

**STRATEGI PELAKU UMKM WISATA MUSEUM SANGIRAN TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN DI ERA *NEW NORMAL***

Prihatiningsih¹, Ade Yuliar²

¹UIN Raden Mas Said Surakarta, Sukoharjo, Indonesia, tinatinatin6@gmail.com

²UIN Raden Mas Said Surakarta, Sukoharjo, Indonesia, adeyuliar2107@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.35449/surplus.v3i2.711>

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan daerah. Usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi salah satu sektor yang paling terdampak di era new normal pasca Covid-19. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yaitu kegiatan yang dilakukan dengan datang langsung ke lokasi. Metode penelitian dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif, data diperoleh langsung dari wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa dampak yang dirasakan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah penurunan pendapatan penjualan. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan dengan membuat strategi yaitu dengan memanfaatkan media sosial dengan bertujuan untuk mempertahankan bisnisnya dengan memperluas area penjualan secara online. Dan upaya lain dilakukan oleh pelaku UMKM di Museum Sangiran agar tidak hanya mengandalkan pendapatan pengunjung Museum Sangiran adalah dengan memanfaatkan jasa layanan seperti jasa pengiriman melalui perusahaan ekspedisi barang dan aplikasi online layanan pesan antar.

Kata kunci: UMKM, New Normal, Upaya Peningkatan Pendapatan

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia memiliki potensi mendukung meningkatnya perekonomian nasional. Hal ini merujuk pada kekayaan dari sumber daya alam yang terkandung didalamnya adalah sebuah modal besar bagi pembangunan di Indonesia. Keberagaman kekayaan sumber daya alam Indonesia seperti potensi alam, flora serta fauna, peninggalan sejarah, dan semua yang dimiliki negara ini mampu dijadikan modal besar bagi pariwisata di Indonesia (Ali, 2016). Pada struktur perekonomian mikro disuatu daerah Kota atau Kabupaten, sektor pariwisata menjadi daya dukung perekonomian seperti dampak hadirnya pariwisata terhadap tumbuhnya sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di daerah destinasi wisata.

Saat pandemi Covid-19 secara umum sektor pariwisata nasional terpuruk. Berdasarkan data Statistik, 2021 terdapat penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan. Baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada bulan Agustus 2021 turun sekitar 21,19 persen dibandingkan pada bulan Agustus 2020. Begitu pula jika dibandingkan dengan bulan Juli 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara bulan Agustus 2021 mengalami penurunan sebesar 6,00

persen. Berbagai kebijakan telah diupayakan oleh pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mengembalikan sektor pariwisata dengan tetap fokus pada pemulihan kesehatan. Seperti pembatasan jumlah wisata yang berkunjung dan protokol kesehatan yang sangat ketat (Sumarni, 2020). Akibat pandemi juga mengakibatkan terpuruknya UMKM yang berada di daerah wisata sebagai *stakeholder* pariwisata.

Salah satu UMKM yang terdampak pandemi di tingkat daerah adalah UMKM yang berada di daerah wisata Museum Sangiran, Sragen. Adapun UMKM wisata Museum Sangiran terdiri dari produk pangan dan kerajinan produk pangan berupa olahan bukur, gendar pecel, tiwul, balung kethek. Pengrajin souvenir seperti batu akik, patung manusia purba, perhiasan manik manik (gelang, kalung) serta konveksi kaos Sangiran dan *homestay*. Adapun kebijakan *new normal* ditetapkan oleh pemerintah dengan menerapkan protokol kesehatan dan pembatasan sosial (Yuliar & Fadhillah, 2021). Semenjak kebijakan *new normal* dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mengubah tatanan perekonomian masyarakat khususnya UMKM disekitar Museum Sangiran. Dimana kawasan wisata yang dibuka kembali namun dengan pembatasan pengunjung dalam setiap harinya, sehingga mengakibatkan penurunan pendapatan UMKM masyarakat karena barang dagangan mereka tidak laku terjual disebabkan tidak adanya pengunjung yang datang sehingga barang yang diproduksi pun sedikit. Salah satu pelaku UMKM menuturkan bahwa omset kerajinan mengalami penurunan sehingga hasilnya hanya bisa untuk kebutuhan sehari hari (Tribunnews, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang dimiliki perseorangan maupun badan usaha sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh undang-undang No. 20 tahun 2008. Dalam hal ini UMKM berperan penting sebagai penyediaan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat miskin, pemerataan pendapatan dan penanggulangan kemiskinan, juga berperan sebagai penguatan perekonomian pedesaan (Fadli, 2021). Maka dibutuhkan manajemen strategi bagi UMKM didalam menghadapi permasalahan selama terdampak pandemi. Manfaat manajemen strategi yang pertama adalah manfaat finansial dimana suatu perusahaan jika memakai konsep manajemen strategis akan lebih menguntungkan dan berhasil dibanding yang tidak menggunakan. Kemudian manfaat kedua nonfinansial yaitu dimana meningkatnya kesadaran akan ancaman eksternal, pemahaman yang lebih akan strategi pesaing dan meningkatnya produktivitas karyawan dan mengurangi keengganan untuk berubah (Laka & Sasmito, 2019).

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi pelaku UMKM di Museum Sangiran untuk peningkatan pendapatan pada era *new normal*. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya, bahwa dampak yang dirasakan cukup berat bagi sektor pariwisata termasuk UMKM di destinasi wisata agar tetap dapat mengelola usahanya dan terus berjalan di masa *new normal* (Budiyanti, 2020). Maka pelaku bisnis harus menyesuaikan terhadap perubahan-perubahan bisnis akibat pandemi Covid-19 yang mempengaruhi khususnya di sektor perekonomian (Hanoatubun, 2020). Strategi bertahan di waktu Covid-19 yaitu para pelaku UMKM dapat beralih menggunakan strategi pemasaran *online* dengan menggunakan media sosial atau aplikasi media (Amri, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan menggunakan jenis penelitian *field research* dimana metode penelitian yang dipergunakan untuk mendapatkan data langsung dari informan (Purhantara, 2010). Metode penelitian adalah kualitatif deskriptif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan tulisan atau kata-kata yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap objek penelitian yang dituju. Adapun tempat penelitian dilakukan di Museum Sangiran yang berlokasi di Kebayanan II, Krikilan, Kecamatan Kalijambe, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober tahun 2021 hingga April tahun 2022.

Dalam penelitian ini, sumber data primer didapatkan melalui narasumber atau informan yang mengetahui kejelasan dan kelengkapan data secara detail. Selain narasumber yang dipilih sebagai informan kunci untuk mendapatkan kejelasan mengenai masalah yang dikaji, dapat juga menambahkan informan tambahan sebagai sumber data primer untuk memperoleh hasil yang beragam dan lebih lengkap. Adapun sebagai narasumber atau informan yaitu pedagang atau pelaku usaha UMKM di Museum Sangiran. Sedangkan, sumber data sekunder atau data tambahan berasal dari literatur buku, surat kabar, dan jurnal yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Terdapat tiga metode pengumpulan data untuk menggali informasi secara lengkap sesuai kebutuhan, yaitu sebagai berikut: pertama, observasi dimana kemampuan yang di miliki oleh peneliti melalui panca indra untuk mengamati secara langsung dalam memperoleh data sebagai bentuk bahan penelitian yang dapat di kumpulkan pada saat observasi. Kedua, wawancara yaitu dilakukan secara langsung bertemu dengan narasumber atau wawancara secara *online* melalui media sosial dan melalui panggilan suara telephone. Ketiga, dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan data-data yang dianggap relevan dan sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti.

Dalam menjaga validitas data maka digunakan uji validitas data menggunakan metode triangulasi. Selanjutnya dalam teknik analisa data menggunakan pertama, reduksi data yaitu dilakukan untuk menganalisis data mentah menjadi data yang lebih lengkap dan mudah untuk disajikan. Kedua, penyajian data yaitu penyajian data yang diperoleh dari hasil lapangan dapat disajikan menjadi suatu deskripsi atau narasi yang menggunakan bahasa yang ringan serta mudah untuk dipahami. Ketiga, penarikan kesimpulan yaitu dalam penarikan kesimpulan mengenai makna atau isi data yang telah didapatkan peneliti di lapangan (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Museum Sangiran dirintis berawal dari adanya penelitian yang dilakukan pada tahun 1860. Pada tahun 1964 P.E.C Schmulling melakukan survey permukaan tanah dan menemukan fosil-fosil *veterbrata* di kaliyoso. Pada tahun 1932 L.J.C van es melakukan penelitian dengan pemetaan geologis disekitar sangiran dan kemudian hasil pemetaan digunakan oleh G.H.R Von Koeningswald untuk melakukan survei eksploratif yang dilakukan di Desa Ngebung dengan bantuan Toto Marsono selaku kepala Desa Krikilan. Setelah G.H.R Von Koeningswald selesai melakukan penelitiannya, Toto Marsono tetap melakukan penelitian bersama dengan warga. Hasil temuannya kemudian dilanjutkan oleh para ahli arkeolog lain (Kompas.com, 2022).

Museum Sangiran adalah salah satu situs manusia purba yang ada di Indonesia. Situs sangiran terletak di wilayah Sragen Provinsi Jawa Tengah, berada sekitar 15 kilometer sebelah

utara Surakarta di lembah Sungai Bengawan Solo. Secara administratif situs Sangiran terletak di kabupaten Sragen dan kabupaten Karanganyar dan area ini memiliki luas 56 km² (jatengprov.go.id, 2022). Sesuai dengan Rencana Induk Pelestarian Kawasan Situs Manusia Purba Sangiran dalam pemanfaatan dan Edukasi dan Pariwisata, pengembangan untuk menampilkan informasi temuan-temuan fosil terbaik maupun hasil budaya manusia Sangiran bagi masyarakat luas sebagai daya tarik wisata terus dilakukan. Daya tarik wisata masih dalam perkembangan seperti penginapan, angkutan, tempat makan dan minum maupun industri pariwisata secara keseluruhan. Sangiran memiliki potensi wisata yaitu sumber air asin, industri batik dan ekowisata.

Analisis Strategi Pelaku UMKM Museum Sangiran Terhadap Peningkatan Pendapatan di Era *New Normal*

Perkembangan UMKM dapat memperluas ekonomi dan ketahanan ekonomi nasional. UMKM di Indonesia pada era disrupsi telah menjadi tradisi dalam masyarakat karena menjadi fondasi ketangguhan perekonomian nasional (Tranggana, 2021). Kondisi saat era *new normal*, memaksa pelaku usaha kecil menengah banyak yang menutup usaha sementara dampaknya tidak mendapatkan keuntungan. *New normal* dapat dimaknai sebuah peluang untuk dilakukan penguatan ekonomi dengan penyusunan prioritas kebijakan pemerintah yang tepat (Mojo, 2020).

Pelaku UMKM yang ada di Museum Sangiran sudah cukup lama membuka usaha di lokasi museum. Kebijakan yang mendorong para pelaku UMKM berinovasi dalam memproduksi dan mempromosikan barangnya. Serta juga dapat mengembangkan ide gagasan untuk pemecah permasalahan yang timbul akibat pandemi Covid-19 dan saat *new normal*. Bagi pelaku UMKM Museum Sangiran terdapat bantuan terdampak Covid-19 dari pemerintah walaupun tidak merata untuk semua pelaku usaha, seperti wawancara dengan Bapak Bambang selaku pedagang souvenir dan patung Museum Sangiran mengatakan bahwa:

“Pemerintah sementara ini memberikan bantuan BLT, akan tetapi tidak semuanya dapat, ada 10 orang kalo tidak salah tidak mendapatkan bantuan tersebut” (wawancara dengan Bapak Bambang tanggal 18 Desember 2021).

Dampak pandemi terhadap UMKM di Museum Sangiran memberikan dampak yang cukup berat pelaku UMKM. Hal ini dirasakan saat adanya ketentuan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dimana Museum Sangiran ditutup sehingga membuat pelaku usaha dari segi pendapatan menurun atau ada pedagang yang tidak memiliki pendapatan. Selain pendapatan yang menurun, kendala yang dihadapi pelaku UMKM saat *new normal* seperti harga bahan baku yang naik dan sulit didapatkan. Seperti wawancara yang disampaikan oleh Bapak Parno selaku pedagang souvenir Museum Sangiran.

“Usaha saya sempat tutup karena museum juga tutup ketika ada pemberlakuan PSBB dan PPKM saat pandemi. Sehingga tidak ada pemasukan padahal ekonomi saya tergantung museum. Pendapatan menurun drastis. Saat sudah dibuka museumnya berarti sudah mulai boleh berjualan namun tetap juga enggak rame seperti biasanya, hasilnya minim” engga seberapa”. Sebelum

pandemi bisa dapat 500 ribu kalo sekarang 100 ribu aja susah bahkan kadang gak ada yang beli”(wawancara bersama Bapak Parno, 18 Desember 2021)

Para pelaku UMKM di Museum Sangiran memiliki kendala lain saat *new normal* yaitu dengan pemindahan lahan parkir yang berjauhan dengan lokasi mereka berjualan Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Suratman selaku pemilik warung makan di sekitar Museum Sangiran.

“Penghasilan saya nggak pasti kalo sekarang gak bisa dihitung, soalnya parkirnya sekarang diluar jadi bisa pengunjung nggak melihat bagian sini kan belakang istilahnya. Ini saya saja baru kemasukan lima orang. Dampaknya sangat besar bagi saya dari dulunya bisa dapet 500 ribu-1 jutaan sekarang dapat 100 ribu udah syukur alhamdulillah mba...”(wawancara bersama Bapak Suratman 18 Desember 2021).

Secara umum pelaku UMKM Sangiran di masa *new normal* tidak terlalu fokus terhadap target penjualan atau keuntungan akan tetapi yang terpenting usaha tetap berjalan. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Bambang selaku pedagang souvenir dan patung.

“ kalo target saya ada target, tapi tidak bisa sesuai yang ditargetkan, jadi saya target tetapi tidak telalu menekan pada targetnya karena hasilnya tidak sesuai dengan yang ditargetin jadi ya biar berjalan apadanya “(wawancara dengan Bapak Bambang, 25 Maret 2022).

Adapun strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM Museum Sangiran sebagai upaya seperti implementasi fungsi manajemen melalui beberapa rangkaian seperti perencanaan, implementasi dan juga evaluasi.

Memfaatkan Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media yang dapat menjangkau akses diseluruh dunia. Hal ini bisa dilakukan untuk memudahkan untuk memasarkan produknya ketika masa pandemi ini, sehingga ada kemungkinan untuk mendapatkan pelanggan. Diharapkan dengan promosi melalui media sosial maka dapat mempengaruhi dari ketertarikan serta perhatian dan mendorong konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan (Andriyani et al., 2021).

Pelaku UMKM di Museum Sangiran menggunakan media sosial untuk menjual produknya, salah satunya adalah facebook dan whatsapp. Cara ini sangat tepat dilakukan ketika masa pandemi ini yang mewajibkan untuk tidak saling bersentuhan secara langsung ataupun tatap muka. Media sosial facebook merupakan salah satu media yang mungkin sudah banyak dimiliki oleh semua kalangan dari berbagai usia. Facebook mempunyai fitur yang dapat digunakan tidak hanya untuk individu saja tapi juga pada pelaku usaha dalam mempromosikan produk yang dimiliki sehingga pelaku usaha mampu menjualnya lewat *marketplace*, mengirim diberbagai grup jual beli yang terdapat difacebook. Hal ini sangat membantu untuk memperluas jangkauan promosi mereka. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Parno pemilik toko *souvenir*.

“Setelah adanya Covid-19 ini saya rencananya berhenti kerja sampai menunggu museum dibuka lagi, ya mau gimana lagi. Tapi untungnya anak saya remaja paham sosial media jadi dibantu jualan gitu. Dalam pemanfaatan media sosial saya akui saya tidak terlalu paham soalnya saya sudah tua juga tau saya cuman sms sama telepon saja, tapi ketika pandemi ini dibantu oleh

anak saya. Dia jual lewat hp seperti di facebook dan di Whasapp” dijual juga ke teman sekolahnya” (wawancara dengan Bapak Parno, 4 April 2022).

Selanjutnya pelaku UMKM Museum Sangiran juga penggunaan media sosial lain seperti whatsapp merupakan media sosial berbentuk aplikasi *chatting* yang digunakan oleh orang-orang untuk bertukar pesan. Whatsapp sudah sangat populer dikalangan warga baik muda maupun tua. Penggunaanya simpel hanya membutuhkan koneksi internet dalam handphonenya untuk berkamuikasi. dalam whatsapp juga terdapat fitur *call* dan *video call*, *story*, serta ada whatsapp *bussines* sekarang. Pengguna hanya perlu mendaftarkan nomer mereka. Hal ini memudahkan para pelaku UMKM untuk berkomunikasi satu sama lain. Dan beberapa media sosial yang digunakan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk seperti tiktok maupun instagram, yang memudahkan pelaku usaha untuk memfoto produk dan kemudian memposting jualannya.

“Rencana awal saya yaitu saya jual posting diinstagram diwhatsapp juga, gimanapun caranya saya mencari jalan keluar dengan cara itu sama saya promosiin ke temen-temen saya di Bali. Saya memposting dagangannya saya terus setiap hari saya juga harus mempertahankan kualitas dagangan saya agar yang beli merasa puas” (wawancara dengan Bapak Bambang, 5 April 2022).

Beberapa implementasi terakit manajemen strategi yang telah dilakukan bagi para pelaku UMKM di Museum Sangiran yaitu pemanfaatan teknologi. Adapun pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM yaitu dengan media sosial. Kebanyakan pelaku usaha menggunakan ponsel (*handphone*) dengan akses internet karena kelebihan ponsel mudah dibawa kemana-mana sehingga praktis untuk menggunakannya dimanapun dan kapanpun. Hal ini merupakan peluang untuk para pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya.

Memanfaatkan Jasa Layanan

Pada masa *new normal* pelaku UMKM Museum Sangiran juga memanfaatkan layanan jasa baik penggunaan jasa pengiriman melalui perusahaan ekspedisi barang dan aplikasi *online* pesan antar makanan seperti Gojek dan Grab. Tujuannya adalah sesuai dengan situasi *new normal* bahwa berkurangnya pendapatan karena tidak ada pengunjung museum maka menggunakan jasa layanan. Dimana para konsumen hanya memesan saja ke penjual dan tinggal menunggu pesannya dirumah saja. Namun hambatan tetap ada yaitu salah satunya adalah berkurangnya pemasukan. Hal ini disampaikan oleh Bapak Suratman, pemilik warung makan dan Bapak Bambang selaku pedagang souvenir dan patung purba di Museum Sangiran.

“..saya juga mengadakan jasa antar untuk makanan kalau dekat gratis kalo ada tambahan biaya tapi hanya melayani kawasan area sekitar museum sangiran sampai perempatan kalijambe saja” (wawancara dengan Bapak Suratman, 5 April 2022)

Dalam aspek manajemen strategi di masa pandemi layanan jasa manual sangat penting karena di sekitar kawasan Museum Sangiran belum ada akses gojek online, tidak seperti pada bagian Kecamatan Kalijambe yang sudah terakses. Implementasi strategi adalah rangkaian

kegiatan dan pekerjaan yang dibutuhkan untuk mengeksekusi strategi yang akan diterapkan pada usahanya. Dimana perencanaan tidak akan berhasil apabila tidak terdapat implementasinya dan begitupula sebaliknya (Fadhli, 2020).

Hal lain yang dilakukan pelaku UMKM Museum Sangiran untuk bertahan dalam situasi *new normal* adalah memanfaatkan jasa ekspedisi barang untuk mengirim produk kerajinan ke daerah lain. Hasil wawancara disampaikan oleh Bapak Bambang selaku pedagang *souvenir* dan patung purba di Museum Sangiran.

“Untuk layanan jasa ya saya menggunakan itu kirim paket seperti JNE dan JNT karena saya kan punya kerjaan proyek di Bali jadi saya juga sambil memasarkan barangnya disana juga, semisal ada yang beli jadi saya kirim melalui JNT JNE itu”. (wawancara dengan Bapak Bambang, 5 April 2022)

Implementasi strategi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM saat situasi *new normal* telah sesuai dan penerapan upaya yang tepat sehingga usaha bisa tetap berjalan walaupun tidak seperti dalam situasi normal. Penggunaan media sosial dan pemanfaatan jasa layanan untuk mengembangkan bisnis menjadi penting karena merupakan jalan solusi yang terbaik agar usaha dapat bertahan.

Usaha yang ada di UMKM yang ada di Museum Sangiran harus mengembangkan inovasi terutama produk-produk kerajinan agar usaha mereka berbeda dari yang lain, sehingga bisa mengikuti persaingan dalam setiap usaha bisnis. Dengan inovasi, setidaknya dapat mengatasi faktor-faktor yang mengakibatkan kelemahan usaha UMKM yaitu karena keterbatasan modal, dan keterbatasan dalam menyeimbangkan antara uang masuk dan uang keluar, apalagi dalam kondisi *new normal*. Selain itu juga masalah untuk tetap bertahan agar produk mereka dapat diterima oleh pasar.

Evaluasi merupakan hal yang penting dalam mereview semua strategi yang sudah dilaksanakan oleh para pelaku UMKM di Museum Sangiran ini. Evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kinerja yang sudah direncanakan sebelumnya. Dan dapat mengambil tindakan perbaikan apabila mengalami suatu masalah dalam usahanya. Langkah yang dijalankan oleh para pelaku UMKM di Museum Sangiran tidak hanya untuk mencapai target tapi juga bagaimana mereka bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan kepercayaan terhadap para pengunjung museum sehingga mereka merasa puas terhadap pelayanan yang sudah diberikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dampak yang dirasakan oleh para pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan penjualan yang sangat drastis. Upaya yang dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan meliputi strategi yang dilakukan adalah pemanfaatan teknologi media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp bertujuan memperluas wilayah penjualan dan memanfaatkan jasa layanan seperti jasa pengiriman melalui perusahaan ekspedisi barang dan aplikasi *online* pesan antar agar tidak hanya mengandalkan pendapatan dari pengunjung Museum Sangiran saja. Dalam hal ini menjadi strategi bagi para pelaku UMKM di Museum Sangiran agar usahanya tetap bertahan. Pelaksanaan strategi UMKM di

Museum Sangiran sesuai dengan fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengawasan serta melakukan pengevaluasian.

REFERENSI

- Ali, B. S. (2016). Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garu t. *Universitas Pendidikan Indonesia / Repository.Upi.Edu*, 10, 9–30.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Andriyani, K., Yuliar, A., & Raqib, M. (2021). Promosi Produk Di Era Digitalisasi Terhadap Minat Masyarakat Berumrah Pada Biro Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(1), 131. <https://doi.org/10.24235/orasi.v12i1.7924>
- Budiyanti, E. (2020). Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia. *Info Singkat*, XII(4), 19–24.
- Fadhli, M. (2020). Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Continuous Education: Journal of Science and Research*, 1(1), 11–23. <https://doi.org/10.51178/ce.v1i1.7>
- Fadli, A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Pendapatan UMKM Di Desa Gondang Kecamatan Gangga Kabupaten Lombok Utara. 6.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Edu Psy Couns Journal*, 2(1), 146–153.
- Ikhsan Mojo, M. (2020). Memetakan Jalan Penguatan Ekonomi Pasca Pandemi. *The Indonesian Journal of Development Planning*, IV(2), 103–116.
- jatengprov.go.id. (2022). *Museum Manusia Purba Sangiran*. <http://profile.perpus.jatengprov.go.id/berita/detail/museum-manusia-purba-sangiran>
- Kompas.com. (2022). *Sejarah Singkat Museum Sangiran: Pengertian, Koleksi, dan Pengaruh*. <https://regional.kompas.com/read/2022/07/28/192328678/sejarah-singkat-museum-sangiran-pengertian-koleksi-dan-pengaruh?page=all#:~:text=Museum Sangiran berdiri pada tahun 1977.&text=Daerah situs Sangiran merupakan pusat,dapat ditemukan hingga saat ini>
- Laka, Y. H., & Sasmito, C. (2019). Manajemen Strategi Kebijakan Publik Sektor Pariwisata Di Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujon Kabupaten Malang Jawa Timur Pada Era Industri 4.0. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.33366/ref.v7i1.1347>
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu.
- Statistik, B. P. (2021). *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Bulan Agustus 2021*.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid 19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 46–58.
- Tranggana, A. U. (2021). *UMKM Fondasi Ketangguhan Ekonomi Bangsa*. Mui.or.Id. <https://mui.or.id/opini/33000/umkm-fondasi-ketangguhan-ekonomi-bangsa/>
- Tribunnews. (2021). *Sempat Mati Suri Akibat Pandemi, Museum Sangiran Sragen Dibuka untuk Wisatawan Mulai 12 Oktober 2021*.
- Yuliar, A., & Fadhilah, N. N. S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Di Era New Normal Pada Biro Perjalanan Umrah. *Matlamat Minda*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.56633/jdki.v1i2.289>