

INOVASI KEWIRAUSAHAAN DI SEKTOR PARIWISATA: MENINGKATKAN DAYA TARIK DESTINASI WISATA

Putri Ananda¹, Rahmadani², Muhammad Nabawi³

^{1,2,3}IAIN Lhokseumawe, Lhokseumawe, Indonesia

Email Korespondensi: putri.ananda2301@gmail.com

ABSTRAK

Industri pariwisata terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman perjalanan yang unik dan berkesan. Dalam konteks ini, kewirausahaan memainkan peran penting dalam menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Penciptaan barang-barang wisata budaya berbasis lokal, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, dan gagasan pariwisata berkelanjutan yang ramah lingkungan hanyalah beberapa taktik kewirausahaan yang dapat digunakan dalam industri pariwisata. Artikel ini juga membahas kesulitan yang dihadapi oleh pemilik bisnis di sektor perjalanan, termasuk persaingan pasar, pergeseran preferensi perjalanan, pertimbangan hukum dan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk membantu pelaku industri pariwisata menciptakan inovasi yang akan meningkatkan daya saing dan daya pikat lokasi wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dengan menganalisis berbagai sumber seperti jurnal akademik, laporan industri pariwisata, serta artikel terkait kewirausahaan dan inovasi dalam sektor pariwisata. Penelitian ini menemukan bahwa inovasi dalam kewirausahaan pariwisata berperan penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Beberapa strategi yang efektif meliputi pengembangan produk wisata kreatif berbasis budaya lokal, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan layanan, serta penerapan konsep pariwisata berkelanjutan. Namun, terdapat tantangan yang harus diatasi, seperti keterbatasan modal dan kebijakan regulasi.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pariwisata, Inovasi, Daya Tarik Wisata, Pengembangan Destinasi

ABSTRACT

The tourism industry continues to grow as tourists increase in interest in unique and memorable travel experiences. In this context, entrepreneurship plays an important role in creating innovations that can increase the attractiveness of tourist destinations. The creation of locally-based cultural tourism goods, the utilization of digital technology for marketing, and the idea of eco-friendly sustainable tourism are just a few of the entrepreneurial tactics that can be used in the tourism industry. The article also discusses the difficulties faced by business owners in the travel sector, including market competition, shifting travel preferences, legal and financial considerations. This research aims to help tourism industry players create innovations that will increase the competitiveness and allure of tourist sites. This research uses a qualitative approach with a literature study method by analyzing various sources such as academic journals, tourism industry reports, and articles related to entrepreneurship and innovation in the tourism sector. This study found that innovation in tourism entrepreneurship plays an important role in increasing the attractiveness of tourist destinations. Some effective strategies include the development of creative tourism products based on local culture, the use of digital technology for marketing and services, and the application of the concept of sustainable tourism. However, there are challenges that must be overcome, such as limited capital and regulatory policy.

Keywords: Entrepreneurship, Tourism, Innovation, Tourist Attractions, Destination Development

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial, terutama bagi negara-negara yang memiliki kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang melimpah. Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan keberagaman destinasi wisata, memiliki potensi luar biasa untuk mengembangkan sektor ini sebagai sumber pendapatan nasional sekaligus sarana pelestarian budaya lokal. Namun, di tengah dinamika global, perubahan preferensi wisatawan, dan tantangan pascapandemi, sektor pariwisata dituntut untuk terus berinovasi agar mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Dalam konteks inilah, kewirausahaan memiliki peran krusial sebagai motor penggerak transformasi di sektor pariwisata. Kewirausahaan yang inovatif tidak hanya terbatas pada penciptaan usaha baru, tetapi juga mencakup pengembangan ide-ide kreatif, pemanfaatan teknologi, serta pemberdayaan potensi lokal untuk menciptakan produk dan layanan yang bernilai tambah. Inovasi kewirausahaan memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan pengalaman wisata yang unik, autentik, dan relevan dengan kebutuhan wisatawan masa kini yang semakin mengutamakan kenyamanan, keaslian, serta keberlanjutan.

Di berbagai daerah, munculnya wirausaha-wirausaha muda dengan pendekatan inovatif telah memberikan warna baru dalam dunia pariwisata. Mulai dari pengembangan ekowisata berbasis komunitas, pemanfaatan media digital untuk promosi destinasi, hingga penciptaan atraksi wisata yang menggabungkan unsur seni, teknologi, dan edukasi. Inovasi ini tidak hanya berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat melalui penciptaan lapangan kerja, pelestarian budaya, serta penguatan ekonomi lokal.

Namun demikian, pengembangan inovasi kewirausahaan di sektor pariwisata juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses modal, kurangnya pelatihan kewirausahaan, serta belum optimalnya dukungan kebijakan dari pemerintah. Oleh karena itu, diperlukan sinergi yang kuat antara pelaku usaha, masyarakat, akademisi, dan pemerintah untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang inovatif, inklusif, dan berkelanjutan.

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran dan dampak inovasi kewirausahaan dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Dengan mengulas berbagai contoh praktik terbaik dan strategi pengembangan yang adaptif, diharapkan dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi para pelaku usaha, pembuat kebijakan, maupun pemangku kepentingan lainnya dalam merancang arah pembangunan pariwisata yang lebih kreatif dan kompetitif di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis konsep-konsep inovasi dalam kewirausahaan di sektor pariwisata secara mendalam melalui berbagai sumber informasi tertulis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jurnal akademik, laporan industri pariwisata, dan artikel-artikel yang relevan mengenai kewirausahaan dan inovasi dalam pengembangan destinasi wisata. Analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi, mengkategorisasi, dan

menyintesis temuan-temuan utama dari sumber-sumber tersebut untuk menemukan pola-pola inovatif dan tantangan yang dihadapi pelaku industri pariwisata.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan memegang peranan penting dalam kehidupan dan pembangunan suatu negara. Keberadaannya menjadi sangat vital karena mempengaruhi jalannya dinamika pembangunan yang dilakukan. Salah satu kekurangan yang dihadapi oleh negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, adalah kurangnya budaya kewirausahaan di kalangan masyarakat.

Sejak tahun 1995, pemerintah telah menerapkan kebijakan yang mendukung pengembangan budaya kewirausahaan, dan kebijakan ini terus berkembang hingga sekarang. Pada awal penerapannya, Presiden RI saat itu, Ir. Soeharto, mengimbau seluruh masyarakat Indonesia untuk mengembangkan berbagai program kewirausahaan. Sejak itulah, gerakan pendidikan kewirausahaan mulai dirancang dan dijalankan oleh berbagai lembaga, baik di tingkat pendidikan dasar, menengah, maupun tinggi, serta oleh organisasi pemerintah maupun swasta.

Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah proses menciptakan sesuatu yang memiliki nilai tambah dalam bidang ekonomi. Dengan kata lain, kewirausahaan merupakan aktivitas usaha yang melibatkan identifikasi, pengembangan kreativitas dan inovasi, serta pemanfaatan peluang atau metode yang lebih efektif untuk menghasilkan nilai lebih dalam kehidupan. Sedangkan entrepreneur atau wirausahawan (pelaku) umumnya dipandang sebagai inovator (Astuti dan Artawan, 2024).

Pengertian pariwisata menurut (Undang-Undang Nomor 10, 2009) tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula. Hal tersebut memiliki dua elemen yang penting, yaitu; perjalanan itu sendiri dan tinggal sementara di tempat tujuan dengan berbagai aktivitas wisatanya (Siregar *et al.* 2024).

Pariwisata menjadi salah satu aset strategis yang berperan penting dalam mendorong pembangunan nasional dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Penelitian yang dilakukan oleh Aliansyah & Hermawan menunjukkan bahwa investasi pemerintah di sektor pariwisata atau sektor pendukungnya merupakan faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Saat ini, sektor pariwisata di Indonesia telah berkembang menjadi salah satu industri utama yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, terutama di luar sektor minyak dan gas (migas) maupun sektor nonmigas yang tengah mengalami penurunan (Astuti dan Artawan, 2024).

Terdapat hubungan yang kuat antara kewirausahaan dan industri pariwisata. Pariwisata berdampak positif terhadap pengembangan usaha kewirausahaan dan kewirausahaan mendorong proses pengembangan pariwisata. Selain itu, mempromosikan kewirausahaan pariwisata memerlukan dukungan sosial, ekonomi, dan politik untuk memotivasi para wirausahawan guna mencari peluang yang tersedia di sektor ini. Seperti yang disebutkan Hollick & Braun, wirausahawan pariwisata memiliki peran penting

dalam pengembangan destinasi. Pertumbuhan sektor pariwisata dalam jangka panjang bergantung pada keberlanjutan dan kewirausahaan pada saat yang bersamaan.

Di satu sisi, pariwisata berkelanjutan mengacu pada semua kegiatan pariwisata yang secara permanen berkontribusi pada perlindungan nilai-nilai alam, budaya, dan menjamin integritas masyarakat setempat. Di sisi lain, kewirausahaan berkelanjutan memungkinkan para pengusaha untuk memperoleh keuntungan sambil meningkatkan kondisi sosial dan lingkungan penduduk setempat (Ragab dan Attallah, 2025).

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam pengembangan sektor pariwisata. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pelaku usaha pariwisata yang mengadopsi inovasi secara konsisten cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi. Inovasi yang dimaksud mencakup:

1. Inovasi Produk dan Layanan: Usaha pariwisata yang memperkenalkan produk atau layanan baru yang unik, seperti pengalaman wisata berbasis budaya lokal atau konsep eco-tourism, lebih mampu menarik wisatawan.
2. Pemanfaatan Teknologi Digital: Penggunaan media sosial, aplikasi reservasi online, serta promosi digital terbukti meningkatkan visibilitas usaha pariwisata dan memperluas pasar mereka.
3. Kolaborasi dan Kemitraan: Adanya kerja sama antara pelaku usaha, pemerintah, dan komunitas lokal memperkuat ekosistem pariwisata dan mendukung inovasi yang berkelanjutan.
4. Kreativitas dalam Pemasaran: Strategi pemasaran kreatif, seperti storytelling dan branding lokal, memberikan nilai tambah dalam membangun citra destinasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan bahwa keberhasilan kewirausahaan di sektor pariwisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan inovatif pelaku usahanya dalam menanggapi perubahan dan kebutuhan pasar.

Urgensi Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi Wisata

Inovasi produk menjadi hal yang penting bagi sebuah kawasan wisata agar dapat berkembang menjadi destinasi yang unggul, khususnya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Peningkatan jumlah wisatawan membawa dampak positif bagi berbagai aspek dalam lembaga tersebut, seperti meningkatnya kesejahteraan karyawan dan membaiknya kondisi ekonomi masyarakat sekitar karena adanya kontribusi dari pihak pengelola kepada warga lokal. Sejumlah ahli dalam bidang manajemen strategi memberikan definisi terkait konsep inovasi produk, salah satunya Galbraith yang menyatakan bahwa inovasi merupakan proses penerapan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut memiliki nilai tambah (Martina dan Adimulya, 2013).

Inovasi memiliki peranan krusial dalam mendorong pertumbuhan industri pariwisata. Inovasi dalam sektor ini mencakup berbagai bidang, seperti pengembangan produk, proses kerja, penggunaan teknologi, serta strategi pemasaran. Melalui inovasi, pelaku industri pariwisata dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan mutu layanan, memperbaiki efisiensi operasional, dan meningkatkan kepuasan pengunjung. Mengingat tingginya tingkat persaingan, perubahan tren dan selera konsumen, serta kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pengalaman pelanggan, inovasi menjadi kebutuhan yang tak terelakkan. Inovasi juga memungkinkan perusahaan untuk tampil berbeda dari para pesaing, menciptakan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan keinginan pasar, serta memperkuat produktivitas. Dengan mengimplementasikan inovasi secara tepat, perusahaan di bidang pariwisata dapat meraih tujuan bisnis yang lebih optimal.

Jika industri pariwisata gagal berinovasi, maka berbagai dampak negatif bisa muncul. Salah satu dampaknya adalah ketidakmampuan untuk bersaing dengan industri pariwisata lainnya, mengingat sektor ini memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Tanpa adanya pembaruan atau inovasi, pelaku usaha pariwisata akan kesulitan menghadapi kompetitor yang mampu menawarkan produk dan layanan yang lebih kreatif dan menarik. Kedua, tidak bisa menarik pengunjung baru. Inovasi berperan penting dalam membantu industri pariwisata menciptakan produk dan layanan yang mampu menarik minat konsumen. Tanpa adanya inovasi, sektor pariwisata akan kesulitan menjangkau pengunjung baru dan hanya bergantung pada pelanggan lama. Selain itu, perusahaan tidak akan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan wisatawan yang terus berkembang dan semakin beragam. Tanpa pembaruan dan terobosan, peluang untuk mengembangkan usaha menjadi terbatas, bahkan berisiko mengalami stagnasi atau kemunduran. Melalui inovasi, perusahaan pariwisata dapat meningkatkan mutu layanan, memperbaiki efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, tanpa inovasi, sektor pariwisata akan sulit tumbuh dan bersaing dengan industri lainnya. Oleh karena itu, inovasi perlu terus dikembangkan agar industri ini mampu memenuhi tuntutan konsumen, memperluas bisnis, dan tetap kompetitif di pasar (Achmad, 2024).

Tantangan dalam Penerapan Inovasi Kewirausahaan Pariwisata

Setiap kemajuan pasti diiringi dengan hambatan. Begitu pula dalam upaya menghadirkan inovasi dalam kewirausahaan pariwisata, tidak semua berjalan mulus. Meskipun semangat inovasi di berbagai destinasi wisata terus meningkat, namun praktik di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak tantangan yang harus dihadapi agar inovasi tersebut dapat benar-benar memberikan dampak nyata. Tantangan yang muncul dapat berasal dari faktor internal maupun eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan elemen sumber daya yang memengaruhi kekuatan maupun kelemahan suatu objek wisata. Sumber daya ini mencakup unsur manusia, seperti pengetahuan, keahlian, pengalaman, kemampuan, serta kemampuan dalam mengambil keputusan. Faktor internal juga mencakup daya tarik wisata yang menentukan seberapa kuat atau lemahnya objek wisata, seperti yang terdapat di Pantai Lakban, dalam menarik minat wisatawan. Analisis terhadap kekuatan dan kelemahan internal dilakukan untuk memahami kondisi objek wisata dari dalam. Lingkungan internal sangat berpengaruh dan menjadi aspek penting dalam merumuskan strategi pengembangan yang tepat..

b. Faktor Eksternal

Lingkungan eksternal merupakan faktor-faktor di luar organisasi yang perlu dianalisis guna mengidentifikasi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang mungkin dihadapi. Faktor eksternal ini mencakup berbagai daya tarik wisata yang berperan dalam menciptakan peluang sekaligus potensi ancaman dalam upaya menarik wisatawan ke objek wisata Pantai Lakban. Melalui analisis terhadap faktor eksternal, baik peluang maupun ancaman, dapat diketahui posisi strategis suatu daerah dalam menghadapi dinamika lingkungan di luar dirinya. Lingkungan eksternal atau lingkungan jauh adalah lingkungan yang berada di luar kendali organisasi dan umumnya tidak berdampak langsung, namun tetap memengaruhi secara tidak langsung. Komponen dari lingkungan eksternal ini

meliputi aspek ekonomi, sosial, politik, teknologi, serta ekologi. (Pomantow *et al.* 2023).

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata adalah hal yang dilakukan agar wisata yang ada menjadi berkembang lebih baik lagi kedepannya. Ketersedian fasilitasfasilitas yang lengkap dan menunjang perkembangan pariwisata. Untuk strategi dalam pengembangan pariwisata terdiri dari (Salsabila *et al.* 2024) :

1. Pemasaran atau promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk mengenalkan dan menyampaikan informasi kepada masyarakat luas tentang objek wisata yang ada di suatu daerah.
2. Aksesibilitas merujuk pada kondisi jalur atau jalan yang digunakan oleh pengunjung untuk mencapai lokasi wisata. Ketersediaan infrastruktur jalan yang baik dan mudah dilalui akan meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung.
3. Aksesibilitas mengacu pada keadaan rute atau jalan yang dilalui wisatawan untuk menuju destinasi wisata. Adanya fasilitas jalan yang memadai dan mudah diakses dapat mendorong lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.
4. Jenis objek wisata adalah jenis-jenis wisata yang ada di daerah tersebut, contohnya: pegunungan, pantai, budaya, maupun religi.
5. Produk wisata mencakup semua hal yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata, baik berupa fasilitas yang tersedia maupun sarana dan prasarana pendukung lainnya.
6. Sumber daya manusia merupakan elemen kunci dalam upaya pengembangan sektor pariwisata. Ketika sumber daya manusia membentuk suatu kelompok yang bertujuan untuk mendukung dan mengembangkan pariwisata, kelompok tersebut dikenal dengan sebutan kelompok sadar wisata.
7. Kampanye nasional sadar wisata merupakan kegiatan yang diselenggarakan dengan tujuan menanamkan kedisiplinan dalam aktivitas kepariwisataan. Umumnya, setiap pemerintah daerah membentuk kelompok sadar wisata yang anggotanya berasal dari masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi wisata.

KESIMPULAN

Inovasi kewirausahaan di sektor pariwisata merupakan kunci penting dalam menghadapi dinamika global dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Melalui pemahaman yang tepat tentang konsep kewirausahaan dan inovasi, pelaku industri pariwisata dapat menciptakan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan wisatawan masa kini.

Urgensi inovasi tidak hanya terletak pada peningkatan pengalaman wisatawan, tetapi juga pada kontribusinya dalam pembangunan ekonomi lokal dan penciptaan peluang kerja. Meski begitu, penerapan inovasi kewirausahaan masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya, regulasi yang kurang adaptif, dan minimnya sinergi antara stakeholder.

Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dan solusi yang melibatkan kolaborasi multi-pihak, pemanfaatan teknologi, penguatan kapasitas SDM, serta kebijakan yang mendukung ekosistem kewirausahaan di sektor pariwisata. Ke depan, sektor pariwisata Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang melalui penguatan inovasi

kewirausahaan yang berkelanjutan, berbasis kearifan lokal, dan mampu menjawab tantangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad F. (2024). *Peran Inovasi dalam Meningkatkan Kinerja Industri Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia*. Jurnal Multidisiplin West Science, Vol. 2 (3), 150-157.
- Astuti, Widi N.W, Artawan K.S. (2024). *Pengembangan Mata Kuliah Kewirausahaan Berbasis Sejarah (Historiprenursip) Untuk Menciptakan Peluang Bisnis Dan Inovatif Bagi Mahasiswa*. Sosial Studies, Vol. 11 (2), 28-39.
- Martina, Sopa, Adimulya R.P. (2013). *Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta*. Jurnal Khasanah Ilmu. Vol. 4 (2), 57-69.
- Pomantow, Lidya, Veronica A. Kumurur, Poli H, Octavianis H.A., Rogi. (2023). *Faktor-faktor Internal Pengembangan Objek Wisata Pantai Lakban Kabupaten Minahasa Tenggara Sebagai Objek Wisata Andalan*. Sabua, Vol. 5 (3), 149 – 156.
- Ragab, Rania dan Nashwa F. Attallah. *Kewirausahaan Berkelanjutan: Hubungan antara kewirausahaan pariwisata dan dukungan terhadap budaya masyarakat lokal*.<https://www.jotr.eu/index.php/volume25/279-sustainable-entrepreneurship-relationship-between-tourism-entrepreneurship-and-support-of-local-community-s-culture> [Diakses pada tanggal 5 april 2025]
- Salsabila, Shinta Nuria. M Isa Anshori, Ahmad Kamil, Novia Jamilati. (2024). *Strategi Inovatif Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Industri Parawisata di Bangkalan*. Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA). Vol. 2 (1), 176-190.