

---

---

## Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Sektor Kuliner UMKM Di Kabupaten Rokan Hulu

Susanti, Tiara Rochmawati

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian

susanti@upp.ac.id

### Abstract

*Corona Virus Disease (Covid-19) melanda dunia yang berdampak terhadap perekonomian nasional dan global, sangat terasa pada triwulan II tahun 2019. Triwulan I tahun 2020, ekonomi nasional masih tumbuh 2,97%, walau turun dibandingkan dengan triwulan I tahun 2019 yang sebesar 5,07. Hal ini terjadi karena pengaruh eksternal di mana Covid-19 sudah merebak di beberapa negara seperti Cina (djkn.kemenkeu.2020).*

*Fenomena melambatnya laju pertumbuhan UMKM dan menurunnya pendapatan harian pada sub-sektor kuliner secara signifikan, mendorong untuk dilakukannya penelitian. Tujuan penelitian ini mengeksplorasi potensi dan daya tarik produk kuliner di Kabupaten Rokan Hulu. Eksplorasi potensi ini adalah dapat menghasilkan strategi pengembangan bisnis pelaku UMKM kuliner. Hal ini juga untuk mengetahui kendala yang dihadapi para pelaku UMKM kuliner dan mengembangkan strategi bisnis kuliner di Kabupaten Rokan Hulu di tengah pasca pandemi covid-19. Urgensi penelitian ini dibuat untuk membantu pelaku UMKM kuliner untuk bangkit dan produktif kembali. Sehingga usaha kuliner yang dijalankan bisa berkembang dan memaksimalkan potensi yang ada. Hasil temuan penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi bisnis kuliner di Kabupaten Rokan Hulu pada masa pasca pandemi ini.*

**Kata Kunci:** Pemulihan Ekonomi, Pandemi Covid-19, UMKM

### 1. PENDAHULUAN/LATAR BELAKANG

Corona Virus Disease (Covid-19) melanda dunia yang berdampak terhadap perekonomian nasional dan global, sangat terasa pada triwulan II tahun 2019. Triwulan I tahun 2020, ekonomi nasional masih tumbuh 2,97%, walau turun dibandingkan dengan triwulan I tahun 2019 yang sebesar 5,07. Hal ini terjadi karena pengaruh eksternal di mana Covid-19 sudah merebak di beberapa negara seperti Cina (djkn.kemenkeu.2020).

Pada triwulan II, walaupun belum ada data resmi, Indonesia diperkirakan mengalami kontraksi (pertumbuhan ekonomi negatif) sekitar 3%. Hal ini terjadi karena kebijakan social distancing atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) baru di mulai pada pertengahan Maret 2020. Social distancing dan PSBB tersebut sangat mempengaruhi aktivitas ekonomi.

Pelaksanaan kebijakan pemulihan ekonomi nasional secara konsisten dan membangun kerjasama dari seluruh komponen bangsa. Pemerintah Pusat mengambil kebijakan pemulihan ekonomi yang holistic. Pelaksanaan kebijakan tersebut harus didukung oleh pemerintah daerah.

Pemda mempunyai peran strategis dalam mendorong percepatan dan efektivitas pemulihan ekonomi nasional. Pemda memahami struktur ekonomi daerah, demografi, dan kondisi sosial ekonomi masyarakatnya. Di samping itu, kebijakan APBD dapat disinergikan untuk mendorong percepatan pemulihan ekonomi di daerah.

Di samping itu, masyarakat dan pelaku usaha termasuk UMKM juga mempunyai peran yang strategis dalam mempercepat pemulihan ekonomi Indonesia. Pemerintah memberikan kemudahan atau stimulus fiskal dan moneter, seharusnya disambut dengan positif oleh pelaku usaha dengan menggerakkan usahanya secara baik.

Untuk mencapai tujuan pemulihan ekonomi, terdapat 3 (tiga) kebijakan yang dilakukan yaitu peningkatan konsumsi dalam negeri, peningkatan aktivitas dunia usaha serta menjaga stabilitasi ekonomi dan ekspansi moneter. Kebijakan tersebut dilaksanakan secara bersamaan dengan synergy antara pemegang kebijakan fiskal, pemegang kebijakan moneter dan institusi terkait.

Untuk saat sekarang ini yang dimana, masa pasca pandemi covid-19 yang telah kita alami dengan situasi krisis mengakibatkan lesunya pertumbuhan kemajuan usaha kecil dan mengengah dari sektor kuliner yang membuat perekonomian mengalami penurunan secara drastis. Berdasarkan data P2E LIPI, dampak penurunan UMKM usaha makanan dan minuman mikro mencapai 27% sedangkan dampak terhadap usaha kecil makanan dan minuman sebesar 1,7%, dan usaha menengah di angka 0,07% (berkas.dpr.go.id). Kuliner yang merupakan Sub-sektor perekonomian kreatif yang paling berkontribusi pada Pemerintah Daerah akibat Covid-19 (Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, 2020).

Usaha kuliner di tengah pandemi dan pasca pandemi, merupakan salah satu usaha dengan tingkat ketahanan yang tinggi, sehingga peluangnya masih sangat besar dan menjanjikan (Kemenparekraf, 2020). Kemenparekraf mendorong lebih banyak wirausaha muda kuliner untuk menjadi food startup salah satunya melalui program Food Startup Indonesia (FSI), dimana total peserta yang mendaftar sebanyak 6.499 berbanding tahun 2019 hanya sebanyak 719. Peningkatan ini menunjukkan besarnya optimisme pelaku subsektor kuliner Indonesia untuk tetap tumbuh pada masa pandemi (Kemenparekraf, 2020).

Pada tahun 2020, jenis perusahaan food service mendominasi tiga kali lebih banyak dari food manufacture dengan jumlah masing-masing 4.749 perusahaan berbanding 1.700 perusahaan (Kemenparekraf, 2020). Data ini menunjukkan bahwa kemampuan bertahan kedua jenis perusahaan kuliner berbeda di masa pandemi dalam empat bulan terakhir. Disisi lain dampak pandemi juga memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM di Kabupaten Rokan Hulu khusus nya daerah Pasir Pengaraian dan sekitarnya. Akibat ruang gerak masyarakat dibatasi akhirnya pesanan makanan secara online semakin banyak diminati. Namun tidak sedikit juga ditemui kesulitan penjualan dan kendala modal bagi pelaku UMKM makanan pada masa pandemi. Fakta ini ditemukan berdasarkan hasil wawancara dengan para pendamping ekonomi UMKM dan para pelaku UMKM makanan di Kabupaten Rokan Hulu. Masyarakat menjadi kehilangan pekerjaan yang membuat daya beli menurun dan berakibat menurunnya pendapatan dan sektor UMKM yang paling terkena dampak Covid-19.

Fenomena melambatnya laju pertumbuhan UMKM dan menurunnya pendapatan harian pada sub-sektor kuliner secara signifikan, mendorong untuk dilakukannya penelitian. Tujuan penelitian ini mengeksplorasi potensi dan daya tarik produk kuliner di Kabupaten Rokan Hulu. Eksplorasi potensi ini adalah dapat menghasilkan strategi pengembangan bisnis pelaku UMKM kuliner. Hal ini juga untuk mengetahui kendala yang dihadapi para pelaku UMKM kuliner dan mengembangkan strategi bisnis kuliner di Kabupaten Rokan Hulu di tengah pasca pandemi covid-19. Urgensi penelitian ini dibuat untuk membantu pelaku UMKM kuliner untuk bangkit dan produktif kembali. Sehingga usaha kuliner yang dijalankan bisa berkembang dan memaksimalkan potensi yang ada. Hasil temuan penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi bisnis kuliner di Kabupaten Rokan Hulu pada masa pasca pandemi ini.

## 2. TINJAUAN TEORI

### 1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif (Ekraf) adalah paradigma ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, ide, atau kreativitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai factor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (Opus Creative Economy Outlook 2019). Menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif berhubungan dengan ide dan uang. Ekonomi kreatif adalah jenis ekonomi pertama di mana imajinasi dan kreativitas menentukan apa yang orang ingin lakukan dan hasilkan. Dalam RUU Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif diartikan sebagai perwujudan nilai tambah dari suatu hak kekayaan intelektual yang lahir dari kreativitas manusia, berbasis ilmu pengetahuan, warisan budaya, dan teknologi.

Sumber daya utama dalam ekonomi kreatif adalah kreativitas, yakni kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, solusi dari suatu masalah, atau sesuatu yang berbeda dari pakem. Namun, selain kreativitas, unsur lain yang dianggap penting untuk menunjang ekonomi kreatif adalah nilai tambah. Nilai tambah ini dapat dilihat dari adanya peningkatan kualitas produk dari segi nilai dan ekonomi. Kegiatan seperti hobi yang dilakukan secara Cuma-Cuma belum bisa digolongkan ke dalam ekonomi kreatif.

Fondasi ekonomi kreatif adalah industry kreatif yang digerakkan oleh SDM yang menjadi elemen dalam penciptaan produk dan jasa kreatif yang bernilai ekonomis. Ekonomi kreatif menjadi sector signifikan bagi iklim ekonomi politik Indonesia, karena memiliki dampak positif sebagai berikut :

- (1) Kontribusi ekonomi, yaitu Pemerintah Daerah, menciptakan lapangan pekerjaan, dan ekspor.
- (2) Iklim bisnis, yaitu penciptaan lapangan usaha, dampak bagi sector lain dan pemasaran.
- (3) Citra dan identitas bangsa, yaitu turisme, ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai local.
- (4) Sumber daya terbaru, yaitu berbasis pengetahuan dan kreativitas, serta green community.
- (5) Inovasi dan kreativitas, yaitu ide dan gagasan, serta penciptaan nilai
- (6) Dampak social, yaitu kualitas hidup dan peningkatan toleransi social (Muis, 2019).

### 2. Ekosistem Ekonomi Kreatif

Syarat mutlak bekerjanya industry ekonomi kreatif adalah adanya ekosistem ekonomi kreatif. Salah satu elemen dalam ekosistem ekonomi kreatif adalah industry kreatif. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Satari dan Asad (2017) yang menjadikan elemen-elemen dalam ekosistem ekonomi kreatif sebagai referensi utama, penelitian ini juga menjadikan elemen-elemen tersebut sebagai referensi utama dalam pengambilan data di lapangan.

Elemen-elemen dalam ekosistem ekonomi kreatif tersebut antara lain : Sumber Daya Manusia (SDM) yang menjadi pusat gagasan dan inisiatif dengan daya cipta, yang menciptakan karya kreatif sebagai hasil ekspresi, ide, gagasan, dan inisiatif tersebut;

Produk Barang atau Jasa yang menjadi wujud sebuah karya kreatif hasil ciptaan SDM kreatif yang siap untuk disampaikan ke para pengguna atau penikmatnya, yang meliputi proses produksi, suplai material, manufaktur, dan sebagainya. Pasar atau segala hal terkait dengan alur penyampaian produk barang atau jasa kreatif kepada pengguna atau konsumennya, yang meliputi jalur distribusi, pemasaran, promosi, hingga ruang-ruang ekspresi dan apresiasi, dan sebagainya, serta Penelitian dan Pengembangan, di mana terdapat peran umpan balik (feedback) terhadap produk barang atau jasa kreatif, dan segala hal terkait berbagai upaya penciptaan karya dan segala elemen pendukungnya, yang lebih baik atau berbeda dari yang sebelumnya (Satari dan Asad, 2017).

### 3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: (1) Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); (2) Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan (3) Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang). Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu (Profil Bisnis UMKM, BI (2015):

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kak lima.
- b. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- d. Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Di Indonesia, Undang-Undang yang mengatur tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dalam undang-undang tersebut UMKM dijelaskan sebagai: “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan danpendapatan tertentu”.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Dengan pendekatan konsep manajemen strategis dan dianalisis secara deskriptif. Sedangkan data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan alat analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek penelitian.

Proses mengambil dan mengumpulkan data dengan metode survey dan pengisian kuesioner. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari kuesioner, dan data yang diproses dari sumber relevan lainnya. Rentang waktu penelitian ini adalah bulan September 2022 hingga bulan September 2023.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau, dimana data sebagian besar diperoleh di Pasir Pengaraian sebagai ibu kota Kabupaten. Hal ini disebabkan karena sebagian besar UMKM sub-sektor kuliner ada di Kota Pasir Pengaraian yang salah satu pusat sektor ekonomi di Kabupaten Rokan Hulu telah dianggap sebagai representative pengembangan ekonomi kreatif. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif sub-sektor kuliner. Pengambilan sampel menggunakan metode random sampling yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi itu (Sugiyono, 2001).

Setelah mendapatkan data dan referensi yang diperlukan, analisis data disajikan dalam bentuk grafik yang dilengkapi dengan narasi deskriptif terkait dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian dan pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif sub- sektor kuliner yang kemudian akan dikembangkan pada bagaimana langkah-langkah yang bisa diambil untuk pemulihan dan pengembangan ekonomi kreatif guna menunjang pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Rokan Hulu.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

##### 1. Gambaran Umum UMKM sektor kuliner di Pasir Pengaraian

Dikota Pasir Pengaraian UMKM sangat lah beragam sama halnya seperti di daerah-daerah atau kota-kota lain pada umumnya. Untuk pelaku usaha mulai dari yang beromset besar hingga yang kecil. Dahulu di kota Pasir Pengaraian, usaha kuliner tidak banyak di jumpai di sepanjang jalan, mereka hanya berdagang di tempat-tempat terpusat seperti pasar. Namun saat ini UMKM dibidang kuliner sudah banyak kita jumpai hampir disepanjang jalan kota Pasir Pengaraian. Tidak hanya itu, pemerintah juga menyiapkan lokasi-lokasi berjualan khusus kuliner di dataran tinggi pematang baik. Dengan adanya UMKM ini sangat membantu perekonomian masyarakat kota Pasir Pengaraian, silih bergantinya jenis usaha yang muncul membuat para peminat pelaku UMKM harus memutar otak mengenai bagaimana mereka harus dapat bertahan ditengah persaingan.

##### 2. Umur Pelaku UMKM di Kota Pasir Pengaraian

Umur	Jumlah
< 17 Tahun	6
17 – 35 Tahun	13
>35	6
<b>Total</b>	<b>25</b>

Pelaku UMKM dilihat dari segi umur, dapat kita lihat bahwa pelaku UMKM di Kota Pasir Pengaraian fengan rentan umur 17-35 tahun paling banyak. Hal ini mendapatkan bahwasanya generasi muda yang lebih banyak terjun menjadi pengusaha UMKM bagian kuliner ini.

##### 3. Tingkat Pendidikan Pelaku UMKM bidang Kuliner di Kota Pasir Pengaraian.

Tingkat Pendidikan	Jumlah
SMP	7
SMA	13

S1	5
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

Pelaku UMKM bidang Kuliner dilihat dari tingkat pendidikan ini, pendidikan yang dimaksud disini adalah pendidikan formal pelaku UMKM dibidang kuliner yang pernah diselesaikannya dan di tempuh dalam jenjang pendidikan dapat dilihat ditabel diatas rata-rata memiliki pendidikan lulusan SMA sederajat.

#### 4. Omset UMKM dibidang kuliner di Kota Pasir Pengaraian

Omset/Bulan	Jumlah Orang
<5.000.000	5
5.000.000 – 10.000.000	14
>10.000.000	6
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

Dilihat dari tabel diatas, omset yang didapatkan oleh pelaku UMKM dibidang kuliner di Kota Pasir Pengaraian yang memiliki omset tertinggi yaitu dengan omset 5.000.000-10.000.000 perbulan.

Dari data yang didapatkan melalui hasil wawancara langsung dapat diketahui bahwa rata-rata UMKM bidang kuliner di kota Pasir Pengaraian telah berdiri dari 2 tahun dan masih berjalan sampai sekarang. Modal yang digunakan para UMKM bidang kuliner di kota pasir pengaraian ini mayoritas masih mengandalkan dana pribadi atau melalui pinjaman lunak yang nominal nya kecil dan mereka merasa modal ini pas-pasan. Dari hasil wawancara hanya 35% UMKM bidang kuliner di kota Pasir Pengaraian yang telah mendapatkan bantuan modal dari bank untuk mengembangkan usahanya. Para pemilik UMKM bidang kuliner di Pasir Pengaraian secara umum sebagai megelola secara langsung usaha nya ini dan rata-rata paling banyak memiliki 3 orang karyawan. Dan dari hasil survey dan wawancara secara langsung total tenaga kerja yang diserap dari UMKM sektor Kuliner di Kota Pasir Pengaraian ini sebanyak 500 orang dan omset atau pendapatan nya berkisaran Rp 7.000.000,- sampai lebih dari Rp. 20.000.000,-

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil Penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan sebagaiberikut:

1. Hasil Observasi dan wawancara, ditemukan bahwa pelaku UMKM sektor kuliner rata-rata berumur 17-35 tahun hanya menandakan bahwa pelaku UMKM sektor kuliner di kota Pasir Pengaraian saat ini lebih diminati oleh kaum muda dibanding dewasa. Diera

covid-19 ini merekam justru memutar otak untuk bisa melakukan aktivitas agar bisa menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dan mengembangkan potensi yang ada

2. Jumlah Omset atau pendapatan rata-rata yang dirasa cukup besar menandakan bahwa UMKM sektor kuliner di kota Pasir Pengaraian di era covid-19 perlahan bangkit dari keterpurukan yang diakibatkan oleh virus covid-19 dalam 3tahun terakhir ini.
3. Dalam perekonomian global dan nasional UMKM yang sangat berperan serta, UMKM sektor kuliner dapat berperan serta juga dalam peningkatan penyediaan lapangan pekerjaan dan dapat mendukung pendapatan rumah tangga, bahkan pendapatan nasional. Pemerintah juga berperan penting dalam kemajuan UMKM ini baik dalam pelayanan internal maupun eksternal nya.

## REFERENSI

- Arofahtiani, R.(2021). Strategi Adaptasi UMKM Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Rumah Makan Haji Masduki, Kota Pekalongan).
- Aryansah, J. E., Mirani, D., & Martina, M. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Applicable Innovation of Engineering and Science Research (AVoER)*, 323-329.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Opus Ekonomi Kreatif Outlook 2019*.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2019*. *Berita Resmi Statistik*,13, 1–
- Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia*. Bismala, Lila dan Handayani, Susi.
- (2014). *Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT*. Prosiding Seminar Nasional PB3I ITM 2014.
- Eunike, K., & Utama, L. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Umkm Bidang Kuliner Pada Masa Pandemi COVID–19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 771-781.
- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51-63.
- Freddy Rangkuti, (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Hertina, D., Hendiarto, S., & Wijaya, J. H. (2021). Dampak Covid-19 Bagi Umkm Di Indonesia Pada Era New Normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 110-116.
- Jufra, A. A. (2020). *Studi Pemulihan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Pasca Pandemi (Covid-19) Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Sulawesi Tenggara*. *Mega Aktiva: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(2), 116-131.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Parhuniarti, P. (2021). *Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Mataram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram)*
- Pratiwi, A. I. (2021). “Startup”: Bisnis Kuliner Rintisan di Masa Pandemi Covid-19. *Emik*, 4(1),1-18.

- Satari, Tb. Fiki C. dan Nabila Asad. (2017). Model Strategi Pengembangan Wirausaha & Ekonomi Kreatif di Tingkat Kota (Pemetaan per Kecamatan) di Bandung, dengan Pendekatan Ekosistem Ekonomi Kreatif, SWOT, Identifikasi Peran (Pentahelix) Stakeholders dan Rencana Implementasinya. Riset Fundamental Unpad. Universitas Padjajaran.
- Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Susilawati et al. (2020). Impact of COVID-19's Pandemi on the Economy of Indonesia. Budapest International Research and Critics Institute-Journal. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Susilowati, I. H. (2021). Bauran Pemasaran UMKM Sektor Kuliner Kota Bogor Di Masa Pandemi Covid 19. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 4(3), 282-291
- Utami, B. A., & Kafabih, A. (2021). Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19. Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan, 4(1), 383-389.