

Dampak Covid-19 terhadap aktivitas pedagang yang melayani wisatawan di Kota Bandung

The impact of Covid-19 on the activities of merchants serving tourists in Bandung City

R R Aji¹, V Faniza², dan R A Arisiyanto¹

¹Urban and Regional Planning, Bandung Islamic University, Bandung, Indonesia

²Urban and Regional Planning, Diponegoro University, Semarang, Indonesia

Corresponding author's email: riswandha@gmail.com

Abstrak. Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sejak tahun 2020 mendorong terjadinya perubahan dan adaptasi pada sektor pariwisata. Pariwisata di Kota Bandung sempat terhenti dan menimbulkan dampak sistemik karena pariwisata memiliki efek berganda, seperti berdampak pada pedagang yang melayani wisatawan. Pedagang harus menyesuaikan diri dengan pandemi Covid-19 agar tetap bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan aktivitas pedangan yang melayani wisatawan di Kota Bandung setelah terdampak pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran dengan data kuantitatif dari kuesioner dan analisis data secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan intensitas belanja pedagang dan gangguan operasional yang dialami oleh pedagang. Selain itu, beberapa hal seperti rantai pasok, harga jual, kualitas barang dagangan, dan kuantitas barang dagangan juga mengalami perubahan walaupun tidak signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pandemi Covid-19 berdampak pada penurunan intensitas perdagangan yang melayani wisatawan di Kota Bandung.

Kata Kunci: Covid-19; Kegiatan Masyarakat; Pariwisata; Pedagang

Abstract. The Covid-19 pandemic that has hit the world since 2020 has prompted changes and adaptations in the tourism sector. Tourism in the city of Bandung had come to a standstill and systematically affected larger urban economy through multiplier effect. One of the subsector affected was the trade in tourism. Traders had

to adjust to the new business environment for the sake of survival. This study aims to identify changes in the activities of traders serving tourists in Bandung during Covid19 pandemic. The research method used in this study was mixed method, using quantitative data from questionnaires and descriptive qualitative analysis. The results revealed significant changes in merchant shopping intensity and daily operation. In addition, several things such as the supply chain, selling prices, merchandise quality, and merchandise quantity also experienced changes in a less significant way. This study concludes that the Covid-19 pandemic has significantly brought down the intensity of trades by local merchants serving tourist in Bandung.

Keywords: Community Activities; Covid-19; Merchants; Tourism

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia sangat berpengaruh terhadap kegiatan-kegiatan yang ada di masyarakat [1]. Hal tersebut mengakibatkan tingkat kerentanan yang ada di masyarakat menjadi terpengaruh [2,3]. Pengaruh Covid-19 ini bisa berpengaruh hingga ke berbagai level sistem masyarakat [4]. Kegiatan-kegiatan yang bisa dilakukan secara bersama di level tetangga, seperti kegiatan bisnis rumahan juga terganggu [5]. Secara umum, kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat telah terganggu di masa pandemi [6]. Kegiatan-kegiatan tersebut terbagi rata ke berbagai sektor dari sektor ekonomi hingga sektor turunannya seperti sektor pariwisata [7]. Hampir semua negara mengalami masalah ekonomi di masa pandemi ini. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan banyak pekerja merubah cara kerja mereka, termasuk pekerja di sektor informal [8–11]. Salah satu contoh pekerja di sektor informal yang terdampak adalah pedagang [12]. Selain itu, sektor pariwisata juga menjadi salah satu sektor yang terdampak [13]. Pariwisata merupakan kegiatan yang sangat berkaitan dengan perjalanan [14]. Namun, adanya pandemi Covid-19 membuat perjalanan dibatasi [15]. Bahkan pada beberapa tempat, objek wisata ditutup. Hal ini menyebabkan kegiatan pariwisata benar-benar mati karena dengan dibatasinya perjalanan tentu akan menyebabkan wisatawan tidak bisa berkunjung [16]. Matinya pariwisata ini memiliki efek berganda di mana pekerja-pekerja yang bekerja di sektor pariwisata juga ikut terdampak [17]. Salah satu pekerja yang terdampak adalah pedagang-pedagang yang biasa melayani wisatawan yang berkunjung.

Pariwisata di Bandung Raya sendiri juga sempat mati suri di masa pandemi Covid-19. Kegiatan pariwisata di Bandung Raya sendiri tidak hanya terpusat pada wilayah sekitar objek pariwisatanya saja. Hal ini dikarenakan banyaknya objek urban tourism di Kota Bandung yang merupakan pusat dari Bandung Raya. Dengan demikian, wisatawan bisa berkeliling di 30 kecamatan di Kota Bandung bahkan kebanyakan wisatawan menginap di Kota Bandung. Terpusatnya wisatawan di Kota Bandung menjadikan pedagang di seluruh Kota Bandung melayani wisatawan. Kegiatan pedagang yang melayani wisatawan berubah dikarenakan menurunnya kunjungan wisatawan. Beberapa hal yang berubah dari kegiatan pedagang antara lain intensitas belanja bahan baku [18], rantai pasok [19], harga jual [20], kualitas

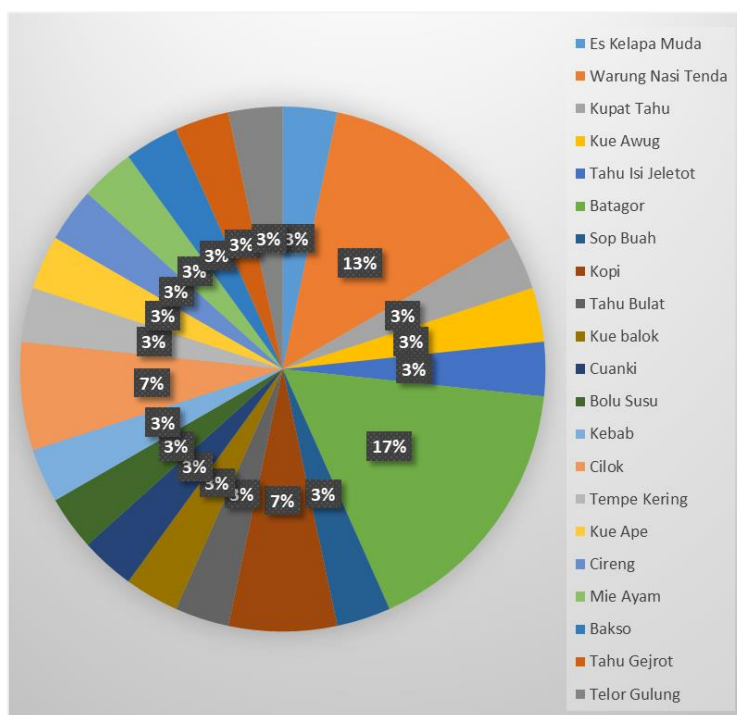
barang dagangan [21], kuantitas barang dagangan [22], dan perubahan waktu operasional pedagang [23].

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Covid-19 mempengaruhi perekonomian di bagian jumlah unit usaha, tenaga kerja, PDB, ekspor, dan investasi [24]. Penelitian lain menunjukkan Covid-19 menyebabkan terjadinya PHK, penurunan impor, inflasi, dan penurunan okupansi sektor pariwisata [25]. Covid-19 tidak hanya memberikan tantangan baru terhadap ekonomi konvensional, tetapi juga memberikan tantangan kepada ekonomi berbasis syariah [26]. Sementara itu, dampak Covid-19 secara khusus pada UMKM adalah perubahan penyerapan produk, ketersediaan bahan baku, dan proses distribusi [27]. Pasar tradisional juga menjadi salah satu yang terdampak Covid-19 yang mana pedagang-pedagang mengalami penurunan pendapatan [28]. Walaupun demikian, Covid-19 masih memiliki dampak positif bagi sektor ekologi pariwisata seperti peningkatan kualitas udara, penurunan eksploitasi alam, dan protokol kesehatan yang baik [29]. Penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai perdagangan, ekonomi, dan pariwisata belum secara khusus meneliti tentang aktivitas pedagang yang melayani wisatawan di suatu kota. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perubahan aktivitas pedagang yang melayani wisatawan di Kota Bandung.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran dalam melakukan analisisnya [30]. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner [31]. Kuesioner diberikan terhadap 300 pedagang yang tersebar di 30 kecamatan di Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling kompleks yang terdiri dari dua tahap yakni teknik sampling kluster dan teknik sampling acak berstrata [32]. Pada tahap pertama ditentukan kluster wilayah untuk pengambilan sampel yakni 30 kecamatan di Kota Bandung. Kemudian dilakukan pengambilan sampel acak berstrata dengan menargetkan strata pedagang makanan pada titik-titik keramaian di setiap kecamatan. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dan dikumpulkan datanya melalui kuesioner adalah intensitas belanja, rantai pasok, harga jual, kualitas barang dagangan, kuantitas barang dagangan, dan gangguan operasional. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang didapat dari data kuesioner [33].

Jenis dagangan yang dijual bervariasi (lihat Gambar 1). Jenis dagangan terbanyak adalah batagor yakni sebanyak 17% dari total responden. Kemudian ada jenis dagangan warung nasi tenda sebanyak 13% dari total responden. Jenis dagangan terbanyak ketiga adalah kopi dan cilok masing-masing 7% dari total responden. Jenis dagangan lain yang dijual responden terbagi merata yakni es kelapa muda, kupat tahu, kue awug, tahu isi jeletot, sop buah, tahu bulat, cuanki, bolu susu, kebab, tempe kering, kue ape, cireng, mie ayam, bakso, tahu gejrot, dan telur gulung.



Gambar 1. Jenis barang dagangan responden.

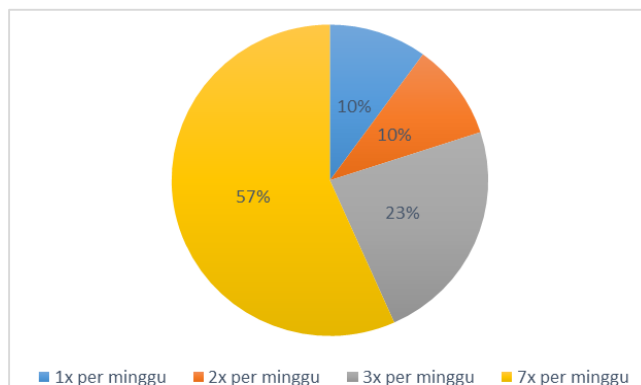
3. Hasil penelitian dan pembahasan

Hasil penelitian ini terbagi menjadi enam pembahasan, yakni intensitas belanja, rantai pasok, harga jual, kualitas barang dagangan, kuantitas barang dagangan, dan gangguan operasional. Intensitas belanja merupakan periode pedagang membeli bahan baku [18]. Intensitas belanja melihat perbedaan periode belanja pedagang sebelum pandemi dan setelah pandemi. Rantai pasok merupakan tempat pedagang membeli bahan baku untuk barang dagangannya [19]. Rantai pasok melihat perbedaan tempat pedagang membeli bahan baku sebelum pandemi dan setelah pandemi. Harga jual merupakan harga yang ditetapkan oleh pedagang untuk barang dagangannya [20]. Harga jual melihat perbedaan harga yang ditetapkan oleh pedagang sebelum pandemi dan setelah pandemi. Kualitas barang dagangan merupakan tingkat kualitas rasa dan ukuran barang dagangan pedagang [21]. Kualitas barang dagangan melihat perbedaan rasa barang dagangan sebelum pandemi dan setelah pandemi. Kuantitas barang dagangan merupakan jumlah barang dagangan yang dijual pedagang [22]. Kuantitas barang dagangan melihat perbedaan jumlah barang dagangan yang dijual pedagang sebelum pandemi dan setelah pandemi. Gangguan operasional merupakan gangguan yang dihadapi pedagang dalam menjual barang dagangannya [23]. Gangguan operasional melihat jeda yang dialami pedagang saat terjadi pandemi.

3.1. Intensitas belanja

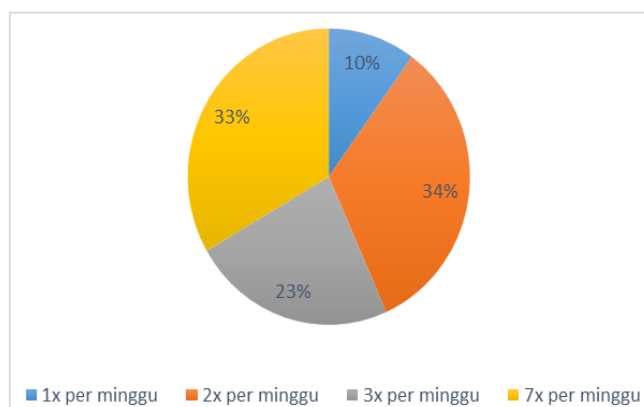
Intensitas belanja pedagang sebelum pandemi dapat dilihat pada Gambar 2 yang memperlihatkan mayoritas pedagang belanja 7x per minggu atau setiap hari. Pedagang yang belanja setiap hari mencapai 57%. Kemudian, pedagang yang belanja 3x per minggu atau

setiap 2 hari sekali mencapai 23%. Pedagang yang belanja 2x per minggu atau 3 hari sekali dan pedagang yang belanja 1x per minggu sama-sama berjumlah 10%.



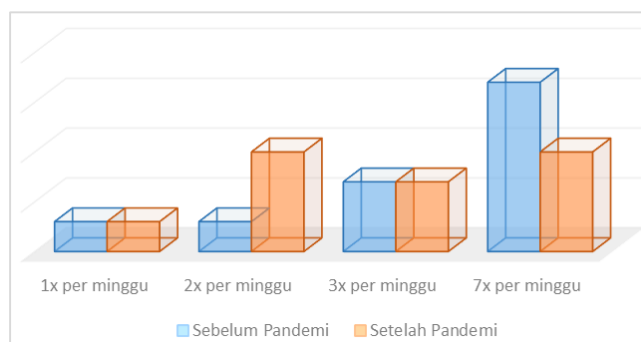
Gambar 2. Intensitas belanja pedagang sebelum pandemi.

Intensitas belanja pedagang setelah pandemic dapat dilihat pada Gambar 3 yang terlihat mengalami perubahan. Pedagang yang sebelum pandemi mayoritas belanja 7x per minggu atau setiap hari, setelah pandemi menjadi lebih merata. Pedagang yang belanja 2x per minggu atau 3 hari sekali mencapai 34% sedangkan pedagang yang belanja 7x per minggu atau setiap hari mencapai 33%. Pedagang yang belanja 3x per minggu atau 2 hari sekali dan pedagang yang belanja 1x per minggu memiliki jumlah yang sama dengan sebelum pandemi yakni berurutan 23% dan 10%.



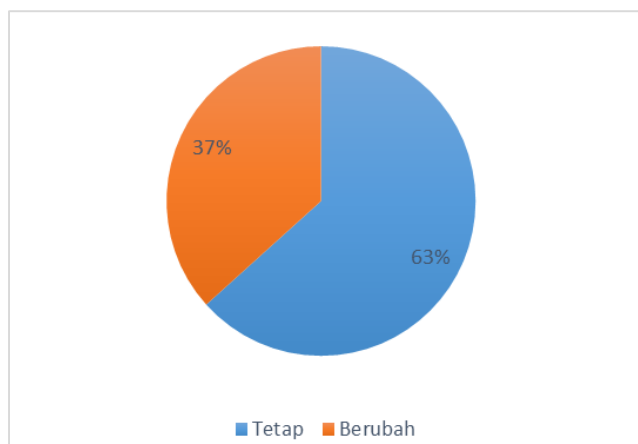
Gambar 3. Intensitas belanja pedagang setelah pandemi.

Perbandingan intensitas belanja pedagang sebelum dan setelah pandemi dapat dilihat pada Gambar 4 yang memperlihatkan adanya peningkatan intensitas belanja 2x per minggu atau 3 hari sekali dari yang tadinya sebelum pandemi berjumlah 10% meningkat menjadi 34%. Sementara itu, pedagang yang belanja 7x per minggu atau setiap hari mengalami penurunan dari yang tadinya sebelum pandemi merupakan mayoritas dengan 57% menurun menjadi 33% setelah pandemi.



Gambar 4. Perbandingan intensitas belanja pedagang sebelum dan setelah pandemi.

Secara keseluruhan pedagang yang menjadi responden sebanyak 63% memiliki intensitas belanja yang tetap sebelum pandemi maupun setelah pandemi (lihat Gambar 5). Sisanya sebanyak 37% pedagang mengalami perubahan intensitas belanja antara sebelum pandemi dan setelah pandemi. Hal ini berkaitan dengan jumlah konsumen yang membeli barang dagangan mereka [34]. Pandemi menyebabkan matinya pariwisata sehingga jumlah kunjungan wisatawan yang menjadi konsumen para pedagang juga ikut turun [35]. Pedagang lebih banyak melayani konsumen non-wisatawan setelah pandemi.

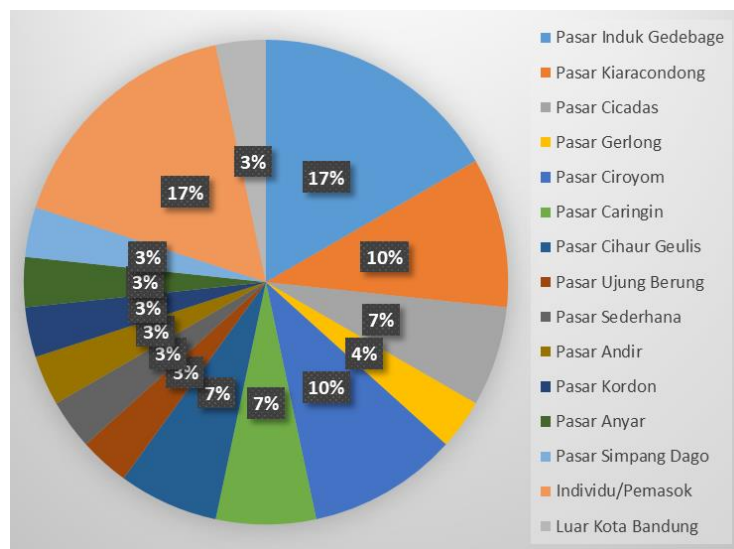


Gambar 5. Perubahan intensitas belanja pedagang.

Fenomena perubahan intensitas belanja ini berkaitan dengan berkurangnya kunjungan wisatawan di Kota Bandung itu sendiri sehingga menyebabkan berkurangnya konsumen yang membeli makanan di pedagang. Hal ini ditambah dengan berlakunya pembatasan-pembatasan yang diterapkan oleh pemerintah di Kota Bandung selama pandemi Covid-19 ini. Hal ini berakibat pedagang menurunkan produksinya dan merubah intensitas belanja mereka. Lebih jauh hal ini akan menyebabkan menurunnya perputaran uang di sektor pariwisata dan perdagangan. Dampak lain yang bisa dilihat adalah penurunan jumlah konsumen ini juga menyebabkan penurunan mobilitas di Kota Bandung.

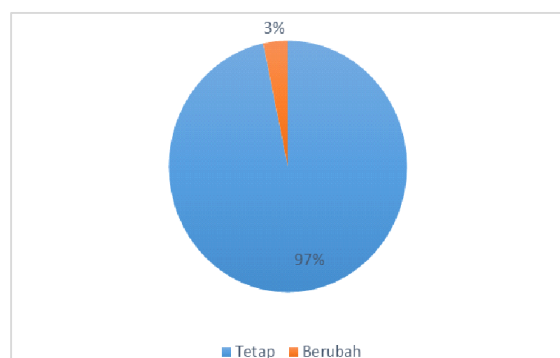
3.2. Rantai pasok

Hasil penelitian mengenai rantai pasok sebelum pandemi dapat dilihat pada Gambar 6 yang memperlihatkan tempat belanja pedagang yang melayani wisatawan cukup bervariasi. Tempat belanja yang paling banyak adalah Pasar Induk Gedebage, yakni sebanyak 17%. Selanjutnya, berturut-turut adalah Pasar Kiaracondong dan Pasar Ciroyom sebanyak 10%. Selain itu, ada pula pedagang yang mendapatkan bahan bakunya dari individu atau pemasok khusus. Pedagang yang belanja bahan baku di individu atau pemasok khusus sebanyak 17%. Terdapat pula pedagang yang membeli bahan bakunya dari luar Kota Bandung sebanyak 3%.



Gambar 6. Tempat belanja pedagang sebelum pandemi.

Pada masa pandemi tidak banyak terdapat perubahan pada rantai pasok yang dapat dilihat pada Gambar 7. Hasil penelitian menunjukkan hanya 3% pedagang yang melakukan perubahan tempat belanja bahan baku. Hal ini berkaitan dengan lokasi pedagang berjualan, lokasi bermukim pedagang, dan lokasi tempat belanja bahan baku [36,37]. Pedagang akan memilih lokasi tempat belanja bahan baku yang paling menguntungkan dari segi harga maupun jarak [38]. Pandemi Covid-19 tidak terlalu mempengaruhi rantai pasok pedagang yang melayani wisatawan di Kota Bandung.

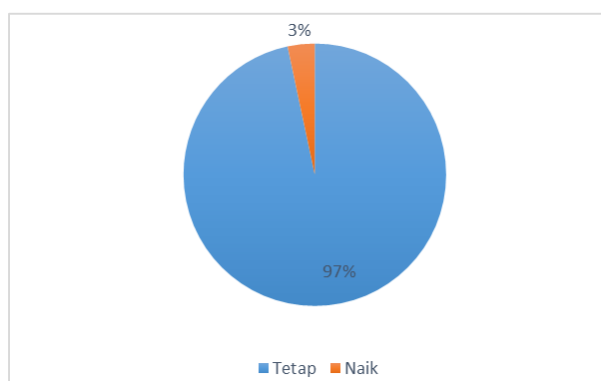


Gambar 7. Rantai pasok pedagang.

Rantai pasok tidak banyak berubah walaupun ada yang berubah. Hal ini dilatarbelakangi oleh tingkat kepercayaan pedagang terhadap penyuplai bahan baku mereka. Pedagang tidak merubahnya karena sudah menjadi langganan di tempat tersebut. Walaupun pada poin pembahasan sebelumnya diterangkan bahwa ada sebagian pedagang yang merubah intensitas belanjanya, tetapi rantai pasok yang ada masih sama alur barangnya. Hal ini menyebabkan mobilitas yang ada masih sama rute transportasinya walaupun intensitasnya berkurang. Sama seperti pembahasan intensitas belanja, pembatasan-pembatasan yang diterapkan oleh pemerintah Kota Bandung turut berperan dalam rantai pasok.

3.3. Harga jual

Harga jual merupakan besaran harga yang ditetapkan pedagang untuk tiap satuan barang dagangannya. Hasil penelitian memperlihatkan pedagang yang melayani wisatawan tidak banyak merubah harga jualnya (lihat Gambar 8). Hanya 3% pedagang yang menaikkan harga jual dagangannya. Hal ini berkaitan dengan perubahan pola penjualan yang dialami para pedagang. Berkurangnya jumlah konsumen membuat pedagang melakukan penyesuaian harga untuk tetap mendapatkan keuntungan [39,40].

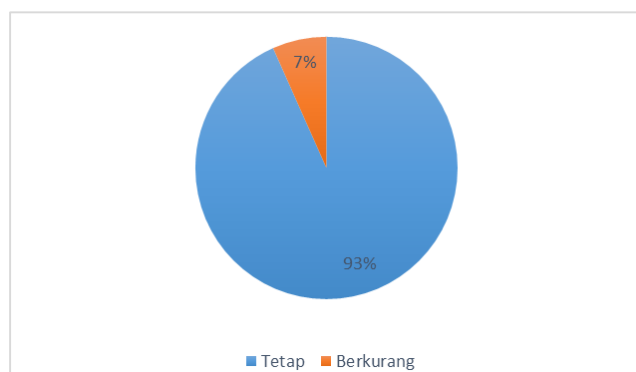


Gambar 8. Perubahan harga jual pedagang.

Fenomena kenaikan harga jual walaupun hanya sebagian kecil juga perlu diperhatikan. Kenaikan harga jual oleh pedagang tentu berkaitan dengan menurunnya jumlah konsumen yang disebabkan oleh penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung. Pedagang akan terpaksa menaikkan harga jualnya untuk menghindari kerugian yang timbul sebagai dampak dari penurunan jumlah konsumen.

3.4. Kualitas barang dagangan

Kualitas dagangan merupakan tingkat kualitas setiap barang dagangan yang dijual para pedagang. Hasil penelitian menunjukkan ada sebagian kecil pedagang yang mengurangi kualitas barang dagangannya (lihat Gambar 9). Sebanyak 7% pedagang berkurang kualitas barang dagangannya di masa pandemi Covid-19 ini. Hal ini berkaitan dengan strategi pedagang untuk tetap mendapatkan keuntungan karena perubahan pola penjualan. Pedagang memilih untuk mengurangi kualitas barang dagangannya daripada menaikkan harga jual barang dagangannya. Hal ini dilakukan untuk menghindari kehilangan konsumen [41,42].

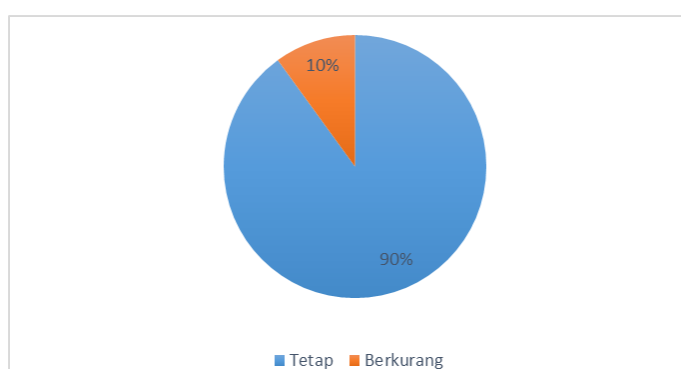


Gambar 9. Perubahan kualitas barang dagangan.

Fenomena penurunan kualitas barang dagangan hampir sama latar belakangnya dengan kenaikan harga jual. Pedagang akan melakukan berbagai cara untuk menghindari kerugian akibat penurunan jumlah konsumen. Pedagang yang mengurangi kualitas barang dagangannya sedikit lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan pedagang yang menaikkan harga barang. Hal ini merupakan sebuah strategi yang dilakukan pedagang untuk tidak kehilangan pelanggannya. Dampak dari perubahan kualitas barang ini dirasakan oleh konsumen.

3.5. Kuantitas barang dagangan

Kuantitas dagangan merupakan jumlah barang dagangan yang dijual pedagang dalam sekali waktu penjualan. Hasil penelitian menunjukkan sebagian kecil pedagang mengurangi kuantitas barang dagangannya (lihat Gambar 10). Sebanyak 10% pedagang mengurangi jumlah barang dagangannya. Hal ini berkaitan dengan beberapa hal seperti jumlah konsumen yang menurun serta pembatasan-pembatasan yang diterapkan oleh pemerintah setempat mengenai waktu berjualan [43,44].

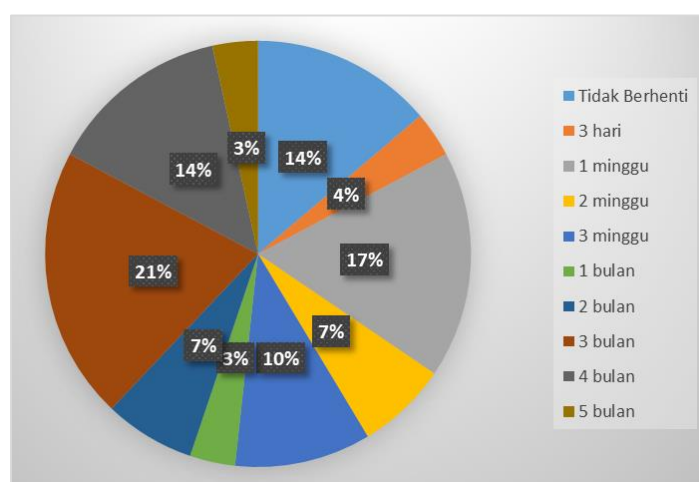


Gambar 10. Perubahan kuantitas barang dagangan.

Fenomena yang paling banyak dilakukan pedagang untuk menghindari kerugian adalah penurunan kuantitas barang dagangan. Hal ini dilakukan untuk tetap memuaskan konsumen mereka. Penurunan kuantitas dilakukan karena perubahan waktu berjualan yang juga berdampak pada penurunan mobilitas konsumen.

3.6. Gangguan operasional

Gangguan operasional merupakan lama periode waktu pedagang berhenti berjualan di masa pandemi Covid-19. Hasil penelitian memperlihatkan sebanyak 21% pedagang berhenti berjualan selama 3 bulan (lihat Gambar 11). Kemudian, berturut-turut pedagang berhenti berjualan selama satu minggu dan empat bulan sebanyak 17% dan 14%. Selain itu, beberapa pedagang tidak berhenti berjualan atau tetap berjualan walaupun di masa pandemi Covid-19. Pedagang yang tidak berhenti berjualan sebanyak 14%. Hal ini berkaitan dengan masa-masa awal pandemi Covid-19 yang mana belum banyak fasilitas kesehatan dan vaksin di Kota Bandung sehingga pemerintah setempat sempat melarang kegiatan apapun di luar rumah dan menggalakkan kegiatan *work from home* [45].



Gambar 11. Gangguan operasional pedagang.

Gangguan operasional dilatarbelakangi oleh pembatasan-pembatasan yang diterapkan oleh pemerintah di Kota Bandung. Pedagang sebagian besar memilih untuk berhenti berdagang sementara waktu untuk menghindari kerugian akibat konsumen yang terbatas. Hal ini berdampak pada sektor-sektor lain seperti transportasi yang kehilangan konsumennya juga karena mobilitas yang terbatas. Namun, ada beberapa sektor yang tetap bergerak seperti transportasi daring yang menjadi alternatif di masa pandemi Covid-19. Beberapa pedagang yang tidak berhenti berjualan memilih bekerja sama dengan transportasi daring untuk operasional dalam berdagang untuk meminimalisir kerugian.

Sektor pariwisata dan sektor ekonomi khususnya bagian perdagangan sangat terdampak oleh pandemi Covid-19. Hal ini juga berkaitan dengan pariwisata yang berpengaruh terhadap ekonomi regional [46]. Pembatasan-pembatasan yang diterapkan pemerintah di Kota Bandung mengakibatkan penurunan kegiatan pariwisata dan perdagangan. Hal ini mengakibatkan penurunan perekonomian juga yang dialami masyarakat. Masyarakat perlu melakukan pengembangan kegiatan pariwisata dan wirausaha yang berkaitan untuk meningkatkan ekonomi regionalnya juga [47].

4. Kesimpulan

Pandemi Covid-19 berdampak pada kegiatan pedagang yang melayani wisatawan. Berhentinya pariwisata di Kota Bandung menyebabkan pedagang harus beradaptasi. Perubahan-perubahan yang dialami oleh pedagang antara lain perubahan intensitas belanja bahan baku dan gangguan operasional. Beberapa hal juga mempengaruhi perilaku pedagang walaupun tidak signifikan seperti rantai pasok, kualitas barang dagangan, kuantitas barang dagangan, dan harga jual. Hal ini berkaitan dengan perubahan konsumen dan strategi pedagang untuk tidak kehilangan konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih terhadap Program Kerja Praktek dan Penelitian Mandiri tahun 2020 pada Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung yang telah mendukung terselenggaranya penelitian ini.

Referensi

- [1] McCarthy M, Homel J, Ogilvie J, Allard T. Initial Impacts of COVID-19 on Youth Offending: An Exploration of Differences Across Communities. *J Criminol* 2021;54:323–43. <https://doi.org/10.1177/00048658211005816>.
- [2] Fenxia Z. The Community Resilience Measurement Throughout the COVID-19 Pandemic and Beyond -an Empirical Study Based on Data from Shanghai, Wuhan and Chengdu. *Int J Disaster Risk Reduct* 2022;67. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102664>.
- [3] Novandaya Z, Wijaya HB, Faniza V. Evaluasi Ketangguhan Wilayah Kabupaten Wonosobo Terhadap Bencana Pandemi Covid-19. *Reg J Pembang Wil Dan Perenc Partisipatif* 2021;16:201–12. <https://doi.org/10.20961/region.v16i2.25468>.
- [4] Gardner M, Webber DJ, Parry G, Bradley P. COVID-19: How community Businesses in England Struggled to Respond to Their Communities' Needs. *Local Econ* 2021;36:524–40. <https://doi.org/10.1177/02690942211056034>.
- [5] Rippon S, Bagnall AM, Gamsu M, South J, Trigwell J, Southby K, et al. Towards Transformative Resilience: Community, Neighbourhood and System Responses During the COVID-19 Pandemic. Leeds Beckett Repos 2020.
- [6] Logan MJ, Metzger MJ, Hollingdale J. Contributions of Scottish Community Woodlands to Local Wellbeing Before and During the COVID-19 Pandemic. *Scottish Geogr J* 2021;137:1–18. <https://doi.org/10.1080/14702541.2021.1945670>.
- [7] Mariolis T, Rodousakis N, Soklis G. Inter-Sectoral Analysis of the Greek Economy and the COVID-19 Multiplier Effects. *Eur Polit Soc* 2022;23:505–16. <https://doi.org/10.1080/23745118.2021.1895555>.
- [8] Bertogg A, Koos S. Socio-Economic Position and Local Solidarity in Times of Crisis. The COVID-19 Pandemic and the Emergence of Informal Helping Arrangements in Germany. *Res Soc Stratif Mobil* 2021;74. <https://doi.org/10.1016/j.rssm.2021.100612>.
- [9] Song S. Street Stall Economy in China in the Post-COVID-19 Era: Dilemmas and Regulatory Suggestions. *Res Glob* 2020;2. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100030>.
- [10] Liu K. COVID-19 and the Chinese Economy: Impacts, Policy Responses and Implications.

- Int Rev Appl Econ 2021;35:308–30.
<https://doi.org/10.1080/02692171.2021.1876641>.
- [11] Langley P. Economy and Society in COVID Times. *Econ Soc* 2021;50:149–57.
<https://doi.org/10.1080/03085147.2021.1900653>.
- [12] Perdana EAL, Rahayu P, Hardiana A. Karakteristik Pedagang Kaki Lima dan Preferensinya Terhadap Lokasi Kawasan Solo Techno Park. *Reg J Pembang Wil Dan Perenc Partisipatif* 2020;15:172–88. <https://doi.org/10.20961/region.v15i2.24440>.
- [13] Yang Y, Zhang CX, Rickly JM. A Review of Early COVID-19 Research in Tourism: Launching the Annals of Tourism Research’s Curated Collection on Coronavirus and Tourism. *Ann Tour Res* 2021;91. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103313>.
- [14] Utkarsh, Sigala M. A Bibliometric Review of Research On COVID-19 and Tourism: Reflections for Moving Forward. *Tour Manag Perspect* 2021;40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100912>.
- [15] Tsui KWH, Fu X, Chen T, Lei Z, Wu H. Analyzing Hong Kong’s Inbound Tourism: The Impact of the COVID-19 Pandemic. *IATSS Res* 2021;45:440–50. <https://doi.org/10.1016/j.iatsr.2021.11.003>.
- [16] Brouder P. Reset Redux: Possible Evolutionary Pathways Towards the Transformation of Tourism in A COVID-19 World. *Tour Geogr* 2020;22:484–90. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>.
- [17] Yin J, Ni Y. COVID-19 Event Strength, Psychological Safety, and Avoidance Coping Behaviors for Employees in the Tourism Industry. *J Hosp Tour Manag* 2021;47:431–42. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.04.017>.
- [18] Hall AD, Hautsch N. Modelling the Buy and Sell Intensity in a Limit Order Book Market. *J Financ Mark* 2007;10:249–86. <https://doi.org/10.1016/j.finmar.2006.12.002>.
- [19] Silva ME, Silvestre BS, Del Vecchio Ponte RC, Cabral JEO. Managing Micro and Small Enterprise Supply Chains: a Multi-Level Approach to Sustainability, Resilience and Regional Development. *J Clean Prod* 2021;311. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127567>.
- [20] Lu J, Wang Z. Optimal Selling Mechanisms with Buyer Price Search. *J Econ Theory* 2021;196:105307. <https://doi.org/10.1016/j.jet.2021.105307>.
- [21] Pang J, Zhang N, Xiao Q, Qi F, Xue X. A New Intelligent and Data-Driven Product Quality Control System of Industrial Valve Manufacturing Process in CPS. *Comput Commun* 2021;175:25–34. <https://doi.org/10.1016/j.comcom.2021.04.022>.
- [22] Rabta B. An Economic Order Quantity Inventory Model for a Product with a Circular Economy Indicator. *Comput Ind Eng* 2020;140:106215. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106215>.
- [23] Wagner SM, Mizgier KJ, Papageorgiou S. Operational Disruptions and Business Cycles. *Int J Prod Econ* 2017;183:66–78. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2016.10.002>.
- [24] Thaha AF. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *J Brand* 2020;2:147–53.
- [25] Yamali FR, Putri RN. Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekon J Econ Bus* 2020;4:384–8. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>.
- [26] Sumarni Y. Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj J Ekon Dan Perbank Syariah* 2020;6:46–58. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i2.3358>.

- [27] Bahtiar RA, Saragih JP. Dampak Covid-19 terhadap Pelambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Kaji Singk Terhadap Isu Aktual Dan Strateg* 2020;12.
- [28] AZIMAH RN, KHASANAH IN, PRATAMA R, AZIZAH Z, FEBRIANTORO W, PURNOMO SRS. Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Klaten dan Wonogiri. *EMPATI J Ilmu Kesejaht Sos* 2020;9:59–68. <https://doi.org/10.15408/empati.v9i1.16485>.
- [29] A.A.A Ribeka Martha Purwahita, Putu Bagus Wisnu Wardhana, I Ketut Ardiasa, I Made Winia. Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *J Kaji Dan Terap Pariwisata* 2021;1:68–80. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.29>.
- [30] Akimowicz M, Vyn RJ, Cummings H, Landman K. An Introduction to Mixed Methods Research in Agricultural Economics: the Example of Farm Investment in Ontario's Greenbelt, Canada. *J Rural Stud* 2018;61:162–74. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.04.012>.
- [31] Rachmah Q, Kriengsinyos W, Rojroongwasinkul N, Pongcharoen T. Development and Validity of Semi-Quantitative Food Frequency Questionnaire as a New Research Tool for Sugar Intake Assessment Among Indonesian Adolescents. *Heliyon* 2021;7. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07288>.
- [32] Tantular B. Desain Sampling untuk Pemodelan Spatial. *Semin. Nas. Mat. dan Pendidik. Mat. UMS*, 2015, p. 629–36.
- [33] Akdemir E, Karameşe EN, Arslan A. Descriptive Analysis of Researches on Curriculum Development in Education. *Procedia - Soc Behav Sci* 2015;174:3199–203. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1062>.
- [34] Li S, Kallas Z, Rahmani D. Did the COVID-19 Lockdown Affect Consumers' Sustainable Behaviour in Food Purchasing and Consumption in China? *Food Control* 2022;132:108352. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2021.108352>.
- [35] Im J, Kim J, Choeh JY. COVID-19, Social Distancing, and Risk-Averse Actions of Hospitality and Tourism Consumers: a Case of South Korea. *J Destin Mark Manag* 2021;20:100566. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100566>.
- [36] Greenhut ML, MAI C-C, Norman G. Impacts on Optimum Location of Different Pricing Strategies, Market Structures and Customer Distributions Over Space. *Reg Sci Urban Econ* 1986;16:329–51.
- [37] Drezner T. Optimal Continuous Location of a Retail Facility, Facility Attractiveness, and Market Share: an Interactive Model. *J Retail* 1994;70:49–64. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90028-0](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90028-0).
- [38] Chang CW, Lin YS, Ohta H. Optimal Location in Two Sided Markets. *Econ Model* 2013;35:743–50. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.08.028>.
- [39] Ma Q, Zhang M, Ali S, Kirikkaleli D, Khan Z. Natural Resources Commodity Prices Volatility and Economic Performance: Evidence from China Pre and Post COVID-19. *Resour Policy* 2021;74:102338. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2021.102338>.
- [40] Liu Y, Liu S, Ye D, Tang H, Wang F. Dynamic Impact of Negative Public Sentiment on Agricultural Product Prices During COVID-19. *J Retail Consum Serv* 2022;64:102790. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102790>.

- [41] Cox J, Woods D. COVID-19 and Market Structure Dynamics. *J Bank Financ* 2021. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2021.106362>.
- [42] Pagano MS, Sedunov J, Velthuis R. How Did Retail Investors Respond to the COVID-19 Pandemic? the Effect of Robinhood Brokerage Customers on Market Quality. *Financ Res Lett* 2021;43:101946. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.101946>.
- [43] Krishnan M, Babu SC. Covid-19 Opens Up Domestic Market for Indian Shrimp. *Aquaculture* 2022;550:737818. <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2021.737818>.
- [44] Baig AS, Butt HA, Haroon O, Rizvi SAR. Deaths, Panic, Lockdowns And US Equity Markets: the Case of COVID-19 Pandemic. *Financ Res Lett* 2021;38:101701. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101701>.
- [45] Lisdianti GU, Pradana M. Pengaruh Lingkungan Kerja Karyawan terhadap Produktivitas Karyawan Selama Work From Home di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Bandung. *E-Proceeding Manag* 2021;8:6316–20.
- [46] Aji RR. Komponen Pariwisata Pantai dalam Ekonomi Wilayah Kabupaten Gunungkidul. *ETHOS (Jurnal Penelit Dan Pengabdian)* 2019;8:9–15. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4412>.
- [47] Aji RR. Tourism Social Entrepreneurship in Community-Based Tourism: a Case Study of Pentingsari Tourism Village. *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, vol. 447, 2020, p. 012009. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/447/1/012009>.