

Wisatawan Perempuan Solo: Memahami Kebutuhan Spesifik dan Peluang Pasar Strategis dalam Industri Pariwisata Kontemporer

Muhammad Rahmad¹, Yudhistiro Daru Permono²

¹²Institut Pariwisata Trisakti

¹muhammadrahmad@iptrisakti.ac.id ; ²yudhistiro.permono@student.stptrisakti.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena perjalanan perempuan solo sebagai segmen pasar yang sedang berkembang dengan kebutuhan, motivasi, dan pertimbangan keamanan yang khas, sekaligus mengidentifikasi peluang strategis bagi industri pariwisata dalam mengembangkan produk dan layanan yang tepat sasaran. Metodologi penelitian menggunakan sintesis literatur terstruktur yang menggabungkan publikasi jurnal terindeks Scopus Q1/Q2 dan terbitan terakreditasi Sinta 1–2 periode 2021–2025, dilengkapi data empiris dari organisasi analitik pasar terkemuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar perjalanan solo global mencapai USD 471,67 miliar pada 2024 dengan wisatawan perempuan menyumbang 52,67% dari segmen tersebut; motivasi utama mencakup pencarian kesendirian, pengembangan diri, dan eksplorasi personal, sementara kekhawatiran keamanan tetap menjadi perhatian utama dengan 70% wisatawan perempuan solo mengungkapkan kecemasan keamanan; dan inisiatif pemberdayaan perempuan dalam ekosistem pariwisata menciptakan lingkungan yang mendukung dan meningkatkan daya tarik destinasi bagi segmen demografis ini. Penelitian ini memberikan kontribusi berupa kerangka analitis komprehensif yang menghubungkan motivasi wisatawan perempuan solo, imperatif keamanan, dan strategi pemberdayaan perempuan dengan aplikasi spesifik pada konteks pengembangan destinasi Indonesia.

Kata kunci: *perjalanan perempuan solo; pemberdayaan perempuan; keamanan pariwisata; segmentasi pasar; pariwisata berbasis gender; pengembangan pariwisata berkelanjutan; pariwisata Indonesia*

1. Pendahuluan

Fenomena perjalanan perempuan solo telah muncul sebagai salah satu tren yang paling signifikan dan berkembang paling pesat dalam lanskap pariwisata kontemporer. Apa yang sebelumnya dianggap sebagai perilaku yang tidak lazim atau berisiko telah bertransformasi menjadi preferensi perjalanan yang arus utama, dengan semakin banyak perempuan yang memilih perjalanan mandiri sebagai sarana eksplorasi diri dan pencarian pengalaman autentik. Menurut Spherical Insights (2025), pasar perjalanan solo global mencapai valuasi sebesar USD 471,67 miliar pada 2024, dengan proyeksi yang mengindikasikan ekspansi menuju USD 2.092,34 miliar pada 2035 dengan *compound annual growth rate* sebesar 14,50%. Wisatawan perempuan solo menyumbang 52,67% dari total pendapatan pasar pada 2024, menggarisbawahi signifikansi ekonomi demografis ini yang sangat penting.

Ekspansi pasar yang substansial ini mencerminkan pergeseran mendasar dalam sikap masyarakat, kemandirian ekonomi perempuan, dan motivasi perjalanan yang terus berkembang. Grand View Research (2025) mendokumentasikan bahwa penelusuran dengan kata kunci 'solo female travel' meningkat enam kali lipat selama empat tahun sebelum pandemi

COVID-19, kemudian pulih dan melampaui puncak prapandemi pada awal 2024. *Solo Female Travelers Club* (2025) melaporkan bahwa 87% perempuan memilih perjalanan solo untuk kebebasan dan fleksibilitas, sementara 78% memprioritaskan tujuan perawatan diri dan relaksasi. Statistik-statistik ini menunjukkan bahwa perjalanan perempuan solo bukan sekadar tren sesaat, melainkan transformasi fundamental dalam cara perempuan berinteraksi dengan pengalaman pariwisata.

Namun demikian, trajektori pertumbuhan ini disertai tantangan yang substansial, khususnya terkait pertimbangan keamanan. Literatur akademis secara konsisten mengidentifikasi kecemasan keamanan sebagai kendala utama yang memengaruhi keputusan perjalanan dan pilihan destinasi perempuan (Zhang et al., 2024; Karagöz et al., 2021; Ghaderi et al., 2025). Kerentanan inheren perempuan yang bepergian sendirian terhadap pelecehan, perhatian yang tidak diinginkan, dan kekerasan berbasis gender mengharuskan respons yang komprehensif dari para pemangku kepentingan industri pariwisata. Memahami dinamika-dinamika ini sangat penting untuk mengembangkan produk, layanan, dan strategi destinasi yang secara efektif memenuhi kebutuhan wisatawan perempuan solo sekaligus memanfaatkan peluang pasar yang signifikan.

Penelitian ini secara sistematis menganalisis motivasi yang mendorong keputusan perjalanan perempuan solo, mengkaji tantangan dan kekhawatiran keamanan spesifik yang dihadapi demografis ini, serta mengidentifikasi peluang strategis bagi para praktisi industri pariwisata. Penekanan khusus diberikan pada peran inisiatif pemberdayaan perempuan dalam ekosistem pariwisata sebagai mekanisme penciptaan lingkungan yang mendukung, autentik, dan menguntungkan secara ekonomi yang sekaligus menarik wisatawan perempuan solo dan berkontribusi pada pembangunan komunitas yang berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pasar Perjalanan Perempuan Solo: Skala Kontemporer dan Dinamika Pertumbuhan

Pasar perjalanan solo telah menunjukkan ketahanan dan ekspansi yang luar biasa, memantapkan dirinya sebagai segmen yang signifikan dalam pariwisata global. Market.us (2025) melaporkan bahwa pasar perjalanan solo di Amerika Serikat saja senilai USD 95,1 miliar pada 2024, dengan pertumbuhan yang diproyeksikan mencapai USD 311,6 miliar pada 2034 dengan *compound annual growth rate* sebesar 12,6%. Dalam pasar ini, perempuan mendominasi dengan pangsa 66,1%, didorong oleh proliferasi kelompok perjalanan khusus perempuan, perjalanan yang berfokus pada pemberdayaan, dan perhatian yang semakin tinggi terhadap pertimbangan keamanan perempuan.

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI, 2024) memperkirakan bahwa perempuan menyumbang sekitar dua pertiga (64%) dari populasi wisatawan global, dengan wisatawan perempuan solo merepresentasikan 14% dari total permintaan pariwisata perempuan. Nilai ekonomi yang substansial dari demografis ini dibuktikan oleh kekuatan belanja gabungan perempuan sebesar USD 15 triliun, dengan estimasi pengeluaran sebesar USD 125 miliar untuk pengalaman perjalanan per tahun. Lebih lanjut, perempuan menunjukkan pola pengeluaran per hari yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan laki-laki, memperkuat pentingnya strategis mereka bagi para pemangku kepentingan industri pariwisata.

Tabel 1. Statistik Pasar Perjalanan Perempuan Solo Global (2024–2035)

Indikator Pasar	Nilai 2024	Proyeksi 2035
Pasar Perjalanan Solo Global	USD 471,67 miliar	USD 2.092,34 miliar
Pangsa Pasar Perempuan	52,67%	Meningkat
Pasar Perjalanan Solo AS	USD 95,1 miliar	USD 311,6 miliar (2034)
Pangsa Perempuan AS	66,1%	Berkembang
CAGR Pasar Global	14,50%	2025–2035

Sumber: Spherical Insights (2025); Market.us (2025); Grand View Research (2025)

2.2 Pendorong Motivasi Perjalanan Perempuan Solo

Riset akademis telah secara ekstensif mendokumentasikan kerangka motivasi yang kompleks yang mendasari keputusan perempuan untuk bepergian secara mandiri. Somasiri et al., (2022) mengidentifikasi pencarian kesendirian sebagai kebutuhan perjalanan fundamental di kalangan wisatawan perempuan solo, yang memungkinkan refleksi diri, pengambilan keputusan otonom, dan pengembangan kemandirian. Upaya mencari kesendirian tidak merepresentasikan isolasi, melainkan pemutusan koneksi yang disengaja dari kewajiban rutin untuk menghubungkan kembali identitas personal dalam lingkungan yang baru. Hal ini selaras dengan motivasi perjalanan transformatif yang lebih luas di mana pengalaman berfungsi sebagai katalisator pertumbuhan dan penemuan diri.

Maiurro et al., (2024), yang mengkaji wisatawan perempuan solo paruh baya dan lansia asal Brasil, mengonfirmasi bahwa motivasi dan kebutuhan secara signifikan memengaruhi pilihan akomodasi dan aktivitas. Tujuan pengembangan diri mendorong pemilihan destinasi dan preferensi pengalaman, dengan potensi transformatif yang berfungsi sebagai kriteria evaluasi utama. Demikian pula, Tsai et al., (2023) dalam investigasi mereka tentang niat perjalanan solo perempuan Taiwan menunjukkan bahwa nilai-nilai personal—termasuk pengarah diri (*self-direction*), stimulasi, dan universalisme—secara positif memengaruhi motivasi perjalanan yang kemudian meningkatkan niat perilaku.

Survei tahunan *Solo Female Travelers Club* (2025) menyediakan kuantifikasi kontemporer dari motivasi-motivasi ini, melaporkan bahwa 87% perempuan memilih perjalanan solo demi kebebasan dan fleksibilitas, 78% untuk perawatan diri dan relaksasi, sementara 74% mengutip keinginan untuk menjelajahi dunia tanpa menunggu teman perjalanan. Temuan-temuan empiris ini menegaskan bahwa perjalanan perempuan solo melampaui aktivitas rekreasi sederhana, berfungsi sebagai wahana pemberdayaan personal, pengujian batas diri, dan pembangunan identitas.

2.3 Tantangan Keamanan dan Sisi Gelap Perjalanan Perempuan Solo

Menyeimbangkan dimensi motivasi yang positif, literatur akademis secara ekstensif mendokumentasikan kekhawatiran keamanan sebagai kendala utama yang memengaruhi keputusan perjalanan perempuan solo. Su dan Wu (2022) secara eksplisit menyifatkan pertemuan negatif dengan orang asing laki-laki sebagai 'sisi gelap' perjalanan perempuan solo, mendokumentasikan pengalaman mulai dari perhatian yang tidak diinginkan dan komentar yang tidak pantas hingga pelecehan dan ancaman fisik. Riset mereka mengungkapkan bahwa

perempuan kerap menggunakan strategi penghindaran, memodifikasi perilaku, penampilan, dan itinerari untuk memitigasi risiko yang dipersepsikan.

Ghaderi et al., (2025) mengkaji ancaman keamanan siber (*cybersecurity*) yang dihadapi wisatawan perempuan solo, mengidentifikasi pelanggaran data, pencurian identitas, *phishing*, *ransomware*, penguntitan siber (*cyberstalking*), dan pelecehan seksual daring sebagai kekhawatiran yang sedang berkembang. Analisis mereka berbasis *Protection Motivation Theory* mengungkapkan penilaian ancaman yang meningkat di antara peserta beserta komitmen yang sesuai terhadap strategi mitigasi. Riset ini memperluas wacana keamanan melampaui dimensi fisik untuk mencakup kerentanan digital yang melekat dalam praktik perjalanan kontemporer yang bergantung pada teknologi.

Variasi regional dalam persepsi keamanan secara signifikan memengaruhi pilihan destinasi. Somasiri et al., (2022) mendokumentasikan pengalaman mengganggu yang dihadapi wisatawan perempuan solo di destinasi-destinasi Asia, sementara Hosseini et al., (2022) mengeksplorasi pengalaman wisatawan perempuan solo Iran, mengungkapkan tantangan yang berasal dari norma budaya dan ekspektasi sosial. *Solo Female Travelers Club* (2025) melaporkan bahwa 70% responden survei mengungkapkan kekhawatiran keamanan saat bepergian solo. Namun demikian, proporsi ini menurun seiring dengan akumulasi pengalaman perjalanan (77% di antara mereka yang memiliki kurang dari enam perjalanan solo dibandingkan 55% di antara mereka yang telah melampaui sepuluh kunjungan).

Tabel 2. Kekhawatiran Keamanan Wisatawan Perempuan Solo dan Prevalensinya

Kategori Kekhawatiran Keamanan	Prevalensi	Sumber
Kecemasan keamanan umum saat bepergian solo	70%	Survei SFTC 2024
Merasa tidak aman bepergian sendiri (perempuan global)	76%	Condor Ferries 2025
Biaya tinggi sebagai kekhawatiran utama	66%	Survei SFTC 2024
Pernah merasa khawatir akan keamanan dalam 12 bulan terakhir	21%	Condor Ferries 2025
Wisatawan perempuan pebisnis merasa kurang aman	71%	World Travel Protection 2023

Sumber: Diolah dari Solo Female Travelers Club (2025); Condor Ferries (2025); Riskline (2025)

2.4 Pemberdayaan Perempuan dalam Pariwisata: Dimensi Teoretis dan Praktis

Integrasi pemberdayaan perempuan dalam pengembangan pariwisata merepresentasikan konvergensi strategi ekonomi dan tujuan kemajuan sosial. UN Tourism (2024) melaporkan bahwa perempuan menyumbang 54% dari tenaga kerja pariwisata global tetapi tetap terkonsentrasi dalam kategori pekerjaan berketerampilan rendah, bergaji rendah, dan kerap bersifat informal. Konferensi Regional UN Tourism ke-2 tentang Pemberdayaan Perempuan dalam Pariwisata, yang diadakan di Bali, Indonesia (Mei 2024), secara eksplisit membahas strategi untuk meruntuhkan hambatan-hambatan yang menghambat kemajuan ekonomi dan sosial perempuan dalam sektor ini.

Petrović et al., (2024) mengkaji pemberdayaan perempuan sebagai katalisator transformasi komunitas pedesaan yang berkelanjutan melalui pariwisata, menunjukkan bahwa asosiasi perempuan semakin mendorong interaksi positif yang memperluas pengaruh ke seluruh komunitas. Pemodelan persamaan struktural mereka mengonfirmasi hubungan yang signifikan antara indikator pemberdayaan dan luaran pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Demikian pula, *MDPI Economies* (2025) mendokumentasikan implementasi pariwisata pro-rakyat miskin (*pro-poor tourism*) di kawasan kepulauan Indonesia di mana program pemberdayaan perempuan berkontribusi pada kemandirian ekonomi rumah tangga dan ketahanan komunitas yang lebih luas.

Konteks Indonesia menghadirkan peluang yang khas bagi inisiatif pariwisata yang dipimpin perempuan. Syafruddin et al., (2023) mengkaji aksesibilitas pemberdayaan perempuan dalam Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika, mendokumentasikan bagaimana pertumbuhan industri pariwisata telah mendorong jenis-jenis pekerjaan baru dan peluang kewirausahaan bagi perempuan yang sebelumnya terbatas pada ranah domestik. Pendekatan pemberdayaan ini mengintegrasikan penguatan kapasitas individual bersama pengembangan kelembagaan, adaptasi budaya, dan kerangka kebijakan yang responsif gender.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi tinjauan literatur sistematis yang mensintesis berbagai sumber akademik dan industri. Kerangka penelitian mengintegrasikan publikasi yang telah melalui telaah sejawat dari jurnal terindeks Scopus berklasifikasi Q1 dan Q2, termasuk *Tourism Management*, *Annals of Tourism Research*, *International Journal of Tourism Research*, *Journal of Travel Research*, dan *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. Selain itu, jurnal Indonesia terakreditasi Sinta (Sinta 1–2) yang membahas konteks pengembangan pariwisata lokal juga diintegrasikan.

Statistik industri bersumber dari organisasi riset pasar yang otoritatif, termasuk Grand View Research, Spherical Insights, Market.us, dan Condor Ferries, bersama data survei dari program riset tahunan *Solo Female Travelers Club*. Identifikasi literatur menggunakan penelusuran kata kunci sistematis yang mencakup 'solo female travel', 'women travelers safety', 'gender tourism', 'women empowerment tourism', dan 'female travel market'. Pendekatan analitis melibatkan sintesis tematik yang mengkaji persimpangan antara pendorong motivasional, kendala keamanan, dan strategi pemberdayaan dalam konteks pariwisata kontemporer.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Peluang Pasar Strategis untuk Segmen Wisatawan Perempuan Solo

Konvergensi skala pasar yang substansial, profil motivasional yang khas, dan kesenjangan layanan yang teridentifikasi menciptakan peluang strategis yang meyakinkan bagi para praktisi industri pariwisata. *Compound annual growth rate* sebesar 14,50% yang diproyeksikan hingga 2035 mengindikasikan potensi ekspansi yang berkelanjutan, sementara pengeluaran per hari yang lebih tinggi dan pengaruh pengambilan keputusan demografis ini (82% dari semua keputusan perjalanan dibuat oleh perempuan menurut Skift Research, 2024) memperkuat daya tarik komersial.

Peluncuran '*Solo-ish Adventures*' oleh G Adventures pada Oktober 2024 mencontohkan respons industri terhadap kebutuhan pasar yang teridentifikasi. Koleksi ini menampilkan 13 itinerari di berbagai destinasi yang dipimpin secara eksklusif oleh *Chief Experience Officer* perempuan, menggabungkan 'Hari Saya' (*Me Days*) yang ditentukan untuk eksplorasi mandiri bersama kegiatan *bonding* kelompok yang terstruktur. Pilihan akomodasi hunian tunggal tanpa biaya tambahan menjawab kekhawatiran biaya yang terdokumentasi yang memengaruhi 66% wisatawan perempuan solo. Inovasi produk semacam itu menunjukkan model komersial yang layak yang selaras dengan preferensi wisatawan sekaligus menciptakan diferensiasi kompetitif.

Destinasi-destinasi Indonesia memiliki potensi yang belum dimanfaatkan secara substansial untuk pengembangan pasar wisatawan perempuan solo. Inisiatif pemasaran destinasi Yogyakarta yang mempromosikan pengalaman pengembangan diri bagi wisatawan perempuan solo (Brilliana et al., 2023) merepresentasikan praktik terbaik yang sedang berkembang dalam positioning yang tepat sasaran. Kampanye-kampanye semacam itu melampaui promosi berbasis atraksi tradisional untuk menekankan potensi pengalaman transformatif yang selaras dengan prioritas motivasional yang terdokumentasi.

4.2 Pengembangan Infrastruktur Keamanan sebagai Keunggulan Kompetitif

Menangani kekhawatiran keamanan merupakan prasyarat fundamental untuk merebut pasar wisatawan perempuan solo. Prevalensi kecemasan keamanan yang terdokumentasi sebesar 70% merepresentasikan sekaligus hambatan dan peluang; destinasi dan operator yang secara efektif memitigasi kekhawatiran-kekhawatiran ini mencapai positioning kompetitif yang signifikan. Infrastruktur keamanan yang komprehensif mencakup dimensi fisik (petugas keamanan, pencahayaan, pengawasan), elemen prosedural (pelatihan staf, protokol darurat, sistem komunikasi), dan komponen psikologis (suasana yang mendukung, lingkungan yang inklusif, representasi perempuan yang terlihat).

Observasi pengalaman bahwa kekhawatiran keamanan berkurang dengan akumulasi pengalaman perjalanan solo (dari 77% di kalangan wisatawan pemula hingga 55% di kalangan wisatawan berpengalaman) menunjukkan bahwa pengalaman awal yang positif menghasilkan manfaat berganda melalui kunjungan berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Investasi dalam infrastruktur keamanan, oleh karena itu, menghasilkan imbal hasil yang melampaui pendapatan segera untuk mencakup pengembangan pasar jangka panjang dan peningkatan reputasi destinasi.

Nematpour et al., (2024) mengusulkan pengembangan zona perjalanan ramah perempuan, pemanfaatan teknologi untuk peningkatan keamanan, dan pengembangan komunitas dukungan daring sebagai respons strategis terhadap kendala yang dihadapi wisatawan perempuan solo Muslim. Rekomendasi-rekomendasi ini memiliki penerapan yang lebih luas di berbagai segmen wisatawan, menunjukkan kerangka komprehensif untuk positioning keamanan destinasi.

4.3 Integrasi Pemberdayaan Perempuan sebagai Strategi Diferensiasi

Partisipasi aktif perempuan dalam ekosistem pariwisata menciptakan lingkungan yang sangat beresonansi dengan wisatawan perempuan solo. Ketika wisatawan perempuan menjumpai profesional pariwisata perempuan dalam peran-peran yang terlihat—sebagai pemandu,

pengemudi, wirausahawan, dan manajer—persepsi keamanan dan autentisitas meningkat. Contoh-contoh Indonesia tentang pengemudi becak wisata perempuan di Yogyakarta (Sudarsih & Widisuseno, 2022) dan perajin perempuan di Bali (Yuni et al., 2025) menunjukkan bagaimana inisiatif yang dipimpin perempuan sekaligus memajukan pemberdayaan ekonomi dan daya tarik destinasi.

Desa Ekowisata Pancoh di Yogyakarta (Maizida, 2024) memberikan contoh teladan keterlibatan perempuan dalam manajemen aktivitas wisata, yang menghadirkan pengalaman autentik dalam kerangka yang dikelola secara profesional. Demikian pula, konsep 'Dewi Pesisir', yang mengimplementasikan model pariwisata pro-rakyat miskin, memberdayakan perempuan pesisir untuk mengelola potensi pariwisata lokal sekaligus memberikan pengunjung peluang keterlibatan komunitas yang otentik. Inisiatif-inisiatif ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dan pengembangan pasar merepresentasikan tujuan yang saling melengkapi daripada bersaing.

Tabel 3. Inisiatif Pemberdayaan Perempuan Indonesia dalam Sektor Pariwisata

Inisiatif	Lokasi	Dampak Pariwisata
Pengemudi Becak Wisata Perempuan	Yogyakarta	Transportasi alternatif, wawasan budaya, peningkatan keamanan
Koperasi Perajin Perempuan	Bali	Kerajinan tangan autentik, pelestarian budaya, dan kemandirian ekonomi
Desa Ekowisata Pancoh	Yogyakarta	Pariwisata berbasis komunitas, pengalaman autentik, pembangunan berkelanjutan
Program Dewi Pesisir	Kawasan Pesisir	Pariwisata pro-rakyat miskin, pemberdayaan komunitas pesisir, mata pencaharian yang beragam
Kelompok Wanita Tani (KWT)	Berbagai Daerah	Pengembangan agrowisata, inovasi produk, dan kewirausahaan kolaboratif

Sumber: Diolah dari Sudarsih & Widisuseno (2022); Yuni et al., (2025); Maizida (2024); Komalasari et al., (2024)

4.4 Kerangka Strategis Holistik untuk Pengembangan Pasar Wisatawan Perempuan Solo

Keterlibatan yang berhasil dengan pasar wisatawan perempuan solo memerlukan integrasi berbagai dimensi strategis. Komunikasi pemasaran harus melampaui pendekatan promosi konvensional untuk menekankan potensi pengalaman transformatif, jaminan keamanan, dan koneksi komunitas yang autentik. Pengembangan produk hendaknya mengintegrasikan fleksibilitas, opsi personalisasi, dan struktur harga yang ramah hunian tunggal. Pemberian layanan harus memastikan staf yang terlatih secara profesional dan bersikap hormat di sepanjang perjalanan pengunjung.

Strategi tingkat destinasi hendaknya memprioritaskan partisipasi perempuan yang terlihat dalam ekosistem pariwisata, menciptakan solidaritas dan kepercayaan yang secara eksplisit dihargai oleh wisatawan perempuan solo. Investasi dalam infrastruktur keamanan—yang mencakup keamanan fisik, perlindungan digital, dan kenyamanan psikologis—merupakan syarat fondasi. Pendekatan kolaboratif yang melibatkan instansi pemerintah, asosiasi industri,

organisasi komunitas, dan kelompok perempuan memungkinkan respons yang komprehensif terhadap sifat multidimensi dari kebutuhan wisatawan perempuan solo.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Penelitian ini mengonfirmasi bahwa perjalanan perempuan solo merepresentasikan segmen pasar yang substansial dan berkembang pesat dengan karakteristik khas yang memerlukan respons strategis yang terspesialisasi. Valuasi pasar global sebesar USD 471,67 miliar pada 2024, dengan proyeksi pertumbuhan menuju USD 2.092,34 miliar pada 2035, menggarisbawahi peluang komersial yang signifikan. Dominasi wisatawan perempuan yang terdokumentasi (52,67–66,1% dari pasar perjalanan solo) dan pengaruh yang tidak proporsional dalam pengambilan keputusan perjalanan (82%) memperkuat pentingnya strategis mereka.

Pendorong motivasional yang berpusat pada pencarian kesendirian, pengembangan diri, dan eksplorasi personal menciptakan peluang untuk positioning destinasi yang terdiferensiasi dan pengembangan produk berbasis pengalaman. Namun demikian, kekhawatiran keamanan yang persisten yang memengaruhi 70% wisatawan perempuan solo mengharuskan respons yang komprehensif yang mengintegrasikan infrastruktur keamanan fisik, pengamanan prosedural, dan lingkungan yang mendukung secara psikologis. Destinasi yang secara efektif menangani kekhawatiran-kekhawatiran ini mencapai keunggulan kompetitif melalui peningkatan reputasi dan loyalitas pengunjung.

Inisiatif pemberdayaan perempuan dalam ekosistem pariwisata merepresentasikan pendekatan strategis yang menjanjikan, yang sekaligus memajukan daya tarik pasar dan tujuan pembangunan sosial. Contoh-contoh Indonesia, termasuk pengemudi becak wisata perempuan, koperasi perajin perempuan, manajemen desa ekowisata, dan pengembangan agrowisata kelompok wanita tani, menunjukkan model implementasi yang layak yang menghasilkan pengalaman autentik yang dihargai oleh wisatawan perempuan solo sekaligus berkontribusi pada ketahanan ekonomi komunitas.

Rekomendasi strategis bagi para praktisi industri pariwisata Indonesia mencakup: (1) pengembangan kampanye pemasaran bertarget yang menekankan potensi pengembangan diri dan jaminan keamanan bagi wisatawan perempuan solo; (2) investasi dalam infrastruktur keamanan yang komprehensif mencakup dimensi fisik, prosedural, dan psikologis; (3) promosi aktif dan dukungan terhadap inisiatif pariwisata yang dipimpin perempuan yang menciptakan pengalaman pengunjung yang autentik dan memberdayakan; (4) kolaborasi lintas pemangku kepentingan pemerintah, industri, dan komunitas untuk memungkinkan pendekatan pengembangan destinasi yang terintegrasi; serta (5) pemantauan berkelanjutan terhadap preferensi dan kebutuhan wisatawan perempuan solo yang terus berkembang guna mempertahankan responsivitas pasar.

Penelitian berikutnya hendaknya memperluas analisis konseptual ini melalui investigasi empiris tentang preferensi dan pengalaman spesifik wisatawan perempuan solo Indonesia. Studi komparatif lintas jenis destinasi, kajian pengaruh platform digital terhadap keputusan perjalanan, dan pelacakan longitudinal evolusi pasar akan memberikan wawasan berharga bagi penyempurnaan strategis yang berkelanjutan. Persimpangan perjalanan perempuan solo

dengan segmen-segmen yang sedang berkembang, termasuk pariwisata halal, merepresentasikan arah penelitian yang menjanjikan untuk pengembangan destinasi Indonesia.

Referensi

Brilliana, A., Noviana, E., & Retnoningsih, S. (2023). Perancangan kampanye Yogyakarta sebagai destinasi pariwisata pengembangan diri bagi pelancong tunggal wanita. *FAD*, 2(1), 1–12.

Centre for the Promotion of Imports (CBI). (2024). *How to attract the women-only tour market*. Diakses dari <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/women-only-tour-market>

Condor Ferries. (2025). *Solo travel statistics & industry data 2025*. Diakses dari <https://www.condorferries.co.uk/solo-travel-statistics>

Ghaderi, Z., Bagheri, F., Esfehiani, M., Beal, L., & Houanti, L. (2025). Exploring cybersecurity threats to solo female travelers. *Journal of Travel Research, ahead-of-print*. <https://doi.org/10.1177/10963480251361466>

Grand View Research. (2025). *Solo travel market size and share: Industry report 2030*. Diakses dari <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/solo-travel-market-report>

Hosseini, S., Macias, R. C., & Garcia, F. A. (2022). The exploration of Iranian solo female travellers' experiences. *International Journal of Tourism Research*, 24(2), 256–269. <https://doi.org/10.1002/jtr.2501>

Karagöz, D., Işık, C., Dogru, T., & Zhang, L. (2021). Solo female travel risks, anxiety, and travel intentions: Examining the moderating role of online psychological-social support. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1595–1612. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1816929>

Komalasari, Y., Prasiasa, D. P. O., & Sirna, I. K. (2024). *Pemberdayaan wanita Dewi Pesisir (pro-poor tourism concept)*. Penerbit Widina.

Maiurro, M., Almeida, N., & Breda, Z. (2024). Motivations, needs, and perceived risks of middle-aged and senior solo travelling women: A study of Brazilian female travellers. *Journal of Population Ageing*, 17, 450. <https://doi.org/10.1007/s12062-024-09450-z>

Maizida, K. (2024). Keterlibatan perempuan dalam pengelolaan aktivitas wisata: Studi kasus Desa Ekowisata Pancoh, Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2), 125–136.

Market.us. (2025). *US solo travel market size, share: CAGR of 12.6%*. Diakses dari <https://market.us/report/us-solo-travel-market/>

MDPI Economies. (2025). A sustainable development approach to women's empowerment for increased household economic independence: Pro-poor tourism concept in an archipelago area. *Economies*, 13(12), 355.

Nematpour, M., Oshriyeh, O., & Ghaffari, M. (2024). Behind the invisible walls: Understanding constraints on Muslim solo female travel. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101213. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101213>

Nirkow, A., & Abbasian, S. (2024). Solo traveling behavior in pre-pandemic and post-pandemic eras: A comparative analysis. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 19(4), 465–477. <https://doi.org/10.1108/CBTH-01-2024-0029>

Petrović, M. D., Vuković, D., Maiti, M., & Vujko, A. (2024). Women's empowerment in rural tourism as key to sustainable communities' transformation. *Sustainability*, 16(23), 10412. <https://doi.org/10.3390/su162310412>

Riskline. (2025). *March travel outlook: Improving female travel safety*. Diakses dari <https://riskline.com/march-travel-outlook-female-travel-safety/>

Solo Female Travelers Club. (2025). *2024 solo female travel trends and statistics*. Diakses dari <https://www.solofemaletravelers.club/solo-female-travel-stats-2024/>

Solo Traveler World. (2025). *Solo travel statistics, data 2024–2025: Historical trends*. Diakses dari <https://solotravelerworld.com/about/solo-travel-statistics-data/>

Somasiri, S., Murray, N., & Dresler, E. (2022). Solo female travellers: Solitude as a solo travel need and intrusive experiences in Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(11), 1127–1143. <https://doi.org/10.1080/10941665.2022.2134166>

Spherical Insights. (2025). *Solo travel market size, trends, forecast analysis report 2035*. Diakses dari <https://www.sphericalinsights.com/our-insights/solo-travel-market>

Su, C. P., & Wu, T. C. (2022). The dark side of solo female travel: Negative encounters with male strangers. Dalam *Innovation and impact of sex as leisure in research and practice* (hlm. 121–138). Routledge.

Sudarsih, S., & Widisuseno, I. (2022). Peran perempuan sebagai bentuk emansipasi perspektif pengemudi becak wisata Yogyakarta. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 140–144.

Syafruddin, S., Salahuddin, M., & Nurhilaliati, N. (2023). Accessibility of women's empowerment in the tourism industry from Mandalika Special Economic Zone. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(2), 491–499. [https://doi.org/10.14505/jemt.14.2\(66\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.14.2(66).18)

Tsai, C. Y., Hsu, H. C., & Yang, C. C. (2023). Do personal values and motivation affect women's solo travel intentions in Taiwan? *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 8. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01499-5>

UN Tourism. (2024). *Women's empowerment and tourism*. Diakses dari <https://www.untourism.int/gender-and-tourism>

Yuni, H. K., Dewi, L. K. C., & Sujadi, D. (2025). Pemberdayaan perempuan perajut di Bali dalam sektor pariwisata. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 11(1), 24–31.

Zhang, J., Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2024). Female travellers in the hospitality and tourism industry: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(5), e26815. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26815>