

PSYCHOLOGICAL CAPITAL DAN RESILIENSI INOVATIF SEBAGAI PREDIKTOR FLOURISHING: STUDI FENOMENOLOGI PADA PEMILIK BIRO PERJALANAN JTC

Ade Satria Kurniawan¹, Fx. Wahyu Widianoro²

Fakultas Psikologi UP45 Yogyakarta^{1,2}

e-mail: ¹adesatria.ardes@gmail.com, ²wahyuant.up@gmail.com

Diterima: 21/6/2026; Direvisi: 10/7/2026; Diterbitkan: 18/7/2026

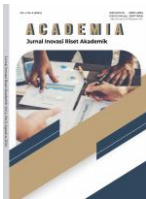
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam dinamika *Psychological Capital* (PsyCap) dan perannya dalam mendorong resiliensi inovatif pada pemilik biro perjalanan di Yogyakarta yang tergabung dalam ekosistem *Jogja Travel Community* (JTC). Di tengah disrupsi pariwisata yang masif, kekuatan modal psikologis internal menjadi determinan utama keberlangsungan usaha. Menggunakan metode kualitatif dengan desain *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA), data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur mendalam terhadap enam pemilik biro perjalanan. Hasil penelitian mengungkap bahwa pilar-pilar HERO (*Hope, Efficacy, Resilience, dan Optimism*) bekerja secara sinergis membentuk *creative agency* yang memungkinkan partisipan melakukan transformasi model bisnis dari konvensional ke digital dan minat khusus. Temuan kunci menunjukkan bahwa JTC berperan sebagai "jangkar psikologis" yang memediasi proses *meaning-making* kolektif dan penularan positif (*positive contagion*) antar anggota. Integrasi antara kekuatan psikologis individu dan dukungan komunitas membawa para pelaku usaha mencapai kondisi *flourishing*, di mana krisis diintegrasikan sebagai bagian dari pertumbuhan eudaimonik dan penemuan makna hidup baru. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi penguatan literatur psikologi organisasi positif dan strategi pengembangan ketangguhan mental bagi pelaku industri pariwisata.

Kata Kunci: *Psychological Capital, Resiliensi Inovatif, Flourishing, Interpretative Phenomenological Analysis, Pariwisata Yogyakarta.*

ABSTRACT

This study aims to explore in depth the dynamics of Psychological Capital (PsyCap) and its role in fostering innovative resilience among travel agency owners in Yogyakarta affiliated with the Jogja Travel Community (JTC) ecosystem. Amidst massive tourism disruption, the strength of internal psychological capital has become a primary determinant of business sustainability. Employing a qualitative method with an Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) design, data were gathered through in-depth semi-structured interviews with six travel agency owners. The results reveal that the HERO pillars (Hope, Efficacy, Resilience, and Optimism) work synergistically to form a creative agency, enabling participants to transform their business models from conventional to digital and niche markets. Key findings indicate that JTC serves as a "psychological anchor" mediating the process of collective meaning-making and positive contagion among members. The integration of individual psychological strengths and community support leads entrepreneurs to a state of flourishing, where crises are integrated as part of eudaimonic growth and the discovery of new life meaning. This research provides significant implications for strengthening positive organizational psychology literature and strategies for developing mental resilience for tourism industry players.



Keywords: *Psychological Capital, Innovative Resilience, Flourishing, Interpretative Phenomenological Analysis, Yogyakarta Tourism.*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta secara historis diposisikan sebagai tulang punggung ekonomi regional yang sangat krusial bagi kesejahteraan masyarakat setempat. Di dalam tatanan yang ideal, sektor andalan ini diharapkan mampu beroperasi secara stabil, berkelanjutan, serta memiliki daya adaptasi yang tinggi terhadap berbagai dinamika perubahan zaman (Adiana et al., 2025; Marvinia & Yasin, 2025; S. & Yasin, 2026). Pemilik biro perjalanan wisata diidealkan bertindak sebagai pemimpin yang proaktif, berwawasan luas, serta mampu mengelola risiko bisnis secara terukur guna menjamin ketahanan finansial organisasi. Dalam situasi pelik, para pelaku usaha diidealkan dapat memanfaatkan jaringan kemitraan komunitas profesi sebagai wadah kolaboratif yang inklusif untuk mendorong efisiensi transaksi, berbagi pengetahuan, serta memperluas pangsa pasar pariwisata daerah. Pengondisian lingkungan bisnis yang suportif ini sangat penting untuk menstimulasi lahirnya inovasi layanan baru yang bernilai ekonomi tinggi. Keharmonisan tata kelola bisnis dan kesiapan mental para pelaku industri pariwisata dipandang sebagai pilar utama untuk menciptakan ketahanan ekonomi daerah, menjaga reputasi destinasi wisata, serta memberikan jaminan kesejahteraan yang kokoh bagi seluruh tenaga kerja di sektor pariwisata (Handayani et al., 2022; Ompusunggu et al., 2025; Sugiarto et al., 2024).

Namun demikian, terdapat kesenjangan yang sangat nyata antara idealisme stabilitas pariwisata tersebut dengan kenyataan objektif yang berlangsung di tataran praktis operasional lapangan saat ini. Kondisi ideal menghendaki agar pertumbuhan sektor pariwisata berjalan linier dengan tingkat ketahanan operasional pelaku usaha dalam menghadapi berbagai fluktuasi global. Sayangnya, fakta empiris di lapangan menyingkapkan fenomena kerentanan inheren yang mencemaskan, di mana industri pariwisata daerah terus-menerus dihantam guncangan eksternal berupa ketidakpastian ekonomi global, disrupsi teknologi digital, hingga krisis kesehatan. Kesenjangan ini memaksa para pelaku usaha beroperasi dalam kondisi ketidakpastian yang ekstrem, yang memicu tekanan mental yang masif dan kelesuan finansial yang akut. Fenomena di lapangan menunjukkan adanya diskrepansi signifikan antara pemilik usaha yang sekadar bertahan atau *surviving* dengan mereka yang mampu melakukan lompatan inovatif. Banyak biro perjalanan mengalami penurunan kinerja akibat keterbatasan modal finansial serta lemahnya benteng pertahanan mental internal pemilik usaha dalam merespons turbulensi lingkungan bisnis yang volatil (Akbari et al., 2022; Strouhal et al., 2024).

Kondisi kesenjangan operasional serta kelesuan motivasi bisnis akibat guncangan eksternal tersebut terkonfirmasi secara nyata melalui pengamatan langsung pada dinamika industri pariwisata daerah. Di dalam ekosistem bisnis yang bergejolak tersebut, tampak jelas bahwa subjek penelitian yang merupakan para pemilik biro perjalanan wisata yang tergabung dalam Jogja Travel Community senantiasa menghadapi tantangan kepemimpinan dan manajemen krisis yang sangat kompleks. Berdasarkan data pengamatan awal, subjek penelitian sering kali terjebak dalam kecemasan eksistensial mengenai kelangsungan usaha akibat penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan. Beberapa anggota dari subjek penelitian masih kesulitan melakukan transformasi digital dan enggan mengambil risiko untuk mengubah model bisnis konvensional menuju wisata minat khusus. Keterbatasan modalitas psikologis internal ini menyebabkan subjek penelitian rentan mengalami keputusan sistemik dan kelelahan mental dalam mengelola tim di bawah tekanan kerja yang berat. Fenomena krisis kapasitas

adaptasi yang melanda subjek penelitian ini menjadi indikator kuat bahwa interaksi kekuatan mental internal mereka mendesak untuk diteliti.

Dalam meretas hambatan manajerial dan mengurai krisis mental pelaku usaha tersebut, penguatan kapasitas kognitif-motivasi melalui pilar modal psikologis menjadi kebutuhan mutlak yang tidak dapat ditawar. Pemanfaatan *psychological capital* yang mengintegrasikan harapan, efikasi diri, resiliensi, dan optimisme diidealkan mampu mengubah krisis menjadi momentum berharga untuk menciptakan nilai baru melalui konsep resiliensi inovatif. Aktivitas komunal di dalam jaringan profesi harus dioptimalkan agar berfungsi sebagai inkubator psikologis yang memediasi perubahan paradigma dari pemulihan pasif menuju agensi diri yang aktif. Mayoritas studi terdahulu mengenai modal psikologis dalam psikologi organisasi positif umumnya masih didominasi oleh konteks korporasi besar di negara Barat yang bercorak individualis. Kajian spesifik yang menelaah bagaimana modalitas internal ini berinteraksi dengan dinamika ekosistem budaya kolektif pada sektor usaha mikro di Indonesia masih sangat terbatas. Penyelidikan mendalam mengenai integrasi sumber daya personal ini dipandang sangat vital untuk memformulasikan strategi adaptasi bisnis yang eudaimonis di era disruptif (Do et al., 2021; Fandika et al., 2024; Yildiz et al., 2020)

Berpijak pada seluruh rangkaian latar belakang dan pemetaan masalah tersebut, penelitian ini hadir dengan membawa nilai kebaruan serta inovasi berupa formulasi resiliensi inovatif berbasis komunal. Nilai inovasi dari kajian ini memfokuskan sasarannya pada integrasi antara modal psikologis individu dengan dukungan ekosistem komunitas dalam membentuk kondisi keberfungsian optimal manusia atau *flourishing*. Fokus subjek penelitian ini diarahkan secara spesifik untuk membedah secara idiografik struktur kesadaran psikologis dan pemaknaan krisis pada para pemilik biro perjalanan wisata yang tergabung dalam Jogja Travel Community tanpa keterikatan pada nama sekolah ataupun kurikulum tahun ajaran tertentu. Kebaruan riset ini bersumber dari penggunaan pendekatan *interpretative phenomenological analysis* untuk menyingkap transformasi orientasi bisnis dari sekadar bertahan hidup menjadi berkembang secara optimal pasca-trauma ekonomi, sebuah dimensi eksistensial yang luput dari perhatian periset terdahulu. Melalui pembuktian ilmiah terhadap subjek penelitian ini, luaran riset diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual sekaligus menjadi panduan praktis benteng pertahanan mental proaktif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain *Interpretative Phenomenological Analysis* untuk mengeksplorasi secara mendalam pemaknaan personal para pelaku usaha pariwisata. Pelaksanaan kegiatan riset lapangan ini diselenggarakan secara sengaja pada ekosistem komunal *Jogja Travel Community* di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti menetapkan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* guna memperoleh kelompok informan yang memiliki homogenitas situasional secara sosiokultural. Berdasarkan skema pemilihan tersebut, diperoleh sebanyak 6 pemilik biro perjalanan lokal yang bersedia terlibat penuh sebagai partisipan inti dalam agenda peninjauan kesehatan mental organisasi ini. Kriteria inklusi operasional yang diwajibkan meliputi masa keanggotaan aktif dalam komunitas minimal selama 5 tahun, pernah menghadapi fase kritis operasional usaha yang signifikan, serta sukses meluncurkan model bisnis inovatif pasca-pandemi. Selain itu, para narasumber juga dituntut memegang kendali penuh dalam proses pengambilan keputusan strategis pada internal perusahaan masing-masing. Peneliti sengaja membatasi ukuran sampel hanya 6 orang untuk memastikan tercapainya kedalaman analisis idiografis secara optimal tanpa mengorbankan kualitas penafsiran makna psikologis individu

pelaku usaha mandiri guna menangkap esensi pengelolaan krisis secara komprehensif di lingkungan industri wisata daerah setempat.

Prosedur pengumpulan data primer dioperasikan melalui metode wawancara mendalam yang dikemas dalam bentuk semi-terstruktur. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang didukung draf panduan pertanyaan terarah mengenai pilar kekuatan mental organisasi. Kegiatan wawancara diselenggarakan secara tatap muka langsung dengan durasi waktu berkisar antara 60 hingga 90 menit per sesi. Jalannya dialog direkam menggunakan alat perekam audio digital atas dasar persetujuan *informed consent*, lalu dikonversi menjadi transkrip *verbatim*. Teknis analisis data kualitatif dijalankan secara sistematis melalui protokol khusus yang diawali dengan pembacaan ulang transkrip secara berulang. Selanjutnya, peneliti membuat catatan awal eksploratif pada aspek deskriptif, linguistik, serta konseptual, kemudian merumuskan tema munculan baru. Langkah berikutnya adalah melakukan klastering tema ke dalam kategori superordinat lintas kasus guna memetakan kesinambungan makna. Keabsahan serta derajat kepercayaan hasil penafsiran diuji melalui penerapan prinsip sensitivitas konteks, transparansi operasional, serta pemenuhan ketelitian analisis secara koheren demi menghindari risiko bias subjektif tunggal dari pihak internal pengamat agar tetap menjaga tingkat kredibilitas hasil riset sesuai standar kaidah metodologi kualitatif yang berlaku secara sah, akurat, komprehensif, empiris, dan dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Profil Partisipan dan Karakteristik Inovasi

Proses pengumpulan data menghasilkan enam profil pemilik biro perjalanan yang memiliki latar belakang heterogen namun terikat dalam ekosistem komunal yang sama (JTC). Berikut adalah ringkasan profil partisipan beserta bentuk resiliensi inovatif yang mereka lakukan:

Tabel 1. Profil Demografis dan Manifestasi Resiliensi Inovatif Partisipan

ID	Usia	Pengalaman Bisnis	Jenis Inovasi Pasca-Pandemi	Dampak terhadap Bisnis
P1	42 Th	12 Tahun	<i>Digital Heritage Storytelling</i> (Wisata sejarah berbasis aplikasi)	Diversifikasi pasar ke generasi Z dan milenial.
P2	38 Th	8 Tahun	<i>Wellness & Mindfulness Retreat</i> (Paket wisata meditasi di desa wisata)	Peningkatan margin profit melalui layanan <i>niche market</i> .
P3	45 Th	15 Tahun	<i>B2B Travel Tech Platform</i> (Sistem integrasi vendor lokal Jogja)	Efisiensi rantai pasok dan penguatan kolaborasi antar vendor.
P4	35 Th	6 Tahun	<i>Sustainable Village Experience</i> (Ekowisata berbasis partisipasi warga)	Keberlanjutan operasional dengan biaya overhead rendah.
P5	48 Th	20 Tahun	<i>Virtual Corporate Gathering</i> (Event korporat berbasis hybrid/VR)	Bertahan selama krisis dan membuka lini bisnis baru.
P6	31 Th	5 Tahun	<i>Educational Agri-Tourism</i> (Wisata edukasi pertanian untuk sekolah)	Penetrasi pasar domestik yang stabil sepanjang tahun.

Dialektika Harapan dan Efikasi Diri: Navigasi di Tengah Kebuntuan

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa bagi pemilik biro perjalanan dalam ekosistem JTC, harapan (*hope*) bukan sekadar optimisme pasif, melainkan proses kognitif aktif yang melibatkan rekayasa jalur alternatif (*pathways*) saat struktur pasar konvensional mengalami kolaps.

Analisis Psikologis Subjek P1 (Digital Heritage Storytelling): P1 merepresentasikan transisi dari kelompok kognitif menuju agensi kreatif. Penurunan keyakinan bisnis pada fase awal disrupsi bukan merupakan kegagalan permanen, melainkan fase inkubasi sebelum konstruksi *pathway* baru muncul.

"Saat itu semua pintu tertutup. Tapi saya berpikir, Jogja ini tidak akan pindah... saya yang membawa Jogja ke mereka lewat layar. Saya belajar aplikasi, meski awalnya gaptek." (P1, 42 Th)

Interpretasi & Triangulasi: Secara psikologis, P1 mendemonstrasikan State-Hope yang dinamis. Upaya P1 menguasai teknologi bukan sekadar tuntutan teknis, melainkan manifestasi dari Efikasi Diri yang bangkit setelah proses *meaning-making* terhadap potensi lokal. Triangulasi melalui observasi partisipatif dalam pertemuan JTC menunjukkan bahwa P1 kini bertransformasi menjadi *opinion leader* dalam digitalisasi, yang tervalidasi melalui data profil usahanya yang kini didominasi oleh segmen milenial.

Analisis Psikologis Subjek P3 (B2B Travel Tech Platform): Berbeda dengan P1, P3 menunjukkan efikasi yang bersifat sistemik. Ia memandang krisis bukan sebagai ancaman individu, melainkan sebagai kegagalan sistem yang memerlukan solusi kolektif.

"Saya tidak mau hanya menyelamatkan biro saya sendiri... kita buat sistem integrasi agar biaya bisa ditekan." (P3, 45 Th)

Interpretasi & Triangulasi: P3 merepresentasikan Collective Efficacy. Keyakinannya berakar pada kekuatan kelompok untuk melakukan perubahan struktural. Triangulasi data operasional membuktikan platform ini berhasil mereduksi biaya vendor hingga 20%, sebuah bukti empiris dari Resiliensi Inovatif. Sintesis Pembahasan Aspek Pertama: Interaksi antara harapan dan efikasi pada P1 dan P3 menciptakan apa yang dikonseptualisasikan dalam Psikologi Flourishing (Widiantoro, 2026) sebagai *Creative Agency*. Data ini secara tajam menunjukkan bahwa PsyCap berfungsi sebagai *buffer* psikologis: harapan memberikan arah tujuan, sementara efikasi diri menyediakan motor penggerakannya. Tanpa sinergi ini, inovasi hanya akan berhenti pada level wacana tanpa eksekusi operasional.

Resiliensi Inovatif dan Optimisme Realistis: Transformasi Kegagalan Menjadi Nilai Baru

Aspek berikutnya menunjukkan bahwa subjek tidak hanya "bertahan", tetapi melakukan redefinisi terhadap kegagalan melalui lensa optimisme realistis. Analisis Psikologis Subjek P5 (Virtual Corporate Gathering): P5 mendemonstrasikan ketangguhan yang bersifat evolusioner. Pengalaman krisis masa lalu (gempa/erupsi) menjadi basis data psikologis untuk menghadapi disrupsi saat ini.

"Optimisme saya muncul... karena saya yakin tim saya punya 'isi' yang bisa dijual dalam format apa pun." (P5, 48 Th)

Interpretasi & Triangulasi: P5 menunjukkan Optimisme Realistis yang sangat matang. Ia melakukan pivot strategis ke model *hybrid* yang menghasilkan efisiensi biaya overhead sebesar 30% (data internal). Ini adalah bukti bahwa resiliensi dalam ekosistem JTC bersifat transformatif, bukan restoratif.

Analisis Psikologis Subjek P2 (Wellness & Mindfulness Retreat): P2 merepresentasikan titik balik paling emosional dalam penelitian ini. Ia mengubah stres personal menjadi peluang pasar baru (*niche market*).

"Penderitaan saya kemarin adalah modal untuk memahami apa yang dibutuhkan tamu saya sekarang." (P2, 38 Th)

Interpretasi & Triangulasi: Fenomena P2 adalah bentuk nyata dari Post-Traumatic Growth (PTG). Ia melakukan transmudasi penderitaan menjadi empati bisnis.

JTC sebagai Inkubator Flourishing: Sintesis Akhir

Sebagai puncak analisis, ditemukan tema superordinat: *Community as a Psychological Anchor*. JTC berperan melampaui jaringan bisnis; ia adalah ruang mediasi bagi proses *meaning-making* kolektif. Interaksi di JTC memicu penularan positif (*positive contagion*). Inovasi P2, misalnya, menjadi pemicu efikasi bagi anggota lain. Dalam perspektif Psikologi Flourishing, keberfungsian optimal para pemilik biro ini tercapai justru karena tantangan krisis berhasil diintegrasikan ke dalam identitas kolektif sebagai pejuang pariwisata Jogja. Penderitaan individual akhirnya melebur menjadi ketangguhan kolektif yang eudaimonik.

Pembahasan

Proses pemulihan sektor pariwisata pascapandemi menunjukkan bahwa ketangguhan pelaku usaha tidak hanya ditentukan oleh kepemilikan modal fisik, melainkan oleh kekuatan kapasitas psikologis dalam merancang jalur alternatif di tengah jalan buntu. Harapan dalam konteks ini bukan sekadar bentuk optimisme pasif, melainkan sebuah proses kognitif aktif yang mendorong individu keluar dari kelumpuhan berpikir menuju agensi kreatif yang solutif. Ketika struktur pasar konvensional mengalami kelumpuhan total, pelaku bisnis yang memiliki resiliensi tinggi segera melakukan proses pencarian makna baru terhadap potensi lokal yang tersedia. Perubahan cara pandang tersebut memicu kebangkitan efikasi diri yang menstimulasi penguasaan teknologi digital serta diversifikasi produk secara mandiri. Langkah taktis ini terbukti sangat efektif untuk menjembatani jurang pemisah antara keterbatasan fisik dan kebutuhan pasar modern yang dinamis. Penguasaan kompetensi baru pascakrisis mempertegas bahwa fase inkubasi yang dilalui selama masa sulit merupakan landasan penting bagi lahirnya inovasi yang adaptif. Melalui sinergi antara kejelasan arah tujuan dan keyakinan internal, wacana perubahan dapat dieksekusi menjadi langkah operasional yang nyata (Herlina et al., 2024; Khoerudin & Supendi, 2022; Susanti & Ardi, 2022).

Dimensi efikasi dalam menghadapi disrupsi pasar pariwisata juga bermanifestasi ke dalam bentuk keyakinan kolektif yang berorientasi pada penyelamatan ekosistem bisnis secara menyeluruh. Krisis tidak lagi dipandang sebagai ancaman individu yang harus diselesaikan secara soliter, melainkan sebagai kegagalan sistem yang menuntut solusi integratif antarpelaku usaha. Kesadaran untuk menekan ego personal demi membangun platform integrasi vendor lokal terbukti mampu menciptakan efisiensi rantai pasok yang signifikan bagi seluruh anggota kelompok. Secara psikologis, kekuatan kolektif ini memberikan rasa aman yang memperkokoh motivasi pelaku usaha untuk melakukan perubahan struktural di tingkat operasional. Bukti empiris menunjukkan bahwa kolaborasi terpadu berhasil mereduksi biaya pengeluaran operasional hingga mencapai angka dua puluh persen. Keberhasilan menata ulang sistem kerja ini memberikan gambaran jelas bahwa daya tahan industri pariwisata sangat bergantung pada solidaritas lintas sektor. Ketika setiap pemilik biro perjalanan bersedia saling menopang, kerentanan bisnis dapat dikonversi menjadi kekuatan baru yang kompetitif. Kerangka kerja kolaboratif ini menjadi model penting bagi keberlanjutan ekonomi daerah di masa depan (Azinuddin et al., 2023; Handayani et al., 2022; Muliawanti et al., 2025).

Kemampuan pelaku usaha untuk mendefinisikan ulang arti kegagalan melalui lensa optimisme realistis menjadi pilar utama dalam mentransformasi model bisnis konvensional menuju bentuk baru. Pengalaman menghadapi berbagai krisis masa lalu, seperti bencana alam, bertindak sebagai basis data psikologis yang matang untuk membentuk ketangguhan

evolusioner. Keyakinan bahwa tim kerja memiliki kompetensi yang dapat dijual dalam format apa pun mendorong terjadinya peralihan strategis ke model pertemuan hibrida. Pendekatan ini terbukti berhasil menghasilkan efisiensi biaya overhead perusahaan sebesar tiga puluh persen dari total pengeluaran normal. Keberhasilan melakukan pivot bisnis secara radikal membuktikan bahwa resiliensi yang terbangun di dalam ekosistem pariwisata bersifat transformatif, bukan sekadar restoratif. Pelaku usaha tidak berusaha kembali ke kondisi lama sebelum krisis, melainkan bergerak maju menciptakan standar operasional yang lebih efisien dan tangguh. Ketahanan yang adaptif ini menjamin perusahaan tetap dapat berjalan dengan biaya operasional rendah namun tetap memiliki daya saing yang tinggi di tengah ketidakpastian kondisi ekonomi global (Mhlanga & Dzingirai, 2024; Park & Seo, 2024; Wibowo, 2023)

Fenomena pertumbuhan pascatrauma juga terlihat nyata ketika pelaku usaha mampu melakukan transmudasi penderitaan personal menjadi sebuah empati bisnis yang melahirkan peluang pasar yang unik. Stres akut yang dirasakan selama masa pembatasan sosial diolah secara mendalam untuk memahami kebutuhan emosional konsumen masa kini. Pergeseran paradigma ini mendorong terciptanya paket wisata kesehatan dan meditasi di desa-desa wisata sebagai jawaban atas meningkatnya kebutuhan pemulihan mental masyarakat luas. Penjualan layanan pada pasar khusus ini terbukti mampu mendatangkan margin keuntungan yang tinggi bagi perusahaan di tengah kelesuan pasar umum. Kemampuan mengubah luka psikologis menjadi modal sensitivitas bisnis menunjukkan tingkat kematangan emosional yang luar biasa dari para pengelola biro perjalanan. Konsumen tidak lagi ditempatkan sebagai objek transaksi komersial semata, melainkan sebagai subjek manusia yang membutuhkan pemulihan jiwa melalui pengalaman perjalanan bermakna. Langkah inovatif ini berhasil membuktikan bahwa kedekatan emosional dan ketepatan membaca situasi batin pasar dapat menjadi strategi diferensiasi produk yang sangat orisinal serta sulit ditiru pesaing (Nurussa'ban & Anfas, 2025; Rahmawati et al., 2024; Sudarman et al., 2024)

Secara keseluruhan, kehadiran komunitas komunal terbukti memegang peranan vital melampaui fungsi jaringan bisnis biasa karena bertindak sebagai jangkar psikologis bagi proses pemaknaan kolektif. Interaksi yang intensif di dalam asosiasi memicu terjadinya penularan emosi positif yang mempercepat kebangkitan efikasi diri di antara sesama anggota. Keberhasilan inovasi yang diraih oleh salah satu pelaku usaha segera menjadi pemicu semangat dan inspirasi bagi anggota lain untuk ikut bergerak maju. Keberfungsian optimal dari para pemilik biro perjalanan ini dapat tercapai justru karena mereka berhasil mengintegrasikan tantangan krisis ke dalam identitas bersama sebagai pejuang pariwisata. Penderitaan individual yang semula mengisolasi batin akhirnya melebur menjadi ketangguhan kolektif yang bermakna dalam dan berdampak luas bagi pemulihan daerah. Komunitas berfungsi sebagai inkubator yang menyuplai energi psikologis berkelanjutan, sehingga potensi internal yang sempat beku oleh disrupsi global dapat mencair kembali. Transformasi hubungan institusional menjadi kemitraan berbasis empati ini menjamin pariwisata daerah tumbuh menjadi ekosistem yang inklusif, sejahtera, serta paripurna.

KESIMPULAN

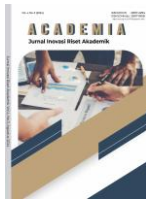
Penelitian fenomenologis ini menyimpulkan bahwa transformasi pemilik biro perjalanan di Yogyakarta dari fase krisis menuju resiliensi inovatif merupakan proses dialektis yang berakar pada kekuatan modal psikologis individu. Pilar harapan, efikasi diri, ketangguhan, dan optimisme membentuk sirkuit psikologis dinamis yang melahirkan kemampuan melakukan manuver strategis dari model bisnis konvensional menuju inovasi layanan berbasis digital. Ekosistem komunitas pelaku usaha pariwisata terbukti memainkan peran krusial sebagai

jangkar psikologis kolektif yang memediasi pertumbuhan kapasitas mental anggota secara mandiri. Melalui mekanisme penularan positif, penderitaan akibat krisis ditransmutasikan menjadi ketangguhan komunal yang memicu peningkatan efikasi kelompok. Sinergi antara kekuatan internal wirausaha dan jaringan dukungan sosial ini membawa para pemilik usaha mencapai kondisi kebermekaran jiwa secara eudaimonia dengan mengintegrasikan tantangan bisnis ke dalam identitas pertumbuhan yang bermakna.

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menerapkan desain penelitian eksperimen murni dengan pendekatan metode kombinasi yang menyatukan analisis kuantitatif makro dan kualitatif secara simultan di lapangan. Eksplorasi riset ke depan perlu menguji secara empiris model integratif modal psikologis ini terhadap tingkat resiliensi bisnis menggunakan instrumen *flourishing scale* berskala luas. Ukuran penarikan sampel amatan hendaknya diperluas secara masif dengan melibatkan pemilik biro perjalanan lintas provinsi guna meningkatkan derajat generalisasi data ilmiah. Peneliti mendatang juga dianjurkan untuk menambahkan variabel pemoderat potensial seperti dimensi spiritualitas lokal, tingkat literasi digital awal, dan ketersediaan insentif finansial dari pemerintah. Pengondisian pengamatan melalui studi *longitudinal* terstruktur sangat diperlukan untuk melacak stabilitas fase fluktuasi kesehatan mental positif pengusaha pariwisata dari tahun awal penempatan hingga akhir masa tugas secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, B. E., Laili, M. A. N., Ramadhan, A. M. W., Fisabilillah, S. N., Fatikasari, A., Najwa, A. F., Malinda, I. P., Fakhuriza, F., Rahmatillah, P. K., Alkautsar, Z. I., & Prasetyo, A. (2025). Dissemination of agricultural technology as an innovation for modern agricultural transformation in Lebak Village, Grabag. *Community Empowerment*, 10(9), 1826–1835. <https://doi.org/10.31603/ce.14579>
- Akbari, A. D., Suhardini, D., & Sasongko, A. (2022). The influence of knowledge management and organization innovativeness on the organizational resilience: A theoretical framework. *OPSI*, 15(1), 48–48. <https://doi.org/10.31315/opsi.v15i1.6585>
- Azinuddin, M., Shariffuddin, N. S. M., Som, A. P. M., Salim, M. A. M., & Eppang, B. M. (2023). Interrelationship of networks, knowledge, and performance of businesses through the lens of coastal destination development. *PLANNING MALAYSIA*, 21, 1–12. <https://doi.org/10.21837/pm.v21i28.1340>
- Do, H., Budhwar, P., Shipton, H., Nguyen, H. D., & Nguyen, B. (2021). Building organizational resilience, innovation through resource-based management initiatives, organizational learning and environmental dynamism. *Journal of Business Research*, 141, 808–821. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.090>
- Fandika, H., Andriyansah, A., & Syamsuddin, F. R. (2024). Adaptasi karyawan UMKM terhadap perubahan lingkungan bisnis untuk meningkatkan kinerja. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 491–498. <https://doi.org/10.54082/jupin.348>
- Handayani, A., Widiastuti, W., & Hermawan, A. (2022). The tourism sector stakeholder collaboration role in post-COVID-19 economic recovery of Central Java, Indonesia. *Journal of Resilient Economies*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.25120/jre.2.1.2022.3909>
- Herlina, M. G., Fitriastasya, F., Ratih, S., & Amandha, M. (2024). Unlocking innovation from within: The power of tacit knowledge and change adaptability in Indonesian internal organisational innovation processes. *Economics and Culture*, 21(1), 10–28. <https://doi.org/10.2478/jec-2024-0002>



- Khoerudin, L. A., & Supendi, P. (2022). Analisis kinerja proses pendidikan dalam perspektif 7's Mc-Kinsey. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 7(2), 117–128. <https://doi.org/10.15575/isema.v7i2.20344>
- Marvina, S. P., & Yasin, M. (2025). Strategi pengembangan wilayah melalui industrialisasi berbasis sektor unggulan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 3(3), 278–287. <https://doi.org/10.61132/jepi.v3i3.1682>
- Mhlanga, D., & Dzingirai, M. (2024). Bibliometric study on organizational resilience: Trends and future research agenda. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s40991-024-00098-8>
- Muliawanti, L., Pambuko, Z. B., & Safitri, H. F. D. (2025). Breaking the silence: Communication barriers in pentahelix collaboration for Borobudur's tourism village. *Jurnal ASPIKOM*, 10(1), 97–97. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v10i1.1623>
- Nurussa'ban, I. I., & Anfas, A. (2025). Strategi diferensiasi warung kelontong multi-layanan: Inovasi layanan transaksi digital dalam menciptakan keunikan bersaing di kawasan padat pesaing. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 2(4), 20–32. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v2i4.1052>
- Ompusunggu, V. M., Yudi, P., Silitonga, A. F., & Sitorus, H. C. P. (2025). Integrasi pengelolaan SDM dan kepatuhan hukum sebagai pilar penguatan pariwisata berkelanjutan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 5(4), 393–404. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i4.1200>
- Park, J. H., & Seo, R. (2024). A contingent value of bricolage strategy on SMEs' organizational resilience: Lessons from the COVID-19 pandemic. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02771-6>
- Rahmawati, E., Sugiarto, S., Hendratono, T., Priyanto, S. H., & Ihalaui, J. J. O. I. (2024). Market-driven resilience in luxury transportation. *Journal of Resilient Economies*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.25120/jre.4.1.2024.4091>
- S., A. F., & Yasin, M. (2026). Analisis struktur kinerja dan kluster unggulan di wilayah kabupaten dan kota. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas dan Digital*, 2(6), 80–88. <https://doi.org/10.61132/jukerdi.v2i6.1161>
- Strouhal, J., Dey, S. K., Kloudová, J., Hoang, S. D., & Tučková, Z. (2024). Unraveling the financial impact of COVID-19 on the tourism industry through a difference-in-difference analysis. *Journal of Tourism and Services*, 15(28), 1–18. <https://doi.org/10.29036/jots.v15i28.614>
- Sudarman, D., Hananto, D., Dadang, D., & Hasan, D. (2024). Company performance model based on strategic alliances, strategic innovation and social media for contemporary beverage products. *Dynamic Management Journal*, 8(1), 216–216. <https://doi.org/10.31000/dmj.v8i1.10407>
- Sugiarto, S., Budhijono, F., Fuad, M., Susanto, D. R., Kiswanto, A., & Rohman, N. (2024). Strengthening Indonesian tourism resilience based on tourism operational risk management. *Journal of Resilient Economies*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.25120/jre.4.1.2024.4081>
- Susanti, S., & Ardi, A. (2022). The effect of digital transformational leadership, creative self-efficacy on innovative behaviour mediated by perceived organizational support. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 3111–3120. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.802>



- Wibowo, I. (2023). Business resilience: Operational management strategies for facing the global economic crisis. *Jurnal Sosial Sains dan Komunikasi*, 2(1), 123–130. <https://doi.org/10.58471/ju-sosak.v2i1.527>
- Yildiz, H. E., Murtic, A., Klofsten, M., Zander, U., & Richtnér, A. (2020). Individual and contextual determinants of innovation performance: A micro-foundations perspective. *Technovation*, 99, Artikel 102130. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102130>