



Psikologi Ekonomi Pelaku UMKM pada *Event* Selasa Wagen di Kota Yogyakarta

Ikhsanul Rafi^{1*}, Sony Heru Priyanto², Sarbini³

¹⁻³Program Studi Magister Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ikhsanulrafi5616@gmail.com

Abstract. *Selasa Wagen is a cultural event held every 35 days in Yogyakarta, serving as a venue for cultural preservation and a platform for the economic activities of the local community. The objective of this study is to analyze the significance of activities during the Selasa Wagen event for MSME operators from the perspective of behavioral economics. This study focuses on economic activities and behavioral economics that impact increased economic opportunities for MSME operators during Selasa Wagen through various economic strategies tailored to the characteristics of each business. The method used is qualitative with a case study approach. Data collection was conducted through in-depth interviews, direct observation, and document analysis of MSME operators involved in Selasa Wagen in the Malioboro area and its surroundings. The findings of the study indicate that Selasa Wagen makes a significant contribution to the economic dynamics of MSME operators during Selasa Wagen in the Malioboro area, Yogyakarta. The emotions and feelings experienced by MSME operators during Selasa Wagen generate new perspectives and concepts.*

Keywords: *Economic Psychology; Selasa Wagen; Sustainable Tourism; Tourism Events; Yogyakarta.*

Abstrak. Selasa Wagen adalah sebuah kegiatan budaya yang digelar setiap 35 hari sekali di Yogyakarta, berfungsi sebagai tempat untuk pelestarian budaya serta wadah bagi aktivitas ekonomi masyarakat setempat. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis makna aktivitas selama adanya kegiatan Selasa Wagen bagi pelaku UMKM saat Selasa Wagen dalam perspektif psikologi ekonomi. Penelitian ini difokuskan pada aktivitas ekonomi dan psikologi ekonomi yang berdampak pada peningkatan peluang ekonomi bagi pelaku UMKM saat Selasa Wagen dengan berbagai strategi ekonomi yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing usaha. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pengamatan langsung, dan studi dokumentasi terhadap pelaku UMKM yang terlibat dalam Selasa Wagen di daerah Malioboro dan sekelilingnya. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa Selasa Wagen memiliki kontribusi penting terhadap dinamika ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen di kawasan Malioboro, Yogyakarta. Emosional dan perasaan yang dirasakan Pelaku UMKM saat Selasa Wagen menghasilkan sudut pandang dan konsep baru.

Kata Kunci: *Event Pariwisata; Pariwisata Berkelanjutan; Psikologi Ekonomi; Selasa Wagen; Yogyakarta.*

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendukung perekonomian suatu negara, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia. Sektor pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi terhadap devisa negara, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana tertuang dalam dokumen Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (2020-2024), pariwisata diarahkan untuk menjadi sektor yang maju, berdaya saing, berkelanjutan, serta mengedepankan kearifan lokal dalam mewujudkan Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian. Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya yang dimilikinya, memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan utama (Kemenparekraf, 2020-2024).

Salah satu bentuk implementasi pariwisata berkelanjutan di Yogyakarta adalah melalui *event* budaya Selasa Wagen. *Event* ini merupakan perayaan budaya yang diselenggarakan setiap 35 hari sekali pada hari Selasa Wage berdasarkan kalender Jawa. Selasa Wagen pertama kali diselenggarakan pada tahun 2019/2020 sebagai bentuk penghormatan terhadap Hari Kelahiran Sultan Hamengku Buwono X, yang lahir pada tanggal 2 April 1946. Kegiatan ini diorganisir oleh Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan bertujuan untuk melestarikan serta mempromosikan budaya lokal di tengah arus modernisasi (Hakim et al., 2024).

Selasa Wagen dilaksanakan di sekitar kawasan titik 0 km Yogyakarta hingga Malioboro, dengan melibatkan berbagai aktivitas budaya seperti pameran kerajinan tangan, workshop seni, pertunjukan tari, musik, dan teater. *Event* ini juga melibatkan partisipasi aktif dari komunitas-komunitas lokal dan desa budaya di Yogyakarta. Selasa Wagen tidak hanya menjadi sarana pelestarian budaya, tetapi juga diharapkan dapat menjadi daya tarik wisata yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Selasa Wagen sendiri merupakan kegiatan kolaborasi dari masing-masing kalurahan yang dianggap memiliki potensi dan dianggap sudah mandiri. Sebagai warisan budaya tak benda, Selasa Wagen sesuai dengan definisi UNESCO (2003) yang mencakup praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, dan ruang budaya yang terkait dengan kehidupan masyarakat.

Sebagai objek wisata budaya yang terus berkembang dan diselenggarakan secara rutin, seluruh pemangku kepentingan, baik pemerintah maupun pelaku penyelenggara, telah memiliki pemahaman yang matang dalam memenuhi konsep 4A tersebut. Konsep ini diimplementasikan secara spesifik dalam kegiatan Selasa Wagen. *Attraction* diwujudkan melalui pertunjukan seni sebagai daya tarik utama, *Accessibility* didukung oleh transportasi tradisional seperti andong dan becak motor, *Amenity* diisi oleh UMKM sebagai penyedia fasilitas, dan *Ancillary* melibatkan *event organizer* sebagai penyedia layanan pendukung. Pengawasan terhadap seluruh aspek ini sangat penting agar konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dapat terwujud secara optimal dan memberikan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

Kehadiran Selasa Wagen di Malioboro sebagai salah satu atraksi penting di Kota Yogyakarta diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan sosial dan ekonomi masyarakat. Kegiatan ini diharapkan menjadi rantai keberlanjutan dalam pelestarian budaya, khususnya budaya Kota Yogyakarta. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas pariwisata dapat mendukung prinsip-prinsip keberlanjutan. Hingga saat ini, konsep pembangunan berkelanjutan masih menjadi prinsip utama dalam pembangunan, termasuk dalam sektor pariwisata.

Pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai pembangunan yang didasarkan pada prinsip keberlanjutan, yang tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan dalam jangka panjang, tetapi juga menguntungkan secara finansial, moral, dan sosial (Obot & Setyawan, 2019). Prinsip keberlanjutan mencakup tiga aspek utama: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Keberlanjutan tidak hanya terbatas pada pemeliharaan sumber daya alam, tetapi juga mencakup stabilitas kualitas lingkungan serta keberlanjutan ekonomi dan sosial (Hulu, 2018).

Keberlanjutan menawarkan berbagai keuntungan ekonomi, seperti penghematan energi dan sumber daya, insentif finansial, serta peningkatan daya saing perusahaan. Dengan menerapkan prinsip keberlanjutan, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan tetap kompetitif dalam jangka panjang. Pada tahun 2005, UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*) menerbitkan panduan berjudul “*Making Tourism More Sustainable*”, yang menekankan pentingnya kelayakan ekonomi sebagai tujuan utama pariwisata berkelanjutan. Meskipun keberlanjutan sering dikaitkan dengan manfaat ekonomi dan operasional, dampaknya juga mencakup dimensi psikologis, di mana kesejahteraan mental dan emosional individu menjadi bagian integral dari pembangunan berkelanjutan (Dwyer, 2023).

Beberapa aspek ekonomi pada pelaku UMKM saat Selasa Wagen dapat dinilai melalui unsur-unsur ekonomi mikro, seperti pendapatan, tabungan, dan investasi. Pendapatan didefinisikan sebagai total penghasilan yang diperoleh dari suatu usaha atau aktivitas tertentu, baik dalam bentuk uang maupun barang, yang dihitung dalam periode tertentu seperti tahunan, bulanan, mingguan, atau harian (Ramadhan et al., 2023). Tabungan merupakan tindakan menyimpan sebagian pendapatan saat ini untuk digunakan di masa depan (Thung et al., 2012). Sementara itu, investasi diartikan sebagai pengalokasian sumber daya, seperti uang atau aset, ke dalam suatu usaha atau perusahaan dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan (Siregar, 2021).

Penelitian mengenai Selasa Wagen masih terbatas, dengan fokus utama pada aspek budaya dan lingkungan. Misalnya, penelitian oleh Wardani et al. (2024) mengevaluasi ketersediaan sarana sanitasi di Kawasan Malioboro selama *event* Selasa Wagen. Penelitian tersebut mengidentifikasi Selasa Wagen sebagai upaya keberlanjutan budaya, namun belum mengeksplorasi secara mendalam peran dan fungsi kegiatan ini dalam melestarikan budaya lokal melalui partisipasi pelaku, tokoh masyarakat, dan desa budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Selasa Wagen tidak hanya menjadi ajang pentas seni di Malioboro, tetapi juga berfungsi menjaga keberlanjutan budaya dari desa budaya di Yogyakarta. Kegiatan ini

membantu melestarikan praktik budaya di era modern, terutama bagi generasi muda, dengan menjadi etalase tradisi desa budaya (Hakim et al., 2024).

Namun, masih terdapat dua aspek yang perlu diperhatikan untuk memberdayakan Selasa Wagen dalam konsep keberlanjutan, yaitu aspek ekonomi dan lingkungan. Pada aspek lingkungan, kegiatan ini dinilai kurang berkaitan dengan konsep berkelanjutan. Hal ini terlihat dari kualitas udara di beberapa titik pertunjukan, di mana empat titik memiliki kualitas udara tetap sehat, satu titik semakin sehat, dan tiga titik mengalami penurunan kualitas udara dibandingkan hari biasa (Wardani et al., 2024). Sementara itu, dalam aspek ekonomi, kegiatan Selasa Wagen dinilai belum memberikan peningkatan pendapatan dan keuntungan yang signifikan bagi pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada dampak ekonomi Selasa Wagen terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

2. KAJIAN PUSTAKA

Psikologi Ekonomi dalam Pariwisata

Psikologi ekonomi dalam pariwisata adalah bidang interdisipliner yang mempelajari bagaimana faktor psikologis memengaruhi perilaku ekonomi individu, termasuk dalam konteks pariwisata. Menurut Makiya et al. (2023), psikologi pariwisata berasal dari pemahaman bahwa pengalaman wisata dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis manusia, dengan fokus pada hubungan antara manusia dan lingkungan wisata serta dampaknya terhadap emosi, perilaku, dan kesejahteraan psikologis. Dalam beberapa dekade terakhir, psikologi pariwisata telah berkembang pesat seiring meningkatnya peran industri pariwisata dalam perekonomian global.

Ekonomi Event Pariwisata

Pariwisata memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian melalui peningkatan konsumsi barang dan jasa wisatawan, penciptaan lapangan kerja, serta investasi dalam infrastruktur (Manthofi & Aisyah, 2024). Pengembangan sektor pariwisata tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi secara nasional, tetapi juga memberikan dampak langsung bagi ekonomi lokal. Hal ini terlihat dari kontribusinya terhadap berbagai sektor seperti pertanian, industri, dan jasa (Utama & Suartini, 2013). Dalam konteks *event* Selasa Wagen, dampak ekonomi ini dapat diamati melalui peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat setempat, khususnya bagi pelaku UMKM saat Selasa Wagen mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergantung pada kehadiran wisatawan.

Kesejahteraan Psikologis Pelaku UMKM saat Selasa Wagen

Kesejahteraan psikologis pelaku UMKM saat Selasa Wagen dalam *event* Selasa Wagen dapat dianalisis melalui beberapa teori utama. Menurut Diener (1984), kesejahteraan subjektif (*Subjective Well-Being – SWB*) terdiri dari kepuasan hidup, afek positif, dan afek negatif. Kepuasan hidup mencerminkan sejauh mana pelaku UMKM saat Selasa Wagen merasa puas dengan kehidupan mereka secara keseluruhan, termasuk dalam pekerjaan atau keterlibatan dalam *event*. Afek positif merujuk pada pengalaman emosi menyenangkan seperti kebahagiaan, sementara afek negatif mencakup stres, kecemasan, atau ketidakpuasan. Partisipasi dalam *event* Selasa Wagen dapat berpengaruh terhadap kesejahteraan psikologis pelaku UMKM saat Selasa Wagen, baik dari segi kebahagiaan maupun tekanan yang mereka hadapi.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata telah berkembang pesat sebagai industri dengan berbagai inovasi dalam perjalanan dan kegiatan wisata. Namun, tidak semua destinasi dan objek wisata mengedepankan prinsip keberlanjutan. Pengembangan pariwisata yang tidak mempertimbangkan dampak jangka panjang dapat menimbulkan masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi (Susilawati, 2016). Oleh karena itu, pembangunan pariwisata berkelanjutan menjadi penting agar industri ini tetap memberikan manfaat bagi generasi mendatang (Rahmat, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada kegiatan Selasa Wagen di Kota Yogyakarta. Metode ini dipilih karena permasalahan yang dikaji berkaitan erat dengan eksplorasi dampak psikologis dan ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen dalam *event* tersebut, termasuk dinamika partisipasi, persepsi, dan strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan berbagai pelaku UMKM untuk memahami persepsi, motivasi, dan pengalaman mereka terkait partisipasi dalam Selasa Wagen. Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati langsung aktivitas dan interaksi yang terjadi selama *event*, sementara studi dokumentasi mencakup analisis dokumen resmi, laporan kegiatan, dan arsip terkait Selasa Wagen. Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dengan fokus utama pada kegiatan Selasa Wagen yang dilaksanakan di kawasan Malioboro dan sekitarnya.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terlibat secara langsung dalam aktivitas ekonomi saat *Event Selasa Wagen* dan memiliki peran signifikan dalam dinamika ekonomi *event* tersebut. Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif pelaku dalam aktivitas ekonomi Selasa Wagen serta kemampuannya untuk merefleksikan pengalaman ekonomi dan psikologis yang dialami selama *event* berlangsung. Waktu penelitian dilakukan pada Januari sampai April 2025.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Event Selasa Wagen Sebagai Kegiatan Budaya Di Kawasan Malioboro

Dari hasil observasi langsung dan wawancara dengan partisipan, Selasa Wagen menyajikan bermacam pertunjukan seni serta aktivitas ekonomi yang berlangsung secara bersamaan di sepanjang area Malioboro. Pelaksanaan acara ini menciptakan suasana yang berbeda dari hari-hari biasa, terutama dirasakan oleh para pedagang karena memberikan dampak nyata dalam peningkatan aktivitas ekonomi di Kawasan tersebut. Adanya peningkatan jumlah pengunjung dan tingkat aktivitas di ruang publik saat Selasa Wagen juga meningkatkan intensitas jual beli di antara pelaku usaha kecil.

Dalam konteks ini, Selasa Wagen tidak hanya menjadi ajang pertunjukan seni tradisional seperti tari, musik, dan kesenian rakyat tetapi juga diperhatikan sebagai bagian dari strategi pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata berbasis budaya di kawasan wisata strategis tersebut (Hakim et al., 2024).

Keseluruhan, dari hasil observasi dan pernyataan dari partisipan, Selasa Wagen bisa dilihat sebagai sebuah acara budaya yang mengubah suasana di daerah Malioboro saat acara itu berlangsung. Keramaian, beragam kegiatan, dan banyak orang ikut serta menjadikan Selasa Wagen ini sebagai konteks empiris bagi penelitian ini, terutama untuk mengerti bagaimana para pelaku menjalankan kegiatan ekonomi mereka dalam kondisi acara budaya.

Peran Pemerintah Dalam Konteks Selasa Wagen

Sebagai penyelenggara kegiatan Selasa Wagen yang telah terlaksana sejak 2019, pemerintah memiliki peran dan andil penting dalam pelaksanaan acara ini. Kegiatan Selasa Wagen diselenggarakan langsung oleh Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai agenda budaya rutin yang digelar setiap Selasa Wage dalam penanggalan Jawa, dengan frekuensi sekitar setiap 35 hari sekali (Hakim et al., 2024; Dinas Kebudayaan DIY, 2025). Pemerintah melalui Dinas Kebudayaan DIY memfasilitasi penyediaan ruang budaya sepanjang kawasan Malioboro dan Titik 0 KM, melakukan pembinaan terhadap desa dan kalurahan budaya yang berpartisipasi, menata aktivitas seni dan

ekonomi dalam bentuk pertunjukan, workshop, pameran, dan interaksi budaya yang menjadi bagian dari rangkaian kegiatan Selasa Wagen, pengaturan teknis pelaksanaan, serta upaya menjaga ketertiban selama *event* berlangsung (Dinas Kebudayaan DIY, 2025). Peran ini mencerminkan komitmen pemerintah daerah dalam mendukung pelestarian adat dan ekspresi budaya lokal sekaligus memperkuat daya tarik pariwisata berbasis budaya di Yogyakarta (Hakim et al, 2024). Hal ini juga dianggap sebagai langkah dalam melestarikan budaya yang ada di Provinsi DIY dan diperkenalkan ke khayalak ramai.

Dari hasil observasi di lapangan, pengaturan menjadi sangat penting karena Selasa Wagen diadakan di lokasi yang ramai untuk wisata dan perdagangan. Dengan demikian, keberadaan petugas sangat berpengaruh dalam mengelola keadaan di lokasi agar kegiatan seni, ekonomi, dan pergerakan pengunjung dapat berlangsung secara aman dan bersamaan tanpa mengganggu satu sama lain.

Dengan adanya pengaturan dari pemerintah, partisipan juga mengungkapkan bahwa peran pemerintah dalam pelaksanaan Selasa Wagen, khususnya bagi pelaku yang terlibat dapat menciptakan kegiatan mereka dengan keadaan kondisi di lapangan yang cukup tertib meskipun jumlah pengunjung meningkat selama acara berlangsung.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran pemerintah dalam pelaksanaan Selasa wagen adalah juga sebagai pendukung dan pengatur kegiatan. Peran ini merupakan bentuk partisipasi dari pemerintah untuk membangun kerangka dalam pelaksanaan Selasa Wagen sebagai acara budaya yang terencana mulai dari pengelolaan ruang publik, pengaturan teknis dalam pelaksanaan, serta usaha menjaga ketertiban di Kawasan Malioboro.

Aktivitas dan Dinamika Ekonomi Pelaku dalam Event Selasa Wagen

Selasa Wagen Menciptakan Pasar

Kegiatan Selasa Wagen menciptakan semacam pasar temporer berbasis budaya yang berhasil menarik minat massa dan wisatawan, sehingga menghasilkan keramaian dan peluang transaksi ekonomi. *Event* budaya seperti festival budaya telah terbukti menjadi magnet kunjungan wisatawan, mendorong peningkatan kunjungan, dan memperkuat citra destinasi pariwisata melalui pengalaman budaya yang unik dan autentik bagi pengunjung (Widjaja & Sarudin, 2025; Suryadmaja, 2025). Penyelenggaraan festival budaya sering kali bergenre *event* tourism, yang tak hanya menyuguhkan atraksi budaya tetapi sekaligus menjadi sarana revitalisasi ekonomi lokal maupun pelestarian warisan budaya, di mana partisipasi masyarakat dan keberagaman aktivitas menjadi elemen penting dalam menciptakan pasar temporer serta aliran ekonomi lokal (Siregar et al., 2025; Karmin, 2025). Dengan demikian, kehadiran masyarakat lokal yang memiliki kecintaan terhadap budayanya turut memperkuat daya tarik

acara ini, sehingga festival budaya berhasil mengaktifkan transaksi ekonomi dan memberikan pengalaman baru bagi wisatawan dan masyarakat setempat.

Dapat disimpulkan bahwa adanya kegiatan Selasa Wagen dapat membuat keramaian yang dimana akhirnya keramaian ini digunakan sebagai segmen pasar oleh sebagian pelaku UMKM saat Selasa Wagen atau usaha yang terlibat. Dalam konteks Selasa Wagen, pasar yang diciptakan tidak hanya adanya aktivitas jual beli dan peningkatan pendapatan, tapi juga pasar yang berbasis budaya, promosi dan eksposur yang mengakibatkan dampak jangka panjang.

Jadi, Selasa Wagen bisa dilihat sebagai situasi ekonomi yang membuka kesempatan berbisnis bagi para pelaku berkat dukungan kondisi lingkungan yang ada. Kontribusi temuan ini ada pada kesadaran bahwa kegiatan ekonomi para pelaku dalam acara budaya tidak cuma dipengaruhi faktor dari dalam usaha mereka, melainkan juga dari seberapa baik mereka bisa memanfaatkan kesempatan dan mengatur masalah yang timbul dari dinamika kegiatan berbasis *event*.

Peluang Ekonomi dalam Selasa Wagen

Dalam konteks pengembangan pariwisata, penyelenggaraan acara budaya sering kali menghasilkan efek ekonomi langsung dan tidak langsung, termasuk peluang pasar yang muncul dari tingginya mobilitas pengunjung, interaksi sosial antar pelaku ekonomi, serta promosi destinasi berbasis budaya yang membuka ruang transaksi lebih luas (Fatah, 2023). Selain itu, keberhasilan *event* dalam menarik kunjungan wisatawan dapat berkontribusi pada dampak jangka panjang terhadap perekonomian lokal, meskipun efeknya sering bersifat tidak instan, karena perputaran uang dan keterlibatan berbagai sektor ekonomi semakin terakselerasi seiring berjalannya waktu (Mirayani et al., 2025).

Berdasarkan hasil wawancara dengan key informan dari Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (KI), dalam satu kali pelaksanaan *event* Selasa Wagen diperlukan anggaran yang cukup besar dengan estimasi mencapai sekitar Rp60.000.000. Anggaran tersebut mencakup kebutuhan teknis seperti panggung sebesar Rp7.000.000, sound system sebesar Rp5.000.000, dan lighting sebesar Rp8.500.000, serta biaya pendukung seperti transportasi seniman menggunakan sekitar 10 bus sebesar Rp20.000.000 dan konsumsi yang berkisar antara Rp13.000.000 hingga Rp15.000.000. Selain itu, terdapat alokasi honorarium untuk pelaksana kegiatan seperti MC sebesar Rp2.000.000, stage manager sebesar Rp1.500.000, serta kru teknis dengan total Rp2.000.000. Besarnya alokasi anggaran ini menunjukkan bahwa Selasa Wagen tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan budaya, tetapi juga menciptakan perputaran ekonomi yang cukup signifikan dalam satu kali penyelenggaraan,

yang terdistribusi ke berbagai sektor seperti penyedia jasa *event*, transportasi, konsumsi, dan tenaga kerja di kawasan Malioboro dan sekitarnya.

Dari beberapa kutipan diatas, dapat disimpulkan bahwasanya pelaku UMKM saat Selasa Wagen melihat dan sadar akan adanya peluang yang ada selama Selasa Wagen berlangsung. Peluang ekonomi dalam Selasa Wagen tidak hanya hadir dalam bentuk transaksi dan keuntungan semata, tetapi juga hubungan jangka panjang yang memberikan dampak baik kepada pelaku UMKM saat Selasa Wagen itu sendiri.

Dengan demikian, Selasa Wagen dapat dilihat sebagai kondisi yang membuka peluang ekonomi bagi UMKM karena meningkatnya jumlah orang yang datang dan ragam pembeli. Pentingnya temuan ini ada pada kesadaran bahwa peluang ekonomi dalam acara budaya tidak sekedar diukur dari seberapa banyak yang terjual saat itu, melainkan juga dari potensi peningkatan pasar dan peningkatan usaha mereka dalam persaingan yang ada selama acara berlangsung.

Respon UMKM terhadap Selasa Wagen

Melihat peluang yang sangat terbuka pada pembahasan sebelumnya, tentunya akan menimbulkan respon dari pelaku UMKM saat Selasa Wagen terutama UMKM. UMKM baik pribadi atau dari desa budaya memanfaatkan peluang ini dengan cara yang berbeda tergantung latar belakang dan pemahaman mereka terhadap peluang itu sendiri. Dalam mengeksekusi peluang tersebut, ada beberapa hal yang dilakukan oleh masing-masing individu, seperti yang dilakukan oleh Partisipan 1. Melihat adanya peluang di saat adanya kegiatan budaya dan menyebabkan keramaian, Partisipan 1 merespon dengan menambah stok dagangannya.

Dapat disampaikan bahwasanya masing-masing pelaku sadar akan adanya dan langsung mengeksekusi peluang yang terlihat. Responnya juga berbeda oleh setiap pelaku mengeksekusinya. Mulai dari menambah stok dagangan, menambah tenaga kerja, dan juga melakukan promosi aktif. Ini bukti bahwa dalam Selasa Wagen, ada banyak aktivitas ekonomi dan juga beragam responnya.

Jadi, tanggapan atau respon dari para pelaku UMKM terhadap Selasa Wagen membuktikan bahwa mereka tidak tinggal diam menghadapi perubahan kondisi ekonomi. Sebaliknya, mereka membuat penyesuaian nyata untuk memanfaatkan kesempatan yang ada. Kontribusi temuan ini adalah memperlihatkan bahwa kegiatan ekonomi para pelaku dalam acara budaya dicirikan oleh kemauan beradaptasi dengan situasi di lapangan, yang mana hal tersebut merupakan unsur penting dalam pergerakan ekonomi berbasis *event*.

Risiko yang Muncul saat Selasa Wagen

Sebagian besar pelaku usaha memahami risiko yang mungkin mereka hadapi bahkan sebelum berpartisipasi atau berjualan selama kegiatan Selasa Wagen berlangsung. Dalam konteks *event* budaya dan pariwisata, pelaku usaha sering menilai risiko tersebut berdasarkan posisi usaha, ekspektasi pendapatan, serta kemungkinan keuntungan yang bisa diperoleh dari meningkatnya arus pengunjung (Ohyver., 2024; Teguh, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa meskipun *event* budaya dapat menimbulkan risiko ekonomi jangka pendek termasuk ketergantungan pada kunjungan musiman, peningkatan jumlah pengunjung biasanya berdampak positif terhadap penjualan dan omzet bisnis lokal, sehingga pelaku usaha seperti pedagang dapat meraih keuntungan yang meningkat ketika permintaan tinggi (Matthew et al., 2021; Goulding & Pomfret, 2022). Di samping itu, beberapa studi menunjukkan bahwa festival budaya dapat secara signifikan meningkatkan pendapatan lokal karena wisatawan menghabiskan lebih banyak pada akomodasi, makanan, dan belanja produk lokal selama periode *event* (Santosa et al., 2024; Arum et al., 2025).

Secara ringkas, hasil pada bagian ini memperlihatkan bahwa kegiatan usaha para pelaku selama *Event* Selasa Wagen dicirikan oleh adanya kesempatan, cara beradaptasi yang dilakukan, efek ekonomi yang berbeda-beda, serta risiko yang sudah pasti ada dalam penyelenggaraannya. Kesimpulan ini berfungsi sebagai landasan nyata untuk mengkaji lebih dalam arti psikologis ekonomi para pelaku yang akan dipaparkan pada bagian selanjutnya.

Makna Psikologi Ekonomi dalam Event Selasa Wagen

Dari pembahasan sebelumnya, terdapat rangkaian proses yang akhirnya menghasilkan emosi-emosi yang dirasakan oleh pelaku UMKM saat Selasa Wagen yang terlibat dalam kegiatan Selasa Wagen. Peristiwa yang dimulai dari adanya kegiatan budaya, antusiasme masyarakat, dukungan stakeholder, hingga peluang pasar dan respons pelaku terhadap peluang tersebut berkontribusi pada terbentuknya pengalaman wisata yang kompleks dan berdimensi emosional. Penelitian menunjukkan bahwa festival tourism dan *event* budaya membentuk keterlibatan emosional dan kognitif wisatawan melalui pengalaman yang dirasakan selama kegiatan, termasuk rasa puas, keterikatan, dan niat perilaku lanjutan setelah *event* selesai, yang mencerminkan peran komponen budaya dalam mempengaruhi emosi dan pengalaman subjektif pelaku/partisipan *event* (Molina-Gómez et al., 2021). Selain itu, terlibat secara langsung dalam aktivitas budaya di suatu *event* juga secara psikologis meningkatkan keterlibatan dan nilai festival yang dirasakan oleh pengunjung maupun pelaku lokal (Rodríguez-Campo et al., 2022).

Psikologi ekonomi sendiri dalam konteks Selasa Wagen mencakup beberapa emosi yang dihasilkan dari ekspektasi dan makna secara subjektif. Berbagai temuan juga menemukan bahwasanya menunjukkan bahwa tidak semua pelaku UMKM saat Selasa Wagen mendapatkan emosi melalui peningkatan pendapatan atau secara material, namun juga melalui kepuasan batin dan nilai budaya.

Makna Rasa Senang (Afeksi Positif)

Rata-rata hampir seluruh pelaku UMKM saat Selasa Wagen merasakan rasa senang ketika berjalannya kegiatan Selasa Wagen. Rasa senang ini didasari oleh beberapa hal seperti adanya keramaian, peningkatan pendapatan, dan juga rasa senang akan terealisasinya kegiatan budaya tersebut.

Dari hasil wawancara disampaikan bahwa pelaku UMKM saat Selasa Wagen Selasa Wagen merasakan emosi kesenangan dikarenakan kegiatan budaya tersebut memberikan dampak positif terhadap barang dagangannya di kalangan pedagang. Walau begitu, rasa senang juga dirasakan oleh pelaku lainnya yang merasa senang dominan puas terhadap adanya generasi muda yang masih peduli dengan budaya.

Dari sudut pandang psikologi ekonomi, ungkapan senang dari para pelaku tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan ekonomi di Selasa Wagen itu tidak hanya dianggap sebagai cara untuk mendapatkan uang sebanyak mungkin, namun juga sebagai suatu kejadian emosional yang memberikan rasa puas pada diri mereka sendiri. Kesenangan itu bertindak sebagai dorongan mental yang membuat para pelaku ingin terus ikut dalam kegiatan ekonomi, walau mereka merasa lelah fisik dan hasil yang didapat tidak pasti.

Temuan ini sejalan dengan konsep *Subjective Well-Being*, yang menyoroti bahwa keadaan baik seseorang dipengaruhi oleh apa yang mereka rasakan secara emosional dan seberapa puas mereka secara pribadi. Lebih lanjut, dalam konsep *Self-Determination Theory*, perasaan senang menandakan bahwa kebutuhan mental akan *relatedness* dan *competence* telah terpenuhi, hal ini terlihat dari hubungan sosial dengan para pengunjung dan suksesnya pelaku dalam menjalankan tugasnya sebagai pelaku ekonomi dan juga budaya.

Senang itu bisa diartikan sebagai hal non-material yang penting untuk membuat pelaku terus aktif di Selasa Wagen. Rasa senang ini tidak cuma bikin orang makin terlibat dalam kegiatan jual beli, tapi juga jadi bagian dari kondisi psikologi yang membuat acara Selasa Wagen ini bisa terus berjalan.

Makna Rasa Bersyukur (Refleksi Syukur)

Selain rasa senang, kebanyakan pelaku juga merasakan bersyukur atau berhasil setelah jalannya Selasa Wagen. Rasa bersyukur ini diungkapkan oleh pelaku ketika para pelaku merasa bahwasannya target atau ekspektasinya tercapai. Seperti yang diucapkan oleh Partisipan 1 ketika mengucapkan rasa syukur karena berhasil menambah stok dan sesuai ekspektasinya.

Pada hasil wawancara, terlihat bahwa definisi bersyukur menurut pelaku tidak akan adanya rasanya penerimaan, melainkan rasa berhasil akan mencapai sesuatu yang di ekspektasikan oleh para pelaku. Tidak hanya merasa berhasil ketika targetnya tercapai, namun juga merasa berhasil jika ada rasa atau kepuasan batinnya tercapai.

Dalam pandangan psikologi ekonomi, rasa bersyukur atau berhasil yang ditunjukkan pelaku menandakan penilaian mereka atas kondisi finansial yang bersifat pribadi, bersandar pada patokan dan harapan tiap orang. Pelaku tidak hanya melihat sukses dari jumlah uang yang di dapat, namun seberapa hasil itu dirasa memadai, berarti, dan sejalan dengan apa yang sudah mereka bayangkan. Pandangan semacam ini memungkinkan partisipan mempertahankan kestabilan mental walau kondisi ekonomi naik turun.

Hasil ini cocok dengan konsep *Reverence Point* dalam *Prospect Theory*, karena kebahagiaan seseorang sangat dipengaruhi oleh perbandingan antara apa yang didapat dengan patokan yang dibentuk oleh harapan awal. Jika apa yang diraih sesuai harapan atau bahkan lebih baik, pelaku cenderung merasa sukses dan menunjukkannya lewat rasa bersyukur. Selain itu, rasa syukur juga berhubungan dengan aspek penerimaan diri dan tujuan hidup dalam teori *Self-Acceptance* dan *Purpose in Live* dalam teori kesejahteraan psikologis, karena orang bisa menerima hasil kerja kerasnya dan melihatnya sebagai hal baik.

Perasaan bersyukur atau merasa berhasil bisa dipandang sebagai cara pikir untuk membangun kestabilan finansial pelaku di acara Selasa Wagen. Perasaan ini berperan penting agar pelaku terus ikut serta, karena sukses itu bukan cuma soal dapat uang banyak, tapi lebih ke rasa puas diri dan arti pribadi yang didapat dari ikut *event* budaya tersebut.

Makna Rasa Semangat (Motivasi Bertahan)

Emosi atau perasaan selanjutnya ialah rasa semangat atau juga antusias. Rasa tersebut kebanyakan didapatkan oleh para pelaku dari motivasi dan alasannya ketika terlibat pada saat acara Selasa Wagen. Seperti yang disampaikan oleh Partisipan 3 merasakan semangat ketika adanya kegiatan budaya yang membuat ia merasa semangat dan berekspektasi bahwa dagangannya kan meningkat hingga dua kali lipat.

Dari sudut pandang psikologi ekonomi, antusias yang terlihat pada pelaku menandakan adanya dorongan ekonomi yang terpicu oleh suasana sekitar yang menguntungkan, misalnya keramaian, kesempatan berdagang, dan pergaulan yang baik. Semangat ini bertindak sebagai mesin dari dalam yang mendorong orang untuk mengerahkan lebih banyak usaha, waktu, dan modal demi mendapatkan keuntungan maksimal dari kesempatan yang muncul selama Selasa Wagen.

Hasil temuan ini cocok dengan teori *Self-Determination Theory*, terutama pemenuhan hasrat psikologis untuk rasa mampu dan bebas bertindak. Pelaku yang terlibat merasa lebih mampu dan berdaya saat menyaksikan dampak nyata dari kerja keras mereka, serta bisa bebas menentukan cara berdagang berdasarkan keadaan sebenarnya. Kemudian, semangat itu terhubung dengan perasaan senang dalam konsep *Subjective Will-Being*, karena emosi yang positif sangat berpengaruh dalam menjaga motivasi dan kesejahteraan individu.

Maka dari itu, semangat dapat diartikan sebagai faktor psikologis yang menguatkan keterlibatan finansial para pelaku dalam Selasa Wagen. Perasaan ini tidak hanya mendorong mereka lebih aktif secara ekonomi jangka pendek, namun juga mendukung mereka agar terus aktif berpartisipasi dalam acara kebudayaan. Semangat menunjukkan bahwa Selasa Wagen memang menjadi pemicu psikologis yang membuat orang tetap giat, menghasilkan, dan terlibat dalam perputaran ekonomi berbasis budaya itu

Makna Rasa Berharap/Pengharapan (Orientasi Masa Depan)

Perasaan selanjutnya ialah perasaan berharap atau pengharapan yang dirasakan langsung oleh sebagian besar para pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Rasa berharap ini sendiri terjadi karena adanya ekspektasi para pelaku akan terjadi sesuatu pada Selasa Wagen sesuai ekspektasinya masing-masing. Seperti yang disampaikan oleh Partisipan 1.

Dari hasil wawancara dapat disampaikan bahwa rasa berharap atau pengharapan juga terjadi oleh sebagian besar pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Mayoritas pelaku UMKM saat Selasa Wagen merasa berharap karena merasakan rasa beharap ini karena adanya eskpetasi yang berdampak positif terhadap dagangan atau usahanya masing-masing

Dalam perspektif psikologi ekonomi, berharap atau pengharapan yang ditunjukkan oleh seseorang menandakan adanya pandangan ke depan yang dipengaruhi oleh riwayat pengalaman ekonomi mereka. Pelaku tersebut membentuk harapan baik berdasarkan kenangan tentang keberhasilan yang sudah diraih, jadi harapan ini bertindak sebagai pendorong psikologis yang mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap terlibat dalam kegiatan ekonomi, walaupun hasil yang didapat tidak selalu terjamin.

Hasil temuan ini dapat dijelaskan melalui *Prospect Theory*, dimana individu rela ambil risiko kalau ada kemungkinan untung yang mereka bayangkan. Ekspektasi terhadap Selasa Wagen menandakan bahwa kemungkinan dapat untung di masa mendatang dianggap lebih penting ketimbang risiko yang timbul. Lalu, perasaan berharap ini juga berkaitan dengan *Purpose in Live* dalam teori Kesejahteraan psikologis, sebab pelaku melihat Selasa Wagen sebagai bagian dari harapan dan rencana ekonomi mereka nanti.

Jadi, rasa berharap ini bisa diartikan sebagai daya dorong mental yang membuat pelaku terus ikut serta dalam aktivitas Selasa Wagen. Harapan itu bukan cuma jadi pendorong ekonomi, tapi juga penyokong psikologis yang membuat mereka tetap semangat dan siap menghadapi hal tak pasti dalam kegiatan ekonomi yang berbasis budaya.

Makna Rasa Menerima (Penerimaan Adaptif)

Tidak selalu berdampak baik terjadi kepada para pelaku UMKM saat Selasa Wagen selama jalannya Selasa Wagen. Hal-hal yang terkadang sudah disiapkan dengan matang terkadang tidak selalu sesuai rencana, karena dari itulah para pelaku UMKM saat Selasa Wagen merasakan emosional rasa menerima terhadap keadaan.

Dari sudut pandang psikologi ekonomi, sikap menerima yang ditunjukkan pelaku menandakan adanya penyesuaian mental terhadap risiko dan hal tak terduga dalam urusan ekonomi. Mereka tidak menganggap hasil yang kurang baik itu sebagai kekalahan total, namun sebagai bagian dari pergerakan ekonomi yang mesti dihadapi. Sikap menerima ini membantu mereka menjaga kestabilan perasaan, meringankan beban stress finansial, dan terus melanjutkan aktivitas ekonomi tanpa kehilangan motivasi.

Hasil penelitian ini dapat dihubungkan dengan penerimaan terhadap kerugian dalam *Prospect Theory*, dimana individu sanggup mengurus potensi rugi tanpa merasa tertekan secara psikologis yang berlebihan jika kerugian itu sudah diperkirakan dari awal. Selain itu, rasa menerima juga berhubungan dengan konsep *Self-Acceptance* dalam Kesejahteraan Psikologis, yang menekankan kemampuan seseorang untuk menerima keadaan dirinya dan situasi diluar dirinya secara wajar.

Dengan demikian, rasa menerima bisa dilihat sebagai bagian dari psikologis yang menyeimbangkan psikologi para pelaku Selasa Wagen. Meskipun emosi positif sangat mendominasi, sikap menerima ini memungkinkan mereka untuk terus bertahan dalam kegiatan ekonomi yang penuh ketidakpastian, yang kemudian membantu mereka tetap ikut serta dalam acara budaya berbasis masyarakat.

Pola psikologi ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen dalam kegiatan Selasa Wagen dapat dipahami sebagai suatu proses yang saling berkaitan antara konteks budaya, dinamika sosial, peluang ekonomi, respons perilaku, serta pembentukan emosi ekonomi. Selasa Wagen tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan budaya, tetapi juga sebagai ruang ekonomi berbasis pengalaman (Hendariningrum et al., 2025).

Antusiasme masyarakat lokal dan wisatawan terhadap Selasa Wagen menghasilkan keramaian yang berperan sebagai penguat psikologis bagi pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Keramaian ini memperkuat keyakinan bahwa keterlibatan mereka dalam Selasa Wagen merupakan keputusan yang layak secara ekonomi. Dalam perspektif psikologi ekonomi, keramaian berfungsi sebagai sinyal positif yang menurunkan persepsi risiko serta meningkatkan optimisme pelaku UMKM saat Selasa Wagen terhadap peluang usaha yang tersedia. Peran pemerintah juga tidak kalah menarik melihat bagaimana pemerintah menyiapkan acara yang cukup menarik melalui memberikan kesempatan kepada setiap desa budaya untuk tampil. Ini membuat acara Selasa Wagen sendiri menjadi tidak monoton dan juga selalu berbeda setiap bulannya. Tidak hanya terfokus pada satu titik, Selasa Wagen juga hadir di beberapa titik di Kawasan Malioboro dengan acara yang berbeda-beda (Dinas Kebudayaan Yogyakarta, 2025).

Keberadaan *event* budaya yang bersifat rutin, terjadwal, dan difasilitasi oleh pemerintah menciptakan persepsi bahwa Selasa Wagen merupakan momentum yang potensial untuk memperoleh manfaat ekonomi. Ekspektasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan peningkatan pendapatan, tetapi juga dengan kesempatan promosi, perluasan jejaring sosial, serta kepuasan batin karena terlibat dalam pelestarian budaya. Melalui keramaian yang ada pada Selasa Wagen, tentunya akan menghadirkan peluang bagi beberapa pelaku UMKM saat Selasa Wagenwan atau masyarakat.

Keramaian dan antusiasme tersebut selanjutnya membentuk persepsi peluang ekonomi secara subjektif. Pelaku UMKM saat Selasa Wagen menilai Selasa Wagen sebagai pasar temporer yang menawarkan potensi transaksi langsung sekaligus manfaat jangka panjang berupa promosi dan relasi. Persepsi peluang kemudian mendorong munculnya respons perilaku ekonomi yang beragam. Pelaku UMKM cenderung merespons dengan menambah stok dagangan, memperpanjang waktu berjualan, atau menawarkan produk secara aktif kepada wisatawan. Respon ini juga menunjukkan bahwa perilaku ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen bersifat adaptif dan dipengaruhi oleh tujuan serta makna yang dilekatkan pada kegiatan tersebut.

Setelah melihat adanya peluang, para pelaku UMKM saat Selasa Wagen ini memiliki akan melakukan eksekusi. Eksekusi ini sendiri dilakukan oleh pelaku UMKM saat Selasa Wagen melalui beberapa cara. Sebagian pedagang mengeksekusi dengan menambah stok dagangan. Ada yang akhirnya memutuskan berjualan ditempat kegiatan berlangsung dan ada yang menambah tenaga bantuan. Hal ini didasarkan bagaimana mereka melihat peluang yang muncul sesuai profesi dan kebutuhannya. Hasilnya, selama Selasa Wagen berlangsung, seringkali dagangan atau jasa para pelaku UMKM saat Selasa Wagen laku alias terjual habis. Para pelaku usaha seringkali mendapatkan keuntungan yang sangat signifikan dan meningkat.

Akibatnya, para pelaku UMKM saat Selasa Wagen merasakan perasaan berupa rasa senang, rasa bersyukur atau berhasil, rasa semangat, dan juga berharap. Rasa ini timbul didasari karena para pelaku UMKM saat Selasa Wagen berhasil mendapatkan keuntungan dan barang dagangan yang habis. Emosi tersebut juga mempengaruhi efektifitas pandangan masing-masing pelaku dalam mengambil keputusan di masa yang akan datang dalam berjualan. Seluruh proses tersebut bermuara pada terbentuknya emosi ekonomi yang dirasakan oleh pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Emosi yang dominan meliputi rasa senang, bersyukur, semangat, harapan, serta sikap menerima. Emosi-emosi ini tidak hanya muncul akibat peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kepuasan batin, apresiasi wisatawan, dan keterlibatan dalam pelestarian budaya. Dalam konteks ini, kesejahteraan pelaku UMKM saat Selasa Wagen tidak semata diukur dari aspek material, tetapi juga dari dimensi psikologis dan sosial.

Meskipun Selasa Wagen membuka peluang ekonomi, pelaku UMKM saat Selasa Wagen juga menyadari adanya risiko dan ketidakpastian, seperti faktor cuaca, ketidakstabilan jumlah pengunjung, dan ketidaksesuaian antara ekspektasi dan hasil yang diperoleh. Namun, risiko tersebut tidak selalu dimaknai secara negatif. Sebagian besar pelaku menunjukkan sikap menerima terhadap hasil yang didapatkan, baik sesuai maupun tidak sesuai dengan harapan. Sikap ini mencerminkan adanya ketahanan psikologis yang dibentuk oleh pengalaman ekonomi, nilai budaya, dan keyakinan personal, sehingga hasil yang kurang optimal tetap dipandang sebagai bagian dari proses usaha.

Dengan demikian, pola psikologi ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen Selasa Wagen dapat dirumuskan sebagai suatu alur yang dimulai dari awal terbentuknya aktivitas ekonomi berbasis budaya, diikuti oleh antusiasme dan keramaian, pembentukan persepsi peluang, respons perilaku ekonomi, hingga munculnya emosi ekonomi yang memengaruhi keberlanjutan partisipasi pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Pola ini menegaskan bahwa Selasa Wagen berperan sebagai ekosistem ekonomi budaya yang mampu mengintegrasikan

nilai budaya, aktivitas ekonomi, dan kesejahteraan psikologis pelaku UMKM saat Selasa Wagen secara berkelanjutan.

Berdasarkan pola psikologi ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen Selasa Wagen yang telah diuraikan, dapat dipahami bahwa kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi secara material, tetapi juga membentuk pengalaman psikologis dan sosial pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Interaksi antara faktor budaya, interaksi sosial, peluang ekonomi, serta respons dan emosi pelaku UMKM saat Selasa Wagen menunjukkan adanya keterkaitan yang kompleks dan berkelanjutan.

Dalam pembahasan mengenai psikologi ekonomi pelaku UMKM saat Selasa Wagen dalam kegiatan Selasa Wagen di kawasan Malioboro, Yogyakarta menunjukkan bahwa Selasa Wagen tidak hanya berperan sebagai kegiatan pelestarian budaya, tetapi juga sebagai ruang ekonomi berbasis pengalaman yang memengaruhi perilaku, ekspektasi, dan kesejahteraan subjektif pelaku UMKM saat Selasa Wagen. Interaksi antara peran pemerintah, antusiasme masyarakat dan wisatawan, terciptanya pasar temporer, peluang ekonomi, serta respons adaptif pelaku UMKM saat Selasa Wagen membentuk pola psikologi ekonomi yang kompleks (Hakim et al., 2024; Wardani et al., 2024; Hendariningrum et al., 2025). Pola tersebut ditandai oleh munculnya berbagai emosi ekonomi, seperti rasa senang, bersyukur, semangat, harapan, dan sikap menerima, yang tidak semata-mata didasarkan pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada kepuasan batin dan makna budaya.

Sintesa dan Konstruksi Psikologi Ekonomi Pelaku UMKM dalam Selasa Wagen

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian yang telah diuraikan pada subbab sebelumnya, dapat disusun suatu sintesa mengenai makna aktivitas ekonomi Selasa Wagen bagi pelaku UMKM dalam perspektif psikologi ekonomi. Aktivitas ekonomi dalam Selasa Wagen tidak dapat dipahami hanya sebagai kegiatan yang berorientasi pada transaksi dan keuntungan material, melainkan sebagai suatu proses pengalaman yang terbentuk melalui interaksi antara konteks budaya, dinamika sosial, peluang ekonomi, serta respons dan pengalaman psikologis pelaku. Selasa Wagen sebagai *event* budaya berperan sebagai pemicu awal yang menciptakan keramaian dan antusiasme masyarakat, yang kemudian membentuk persepsi peluang ekonomi bagi pelaku UMKM. Dalam hal ini, budaya tidak hanya memiliki nilai simbolik, tetapi juga berfungsi sebagai stimulus ekonomi yang mendorong terbentuknya aktivitas ekonomi di ruang publik.

Keramaian yang tercipta dalam Selasa Wagen dimaknai oleh pelaku UMKM sebagai sinyal ekonomi yang menunjukkan adanya potensi keuntungan, sehingga membentuk persepsi peluang yang bersifat subjektif. Persepsi ini tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi objektif

seperti jumlah pengunjung, tetapi juga oleh pengalaman sebelumnya, ekspektasi terhadap pendapatan, serta interpretasi pribadi terhadap situasi ekonomi yang dihadapi. Dalam perspektif psikologi ekonomi, kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak sepenuhnya bertindak rasional, melainkan dipengaruhi oleh harapan dan keyakinan terhadap peluang yang tersedia. Persepsi terhadap peluang tersebut kemudian mendorong munculnya respons perilaku ekonomi yang adaptif, seperti menambah stok dagangan, memperpanjang waktu berjualan, berpindah lokasi, hingga melakukan pendekatan aktif kepada konsumen. Variasi respons ini menunjukkan bahwa perilaku ekonomi pelaku bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh tujuan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan usaha dan relasi sosial.

Lebih lanjut, aktivitas ekonomi yang dijalankan dalam Selasa Wagen menghasilkan pengalaman emosional yang menjadi inti dari psikologi ekonomi pelaku UMKM. Emosi yang muncul meliputi rasa senang, bersyukur, semangat, harapan, dan sikap menerima. Emosi-emosi tersebut tidak hanya muncul sebagai akibat dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kepuasan batin, apresiasi dari pelanggan, serta keterlibatan dalam kegiatan budaya. Hal ini menunjukkan bahwa kesejahteraan pelaku UMKM dalam konteks Selasa Wagen bersifat multidimensional, mencakup aspek ekonomi, psikologis, dan sosial secara bersamaan. Selain itu, adanya sikap menerima terhadap kondisi yang tidak sesuai harapan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki mekanisme adaptasi psikologis terhadap ketidakpastian ekonomi, di mana hasil yang kurang optimal tetap dimaknai sebagai bagian dari proses usaha yang harus dijalani.

Berdasarkan sintesa tersebut, dapat dikonstruksikan bahwa psikologi ekonomi pelaku UMKM dalam Selasa Wagen membentuk suatu pola yang bersifat siklik dan berkelanjutan, yaitu dimulai dari konteks budaya yang menciptakan keramaian, kemudian membentuk persepsi peluang ekonomi, mendorong respons perilaku ekonomi, menghasilkan pengalaman emosional, dan pada akhirnya mempengaruhi keputusan pelaku untuk terus berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi dalam Selasa Wagen tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional terkait keuntungan, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti emosi, harapan, dan makna subjektif yang melekat pada pengalaman ekonomi tersebut. Dengan demikian, Selasa Wagen dapat dipahami sebagai suatu sistem ekonomi berbasis pengalaman, di mana aktivitas ekonomi, nilai budaya, dan kesejahteraan psikologis saling terintegrasi dalam membentuk keberlanjutan partisipasi pelaku UMKM.

Berdasarkan konstruksi tersebut, dapat disimpulkan bahwa makna aktivitas ekonomi Selasa Wagen bagi pelaku UMKM tidak hanya terletak pada aspek peningkatan pendapatan, tetapi pada pengalaman ekonomi yang bersifat psikologis, yang mencakup perasaan senang, bersyukur, semangat, harapan, dan menerima. Makna ini terbentuk melalui proses interaksi antara peluang ekonomi, respons perilaku, serta pengalaman sosial dan budaya, yang pada akhirnya memperkuat keterlibatan dan keberlanjutan partisipasi pelaku UMKM dalam kegiatan Selasa Wagen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Selasa Wagen merupakan kegiatan budaya yang berkontribusi penting terhadap dinamika ekonomi pelaku UMKM di kawasan Malioboro, Yogyakarta. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai pelestarian budaya, tetapi juga sebagai wadah aktivitas ekonomi yang mendorong peningkatan peluang usaha melalui interaksi, promosi, dan transaksi antara pelaku UMKM dan wisatawan. Kondisi tersebut memengaruhi cara pandang pelaku UMKM terhadap potensi ekonomi yang dihadirkan.

Pelaku UMKM merespons peluang tersebut dengan menyesuaikan strategi usaha, seperti meningkatkan produksi dan penjualan, meskipun tetap menghadapi risiko dan ketidakpastian, seperti cuaca dan jumlah pengunjung. Dari perspektif psikologi ekonomi, keterlibatan dalam Selasa Wagen menimbulkan emosi positif, seperti senang, syukur, semangat, harapan, dan penerimaan, terutama ketika hasil penjualan sesuai harapan. Emosi ini menunjukkan bahwa manfaat kegiatan tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga psikologis dan sosial.

Penelitian ini menemukan konsep Resiliensi Bermakna Ekonomi, yaitu kemampuan pelaku UMKM untuk bertahan, beradaptasi, dan memaknai aktivitas ekonomi secara positif di tengah ketidakpastian. Dengan demikian, Selasa Wagen tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga memperkuat aspek psikologis dan sosial pelaku UMKM. Adapun saran meliputi pentingnya dukungan kebijakan pemerintah yang berorientasi pada kesejahteraan UMKM, pemanfaatan kegiatan sebagai sarana branding dan digitalisasi oleh pelaku usaha, serta pengembangan penelitian selanjutnya dengan cakupan dan pendekatan yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Arum, D. P., Rahmawati, L. O., Puspitasari, A., Rahayu, E., Yuliamir, H., Putri, J. A., ... & Aprilliyani, R. (2025). Nusantara dalam harmoni: Festival folklore Kota Lama sebagai perayaan budaya dan ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 4966–4971. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.1900>
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542–575. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>
- Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) DIY. (2025). *Selasa Wagen: Malioboro bergemuruh dalam kesenian dan kearifan lokal*. Budaya Jogja.
- Dwyer, L. (2023). Tourism development and sustainable well-being: A beyond GDP perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(10), 2399–2416. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1825457>
- Goulding, P., & Pomfret, G. (2022). Managing temporal variation at visitor attractions. In *Managing visitor attractions* (pp. 213–233). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003041948-15>
- Hakim, L. M., Vitrianto, P. N., & Kusumastiti, W. (2024). Identifikasi “Selasa Wagen” sebagai keberlanjutan budaya di Yogyakarta. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*, 7(2), 413–423. <https://doi.org/10.34007/jehss.v7i2.2362>
- Hendariningrum, R., Ardhanariswari, K. A., Rachmawati, I., & Pratiwi, K. W. (2025). Cultural literacy for preserving the cosmological axis of Yogyakarta: A UNESCO World Heritage Site in Indonesia. *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 5(2), 138. <https://doi.org/10.31098/bmss.v5i2.961>
- Hulu, M. (2018). Pengelolaan pariwisata berkelanjutan: Studi kasus Desa Wisata Blue Lagoon di Kabupaten Sleman, DIY. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2), 73–81. <https://doi.org/10.36594/jtec/n964q634>
- Karmin, E. (2025). Mengembangkan program seni dan budaya berbasis pariwisata. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 1273–1283.
- Lestari, A. E., Fitriatun, F., Jannah, J., & Widayat, R. M. (2025). Pengaruh event pariwisata lokal terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di NTB. *PEDAMAS (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(4), 1248–1261.
- Makiya, K. R., Prasetyo, H., Kiswantoro, A., Fitria, N., & Yogyakarta, I. (2023). Analisis bibliometrik untuk menganalisis keterkaitan psikologi dalam pariwisata. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i3.2558>
- Manthofi, A., & Aisyah, S. (2024). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10214–10223. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.11081>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/H0054346>
- Matthew, O. A., Ede, C., Osabohien, R., Ejemeyovwi, J., Ayanda, T., & Okunbor, J. (2021). Interaction effect of tourism and foreign exchange earnings on economic growth in Nigeria. *Global Business Review*, 22(1), 7–22. <https://doi.org/10.1177/0972150918812985>
- Mirayani, N. K. S., Widjaya, I. G. N. O., Widyayanthi, N. P. L., Pitanatri, I. A., & Paristha, N. P. T. (2025). Festival Semarang tahun 2025 sebagai event budaya dan ekonomi kreatif di Kabupaten Klungkung. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(4), 451–459. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i4.6749>

- Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., & Ruiz-Berrón, R. (2021). New perspectives on satisfaction and loyalty in festival tourism: The function of tangible and intangible attributes. *PLOS ONE*, *16*(2), e0246562. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246562>
- Noho, F. D. S. (2025). Efektivitas implementasi kebijakan Koperasi Desa Merah Putih dalam pembangunan ekonomi desa di Indonesia. *Jurnal Kebijakan & Pelayanan Publik*, *13*(2). <https://doi.org/10.66475/fisip.v13i2.1209>
- Obot, F., & Setyawan, D. (2019). Implementasi kebijakan Pemerintah Kota Batu dalam mewujudkan kota pariwisata berkelanjutan yang berwawasan lingkungan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, *6*(3), 113–120. <https://doi.org/10.33366/jisip.v6i3.1469>
- Ohyver, D. A., Kusumajanti, K., Pracintya, I. A. E., Kuntarto, G. P., & Kusuma, I. B. S. (2024). *Pariwisata Indonesia: Tata kelola dan pengembangan pariwisata di Indonesia*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahmat, K. D. (2021). Konsep pariwisata berkelanjutan dalam pelestarian cagar budaya. *Jurnal Pariwisata Terapan*, *5*(1), 26–37. <https://doi.org/10.22146/jpt.58505>
- Ramadhan, A., Rahim, M. S. R., & Utami, N. N. (2023). *Teori pendapatan (Studi kasus: Pendapatan petani Desa Medan Krio)*. Tahta Media Group.
- Rodríguez-Campo, L., Alén-González, E., Fraiz-Brea, J. A., & Louredo-Lorenzo, M. (2022). A holistic understanding of the emotional experience of festival attendees. *Leisure Sciences*, *44*(4), 421–439. <https://doi.org/10.1080/01490400.2019.1597790>
- Santosa, P. A. T., Soeroso, A., & Prakoso, A. A. (2024). Dampak ekonomi Pahawang Culture Festival pada pengembangan potensi desa wisata Pulau Pahawang di Kabupaten Pesawaran Lampung: Suatu analisis deskriptif. *Jurnal Penelitian Inovatif*, *4*(2), 617–626. <https://doi.org/10.54082/jupin.372>
- Siregar, A. A., Darmayasa, D., Rianty, E., Hamdani, M., Minarsi, A., Amirullah, A., ... & Ery, A. P. (2025). *Pariwisata kreatif: Mengembangkan pariwisata berbasis budaya dan ekonomi kreatif*. PT Star Digital Publishing.
- Siregar, A. R. (2021). *Pengaruh pengetahuan investasi, modal minimal, dan motivasi terhadap minat investasi nasabah di pasar modal (Studi GIS FEBI UINSU)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Suryadmaja, G. (2025). Potensi seni Gendang Beleg dalam penguatan pariwisata di Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Modern Social and Humanities*, *1*(1), 13–23.
- Teguh, F. (2024). *Tata kelola destinasi: Membangun ekosistem pariwisata*. UGM Press.
- Thung, C. M., Kai, C. Y., Nie, F. S., Chiun, L. W., & Tsen, T. C. (2012). *Determinants of saving behaviour among university students in Malaysia* [Final year project]. Universiti Tunku Abdul Rahman.
- Utama, M. S., & Suartini, N. N. (2013). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan, pajak hiburan, pajak hotel, dan restoran terhadap pendapatan asli daerah di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Wardani, C. E., Sumardiyanto, B., & Pudianti, A. (2024). Evaluasi sanitasi kawasan budaya Malioboro pada event Selasa Wagen. *Journal of Architecture and Human Experience*, *2*(2), 157–168. <https://doi.org/10.59810/archimane.v2i2.113>
- Widjaja, C., & Sarudin, R. (2025). Analisis strategi event budaya Festival Lampion Waisak dalam peningkatan kunjungan ke Borobudur. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *4*(7), 380–396. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i7.4223>