

SERVICE INNOVATION PELAKU PARIWISATA PADA OBJEK DAYA TARIK WISATA (ODTW) FAVORIT DI KABUPATEN MANGGARAI BARAT

Dini Andriani¹, Siti Atika Rahmi², Muhammad Rahmatul Burhan³

Email: andrianidini066@gmail.com¹, atikarahmi.siti@gmail.com², ramaehrama@gmail.com³

Universitas Muhammadiyah Mataram

Abstrak: Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam pembangunan daerah karena mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya lokal. Kabupaten Manggarai Barat di Nusa Tenggara Timur dikenal sebagai destinasi wisata favorit, terutama dengan keberadaan Taman Nasional Komodo, Pulau Padar, Pulau Rinca, dan Labuan Bajo. Pesatnya pertumbuhan sektor ini menuntut pelaku pariwisata untuk terus melakukan inovasi layanan (service innovation) agar mampu memenuhi kebutuhan wisatawan yang semakin beragam dan kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk inovasi layanan yang diterapkan oleh pelaku pariwisata pada objek daya tarik wisata (ODTW) favorit di Kabupaten Manggarai Barat serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pelaku pariwisata, seperti pemandu wisata, pengelola kapal wisata, karyawan hotel, pelaku UMKM, serta wisatawan domestik maupun mancanegara. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku pariwisata telah menerapkan empat dimensi inovasi layanan menurut teori Den Hertog, yaitu service concept, customer interface, service development and delivery, serta technological options. Inovasi yang dikembangkan mencakup penyediaan layanan berbasis pengalaman (experiential tourism), integrasi nilai budaya lokal dalam paket wisata, pemanfaatan teknologi digital untuk reservasi dan promosi, serta penerapan prinsip keberlanjutan lingkungan melalui konsep ekowisata. Faktor pendorong utama inovasi adalah kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi, kolaborasi antar pelaku pariwisata, serta dukungan kebijakan dari pemerintah daerah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi layanan tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga memperkuat daya saing pariwisata Manggarai Barat di tingkat global. Selain itu, inovasi terbukti berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pengembangan pariwisata berkelanjutan yang memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi daerah.

Kata Kunci: Inovasi Layanan, Pariwisata, Manggarai Barat, Daya Tarik, Wisata Berkelanjutan.

Abstract: Tourism is one of the leading sectors in regional development as it contributes to economic growth, creates employment opportunities, and strengthens local cultural identity. West Manggarai Regency in East Nusa Tenggara is recognized as a favorite tourist destination, particularly with the presence of Komodo National Park, Padar Island, Rinca Island, and Labuan Bajo. The rapid growth of this sector requires tourism actors to continuously implement service innovations to meet the increasingly diverse and complex needs of tourists. This study aims to analyze the forms of service innovation applied by tourism actors at popular tourist attractions (ODTW) in West Manggarai Regency and to identify the factors influencing them. This research employed a qualitative approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving tourism actors such as tour guides, boat operators, hotel employees, MSME owners, as well as domestic and international tourists. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana. The findings indicate

that tourism actors have implemented the four dimensions of service innovation as proposed by Den Hertog, namely service concept, customer interface, service development and delivery, and technological options. The innovations developed include the provision of experiential tourism services, the integration of local cultural values into tour packages, the utilization of digital technology for reservations and promotions, as well as the application of environmental sustainability principles through eco-tourism practices. The main driving factors of innovation are the quality of human resources, the use of information technology, collaboration among tourism actors, and government policy support. This study concludes that service innovation not only enhances tourist satisfaction but also strengthens the global competitiveness of West Manggarai tourism. Moreover, innovation contributes to the preservation of local culture, the improvement of community welfare, and the development of sustainable tourism that provides economic, social, and environmental benefits for the region.

Keywords: Service Innovation, Tourism, West Manggarai, Tourist Attraction, Sustainable Tourism.

PENDAHULUAN

Selama beberapa sektor, pariwisata terus menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling cepat tumbuh di dunia. Pariwisata telah menjadi salah satu pemain utama dalam perdagangan internasional dan penerimaan devisa utama di banyak negara berkembang. Dari sektor penciptaan lapangan pekerjaan, pariwisata berhasil menciptakan 1 dari 10 lapangan kerja baik secara langsung, tidak langsung dan ikutan (Destiana, 2019)

Bank Indonesia (BI) menyatakan pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia. Salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri. Selain Sumber Daya Manusia (SDM), sumber daya yang dimaksud adalah letak geografis antara lain luas wilayah serta keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner dan kekayaan yang ada di tanah air. Sumber daya inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan sektor maupun mancanegara. Terlebih saat ini, di Indonesia memiliki banyak destinasi eksotis dan memukau. Tidak hanya wisata alam yang beragam, wisata budaya serta sejarah di Indonesia juga tidak kalah menarik. Hal ini karena Indonesia memiliki ratusan suku budaya yang tersebar dari Sabang hingga Merauke (Rahma, 2020)

Menurut undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin. Hal ini mencerminkan adanya interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sektor wisatawan, pengusaha, serta pemerintah pusat dan daerah Nugraha, (2022). Definisi tersebut juga sejalan dengan peraturan Daerah Kabupaten Manggarai Barat No.3 Tahun 2014 tentang rencana induk pengembangan pariwisata daerah (RIPPD), yang menekankan pentingnya pengelolaan pariwisata secara terintegrasi (Wistalia, 2022).

Menurut Hjalager (2009) dalam Junaid, (2018), inovasi diartikan sebagai sebuah proses pengembangan yang mendorong suatu organisasi atau sektor (institusi) untuk bekerja memaksimalkan keuntungan (profit), produktifitas kerja serta hasil yang memuaskan yang ditunjukkan dengan tercapainya atau meningkatnya sasaran yang diharapkan. Inovasi membantu organisasi untuk membentuk, mengelola, dan mengintegrasikan berbagai kemampuan atau rangsangan untuk meningkatkan kinerjanya. Kemampuan inovasi dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kebijakan suatu organisasi, termasuk sektor pariwisata

(Achmad, 2023). Inovasi dalam pelayanan pariwisata bukan hanya tentang mengikuti tren teknologi, tetapi juga menciptakan solusi yang memberikan manfaat jangka sektor bagi wisatawan, komunitas lokal, dan lingkungan. Dengan mengintegrasikan teknologi, ketertarikan, dan personalisasi, sektor pariwisata dapat terus berkembang menjadi lebih inklusif, efisien, dan relevan bagi generasi mendatang.

Inovasi layanan berarti sesuatu yang baru dan bermanfaat bagi kelompok sasaran. Yang menciptakan nilai bagi pelanggan pada saat ini dan pada masa depan Konsep ini bisa mencakup di berbagai bidang dan pada tingkat interaktivitas yang berbeda dalam pengembangan proses layanan. Untuk dianggap sukses dalam inovasi pelayanan semua pihak yang terlibat harus efisien, karena hambatan di bidang proses tertentu dapat merusak keefektifan inovasi layanan. Menanamkan berbagai cara untuk melihat inovasi layanan, seperti prosedur untuk mengelola inovasi layanan, proses untuk menerapkan inovasi layanan dan keterlibatan pengguna dalam pelayanan inovasi (Anggit Gunito Suci, 2018).

Inovasi layanan telah menjadi istilah yang mengacu pada inovasi yang terjadi dalam berbagai konteks layanan, termasuk pengenalan layanan baru atau peningkatan layanan yang ada. Sementara inovasi layanan dapat dilakukan di bidang jasa, layanan baru dan yang lebih baik juga dapat disediakan oleh sektor non-layanan, seperti perusahaan manufaktur yang bertujuan memperbesar portofolio penawaran mereka dengan nilai tambah layanan. Demikian pula, inovasi layanan secara sektor berbeda dari produk, karena biasanya tidak memiliki sifat nyata (tangible) dari inovasi produk (Durst et al., 2015).

Berry, (2006) meneliti model inovasi yang mengharuskan perusahaan untuk berinovasi pada dua bidang inovasi layanan yang berbeda yaitu bagaimana inovasi layanan disampaikan dan inovasi penawaran baru yang memenuhi manfaat inti yang dicari oleh pelanggan. Tsiotsou, (2010) menemukan bukti inovasi layanan sebagai kontribusi mediasi dan menyiratkan bahwa orientasi pasar tidak dapat secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan tanpa inovasi layanan. Kualitas layanan diukur untuk menilai kinerja layanan untuk memeriksa masalah layanan dan untuk mengelola pemberian layanan (Anggit, 2018).

Pembangunan pariwisata di Indonesia, khususnya di Nusa Tenggara Timur (NTT) telah mengalami perkembangan yang signifikan selama beberapa tahun terakhir. Nusa Tenggara Timur (NTT) merupakan salah satu provinsi yang dikenal dengan destinasi wisatanya yang memikat, seperti pulau Komodo, taman nasional Komodo, serta keindahan alam bawah laut, budaya lokal yang sangat kaya dan tradisi yang sangat beragam. Salah satu Kawasan yang menjadi magnet wisata di Nusa Tenggara Timur (NTT) adalah kabupaten manggarai barat (Bessie & Soares, 2021). Keindahan kabupaten manggarai barat termasuk pantai-pantai eksotis, bukit-bukit yang memukau, dan kehidupan laut yang menakjubkan menjadikannya sebagai destinasi wisata favorit bagi wisatawan ector c dan mancanegara telah menjadi tujuan utama bagi para wisatawan yang mencari pengalaman wisata alam yang unik dan eksotis (Soetopo, 2018).

Sektor pariwisata di NTT memiliki potensi besar untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Menurut laporan pemerintah, pariwisata telah menjadi salah satu sektor unggulan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Nailopo, 2024). Dengan lebih banyaknya titik destinasi wisata yang terdeteksi, NTT memerlukan sumber daya manusia yang terampil untuk mengelola dan mengembangkan potensi ini secara efektif Ama, (2023). Oleh karena

itu, inovasi dalam layanan pariwisata menjadi krusial untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan daya saing.

Adapun objek-objek wisata favorit yang ada di Kab. Manggarai Barat seperti yang diuraikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1 Objek Daya Tarik Wisata Favorit di Kabupaten Manggarai Barat

| No | Wisata Favorit | Deskripsi | Jenis Pelayannya |
|----|----------------|--|--|
| 1. | Labuan Bajo | Labuan Bajo merupakan salah satu destinasi wisata super prioritas yang terkenal. | Pelayanan di Labuan Bajo mencakup berbagai aspek yang saling terintegrasi, mulai dari transportasi, akomodasi, pemandu wisata, kuliner, hingga layanan digital berbasis teknologi. |
| 2. | Pulau Komodo | Pulau terbesar di Taman Nasional Komodo terkenal sebagai habitat asli komododengan pemandangan savanna yang indah. | Trekking, pemandu wisata, fotografi, pengamatan satwa liar, pusat informasi, dan penginapan sederhana. |
| 3. | Pulau Rinca | Pulau dengan populasi Komodo yang cukup banyak dan lanskap savanna yang menarik, lebih mudah diakses dari labuan bajo. | Wisatawan dapat mengikuti tur snorkeling atau diving dan ada pengetahuan lokal yang siap memandu dan memberikan informasi flora dan fauna setempat. |
| 4. | Pulau Padar | Pulau dengan pemandangan ikonik berbukit dan pantai berpasir putih, terkenal untuk fotografi dan hiking. | Fasilitas dasar seperti jalur trekking yang terawat, transportasi boat dan petunjuk arah tersedia. |

Sumber: Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kab. Manggarai Barat

Berdasarkan tabel 1 objek wisata favorit di Kabupaten Manggarai Barat menunjukkan bahwa daerah ini memiliki keanekaragaman daya tarik wisata yang luar biasa, meliputi keindahan alam, kekayaan budaya, dan ekosistem laut yang unik. Destinasi seperti Pulau Komodo, Pulau Rinca, dan Pulau Padar menawarkan pengalaman alam yang memukau. Dan aksesibilitas ke objek wisata ini sebagian besar didukung oleh jalur laut dan darat, dengan Labuan Bajo sebagai pusat kegiatan wisata. Kombinasi pesona wisata ini menjadikan Manggarai Barat sebagai salah satu destinasi unggulan di Indonesia, yang mampu menarik wisatawan domestik maupun internasional. Dukungan infrastruktur dan pelestarian lingkungan menjadi kunci keberlanjutan pariwisata di wilayah ini. Obyek wisata favorit di Kabupaten Manggarai Barat menggambarkan berbagai objek wisata yang memukau di Manggarai Barat, yang tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga potensi wisata budaya dan sejarah yang kental. Dengan keragaman objek wisata ini, Manggarai Barat menjadi salah satu destinasi yang wajib dikunjungi bagi mereka yang ingin menikmati keindahan alam, berinteraksi dengan budaya lokal, serta mengeksplorasi berbagai sisi unik dari daerah ini.

Popularitas suatu objek wisata dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya, yang menunjukkan bahwa destinasi tersebut

berhasil menarik perhatian. Jumlah kunjungan wisatawan yang tinggi ke suatu objek wisata favorit mencerminkan daya tarik yang dimiliki oleh tempat tersebut. Adapun jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik yang berkunjung ke Manggarai Barat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Peningkatan ini tidak terlepas dari pesona daya Tarik pariwisata yang dimiliki Kabupaten Manggarai Barat yang mampu menarik perhatian wisatawan. Untuk memperkuat argumentasi diatas, adapun data jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik tersebut dapat di lihat dari table berikut:

Tabel 2

Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik di kabupaten manggarai barat tahun 2021-2024

| Tahun | Wisatawan Mancanegara | Wisatawan Nusantara | Wisatawan Lokal | Total |
|--------------|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------|
| 2020 | 20.323 | 26.072 | 126 | 46.521 |
| 2021 | 3.234 | 57.205 | - | 60.439 |
| 2022 | 60.770 | 109.307 | 277 | 170.354 |
| 2023 | 55.053 | 64.406 | 3.900 | 123.359 |
| 2024 | 30.663 | 46.007 | 403 | 77.143 |

Sumber: Dinas pariwisata ekonomi kreatif dan kebudayaan kabupaten manggaraai barat

Berdasarkan tabel 2 data kunjungan wisatawan di Kabupaten Manggarai Barat pada periode 2020 hingga 2024, dapat disimpulkan bahwa sektor pariwisata di daerah ini menunjukkan tren positif meskipun sempat terdampak pandemi COVID-19 pada awal tahun 2020. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan mengalami penurunan yang signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, namun seiring dengan pelonggaran kebijakan dan kebijakan pemulihan sektor pariwisata, angka kunjungan mulai mengalami peningkatan pada tahun 2021. Tahun 2022 menunjukkan angka yang lebih stabil dan terus mengalami peningkatan, yang menandakan pemulihan yang baik serta minat yang tinggi dari wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, untuk mengunjungi objek-objek wisata unggulan. Akan tetapi, pada tahun 2024 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan karena erupsi gunung lewotobi laki-laki sehingga banyak wisatawan yang batal datang ke Manggarai Barat.

Kabupaten Manggarai Barat memiliki potensi pariwisata yang luar biasa, khususnya dengan keberadaan Taman Nasional Komodo yang menjadi daya tarik utama. Peningkatan jumlah wisatawan mendorong pelaku pariwisata untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Inovasi layanan menjadi kunci untuk bersaing di tingkat global, melalui pengembangan produk wisata, perbaikan proses pelayanan, dan manajemen yang efektif. Di Labuan Bajo, layanan pariwisata berkembang pesat, mulai dari akomodasi, kuliner khas, hingga paket tur yang informatif. Namun, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan kemampuan SDM masih menjadi hambatan. Meski demikian, pelaku pariwisata mulai menerapkan prinsip keberlanjutan, melibatkan masyarakat lokal, dan menjaga kelestarian alam demi mendukung pariwisata yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pelayanan yang diberikan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat telah menunjukkan kemajuan yang signifikan, meskipun masih perlu adanya perbaikan dan pengembangan lebih lanjut, terutama dalam hal peningkatan infrastruktur, keterampilan SDM, dan pengelolaan pariwisata yang

berkelanjutan. Para pelaku pariwisata di daerah ini terus beradaptasi dengan tren global dan berusaha menciptakan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat setempat.

Penting untuk menekankan bahwa keberhasilan inovasi layanan dalam sektor pariwisata sangat bergantung pada keterlibatan semua pihak terkait. Dari pemerintah hingga masyarakat lokal, kolaborasi adalah kunci untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi semua pihak. Penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang dinamika inovasi dalam konteks pariwisata di NTT, khususnya di Kabupaten Manggarai Barat.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat terbangun pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana inovasi layanan dapat diterapkan secara efektif oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat. Peneliti akan menggali pengalaman langsung dari pelaku pariwisata serta dampaknya terhadap pengembangan pariwisata lokal. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi akademisi tetapi juga bagi praktisi dan pembuat kebijakan.

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait service innovation (inovasi pelayanan) pelaku pariwisata pada objek daya Tarik wisata penelitian salah satunya yang dilakukan oleh Burhan & Ali, (2020) menunjukkan bahwa Keempat dimensi inovasi layanan telah diterapkan oleh Hotel Santika Mataram, dengan teknologi berperan signifikan sebagai pendukung utama dalam pelaksanaan inovasi layanan tersebut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Oktariyanda, (2023) penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi pelayanan melalui aplikasi Ayo Kelombok sudah memenuhi enam faktor pendukung suksesnya inovasi e-Government berdasarkan teori Kalvet (2012). Faktor kepemimpinan, Faktor pendanaan, Faktor dukungan legislatif dan peraturan Faktor pengembangan infrastruktur teknologi informasi (strategis), Faktor kemitraan publik-swasta, dan Faktor kompetensi sektor swasta.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Kitsios & Grigoroudis, (2020) hasil dari penelitian ini dapat mendukung manajer hotel untuk membuat keputusan strategis yang kompleks untuk pengembangan di masa depan. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi layanan harus dimasukkan sebagai alat strategis untuk menilai upaya diferensiasi dalam industri perhotelan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Boon Liat et al., (2020) menunjukkan bahwa semua dimensi yang diteliti dalam inovasi layanan sebagai prediktor aktif terhadap kepuasan wisatawan, kecuali inovasi produk, sementara inovasi pemasaran memiliki signifikansi tertinggi. Pada gilirannya, kepuasan wisatawan ditemukan sangat memengaruhi pembentukan loyalitas destinasi. Temuan kemudian memberikan indikasi penting tentang religiusitas sebagai faktor moderasi terhadap hubungan yang diusulkan dalam kerangka kerja yang diteliti, antara inovasi layanan dan kepuasan wisatawan, serta kepuasan wisatawan dan loyalitas destinasi.

Selanjutnya penelitian oleh Yeh et al., (2019) hasil penelitian ini menemukan bahwa, secara umum, pelanggan merasa puas. Namun, karena pelanggan beragam, layanan yang mereka harapkan berubah. Oleh karena itu, pengembangan utama mencakup tur berpemandu yang fleksibel, pengalaman interaktif, pembangunan ruang yang inovatif dan ramah, dll., sehingga niat dan kemauan konsumen untuk mengunjungi kembali, membuat rekomendasi, dan melakukan pembelian akan

diperkuat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Fuglsang & Nordli, (2018) Kontribusi terhadap literatur inovasi layanan dan pariwisata adalah untuk menunjukkan bagaimana berbagai kemampuan keterlibatan memengaruhi inovasi. Lebih jauh, berdasarkan studi kasus pada layanan pariwisata, penelitian ini berpendapat bahwa berbagai format keterlibatan biasanya harus dikombinasikan dan diseimbangkan dalam proses inovasi.

Terakhir penelitian yang dilakukan oleh Mansori, (2020) Malaysia telah sering diakui oleh wisatawan lokal dan internasional sebagai tujuan kunjungan utama. Persepsi terhadap sebuah destinasi wisata, dengan demikian, memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan wisatawan. Studi ini meneliti berbagai aspek inovasi layanan yang mempengaruhi citra destinasi di industri pariwisata Malaysia. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang dikelola sendiri oleh 550 wisatawan dengan menggunakan pendekatan convenience sampling, kemudian dilakukan uji reliabilitas, diikuti dengan analisis regresi linier berganda untuk menilai hipotesis penelitian yang diajukan. Temuan menunjukkan bahwa empat variabel inovasi layanan (inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi, dan inovasi pemasaran) secara signifikan dan positif terkait dengan citra destinasi yang, pada gilirannya, mencerminkan kepuasan wisatawan. Namun demikian, kewarganegaraan wisatawan memiliki efek mediasi pada hubungan antara citra destinasi dan kepuasan wisatawan. Praktisi pariwisata dapat mengambil manfaat dari temuan ini ketika prinsip-prinsip yang mereka anut diterapkan pada manajemen pariwisata. Pada saat yang sama, para peneliti akademis akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang meningkatkan citra destinasi dan, pada akhirnya, kepuasan wisatawan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti memandang penting untuk mengkat tema terkait service innovation sehingga penelitian ini diberi judul "Service Innovation Pelaku Pariwisata Pada Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Favorit Di NTT (Studi Kasus Di Kabupaten Manggarai Barat)"

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam Moleong (2011:4), penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari para subjek serta perilaku yang dapat diamati.

Menurut Abdussamad, (2021) dalam Sepyarini (2010), peneliti kualitatif berfikir secara induktif. Penelitian kualitatif tidak dimulai dengan mengajukan hipotesis dan kemudian menguji kebenarannya (berfikir deduktif), melainkan bergerak dari bawah dengan mengumpulkan data sebanyak mungkin tentang sesuatu, dan dari data itu dicari pola-pola, prinsip-prinsip, dan akhirnya menarik kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan. Karena itu, walaupun ada hipotesis dalam penelitian kualitatif, hipotesis tersebut tidak diuji untuk diterima atau ditolak.

Penelitian kualitatif menurut Lexy J. Moleong, (2007) bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara menyeluruh (holistik) dengan menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks yang alami, serta memanfaatkan berbagai metode naturalistik.

PEMBAHASAN

Service innovation pelaku pariwisata pada objek daya tarik wisata favorit Di Kabupaten Manggarai Barat

Berdasarkan hasil penelitian di Kabupaten Manggarai Barat, dapat disimpulkan bahwa pelaku pariwisata telah mengadopsi dan mengembangkan inovasi layanan secara aktif. Inovasi ini sesuai dengan empat dimensi yang dijelaskan oleh Den Hertog (2010), dalam teorinya mengenai service innovation, yaitu: service concept, customer interface, service delivery system, dan technological options.

1. Service Concept

Menurut Den Hertog (2010), service concept adalah bagaimana suatu jasa didefinisikan dan nilai apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Dalam konteks pariwisata, hal ini mencerminkan nilai unik yang ditawarkan kepada wisatawan, seperti pengalaman otentik, petualangan alam, kenyamanan modern, dan pelestarian budaya lokal.

Penelitian menunjukkan bahwa pelaku pariwisata di Manggarai Barat telah mengembangkan konsep layanan yang kuat dan beragam. Contohnya, tour guide lokal menawarkan tur budaya yang memperkenalkan adat istiadat dan sejarah lokal, sedangkan pelaku kapal wisata menggabungkan eco-tourism dengan aktivitas menyenangkan seperti snorkeling dan sunset dinner. Konsep-konsep ini bukan hanya menjual jasa, tetapi juga meaningful experiences, sejalan dengan perubahan preferensi wisatawan global.

2. Customer Interface

Dimensi customer interface menurut Den Hertog (2010) mengacu pada interaksi langsung antara penyedia jasa dan pelanggan, termasuk bagaimana komunikasi dan layanan diberikan sebelum, selama, dan setelah pelayanan.

Dalam studi ini, ditemukan bahwa pelaku pariwisata telah mengoptimalkan berbagai saluran interaksi digital dan langsung. Penggunaan WhatsApp, Instagram, TikTok, dan OTA seperti Traveloka mempermudah proses pemesanan dan komunikasi. Namun, sentuhan personal melalui pelayanan langsung tetap dijaga, seperti sambutan ramah, fleksibilitas layanan, dan komunikasi hangat selama tur berlangsung.

3. Service Delivery System

Service delivery system dalam teori Den Hertog (2010) menjelaskan bagaimana layanan dikembangkan, disiapkan, dan dikirimkan kepada pelanggan secara konsisten.

Pelaku pariwisata di Manggarai Barat tampak telah menerapkan sistem pengembangan layanan yang matang. Ini mencakup pelatihan staf hotel, penyusunan paket wisata secara kolaboratif, simulasi pelayanan tamu, hingga pengujian produk UMKM sebelum dipasarkan. Kejelasan itinerary, logistik yang disiapkan dengan baik, serta perhatian terhadap standar keselamatan menjadi indikator bahwa sistem penyampaian layanan sudah terstruktur.

4. Technological Options

Dimensi technological options menggambarkan bagaimana teknologi digunakan untuk memperkuat dan mendukung dimensi lain dalam inovasi layanan. Den Hertog (2010) menekankan bahwa teknologi merupakan enabler dalam meningkatkan efisiensi, personalisasi, dan skala layanan.

Dalam penelitian ini, teknologi menjadi tulang punggung inovasi layanan, seperti sistem manajemen hotel (PMS), drone untuk dokumentasi, QRIS untuk pembayaran,

hingga sistem reservasi online. Wisatawan merasakan manfaat nyata dari kemudahan dan kecepatan layanan digital ini. Bahkan, beberapa pelaku sudah mulai mencoba live shopping di TikTok dan menggunakan database pelanggan untuk promosi berkelanjutan.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat telah mengintegrasikan keempat dimensi inovasi menurut teori Den Hertog (2010) secara menyeluruh. Konsep layanan yang kuat, interaksi pelanggan yang adaptif, sistem penyampaian yang profesional, dan pemanfaatan teknologi yang canggih menjadi fondasi dari berkembangnya pariwisata berkelanjutan dan kompetitif di daerah ini. Penerapan inovasi layanan ini bukan hanya berdampak pada peningkatan kepuasan wisatawan, tetapi juga turut memperkuat identitas lokal dan membuka peluang pemberdayaan masyarakat secara lebih luas.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Layanan Pelaku Pariwisata

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi layanan yang dilakukan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling terkait. Inovasi tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan merupakan respons terhadap dinamika pasar, perkembangan teknologi, serta dorongan dari lingkungan sekitar, khususnya kebijakan pemerintah dan kolaborasi multipihak.

1. Peran Kapasitas SDM dalam Inovasi

Sumber daya manusia menjadi faktor paling mendasar dalam mendorong inovasi layanan. Penelitian ini menemukan bahwa pelaku pariwisata yang memiliki keterampilan dan pengetahuan—hasil dari pelatihan seperti digital marketing, manajemen homestay, hingga bahasa asing—lebih siap beradaptasi dengan kebutuhan wisatawan modern dan teknologi yang berkembang. Sebaliknya, pelaku yang tidak mengikuti pelatihan cenderung tertinggal dan stagnan. Hal ini sejalan dengan teori inovasi layanan yang menekankan pentingnya kompetensi personal dalam proses penciptaan nilai baru.

2. Dukungan Pemerintah Daerah sebagai Katalis Inovasi

Dukungan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai Barat terbukti memainkan peran penting dalam menciptakan iklim yang kondusif untuk tumbuhnya inovasi. Pemerintah tidak hanya bertindak sebagai fasilitator pelatihan, tetapi juga sebagai penghubung pelaku pariwisata dengan pasar melalui penyederhanaan perizinan, promosi, dan akses terhadap event nasional. Pernyataan Bapak Stefanus menegaskan bahwa upaya sistematis ini diarahkan untuk mendorong inovasi dari tingkat pelaku usaha secara langsung (bottom-up innovation).

3. Teknologi Digital sebagai Pendukung Efisiensi dan Jangkauan Layanan

Kemajuan teknologi dan akses terhadap internet telah menjadi fondasi penting bagi inovasi layanan. Seperti diungkapkan oleh beberapa narasumber, pelaku usaha telah memanfaatkan platform digital untuk promosi, reservasi online, pembayaran non-tunai, hingga dokumentasi wisata melalui media sosial dan drone. Namun, tantangan infrastruktur digital, terutama jaringan internet yang tidak stabil di musim ramai, masih menjadi hambatan yang perlu dibenahi.

4. Preferensi Wisatawan Mendorong Layanan yang Lebih Personal dan Berkelanjutan.

Wisatawan masa kini tidak hanya mencari destinasi yang indah, tetapi juga pengalaman yang bermakna, otentik, dan bertanggung jawab. Hal ini mendorong pelaku pariwisata untuk merancang layanan yang lebih kontekstual, seperti tur

budaya ke kampung adat, wisata edukatif, hingga menu khusus yang ramah lingkungan. Inovasi berbasis pengalaman menjadi keunggulan baru yang membedakan layanan antar pelaku.

5. Persaingan dan Inovasi sebagai Strategi Bertahan.

Persaingan di sektor pariwisata juga menjadi pemicu munculnya inovasi. Dalam kondisi kompetitif, pelaku terdorong untuk menciptakan layanan yang unik, efisien, dan menarik. Keberagaman produk wisata seperti liveaboard, culinary tour, hingga paket petualangan menjadi bentuk respons terhadap pasar yang semakin dinamis dan tersegmentasi.

6. Kolaborasi Stakeholder sebagai Penggerak Inovasi Kolektif.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa kolaborasi antara pelaku usaha, masyarakat lokal, perguruan tinggi, LSM, dan pemerintah mempercepat proses inovasi. Kolaborasi tidak hanya memperluas jaringan ide dan sumber daya, tetapi juga memperkuat relevansi program terhadap kebutuhan lokal. Sinergi ini menciptakan inovasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

7. Infrastruktur dan Lingkungan Fisik sebagai Faktor Penentu Implementasi.

Meskipun ide dan kesiapan pelaku sudah cukup kuat, keterbatasan infrastruktur seperti jalan, air bersih, listrik, dan jaringan komunikasi masih menjadi hambatan dalam realisasi inovasi layanan, terutama di lokasi wisata terpencil. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi memerlukan dukungan ekosistem fisik yang memadai.

Secara keseluruhan, inovasi layanan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat terjadi dalam konteks yang kompleks dan dipengaruhi oleh kombinasi antara kapasitas SDM, dukungan pemerintah, teknologi digital, preferensi wisatawan, kompetisi pasar, kolaborasi stakeholder, dan infrastruktur. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa inovasi layanan dalam sektor pariwisata bukan semata-mata soal kreativitas, tetapi juga keterhubungan antara berbagai aktor dan sistem pendukung.

Analisis Sintesis Berdasarkan Teori Den Hertog

Berdasarkan analisis sintesis menggunakan teori inovasi layanan dari Den Hertog (2010), inovasi yang dilakukan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat, khususnya di kawasan Labuan Bajo, menunjukkan integrasi yang kuat antar keempat dimensi utama dalam model tersebut. Pada dimensi service concept, para pelaku berhasil mengembangkan konsep layanan yang berbasis pada kekayaan budaya lokal dan keindahan alam, seperti wisata bahari yang dikombinasikan dengan kunjungan ke kampung tradisional, sehingga menciptakan pengalaman wisata yang unik dan memiliki diferensiasi yang jelas dibandingkan destinasi lain.

Dalam dimensi customer interface, adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital terlihat dari pemanfaatan media sosial, platform pemesanan daring (OTA), dan komunikasi berbasis aplikasi, yang memudahkan interaksi langsung antara pelaku usaha dan wisatawan. Sementara itu, pada dimensi service delivery system, berbagai inovasi dilakukan melalui penyusunan prosedur layanan yang sistematis, pelatihan staf secara berkala, dan penetapan standar pelayanan yang bertujuan untuk menjaga mutu serta meningkatkan kepuasan wisatawan.

Dimensi terakhir, yaitu technological options, tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi bagian integral dalam peningkatan nilai layanan, seperti penggunaan teknologi dalam sistem pembayaran, pemasaran digital, serta dalam operasional kapal wisata dan akomodasi. Inovasi teknologi ini memperluas

jangkauan pasar dan mempermudah akses wisatawan mancanegara terhadap layanan lokal. Integrasi antar keempat dimensi ini menunjukkan bahwa inovasi layanan di Manggarai Barat tidak berjalan secara parsial, melainkan saling melengkapi dalam satu ekosistem layanan yang dinamis.

Kontribusinya pun tidak terbatas pada peningkatan daya saing destinasi Labuan Bajo sebagai salah satu destinasi super prioritas nasional, tetapi juga menciptakan dampak sosial ekonomi yang nyata, seperti peningkatan pendapatan masyarakat, terbukanya lapangan kerja di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, serta mendorong tumbuhnya UMKM lokal yang terlibat langsung dalam rantai nilai pariwisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan inovasi layanan (service innovation) oleh pelaku pariwisata pada objek daya tarik wisata favorit di Kabupaten Manggarai Barat sebagai berikut:

1. Pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat telah menerapkan inovasi layanan yang terintegrasi dan komprehensif, mencakup empat dimensi utama menurut Den Hertog (2010), yaitu customer interface, service development and delivery, technological options, dan organizational innovations. Mereka memanfaatkan teknologi digital seperti website, media sosial, aplikasi pemesanan, serta pembayaran digital untuk memperlancar komunikasi dan transaksi dengan wisatawan, sambil tetap menjaga pendekatan personal. Pengembangan layanan dilakukan dengan perencanaan matang, pelatihan staf, serta adaptasi prosedur layanan sesuai kondisi terkini, sehingga inovasi ini mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, memudahkan akses layanan, dan mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di daerah tersebut.
2. Faktor utama yang mempengaruhi penerapan inovasi layanan oleh pelaku pariwisata di Kabupaten Manggarai Barat meliputi kemajuan teknologi dan digitalisasi yang mendorong adaptasi media digital untuk promosi serta transaksi; persaingan pasar yang ketat yang memacu pelaku usaha untuk terus berinovasi menghasilkan layanan yang unik dan bernilai tambah; dukungan pemerintah daerah berupa peningkatan infrastruktur, pelatihan, dan fasilitasi kolaborasi antar pemangku kepentingan; serta keterlibatan aktif masyarakat lokal yang memastikan inovasi berorientasi pada keberlanjutan dan pemberdayaan. Selain itu, faktor situasional seperti pandemi COVID-19 juga menjadi pendorong penting dalam penyesuaian dan pengembangan layanan inovatif sesuai kebutuhan zaman

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, F. (2023). Peran Inovasi dalam Meningkatkan Kinerja Industri Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(03), 150–157. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i03.244>
- Akbar, B., & Oktariyanda, T. A. (2023). Inovasi Pelayanan Melalui Aplikasi “Ayo Ke Lombok” Untuk Meningkatkan Minat Wisatawan (Studi Di Dinas Pariwisata Lombok Barat). *Publika*, 1735–1746. <https://doi.org/10.26740/publika.v11n2.p1735-1746>
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Ama, K. K. (2023). NTT Butuh SDM Terampil Mengelola 1.852 Titik Destinasi Wisata. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/10/18/ntt-butuh-sdm-terampil-mengelola-1852-titik-destinasi-wisata-yang-terdeteksi>

- Amalia, P. D. (2024). Implementasi Kebijakan Perencanaan dan Penganggaran Yang Responsif Gender Di Pemerintah Kota Sungai Penuh (Studi Kasus Kantor Pemberdayaan Perempuan Kota Sungai Penuh). 6(6), 661–670. <https://lppmstianusa.com/ejurnal/index.php/janmaha/article/view/895/678>
- Anggit Gunito Suci. (2018). Dampak Inovasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Peningkatan Nilai Pelanggan Di Stasiun Kereta Api [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7841>
- Berry, L. L., Shankar, V., Parish, J. T., Cadwallader, S., & Dotzel, T. (2006). Creating new markets through service innovation. *MIT Sloan Management Review*, 47(2), 56–63.
- Bessie, J. L. D., & Soares, Y. O. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Benteng Makes Sebagai Obyek Wisata Budaya Di Kabupaten Belu. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i1.3675>
- Boon Liat, C., Nikhashemi, S. R., & Dent, M. M. (2020). The chain effects of service innovation components on the building blocks of tourism destination loyalty: the moderating role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1887–1929. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0061>
- Burhan, M. R., & Ali, M. (2020). Service Innovation Pada Hotel Santika Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 9(3), 220–229. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i3.557>
- Destiana, R. (2019). Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *Conference on Public Administration and Society*, 01, 331–353.
- Diana, B. A. (2020). Analisis Inovasi Layanan Perizinan Pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP) DKI Jakarta: Service Poin Pelayanan Perizinan Pasar Rebo. *Jejaring Administrasi Publik*, 12(1), 18–34. <https://e-journal.unair.ac.id/JAP/article/download/29352/15487>
- Durst, S., Mention, A. L., & Poutanen, P. (2015). Service innovation and its impact: What do we know about? *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de La Empresa*, 21(2), 65–72. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.07.003>
- Erli. (2024). *Jurnal Pengembangan dan Penelitian Pendidikan*. Pengembangan Dan Penelitian Pendidikan, 06(1), 1–14.
- Fatriana, F. (2020). Inovasi Produk Dan Strategi Harga Produk “Minyak Sumbawa” Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal EKSIS Stie Indocakti Malang*, 12(1), 106–117. https://oldlppm.indocakti.ac.id/foto_berita/Jurnal Fajri Fitriana-sumbawa-edit-3.pdf
- Fuglsang, L., & Nordli, A. (2018). On service innovation as an interactive process: A case study of the engagement with innovation of a tourism service. In *Social Sciences (Vol. 7, Issue 12)*. <https://doi.org/10.3390/socsci7120258>
- Hardiansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik (1st ed.)*. Gava Media.
- Hertog, P. den. (2010). *Managing service innovation: firm-level dynamic capabilities and policy options*. Utrecht: Dialogic Innovatie & Interactie. <https://hdl.handle.net/11245/1.336169>
- Indra. (2023). Analisis Objek Wisata Riam Pangar Kecamatan Tujuh Belas Kabupaten Bengkayang (Vol. 16, Issue 1) [IKIP PGRI Pontianak]. <https://digilib.upgripnk.ac.id/id/eprint/1677/>
- Junaid, I. (2018). Penulis IVI. *politeknik pariwisata makassar*.
- Kitsios, F. C., & Grigoroudis, E. (2020). Evaluating service innovation and business performance in tourism: a multicriteria decision analysis approach. *Management Decision*, 58(11), 2429–2453. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1326>
- Lexy J. Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Maghfirah, S. (2023). Potensi Pariwisata Pantai Cemara Indah Dalam Pengembangan Sektor Usaha Masyarakat Di Kabupaten Aceh Selatan [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH]. In *Nucl. Phys. (Vol. 13, Issue 1)*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/35296/1/Syahrul Maghfirah, 170604101, FEBI, IE.pdf>
- Mansori, S. (2020). Tourist satisfaction in the Malaysia tourism industry: Relationship between service innovation and destination image. *Jurnal Pengurusan*, 60, 1–19.

- <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2020-60-06>
- Nailopo, M. (2024, November 19). Penjabat Gubernur NTT Sebut Sektor Pariwisata dan Pertanian sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat. Biro Administrasi Pimpinan Setda Provinsi NTT. <https://biroadpim.nttprov.go.id/penjabat-gubernur-ntt-sebut-sektor-pariwisata-dan-pertanian-sebagai-penggerak-ekonomi-masyarakat/>
- Nugraha, R. N. (2022). Pengembangan Daya Tarik Wisata di Objek Wisata Telaga Arwana Cibubur. 6(8), 6445–6454. <https://doi.org/10.56304/s0040363622080021>
- Oskiana, M. F. (2023). Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Di Kabupaten Siak Sri Indrapura [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. In Institutional Repository State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau: Vol. VIII (Issue 1). <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/71555>
- Peraturan Pemerintah RI. (2025). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasonal Tahun 2010 - 2025. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/5183/pp-no-50-tahun-2011>
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran (Adi Maulana dan Wibi Hardani (ed.); Ed 13). Erlangga.
- Presiden Republik Indonesia. (2009). UU no 10 tahun 2009 Kepariwisata. In Undang Undang ,UU no 10 (Vol. 2, Issue 5, p. 255). <https://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/undang-undang-nomor-10-tahun-2009-tentang-kepariwisataan.pdf>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Riani, N. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inobasi Penelitian*, 2(5), 1469–1474.
- Soetopo, A. (2018). Mengenal Lebih Dekat Wisata Pantai Indonesia (edisi 1). Pacu Minat Baca. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=0DlnCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Keindahan+kabupaten+manggarai+barat+termasuk+pantai-pantai+eksotis,+bukit-bukit+yang+memukau,+dan+kehidupan+laut+yang+menakjubkan+menjadikannya+sebagai+destinasi+wisata+favorit+ba>
- Tsiotsou, R. H. (2010). Delineating the effect of market orientation on services performance: A component-wise approach. *Service Industries Journal*, 30(3), 375–403. <https://doi.org/10.1080/02642060802236103>
- Tutari, L. A. (2023). Strategi Pemberdayaan Perempuan Di Dinas Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Di Kota Bima [universitas muhammadiyah mataram]. <https://repository.ummat.ac.id/7089/3>
- Wafa, S. S. (2024). Dinamika Inovasi Pada Klaster Pariwisata Mandalika Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 3(2), 52–63.
- Wanto, A. H. (2018). Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 2(1), 39. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39-43>
- Wistalia, A. (2022). Partisipasi Kelompok Sadar Wisata Dalam Pengembangan Wisata Pantai Nyiur Melambai Manggar Belitung Timur. *JSCE: Journal of Society and Continuing Education Number*, 3(3), 97–110.
- Yeh, T. M., Chen, S. H., & Chen, T. F. (2019). The relationships among experiential marketing, service innovation, and customer satisfaction-A case study of tourism factories in Taiwan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 4). <https://doi.org/10.3390/su11041041>
- Yogi Suwarno. (2008). Inovasi Di Sektor Publik. STIA-LAN Press, October, 1–19. <https://www.researchgate.net/publication/328202667>
- Zuchri, A. (2021). Metode penelitian kualitatif. In M. S. Dr. Patta Rapanna, SE. (Ed.), CV. syakir Media Press (Issue 1). CV. syakir Media Press.