



# Model Resiliensi Pelaku Bisnis Sektor Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Selama Pandemi Covid-19

Ahmadintya Anggit Hanggraito<sup>1\*</sup>, Indira Nuansa Ratri<sup>2</sup>, Esa Riandy Cardias<sup>3</sup>

Politeknik Negeri Banyuwangi, Banyuwangi, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received August 23, 2022

Accepted November 18, 2022

Published December 01, 2022

### Kata-kata Kunci:

resiliensi, Pelaku Bisnis, manajemen krisis, pandemi Covid-19

### Keywords:

resilience, entrepreneurs, crisis management, the Covid-19 pandemic



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published by Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

## ABSTRAK

Pada triwulan pertama tahun 2020, pandemi covid-19 menggempur berbagai sektor yang ada di dunia. Sektor pariwisata merupakan salah satu yang merasakan dampak negatif dari adanya masa krisis ini. Kawasan Asia dan Pasifik mengalami penurunan kedatangan sebesar 82% pada Januari-Oktober 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model resiliensi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis pariwisata di Kabupaten Banyuwangi selama pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan Forum Group Discussion, wawancara mendalam dan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat dua faktor utama dalam mendukung model resiliensi dari pelaku bisnis di Kabupaten Banyuwangi selama pandemi Covid-19. Kedua faktor itu adalah 1) pengelolaan internal bisnis; dan 2) kebijakan pemerintah daerah. Pengelolaan internal bisnis ditunjukkan dengan strategi bisnis dari pengusaha, dan peralihan pekerjaan dari pemilik bisnis atau subsektor dibawah bisnis itu sendiri. Sedangkan, kebijakan pemerintah daerah mendukung proses pemulihan ekonomi di masa krisis pandemi Covid-19.

## ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the resilience model implemented by tourism entrepreneurs in Banyuwangi Regency during the Covid-19 pandemic. This study uses a case study method with a qualitative approach. Data collection uses Forum Group Discussion, in-depth interviews and literature studies. The results of this study indicate that there are two main factors in supporting the resilience model of entrepreneurs in Banyuwangi Regency during the Covid-19 pandemic. The two factors are 1) internal business management; and 2) local government policies. Internal business management is indicated by the business strategy of the entrepreneur, and the shift of work from the entrepreneur or sub-sectors under the business itself. Meanwhile, local government policies support the process of economic recovery during the Covid-19 pandemic crisis.

## PENDAHULUAN

Pada triwulan pertama tahun 2020, pandemi covid-19 menggempur berbagai sektor yang ada di dunia. Sektor pariwisata merupakan salah satu yang merasakan dampak negatif dari adanya masa krisis ini. Kawasan Asia dan Pasifik mengalami penurunan kedatangan sebesar 82% pada Januari-Oktober 2020 (UNWTO, 2020). Hal ini membuktikan bahwa, seluruh belahan dunia terdampak secara massif akibat adanya virus ini. Tingkat pengangguran terbuka (TPT) menurut data BPS pada bulan Agustus 2020 adalah sebesar 7,07% (Marpaung et al., 2022). Dimana angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 1,84 persen dibandingkan dengan bulan Agustus 2019. Dampak luar biasa Pandemi Covid-19 terbukti memiliki konsekuensi jangka menengah dan jangka panjang yang masih perlu dihadapi, tak terkecuali Indonesia. Dalam hal ini, sektor pariwisata Indonesia dipaksa harus melakukan penyesuaian diri di masa krisis, terutama pada pelaku bisnisnya.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang melakukan upaya pemulihan ekonomi melalui program branding "Banyuwangi Rebound". Sebuah branding tidak dapat mengubah kawasan secara drastis tetapi dapat membantu meningkatkan daya saing secara simultan (Fernández-Cavia et al., 2013). Dalam hal ini, nilai positif dari branding tersebut bukan hanya ditujukan

\*Corresponding author

E-mail addresses: [ahmadintya.anggitanggraito@poliwangi.ac.id](mailto:ahmadintya.anggitanggraito@poliwangi.ac.id) (Ahmadintya Anggit Hanggraito)

pada peningkatan minat dari wisatawan. Namun, meningkatkan semangat dan mengikis kecemasan para pelaku bisnis selama masa krisis. Kecemasan terus-menerus akibat virus Covid-19 berhubungan dengan rendahnya resiliensi individu (Capuano et al., 2020; Rahmanisa et al., 2021). Oleh karena itu, "*Banyuwangi rebound*" dapat dianggap sebagai upaya tepat guna dari pemerintah dalam meminimalisir kecemasan yang dirasakan oleh para pelaku bisnis. Terutama pelaku bisnis yang bergerak di sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

Faktanya, ketidakpastian atas akhir dari wabah Covid-19 di Kabupaten Banyuwangi telah melemahkan geliat ekonomi pariwisata yang sebelumnya sangat potensial. Di samping itu, kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berdampak pada tidak beroperasinya beberapa maskapai penerbangan dan berakibat pada penurunan wisatawan domestik yang melakukan perjalanan wisata (Soehardi et al., 2020). Kenyataan ini dihadapi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dengan konsep *staycation* bahkan sebelum adanya eksekusi dari program "*Banyuwangi rebound*". Konsep *staycation* menyediakan paket menginap, makan, dan melibatkan pertunjukan seni telah coba ditawarkan di beberapa hotel di Banyuwangi sejak Agustus 2020 (Merdeka, 2020). Selain itu, ditambahkan bahwa wisatawan domestik masih tertarik berkunjung ke destinasi pariwisata Banyuwangi (Merdeka, 2020). Namun, Pemerintah memutuskan untuk memberlakukan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat mulai tanggal 3 Juli hingga 20 Juli 2021 khusus untuk wilayah di Pulau Jawa dan Bali (Kominfo, 2021). Kemudian, dilanjutkan dengan kebijakan PPKM di luar Jawa dan Bali yang berlaku efektif mulai 9 hingga 22 November 2021 (Kemenparekraf, 2021). Hal ini menuntut pelaku bisnis wisata untuk melakukan resiliensi secara maksimal.

Resiliensi merupakan kemampuan individu atau kelompok untuk beradaptasi dengan baik dan positif di dalam keadaan yang tidak menguntungkan dan penuh resiko terjadinya pandemi Covid-19 (Muchammad et al., 2021). Tindakan adaptif selama masa krisis diharapkan memiliki fleksibilitas dan efisiensi dalam sebuah pengelolaan bisnis di sektor pariwisata Banyuwangi. Secara tidak langsung, program "*Banyuwangi Rebound*" diharapkan mendukung upaya resiliensi yang pasti dijalankan oleh setiap pelaku bisnis wisata di Kabupaten Banyuwangi. Pada hakikatnya, setiap pelaku bisnis pariwisata memiliki inovasi manajemen dengan teknik dan keunggulannya masing-masing (Sapta & Landra, 2018). Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis di Kabupaten Banyuwangi memungkinkan memiliki model resiliensi tersendiri selama masa pandemi Covid-19. Sehingga, setiap pelaku bisnis perlu melihat faktor yang mendukung model resiliensi dari mereka. Berdasarkan uraian di atas, studi ini berusaha untuk mengkaji model resiliensi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis pariwisata di Kabupaten Banyuwangi selama pandemi Covid-19.

## METODE

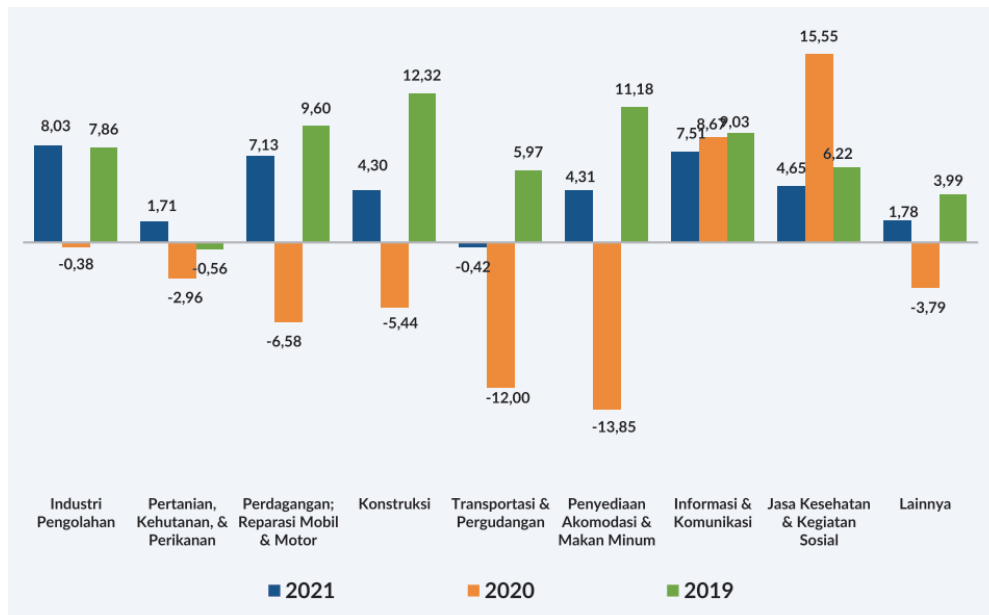
Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Metode studi kasus dapat dilakukan dengan berbagai tujuan, seperti penggambaran fenomena, uji teori ataupun menghasilkan teori (Teegavarapu et al., 2008). Sedangkan, menurut nasution (2003) pendekatan kualitatif mengamati orang dalam lingkungan, berinteraksi dengan mereka dan menafsirkan pendapat mereka tentang dunia sekitar (Hanggraito & Sanjiwani, 2020). Studi ini bermaksud untuk mengeksplorasi berbagai model resiliensi yang dilakukan oleh para pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Banyuwangi selama pandemi Covid-19. Terutama, ketika program *city branding Banyuwangi Rebound* sebagai salah satu upaya pemerintah daerah dalam melakukan pemulihan ekonomi berjalan di kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan berbagai sumber data agar kredibilitas dari hasil penelitian dapat ditingkatkan. Data primer didapatkan melalui Forum Group Discussion (FGD) dan wawancara mendalam dengan berbagai pelaku bisnis yang terhubung dengan sektor wisata kabupaten Banyuwangi. Sedangkan, Data sekunder didapatkan melalui studi literatur.

Dalam analisis kualitatif upaya yang dilakukan adalah dengan mengklasifikasikan data terpilih menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, menyusun pola, menemukan informasi penting dan yang dipelajari, dan menentukan hasil yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2007). Dalam mengungkapkan hasil penelitian, analisis wacana digunakan untuk memperkuat reduksi data dari FGD dan wawancara dengan para informan penting. Menurut Littlejohn dalam Sobur (2012) analisis wacana (*discourse analysis*) dalam komunikasi tidak terbatas pada penggunaan kalimat atau bagian kalimat, fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleks dan inheren (Kusuma et al., 2020). Analisis wacana membantu peneliti untuk mempermudah reduksi data dan kategorisasi penyelesaian masalah yang akan disajikan pada data. Secara Konstruktif, tahapan analisis terkait model resiliensi pelaku usaha pariwisata dalam menghadapi pandemi Covid-19 di Kabupaten Banyuwangi tertuju ke beberapa tahapan. Tahapan yang dimaksud yakni, (1) reduksi data, (2) kategorisasi, (3) penyajian data dan (4) penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1992; Sugiyono, 2008).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Pertumbuhan Ekonomi Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

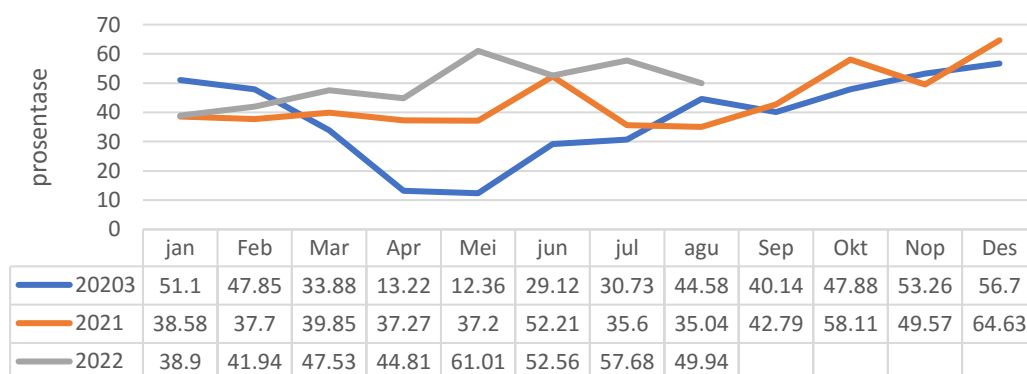
Dalam Pemberitaan terakhir terkait ekonomi di Kabupaten Banyuwangi tahun 2021 tumbuh sebesar 4,08 persen. Hal ini berbeda dengan tahun sebelumnya dimana terdapat perbedaan di tahun 2020 sebesar 3,58 persen. Pada sektor kepariwisataan terdapat kesenjangan data statistik pada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).



**Gambar 1.** Pertumbuhan PDRB Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Banyuwangi tahun 2019-2021 (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2022b)

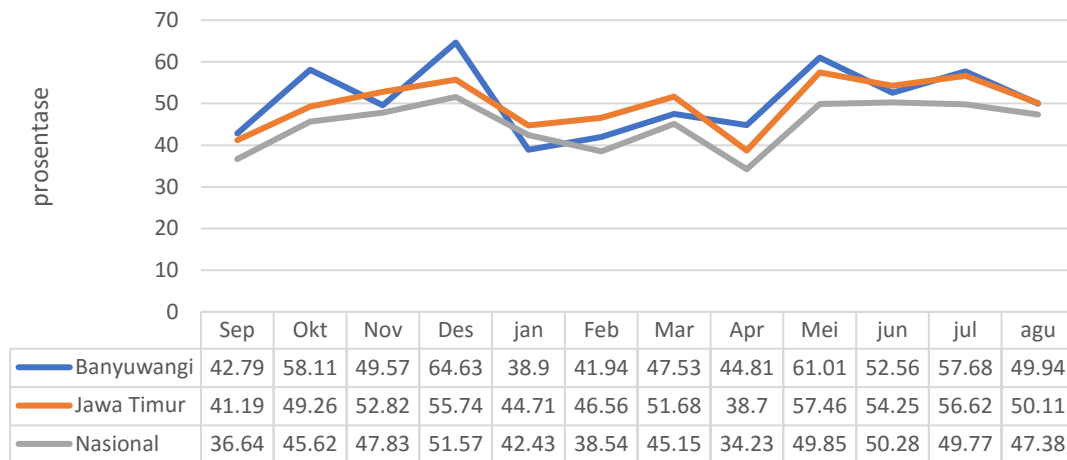
Berdasarkan [Gambar 1](#) PDRB terendah Kabupaten Banyuwangi di masa pandemi covid-19 terjadi pada subsektor pariwisata yakni, penyediaan akomodasi, makanan, dan minuman. Hal ini dikarenakan pada tahun 2020 berada di angka -13,85 persen untuk PDRB-nya. Namun, Hal ini membaik ketika memasuki tahun 2021, dimana angka untuk subsektor ini naik menjadi 4,31 persen. Secara keseluruhan untuk tingkat provinsi, perekonomian Jawa Timur pada tahun 2021 tumbuh sebesar 3,57 persen. Kabupaten Banyuwangi sendiri pada tahun 2021 berada di angka 4,08 persen ([BPS Kabupaten Banyuwangi, 2022c](#)).

Seiring berjalannya waktu, terdapat perkembangan pada subsektor akomodasi di Kabupaten Banyuwangi di tahun 2022. Hal ini dapat dilihat pada tingkat penghunian Kamar hotel (TPK). TPK adalah prosentase perbandingan antara banyaknya malam kamar yang terpakai dengan banyaknya malam kamar yang tersedia ([BPS Kabupaten Banyuwangi, 2022b](#)). Dari TPK dapat diketahui peminatan akomodasi oleh pengunjung, sehingga dapat memperlihatkan akomodasi sebuah daerah memenuhi kebutuhan masyarakat (wisatawan) atau tidak.



**Gambar 2.** Perbandingan TPK Hotel Berbintang Kabupaten Banyuwangi Tahun 2020-2022 (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2022a)

**Gambar 2** menunjukkan bahwa TPK hotel berbintang Kabupaten Banyuwangi pada bulan Agustus 2022 adalah sebesar 49,94 persen. Apabila dibandingkan dengan bulan Agustus 2021 terdapat angka prosentase sebesar 35,04 persen, di mana lebih kecil 14,9 poin dari tahun 2022. Sebelumnya pun, pada tahun 2020 terdapat jarak poin sebesar 5,36 poin karena bulan Agustus 2020 memiliki nilai sebesar 44,58 persen.



**Gambar 3.** Perbandingan TPK Hotel Berbintang Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, dan Nasional Bulan September 2021 s.d. Agustus 2022 (BPS Kabupaten Banyuwangi, 2022a)

Secara umum menurut **Gambar 3** TPK hotel berbintang pada bulan Agustus 2022 Kabupaten Banyuwangi sebesar 49,94 %. Prosentasi Kabupaten Banyuwangi lebih kecil 0,17 poin dibanding dengan Jawa Timur sebesar 50,11 %. Namun, lebih besar 2,56 poin dibandingkan dengan tingkat Nasional yakni sebesar 47,38 %. Melalui gambar 2 dan 3 dapat ditunjukkan bahwa, subsektor akomodasi mewakili sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang terus bergerak di masa krisis. Program *staycation* yang dirancang pemerintah Kabupaten Banyuwangi di triwulan III tahun 2020 menunjukkan pengelolaan krisis di subsektor akomodasi diperhatikan sedari krisis ini muncul. Pelibatan aktivitas pertunjukkan seniman di hotel-hotel dalam program *staycation* memperjelas bahwa, upaya pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam mengelola krisis akibat pandemi Covid-19.

Semenjak munculnya pandemi Covid-19 pemerintah berusaha melakukan berbagai strategi untuk meminimalisir kekacauan yang terjadi akibat adanya pembatasan wilayah di Kabupaten Banyuwangi. *Staycation* merupakan konsep yang diusung pemerintah dengan melibatkan hotel dan pelaku kesenian di triwulan III tahun 2020. *Staycation* merupakan bagian dari digitalisasi pariwisata dapat mendorong transformasi kegiatan wisata baru di era *New Normal* selain pada kegiatan *solo travel*, dan *virtual reality tourism* (Yulliana, 2021). Program yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi ini memungkinkan untuk terpenuhinya kebutuhan liburan secara fisik tanpa harus menjalankan mobilitas. Pada akhirnya hal ini akan meminimalisir tingkat penyebaran kasus Covid-19 di tahun pertama dari pandemi di tahun 2020.

### Model Resiliensi Pelaku Bisnis Sektor Wisata di Kabupaten Banyuwangi

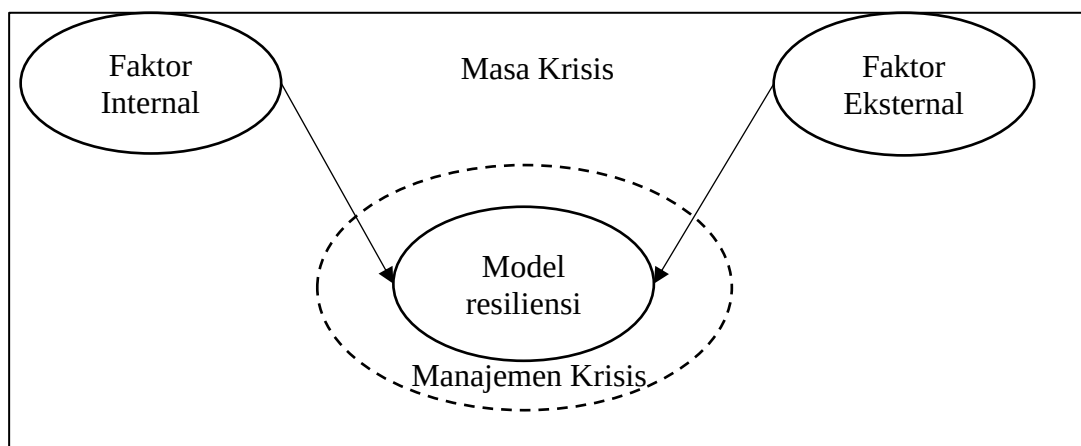
Penelitian ini melibatkan beberapa informan penting dari pelaku bisnis di sektor wisata Kabupaten Banyuwangi. Beberapa informan ini tertuju pada beberapa sub bisnis yang mewakili kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi. Dalam penelitian ini sub bisnis yang direduksi tertuju pada Biro perjalanan, Guide, Rental Mobil, UMKM, Restoran, hingga Outbound. Setiap pelaku Bisnis yang terkait dengan kedatangan wisatawan memiliki model resiliensi masing-masing dalam menghadapi pandemi Covid-19. Namun, secara umum yang paling terdampak di Kabupaten Banyuwangi adalah berbagai destinasi wisata alam yang harus memiliki pembatasan tatap muka dan interaksi antar wisatawan yang datang.

Salah satu destinasi wisata di Kabupaten Banyuwangi adalah Taman Nasional Alas Purwo. Adanya pandemi Covid-19 terhadap kondisi sosial pelaku bisnis menyebabkan pengangguran serta terjadinya perubahan jenis pekerjaan (Dewi et al., 2022). Dalam penelitian tersebut disinyalir bahwa, kunjungan wisatawan pada tahun 2019 sebesar 299.639 orang dan pada tahun 2020 turun menjadi 122.394 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa, pandemi covid-19 menyebabkan penurunan kunjungan sebesar 42,4 persen dari tahun sebelumnya. Selama pandemi Covid-19 diperkirakan pendapatan para pelaku bisnis di Taman Nasional Alas Purwo menurun sebanyak 50-80 persen. Beberapa model resiliensi yang di masa pandemi Covid-19 adalah dengan beralih ke pekerjaan lain seperti menjadi petani, kuli bangunan, berternak, penjual air bersih, serta penjual sayur keliling. Hal ini membuktikan bahwa, bisnis di sektor wisata tidak selalu menjadi pekerjaan utama ketika sebuah krisis melanda.

Direktur dari PT. Yuk Banyuwangi (Yuk Bwi) yang mewadahi bisnis biro perjalanan, dan guide menyatakan distribusi wisatawan yang masuk ke Banyuwangi setelah munculnya pandemi Covid-19 masih belum mencapai seperti biasanya hingga tahun 2022 ini. Salah satu cara bertahan di masa pembatasan wilayah melalui PSBB hingga PPKM adalah melakukan pemeliharaan hubungan dengan konsumen. Salah satunya adalah dengan tetap melakukan komunikasi terkait kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi. Pada akhirnya di bulan September 2021 menjadi titik balik bagi Yuk Bwi dikarenakan sebagai sebuah perusahaan mampu membuka kembali paket wisata dengan menerapkan berbagai protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah pusat hingga daerah. Bahkan, Yuk Bwi sudah mampu kembali untuk melibatkan *tour guide* lokal dalam paket wisata yang dijalankan oleh perusahaan.

Hal serupa dikatakan oleh perwakilan dari Osing Deles yakni, masuknya pandemi membuat pembatasan wilayah dan keterbatasan mobilitas masyarakat membuat turunnya omzet turun drastis hingga 2 persen untuk restonya dan 5 persen untuk toko oleh-olehnya. Dijelaskan bahwa, untuk outlet pusat oleh-olehnya banyak produk UMKM di sana yang akhirnya mengistirahatkan produknya akibat kemunculan pandemi Covid-19 di Kabupaten Banyuwangi. Selama pandemi Covid-19 sempat mengalami penutupan hingga 3 bulan namun, tidak sampai merumahkan pegawai. Secara tidak langsung, "*Banyuwangi Rebound*" menjadi strategi dari pemerintah untuk meningkatkan pendapatan UMKM ketika tingkat perenggangan mobilitas mulai melandai. Hal ini dikarenakan 80 persen barang yang di jual di osing deles adalah milik UMKM. Selain itu, pada prinsipnya Osing deles tidak menjual barangnya secara daring. Namun, karena situasi krisis saat itu tidak mendukung akhirnya hampir sebagian besar pegawai menjadi *sales marketing*. Sehingga semua dapat komisi atas penjualan daring tersebut, terutama untuk produk non makanan.

Senada dengan Osing Deles, secara mendetail UMKM seperti Godho Batik sempat hiatus selama adanya PSBB hingga PPKM. Akibat ketiadaan pergerakan bisnis dari Godho Batik selama pandemi Covid-19, beberapa karyawannya terpaksa mengundurkan diri dan beralih ke pekerjaan lain. Sebagai bagian dari UMKM pemilik mencoba berjualan secara online agar tetap mendapat pemasukan selama pandemi covid-19 namun, masih belum maksimal. *Banyuwangi Rebound* memiliki beberapa pergerakan program yang mampu membantu distribusi produk batik. Pelibatan ASN daerah Kabupaten Banyuwangi untuk membeli batik dari para pelaku UMKM menjadi salah satu eksekusi dari program pemulihan ekonomi dalam "*Banyuwangi Rebound*". Di samping itu, menurut bu Erma penyelenggaraan Banyuwangi Batik Festival (BBF) dirasa menjadi titik balik dari adanya pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan BBF tidak hanya sekadar sebagai kegiatan *fashion show*. Kegiatan ini diiringi serangkaian upaya pemberdayaan para pengrajin batik. Mulai dari workshop batik, penguatan filosofis dan historitas batik Banyuwangi, hingga pelibatan para anak muda dalam mendesain pakaian berbahan batik (KabarBwi, 2022).



**Gambar 4.** Model Resiliensi Pelaku Bisnis di Kabupaten Banyuwangi selama Pandemi Covid-19

Fakta di atas menunjukkan bahwa, beberapa pelaku bisnis sektor pariwisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi mampu mengelola krisis yang terjadi pada bisnisnya mereka. [Gambar 4](#) menunjukkan terdapat dua faktor utama yang mendukung model resiliensi pada pelaku bisnis di sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi selama pandemi Covid-19. Walaupun tingkat kesulitan yang dihadapi secara personal pada pelaku bisnis memungkinkan berbeda dampaknya. Secara internal, Pandemi Covid-19 telah membuat pelaku bisnis sektor pariwisata melakukan berbagai cara untuk beradaptasi dan berusaha membalikkan keadaan agar perekonomian dapat kembali stabil. Hal ini dikarenakan krisis pandemi Covid-19 menyerang secara langsung sisi ekonomi personal bagi sebuah bisnis dan strukturnya. Resiliensi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis tertuju pada mengubah strategi bisnis dalam memanfaatkan digitalisasi pemasaran seperti penjualan online atau semacamnya. Di samping itu, terdapat banyak perubahan pekerjaan maupun



lini bisnis dari pelaku bisnis tersebut. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang terdampak karena pembatasan mobilitas dari wisatawan atau masyarakat.

Sedangkan, faktor eksternal dari pelaku bisnis kabupaten Banyuwangi sangat mendukung akselerasi dari pemulihan di Kabupaten Banyuwangi. Berbagai eksekusi program dari *"Banyuwangi Rebound"* membantu berbagai pergerakan dari produk ekonomi kreatif maupun kawasan yang memberikan keuntungan bagi masyarakat. Secara tidak langsung, protokol kesehatan yang diberlakukan serta vaksinasi 1, 2, hingga *booster* membantu kenyamanan wisatawan untuk menjamah kawasan Banyuwangi ketika pra syarat dari Kabupaten sebagai sebuah destinasi yang ramah terhadap wisatawan selama pandemi Covid-19. Hal ini terlepas dengan adanya masa krisis sebagai sesuatu suda sewajarnya harus diatasi oleh faktor eksternal semacam kebijakan pemerintah daerah yang terdampak. Kombinasi faktor internal dan eksternal dari pelaku bisnis dapat menjadi bahan bagi mereka untuk mengelola krisis secara tepat guna.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, terdapat berbagai model resiliensi pada pelaku bisnis sektor pariwisata Kabupaten Banyuwangi. sebagian besar diantaranya mampu menjalankan berbagai model resiliensi walaupun pandemi Covid-19 masih berlangsung hingga saat ini. Terdapat dua faktor pendukung utama pendukung dari model resiliensi yang dilakukan oleh pelaku bisnis wisata kabupaten Banyuwangi selama pandemi Covid-19 yakni, pengelolaan internal bisnis dan program kebijakan pemerintah daerah. Pengelolaan internal bisnis berupa perubahan strategi bisnis dari usaha yang dijalankan, dan peralihan pekerjaan dari pemilik bisnis atau subsektor dibawah bisnis itu sendiri. Sedangkan, kebijakan pemerintah daerah mendukung proses pemulihan ekonomi di masa krisis. Manajemen krisis dari sebuah model bisnis dapat dikatakan bagian dari model resiliensi bisnis yang perlu disiapkan oleh setiap pelaku bisnis, terutama di sektor pariwisata. Masa krisis pandemi Covid-19 merupakan salah satu krisis yang tidak dapat diperhitungkan secara detail sehingga konsekuensinya adalah penyebarannya membuat masyarakat terdampak secara global. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian untuk peneliti lain sebagai salah satu bagian observasi terkait pengelolaan bisnis di masa krisis yang mungkin dapat dilakukan di tempat lain.

## REFERENCES

- Bonanno, G. A., Galea, S., Bucciarelli, A., & Vlahov, D. (2007). What Predicts Psychological Resilience After Disaster? The Role of Demographics, Resources, and Life Stress. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 75(5), 671–682. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.75.5.671>
- Boudreaux, B. (2005). Exploring A Multi-Stage Model Of Crisis Management: Utilities, Hurricanes, And Contingency. In *Thesis*. University Of Florida.
- BPS Kabupaten Banyuwangi. (2022a). *Perkembangan Jasa Akomodasi Banyuwangi Agustus 2022* (Issue 008).
- BPS Kabupaten Banyuwangi. (2022b). *Perkembangan Jasa Akomodasi Banyuwangi Desember 2021*. 27, 2–7.
- BPS Kabupaten Banyuwangi. (2022c). *Pertumbuhan Ekonomi Banyuwangi 2021* (Issue 07).
- Capuano, R., Altieri, M., Biseco, A., D'Ambrosio, A., Docimo, R., Buonanno, D., Matrone, F., Giuliano, F., Tedeschi, G., & Santangelo, G. (2020). Psychological consequences of COVID-19 pandemic in Italian MS patients: A surprising resilience. *Journal of Neurology*, 268(3), 743–750. <https://doi.org/10.1007/s00415-020-10099-9>
- Dewi, D. N., Wibisono, S., & Muslihatinningsih, F. (2022). Transformasi Sosial Ekonomi Pelaku Usaha Di Taman Nasional Alas Purwo Kabupaten Banyuwangi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Ekulibrium*, 6(1), 1–12.
- Fernández-Cavia, J., Díaz-Luque, P., Huertas, A., Rovira, C., Pedraza-Jimenez, R., Sicilia, M., Gómez, L., & Míguez, M. I. (2013). Destination brands and website evaluation: A research methodology. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 68, 622–638. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-993en>
- Hanggraito, A. A., & Sanjiwani, N. M. G. (2020). Tren Segmentasi Pasar dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis di Era 4.0. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 43. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14476>
- KabarBwi. (2022). *Banyuwangi Kembangkan Batik dari Hulu ke Hilir Lewat Batik Festival 2022*. <https://banyuwangikab.go.id/berita/banyuwangi-kembangkan-batik-dari-hulu-ke-hilir-lewat-batik-festival-2022>
- Kadirya, A. (2012). *Analisis Manajemen Krisis (Studi Kasus : Pengelolaan Krisis oleh Humas Bank Indonesia pasca disahkannya Undang-Undang OJK)*.

- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kemenparekraf. (2021). *Laporan Harian Pemantauan Penanganan Covid-19 di Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Issue September).
- Kominfo. (2021). *Mulai 3 Juli, Pemerintah Berlakukan PPKM Darurat di Jawa-Bali*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/35388/mulai-3-juli-pemerintah-berlakukan-ppkm-darurat-di-jawa-bali/0/berita>
- Kusuma, N. A. P., Suprihanto, J., & Ahimsa-Putra, H. S. (2020). Membangun Promosi Pariwisata Melalui Regram Studi Akun Instagram @Indtravel. *Jurnal Kawistara*, 10, 378–390. <https://doi.org/10.22146/kawistara.59146>
- Marpaung, A. M., Hadi, C. S., & Marpaung, B. S. (2022). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kegiatan Usaha Sektor Pariwisata dan Angkatan Kerja di kota Bogor. *JIPKES*, 3(2), 71–76. <https://doi.org/10.374/jipkes.v3i2.1445>
- Merdeka. (2020). *Liburan Sehat ke Banyuwangi, Coba Nikmati Paket Staycation*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/liburan-sehat-ke-banyuwangi-coba-nikmati-paket-staycation.html>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode metode baru*. Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muchammad, E. B., Kurniawati, E., & Rozakiyah, D. S. (2021). Resiliensi Pelaku Wisata Masyarakat Desa Ngadas dalam. *Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 11(2), 1051–1060.
- Nafiati, D. A., & Mulyani, E. S. (2020). Resiliensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Utilitas*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.22236/utilitas.v6i2.5250>
- Putra, M. S. P., & Astawa, I. N. D. (2022). Profil industri pariwisata dan ekonomi kreatif provinsi bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(2), 234–248. <https://doi.org/10.22334/jihm.v12i2.213>
- Rahmanisa, R., Rahmat, H. K., Cahaya, I., Annisa, O., & Pratiwi, S. (2021). Strategi Mengembangkan Resiliensi Individu di Tengah Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Islamic Art Therapy. *Journal of Contemporary Islamic Counselling*, 1(1), 39–52. <http://alisyraq.pabki.org/index.php/jcic/article/view/60>
- Revich, K., & Chatte, A. (2002). *The resilience factor : 7 essential skills for overcoming life's inevitable obstacles*. Broadway Books.
- Sapta, I. K. S., & Landra, N. (2018). Bisnis Pariwisata. In *CV. Noah Aletheia* (Vol. 1, Issue Juli). CV. Noah Aletheia. <http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>
- Soehardi, S., Permatasari, D. A., & Sihite, J. (2020). Pengaruh Pandemik Covid-19 Terhadap Pendapatan Tempat Wisata dan Kinerja Karyawan Pariwisata di Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.216>
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kualitatif dan R and D. In *Bandung: Alfabeta*. Alfabeta.
- Teegavarapu, S., Summers, J. D., & Mocko, G. M. (2008). Case study method for design research: A justification. *Proceedings of the ASME Design Engineering Technical Conference*, 4(January), 495–503. <https://doi.org/10.1115/DETC2008-49980>
- UNWTO. (2020). International tourism expected to decline over 70 % in 2020, back to levels of 30 years ago. In *World Tourism Barometer* (Vol. 18, Issue 7). <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7>
- Yulliana, E. A. (2021). Diplomasi Budaya melalui Nation Branding Wonderful Indonesia di Era New Normal Tourism. *Global and Policy Journal of International Relations*, 9(1), 51–62. <https://doi.org/10.33005/jgp.v9i1.2409>