



Maslahah Business Agility: Driving Competitive Advantage for Sustainable Tourism Destinations

Wijianto^{1)*}; Riawan²⁾; Sri Hartono³⁾
E-mail Korespondensi : wijianto@umpo.ac.id

Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia^{1,2,3)}

INFO ARTIKEL

Proses Artikel

Dikirim : 03/07/2026

Diterima: 12/08/2026

Dipublikasikan: 12/08/2026

Akreditasi oleh
Kemenristekdikti
No.79/E/KPT/2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* terhadap *Maslahah Business Agility* serta implikasinya terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya dinamika industri pariwisata yang menuntut destinasi wisata memiliki kemampuan adaptasi yang cepat, fleksibel, dan berkelanjutan. Di sisi lain, kajian yang mengintegrasikan konsep *business agility* dengan nilai-nilai *maslahah* dalam pengembangan keunggulan bersaing destinasi wisata masih terbatas. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*. Data diperoleh melalui survei terhadap 307 pengelola dan pelaku usaha destinasi wisata yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis IBM SPSS AMOS untuk menguji hubungan kausal antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Maslahah Business Agility*, dengan *Risk Taking* menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling dominan. Selain itu, *Maslahah Business Agility* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan destinasi wisata untuk beradaptasi secara cepat dan fleksibel dengan tetap berorientasi pada kebermanfaatan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat mampu meningkatkan keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan konsep *Maslahah Business Agility* sebagai konstruk baru dalam manajemen strategi yang mengintegrasikan *Business Agility*, *Dynamic Capability Theory*, *Entrepreneurial Orientation Theory*, dan perspektif *Maslahah* dalam ekonomi Islam. Penelitian ini juga memperkenalkan *Maslahah Business Agility* sebagai variabel mediasi antara *Entrepreneurial Orientation* dan *Competitive Advantage Tourism Destination*, sehingga memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan manajemen strategi berbasis nilai Islam pada sektor pariwisata.

Kata Kunci:

Innovativeness; Proactiveness; Risk Taking; Masalahah Business Agility; Competitive Advantage Tourism Destination.

Abstract

This study examines the influence of innovativeness, proactiveness, and risk-taking on Masalahah Business Agility and its impact on the competitive advantage of tourism destinations. The research is motivated by the dynamic nature of the tourism industry, which requires destinations to develop rapid, flexible, and sustainable adaptive capabilities. In addition, limited studies have integrated business agility with Masalahah values in explaining sustainable competitive advantage in tourism destinations. This study employed a quantitative approach using an explanatory research design. Data were collected through a survey of 307 tourism destination managers and business operators selected using purposive sampling. Structural Equation Modeling (SEM) with IBM SPSS AMOS was applied to examine the causal relationships among the proposed variables. The findings reveal that innovativeness, proactiveness, and risk-taking each have a positive and significant effect on Masalahah Business Agility, with risk-taking demonstrating the strongest influence. Furthermore, Masalahah Business Agility has a positive and significant effect on the competitive advantage of tourism destinations. These findings suggest that tourism destinations capable of responding quickly and flexibly to environmental changes while maintaining commitments to social welfare, environmental sustainability, and public benefit are better positioned to achieve sustainable competitive advantage. The novelty of this study lies in the introduction of Masalahah Business Agility as a new strategic management construct integrating Business Agility, Dynamic Capability Theory, Entrepreneurial Orientation Theory, and the Masalahah perspective in Islamic economics. Moreover, this study positions Masalahah Business Agility as a mediating variable between entrepreneurial orientation and tourism destination competitive advantage, providing a new theoretical contribution to Islamic values-based strategic management in the tourism sector.

Keywordad:

Innovativeness; Proactiveness; Risk Taking; Masalahah Business Agility; Competitive Advantage Tourism Destination.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Industri pariwisata saat ini menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang sangat dinamis akibat perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku wisatawan, persaingan antar destinasi, serta meningkatnya tuntutan wisata berbasis pengalaman dan keberlanjutan (Sabbir Ahmed, 2025a). Kondisi tersebut menuntut setiap destinasi wisata untuk memiliki kemampuan adaptasi yang

cepat, fleksibel, dan inovatif agar mampu mempertahankan eksistensi dan keunggulan bersaingnya (Bekjanov & Matyusupov, 2021). Dalam konteks manajemen strategi, kemampuan organisasi dalam merespons perubahan secara cepat dikenal sebagai *business agility*, yaitu kemampuan organisasi dalam melakukan penyesuaian strategi, inovasi layanan, dan pengambilan keputusan secara responsif terhadap dinamika lingkungan bisnis. (Harraf dkk., 2015)

Fenomena empiris menunjukkan bahwa masih banyak destinasi wisata di Indonesia mengalami permasalahan rendahnya daya saing akibat lemahnya kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar wisata. Pengelola destinasi wisata masih cenderung menjalankan strategi konvensional yang kurang responsif terhadap perkembangan teknologi digital, perubahan preferensi wisatawan, maupun munculnya destinasi pesaing baru (Laksana, 2025). Selain itu, inovasi layanan wisata masih belum optimal, pengembangan produk wisata berjalan lambat, serta kemampuan pengelola dalam membaca peluang pasar masih relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan beberapa destinasi wisata mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan dan kesulitan menciptakan diferensiasi destinasi yang berkelanjutan (Achmad, 2023).

Permasalahan tersebut semakin kompleks karena sebagian besar pengembangan destinasi wisata masih berorientasi pada aspek ekonomi semata dan belum sepenuhnya memperhatikan nilai keberlanjutan sosial, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Padahal, dalam perspektif manajemen strategis berbasis nilai Islam, keberhasilan organisasi tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi, tetapi juga dari kemampuan menciptakan kemaslahatan (maslahah) bagi masyarakat luas. (Faridatun Najiyah & Noor Iffatin Nadhifah, 2023) Oleh sebab itu, diperlukan suatu pendekatan strategis yang tidak hanya menekankan *agility* bisnis, tetapi juga mengintegrasikan nilai kemanfaatan, keberlanjutan, dan etika dalam pengelolaan destinasi wisata. Konsep tersebut dalam penelitian ini disebut sebagai *Maslahah Business Agility*.

Dalam perspektif *Entrepreneurial Orientation Theory*, kemampuan organisasi dalam menciptakan *agility* bisnis dipengaruhi oleh beberapa dimensi utama, yaitu *innovativeness*, *proactiveness*, dan *risk taking*. *Innovativeness* mencerminkan kemampuan organisasi dalam menciptakan ide, layanan, maupun strategi baru yang mampu meningkatkan nilai tambah destinasi wisata (Hurtado-Palomino dkk., 2024). *Proactiveness* menunjukkan kemampuan organisasi dalam mengantisipasi perubahan pasar dan bertindak lebih cepat dibandingkan pesaing. Sementara itu, *risk taking* menggambarkan keberanian organisasi dalam mengambil keputusan strategis yang mengandung ketidakpastian demi menciptakan peluang bisnis baru. Ketiga dimensi tersebut diyakini mampu meningkatkan kemampuan destinasi wisata dalam menciptakan *agility* bisnis yang adaptif dan berkelanjutan.

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan *entrepreneurial orientation* terhadap *business agility* dan *competitive advantage* masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menemukan bahwa *innovativeness* dan *proactiveness* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing organisasi, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda, khususnya pada sektor jasa dan pariwisata (Pansuwong dkk., 2024). Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada sektor manufaktur, UMKM, dan industri teknologi, sementara penelitian yang menguji *business agility* pada konteks destinasi wisata masih relatif terbatas.

Research gap penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang mengintegrasikan *entrepreneurial orientation* dengan konsep maslahah dalam membangun *business agility* pada sektor pariwisata (Parlyna dkk., 2022) Penelitian sebelumnya umumnya menempatkan *business agility* sebagai konsep bisnis konvensional tanpa memasukkan perspektif nilai Islam dan keberlanjutan sosial sebagai bagian dari strategi organisasi. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan variabel mediasi seperti inovasi organisasi, kapabilitas digital, dan kinerja pemasaran, sedangkan penggunaan konsep *Maslahah Business Agility* sebagai variabel mediasi masih belum banyak dikembangkan dalam literatur manajemen strategi dan pariwisata.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan novelty berupa pengembangan model konseptual *Maslahah Business Agility* yang mengintegrasikan dimensi *innovativeness*, *proactiveness*, dan *risk taking* dalam meningkatkan *Competitive Advantage Tourism Destination*. Penelitian ini menghadirkan perspektif baru dengan menggabungkan konsep *agility* bisnis dan

nilai kemaslahatan sebagai landasan strategis pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori *entrepreneurial orientation* dan *dynamic capability*, tetapi juga memperluas kajian *strategic management* berbasis nilai Islam pada sektor pariwisata.

Dari sisi *state of the art*, penelitian ini mengembangkan integrasi antara *Dynamic Capability Theory*, *Entrepreneurial Orientation Theory*, *Strategic Management*, dan *Tourism Management* melalui pendekatan *agility* bisnis berbasis masalah. Penelitian ini menempatkan *Maslahah Business Agility* sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara *entrepreneurial orientation* dan *competitive advantage* destinasi wisata. Pendekatan ini menjadi pembeda utama dibandingkan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada *agility* bisnis konvensional tanpa memperhatikan aspek kebermanfaatan sosial dan keberlanjutan.

Sebagai alternatif metode pemecahan masalah, penelitian ini menawarkan model strategis pengembangan destinasi wisata berbasis *Maslahah Business Agility*. Model tersebut menekankan pentingnya peningkatan kemampuan inovasi destinasi wisata, sikap proaktif terhadap perubahan pasar wisata, serta keberanian dalam mengambil risiko strategis yang tetap berorientasi pada keberlanjutan dan kemanfaatan sosial. Implementasi model ini diharapkan mampu membantu pengelola destinasi wisata dalam meningkatkan kualitas layanan, mempercepat adaptasi terhadap perubahan kebutuhan wisatawan, memperkuat diferensiasi destinasi, serta menciptakan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi strategis bagi pengembangan destinasi wisata yang lebih adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Innovativeness terhadap Masalah Business Agility

Innovativeness merupakan kemampuan organisasi dalam menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide baru, produk baru, maupun strategi baru untuk meningkatkan efektivitas organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dalam perspektif *Strategic Management*, *innovativeness* dipandang sebagai salah satu sumber utama keunggulan kompetitif karena organisasi yang inovatif memiliki kemampuan lebih baik dalam menciptakan diferensiasi produk dan merespons perubahan pasar secara cepat. Pada sektor pariwisata, *innovativeness* dapat diwujudkan melalui pengembangan atraksi wisata baru, digitalisasi layanan wisata, pemanfaatan media sosial dalam pemasaran, hingga pengembangan konsep wisata berbasis pengalaman (*experience tourism*) (Paliy, 2024). Dalam konteks destinasi wisata, *innovativeness* menjadi faktor penting untuk membangun kemampuan adaptasi organisasi terhadap perubahan tren wisatawan yang semakin dinamis. Wisatawan modern cenderung menginginkan pengalaman wisata yang unik, personal, dan berbasis teknologi. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata dituntut untuk terus melakukan inovasi agar tetap relevan dan mampu mempertahankan daya tarik destinasi (Morozova dkk., 2023). Organisasi yang memiliki tingkat *innovativeness* tinggi akan lebih mudah mendeteksi perubahan kebutuhan wisatawan dan mampu merancang strategi layanan yang lebih fleksibel dan responsif (Anning-Dorson & Nyamekye, 2020).

Hubungan *innovativeness* dengan *Maslahah Business Agility* terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan respons strategis yang cepat namun tetap memperhatikan aspek keberlanjutan dan kebermanfaatan sosial. Konsep *Maslahah Business Agility* tidak hanya menekankan pada kecepatan organisasi dalam beradaptasi, tetapi juga pada kemampuan menciptakan manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan keberlanjutan ekonomi. Dalam perspektif *Dynamic Capability Theory*, inovasi merupakan bagian dari kemampuan dinamis organisasi dalam mengintegrasikan dan merekonfigurasi sumber daya untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *innovativeness* memiliki pengaruh positif terhadap *agility* organisasi karena organisasi yang inovatif cenderung lebih fleksibel dan cepat

dalam merespons perubahan pasar (Farizky, 2025). Pada sektor pariwisata, inovasi mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, memperkuat diferensiasi destinasi, serta menciptakan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaing. Dengan demikian, semakin tinggi *innovativeness* yang dimiliki pengelola destinasi wisata, maka semakin tinggi pula kemampuan destinasi tersebut dalam menciptakan *Maslahah Business Agility*.

Berdasarkan uraian teoritis dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *Maslahah Business Agility*.

Proactiveness* terhadap *Maslahah Business Agility

Proactiveness merupakan kemampuan organisasi dalam mengantisipasi perubahan lingkungan dan bertindak lebih awal dibandingkan pesaing dalam memanfaatkan peluang pasar (Kiguru dkk., 2024). Dalam teori *Entrepreneurial Orientation*, *proactiveness* menjadi salah satu dimensi utama yang mencerminkan kemampuan organisasi dalam menjadi pelopor pasar (*market leader*) (Katialem dkk., 2025). Organisasi yang proaktif tidak hanya menunggu perubahan terjadi, tetapi secara aktif menciptakan peluang baru melalui strategi inovatif dan pengambilan keputusan yang visioner. (Al Hubaishi, 2023)

Pada sektor pariwisata, *proactiveness* tercermin melalui kemampuan pengelola destinasi wisata dalam membaca tren wisatawan, memahami perubahan perilaku konsumen, serta merancang strategi pengembangan destinasi secara cepat dan tepat (Formica & Kothari, 2008). Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat dinamis dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, media sosial, serta perubahan preferensi wisatawan global (Kumar & Sharma, 2024). Oleh karena itu, destinasi wisata yang memiliki sikap proaktif akan lebih siap menghadapi persaingan dan perubahan pasar dibandingkan destinasi yang bersifat reaktif.

Hubungan *proactiveness* dengan *Maslahah Business Agility* terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan respons strategis yang cepat dan adaptif dengan tetap memperhatikan nilai kebermanfaatan sosial dan keberlanjutan (Kassar Mora, 2024). Pendekatan masalah dalam penelitian ini menekankan bahwa setiap strategi bisnis harus memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat serta menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan demikian, *proactiveness* tidak hanya diartikan sebagai kemampuan bertindak cepat, tetapi juga sebagai kemampuan menciptakan strategi yang berorientasi pada keberlanjutan.

Dalam perspektif *Dynamic Capability Theory*, organisasi yang proaktif cenderung memiliki kemampuan sensing yang lebih baik dalam mendeteksi peluang dan ancaman lingkungan bisnis (Semke & Tiberius, 2020). Kemampuan tersebut memungkinkan organisasi untuk melakukan penyesuaian strategi secara lebih cepat sehingga mampu meningkatkan *agility* bisnis (Godwin & Sorbarikor, 2022). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa organisasi dengan tingkat *proactiveness* tinggi memiliki fleksibilitas organisasi yang lebih baik dan lebih mudah menciptakan inovasi layanan yang relevan dengan kebutuhan pasar (M. Kocot, 2024a).

Pada konteks destinasi wisata, sikap proaktif memungkinkan pengelola wisata untuk lebih responsif terhadap perubahan tren wisata, mengembangkan layanan baru, serta meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan (Županović, 2014). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *proactiveness* pengelola destinasi wisata, maka semakin tinggi kemampuan organisasi dalam membangun *Maslahah Business Agility*.

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Proactiveness* berpengaruh positif terhadap *Maslahah Business Agility*.

Risk Taking* terhadap *Maslahah Business Agility

Risk taking merupakan keberanian organisasi dalam mengambil keputusan strategis yang mengandung ketidakpastian guna memperoleh peluang bisnis yang lebih besar. Dalam perspektif *Entrepreneurial Orientation*, *risk taking* mencerminkan kemampuan organisasi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis melalui keberanian melakukan investasi, eksplorasi pasar baru, maupun pengembangan strategi inovatif (Kielesińska, 2025). Organisasi

yang memiliki orientasi *risk taking* tinggi cenderung lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih siap menghadapi dinamika persaingan bisnis. (Ho dkk., 2024)

Dalam industri pariwisata, pengambilan risiko menjadi aspek penting karena sektor ini sangat rentan terhadap perubahan eksternal seperti perubahan tren wisata, kondisi ekonomi global, perkembangan teknologi, maupun krisis kesehatan dan sosial (. dkk., 2024). Pengelola destinasi wisata dituntut memiliki keberanian dalam melakukan transformasi layanan, investasi teknologi digital, maupun pengembangan konsep wisata baru agar tetap mampu bersaing di tengah perubahan lingkungan yang cepat (Sabbir Ahmed, 2025b).

Hubungan *risk taking* dengan *Maslahah Business Agility* terletak pada kemampuan organisasi dalam melakukan transformasi strategis secara cepat dan fleksibel dengan tetap memperhatikan prinsip kemaslahatan. Dalam penelitian ini, pengambilan risiko tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga harus mempertimbangkan keberlanjutan sosial, etika bisnis, dan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, keberanian mengambil risiko harus diimbangi dengan tanggung jawab sosial dan orientasi kebermanfaatan.

Dalam perspektif *Dynamic Capability Theory*, *risk taking* merupakan bagian dari kemampuan organisasi dalam melakukan rekonfigurasi sumber daya untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Organisasi yang berani mengambil risiko cenderung lebih cepat melakukan eksperimen bisnis dan lebih adaptif terhadap perubahan pasar (M. Kocot, 2024b). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *risk taking* memiliki pengaruh positif terhadap *agility* organisasi karena mendorong organisasi menjadi lebih dinamis dan terbuka terhadap perubahan (Kucharska dkk., 2024).

Pada sektor destinasi wisata, keberanian mengambil risiko dapat diwujudkan melalui pengembangan konsep wisata berbasis teknologi, diversifikasi produk wisata, maupun investasi pada pengembangan layanan baru (Чьева dkk., 2021). Pengelola destinasi wisata yang memiliki tingkat *risk taking* tinggi akan lebih siap menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis dan lebih mudah menciptakan *agility* organisasi yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian teoritis tersebut, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3: Risk Taking berpengaruh positif terhadap Maslahah Business Agility.

Maslahah Business Agility terhadap Competitive Advantage Tourism Destination

Maslahah Business Agility merupakan kemampuan destinasi wisata dalam merespons perubahan lingkungan bisnis secara cepat, fleksibel, dan adaptif dengan tetap berorientasi pada nilai kebermanfaatan, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat. Konsep ini merupakan pengembangan dari *business agility* yang dipadukan dengan pendekatan masalah dalam ekonomi Islam. Pendekatan tersebut menekankan bahwa aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga harus memberikan manfaat sosial dan menciptakan keseimbangan yang berkelanjutan.

Dalam konteks pariwisata, *agility* menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan bersaing destinasi wisata. Destinasi wisata yang *agile* akan lebih cepat dalam menyesuaikan layanan wisata dengan kebutuhan pelanggan, mengembangkan inovasi baru, serta merespons perubahan tren wisata. Kemampuan tersebut memungkinkan destinasi wisata menciptakan diferensiasi layanan yang sulit ditiru oleh pesaing sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan (Blazquez-Resino dkk., 2015).

Hubungan *Maslahah Business Agility* dengan *Competitive Advantage Tourism Destination* terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan nilai unggul secara berkelanjutan. Dalam perspektif *Dynamic Capability Theory*, *agility* merupakan kemampuan dinamis organisasi dalam menghadapi lingkungan bisnis yang kompleks dan berubah secara cepat. Organisasi yang memiliki *agility* tinggi cenderung lebih unggul dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis dibandingkan organisasi yang lambat beradaptasi (Saed Hijjawi & Al-Shawabkeh, 2017).

Pendekatan masalah dalam penelitian ini memperluas konsep *agility* dengan menambahkan dimensi keberlanjutan sosial dan kebermanfaatan masyarakat. Destinasi wisata yang mampu mengintegrasikan *agility* bisnis dan nilai kemaslahatan akan lebih mudah menciptakan citra

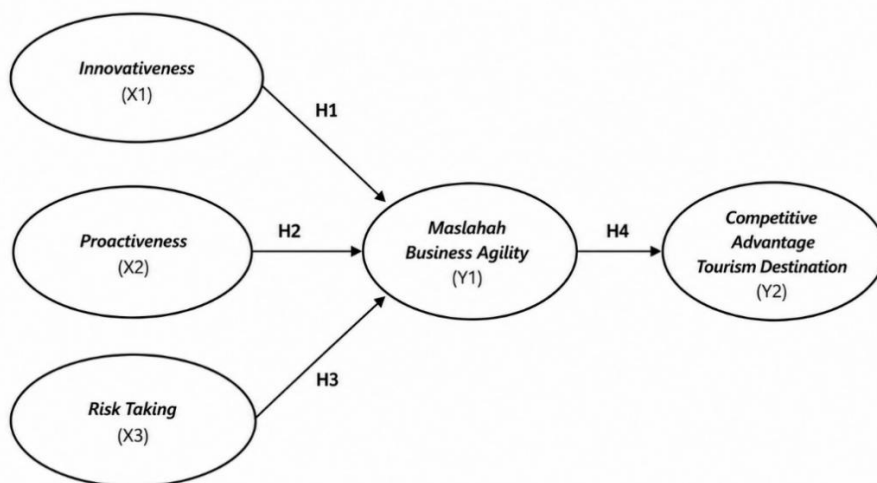
positif, meningkatkan kepercayaan wisatawan, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat lokal. Kondisi tersebut menjadi sumber keunggulan bersaing yang sulit ditiru oleh destinasi lain. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *agility* organisasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing karena meningkatkan kemampuan organisasi dalam merespons kebutuhan pasar secara cepat dan efektif (D. Kocot dkk., 2024). menurut penelitian (Motwani & Katatria, 2024) bahwa kelincahan organisasi berfungsi sebagai tulang punggung penting bagi organisasi, memungkinkan mereka untuk dengan cepat menanggapi kebutuhan pasar dengan merasakan, memperbarui, beradaptasi, dan berhasil dalam lingkungan yang bergejolak. Kelincahan ini sangat penting di tingkat strategis, operasional, dan individu, sehingga meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi. Pada sektor pariwisata, *agility* yang berbasis masalah diyakini mampu menciptakan *competitive advantage* yang lebih berkelanjutan karena tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan (Junfeng & Butkouskaya, 2025).

Berdasarkan uraian teoritis tersebut, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H4: Masalah Business Agility berpengaruh positif terhadap Competitive Advantage Tourism Destination.

Kerangka Konseptual

Kerangka penelitian ini dikembangkan berdasarkan integrasi *Entrepreneurial Orientation Theory*, *Dynamic Capability Theory*, dan perspektif Masalah dalam ekonomi Islam. Model penelitian menjelaskan bahwa *Entrepreneurial Orientation* yang direpresentasikan oleh *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* merupakan kapabilitas strategis yang mendorong terbentuknya *Maslahah Business Agility*. Ketiga dimensi tersebut mencerminkan kemampuan pengelola destinasi wisata dalam menciptakan inovasi, mengantisipasi perubahan lingkungan, serta mengambil keputusan strategis secara adaptif untuk menghadapi dinamika industri pariwisata. Selanjutnya, *Maslahah Business Agility* diposisikan sebagai variabel mediasi yang mengintegrasikan kelincahan organisasi dengan nilai kemaslahatan melalui fleksibilitas rasional (*Ta'aquli Flexibility*), ketangkasan bermuamalah (*Muamalah Agility*), ketangkasan bisnis yang bernilai manfaat (*Valuable Business Agility*), dan kemampuan adaptasi berbasis kemaslahatan (*Maslahah Adaptive Agility*). Kemampuan tersebut diharapkan mampu menciptakan *Competitive Advantage Tourism Destination* yang diwujudkan melalui diferensiasi destinasi, peningkatan kualitas layanan, penguatan daya tarik wisata, serta terciptanya kepuasan dan loyalitas wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan model konseptual baru yang menempatkan *Maslahah Business Agility* sebagai mekanisme strategis dalam menjembatani pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap penciptaan keunggulan bersaing destinasi wisata yang berkelanjutan.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel dalam model penelitian, yaitu pengaruh *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* terhadap *Maslahah Business Agility* serta implikasinya terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*. Penelitian eksplanatori dipilih karena mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel melalui pengujian hipotesis berdasarkan teori yang telah dikembangkan sebelumnya. Desain penelitian menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi subjek penelitian. Penelitian ini bersifat *cross-sectional* karena pengumpulan data dilakukan dalam satu periode waktu tertentu tanpa adanya pengamatan berulang. Pendekatan ini dinilai sesuai untuk mengidentifikasi persepsi responden mengenai implementasi orientasi kewirausahaan dan *agility* bisnis dalam pengelolaan destinasi wisata.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku atau pengelola destinasi wisata di Jawa Timur yang terlibat dalam aktivitas pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata, baik yang berasal dari sektor pemerintah, pengelola wisata swasta, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), maupun pelaku usaha wisata pendukung lainnya. Populasi tersebut dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan destinasi wisata. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 307 responden. Jumlah tersebut dinilai telah memenuhi persyaratan analisis berbasis *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan IBM SPSS AMOS, karena menurut Hair et al., jumlah sampel ideal dalam analisis SEM berkisar antara 200–400 responden agar model dapat diestimasi secara optimal dan menghasilkan *goodness of fit* yang baik. Karakteristik responden dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan beberapa kriteria berikut: 1) Responden merupakan pengelola atau pelaku usaha yang terlibat langsung dalam pengelolaan destinasi wisata. 2) Responden memiliki pengalaman minimal satu tahun dalam aktivitas pengelolaan atau pengembangan destinasi wisata. 3) Responden memahami aktivitas operasional dan strategi pengembangan destinasi wisata. 4) Responden terlibat dalam proses pengambilan keputusan atau pengembangan layanan wisata. Karakteristik tersebut dipilih agar responden memiliki pemahaman yang memadai terhadap variabel penelitian, khususnya terkait inovasi, sikap proaktif, pengambilan risiko, dan *agility* bisnis dalam pengelolaan destinasi wisata. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan kondisi empiris secara akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen yang terdiri dari *Innovativeness* (X1), *Proactiveness* (X2), dan *Risk Taking* (X3), variabel mediasi yaitu *Maslahah Business Agility* (Y1), serta variabel dependen yaitu *Competitive Advantage Tourism Destination* (Y2). Seluruh indikator variabel penelitian diukur menggunakan skala Likert 5 poin. Adapun operasionalisasi variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut antara lain *Innovativeness* (X1), *Innovativeness* merupakan kemampuan destinasi wisata dalam menciptakan dan mengembangkan ide, layanan, maupun strategi baru untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata. Indikator yang digunakan meliputi mentransformasikan ide baru kepada produk produk, proses, dan system, mengembangkan produk produk baru, merespon perubahan kondisi pasar, mengembangkan ide ide baru *proactiveness* (X2). *Proactiveness* merupakan kemampuan pengelola destinasi wisata dalam mengantisipasi perubahan pasar dan bertindak lebih cepat dibandingkan pesaing. Indikator yang digunakan meliputi *making first move, introduced new product, service, or technology, positioning the business to compete*. *Risk Taing* (X3), *Risk Taking* merupakan keberanian pengelola destinasi wisata dalam mengambil keputusan strategis yang mengandung ketidakpastian. Indikator yang digunakan meliputi, *risk seeking, risk tolerance, risk neural*. *masalah business agility* (Y1), *Maslahah business agility* merupakan kemampuan

destinasi wisata dalam beradaptasi secara cepat dan fleksibel dengan tetap memperhatikan kebermanfaatan sosial dan keberlanjutan. Indikator yang digunakan meliputi *Ta'aquli flexibility* (fleksibilitas yang rasional, *Muamalah agility* (kemampuan bermuamalah sesuai dengan nilai Syara), *Valuable business agility* (ketangkasan bisnis yang bernilai manfaat), *Maslahah adaptive agility* (kemampuan beradaptasi yang maslahah). *Competitive Advantage Tourism Destination* (Y2), *Competitive Advantage Tourism Destination* merupakan kemampuan destinasi wisata dalam menciptakan keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing. Indikator yang digunakan meliputi, diferensiasi destinasi wisata, kualitas layanan wisata, daya tarik destinasi, kepuasan dan loyalitas wisatawan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis IBM SPSS AMOS. Penggunaan SEM-AMOS dipilih karena mampu menganalisis hubungan simultan antarvariabel laten serta menguji model struktural dan model pengukuran secara bersamaan. Selain itu, SEM memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel dalam model penelitian. Adapun tahapan analisis data penelitian ini meliputi Analisis Statistik Deskriptif, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Goodness of Fit Model, Pengujian Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel *Innovativeness* (X1)

Tabel 1. *Innovativeness*

No	Indikator	Mean	Std. Deviation	Kriteria
1	Mentransformasikan ide baru kepada produk produk, proses, dan system	7,38	1,974	Tinggi
2	Proses terbaru	7,29	1,029	Tinggi
3	Mengembangkan produk produk baru	7,37	1,056	Tinggi
4	Merespon perubahan kondisi pasar	7,28	1,011	Tinggi
5	Mengembangkan ide ide baru	7,76	1,556	Tinggi
Rata-rata <i>Innovativeness</i>		7,42		Tinggi

Sumber: Hasil olah data, 2026

Innovativeness menggambarkan kemampuan pengelola destinasi wisata dalam menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide-ide baru untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta daya tarik destinasi wisata. Dalam penelitian ini, *innovativeness* direfleksikan melalui kemampuan mentransformasikan ide baru ke dalam produk, proses, dan sistem, mengembangkan produk baru, merespons perubahan kondisi pasar, serta menghasilkan ide-ide kreatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata *innovativeness* sebesar 7,42 berada dalam kategori tinggi. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah kemampuan mengembangkan ide baru sebesar 7,76, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada kemampuan merespons perubahan kondisi pasar sebesar 7,28. Meskipun demikian, seluruh indikator masih berada dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata memiliki kapasitas inovasi yang relatif kuat dalam mengembangkan ide, memperbarui produk dan proses, serta menyesuaikan pengelolaan destinasi dengan perkembangan kebutuhan wisatawan.

Deskripsi Variabel *Proactiveness* (X2)

Tabel 2. Statistik Deskriptif *Proactive*

No	Indikator	Mean	Std. Deviation	Kriteria
1	<i>Making first move</i>	7,67	1,607	Tinggi
2	<i>Introduced new product, service, or technology</i>	7,60	1,546	Tinggi
3	<i>Positioning the business to compete</i>	7,88	1,947	Tinggi
Rata-rata <i>Proactive</i>		7,72		Tinggi

Sumber: Hasil olah data, 2026

Proactiveness merupakan kemampuan pengelola destinasi wisata dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis dan bertindak lebih cepat dibandingkan pesaing dalam memanfaatkan peluang pasar. Variabel ini mencerminkan sikap visioner dan kemampuan organisasi dalam menjadi pelopor pasar melalui strategi yang responsif dan inovatif. Dalam penelitian ini, *proactiveness* diukur menggunakan indikator *making first move, introduced new product, service, or technology, serta positioning the business to compete*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *proactiveness* memiliki rata-rata sebesar 7,72 dengan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata telah memiliki kemampuan yang baik dalam membaca tren pasar, menciptakan layanan baru, serta memperkuat posisi kompetitif destinasi wisata di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin dinamis.

Risk Taking

Tabel 3. Statistik Deskriptif Risk Taking

No	Indikator	Mean	Std. Deviation	Kriteria
1	<i>Risk Seeking</i>	7,81	1,653	Tinggi
2	<i>Risk Tolerance</i>	7,99	1,390	Tinggi
3	<i>Risk Neural</i>	7,41	1,578	Tinggi
Rata-rata Risk Taking		7,74		Tinggi

Sumber: Hasil olah data, 2026

Risk Taking merupakan keberanian pengelola destinasi wisata dalam mengambil keputusan strategis yang mengandung ketidakpastian guna menciptakan peluang bisnis baru dan meningkatkan daya saing organisasi. Variabel ini menunjukkan kemampuan organisasi dalam menghadapi risiko bisnis secara terukur untuk mendukung pengembangan layanan dan inovasi wisata. Dalam penelitian ini, *risk taking* diukur melalui indikator *risk seeking, risk tolerance, dan risk neural*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *risk taking* memiliki rata-rata sebesar 7,74 dengan kategori tinggi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengelola destinasi wisata memiliki keberanian yang cukup baik dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, melakukan transformasi layanan, serta mengambil peluang strategis demi meningkatkan kemampuan adaptasi dan keberlanjutan destinasi wisata.

Maslahah Business Agility (Y1)

Tabel 4. Statistik Deskriptif Masalahah Bussiness Agility

No	Indikator	Mean	Std. Deviation	Kriteria
1	<i>Ta'aquli flexibility</i> (fleksibilitas yang rasional)	7,04	1,829	Tinggi
2	<i>Muamalah agility</i> (kemampuan bermuamalah sesuai dengan nilai Syara)	7,25	1,708	Tinggi
3	<i>Valuable business agility</i> (ketangkasan bisnis yang bernilai manfaat)	7,23	1,866	Tinggi
4	<i>Maslahah adaptive agility</i> (kemampuan beradaptasi yang masalahah)	7,17	1,750	Tinggi
Rata-rata Masalahah Bussiness Agility		7,17		Tinggi

Sumber: Hasil olah data, 2026

Maslahah Business Agility merupakan kemampuan destinasi wisata dalam beradaptasi secara cepat, fleksibel, dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis dengan tetap berorientasi pada nilai kebermanfaatan sosial, keberlanjutan, dan kesejahteraan masyarakat. Variabel ini mengintegrasikan konsep *business agility* dengan pendekatan masalah dalam perspektif ekonomi Islam. Pengukuran variabel dilakukan melalui indikator *Ta'aquli flexibility, Muamalah agility, Valuable business agility, dan Maslahah adaptive agility*. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa *Maslahah Business Agility* berada pada kategori tinggi dengan rata-rata sebesar 7,17. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata telah mampu mengembangkan kemampuan adaptasi bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial, etika, dan keberlanjutan lingkungan dalam pengelolaan destinasi wisata.

Competitive Advantage Tourism Destination (Y2)

Tabel 5. Statistik Deskriptif *Competitive Advantage Tourism Destination*

No	Indikator	Mean	Std. Deviation	Kriteria
1	Diferensiasi destinasi wisata, Kualitas	7,65	1,743	Tinggi
2	Kualitas layanan wisata, Daya tarik destinasi	7,61	1,650	Tinggi
3	Daya tarik destinasi	7,69	1,607	Tinggi
4	Kepuasan dan loyalitas wisatawan	7,68	1,792	Tinggi
Rata-rata <i>Competitive Advantage Tourism Destination</i>		7,66		Tinggi

Sumber: Hasil olah data, 2026

Competitive Advantage Tourism Destination merupakan kemampuan destinasi wisata dalam menciptakan keunggulan bersaing yang sulit ditiru oleh pesaing melalui kualitas layanan, diferensiasi destinasi, serta kemampuan menciptakan kepuasan wisatawan. Variabel ini menunjukkan tingkat keberhasilan destinasi wisata dalam mempertahankan daya tarik dan loyalitas wisatawan secara berkelanjutan. Dalam penelitian ini, *competitive advantage tourism destination* diukur melalui indikator diferensiasi destinasi wisata, kualitas layanan wisata, daya tarik destinasi, serta kepuasan dan loyalitas wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ini memiliki rata-rata sebesar 7,66 dengan kategori tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa destinasi wisata telah memiliki kemampuan kompetitif yang baik dalam menciptakan pengalaman wisata yang unggul dan bernilai bagi wisatawan.

Hasil analisis

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas dan *Variance Extract*

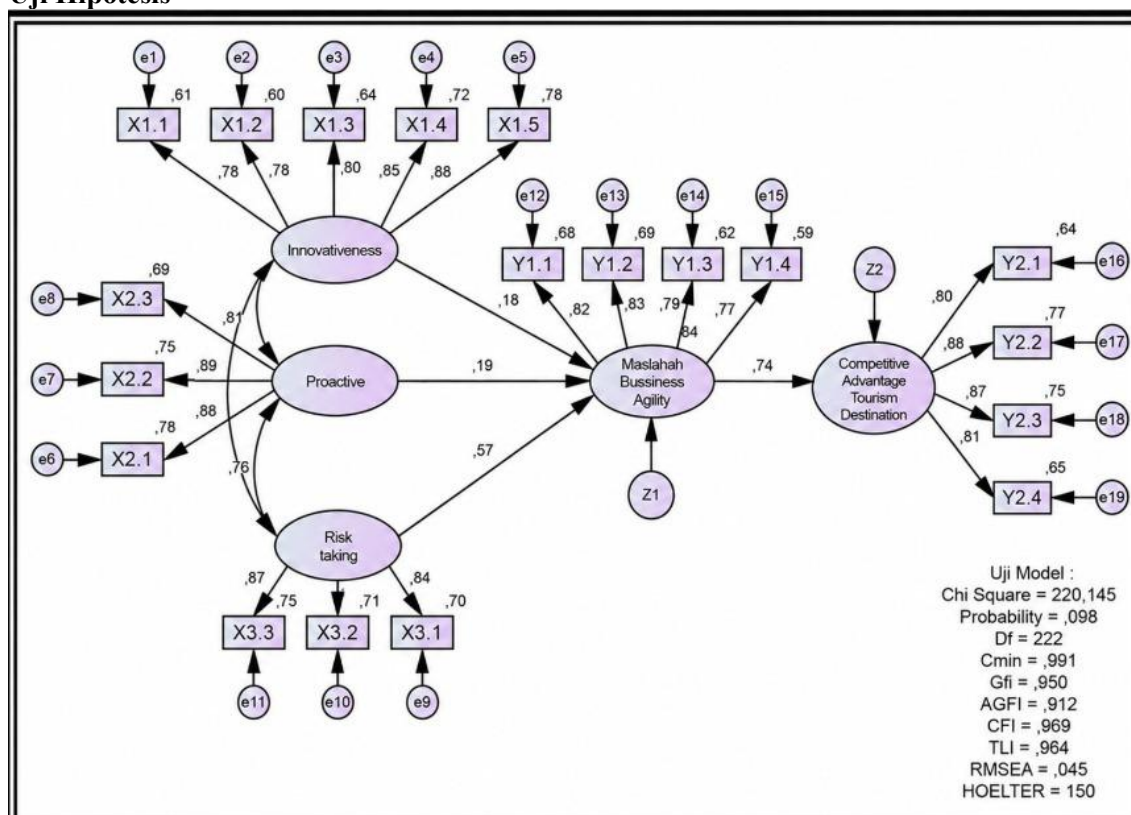
No	Variabel	Indikator	Loading Factor		Construct Reliability	Variance Extract
1	<i>Innovativeness</i>	X1.1	0,786	0,382	0,911	0,673
		X1.2	0,775	0,399		
		X1.3	0,802	0,357		
		X1.4	0,850	0,278		
		X1.5	0,883	0,220		
2	<i>Proactive</i>	X2.1	0,866	0,250	0,903	0,757
		X2.2	0,897	0,195		
		X2.3	0,847	0,283		
3	<i>Risk Taking</i>	X3.1	0,847	0,283	0,887	0,724
		X3.2	0,869	0,245		
		X3.3	0,836	0,301		
4	<i>Maslahah Bussiness Agility</i>	Y1.1	0,804	0,354	0,880	0,647
		Y1.2	0,808	0,347		
		Y1.3	0,794	0,370		
		Y1.4	0,812	0,341		

No	Variabel	Indikator	Loading Factor		Construct Reliability	Variance Extract
5	Competitive Advantage Tourism Destination	Y2.1	0,798	0,363	0,904	0,703
		Y2.2	0,878	0,229		
		Y2.3	0,873	0,238		
		Y2.4	0,801	0,358		

Sumber: Hasil olah data, 2026

Berdasarkan hasil pengujian model pengukuran (*measurement model*), seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Nilai loading factor pada setiap indikator telah melampaui batas minimum yang direkomendasikan, yaitu 0,70. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk laten yang diukur dengan baik. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk juga telah memenuhi kriteria, yaitu *Innovativeness* (0,673), *Proactive* (0,757), *Risk Taking* (0,724), *Maslahah Business Agility* (0,647), dan *Competitive Advantage Tourism Destination* (0,703). Seluruh nilai AVE lebih besar dari 0,50, yang mengindikasikan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya, sehingga validitas konvergen dinyatakan terpenuhi. Selanjutnya, hasil pengujian *Composite Reliability* (CR) menunjukkan nilai yang berkisar antara 0,880–0,911, yaitu *Innovativeness* (0,911), *Proactive* (0,903), *Risk Taking* (0,887), *Maslahah Business Agility* (0,880), dan *Competitive Advantage Tourism Destination* (0,904). Seluruh nilai tersebut melebihi ambang batas 0,70, sehingga mengindikasikan bahwa masing-masing konstruk memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas, sehingga layak digunakan untuk pengujian model struktural pada tahap selanjutnya.

Uji Hipotesis



Sumber: Hasil olah data, 2026

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Berbasis SEM

	Hubungan Antar variabel	Estimate	CR	P	Keterangan
H1	<i>Innovativeness</i> → <i>Maslahah Bussiness Agility</i>	0.182	2,087	,037	diterima
H2	<i>Proactive</i> → <i>Maslahah Bussiness Agility</i>	0.188	2,015	,048	diterima
H3	<i>Risk Taking</i> → <i>Maslahah Bussiness Agility</i>	0.674	7,104	,000	diterima
H4	<i>Maslahah Bussiness Agility</i> → <i>Competitive Advantage Tourism Destination</i>	0.738	10,142	,000	diterima

Sumber: Hasil olah data, 2026

Innovativeness* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Masalah *Business Agility

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Masalah *Business Agility* dengan nilai estimasi sebesar 0,182, CR = 2,087, dan $p = 0,037 (<0,05)$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat inovatif pelaku usaha, semakin baik kemampuan bisnis dalam membangun kelincahan yang berorientasi pada prinsip *masalah*.

Proactive* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Masalah *Business Agility

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Proactive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Masalah *Business Agility* dengan nilai estimasi 0,188, CR = 2,015, dan $p = 0,048 (<0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku proaktif pelaku usaha mampu meningkatkan kemampuan bisnis dalam merespons perubahan secara adaptif dengan tetap memperhatikan nilai-nilai kemaslahatan.

Risk Taking* Berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Masalah *Business Agility

Hasil pengujian membuktikan bahwa *Risk Taking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Masalah *Business Agility*, ditunjukkan oleh nilai estimasi 0,674, CR = 7,104, dan $p < 0,001$. Besarnya koefisien menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kelincahan bisnis berbasis *masalah*.

Masalah *Business Agility* Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*

Hasil analisis menunjukkan bahwa Masalah *Business Agility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination* dengan nilai estimasi 0,738, CR = 10,142, dan $p < 0,001$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kelincahan bisnis yang berlandaskan prinsip *masalah*, semakin kuat keunggulan kompetitif destinasi wisata yang dihasilkan.

Pembahasan

Pembahasan H1: Pengaruh *Innovativeness* terhadap Masalah *Business Agility*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *innovativeness* berpengaruh positif terhadap Masalah *Business Agility*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pengelola destinasi wisata dalam menghasilkan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru menjadi fondasi penting dalam membangun kelincahan organisasi yang tidak hanya adaptif terhadap perubahan, tetapi juga berorientasi pada nilai-nilai kemaslahatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa inovasi tidak sekadar dipahami sebagai penciptaan produk atau layanan baru, melainkan sebagai kemampuan organisasi untuk melakukan pembaruan secara berkelanjutan demi menciptakan manfaat yang lebih luas bagi wisatawan, masyarakat lokal, dan keberlanjutan destinasi wisata.

Berdasarkan indikator penyusun variabel, kemampuan mengembangkan ide-ide baru menjadi aspek yang paling merefleksikan *innovativeness*. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas pengelola dalam menghasilkan gagasan baru menjadi pendorong utama terbentuknya *Maslahah Business Agility*. Ide-ide tersebut kemudian ditransformasikan ke dalam produk, proses, dan sistem pengelolaan destinasi sehingga organisasi mampu merespons dinamika industri pariwisata secara lebih cepat dan fleksibel. Selain itu, kemampuan mengembangkan produk wisata baru serta merespons perubahan kondisi pasar memperlihatkan bahwa inovasi telah menjadi budaya organisasi yang mendukung proses adaptasi secara berkesinambungan. Kondisi tersebut berimplikasi langsung pada terbentuknya dimensi *Ta'aquli flexibility*, yaitu kemampuan organisasi mengambil keputusan secara rasional sesuai perubahan lingkungan tanpa mengabaikan prinsip-prinsip kemaslahatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Dynamic Capability Theory* yang menjelaskan bahwa inovasi merupakan kemampuan organisasi dalam merekonfigurasi sumber daya untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Suharto dkk., 2023). Penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa organisasi inovatif cenderung lebih agile dalam merespons perubahan pasar (M. Kocot, 2024c). Selain itu, penelitian pada sektor pariwisata menunjukkan bahwa inovasi layanan wisata mampu meningkatkan fleksibilitas organisasi dan memperkuat daya saing destinasi wisata secara berkelanjutan.

Pembahasan H2: Pengaruh *Proactiveness* terhadap *Maslahah Business Agility*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *proactiveness* berpengaruh positif terhadap *Maslahah Business Agility*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pengelola destinasi wisata dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis dan bertindak lebih awal dibandingkan pesaing berperan penting dalam membangun organisasi yang adaptif, responsif, dan tetap berorientasi pada nilai-nilai kemaslahatan. Dalam industri pariwisata yang memiliki tingkat dinamika tinggi, sikap proaktif memungkinkan pengelola tidak hanya merespons perubahan, tetapi juga mempersiapkan strategi yang mampu menciptakan nilai berkelanjutan bagi wisatawan, masyarakat, dan lingkungan. Berdasarkan indikator penyusun variabel, kemampuan memposisikan destinasi agar mampu bersaing menjadi aspek yang paling dominan dalam merefleksikan *proactiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata telah memiliki orientasi strategis dalam memperkuat posisi kompetitif melalui pengembangan layanan, peningkatan kualitas pengalaman wisata, dan penyesuaian strategi sesuai dengan perkembangan pasar. Selain itu, kemampuan menjadi pihak yang pertama mengambil langkah (*making first move*) mencerminkan kesiapan organisasi dalam menangkap peluang lebih cepat sehingga mampu merespons perubahan kebutuhan wisatawan secara lebih efektif. Kemampuan memperkenalkan produk, layanan, atau teknologi baru juga memperlihatkan adanya komitmen organisasi untuk terus melakukan pembaruan sebagai bentuk antisipasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Perilaku proaktif tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya *Maslahah Business Agility*, khususnya pada dimensi *Maslahah adaptive agility*, yaitu kemampuan organisasi untuk beradaptasi secara cepat tanpa mengabaikan prinsip kebermanfaatan. Pengelola destinasi wisata yang memiliki orientasi proaktif cenderung lebih mudah melakukan penyesuaian terhadap perubahan tren wisata, perkembangan teknologi digital, maupun tuntutan wisata berkelanjutan. Di sisi lain, perilaku proaktif juga memperkuat dimensi *Muamalah agility* karena setiap langkah strategis dilakukan dengan membangun hubungan yang harmonis dengan wisatawan, masyarakat lokal, dan berbagai pemangku kepentingan. Dengan demikian, ketangkasan organisasi tidak hanya diwujudkan melalui kecepatan bertindak, tetapi juga melalui kemampuan menjaga keseimbangan antara tujuan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan nilai-nilai etika (Simon Wanjohi dkk., 2024). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terkait perilaku proaktif organisasi yang mampu meningkatkan kemampuan adaptasi strategis. Selain itu, penelitian sebelumnya pada sektor pariwisata menemukan bahwa organisasi yang proaktif lebih mampu menciptakan inovasi layanan dan mempertahankan keberlanjutan bisnis wisata di tengah perubahan lingkungan yang dinamis. (Singh & Kumar, 2025)

Pembahasan H3: Pengaruh *Risk Taking* terhadap *Maslahah Business Agility*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *risk taking* berpengaruh positif terhadap *Maslahah Business Agility*. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberanian pengelola destinasi wisata dalam mengambil keputusan strategis di tengah ketidakpastian menjadi faktor penting dalam membangun organisasi yang adaptif, fleksibel, dan mampu merespons perubahan secara cepat tanpa mengabaikan nilai-nilai kemaslahatan. Dalam industri pariwisata yang sangat dipengaruhi oleh perubahan preferensi wisatawan, perkembangan teknologi, kondisi ekonomi, maupun dinamika global, kemampuan mengambil risiko secara terukur menjadi modal strategis untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing destinasi wisata. Berdasarkan indikator penyusun variabel, kemampuan untuk mentoleransi risiko (*risk tolerance*) menjadi aspek yang paling dominan dalam merefleksikan *risk taking*. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata memiliki kesiapan dalam menghadapi ketidakpastian sebagai bagian dari proses pengembangan organisasi. Kemampuan tersebut didukung oleh kecenderungan mencari peluang baru (*risk seeking*), yang menggambarkan keberanian untuk melakukan eksplorasi terhadap inovasi layanan, pengembangan produk wisata, maupun pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, indikator *risk neural* menunjukkan bahwa keputusan yang diambil tetap mempertimbangkan keseimbangan antara peluang dan potensi risiko, sehingga setiap kebijakan yang diterapkan bersifat rasional dan terukur.

Keberanian mengambil risiko tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya *Maslahah Business Agility*, terutama pada dimensi *Ta'aquli flexibility*, yaitu kemampuan organisasi dalam mengambil keputusan secara rasional ketika menghadapi perubahan lingkungan. Pengambilan risiko yang didasarkan pada pertimbangan strategis memungkinkan organisasi melakukan transformasi layanan, mempercepat proses adaptasi, serta memanfaatkan peluang bisnis baru tanpa mengabaikan prinsip kehati-hatian. Penelitian ini mendukung hasil penelitian ini menyatakan bahwa keberanian mengambil risiko mampu meningkatkan fleksibilitas organisasi dan mempercepat pengambilan keputusan strategis. Pada sektor pariwisata, *risk taking* juga terbukti mampu mendorong pengembangan konsep wisata baru, digitalisasi layanan, dan diferensiasi destinasi wisata sehingga organisasi menjadi lebih *agile* dan kompetitif. (Cahyanti dkk., 2025)

Pembahasan H4: Pengaruh *Maslahah Business Agility* terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Maslahah Business Agility* berpengaruh positif terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan destinasi wisata untuk beradaptasi secara cepat, fleksibel, dan responsif dengan tetap berlandaskan pada nilai-nilai kemaslahatan mampu menjadi sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dalam industri pariwisata yang ditandai oleh perubahan preferensi wisatawan, perkembangan teknologi, serta meningkatnya tuntutan terhadap aspek keberlanjutan, kemampuan beradaptasi saja tidak lagi memadai. Organisasi juga dituntut mampu memastikan bahwa setiap keputusan strategis memberikan manfaat bagi wisatawan, masyarakat lokal, dan kelestarian lingkungan sehingga keunggulan yang dibangun lebih sulit ditiru oleh destinasi lain.

Berdasarkan indikator penyusun variabel, *Muamalah agility* menjadi aspek yang paling dominan dalam merefleksikan *Maslahah Business Agility*. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pengelola destinasi wisata dalam membangun hubungan yang berlandaskan nilai syariah, etika, kepercayaan, dan kemitraan menjadi fondasi penting dalam menciptakan daya saing destinasi. Selanjutnya, *valuable business agility* menunjukkan bahwa setiap bentuk adaptasi yang dilakukan diarahkan untuk menghasilkan manfaat ekonomi sekaligus memberikan dampak sosial yang positif bagi masyarakat sekitar. Sementara itu, *Ta'aquli flexibility* dan *Maslahah adaptive agility* mencerminkan kemampuan organisasi dalam mengambil keputusan secara rasional serta melakukan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan bisnis tanpa meninggalkan prinsip kebermanfaatan. Kemampuan tersebut berkontribusi langsung terhadap pembentukan *Competitive Advantage Tourism Destination*. Diferensiasi destinasi wisata menjadi lebih kuat karena organisasi mampu menghadirkan produk dan layanan yang relevan dengan perkembangan kebutuhan wisatawan. Kualitas layanan juga terus meningkat sebagai hasil dari kemampuan

organisasi melakukan penyesuaian secara cepat terhadap perubahan pasar. Hasil penelitian ini mendukung *Dynamic Capability Theory* yang menjelaskan bahwa *agility* merupakan kemampuan strategis organisasi dalam mempertahankan keunggulan bersaing pada lingkungan yang dinamis (Zongyuan dkk., 2025). Penelitian ini juga mendukung penelitian David Teece yang menyatakan bahwa organisasi dengan *agility* tinggi cenderung lebih unggul dalam menciptakan *competitive advantage* yang berkelanjutan dibandingkan organisasi yang lambat beradaptasi (Fukuzawa, 2015).

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Orientation* yang terdiri atas *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* terhadap *Maslahah Business Agility* serta implikasinya terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima. Pertama, *Innovativeness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Maslahah Business Agility*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pengelola destinasi wisata dalam menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide baru mampu meningkatkan kemampuan adaptasi organisasi secara cepat, fleksibel, dan berorientasi pada kemaslahatan. Inovasi yang dilakukan tidak hanya meningkatkan kualitas layanan wisata, tetapi juga memperkuat kemampuan destinasi dalam menghadapi perubahan kebutuhan wisatawan. Kedua, *Proactiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Maslahah Business Agility*. Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan pengelola destinasi wisata dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis serta bertindak lebih cepat dibandingkan pesaing mampu meningkatkan ketangkasan organisasi dalam merespons dinamika industri pariwisata secara berkelanjutan. Ketiga, *Risk Taking* terbukti menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap *Maslahah Business Agility*. Temuan ini menunjukkan bahwa keberanian pengelola destinasi wisata dalam mengambil keputusan strategis yang mengandung ketidakpastian merupakan faktor penting dalam menciptakan kemampuan adaptasi bisnis yang unggul. Keberanian mengambil risiko memungkinkan organisasi lebih terbuka terhadap inovasi, transformasi layanan, dan pengembangan strategi baru yang bernilai manfaat. Keempat, *Maslahah Business Agility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage Tourism Destination*. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan destinasi wisata untuk beradaptasi secara cepat dan fleksibel dengan tetap memperhatikan nilai kebermanfaatan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dengan demikian, konsep *Maslahah Business Agility* terbukti menjadi mekanisme strategis yang efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur *Strategic Management*, *Dynamic Capability Theory*, dan *Entrepreneurial Orientation Theory* melalui pengenalan konsep *Maslahah Business Agility* sebagai konstruk baru yang mengintegrasikan *business agility* dengan nilai-nilai kemaslahatan. Penelitian ini memperluas kajian *agility* bisnis yang selama ini lebih berorientasi pada aspek ekonomi dengan memasukkan dimensi kebermanfaatan sosial, etika bisnis, dan keberlanjutan sebagai bagian dari strategi organisasi. Selain itu, penelitian ini memperkaya pengembangan teori manajemen strategi berbasis nilai Islam dalam konteks industri pariwisata. Penelitian ini merupakan salah satu studi awal yang mengembangkan dan menguji secara empiris konsep *Maslahah Business Agility* sebagai konstruk strategis baru pada sektor pariwisata. Konsep ini menjadi jembatan antara *Dynamic Capability Theory* dan perspektif *Maslahah* dalam manajemen strategi, sehingga menghasilkan pendekatan yang lebih holistik dalam menjelaskan penciptaan keunggulan bersaing destinasi wisata yang berkelanjutan. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bagi pengelola destinasi wisata, pemerintah daerah, serta pemangku kepentingan pariwisata untuk memperkuat orientasi kewirausahaan dalam pengelolaan destinasi wisata. Pengembangan inovasi layanan, peningkatan kemampuan membaca peluang pasar, serta keberanian dalam mengambil keputusan strategis

perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan *agility* organisasi. Selain itu, pengembangan destinasi wisata hendaknya tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperhatikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi masyarakat lokal. Penerapan *Maslahah Business Agility* dapat menjadi model strategis dalam menciptakan destinasi wisata yang adaptif, kompetitif, dan berkelanjutan. Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat menjadi peluang pengembangan penelitian berikutnya. Pertama, penelitian ini hanya menggunakan variabel *Innovativeness*, *Proactiveness*, dan *Risk Taking* sebagai *antecedent Maslahah Business Agility*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti *Digital Capability*, *Knowledge Management Capability*, *Market Orientation*, *Organizational Learning*, maupun *Sustainable Leadership* untuk memperoleh model yang lebih komprehensif. Kedua, penelitian ini dilakukan pada sektor destinasi wisata sehingga generalisasi hasil penelitian masih terbatas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model *Maslahah Business Agility* pada sektor lain seperti UMKM, industri halal, ekonomi kreatif, rumah sakit syariah, pendidikan, maupun organisasi sektor publik. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain cross-sectional. Penelitian mendatang dapat menggunakan pendekatan longitudinal untuk melihat perubahan *agility* organisasi dalam jangka panjang atau menggunakan metode *mixed methods* guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai implementasi konsep *Maslahah Business Agility* dalam praktik organisasi. Keempat, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan peran mediasi atau moderasi dari *Maslahah Business Agility* dengan menguji pengaruhnya terhadap kinerja organisasi, inovasi berkelanjutan, *resilience* organisasi, maupun *sustainable competitive advantage* sehingga pengembangan konsep ini semakin kuat dan relevan dalam literatur manajemen strategi kontemporer

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>
- Al Hubaishi, H. (2023). A Roadmap for Becoming Proactive. *Journal of Service Science and Management*, 16(05), 624–641. <https://doi.org/10.4236/jssm.2023.165033>
- Anning-Dorson, T., & Nyamekye, M. B. (2020). Be flexible: turning *innovativeness* into *competitive advantage* in hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 605–624. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1014>
- Bekjanov, D., & Matyusupov, B. (2021). *Influence of Innovative Processes in the Competitiveness of Tourist Destination* (hlm. 243–263). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-4855-4.ch014>
- Blazquez-Resino, J. J., Molina, A., & Esteban-Talaya, A. (2015). Service-Dominant Logic in tourism: the way to loyalty. *Current Issues in Tourism*, 18(8), 706–724. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.863853>
- Cahyanti, D., Mbura, H. A., Adhyatmoko, N. W., Agung Wibawa, I. P. S., & Muhandiansyah, D. (2025). Management Strategy Risk For Support Transformation of the Surya Kencana Bogor Tourism Area. *Journal of Global Tourism*, 2(2), 57–64. <https://doi.org/10.59261/jht.v2i2.28>
- Faridatun Najiyah, & Noor Iffatin Nadhifah. (2023). Peluang, Tantangan Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis Ekonomi Komunitas Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 05–08. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i2.1792>

- Farizky, R. (2025). Evaluating the Impact of Lean Innovation Practices on Organizational *Agility* and Responsiveness. *Journal of Innovation and Operational System*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.59261/jiosjournal.v1i1.3>
- Formica, S., & Kothari, T. H. (2008). Strategic Destination Planning: Analyzing the Future of Tourism. *Journal of Travel Research*, 46(4), 355–367. <https://doi.org/10.1177/0047287507312410>
- Fukuzawa, M. (2015). Dynamic Capability as Fashion. *Annals of Business Administrative Science*, 14(2), 83–96. <https://doi.org/10.7880/abas.14.83>
- Godwin, P., & Sorbarikor, L. (2022). Revitalizing Strategic *Agility* in a Turbulent Environment: A Conceptual Discourse. *International Journal of Scientific Research and Management*, 10(01), 2844–2851. <https://doi.org/10.18535/ijsrcm/v10i1.em2>
- Harraf, A., Wanasika, I., Tate, K., & Talbott, K. (2015). Organizational *Agility*. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 31(2), 675. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i2.9160>
- Ho, P.-H., Huang, C.-W., Lin, C.-Y., & Yen, J.-F. (2024). Risk culture in corporate innovation. *International Review of Financial Analysis*, 91, 102999. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2023.102999>
- Hurtado-Palomino, A., De La Gala-Velásquez, B., & Merma-Valverde, W. F. (2024). The Synergistic Effects of *Innovativeness*, Risk-taking and *Proactiveness* on Performance of Tourism Firms. *Tourism Planning & Development*, 21(2), 178–199. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.2001036>
- Junfeng, W., & Butkouskaya, V. (2025). The nexus of customer *agility* and sustainability performance across tourism firms of various sizes. *Tourism Recreation Research*, 50(6), 1529–1541. <https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2424627>
- Kassar Mora, Z. (2024). La agilidad empresarial como cultura para generar y crear valor en la Universidad Valle Del Momboy. *Sustentabilidad al día*, (7). <https://doi.org/10.70219/sad-72022-158>
- Katiale, I. R., Otuya, R. I., & Muhanji, S. I. (2025). Examining the Contribution of Entrepreneurial *Proactiveness* to the Growth of Micro, Small, And Medium Enterprises in Kenya. *Journal of Business and Entrepreneurship (JBE)*, 4(1), 40–51. <https://doi.org/10.51317/jbe.v4i1.830>
- Kielesińska, A. (2025). *Entrepreneurial orientation* in the new economic reality. *Scientific Papers of Silesian University of Technology. Organization and Management Series*, 2025(222), 355–364. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2025.222.18>
- Kiguru, S., Senelwa, W., & Njeru, A. (2024). The Influence of *Proactiveness* on the Performance of Textile-Based Manufacturing Small Enterprises in Kenya. *Science Journal of Business and Management*, 12(4), 113–127. <https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20241204.15>
- Kocot, D., Kocot, M., & Soboń, J. (2024). *Competitive Advantage Of An Agile Organization As A Determinant Of The Functioning Of The Global Market*. *Globalization, the State and the Individual*, 33(1), 26–35. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.9309>
- Kocot, M. (2024a). Innovations In Agile Organization – Analysis Of Own Research. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie*, 25(2), 65–77. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.6944>
- Kocot, M. (2024b). Innovations In Agile Organization – Analysis Of Own Research. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie*, 25(2), 65–77. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.6944>
- Kocot, M. (2024c). Innovations In Agile Organization – Analysis Of Own Research. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie*, 25(2), 65–77. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0054.6944>

- Kucharska, W., Kucharski, M., & Balcerowski, T. (2024). The KLC Cultures Synergy for Organizational *Agility*. Trust, Risk-Taking Attitude, and Critical Thinking as Moderators. *European Conference on Knowledge Management*, 25(1), 405–413. <https://doi.org/10.34190/eckm.25.1.2307>
- Kumar, Prof. S., & Sharma, Dr. A. (2024). An Era Of Digital Transformation In The Hospitality & Tourism Sector. *Educational Administration Theory and Practices*. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i4.4330>
- Laksana, M. O. (2025). Digital Transformation in Tourism Destination Promotion: A Case Study on Tourism Actors in Yogyakarta. *Journal of Global Tourism*, 2(1), 32–42. <https://doi.org/10.59261/jht.v2i1.13>
- Morozova, M. A., Shamakhov, V. A., & Yakovlev, A. R. (2023). The Role Of Innovation In Tourism Development. *Ekonomika I Upravlennie: Problemy, Resheniya*, 11/3(140), 202–208. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2023.11.03.025>
- Motwani, J., & Katatria, A. (2024). Organization *agility*: a literature review and research agenda. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 73(9), 2709–2754. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2023-0383>
- M., Dharma, Y., Faliza, N., Fakhrial, H., & Malinda, R. (2024). Risk Management Strategies in the Tourism Industry: Developing an ANP Model for Risk Reduction and Resilience Enhancement Amid Crises. *Journal of Ecohumanism*, 3(8). <https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.4916>
- Paliy, N. (2024). Innovative Factors in the Development of Modern Tourism. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*, 26(3), 110–121. <https://doi.org/10.15688/ek.jvolsu.2024.3.9>
- Pansuwong, W., Gebsoambut, N., & Saeed, M. (2024). Advances in *entrepreneurial orientation* and firm performance in tourism: a bibliometric study. Dalam *Handbook of Tourism Entrepreneurship* (hlm. 201–218). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781803920023.00023>
- Parlyna, R., Perengki Susanto, & Abror, A. (2022). Orientasi Kewirausahaan Dan Kinerja Ikm Sektor Pariwisata: A Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1194–1210. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n4.p1194-1210>
- Sabbir Ahmed. (2025a). Tourism Today: Trends, Challenges, and Opportunities. *Journal of Educational Studies*, 3(1), 42–56. <https://doi.org/10.58218/jes.v3i1.1263>
- Sabbir Ahmed. (2025b). Tourism Today: Trends, Challenges, and Opportunities. *Journal of Educational Studies*, 3(1), 42–56. <https://doi.org/10.58218/jes.v3i1.1263>
- Saed Hijjawi, G., & Al-Shawabkeh, K. M. (2017). Impact of Strategic *Agility* on Business Continuity Management (BCM): The Moderating Role of Entrepreneurial Alertness: An Applied Study in Jordanian Insurance Companies. *International Journal of Business and Management*, 12(10), 155. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n10p155>
- Semke, L.-M., & Tiberius, V. (2020). Corporate Foresight and Dynamic Capabilities: An Exploratory Study. *Forecasting*, 2(2), 180–193. <https://doi.org/10.3390/forecast2020010>
- Simon Wanjohi, K., Susan Ingasia, N., & Senelwa, A. (2024). Organizational Pro-Activeness, Information Technology Capability, and Growth of Deposit Taking Saccos in Kenya. *International Journal of Social Science and Humanities Research (IJSSHR) ISSN 2959-7056 (o); 2959-7048 (p)*, 2(3), 361–375. <https://doi.org/10.61108/ijsshr.v2i3.147>
- Singh, A., & Kumar, V. (2025). Organizational Innovation and Adaptation in Hospitality and Tourism. Dalam *Open Innovation and Technology in Tourism and Hospitality* (hlm. 355–372). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8633-0.ch018>

- Suharto, S., Maulidina, S. H., Harri, M., Fitriati, T. K., & Subagja, I. K. (2023). Dynamic Capabilities and Innovation Implications for Business Sustainability. *Management Analysis Journal*, 12(4), 456–462. <https://doi.org/10.15294/maj.v12i4.75828>
- Zongyuan, L., A/L Mahinder Singh, H. S., & Jiale, Z. (2025). Is Organizational *Agility* a Missing Link between the Innovation Capabilities-Firm Performance Relationship? Evidence from *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 15(1). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i1/24210>
- Županović, I. (2014). Adaptability Of Tourist Destination Management In Relation With Current Market Trends. *FBIM Transactions*, 2(2), 342–353. <https://doi.org/10.12709/fbim.02.02.02.33>
- Чуєва, І., Ніколаєва, Л., & Косарева, Н. (2021). Інноваційні Технології Туристичної Діяльності На Світовому Ринку Туристичних Послуг. *Економіка та суспільство*, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19>