

Analisis Inovasi Pada Bisnis Jasa Pariwisata CV. CEMARA EDU WISATA

Aling Ceterina

Universitas Teknologi Digital aling10120099@digitechuniversity.ac.id

Supriyadi

Universitas Teknologi Digital supriyadi@digitechuniversity.ac.id

Abstrak

Tujuan_ Tujuan umum dari penelitian ini adalah bermaksud untuk mengetahui dan memetakan inovasi apa saja yang ada di CV. Cemara Eduwisata dan untuk mengetahui minat dari para wisatawan dalam inovasi yang telah dilakukan oleh CV. Cemara Eduwisata.

Desain/Metode_ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah, metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini, upaya dilakukan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin data deskriptif, yang diungkapkan dalam bentuk laporan dan narasi. Sifat dari penelitian deskriptif adalah seorang peneliti ingin mengetahui konteks penelitiannya. sesuatu dan dst, dalam hal ini penelitiannya bersifat deskriptif, yaitu gambaran peristiwa dan yang lainnya. Dalam pendekatan deskriptif kualitatif, analisis terhadap data yang diperoleh (baik berupa kata-kata, gambaran, atau tindakan) dilakukan dengan memberikan uraian atau penjelasan, bukan diungkapkan dalam bentuk angka atau angka statistik. Suatu situasi atau kondisi yang berbentuk narasi naratif. Pendekatan yang dipilih dalam penelitian ini adalah peneliti mewawancarai langsung kepada pemilik usaha di sektor jasa pariwisata untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan sebagai landasan bagi perusahaan tersebut yang diteliti, gambaran umum tentang hal itu.

Temuan_ Hasil analisis menunjukkan berdasarkan bentuk inovasi produk yang ditawarkan, dan dimiliki oleh CV. Cemara Edu Wisata, maka yang dilakukan oleh pihak dari CV. Cemara Edu Wisata yaitu, dengan mengeskplor wisata alam atau sebuah tempat menjadi objek wisata yang tak sekedar hanya travelling. Kemudian perkembangan produk usaha yang dilakukan hingga sekarang oleh CV. Cemara Wisata yaitu, berinovasi dengan trend yang ada dengan perkembangan arus zaman seperti dengan musikalisasi puisi atau mini teater untuk pertunjukkan yang dilakukan para pemandu wisata terhadap konsumen.

Implikasi_ Hasil penelitian ini diharapkan Sebagai suatu masukan agar memperbaiki kinerja perusahaan dalam menciptakan inovasi layanan jasa pariwisata sehingga menghasilkan layanan yang efektif bagi para wisatawan. Dan agar memiliki inovasi yang lebih baik lagi untuk kedepannya.

Originalitas_ Melakukan analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan jurnal ilmiah dan artikel serta melakukan pengamatan langsung pada tempat penelitian yaitu, CV. Cemara Edu Wisata dan melakukan observasi serta pengamatan terhadap perusahaan.

Tipe Penelitian_ Kualitatif Deskriptif

Kata Kunci : inovasi, pariwisata, wisata

I. Pendahuluan

Perkembangan sektor pariwisata saat ini sangat pesat dan tujuannya yaitu, untuk meningkatkan nilai seni dan budaya yang ada di Indonesia, khususnya di kota Bandung, Jawa Barat. Wisata bukan hanya kegiatan bersenang-senang saja, tetapi beraneka ilmu edukasi yang dapat dipelajari. Di era sekarang belajar tentu menjadi hal yang sangat membosankan, Maka dikembangkanlah kegiatan belajar dengan berwisata.

Yang disebut dengan wisata edukasi, ialah wisata dengan bertemakan pendidikan yang membangun serta menjadikan sejarah sebagai acuan dalam berwisata sehingga menambah wawasan dengan berwisata dan belajar. Oleh karena itu banyak tempat wisata yang bisa dijadikan sarana untuk edukasi. Menurut (UU RI Nomor 10 Tahun 2009) Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan objek wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Edukasi berbasis pariwisata juga merupakan sarana yang efektif untuk menunjang pola pikir para wisatawan yang mengunjungi destinasi tersebut. Dan program ini juga sangat positif untuk dilakukan, selain melatih minat dan bakat, program ini dapat meningkatkan banyak relasi yang terjalin antara banyak orang yang bisa ditemui baik ditempat wisata tersebut.

Dalam hal ini wisata yang berbasis budaya dapat lebih menarik untuk dikembangkan dan selain wisatawan mendapatkan kegiatan yang dapat meningkatkan pengetahuan juga berperan dalam menjaga kelestarian budaya sebagai ketahanan bangsa dan juga turut serta menggali potensi masyarakat. Mengingat di Bandung Selatan terdapat beberapa objek tujuan wisata yg letaknya berdekatan, maka pada bulan Mei tahun 2007 diusung suatu wadah pemanfaatan potensi wisata yg diberi nama CV. Cemara Edu Wisata yang kemudian hadir sebagai konten provider penyedia produk untuk travel yang berbasis budaya.

II. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif ialah suatu penelitian yang berlandaskan filosofi post-positivisme yang digunakan untuk mengeksplorasi keadaan benda alam, dengan peneliti sebagai instrumen utamanya. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, orang, dan perilaku yang diamati

III. Hasil Dan Pembahasan

Inovasi CV. Cemara Edu Wisata

1. Inovasi produk yang diterapkan di CV. Cemara Edu Wisata Berdasarkan wawancara terhadap pemilik sebelumnya dari CV. Cemara Edu Wisata mengenai inovasi produk yang ditawarkan oleh CV. Cemara Edu Wisata dalam sektor jasa pariwisata yaitu, beberapa produk yang ditawarkan sebagai berikut :

- a. Wisata Edukasi

Mempunyai dua aspek yaitu faktor permintaan berdasarkan sudut pandang wisatawan yang termasuk dalam pengaruh pribadi wisatawan setelah perjalanan wisata, dan faktor interaksi selama perjalanan wisata. Yang dimana wisata diadakan untuk belajar dan mengedukasi tentang pembelajaran

- b. Wisata sejarah dan budaya

CV. Cemara Edu Wisata menawarkan pengalaman dalam berwisata dengan memperkenalkan sejarah yang ada di kota Bandung, atau sesuai keinginan konsumen. Dan mengikutsertakan budaya sebagai unsur yang melengkapi kentalnya adat istiadat yang ada di kota Bandung. Agar para pelanggan khususnya dari mancanegara yang datang ke kota Bandung mengetahui keberagaman serta sejarah dan budaya yang menjadi ciri khas kota Bandung.

c. *Wisata Kesehatan (Wellness Tourism)*

Wisata kesehatan yaitu, mengacu kepada wisata pembugaran diri dimana yang mengikuti program ini adalah para lansia yang menyukai ketenangan dan memerlukan penyembuhan lewat wisata kesehatan ini. Wisata kesehatan yang diadakan oleh CV. Cemara Edu Wisata biasanya dilakukan di Bali. Karena di Bali merupakan tempat yang tepat untuk melakukan berbagai kegiatan spiritual dan penenangan diri.

Berdasarkan bentuk inovasi produk yang ditawarkan, dan dimiliki oleh CV. Cemara Edu Wisata, maka yang dilakukan oleh pihak dari CV. Cemara Edu Wisata yaitu, dengan mengeksplor wisata alam atau sebuah tempat menjadi objek wisata yang tak sekedar hanya travelling. Kemudian perkembangan produk usaha yang dilakukan hingga sekarang oleh CV. Cemara Wisata yaitu, berinovasi dengan trend yang ada dengan perkembangan arus zaman.

2. *Inovasi Proses Yang Diterapkan di CV. Cemara Edu Wisata*

Berdasarkan wawancara mengenai Inovasi proses dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis, yang dikembangkan hingga sekarang, cara pemasaran yang dilakukan, dan cara yang dilakukan oleh CV. Cemara Edu Wisata dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, maka sebagai berikut:

a. CV. Cemara Edu Wisata terus berinovasi dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnisnya dengan berbagai strategi yang terus dikembangkan hingga saat ini. Salah satu inovasi utama yang kami terapkan adalah penggunaan teknologi modern dalam seluruh aspek operasional perusahaan. Sebagai contoh, kami telah mengembangkan dan menerapkan aplikasi mobile khusus yang memungkinkan pengguna untuk mengakses informasi interaktif selama tur mereka. Aplikasi ini tidak hanya memberikan informasi tentang tempat-tempat wisata yang kami kunjungi, tetapi juga menyediakan konten edukatif yang relevan dengan sejarah dan budaya setempat. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga membantu meningkatkan efisiensi operasional kami, karena penggunaan teknologi mengurangi ketergantungan pada proses manual dan mempercepat alur kerja.

b. Selain itu, kami juga telah meluncurkan sistem manajemen reservasi online yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara langsung melalui website kami. Sistem ini tidak hanya memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan, tetapi juga membantu kami dalam mengelola inventaris dan mengoptimalkan kapasitas kunjungan. Dengan adanya sistem manajemen reservasi online, kami dapat memantau jumlah kunjungan yang dijadwalkan dan mengatur tour secara lebih efisien, mengurangi kemungkinan terjadinya overbooking dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

c. Selain itu, CV. Cemara Edu Wisata juga terus mengembangkan program pelatihan internal untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tim kami. Kami percaya bahwa investasi dalam pengembangan SDM adalah kunci untuk mencapai produktivitas yang tinggi dan kualitas layanan yang unggul. Dengan mengadakan pelatihan reguler dan menyediakan akses ke sumber daya pendidikan yang relevan, kami memastikan bahwa seluruh tim kami selalu siap untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

d. Kepuasan pelanggan adalah prioritas utama bagi CV. Cemara Edu Wisata, dan kami berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka dengan berbagai cara. Salah satu

strategi utama yang kami terapkan adalah dengan melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala. Melalui survei ini, kami dapat mengumpulkan umpan balik dari pelanggan tentang pengalaman mereka selama berkunjung, serta mendapatkan wawasan berharga tentang area-area di mana kami dapat melakukan perbaikan atau peningkatan.

e. Selain itu, kami juga aktif berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbagai saluran, termasuk email, media sosial, dan pertemuan langsung. Kami membuka saluran komunikasi ini untuk memungkinkan pelanggan untuk memberikan masukan, pertanyaan, atau masalah yang mereka alami, dan kami selalu siap untuk merespons dengan cepat dan secara efektif. Dengan cara ini, kami dapat memastikan bahwa setiap kebutuhan atau kekhawatiran pelanggan ditangani dengan serius dan dengan cepat.

f. Selain mendengarkan umpan balik pelanggan, CV. Cemara Edu Wisata juga secara proaktif mengidentifikasi dan merespons tren atau perubahan dalam preferensi pelanggan. Misalnya, jika kami melihat peningkatan permintaan untuk tur edukatif tentang topik tertentu, kami akan mengembangkan program tour yang sesuai untuk memenuhi permintaan tersebut. CV. Cemara Edu Wisata juga secara teratur meninjau dan memperbarui paket tur dan kegiatan kami untuk memastikan bahwa kami tetap relevan dan menarik bagi pelanggan kami.

g. Terakhir, kami juga menyediakan berbagai promosi dan diskon khusus untuk pelanggan setia kami, seperti sekolah dan komunitas pendidikan. Kami percaya bahwa memberikan nilai tambah kepada pelanggan kami adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat dan memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

3. Inovasi produk yang diterapkan di CV. Cemara Edu Wisata

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik sebelumnya CV. Cemara Edu Wisata maka konsep inovatif dari inovasi manajerial yang sudah diterapkan di CV. Cemara Edu Wisata dan sumber daya yang dibutuhkan untuk memenuhi suatu pengembangan, serta cara pengembangan konsep inovatif yaitu :

- a. Membuat paket wisata
- b. Membuat dan mengembangkan paket-paket wisata
- c. Mendata setiap lokasi yg akan dijadikan objek kegiatan
- d. Bekerjasama dengan stekholder terkait
- e. Melakukan startegi pemasaran baik online maupun offline.

Kemudian untuk sumber daya manusia yang ada di CV. Cemara Edu Wisata, maka sebagai pelaku dalam dunia wisata interpreter/fasilitator yang artinya untuk memfasilitasi pengelolaan sumber daya yang ada di perusahaan dan dikelola untuk kepentingan konsumen / pelanggan. Pengembangan yang dilakukan yaitu, untuk terus melakukan perbaikan strategi pemasaran dan inovasi pada setiap produk yang dijual.

Dampak Inovasi CV. Cemara Edu Wisata

1. Dampak Inovasi Produk CV. Cemara Edu Wisata Dampak dari Inovasi Produk dari CV. Cemara Edu Wisata, yaitu :

- a. Meningkatnya pemesanan dari pelanggan karena ingin berwisata dan mengetahui sejarah.
- b. Banyaknya kerjasama yang ditawarkan oleh para kolaborator untuk memajukan bisnis secara bersama.
- c. Banyak orang yang mngenal CV. Cemara Edu Wisata melalui banyaknya klien yang sudah memakai jasa dari CV. Cemara Edu Wisata.
- d. Meningkatkan keingintahuan dari para turis dan pelancong yang ingin berwisata serta menggnakan jasa dari CV. Cemara Edu Wisata.

2. Dampak Inovasi Proses CV. Cemara Edu Wisata Dampak dari inovasi proses di CV. Cemara Edu Wisata, yaitu :
 - a. Pembangunan desa wisata yang menjadi daya tarik para pelanggan dan menjadi daya tarik tersendiri.
 - b. Wisata yang mengacu pada alam sehingga banyak menghabiskan waktu di alam serta mempergunakan bahan-bahan di alam untuk membuat kerajinan.
 - c. Berkonsep pada sejarah dan budaya yang memperkenalkan museum serta tempat bersejarah di kota Bandung.
3. Dampak Inovasi Manajerial CV. Cemara Edu Wisata Dampak dari inovasi manajerial di CV. Cemara Edu Wisata, yaitu :
 - a. Pengelolaan pemasaran melalui website untuk pendaftaran calon klien yang ingin mendaftarkan diri untuk berwisata di CV. Cemara Edu Wisata
 - b. Memperkenalkan CV. Cemara Edu Wisata terhadap para pelajar secara langsung dengan mengunjungi sekolah ataupun kampus.
 - c. Memperkuat strategi pemasaran secara langsung agar banyak yang tertarik.

Rekomendasi/Saran

Rekomendasi dan saran untuk CV. Cemara Edu Wisata, yaitu :

1. Memperluas jaringan bisnis jasa pariwisata yang lebih banyak lagi seperti memiliki rekan bisnis untuk diajak bekerjasama terlebih lagi yang diluar Kota Bandung agar CV. Cemara Edu Wisata lebih dikenal banyak orang dan diminati.
2. Memperkenalkan Cemara Wisata di semua sosial media agar banyak peminat yang mengetahui Cemara Wisata karena peran pemasaran di media sosial untuk saat ini sangat berpengaruh sangat pesat.
3. Merekomendasikan Cemara Wisata kepada para influencer agar menarik minat para pelanggan melalui para influencer tersebut.

Meningkatkan sarana dan prasarana agar bisnis dari CV. Cemara Edu Wisata semakin meningkat, seperti memiliki armada bus, memperbanyak *tour guide*, memperkuat strategi *marketing*

IV. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dokumentasi yang dilaksanakan di CV. Cemara Edu Wisata dapat diambil beberapa kesimpulan, kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut :

1. Inovasi yang telah diterapkan di CV. Cemara Edu Wisata sangat melestarikan budaya dan alam yang bekerjasama dengan pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata di kota Bandung, Jawa Barat.
2. CV. Cemara Edu Wisata telah meningkatkan bisnisnya serta melakukan pengembangan dan perbaikan dari segi inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi manajerial.
3. Perbaikan yang harus dilakukan yaitu, lebih banyak mempromosi bisnis CV. Cemara Edu Wisata ini di media sosial dan memperkuat strategi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Inovasi pada bisnis jasa pariwisata di CV. Cemara Edu Wisata, dapat diambil beberapa saran. Saran tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Saran dari penelitian ini ditujukan terhadap CV. Cemara Edu Wisata untuk senantiasa memberikan respon cepat kepada pelanggan dan para klien ketika bertanya mengenai paket wisata.

2. Saran dari penelitian ini ditujukan terhadap CV. Cemara Edu Wisata untuk tetap menjaga inovasi dan kualitas yang sangat baik ini kepada para pelanggan dari CV. Cemara Edu Wisata

Daftar Pustaka

- Amy, R. (2015). Manajemen Perubahan dan Inovasi.
- Collis, Jill, & Husley, R. (2003) Jakarta: UI-Press.
- Palgrave Macmillan. De Jong, J., & Den Hartog, D. (2003). Business Research: A Practical Guide For Undergraduate And Postgraduate Students 3rd Edition.
- Elintan, L., & Anantan, L. (2009). Leadership as a determinant of innovative behavior. A Conceptual framework.
- Gurhan, G. (2011). Manajemen Inovasi (Transformasi. Menuju Organisasi Kelas Dunia). Bandung: CV. Alfabeta.
- Hartini. (2012). Effects Of Innovation Types On Firm Performance. The International Journal of Production Economics.
- Hyland, P., & Beckett, R. (2004). Prinsip dan Dinamika Pemasaran, ed. Tiga. Yogyakarta: J&J Learning.
- , P. M., & Rohana, T. (2015). Innovation and Enhancement of Enterprise Capabilities. International Journal of Technology Management and Sustainable Development. Indonesia. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Keparawisataan, Jakarta Indonesia. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Jakarta Makmur.
- Reflika Aditama. Moelong, L. (2005). Inovasi dan kreativitas manusia dalam administrasi dan manajemen. Bandung:
- . Osborne, S., & Brown, K. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rajapathirana, R., & Hui, Y. (2018). Managing change and innovation in public rvice organizations. In Managing Change and Innovation in Public Service. USA: Routledge.
- Journal of Innovation Empirical paper Relationship between innovation capability , innovation type , and firm performance. Suma de Negocios. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>