

PERAN KEWIRAUSAHAAN DALAM PENGEMBANGAN GEOWISATA

Reza Permadi¹, Ute Lies Siti Khadijah², M. Sapari Hadian³

¹ Program Studi Magister Pariwisata Berkelanjutan Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran

² Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Sumedang

³ Program Studi Magister Pariwisata Berkelanjutan Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran
e-mail: reza19018@mail.unpad.ac.id, ute.lies@unpad.ac.id, sapari@unpad.ac.id

ABSTRAK

Kewirausahaan dan inovasi adalah dua elemen penting dari pertumbuhan ekonomi negara-negara maju. Dengan kondisi pasar yang berubah cepat di dunia, para pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata memainkan peran kunci dalam pencapaian kesuksesan di bidang pariwisata, terutama di bidang pariwisata minat khusus kebumihanaan atau geowisata. Istilah geowisata merupakan gabungan dari dua kata, yaitu geo yang bermakna bentuk geografis, geomorfologi dan juga sumber daya alam lainnya, dan tourism atau pariwisata yang bermakna kunjungan ke kawasan wisata untuk apresiasi dan pendidikan (R. K. Dowling & Newsome, 2006) dan saat ini sedang berkembang pesat. Banyaknya pilihan paket wisata yang memiliki aktivitas yang sama dan perang harga membuat wisatawan jenuh dalam menentukan perjalanan. Dalam makalah ini, metode yang digunakan adalah kualitatif, untuk mengetahui karakteristik pemimpin pelaku pariwisata seperti kreativitas, kebutuhan untuk pencapaian dan pengambilan risiko. Penelitian ini menunjukkan bahwa geowisata adalah kegiatan berisiko dalam bidang pengelolaan dan kinerja sektor pariwisata, juga memerlukan inovasi dan kreativitas sebagai industri yang berkembang pesat yang harus mendukung selera wisatawan yang berbeda, dan oleh karena itu para pemimpin pelaku industri pariwisata memiliki efek besar pada pengembangan geowisata.

kata kunci: wirausaha; inovasi; kreativitas; geowisata; geologi

THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP ON GEOTOURISM DEVELOPMENT

ABSTRACT

Entrepreneurship and innovation are two important elements of the economic growth of developed countries. With market conditions that changing rapidly in the world, local governments and tourism industry players play a key role in achieving success in the tourism sector, especially in the field of special interest tourism or geotourism. The term geotourism is a combination of two words, namely geo which represents geographical form, geomorphology as well as other natural resources, and tourism or tourism related to tourism areas for appreciation and education (R. K. Dowling & Newsome, 2006) and is currently developing rapidly. The many choices of tour packages that have the same activities and price wars make tourists bored in determining the activity plan. In this paper, the method used is qualitative, to determine the characteristics of tourism actors such as creativity, the need for achievement and risk taking. This research shows that geotourism is a risky activity in the management and performance of the tourism sector, it also requires innovation and creativity as a fast growing industry that must support different tourist tastes, and therefore tourism industry leaders have a big effect on developing geotourism in an area.

keywords: entrepreneurship; innovation; creativity; geotourism; geology

PENDAHULUAN

Sejak awal era ekonomi baru, kewirausahaan dan inovasi telah menjadi penentu utama bagi negara dan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif jangka panjangnya. Pertumbuhan ekonomi di negara-negara maju telah didorong oleh niat dan inovasi wirausaha daripada oleh investasi (Chen, Zhu, & Xie, 2004). Jenis dan sifat pasar dan harapan pelanggan berubah dengan cepat; Oleh karena itu, sangat penting bagi negara dan perusahaan untuk memiliki tipe baru organisasi

dan kepemimpinan untuk mencapai visi dan misi di pasar yang dinamis saat ini. McGrath & MacMillan (2000) mengusulkan pemimpin organisasi bisa mencapai keunggulan komparatif. Mereka mendefinisikan tipe baru pemimpin bisnis ini dengan konsep pemimpin kewirausahaan.

Dalam industri pariwisata yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan

pemerintah daerah. Dalam kajian sosiologi pariwisata, minat wisatawan berkunjung di suatu destinasi alam salah satunya ditentukan faktor-faktor ekstrinsik, yaitu faktor-faktor luar yang melekat pada destinasi wisata alam (I. G. Pitana & Putu, 2009).

Salah satu faktor ekstrinsik tersebut adalah atraksi, atau sering disebut daya tarik wisata. Menurut Pendit (2002), daya tarik wisata didefinisikan sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Saat ini, faktor-faktor tersebut dikembangkan dalam aktivitas geowisata yang merupakan bentuk kegiatan pariwisata minat khusus yang fokus utamanya pada kenampakan geologi permukaan bumi maupun yang terkandung didalamnya dalam rangka mendorong pemahaman akan lingkungan hidup, alam dan budaya, lebih lanjut sebagai bentuk apresiasi, dan kegiatan konservasi, serta memiliki kepedulian terhadap kelestarian kearifan lokal.

Tiga pemangku kepentingan penting ada dalam industri geowisata, yaitu: pengunjung, pelaku wisata dan masyarakat lokal. Keberadaan geowisata diharapkan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat/ komunitas yang berada di sekitarnya. Manfaat tersebut dapat berupa dampak positif yang dapat dinikmati seperti : ekonomi, sosial, peningkatan kualitas lingkungan atau lainnya (Hermawan, 2016b) dan (Hermawan, 2016a).

Peneliti sebelumnya menyebutkan, dengan geowisata diharapkan proses pembangunan di daerah tersebut semakin meningkat. Salah satu model pengelolaan yang cocok untuk geowisata adalah pariwisata berbasis kerakyatan/ masyarakat atau dikenal dengan Community Based Tourism (CBT). Dimana dalam CBT pariwisata diinisiasi oleh masyarakat lokal sendiri, dikembangkan bersama oleh masyarakat lokal, dan benefit dari pariwisata diharapkan dapat dinikmati masyarakat seutuhnya (Hermawan, 2016).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus (Creswell, 2013) menekankan pada penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata. Tipe studi kasus pada penelitian ini adalah studi kasus intrinsik karena hanya memfokuskan pada kasus tersebut (yang dianggap unik). Pada penelitian ini untuk menentukan informan menggunakan sampling purposive. Menurut (Creswell, 2013) sampling purposive adalah memilih informan yang akan diteliti, karena dapat memberikan informasi secara spesifik kepada peneliti tentang pemahaman masalah. Responden yang dijadikan informan adalah pemimpin perusahaan di bidang pariwisata khususnya geowisata yang memiliki produk atau jasa aktivitas geowisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara mendalam dengan pemimpin perusahaan di bidang geowisata menghasilkan pemaknaan tentang wirausahawan yang berarti orang yang dapat membuat produk atau layanan baru dan erat kaitannya dengan konsep inovasi. Dia mempertahankan inovasi yang diuraikan dalam beberapa cara seperti: pasar baru, produk baru, metode produksi baru, dan bentuk organisasi baru. Definisi wirausaha ini, yang terkait erat dengan inovasi.

Kegiatan geowisata juga dapat ditingkatkan berdasarkan inovasi dan kreativitas. Salah satu aspek terpenting dari geowisata adalah mengubah pemanfaatan umum sumber daya alam, seperti lahan bekas tambang, fosil serta batuan unik untuk menjadi daya tarik pariwisata. Selain itu, tinggal bersama masyarakat lokal, kesenian, aktivitas keseharian, hingga makanan buatan masyarakat setempat juga bisa menjadi penawaran untuk wisatawan. Geowisata memberikan peluang kerja bagi masyarakat lokal dan bagi mereka yang ingin sukses. Bahkan, menjadi pemandu geowisata itu adalah salah satu sumber pendapatan baru untuk masyarakat.

Konsep risiko adalah parameter yang sangat terkait dengan perilaku kewirausahaan. Pengambilan risiko memiliki pengaruh pada semua bagian kegiatan terutama pada tahap awal perusahaan. Terlepas dari kenyataan bahwa tingkat risiko tertinggi pada inisiasi awal, industri geowisata secara umum berhubungan langsung dengan alam dan karenanya penuh ketidakpastian. Ketidakpastian ini terkait dengan kelangkaan informasi dan pasar yang sangat minat khusus. Masyarakat lokal selalu ragu melakukan aktivitas baru karena biasanya mereka takut akan perubahan dalam kegiatan budaya atau keseharian mereka.

Di sisi lain, karena petualangan dan pengalaman di alam adalah karakteristik geowisata, manajemen risiko dan keselamatan adalah parameter penting untuk industri geowisata, terutama untuk penyedia jasa perjalanan. Mereka harus melindungi pengunjung dari bahaya dan membawa mereka ke tempat-tempat menakutkan pada saat yang sama.

SIMPULAN

Faktor kepribadian utama pemimpin perusahaan geowisata memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Berani mengambil risiko
2. Inovatif
3. Kreatif
4. Suka dengan hal-hal baru
5. Percaya dengan peluang pasar

Untuk mengembangkan geowisata sebagai industri yang terkait langsung dengan manusia dan masyarakat setempat, diperlukan pemahaman terhadap parameter kunci wirausaha. Dalam sinopsis, geowisata mencakup faktor-faktor inovasi, manajemen risiko, peningkatan pendidikan, manfaat ekonomi dan kemajuan sosial yang dapat ditemukan dalam karakteristik niat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, J., Zhu, Z., & Xie, H. Y. (2004). Measuring intellectual capital: a new model and empirical study. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (1), 195-212
- Creswell, J. (2013). Penelitian kualitatif dan desain riset. (S. Zuhri kuds, Ed.) (3rd ed.). Indonesia: Pustaka pelajar.
- Dowling, R. K. (2011). Geotourism's Global Growth. *Geoheritage*, 3, 1-13.
- Dowling, R. K., & Newsome, D. (2006). *Geotourism*. routledge.
- Dowling, R., & Newsome, D. (2010). Chapter 1. Geotourism: A global activity. *Global Geotourism Perspectives*. Goodfellow London.
- Hermawan, H. (2016a). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105-117.
- Hermawan, H. (2016b). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Sosial Budaya Masyarakat Lokal. In Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri Pertama Tahun 2016 (Vol. 1, pp. 426-435). SNIPTEK Nusa Mandiri
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty*: Harvard Business school.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata Jakarta*: P.T Pradnya Paramita.
- Pitana, I. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: andi.
- Pitana, I. G., & Putu, G. (2009). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi