

STRATEGI PENGEMBANGAN TEKNOSOSIOPRENEURSHIP DALAM INDUSTRI PARIWISATA HALAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0: PENDEKATAN FENOMENOLOGI PADA HALAL TRAVEL AGENCY

Oleh:

Menur Kusumaningtyas

Fitri Nur Latifah

Perbankan Syariah

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli, 2024



Pendahuluan

Industri berkembang melalui tahapan sistematis. Meskipun prediksi akurat tentang perubahan industri sulit, tanda-tanda revolusi industri bisa diamati dan dianalisis untuk menghasilkan hipotesis aplikatif. Istilah revolusi industri pertama kali muncul di Inggris pada tahun 1784 dengan penemuan mesin uap yang menggantikan tenaga manusia. Revolusi industri pertama membawa perubahan besar dan dikenal sebagai revolusi industri pertama. Revolusi industri kedua, sekitar akhir abad 19, dikenal sebagai revolusi teknologi dengan penggunaan luas peralatan mesin, listrik, dan minyak bumi. Revolusi ini juga membawa dampak besar dan menjadi dasar bagi revolusi industri ketiga (Prasetyo & Sutopo, 2018).

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana cara mengubah corporate mindset “Halal Travel Agency” dalam menyambut revolusi industri 4.0?
2. Bagaimana strategi pengembangan “Halal Travel Agency” beserta faktor pendukung dan penghambatnya untuk menjadi Teknososiopreneur dalam menghadapi revolusi industri 4.0?

Metode

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap oleh sejumlah individu atau sekelompok orang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan

Hasil



Pembahasan

Strategi Pengembangan Halal Travel Agency menjadi Teknososiopreneur dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 akan dirumuskan dengan menggunakan model VCIT. Model VCIT bertujuan untuk meningkatkan kinerja pengusaha agar sesuai dengan tuntutan industri 4.0.

Temuan Penting Penelitian

Metode VCIT diterapkan untuk menganalisis empat komponen utama: nilai, budaya, inovasi, dan teknologi dalam konteks operasi agen perjalanan halal. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer dan staf di berbagai travel yang terlibat dalam operasional agen perjalanan, memberikan wawasan langsung tentang implementasi dan dampak elemen–elemen ini. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diperoleh beberapa strategi yang dapat diterapkan yaitu untuk mendorong Halal Travel Agency menjadi technososiopreneur, perusahaan perlu menerapkan strategi yang mengintegrasikan nilai, budaya, inovasi, dan teknologi secara holistik.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin kembali mengangkat topik yang sama, yaitu terkait dengan manajemen strategi menyambut industri 4.0, namun dengan mengambil objek yang berbeda.

2. Bagi Halal Travel Agency

Perusahaan yang bergerak di bidang Halal Travel Agency dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan bagi perumusan kebijakan perusahaan dalam menyambut era industri 4.0.

3. Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat lebih mengetahui keberadaan perusahaan travel berbasis halal berikut konsep-konsep yang ditawarkannya, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin melakukan perjalanan wisata yang memperhatikan syarat-syarat halal sesuai dengan ajaran Agama Islam.

Referensi

- Abdul Hakim, A., Ridwan, H., Hanasudin, M., & Al-Hakim, S. (2017). Towards Indonesia Halal Tourism. *AHKAM*, 17(2), 279–300.
- Ajeng, D. P., Partini, & Peni, S. W. (2018). Tantangan Sociopreneurs Yogyakarta di Era Communication 3.0. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(1), 12–25.
- Anco. (2017). Budaya Organisasi dan Pengambilan Keputusan. *Shautut Tarbiyah*. 3(6), 1–18.
- Anggadwita, G. (2017). Tugas Kewirausahaan. *Manajemen Bisnis dan Informatika*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jakarta: Telkom University
- Barringer, A. S., & Ireland, D. R. (2009). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. New Delhi: Pearson Education, Inc.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Depositario, Aquino, & Feliciano. (2011). Entrepreneurial Skill Development Needs of Potential Agri-Based Technopreneurs. *ISSAAS*, 17(1), 106–120.
- Eroglu, O., & Picak, M. (2011). Entrepreneurship, National Culture and Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, 2(16), 146–151.
- Esqtours.com. (2018). Tips Memilih Travel Agent. Retrieved from <http://esqtours.com/tips-memilih-travel-agent-paket-tour-muslim-wisata-halal/>
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian KUalitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Gerintya, S. (2018). Peluang Indonesia Menggaet Pasar Wisata Ramah Muslim. Retrieved from <https://tirto.id/peluang-indonesia-menggaet-pasar-wisata-ramah-muslim-cMxq>
- Hecklau, F., Galeizke, M., Flach, S., & Kohl, H. (2016). Holistic Approach for Human Resource Management in Industry 4.0. *Procedia CIRP*, 54, 1–6.
- Herujito, Y. M. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Hisrich, R., & Peters, M. (2008). *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Istijanto. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia: Cara Praktis Mendeteksi Dimensi-Dimensi Kerja Karyawan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Istijanto. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Ilmu.

