

**KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF
BERKELANJUTAN**

DESTINASI WISATA DANAU TOBA

RIKO FRIDOLEND SIANTURI





Pariwisata Indonesia: Penyumbang Penyumbang Devisa Terbesar Kedua

\$7,46

Miliar USD

Devisa sektor pariwisata
dan ekonomi kreatif
hingga Juli 2024

Rp113,69

Triliun

Nilai devisa dalam rupiah
(kurs Rp 15.240)

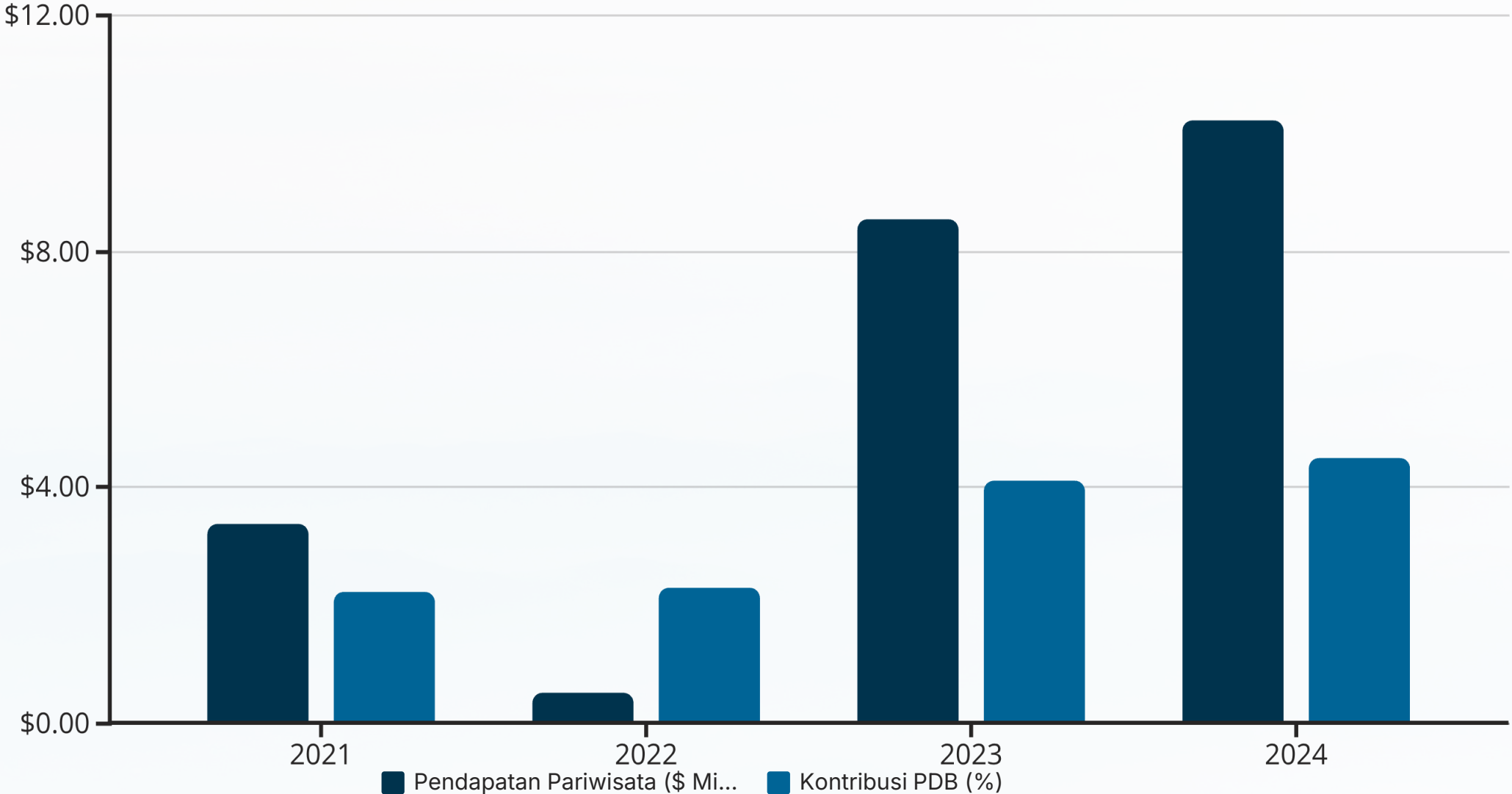
2

Posisi

Ranking penyumbang
devisa negara setelah
CPO

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi luar biasa untuk dijadikan objek wisata dengan berbagai jenis pariwisata yang menarik seperti wisata budaya, sosial, dan alam yang terus dikembangkan pemerintah dan swasta.

Kebangkitan Sektor Pariwisata Indonesia 2021-2024



Data menunjukkan peningkatan signifikan pada tahun 2024 dengan pendapatan pariwisata mencapai \$7,38-13,08 miliar dan kontribusi PDB naik menjadi 4,50%. Jumlah tenaga kerja pariwisata dan ekonomi kreatif juga bertambah menjadi 22,09 juta dan 24,7 juta jiwa.

Faktor Penghambat dan Pendorong Pariwisata Indonesia

Penghambat Utama

- Kondisi Ekonomi Global (79,49%)**
Ketidakpastian ekonomi global menjadi faktor utama penghambat
- Perubahan Perilaku Wisatawan (38,46%)**
Adaptasi terhadap preferensi wisatawan yang berubah
- Ketidakstabilan Geopolitik (35,90%)**
Dampak situasi geopolitik global terhadap pariwisata

Pendorong Pertumbuhan

- Pengembangan Destinasi Berkualitas (46,15%)**
Inovasi dan kualitas destinasi pariwisata
- Peran Teknologi (43,59%)**
Teknologi mendukung kemudahan berwisata
- Peningkatan Pendapatan Domestik (38,46%)**
Daya beli wisatawan domestik yang meningkat



Danau Toba: Destinasi Kelas Dunia

Perkembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif di sekitar Danau Toba menjadi prioritas pembangunan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Kebangkitan, percepatan dan pemantapan kawasan Danau Toba sebagai destinasi kelas dunia telah dilakukan melalui berbagai program infrastruktur.

01

Pembangunan Infrastruktur

Percepatan pembangunan jalan menuju Danau Toba dan jalan tol

02

Fasilitas Transportasi

Pembangunan lapangan udara Silangit dan Sibisa

03

Revitalisasi Objek Wisata

Peningkatan kualitas objek wisata yang sudah ada

04

Destinasi Baru

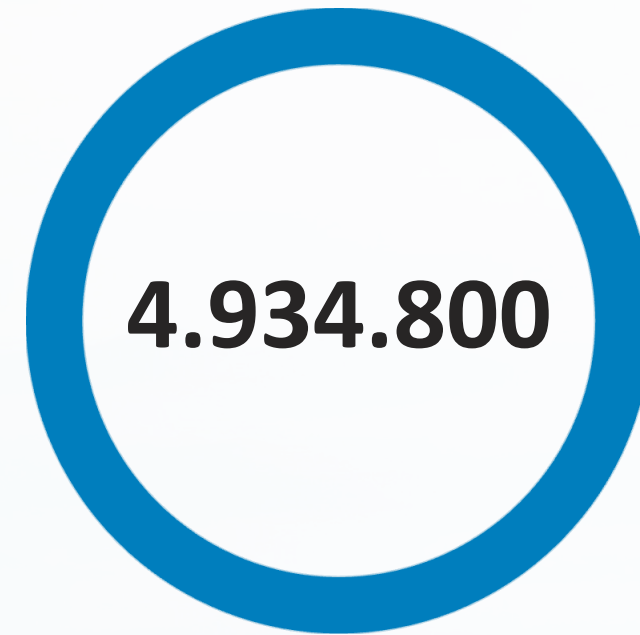
Penciptaan objek wisata baru seperti ecotourism dan desa wisata

Target Kunjungan Wisatawan Danau Toba 2045



Wisatawan Mancanegara

Target kunjungan wisatawan asing pada tahun 2045



Wisatawan Nusantara

Target kunjungan wisatawan domestik pada tahun 2045

Prediksi peningkatan kunjungan wisatawan yang signifikan menunjukkan potensi besar pengembangan bisnis pariwisata di kawasan Danau Toba, termasuk sektor homestay yang menjadi fokus penelitian ini.

Pemetaan Destinasi Wisata Danau Toba

Pemerintah telah melakukan pemetaan destinasi pariwisata di sekitar Danau Toba untuk mempermudah wisatawan berkunjung ke berbagai destinasi wisata yang tersedia.



Recreation - Parapat

Wisata rekreasi yang berpusat di Parapat, Kabupaten Simalungun



Culture - Simanindo

Wisata budaya yang berpusat di Simanindo, Kabupaten Samosir



Nature/Bio - Merek

Wisata alam yang terletak di Merek, Kabupaten Karo



Urban Heritage - Balige

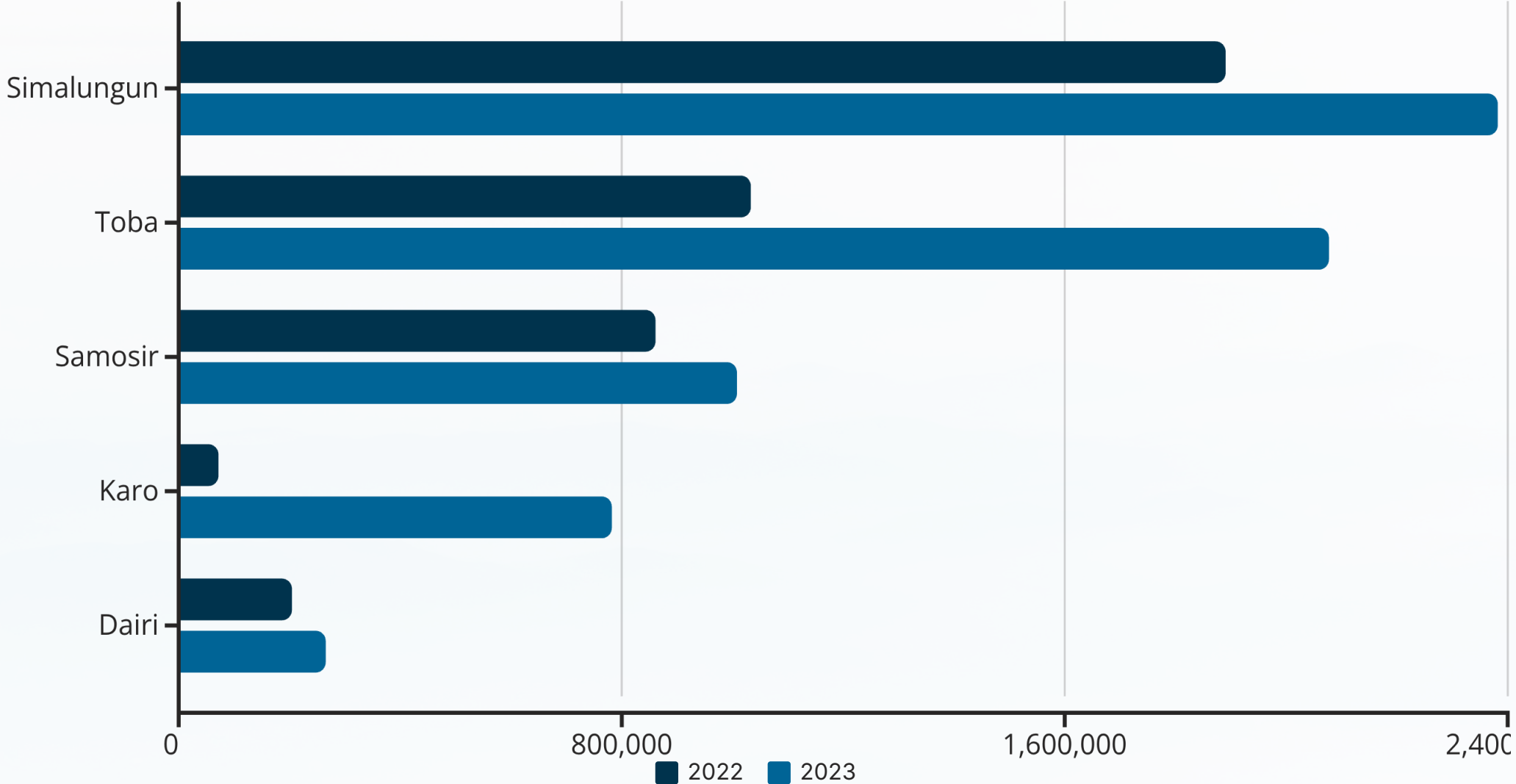
Wisata warisan perkotaan di Balige, Kabupaten Toba



Geology - Samosir

Wisata geologi di Kabupaten Samosir dan Humbang Hasundutan

Kunjungan Wisatawan ke Kawasan Danau Toba 2022-2023



Data menunjukkan peningkatan signifikan kunjungan wisatawan di semua kabupaten, dengan Simalungun memimpin dengan 2,36 juta wisatawan domestik pada 2023. Wisatawan domestik mendominasi dengan jumlah jauh lebih tinggi dibanding wisatawan asing.



Destinasi Desa Wisata di Kawasan Danau Toba



Simanindo (Rintisan)

Museum Huta Bolon, pagelaran ritual budaya lewat musik dan tari tortor, sigale-gale, pembuatan alat musik tradisional Batak, dan Rumah Kaca bergaya arsitektur kolonial Belanda.



Hutatinggi (Berkembang)

Wisatawan dapat mempelajari budaya Batak Toba seperti memeras susu kerbau dan membuat keju Batak. Bagian dari kawasan Geosite UNESCO Danau Toba dengan fasilitas lengkap.



Hariara Pohan (Maju)

Bukit Holbung Samosir sebagai spot terbaik menikmati lanskap Danau Toba, rumah adat Bolon, Sarkofagus Makam Raja Simarmata, dan homestay dengan Rumah Adat Batak asli.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

Pengembangan destinasi desa wisata di sekitar Danau Toba didukung oleh Kelompok Sadar Wisata yang berperan penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Pemerintah telah mengalokasikan anggaran Rp 4,04 triliun untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas pariwisata.

Peran Serta Masyarakat

Partisipasi aktif masyarakat dalam mengembangkan sadar wisata



Pelestarian Budaya

Menjaga keaslian adat istiadat dan kebiasaan hidup



Keseimbangan Ekosistem

Menjaga keseimbangan kehidupan manusia dengan alam



Perlindungan Lingkungan

Melindungi satwa, tumbuhan, dan menjaga lingkungan hidup





Potensi Bisnis Homestay di Danau Toba

Bisnis homestay menjadi peluang menjanjikan bagi masyarakat sebagai bisnis keluarga. Homestay lebih diminati pengunjung karena berada di lokasi dengan budaya Batak yang kental, bangunan unik seperti rumah adat, dan harga terjangkau.

Keunggulan Homestay

- Lokasi di destinasi wisata baru
- Budaya lokal yang masih kental
- Bangunan unik rumah adat
- Harga terjangkau
- Interaksi dengan masyarakat lokal
- Pengalaman budaya autentik

Program Sarhunta

Kementerian PUPR mengalokasikan Rp167,5 miliar untuk pembangunan sarana hunian pariwisata (sarhunta) di KSPN Danau Toba.

1.765

Unit Total

Sarhunta yang sudah dibangun

607

Unit Koridor

Di sepanjang koridor Danau Toba

Permasalahan Kinerja Bisnis Homestay

Berdasarkan prasurvei terhadap 30 pemilik bisnis homestay, ditemukan berbagai permasalahan yang memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kinerja bisnis homestay di destinasi desa wisata Danau Toba.

Manajemen SDM (50%)

Kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen pariwisata, pemasaran, dan pelayanan tamu

Pemasaran Digital (43,33%)

Kurangnya pemanfaatan media sosial, platform pemesanan online, atau situs web

Keamanan (23,33%)

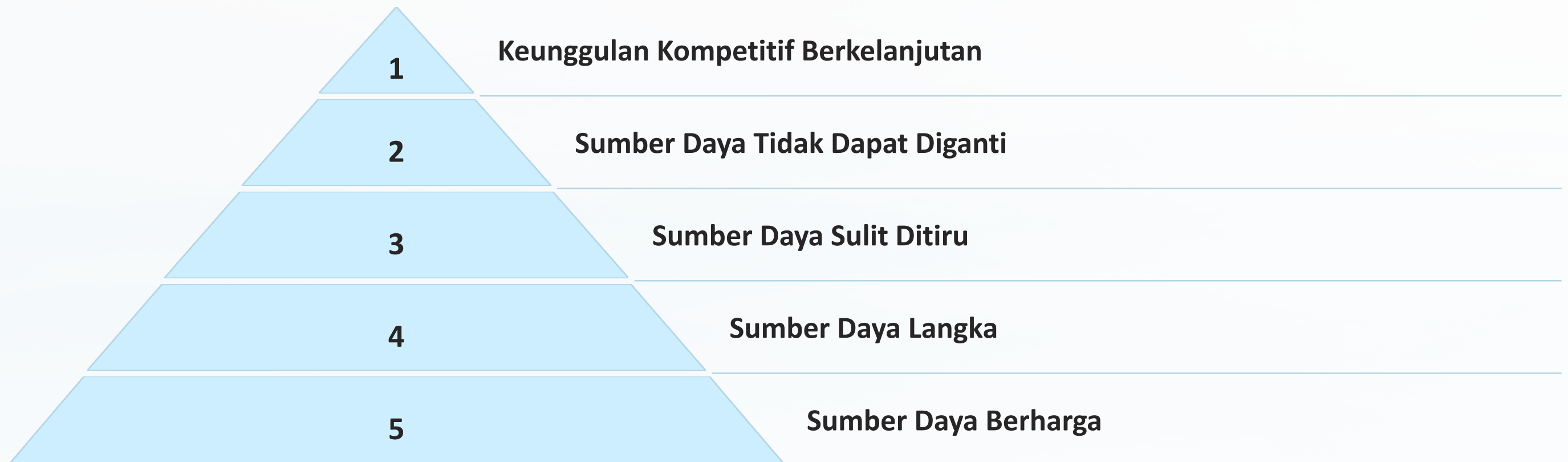
Belum memiliki sistem keamanan yang memadai untuk melindungi tamu

Fasilitas (20%)

Homestay kurang memiliki fasilitas dasar yang memadai

Pendekatan Resources-Based View (RBV)

Pengembangan bisnis homestay melalui pendekatan Resources-Based View (RBV) menjadi strategi dalam memanfaatkan peluang bisnis. RBV menjadikan bisnis homestay semakin kompetitif dan berkelanjutan dengan memanfaatkan sumber daya internal yang unik.



Pandangan berbasis sumber daya memberikan wawasan pentingnya sumber daya internal dalam mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Kinerja bisnis homestay akan tergantung pada segmen bisnis yang berhasil dicapai.

Research Gap dan Novelty Penelitian

Penelitian ini mengidentifikasi kesenjangan dari penelitian terdahulu dan mengembangkan konsep baru untuk memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen bisnis pariwisata.



Research Gap

Identifikasi kesenjangan dari penelitian Novianti & Marwan (2025), Kastelli (2024), dan Amrullah et al. (2023)



Novelty

Pengembangan variabel "Kapasitas Pemasaran Desa Wisata" sebagai keterbaruan penelitian



Kontribusi

Memperkaya literatur kewirausahaan dan pandangan berbasis sumber daya



Karakteristik dan Orientasi Kewirausahaan

Karakteristik Kewirausahaan

Seorang wirausaha harus memiliki karakteristik yang mencerminkan ciri khas dalam mengelola usaha, termasuk kemampuan berkomunikasi dan menjalankan bisnis dengan efektif.

- **Percaya Diri dan Optimis**

Kepercayaan diri yang kuat dan tidakbergantungan pada orang lain

- **Berorientasi Tugas dan Hasil**

Kebutuhan berprestasi, berorientasi laba, energik dan tekun

- **Berani Mengambil Risiko**

Mampu mengambil risiko yang wajar dan menghadapi tantangan

- **Berjiwa Kepemimpinan**

Mudah beradaptasi dan terbuka terhadap saran serta kritik

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah ke pendatang baru dalam bisnis.

- **Kreativitas dan Inovasi**

Terbuka terhadap ide baru dan dapat melihat peluang

- **Pengambilan Risiko**

Optimis menghadapi kondisi ekonomi tidak stabil

- **Proaktif**

Mengambil inisiatif dan mencari solusi

- **Otonomi**

Berpartisipasi dalam kebijakan dan kegiatan sosial



Kapasitas Pemasaran Desa Wisata

Kapasitas pemasaran desa wisata merujuk pada kemampuan desa untuk mempromosikan dirinya sebagai destinasi wisata yang menarik, mencakup pengelolaan media sosial, pembuatan konten promosi, dan kolaborasi dengan pihak eksternal.



Dukungan dan Motivasi

Memberikan dukungan emosional dan kepercayaan diri kepada para pebisnis dalam komunitas



Jejaring dan Kolaborasi

Menyediakan kesempatan membangun jaringan melalui pertemuan dan acara komunitas



Pemahaman Pasar

Sumber informasi berharga tentang pasar dan tren terkini untuk strategi pemasaran



Pembelajaran dan Pengembangan

Peluang belajar melalui diskusi, workshop, dan mentorship

Kompetensi Wirausaha dan Keunggulan Kompetitif

Kompetensi Wirausaha

Kemampuan untuk melaksanakan secara profesional suatu kegiatan dalam kategori praktik keprofesian sesuai dengan yang disyaratkan dalam proses bisnis.

01

Mengelola Bisnis

Perencanaan tujuan dan prosedur pengelolaan bisnis

02

Mengelola Sumber Daya

Kemampuan menggunakan dan menjaga sumber daya

03

Mengelola Keuangan

Membuat laporan keuangan dan menghemat biaya

04

Membuat Catatan Bisnis

Kemampuan dokumentasi dan analisis bisnis

Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan

Keunggulan daya saing yang dapat tetap bertahan dan eksis dalam waktu jangka panjang dengan menggunakan strategi unik yang tidak mudah ditiru pesaing.

Durabilitas

Estetika destinasi, keistimewaan, dan ketersediaan yang berkelanjutan

Imitabilitas

Kompleks dan sulit untuk ditiru oleh pesaing

Kenyamanan

Kondisi lingkungan mendukung dan hubungan yang baik

Nilai Budaya Batak dan Kinerja Bisnis

Nilai budaya Batak memiliki peran penting dalam membangun kewirausahaan dan kinerja bisnis homestay. Sembilan nilai budaya utama memengaruhi sikap masyarakat Batak dalam berperilaku dan menjalani kehidupan bermasyarakat.





Kontribusi pengembangan ilmu manajemen SDM dalam strategi bisnis pariwisata dan referensi pengembangan bisnis desa wisata

Informasi dan masukan bagi pengembangan bisnis desa wisata, ekowisata, dan perumusan kebijakan pariwisata

SEKIAN DAN TERIMA KASIH