Data ini menunjukkan masih belum siapnya pelaku UMKM Indonesia menghadapi bencana pandemik Covid-19. Padahal seharusnya pelaku usaha memiliki kesiapan dalam perencanaan menghadapi sebuah bencana atau disebut disaster preparedness plan. Strategi ini dapat membantu pelaku usaha dalam memastikan keberlanjutan usaha mereka baik selama masa pandemi maupun setelahnya (Arokiasamy & Ismail, 2009).

Saat ini, kita masih belum tahu secara pasti kapan pandemi ini akan berakhir. Namun yang pasti bahwa roda perekonomian tetap harus berputar untuk dapat melanjutkan hidup. Sejauh ini, platform digital diklaim cukup membantu mereka untuk tetap bertahan. Hal ini dikarenakan pandemi telah membatasi orang untuk beraktivitas termasuk berwisata dan ini berdampak pada bisnis para pelaku UMKM di sektor pariwisata tersebut. Seperti tur sesungguhnya di tempat wisata, tur virtual ini juga melibatkan para pemandu wisata. Untuk itu, pihaknya mengundang para pemandu wisata untuk menjalani pelatihan menggunakan teknologi digital (Papadopoulos, 2020). Di sisi lain masa pandemi ini, justru dimanfaatkan oleh para pengelola desa wisata untuk mempersiapkan diri. Mereka, memanfaatkan masa ini untuk membenahi banyak hal. Termasuk mempersiapkan wisata desa yang nyaman dan aman sesuai protokol kesehatan, tanpa harus merusak identitas desa, kearifan lokal, dan keasliannya. Demikian pengembangan sektor UMKM Desa Wisata menjadi sangat penting bagi keberhasilan

kembali bergeliatnya sektor pariwisata Indonesia. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Menteri Kepariwisataan dan Ekonomi Kreatif bahwa model bisnis baru yang digerakkan oleh UMKM itu harus dipadukan dengan aspek kesehatan dan digitalisasi dalam setiap tahapan bisnis mulai dari pemesanan, pembayaran, produksi, hingga penyediaan barang (Nurchayadi, 2020; Papadopoulos, 2020).

Sekilas berkaitan dengan desa wisata yang sempat disinggung diatas, memang dalam beberapa tahun ini, tren pemberdayaan masyarakat terlihat lebih banyak mengarah pada program pengembangan desa wisata. Disadari atau tidak, memang setiap desa di Indonesia memiliki beragam potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Selain dinilai berhasil untuk menaikkan pendapatan asli desa, pengembangan desa wisata diakui dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal di desa (Goodwin dan Santili, 2009).

Model pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata atau lebih dikenal dengan konsep Community-Based Tourism (CBT) sampai saat ini masih hangat untuk diperbincangkan dalam rangka pembangunan pariwisata suatu wilayah dan juga merupakan alat bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan (Suansri, 2003; Okazaki, 2008).

Pemberdayaan masyarakat merupakan kunci dalam pembangunan dan pengembangan desa wisata. Tentu saja keberhasilan suatu desa wisata sangat bergantung dengan SDM yang ada di desa tersebut (Ratnasingam, et. al., 2020; Strielkowski, 2014). UMKM sebagai penyokong Bergeraknya perekonomian

kreatif dan juga sebagai indikator kesejahteraan masyarakatnya perlu didukung. Kondisi yang sudah dijabarkan diatas menunjukkan bahwa SDM UMKM yang berada di desa wisata masih perlu untuk ditingkatkan (Arokiasamy & Ismail, 2009). Hal ini sejalan dengan sasaran strategis Kemenparekraf/ Baparekraf yaitu "Meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM kepariwisataan dan ekonomi kreatif" (www.kemeparekraf.go.id)

Dalam rangka mewujudkan hal tersebut, Kemenparekraf bekerja sama dengan Universitas Telkom berupaya untuk menciptakan wirausaha-wirausaha muda UMKM yang berkompeten mengelola bisnis mereka secara efektif dan efisien di era pandemi yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa wisata.

METODE PENELITIAN

Program Pengembangan Wirausaha Desa Wisata secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Program Pengembangan Wirausaha Muda

Terdapat 3 (tiga) tahapan yang dilakukan untuk melaksanakan program Abdimas ini yaitu:

I. Pemetaan (Mapping) Kompetensi Wirausaha Muda Desa Wisata

Pemetaan kompetensi adalah platform untuk membandingkan tingkat keterampilan yang ada sekarang dan yang diinginkan serta kompetensi individu yang diperlukan untuk melakukan tugas secara efektif dan efisien (Sanghi, 2016). Peta kompetensi sering disebut sebagai profil kompetensi atau profil keterampilan. Menurut Rahmi, et al. (2020), tahap ini melakukan pemilihan atau seleksi peserta dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Pembuatan alat ukur assessment yang dibuat dan dikonsepsi oleh tenaga ahli/nara sumber.
- b. Penyebaran angket assessment yang dilakukan secara online.
- c. Pengumpulan dan pengolahan data
- d. Analisis data
- e. Penetapan wirausaha muda dari 2 (dua) desa wisata yang akan mengikuti program Pendidikan dan latihan sejumlah 60 orang yang terdiri dari 30 peserta dari Magelang (Yogyakarta) dan 30 orang dari Lombok, NTB.

II. Pelaksanaan Pelatihan peningkatan kompetensi serta pendampingan Wirausaha Muda Desa

Menurut Irianto (2001) terdapat beberapa tahapan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Pembuatan Materi Pelatihan

Proses pembuatan materi ini terbagi menjadi 3 tahap yaitu:

1. Tahap 1

Merupakan kegiatan yang bertujuan untuk penyamaan persepsi tentang materi pelatihan yang akan diberikan

kepada peserta. Terdapat kurang lebih 4 modul yang masing-masing modul terdiri dari 2 sub modul. Tema yang diberikan merupakan rangkaian materi kompetensi berwirausaha.

2. Tahap 2

Setelah melalui tahap 1, maka tahap 2 ini dilanjutkan dengan pembuatan modul digital. Untuk proses pembuatan modul digital ini, dilakukan shooting video materi yang akan disampaikan, kemudian melalui proses edit, dan akan masuk kedalam Materi Open Online Course yang akan dimasukkan ke dalam Learning Management System (LMS) Universitas Telkom. Materi ini tidak hanya terdiri dari video dan materi power point, tapi juga tema untuk forum diskusi, tugas dan latihan soal, dan kuis.

3. Tahap 3

Tahap 3 ini merupakan kegiatan finalisasi materi online learning, pengecekan akses ke LMS.

b. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan ini dilaksanakan kedalam 2 tahap yaitu:

1. Tatap muka

Pemberian materi secara langsung tatap muka kepada para peserta yang dilaksanakan secara serentak di Yogyakarta dan Lombok

2. Online

Pada tahapan ini, materi diberikan secara online. Peserta mengakses Open Online Course LMS Universitas Telkom untuk belajar secara mandiri, mengerjakan latihan-latihan soal dan kuis, serta berpartisipasi dalam forum diskusi. Peserta didampingi oleh para narasumber dan juga asisten (mahasiswa) untuk membantu baik cara

akses ke LMS, materi yang masih belum dipahami dan lain sebagainya selama kurang lebih 2 minggu. Setiap peserta wajib menyelesaikan semua materi yang terdapat di LMS

c. Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi (Monev) Pelatihan

Di tahapan ini, dilakukan pemaparan hasil monitoring dan evaluasi terhadap peserta Pelatihan di Yogyakarta dan Lombok. Apa yang sudah baik dan apa yang masih harus ditingkatkan. Selain itu juga dilakukan kunjungan ke desa wisata untuk melihat langsung sepak terjang para wirausaha muda di desa mereka masing-masing serta mendapatkan feedback dari para pemangku kepentingan yang ada di desa wisata

d. Event Pitching

Pada tahapan ini, wirausaha muda dari setiap daerah yang nantinya akan diberikan kesempatan untuk event pitching dan match making dengan angel capital (pengusaha, CSR, Pemda, atau perbankan). Sementara itu, outcome dari kegiatan ini adalah para wirausaha mandiri yang bisa menjadi motor penggerak di desa wisata masing-masing daerah. Namun, kegiatan ini masih belum sempat dilaksanakan dikarenakan waktu yang belum memungkinkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemetaan (Mapping) Kompetensi Wirausaha Muda Desa Wisata

Hal yang pertama kali dilakukan adalah memetakan siapa saja peserta UMKM yang akan terlibat dalam kegiatan ini. Namun, ketika di lapangan, terkendala

beberapa faktor diantaranya kesulitan pendataan UMKM pada desa wisata terpilih. Hal ini dikarenakan tidak terdapat banyak UMKM yang memenuhi kriteria sebagai peserta pelatihan. Beberapa UMKM yang memiliki potensi berada diluar wilayah desa wisata. Selain itu juga karena faktor motivasi dari para calon peserta, misalnya apa untungnya bagi mereka bila mengikuti kegiatan tersebut, mengapa mereka perlu ikut (Rahmi, et.al., 2020).

Tantangan lainnya misalnya tidak memiliki smart phone atau laptop (karena pelatihan ini nantinya juga akan dilakukan secara digital), kendala sinyal, dan juga literasi TIK. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Arokiasamy & Ismail (2009), bahwa terdapat tantangan yang dihadapi oleh UMKM berdasarkan perspektif SDM yang dimiliki.

Keberhasilan pemberian materi pelatihan secara online ini akan sangat ditentukan oleh sikap dari peserta pelatihan (Cereiyo, 2006). Oleh karena itu, kita harus betul-betul bisa mencari kandidat yang sungguh-sungguh ingin belajar dan memajukan bisnisnya dengan membuat komitmen bahwa mereka akan serius mengikuti rangkaian program pelatihan yang akan diberikan. Mereka harus memiliki motivasi yang baik, rasa ingin tahu yang besar, semangat belajar yang menggebu-gebu, dan pantang menyerah.

2. Pelaksanaan pelatihan peningkatan kompetensi serta pendampingan Wirausaha Muda Desa

a. Pembuatan Materi Pelatihan

Terdapat 4 modul dan 8 sub modul yang disusun dan disampaikan untuk pelatihan, yaitu:

1. Modul 1: People, terdiri dari sub modul Kreativitas, Motivasi Berwirausaha dan Mengelola SDM.
2. Modul 2: Digital Marketing, terdiri dari sub modul Perencanaan Media dan Pembelian Media.
3. Modul 3: Digital Financial Modul, terdiri dari sub modul Transaksi Keuangan Digital dan Laporan Keuangan Digital
4. Modul 4: Digital Business, terdiri dari sub modul Perancangan Business dan Legalitas UMKM.

Pembuatan modul ini memberikan tantangan tersendiri karena berdasarkan informasi awal yang diperoleh mengenai keterbatasan yang dimiliki oleh peserta pada saat mapping. Belum lagi mengingat bahwa sebagian besar pelatihan ini akan dilakukan secara online, dimana peserta akan diminta mengakses Open Online Course LMS Universitas Telkom. Tentu saja, narasumber perlu memastikan bahwa proses belajar mengajar pada pelatihan ini akan berhasil misalnya, bagaimana agar bisa membuat materi semenarik mungkin, bagaimana cara menyampaikan materi yang akan diberikan secara online, cara berkomunikasi secara online, dst (Martin, 2012).

Materi yang disampaikan haruslah memenuhi kaidah friendly learner, artinya mudah dipahami oleh peserta yang memiliki latar belakang yang berbeda, dan menarik minat peserta untuk belajar. Selain itu, LMS

yang digunakan juga haruslah friendly user, artinya materi mudah diakses dan digunakan (Aboderin, 2015; Hew & Cheung, 2014). Hal ini maksudnya agar setiap instruksi yang digunakan pada materi open online course ini dapat secara jelas dipahami oleh para peserta (Margaryan, et.al., 2015).

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pada pelaksanaan pelatihan secara tatap muka, seluruh peserta baik di Yogyakarta maupun di Lombok hadir. Para peserta juga dibekali bagaimana cara enrol ke LMS, mengerjakan tugas kuis, cara mendownload soal dan upload jawaban, berpartisipasi dalam forum, dan bagaimana cara menyelesaikan semua materi yang ada di LMS (Jordan, 2014). Peserta juga diberikan pemahaman tentang learning outcome dari masing-masing modul dan apa yang diharapkan dari dan dilakukan oleh para peserta. Pelaksanaan pelatihan tatap muka yang dilakukan ini menjadi pembekalan utama untuk pelaksanaan pelatihan online.

Sementara itu, pada pelaksanaan pelatihan online, ternyata tidak semua peserta menyelesaikan materi yang ada di LMS bahkan ada peserta yang tidak mengerjakan sama sekali. Alasan yang dikemukakan diantaranya terkendala untuk akses ke LMS, ada juga karena kesibukan sehingga tidak sempat mengerjakan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Cereijo (2016), yang menyatakan bahwa sikap sebagai penentu keberhasilan pembelajaran online ini misalnya, inisiatif, pantang menyerah, dan motivasi yang tinggi. Meskipun, panitia sudah membuat Whatsapp group untuk memudahkan peserta bertanya pada narasumber berkaitan dengan

materi maupun dengan hal-hal yang berkaitan dengan LMS, namun apabila motivasi yang dimiliki kurang baik, maka pembelajaran online ini tidak berhasil.

Sementara itu, peserta yang memiliki motivasi yang baik, meskipun memiliki keterbatasan fasilitas digital, baik berupa PC/ laptop, jaringan internet, tetap bersemangat menyelesaikan pelatihan. Mereka berinisiatif membuat penugasan dengan cara manual (menulis dengan tangan) kemudian difoto dan diupload ke dalam LMS, bahkan harus naik ke gunung untuk mencari sinyal. Hasil feedback mengenai pelaksanaan pelatihan online ini menunjukkan bahwa pelatihan online ini telah membantu transfer wawasan dengan lebih baik karena materi disampaikan baik berupa video dan lembar kerja. Hal ini menunjukkan bahwa Open Learning Course yang digunakan pada LMS sudah mendukung proses belajar mengajar secara online (Susilawati, 2018).

4. Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi Pelatihan

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi (monev) pelatihan ini dilaksanakan secara tatap muka. Namun, tidak semua peserta hadir. Pada saat monev ini, dijabarkan persentasi peserta yang mengerjakan modul 1, 2, 3, dan 4. Tugas mana yang dirasa paling berat, mengapa tidak dikerjakan dan sebagainya. Modul yang dirasa berat oleh para peserta yaitu Modul 3 dan 4. Pada modul 3, hal ini dikarenakan peserta belum terbiasa menggunakan software yang digunakan untuk mendukung pelaporan keuangan secara digital. Sedangkan di Modul 4, peserta belum terbiasa dengan software

pembuatan perencanaan bisnis. Selain itu, sebagian besar peserta UMKM belum memiliki legalitas usaha terkait HKI, BPOM, dan sertifikasi halal.

Kendala ketiadaan fasilitas PC/ Laptop serta jaringan internet yang kurang baik, serta listrik yang sering mati di desa wisata tempat asal peserta ternyata yang paling sering dikeluhkan oleh para peserta semasa pelatihan online (Papadopoulos et. al., 2020).

Sementara itu, peserta UMKM yang mendapatkan dukungan penuh dari pemangku desa wisata tempat mereka berada, memiliki kinerja terbaik pada pelaksanaan pelatihan dibandingkan dengan peserta yang kurang mendapatkan dukungan (Strielkowski et.al., 2014).

Dari hasil raport peserta pelatihan, maka terdapat 78% peserta yang berhasil lulus pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan berada dalam kategori baik, namun masih terdapat beberapa hal yang perlu untuk ditingkatkan, misalnya jumlah partisipan yang mengakses LMS sehingga mereka lebih engage dengan aktivitas yang ada di LMS. Keterlibatan mereka untuk mengakses LMS dan mengikuti aktivitas yang ada di LMS, akan meningkatkan persentasi lulus pelatihan pada peserta pelatihan.

SIMPULAN

Berdasarkan penjabaran di atas, kesimpulan yang dapat ditarik adalah motivasi dan sikap peserta UMKM yang mengikuti pelatihan ini merupakan faktor yang sangat penting dalam keberhasilan pelatihan online. Selain itu, sebelum pelatihan online dimulai, harus dilaksanakan pembekalan terkait dengan penggunaan LMS dan learning outcome

yang jelas. Ada factor terpenting dari suksesnya pelatihan digital yang diterima UMKM yaitu dukungan desa wisata tempat peserta UMKM bernaung merupakan faktor penting untuk meningkatkan kinerja peserta UMKM selama dan setelah pelatihan.

Adapun beberapa saran yang bisa dilakukan kedepannya bagi keberlanjutan penelitian ini yaitu dengan melakukan penilaian secara deskriptif kualitatif dapat diperkuat dengan melakukan wawancara mendalam, sehingga dibutuhkan kunjungan lapangan ke seluruh daerah wisata asal peserta. Selain itu, pengembangan kompetensi UMKM Desa Wisata sangat terpengaruh dengan pengelolaan desa dimana Desa Wisata tersebut berada, sehingga dibutuhkan program tambahan dengan target desa asal desa wisata.

DAFTAR RUJUKAN

- Aboderin, O. S. (2015). Challenges and prospects of E-learning at the National Open University of Nigeria. *Journal of Education and Learning*, 9(3), 207-216.
- Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). The background and challenges faced by the small medium enterprises. A human resource development perspective. *International Journal of business and Management*, 4(10), P95.
- Cereijo, M. V. P. (2006). Attitude as predictor of success in online training. *International Journal on E-Learning*, 5(4), 623-639.
- Goodwin, H., & Santili, R. (2009). *Community-based Tourism*. ICRT Occasional Paper 11.
- Hermansah. (2020, 20 Agustus). Strategi bertahan bagi UMKM hadapi akibat krisis Covid 19. Diakses pada 20 Agustus 2020 dari <https://www.alinea.id/bisnis/s-trategi-bertahan-bagi-ukm-hadapi-krisis-akibat-covid-19>
- Hew, K. F., & Cheung, W. S. (2014). Students' and instructors' use of massive open online courses (MOOCs): Motivations and challenges. *Educational research review*, 12, 45-58.
- Irianto, J. (2001). *Prinsip-prinsip dasar manajemen pelatihan*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Jordan, K. (2014). Initial trends in enrolment and completion of massive open online courses. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 15(1), 133-160.
- Kemenparekraf. *Rencana Strategis 2020-2024*. www.kemenparekraf.go.id
- Margaryan, A., Bianco, M., & Littlejohn, A. (2015). Instructional quality of massive open online courses (MOOCs). *Computers & Education*, 80, 77-83.
- Martin, F. G. (2012). Will massive open online courses change how we

- teach?. *Communications of the ACM*, 55(8), 26-28.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of sustainable tourism*, 16(5), 511-529.
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice. *International Journal of Information Management*, 55, 102192.
- Rahmi, V. A., Ismanto, H., & Fathoni, M. Z. (2020). Inovatif Saat Pandemi Covid Melalui Pelatihan Kewirausahaan Khas Perempuan Berbahasan Sampah "Kolaborasi BUMDes dan Warga". *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 418-425.
- Sanghi, S. (2016). *The handbook of competency mapping: understanding, designing and implementing competency models in organizations*. SAGE publications India.
- Suansri, P. (2003). *Community Tourism Management Manual*. Bangkok: Tourism for Life and Nature.
- Susilawati, E. (2018). Dampak Program Diklat Online Tik Guru Pustekkom Terhadap Aksesibilitas Konten Pembelajaran Pada Fitur Rumah Belajar. *Jurnal Pendidikan*, 19(2), 84-103.
- Strielkowski, W., Abrhám, J., & Herget, J. (2014). Success factors of growth and development for small and medium enterprises in tourism sector. *Journal of Applied Economic Sciences*, 9(27), 101-109.
- Nurchayadi, G. (2020, 22 September). *UMKM Perlu Tambah Pengetahuan Bisnis agar Bertahan di Masa Pandemi*. Diakses pada 12 Januari 2021 dari <https://mediaindonesia.com/ekonomi/346925/umkm-perlu-tambah-pengetahuan-bisnis-agar-bertahan-di-masa-pandemi>
- Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994.
- Ratnasingam, J., Khoo, A., Jegathesan, N., Wei, L. C., Abd Latib, H., Thanasegaran, G., ... & Amir, M. A. (2020). How are small and medium enterprises in Malaysia's furniture industry coping with COVID-19 pandemic? Early evidences from a survey and recommendations

for policymakers. BioResources, 15(3), 5951-5964.

terdampak-covid-19/5523330.html

Wardah. (2021, 10 januari). Sektor UMKM paling terdampak Covid. Diakses pada 10 Januari 2021 dari <https://www.voaindonesia.com/a/sektor-umkm-paling->