

Evaluasi Pengelolaan Tour Domestik dan Internasional di Indonesia: Tantangan, Digitalisasi, dan Strategi Peningkatan Kualitas Layanan

Nabil¹, Muhammad Zamzam²

^{1,2} Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang

Corresponding Author: smknabil4@gmail.com¹, zamzam.muhammad.zm@gmail.com²

Info Artikel

Received: Mei 2026

Revised : 05 Mei 2026

Accepted: 11 Mei 2026

Published: 20 Mei 2026

Keywords:

Tour Evaluation, Travel Management, Domestic Tour, International Tour, Tourism Management.

Kata Kunci:

Evaluasi Tour, Pengelolaan Perjalanan Wisata, Tour Domestik, Tour Internasional, Manajemen Pariwisata.

Abstract

The tourism travel industry in Indonesia has undergone significant development in the post-COVID-19 era. The management of domestic and international tours has become a strategic issue requiring in-depth evaluation, particularly in the aspects of travel package planning, operational management, service quality, and adaptation to digitalization. This study aims to comprehensively evaluate the management practices of domestic and international tours, identify the challenges faced by travel industry practitioners, and formulate effective and sustainable management strategies. The method employed is library research with a qualitative-descriptive approach, drawing upon selected academic journals and international institutional reports. The findings suggest that the success of tour management is greatly influenced by four key factors: the quality of human resources, structured planning systems, digital technology adoption, and synergy among stakeholders. The implications of this research provide recommendations for travel agencies, government institutions, and academics to collectively improve tour management standards in Indonesia.

Abstrak

Industri perjalanan wisata di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan pascapandemi COVID-19. Pengelolaan tour domestik dan luar negeri menjadi isu strategis yang membutuhkan evaluasi mendalam, terutama dalam aspek perencanaan paket wisata, manajemen operasional, kualitas pelayanan, serta adaptasi terhadap digitalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi secara komprehensif praktik pengelolaan tour domestik dan internasional, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha perjalanan wisata, serta merumuskan strategi pengelolaan yang efektif dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif-deskriptif yang mengacu pada berbagai referensi jurnal akademik terpilih dan laporan lembaga internasional. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan tour sangat dipengaruhi oleh empat faktor utama: kualitas sumber daya manusia, sistem perencanaan yang terstruktur, adopsi teknologi digital, serta sinergi antar pemangku kepentingan. Implikasi penelitian ini memberikan

rekomendasi bagi biro perjalanan wisata, instansi pemerintah, dan akademisi untuk bersama-sama meningkatkan standar pengelolaan tour di Indonesia.



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

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan devisa negara. Sektor ini melibatkan berbagai komponen yang saling berkaitan, mulai dari akomodasi, transportasi, atraksi wisata, hingga jasa biro perjalanan. Di antara berbagai komponen tersebut, pengelolaan tour baik domestik maupun internasional menempati posisi yang sangat strategis sebagai ujung tombak layanan kepada wisatawan.

Pasca-pandemi COVID-19 yang melanda secara global sejak tahun 2020, sektor pariwisata Indonesia mengalami pemulihan yang cukup signifikan. *World Tourism Organization* (UNWTO, 2023) mencatat bahwa kunjungan wisatawan internasional global mulai pulih dengan momentum kuat pada tahun 2022-2023. Di Indonesia sendiri, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menargetkan kunjungan 14 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2024, sebuah target yang menandakan optimisme pemulihan sektor wisata nasional (Kemenparekraf, 2023).

Dalam konteks tersebut, evaluasi terhadap pengelolaan tour menjadi sangat relevan dan mendesak. Pengelolaan tour yang dimaksud mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan dan perancangan paket wisata, koordinasi logistik dan akomodasi, manajemen pemandu wisata, hingga pengelolaan pengalaman wisatawan secara menyeluruh. Tour domestik yang melayani pergerakan wisatawan di dalam wilayah Indonesia dan tour luar negeri (*outbound*) yang membawa wisatawan Indonesia ke destinasi mancanegara memiliki karakteristik, tantangan, dan mekanisme pengelolaan yang berbeda namun sama-sama penting untuk dievaluasi.

Beberapa persoalan yang kerap muncul dalam pengelolaan tour antara lain rendahnya standar pelayanan, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) di bidang pariwisata, belum optimalnya adopsi teknologi digital, serta kurangnya sinergi antara pelaku usaha dengan pemerintah. Selain itu, perubahan preferensi wisatawan pasca-pandemi yang semakin berorientasi pada pengalaman (*experience-based tourism*) dan keberlanjutan (*sustainable tourism*) menuntut adaptasi strategis dari para pelaku industri.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada evaluasi komprehensif terhadap

pengelolaan tour domestik dan luar negeri di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis konsep dan mekanisme pengelolaan tour domestik dan internasional; (2) mengidentifikasi faktor-faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan pengelolaan tour; (3) mengevaluasi tantangan utama yang dihadapi industri perjalanan wisata Indonesia; dan (4) merumuskan rekomendasi strategis untuk peningkatan kualitas pengelolaan tour di masa mendatang.

KAJIAN TEORETIS

1. Konsep Pengelolaan Tour dalam Perspektif Manajemen

Pengelolaan tour pada hakikatnya merupakan penerapan fungsi-fungsi manajemen perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian dalam konteks industri perjalanan wisata. Menurut Semer-Purzycki (2000), perencanaan tur yang baik mencakup identifikasi kebutuhan wisatawan, pemilihan destinasi, pengaturan akomodasi dan transportasi, serta koordinasi dengan berbagai penyedia layanan. Sementara itu, Nuriata (dalam Jurnal Pariwisata Terapan UGM, 2025) mendefinisikan paket wisata domestik sebagai paket perjalanan yang diperuntukkan bagi wisatawan dalam negeri atau wisatawan nusantara, yang mencakup berbagai komponen layanan yang dikemas secara terintegrasi.

Lebih lanjut, Damanik et al. (2018) menegaskan bahwa pariwisata memiliki pengaruh signifikan terhadap ketimpangan pendapatan apabila tidak dikelola dengan baik. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan tour tidak sekadar bersifat komersial, melainkan juga mengandung dimensi sosial dan tanggung jawab terhadap masyarakat lokal. Suharyana dan Hermawan (2022) menambahkan bahwa keterlibatan stakeholders dalam pengelolaan sektor pariwisata melalui pendekatan partisipatif merupakan kunci keberlanjutan industri wisata di Indonesia.

2. Perbedaan Karakteristik Tour Domestik dan Luar Negeri

Tour domestik dan tour luar negeri (*outbound tourism*) memiliki perbedaan fundamental dalam hal regulasi, logistik, dan kompleksitas operasional. Tour domestik beroperasi dalam kerangka regulasi nasional dengan aksesibilitas yang lebih mudah terhadap penyedia layanan lokal. Sebaliknya, tour luar negeri mengharuskan biro perjalanan untuk berkoordinasi dengan mitra internasional, memahami regulasi keimigrasian berbagai negara, dan mengelola risiko yang lebih kompleks.

Hasibuan et al. (2023) dalam kajiannya tentang kontribusi sektor pariwisata terhadap

perekonomian nasional mencatat bahwa pergerakan wisatawan nusantara pelaku tour domestik pada semester pertama 2023 mencapai 433,57 juta pergerakan, meningkat 12,57 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Angka ini menunjukkan betapa besarnya potensi tour domestik sebagai tulang punggung industri perjalanan wisata Indonesia.

Sementara itu, Priviet Social Sciences Journal (2026) dalam studi longitudinalnya tentang dinamika pariwisata Indonesia dari 2000 hingga 2024 menemukan bahwa kunjungan internasional bersifat sangat volatil terhadap krisis global, sementara pariwisata domestik menunjukkan stabilitas dan resiliensi yang jauh lebih tinggi. Temuan ini memperkuat argumen bahwa diversifikasi antara *tour domestik* dan *tour outbound* merupakan strategi yang esensial bagi keberlangsungan biro perjalanan.

3. Kualitas Pelayanan dalam Pengelolaan Tour

Kualitas pelayanan merupakan variabel kunci yang menentukan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Huda, Suryoko, dan Waloejo (2022) dalam penelitian mereka menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali, dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi. Hasil ini sejalan dengan temuan Huynh dan Giao (2024) yang membuktikan bahwa citra destinasi dan nilai emosional wisatawan turut mempengaruhi kepuasan dan niat revisit.

Dalam konteks pengelolaan tour, kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari aspek tangible seperti kenyamanan transportasi dan akomodasi, tetapi juga dari aspek intangible seperti kompetensi dan profesionalisme pemandu wisata. Tandean dan Yulianingsih (2025) dalam penelitiannya tentang transformasi layanan pariwisata melalui aplikasi berbasis Android menekankan pentingnya digitalisasi dalam meningkatkan transparansi dan kualitas layanan pemandu wisata.

4. Digitalisasi dan Teknologi dalam Industri Perjalanan

Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah membawa transformasi mendalam dalam industri perjalanan wisata. Labanauskaitė, Fiore, dan Stašys (2020) menyatakan bahwa penggunaan alat *e-marketing* sebagai manajemen komunikasi dalam industri pariwisata telah mengubah cara biro perjalanan berinteraksi dengan konsumen dan memasarkan produknya. Platform pemesanan online, media sosial, dan aplikasi mobile kini menjadi kanal utama dalam distribusi paket wisata.

Di Indonesia, Traveloka telah berhasil mempertahankan posisinya sebagai perusahaan manajemen perjalanan terkemuka (*World Travel Awards*, 2022-2023), yang menunjukkan

dominasi teknologi dalam industri ini. Sementara itu, Panorama JTB dan Satguru Travel Indonesia masing-masing diakui sebagai biro perjalanan terbaik untuk 2022-2023 dan 2024, mencerminkan pentingnya kombinasi antara pengalaman dan adaptasi digital (*World Travel Awards*, 2023-2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) atau kajian literatur sistematis (*systematic literature review*). Studi kepustakaan dipilih sebagai pendekatan yang tepat mengingat tujuan penelitian yang bersifat evaluatif dan analitis terhadap berbagai konsep dan temuan yang telah ada dalam khazanah ilmu manajemen pariwisata.

Sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari artikel jurnal ilmiah bereputasi yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2025, laporan lembaga internasional seperti UNWTO dan WTTC, serta regulasi dan kebijakan pariwisata nasional. Sumber data sekunder mencakup buku teks manajemen pariwisata, laporan statistik Badan Pusat Statistik (BPS), dan laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.

Penelusuran literatur dilakukan melalui beberapa database akademik, antara lain Google Scholar, Garuda (Portal Jurnal Indonesia), SINTA, dan portal jurnal internasional bereputasi. Kata kunci yang digunakan meliputi: 'pengelolaan tour', 'manajemen perjalanan wisata', 'tour domestik', 'outbound tourism', 'travel agency management', dan 'tourism service quality'. Seleksi literatur dilakukan berdasarkan relevansi topik, kualitas metodologi penelitian, dan signifikansi temuan.

Analisis data dilakukan secara deskriptif-interpretatif dengan teknik analisis konten (*content analysis*) terhadap sumber-sumber literatur yang terpilih. Proses analisis mencakup tiga tahap: (1) reduksi data melalui identifikasi tema-tema utama; (2) penyajian data dalam bentuk narasi analitis yang terstruktur; dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi berdasarkan triangulasi sumber literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mekanisme Pengelolaan Tour Domestik

Pengelolaan tour domestik di Indonesia melibatkan serangkaian proses yang saling berkaitan, dimulai dari perencanaan paket wisata hingga evaluasi pascaperjalanan. Berdasarkan kajian terhadap berbagai sumber literatur, terdapat empat tahapan utama dalam pengelolaan tour domestik yang efektif.

Pertama, tahap perencanaan dan perancangan paket wisata. Pada tahap ini, biro perjalanan melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan, menentukan destinasi yang sesuai, dan merancang itinerari yang komprehensif. Ratmaja dan Pattaray (2024) dalam penelitian mereka tentang perencanaan paket wisata budaya di Lombok Utara menekankan pentingnya kontekstualisasi budaya lokal dalam merancang paket wisata yang autentik dan berkesan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk wisata, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya lokal.

Kedua, tahap pengorganisasian dan koordinasi. Efektivitas koordinasi antara biro perjalanan dengan berbagai penyedia layanan hotel, transportasi, restoran, dan atraksi wisata sangat menentukan kelancaran pelaksanaan tour. Prideaux (dalam Fatmasari et al., 2023) menegaskan bahwa infrastruktur pariwisata yang mencakup layanan penerbangan, akomodasi, fasilitas kesehatan, dan konektivitas internet merupakan prasyarat utama keberhasilan pengelolaan destinasi wisata.

Ketiga, tahap pelaksanaan dan pendampingan. Peran pemandu wisata (*tour guide*) dalam tahap ini sangat krusial sebagai mediator antara wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi. Kompetensi, pengetahuan, dan kepribadian pemandu wisata secara langsung mempengaruhi kualitas pengalaman wisatawan. Simangunsong (2023) mencatat bahwa wisatawan millennial khususnya sangat menghargai pemandu wisata yang mampu memberikan informasi yang relevan dan mendukung konten media sosial mereka.

Keempat, tahap evaluasi dan peningkatan berkelanjutan. Evaluasi pasca-tour meliputi pengukuran kepuasan wisatawan, identifikasi area perbaikan, dan penyesuaian strategi untuk periode mendatang. Acharya, Mekker, dan de Vos (2023) dalam kajian mereka tentang keterhubungan perilaku perjalanan dan literatur pariwisata menemukan bahwa kepuasan terhadap proses perjalanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan terhadap destinasi dan niat untuk berkunjung kembali.

2. Mekanisme Pengelolaan Tour Luar Negeri (*Outbound*)

Pengelolaan tour luar negeri memiliki kompleksitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan tour domestik, mengingat keterlibatan berbagai regulasi dan entitas lintas negara. Biro perjalanan yang mengelola tour luar negeri harus menguasai aspek keimigrasian, prosedur perolehan visa, asuransi perjalanan internasional, serta manajemen risiko di destinasi asing.

Seshadri et al. (2023) dalam penelitian mereka tentang strategi pemasaran industri pariwisata di Uni Emirat Arab pasca-COVID-19 menemukan bahwa adaptasi terhadap

perubahan regulasi perjalanan internasional dan pengembangan konten pemasaran digital yang efektif merupakan faktor kunci dalam menarik wisatawan internasional. Temuan ini relevan bagi biro perjalanan Indonesia yang mengelola paket tour ke destinasi internasional.

Aspek kritis lainnya dalam pengelolaan tour luar negeri adalah manajemen risiko dan penanganan krisis. Zenker dan Kock (2020) dalam kajian mereka tentang dampak pandemi COVID-19 terhadap pariwisata menekankan pentingnya protokol mitigasi risiko dan rencana kontingensi yang komprehensif bagi operator tour internasional. Pengalaman pandemi telah mendorong restrukturisasi fundamental dalam manajemen risiko industri perjalanan wisata global.

Dari perspektif digitalisasi, pengelolaan tour luar negeri semakin dimudahkan oleh perkembangan platform teknologi. Labanauskaitė et al. (2020) mencatat bahwa integrasi e-marketing dan sistem pemesanan online telah menurunkan biaya operasional sekaligus meningkatkan jangkauan pasar bagi biro perjalanan yang mengelola destinasi internasional.

3. Evaluasi Faktor-Faktor Kritis Keberhasilan Pengelolaan Tour

Berdasarkan sintesis berbagai literatur yang telah dikaji, dapat diidentifikasi empat faktor kritis yang secara konsisten menentukan keberhasilan pengelolaan tour, baik domestik maupun luar negeri.

Faktor pertama adalah kualitas sumber daya manusia (SDM). Kompetensi staf operasional, pemandu wisata, dan manajer tour merupakan determinan utama kualitas layanan yang diterima wisatawan. Kusdiyanti et al. (2022) dalam penelitian mereka tentang inovasi model bisnis berkelanjutan menekankan bahwa investasi dalam pengembangan SDM pariwisata merupakan fondasi utama daya saing industri. Tingkat profesionalisme SDM secara langsung berkorelasi dengan kepuasan wisatawan dan reputasi biro perjalanan.

Faktor kedua adalah sistem perencanaan yang terstruktur dan adaptif. Perencanaan yang komprehensif mencakup identifikasi risiko, penyusunan anggaran yang realistis, penetapan jadwal yang tepat, serta mekanisme penanganan kondisi darurat. Setiawan dan Nurhayati (2020) menekankan bahwa efektivitas program promosi wisata berbasis digital sangat bergantung pada perencanaan yang matang dan terukur.

Faktor ketiga adalah adopsi dan integrasi teknologi digital. Di era industri 4.0, kemampuan biro perjalanan untuk mengintegrasikan teknologi digital dalam operasionalnya menjadi pembeda kompetitif yang signifikan. Platform mobile booking, sistem manajemen relasi pelanggan (CRM), dan analitik data telah menjadi alat standar dalam pengelolaan tour

modern. Technavio (2025) mencatat bahwa segmen pariwisata domestik Indonesia dinilai pada USD 25,16 miliar pada 2024, didorong antara lain oleh transformasi digital dan kanal pemesanan langsung ke konsumen.

Faktor keempat adalah sinergi antar pemangku kepentingan (stakeholders). Kolaborasi yang efektif antara biro perjalanan, pemerintah daerah, masyarakat lokal, penyedia akomodasi, dan transportasi merupakan prasyarat keberhasilan pengelolaan tour yang berkelanjutan. Suharyana dan Hermawan (2022) dalam penelitian mereka di kawasan wisata Desa Sawarna, Banten, membuktikan bahwa pendekatan partisipasi stakeholders yang inklusif menghasilkan pengelolaan pariwisata yang lebih efektif dan berkeadilan.

4. Tantangan Utama dalam Pengelolaan Tour di Indonesia

Industri pengelolaan tour di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan struktural yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Pertama, permasalahan ketimpangan infrastruktur antara destinasi wisata di Jawa dan luar Jawa masih menjadi hambatan utama pengembangan tour domestik ke destinasi-destinasi baru. Prideaux (dalam Fatmasari et al., 2023) menegaskan bahwa infrastruktur yang memadai khususnya aksesibilitas transportasi, konektivitas digital, dan fasilitas kesehatan merupakan prasyarat minimal bagi pengembangan destinasi wisata yang kompetitif.

Kedua, tantangan standarisasi kualitas layanan. Kesenjangan kualitas antara biro perjalanan besar berskala nasional dengan biro perjalanan kecil yang tersebar di daerah masih sangat lebar. Huda et al. (2022) menemukan bahwa inkonsistensi kualitas pelayanan menjadi faktor utama rendahnya niat berkunjung kembali wisatawan. Hal ini menuntut adanya mekanisme sertifikasi dan akreditasi yang lebih tegas dari pemerintah.

Ketiga, perubahan perilaku dan preferensi wisatawan pasca-pandemi. Wisatawan kontemporer semakin cerdas, kritis, dan berorientasi pada pengalaman yang autentik, personal, dan berkelanjutan. UNWTO (2022) mencatat bahwa pemulihan pariwisata global pasca-COVID-19 diwarnai dengan pergeseran signifikan menuju pariwisata yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Biro perjalanan yang lambat beradaptasi dengan tren ini berisiko kehilangan segmen pasar yang semakin besar.

Keempat, persaingan dari platform digital global. Munculnya platform pemesanan online seperti Airbnb, Booking.com, dan Traveloka telah mendisrupsi model bisnis konvensional biro perjalanan. Meskipun platform-platform ini juga menciptakan peluang baru, namun biro perjalanan yang tidak mampu berinovasi dan membangun nilai tambah yang unik menghadapi

ancaman marginalisasi yang nyata.

SIMPULAN

Evaluasi terhadap pengelolaan tour domestik dan luar negeri di Indonesia menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, pengelolaan tour yang efektif memerlukan integrasi yang harmonis antara empat faktor kritis: kualitas SDM, sistem perencanaan terstruktur, adopsi teknologi digital, dan sinergi antar pemangku kepentingan. Kelemahan pada salah satu faktor akan berdampak sistemik terhadap kualitas keseluruhan layanan tour.

Kedua, tour domestik dan tour luar negeri memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda, namun keduanya sama-sama membutuhkan standar manajemen yang tinggi dan adaptif. Tour domestik berpotensi menjadi tulang punggung industri karena stabilitasnya yang lebih tinggi, sementara tour luar negeri memberikan nilai ekonomi yang lebih besar namun mengandung risiko yang lebih kompleks.

Ketiga, digitalisasi telah menjadi keniscayaan dalam industri perjalanan wisata kontemporer. Biro perjalanan yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital dalam seluruh rantai nilai operasionalnya dari pemasaran hingga pelayanan pascaperjalanan terbukti memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di era persaingan global.

Rekomendasi yang dapat dirumuskan dari penelitian ini antara lain: (1) pemerintah perlu memperkuat kerangka regulasi dan program sertifikasi bagi tenaga profesional dan biro perjalanan wisata; (2) asosiasi industri perjalanan perlu mendorong adopsi standar layanan nasional yang seragam; (3) perguruan tinggi perlu mengintegrasikan kurikulum kewirausahaan digital dalam program studi pariwisata; dan (4) biro perjalanan perlu berinvestasi secara konsisten dalam pengembangan SDM dan infrastruktur digital sebagai prioritas strategis jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, S., Mekker, M., & de Vos, J. (2023). Linking travel behavior and tourism literature: Investigating the impacts of travel satisfaction on destination satisfaction and revisit intention. *Transportation Research Procedia*, 80, 195–202.
- Damanik, J., et al. (2018). Pengaruh pariwisata terhadap ketimpangan pendapatan. *Jurnal Ilmiah*, 18(2), 123–135.
- Fatmasari, D., et al. (2023). *Manajemen pariwisata: Pengelolaan destinasi wisata di Indonesia*. Universitas Mataram Press.

- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (2023). Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2).
- Huda, N. N., Suryoko, S., & Djoko Waloejo, H. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas wisata terhadap keputusan berkunjung kembali dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3).
- Huynh, V. C., & Ha Nam Khanh Giao. (2024). The influence of destination images and emotional value on visitors' satisfaction and return intention in Quy Nhon City. *International Journal of Hospitality and Tourism Research*, 7(1).
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Rencana strategis perubahan Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Badan Pariwisata & Ekonomi Kreatif*. <https://kemenparekraf.go.id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Tourism and creative economy outlook 2023/2024*. Kemenparekraf.
- Kusdiyanti, H., Febrianto, I., Wijaya, R., & Agustina, N. (2022). The innovation of sustainable business model in eco-edutourism: A way for creating society 5.0. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 15(1).
- Labanauskaitė, D., Fiore, M., & Stašys, R. (2020). Use of e-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100652. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100652>
- Nuriata. (2014). *Paket wisata: Penyusunan produk dan penghitungan harga*. Alfabeta.
- Prideaux, B. (2009). *Resort destinations: Evolution, management and development*. Butterworth-Heinemann.
- Ratmaja, L., & Pattaray, A. (2024). Perencanaan paket wisata budaya mulud adat Bayan Kabupaten Lombok Utara. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(4), 1743–1751. <https://doi.org/10.62567/micjo.v1i4.319>
- Semer-Purzycki, J. (2000). *Travel vision*. Prentice Hall.
- Seshadri, U., Kumar, P., Vij, A., & Ndlovu, T. (2023). Marketing strategies for the tourism industry in the United Arab Emirates after the COVID-19 era. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(2), 169–177. <https://doi.org/10.1108/WHATT-10-2022-0120>
- Setiawan, E., & Nurhayati, T. (2020). Efektivitas program promosi wisata berbasis digital oleh Dinas Pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 233–240.

- Simangunsong, F. (2023). Analisis atribut destinasi wisata Indonesia: Perspektif wisatawan domestik. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 17(2).
- Suharyana, Y., & Hermawan, A. A. (2022). Pengelolaan sektor pariwisata melalui pendekatan partisipasi stakeholders di kawasan wisata Desa Sawarna Kabupaten Lebak Provinsi Banten. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 6(2), 91–111.
- Tandean & Yulianingsih. (2025). Transformasi layanan pariwisata melalui aplikasi layanan penyedia tour guide berbasis Android. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 9(1).
- Technavio. (2025). *Indonesia tourism and hotel market growth analysis: Size and forecast 2026–2030*. Technavio Research Report.
- UNWTO. (2022). *Tourism and COVID-19: Reviving tourism in a safe and coordinated manner*. World Tourism Organization.
- UNWTO. (2023). *World tourism barometer*. World Tourism Organization.
- World Travel Awards. (2023). *Indonesia's leading travel agency 2023: Panorama JTB*.
<https://www.worldtravelawards.com>
- World Travel Awards. (2024). *Indonesia's leading travel management company 2024*.
<https://www.worldtravelawards.com>
- WTTC. (2023). *Travel & tourism economic impact 2023*. World Travel & Tourism Council.
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>