

Evaluasi Pengelolaan Tour Domestik dan Internasional: Tahapan, Faktor Keberhasilan, dan Rekomendasi Perbaikan

Hayatus Sakdiah¹, Leoni Isti Ragil², Muhammad Zamzam³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Indonesia

Corresponding Author: hayatussakdiah375@gmail.com^{1*}, leoniistiragil29@gmail.com², zamzam.muhammad.zm@gmail.com³

Info Artikel

Received: 20 Maret 2026

Revised : 24 Maret 2026

Accepted: 15 April 2026

Published: 30 April 2026

Keywords:

Tour Management Evaluation, Domestic Tour, Tour Planning, Tour Implementation, Tourist Satisfaction.

Kata Kunci:

Evaluasi Pengelolaan Tour, Tour Domestik, Perencanaan Tour, Pelaksanaan Tour, Kepuasan Wisatawan.

Abstract

Evaluating the management of domestic and international travel is a strategic step to assess the alignment of program implementation with established objectives and standards. This research employs a literature study method with a descriptive qualitative approach to analyze the concepts of evaluation, management, and domestic tours, as well as the evaluation stages covering preparation, administration, and implementation. Identified success factors include service quality, reliable planning, human resource competence, promotional strategies, and collaboration with tourism partners. Evaluation results are used to discontinue, modify, or improve programs to achieve efficiency, effectiveness, and tourist satisfaction. This research recommends the implementation of continuous evaluation, improvement of operational standards, procedural digitalization, and human resource training to support sustainable tourism development.

Abstrak

Evaluasi pengelolaan perjalanan domestik dan internasional merupakan langkah strategis untuk menilai kesesuaian pelaksanaan program dengan tujuan dan standar yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis konsep evaluasi, pengelolaan, dan tour domestik, serta tahapan evaluasi yang mencakup persiapan, administrasi, dan pelaksanaan. Faktor-faktor keberhasilan yang diidentifikasi meliputi kualitas layanan, perencanaan yang handal, kompetensi sumber daya manusia, strategi promosi, dan kolaborasi dengan mitra wisata. Hasil evaluasi digunakan untuk menghentikan, mengubah, atau meningkatkan program guna mencapai efisiensi, efektivitas, dan kepuasan wisatawan. Penelitian ini merekomendasikan penerapan evaluasi berkelanjutan, perbaikan standar operasional, digitalisasi prosedur, serta pelatihan sumber daya manusia untuk mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.



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

PENDAHULUAN

Evaluasi merupakan langkah fundamental yang tidak dapat diabaikan dalam pengelolaan berbagai program, termasuk program perjalanan wisata baik domestik maupun internasional. Keberadaan evaluasi memungkinkan para pemangku kepentingan untuk memahami secara mendalam bagaimana pelaksanaan program berjalan di lapangan, mengevaluasi hasil yang telah dicapai, serta menyelidiki apakah capaian tersebut telah sesuai dengan ekspektasi dan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Tivani (2016) menegaskan bahwa evaluasi adalah proses mengumpulkan data mengenai cara kerja sesuatu, yang kemudian informasi ini dipakai untuk mengukur sejauh mana keberhasilan dan hasilnya bisa digunakan untuk menetapkan pilihan yang sesuai dalam pengambilan keputusan. Apabila hasil yang diperoleh tidak memuaskan atau tidak sesuai dengan rencana, maka diperlukan tindakan tegas untuk menghentikan program yang tidak efektif atau memperbaiki berbagai kekurangan yang teridentifikasi melalui proses evaluasi. Proses penyelidikan yang diperlukan ini disebut evaluasi, yang dilakukan secara objektif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan rencana, sehingga dari aktivitas tersebut dapat dilihat apakah hasil yang diperoleh sudah memenuhi target dan standar yang telah ditetapkan atau tidak.

Pengelolaan tour, yang dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah management atau to manage, mengandung makna mengatur, mengelola, mengendalikan, serta memperlakukan berbagai sumber daya yang tersedia. Ayu et al. (2024) menjelaskan bahwa pengelolaan memiliki makna sebagai suatu proses yang baik, pengarahan, dan pemanfaatan secara optimal sehingga semua tujuan yang telah direncanakan bisa dicapai secara efektif dan efisien. Dalam konteks industri pariwisata, pengelolaan tour mencakup serangkaian tahapan dalam merencanakan, mengatur, melaksanakan, serta memasarkan paket wisata yang mencakup sarana transportasi, tempat tinggal, pemandu wisata, dan dokumen perjalanan, baik untuk perjalanan dalam negeri maupun perjalanan ke luar negeri. Pengaturan perjalanan baik lokal maupun internasional merupakan tahapan yang kompleks karena melibatkan berbagai komponen yang harus diselaraskan dengan baik agar tercipta pengalaman perjalanan yang memuaskan bagi para wisatawan.

Tour domestik dapat diartikan sebagai aktivitas perjalanan rekreasi lokal yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan yang masih berada dalam batasan negara yang sama, yang dalam konteks Indonesia dikenal sebagai wisatawan nusantara. Balqis (n.d.) menjelaskan bahwa tour domestik merupakan aktivitas perjalanan wisata lokal yang dilakukan oleh individu

atau kelompok dengan tujuan ke lokasi yang berada di negara yang sama, yang mencakup perencanaan paket wisata oleh agen perjalanan untuk pelancong lokal atau internasional yang ingin menjelajahi tempat-tempat dalam negeri. Pengertian ini menyoroti aspek operasional seperti rencana perjalanan lokal, pengaturan transportasi darat dan udara dalam negeri, serta layanan pemandu wisata setempat yang memiliki pemahaman mendalam tentang destinasi wisata domestik. Tour domestik memiliki karakteristik yang berbeda dengan tour internasional, terutama dalam hal regulasi, dokumen perjalanan, dan kompleksitas koordinasi dengan mitra di luar negeri.

Evaluasi pengelolaan perjalanan baik dalam negeri maupun internasional merupakan serangkaian penilaian yang terstruktur berkaitan dengan pelaksanaan perjalanan untuk menilai keselarasan dengan rencana yang ada, standar pelayanan, dan tingkat kepuasan para wisatawan. Industri et al. (2020) menyatakan bahwa evaluasi ini dilakukan melalui penggunaan kuesioner, laporan perjalanan, dan juga analisis pengalaman wisatawan secara komprehensif. Evaluasi adalah hasil akhir dari manajemen tur yang melibatkan pengawasan terhadap penyelenggaraan, pengisian kuesioner dari wisatawan, serta laporan dari pemandu tur untuk menggambarkan makna yang tampak dalam bentuk data maupun yang tersembunyi berupa kesan dari perilaku wisatawan selama perjalanan. Dalam konteks tour, evaluasi dilaksanakan setelah kegiatan berlangsung untuk menilai aspek persiapan, administrasi, dan operasional, seperti tingkat kepuasan wisatawan baik lokal maupun internasional serta perubahan yang mungkin perlu dilakukan pada paket wisata di masa mendatang.

Tahapan evaluasi pengelolaan tour dapat dibagi menjadi tiga tahap utama berdasarkan teori standar yang berlaku dalam industri pariwisata. Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang mencakup proses merancang dan membangun produk paket perjalanan, pemilihan tempat tujuan yang akan dikunjungi, serta kolaborasi dengan berbagai mitra seperti penyedia akomodasi, layanan transportasi, dan pemandu wisata untuk perjalanan lokal maupun luar negeri. Rahmat Abdullah dan Yunita Prihastuti (2022) mengilustrasikan bahwa tahap persiapan meliputi pengembangan rencana perjalanan baik yang sudah tersedia maupun yang disesuaikan sesuai dengan sasaran pengunjung, sehingga paket wisata yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan dan preferensi pasar sasaran. Tahap kedua adalah tahap administrasi, yang meliputi perencanaan anggaran secara cermat, pengaturan jadwal perjalanan yang terstruktur, reservasi tiket untuk transportasi dan akomodasi, serta pengelolaan dokumen pendukung lainnya. Print et al. (2026) menekankan bahwa tahap administrasi mencakup pengaturan pembayaran untuk mitra

internasional yang sering menjadi tantangan tersendiri, karena melibatkan mata uang asing dan sistem pembayaran lintas negara. Proses ini menjamin bahwa semua elemen administratif sudah disiapkan dengan matang sebelum pelaksanaan tour dimulai, sehingga meminimalkan risiko kendala di lapangan. Tahap ketiga adalah tahap pelaksanaan, yang terpusat pada aktivitas yang terjadi selama perjalanan berlangsung, termasuk layanan pengunjung yang diberikan oleh pimpinan tur, penanganan berbagai masalah yang mungkin timbul secara tiba-tiba, dan pengukuran kepuasan secara langsung di lokasi tujuan wisata. Penilaian awal dilaksanakan di sini melalui masukan dari para pelancong untuk perbaikan yang cepat dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengelolaan wisata domestik dan internasional sangat beragam dan saling terkait satu sama lain. Faktor pertama yang paling dominan adalah kualitas layanan yang diberikan oleh pemandu wisata, pemimpin wisata, dan agen perjalanan secara keseluruhan. Thomas, Mangantar, dan Tumewu (2025) menemukan bahwa cara yang ramah, responsif, dan profesional dalam memberikan pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pengunjung dan dapat meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap biro perjalanan yang bersangkutan. Kualitas layanan yang konsisten menjadi faktor pembeda utama antara biro perjalanan yang sukses dengan yang tidak, karena wisatawan cenderung mengingat dan merekomendasikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan kepada orang lain.

Faktor kedua yang tidak kalah pentingnya adalah perencanaan dan manajemen yang efektif, yang mencakup perencanaan itinerary perjalanan yang realistis, pengaturan transportasi yang tepat waktu dan nyaman, pemilihan tempat tinggal yang strategis dan bersih, penyediaan makanan yang higienis dan sesuai dengan selera wisatawan, serta pengelolaan waktu yang efisien selama perjalanan. Rahmadi Idris Pasaribu et al. (2024) menegaskan bahwa kesalahan dalam perencanaan dapat menimbulkan ketidaknyamanan yang signifikan bagi para pelancong, yang pada gilirannya dapat merusak reputasi biro perjalanan dan mengurangi minat wisatawan untuk menggunakan jasa mereka di masa mendatang. Perencanaan yang matang juga mencakup antisipasi terhadap berbagai risiko dan kendala yang mungkin terjadi selama perjalanan, seperti perubahan cuaca, keterlambatan transportasi, atau masalah kesehatan yang dialami wisatawan.

Faktor ketiga adalah keterampilan pemandu wisata dan sumber daya manusia secara keseluruhan yang terlibat dalam operasional tour. Pemandu wisata yang kompeten tidak hanya menguasai informasi tentang destinasi wisata, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi yang

baik, penguasaan bahasa asing yang memadai untuk melayani wisatawan mancanegara, serta keterampilan dalam menangani situasi darurat dan konflik yang mungkin timbul selama perjalanan. Sumber daya manusia yang berkualitas menjadi aset berharga bagi biro perjalanan karena mereka adalah ujung tombak pelayanan yang berinteraksi langsung dengan wisatawan. Faktor keempat adalah promosi dan pemasaran yang efektif, yang meliputi pemanfaatan platform media sosial, situs web yang informatif dan menarik, serta strategi promosi daring yang tepat sasaran. Pengaplikasian platform digital dalam pemasaran berkontribusi signifikan pada kemampuan biro perjalanan dalam menarik pengunjung lokal maupun internasional, karena wisatawan saat ini cenderung mencari informasi dan melakukan pemesanan melalui kanal digital (Armutcu et al., 2023; Haedar, 2023). Taktik pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran dapat meningkatkan jumlah klien secara signifikan dan memperluas jangkauan pasar biro perjalanan.

Faktor kelima adalah kolaborasi dengan berbagai mitra strategis, termasuk penginapan, perusahaan penerbangan, tempat makan, dan agen perjalanan lainnya yang mendukung kelancaran pelaksanaan tur. Kolaborasi yang baik dengan mitra di dalam negeri maupun luar negeri sangat penting, khususnya untuk perjalanan internasional yang memerlukan koordinasi lintas negara dan pemahaman tentang regulasi di masing-masing destinasi. Kemitraan yang kuat memungkinkan biro perjalanan untuk mendapatkan harga yang kompetitif, layanan yang andal, dan dukungan yang cepat ketika menghadapi kendala operasional di lapangan.

Dalam situasi banyaknya biro perjalanan wisata yang bermunculan di Indonesia, evaluasi atas pengelolaan tour domestik dan internasional menjadi semakin krusial. Evaluasi memungkinkan biro perjalanan untuk menganalisis hasil secara konkret, menilai tingkat kepuasan wisatawan melalui kuesioner dan laporan yang ada, serta memastikan bahwa semua tahapan persiapan, administrasi, dan pelaksanaan berjalan lancar sesuai dengan standar yang ditetapkan (Industri et al., 2020). Elemen seperti kualitas pelayanan dan perencanaan yang baik sering kali mempengaruhi tingkat keberhasilan secara signifikan (Rahmadi Idris Pasaribu et al., 2024), sehingga konteks ini menjadi dasar perlunya analisis yang mendalam untuk perbaikan berkelanjutan dalam sektor pariwisata. Dengan demikian, evaluasi pengelolaan tour bukan hanya sekadar prosedur administratif, melainkan instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing biro perjalanan dan mendukung pengembangan pariwisata nasional yang berkelanjutan (Thomas et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan teknik studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menilai cara pengelolaan tur, baik untuk perjalanan lokal maupun internasional. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam berbagai konsep, teori, dan praktik yang berkaitan dengan evaluasi pengelolaan tour tanpa harus melakukan pengumpulan data primer di lapangan. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis informasi yang berasal dari literatur yang relevan dengan pengelolaan perjalanan, kegiatan operasional agen perjalanan, dan peraturan pariwisata antar negara yang berlaku.

Pengumpulan informasi dilakukan dengan cara yang terstruktur melalui pencarian berbagai sumber sekunder yang kredibel dan terpercaya. Sumber-sumber tersebut mencakup buku-buku manajemen pariwisata yang menjadi rujukan utama dalam bidang ini, jurnal akademik yang terakreditasi dan telah melalui proses peer-review, artikel dari pemerintah yang memuat kebijakan dan regulasi terkait pariwisata, laporan industri wisata yang memberikan gambaran tentang tren dan tantangan terkini, serta dokumen digital yang terpercaya yang berkaitan dengan tren pengelolaan tur pasca-pandemi COVID-19. Pemilihan sumber-sumber ini didasarkan pada kriteria relevansi dengan topik penelitian, kredibilitas penulis dan penerbit, serta kebaruan informasi yang disajikan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi pola-pola umum, konsep-konsep kunci, dan praktik terbaik dalam evaluasi pengelolaan tour domestik dan internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Evaluasi dalam Konteks Pengelolaan Tour

Evaluasi merupakan komponen fundamental yang tidak dapat dipisahkan dari siklus manajemen suatu program atau kegiatan, termasuk dalam industri pariwisata dan perjalanan wisata. Tivani (2016) mendefinisikan evaluasi sebagai proses mengumpulkan data mengenai cara kerja sesuatu, yang kemudian informasi ini dipakai untuk mengukur sejauh mana keberhasilan dan hasilnya bisa digunakan untuk menetapkan pilihan yang sesuai dalam pengambilan keputusan. Definisi ini menegaskan bahwa evaluasi bukan sekadar kegiatan administratif yang bersifat formalitas, melainkan instrumen strategis yang menghasilkan informasi berharga bagi pengambil

keputusan untuk menentukan langkah selanjutnya. Dalam konteks pengelolaan tour, evaluasi menjadi sangat krusial karena industri pariwisata bersifat dinamis dan sangat bergantung pada kepuasan pelanggan yang bersifat subjektif.

Lebih lanjut, Tivani (2016) menjelaskan bahwa evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi hasil konkret yang telah diraih dari suatu program. Penilaian dilakukan dengan cara yang objektif dan ditujukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan rencana, sehingga dari aktivitas tersebut dapat dilihat apakah hasil yang diperoleh sudah memenuhi target dan standar yang telah ditetapkan atau tidak. Objektivitas dalam evaluasi menjadi syarat mutlak karena tanpa objektivitas, hasil evaluasi akan kehilangan kredibilitasnya dan tidak dapat diandalkan sebagai dasar pengambilan keputusan. Kriteria yang jelas dan terukur juga menjadi prasyarat penting agar evaluasi dapat dilakukan secara konsisten dan hasilnya dapat dibandingkan antar periode atau antar program yang berbeda.

Dalam industri tour dan travel, evaluasi memiliki peran yang semakin penting seiring dengan meningkatnya persaingan antar biro perjalanan wisata. Wisatawan modern cenderung lebih kritis dan memiliki akses informasi yang luas melalui berbagai platform digital, sehingga mereka dapat dengan mudah membandingkan kualitas layanan antar penyedia jasa. Hal ini menuntut biro perjalanan untuk secara terus-menerus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka agar tetap kompetitif di pasar. Evaluasi yang dilakukan secara berkala dan sistematis memungkinkan biro perjalanan untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, serta mempertahankan dan bahkan meningkatkan aspek-aspek yang sudah berjalan dengan baik.

Pengertian Pengelolaan dan Implementasinya dalam Industri Tour

Pengelolaan atau manajemen merupakan konsep yang memiliki akar kata dari bahasa Inggris "*management*" atau "*to manage*" yang berarti mengatur, mengelola, mengendalikan, serta memperlakukan berbagai sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Ayu et al. (2024) menjelaskan bahwa pengelolaan memiliki makna sebagai suatu proses yang baik, pengarahan, dan pemanfaatan secara optimal sehingga semua tujuan yang telah direncanakan bisa dicapai secara efektif dan efisien. Definisi ini mengandung dua kata kunci yang sangat penting, yaitu efektif dan efisien. Efektif berarti mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan efisien berarti mencapai tujuan tersebut dengan menggunakan sumber daya yang minimal atau dengan biaya yang serendah mungkin tanpa mengorbankan kualitas.

Dalam konteks pengelolaan tour, baik domestik maupun internasional, penerapan prinsip-

prinsip manajemen menjadi sangat krusial karena melibatkan berbagai komponen yang saling terkait dan harus dikelola secara terintegrasi. Jordan (2021) menegaskan bahwa pengaturan perjalanan baik lokal maupun internasional merupakan tahapan dalam merencanakan, mengatur, melaksanakan, serta memasarkan paket wisata yang mencakup sarana transportasi, tempat tinggal, pemandu wisata, dan dokumen perjalanan, baik untuk perjalanan dalam negeri (wisata domestik) maupun perjalanan ke luar negeri (wisata luar negeri). Kompleksitas pengelolaan tour semakin meningkat seiring dengan jumlah komponen yang terlibat dan tingkat keragaman kebutuhan wisatawan yang harus dipenuhi.

Pengelolaan tour yang efektif memerlukan integrasi yang baik antara berbagai fungsi manajemen, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengendalian. Fungsi perencanaan mencakup penetapan tujuan tour, identifikasi destinasi yang akan dikunjungi, penentuan durasi perjalanan, dan perhitungan anggaran yang dibutuhkan. Fungsi pengorganisasian melibatkan penugasan peran dan tanggung jawab kepada masing-masing anggota tim, serta koordinasi dengan berbagai mitra seperti hotel, maskapai penerbangan, restoran, dan pemandu wisata lokal. Fungsi pengarahan mencakup kepemimpinan dalam memimpin rombongan wisatawan dan memastikan bahwa semua layanan diberikan sesuai dengan standar yang dijanjikan. Fungsi pengendalian meliputi pemantauan pelaksanaan tour, identifikasi penyimpangan dari rencana, dan pengambilan tindakan korektif jika diperlukan.

Pengertian Tour Domestik dan Karakteristiknya

Tour domestik merupakan segmen penting dalam industri pariwisata yang memiliki karakteristik dan dinamika tersendiri yang berbeda dengan tour internasional. Balqis (n.d.) mendefinisikan tour domestik sebagai aktivitas perjalanan rekreasi lokal yang dilakukan oleh individu dengan tujuan yang masih berada dalam batasan negara yang sama, yang dalam konteks Indonesia dikenal sebagai wisatawan nusantara. Definisi ini menekankan pada aspek geografis di mana perjalanan dilakukan tanpa melintasi batas negara, sehingga wisatawan tidak memerlukan dokumen perjalanan internasional seperti paspor dan visa, serta tidak terpapar pada risiko nilai tukar mata uang asing yang fluktuatif.

Balqis (n.d.) lebih lanjut menjelaskan bahwa tour domestik merupakan aktivitas perjalanan wisata lokal yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan ke lokasi yang berada di negara yang sama, yang mencakup perencanaan paket wisata oleh agen perjalanan untuk pelancong lokal atau internasional yang ingin menjelajahi tempat-tempat dalam negeri. Penjelasan ini

menyoroti aspek operasional seperti rencana perjalanan lokal, pengaturan transportasi darat dan udara dalam negeri, serta layanan pemandu wisata setempat yang memiliki pemahaman mendalam tentang destinasi wisata domestik. Pemandu wisata lokal memiliki keunggulan dalam hal pengetahuan tentang budaya lokal, sejarah, dan kearifan tradisional yang tidak dimiliki oleh pemandu dari luar daerah, sehingga mereka dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih autentik dan bermakna bagi wisatawan.

Tour domestik memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan tour internasional, terutama dari segi biaya yang lebih terjangkau karena tidak ada biaya tambahan untuk tiket pesawat internasional, asuransi perjalanan luar negeri, dan biaya administrasi pengurusan dokumen perjalanan. Selain itu, tour domestik juga lebih fleksibel dalam hal waktu dan durasi perjalanan karena wisatawan tidak terikat pada jadwal penerbangan internasional yang seringkali terbatas dan memerlukan waktu tempuh yang lebih lama. Tour domestik juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk lebih mengenal kekayaan alam dan budaya bangsa sendiri, sehingga dapat menumbuhkan rasa cinta tanah air dan kebanggaan terhadap warisan budaya nasional.

Namun demikian, tour domestik juga menghadapi tantangan tersendiri, terutama dalam hal kualitas infrastruktur dan layanan di beberapa destinasi wisata di dalam negeri yang masih belum merata. Beberapa daerah tujuan wisata masih menghadapi masalah seperti akses transportasi yang terbatas, kualitas akomodasi yang kurang memadai, serta ketersediaan pemandu wisata yang kompeten dan bersertifikasi (Rahmat Abdullah & Yunita Prihastuti, 2022). Oleh karena itu, evaluasi pengelolaan tour domestik menjadi sangat penting untuk mengidentifikasi berbagai kelemahan dan hambatan tersebut, sehingga dapat dilakukan perbaikan secara sistematis dan berkelanjutan (Print et al., 2026).

Evaluasi Pengelolaan Tour Domestik dan Luar Negeri sebagai Proses Sistematis

Evaluasi pengelolaan perjalanan baik dalam negeri maupun internasional merupakan serangkaian penilaian yang terstruktur berkaitan dengan pelaksanaan perjalanan untuk menilai keselarasan dengan rencana yang ada, standar pelayanan, dan tingkat kepuasan para wisatawan. Industri et al. (2020) menegaskan bahwa evaluasi ini dilakukan melalui penggunaan kuesioner, laporan perjalanan, dan juga analisis pengalaman wisatawan secara komprehensif. Ketiga instrumen ini saling melengkapi dan memberikan gambaran yang utuh tentang kualitas pengelolaan tour dari berbagai perspektif. Kuesioner memberikan data kuantitatif tentang tingkat kepuasan

wisatawan terhadap berbagai aspek layanan, laporan perjalanan memberikan data kualitatif tentang pengalaman dan observasi pemandu wisata selama perjalanan, sedangkan analisis pengalaman wisatawan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan wisatawan.

Industri et al. (2020) lebih lanjut menjelaskan bahwa evaluasi adalah hasil akhir dari manajemen tur yang melibatkan pengawasan terhadap penyelenggaraan, pengisian kuesioner dari wisatawan, serta laporan dari pemandu tur untuk menggambarkan makna yang tampak dalam bentuk data maupun yang tersembunyi berupa kesan dari perilaku wisatawan selama perjalanan. Penjelasan ini menunjukkan bahwa evaluasi tidak hanya berhenti pada pengumpulan data, tetapi juga mencakup interpretasi dan analisis data untuk menghasilkan makna yang dapat digunakan sebagai dasar perbaikan. Data yang tampak berupa angka-angka kepuasan perlu diinterpretasikan dalam konteks yang lebih luas, misalnya mengapa kepuasan terhadap aspek akomodasi rendah padahal fasilitas yang disediakan sudah sesuai dengan standar, atau mengapa wisatawan merasa tidak puas dengan pemandu wisata meskipun pemandu tersebut telah memiliki sertifikasi kompetensi.

Dalam konteks tour, evaluasi dilaksanakan setelah kegiatan berlangsung untuk menilai aspek persiapan, administrasi, dan operasional, seperti tingkat kepuasan wisatawan baik lokal maupun internasional serta perubahan yang mungkin perlu dilakukan pada paket wisata di masa mendatang (Permana et al., 2024). Evaluasi pasca-tour memiliki keunggulan karena wisatawan telah menyelesaikan seluruh rangkaian perjalanan sehingga mereka memiliki pengalaman yang utuh dan dapat memberikan penilaian yang komprehensif. Namun demikian, evaluasi juga dapat dilakukan secara bertahap selama perjalanan berlangsung untuk mendeteksi masalah sejak dini dan melakukan perbaikan segera, sehingga wisatawan tetap mendapatkan pengalaman yang optimal meskipun terjadi kendala di tengah perjalanan. Pendekatan evaluasi yang berkelanjutan ini semakin populer di kalangan biro perjalanan wisata yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Tahapan Evaluasi Pengelolaan Tour

Evaluasi pengelolaan tour dapat dibagi menjadi tiga tahap utama berdasarkan teori standar yang berlaku dalam industri pariwisata. Pembagian tahapan ini penting untuk memastikan bahwa evaluasi dilakukan secara komprehensif dan mencakup seluruh siklus pengelolaan tour, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi akhir. Ketiga tahapan tersebut adalah tahap persiapan, tahap administrasi, dan tahap pelaksanaan.

Tahap persiapan merupakan fondasi dari seluruh kegiatan tour dan sangat menentukan keberhasilan tahap-tahap selanjutnya. Tahap ini mencakup proses merancang dan membangun produk paket perjalanan, pemilihan tempat tujuan yang akan dikunjungi, serta kolaborasi dengan berbagai mitra seperti penyedia akomodasi, layanan transportasi, dan pemandu wisata untuk perjalanan lokal maupun luar negeri. Rahmat Abdullah dan Yunita Prihastuti (2022) mengilustrasikan bahwa tahap persiapan meliputi pengembangan rencana perjalanan baik yang sudah tersedia maupun yang disesuaikan sesuai dengan sasaran pengunjung, sehingga paket wisata yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan dan preferensi pasar sasaran. Persiapan yang matang mencakup riset pasar untuk memahami preferensi dan ekspektasi wisatawan, analisis kompetitor untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif, serta negosiasi dengan mitra untuk mendapatkan harga dan layanan terbaik. Kesalahan pada tahap persiapan, seperti pemilihan destinasi yang kurang menarik atau kerja sama dengan mitra yang tidak andal, akan berdampak negatif pada seluruh rangkaian tour dan sulit diperbaiki pada tahap-tahap berikutnya.

Tahap administrasi merupakan tahap yang menjembatani antara perencanaan dan pelaksanaan tour, dengan fokus pada pengelolaan berbagai dokumen dan aspek legal yang diperlukan. Tahap ini meliputi perencanaan anggaran secara cermat, pengaturan jadwal perjalanan yang terstruktur, reservasi tiket untuk transportasi dan akomodasi, serta pengelolaan dokumen pendukung lainnya. Print et al. (2026) menekankan bahwa tahap administrasi mencakup pengaturan pembayaran untuk mitra internasional yang sering menjadi tantangan tersendiri, karena melibatkan mata uang asing dan sistem pembayaran lintas negara yang berbeda-beda. Proses ini menjamin bahwa semua elemen administratif sudah disiapkan dengan matang sebelum pelaksanaan tour dimulai, sehingga meminimalkan risiko kendala di lapangan. Tahap administrasi juga mencakup pengurusan dokumen perjalanan seperti tiket pesawat, voucher hotel, dan asuransi perjalanan, yang harus dikelola dengan teliti untuk menghindari kesalahan yang dapat merugikan wisatawan dan biro perjalanan. Digitalisasi prosedur administrasi menjadi tren yang semakin populer karena dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko kesalahan manusia.

Tahap pelaksanaan merupakan tahap yang paling kritis karena pada tahap inilah wisatawan berinteraksi langsung dengan layanan yang disediakan oleh biro perjalanan. Tahap ini terpusat pada aktivitas yang terjadi selama perjalanan berlangsung, termasuk layanan pengunjung yang diberikan oleh pimpinan tur, penanganan berbagai masalah yang mungkin timbul secara tiba-tiba, dan pengukuran kepuasan secara langsung di lokasi tujuan wisata (Rahmadi Idris Pasaribu et al., 2024).

Penilaian awal dilaksanakan di sini melalui masukan dari para pelancong untuk perbaikan yang cepat dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan. Pemandu wisata memegang peran sentral pada tahap ini karena mereka adalah ujung tombak layanan yang berinteraksi langsung dengan wisatawan dan memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa semua rencana perjalanan berjalan dengan lancar (Thomas et al., 2025). Kemampuan pemandu wisata dalam berkomunikasi, memecahkan masalah, dan memberikan informasi yang menarik dan bermanfaat sangat menentukan pengalaman wisatawan secara keseluruhan.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keberhasilan Pengelolaan Tour

Keberhasilan pengelolaan wisata domestik dan internasional dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait dan harus dikelola secara terintegrasi. Faktor-faktor ini mencakup aspek internal biro perjalanan maupun eksternal yang berada di luar kendali biro perjalanan, sehingga memerlukan strategi pengelolaan yang komprehensif dan adaptif. Faktor pertama yang paling dominan adalah kualitas layanan yang diberikan oleh pemandu wisata, pemimpin wisata, dan agen perjalanan secara keseluruhan. Thomas, Mangantar, dan Tumewu (2025) menemukan bahwa cara yang ramah, responsif, dan profesional dalam memberikan pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pengunjung dan dapat meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap biro perjalanan yang bersangkutan. Kualitas layanan yang konsisten menjadi faktor pembeda utama antara biro perjalanan yang sukses dengan yang tidak, karena wisatawan cenderung mengingat dan merekomendasikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan kepada orang lain. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, mulai dari keramahan dan kesopanan staf, kecepatan dan ketepatan dalam merespons pertanyaan dan keluhan wisatawan, hingga kemampuan untuk memberikan layanan yang personal dan sesuai dengan kebutuhan individu wisatawan. Dalam industri jasa seperti pariwisata, kualitas layanan seringkali menjadi faktor penentu utama kepuasan pelanggan karena wisatawan tidak dapat "melihat" produk wisata sebelum mereka membelinya, sehingga mereka sangat bergantung pada reputasi dan citra biro perjalanan (Yoon & Choi, 2023).

Faktor kedua yang tidak kalah pentingnya adalah perencanaan dan manajemen yang efektif, yang mencakup perencanaan itinerary perjalanan yang realistis, pengaturan transportasi yang tepat waktu dan nyaman, pemilihan tempat tinggal yang strategis dan bersih, penyediaan makanan yang higienis dan sesuai dengan selera wisatawan, serta pengelolaan waktu yang efisien selama perjalanan. Rahmadi Idris Pasaribu et al. (2024) menegaskan bahwa kesalahan dalam perencanaan dapat menimbulkan ketidaknyamanan yang signifikan bagi para pelancong, yang pada gilirannya

dapat merusak reputasi biro perjalanan dan mengurangi minat wisatawan untuk menggunakan jasa mereka di masa mendatang. Perencanaan yang matang juga mencakup antisipasi terhadap berbagai risiko dan kendala yang mungkin terjadi selama perjalanan, seperti perubahan cuaca, keterlambatan transportasi, atau masalah kesehatan yang dialami wisatawan. Biro perjalanan yang profesional biasanya memiliki rencana kontingensi untuk menghadapi berbagai skenario terburuk, sehingga mereka dapat merespons dengan cepat dan efektif ketika terjadi kendala di lapangan.

Faktor ketiga adalah keterampilan pemandu wisata dan sumber daya manusia secara keseluruhan yang terlibat dalam operasional tour. Pemandu wisata yang kompeten tidak hanya menguasai informasi tentang destinasi wisata, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi yang baik, penguasaan bahasa asing yang memadai untuk melayani wisatawan mancanegara, serta keterampilan dalam menangani situasi darurat dan konflik yang mungkin timbul selama perjalanan. Sumber daya manusia yang berkualitas menjadi aset berharga bagi biro perjalanan karena mereka adalah ujung tombak pelayanan yang berinteraksi langsung dengan wisatawan. Investasi dalam pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia merupakan langkah strategis yang dapat memberikan return on investment yang tinggi melalui peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas wisatawan. Pemandu wisata yang memiliki sertifikasi kompetensi dari lembaga yang diakui juga memberikan jaminan kualitas bagi wisatawan dan meningkatkan kepercayaan mereka terhadap biro perjalanan.

Faktor keempat adalah promosi dan pemasaran yang efektif, yang meliputi pemanfaatan platform media sosial, situs web yang informatif dan menarik, serta strategi promosi daring yang tepat sasaran. Pengaplikasian platform digital dalam pemasaran berkontribusi signifikan pada kemampuan biro perjalanan dalam menarik pengunjung lokal maupun internasional, karena wisatawan saat ini cenderung mencari informasi dan melakukan pemesanan melalui kanal digital (Alzaydi & Elsharnouby, 2023). Taktik pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran dapat meningkatkan jumlah klien secara signifikan dan memperluas jangkauan pasar biro perjalanan. Pemasaran digital memungkinkan biro perjalanan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional, serta memberikan kemampuan untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran secara real-time. Konten pemasaran yang menarik, seperti foto dan video destinasi wisata yang berkualitas tinggi, ulasan dari wisatawan yang puas, dan informasi tentang paket wisata yang menarik, dapat

meningkatkan minat wisatawan dan mendorong mereka untuk melakukan pemesanan.

Faktor kelima adalah kolaborasi dengan berbagai mitra strategis, termasuk penginapan, perusahaan penerbangan, tempat makan, dan agen perjalanan lainnya yang mendukung kelancaran pelaksanaan tur. Kolaborasi yang baik dengan mitra di dalam negeri maupun luar negeri sangat penting, khususnya untuk perjalanan internasional yang memerlukan koordinasi lintas negara dan pemahaman tentang regulasi di masing-masing destinasi. Kemitraan yang kuat memungkinkan biro perjalanan untuk mendapatkan harga yang kompetitif, layanan yang andal, dan dukungan yang cepat ketika menghadapi kendala operasional di lapangan. Jaringan mitra yang luas dan terpercaya juga memungkinkan biro perjalanan untuk menawarkan paket wisata yang lebih beragam dan fleksibel, sehingga dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi wisatawan. Kolaborasi dengan mitra juga mencakup pertukaran informasi dan pengetahuan tentang tren pariwisata, perilaku wisatawan, dan peluang pasar baru, yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan produk wisata yang inovatif.

SIMPULAN

Evaluasi penyelenggaraan perjalanan lokal dan internasional terbukti sangat penting sebagai langkah akhir yang terstruktur untuk menilai efektivitas tiga fase utama pengelolaan tour. Ketiga fase tersebut meliputi persiapan produk paket perjalanan yang mencakup perancangan destinasi dan kolaborasi dengan mitra, pengelolaan anggaran serta pemesanan yang menjamin kelancaran aspek administratif, dan pelaksanaan layanan yang menjadi penentu utama pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Dengan menggunakan alat seperti survey kepuasan, laporan dari pemimpin tur, dan analisis data yang objektif, evaluasi memungkinkan biro perjalanan untuk menentukan secara tepat keberhasilan atau kegagalan program yang telah dilaksanakan.

Elemen-elemen kunci untuk mencapai keberhasilan pengelolaan tour perlu dioptimalkan secara berkesinambungan. Mutu layanan pemandu tur menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, karena interaksi langsung antara pemandu dan wisatawan sangat menentukan persepsi kualitas perjalanan secara keseluruhan. Perencanaan itinerary yang fleksibel memungkinkan biro perjalanan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi di lapangan dan kebutuhan wisatawan yang beragam. Kemampuan sumber daya manusia yang menguasai berbagai bahasa menjadi nilai tambah yang signifikan, terutama dalam melayani wisatawan mancanegara. Promosi digital yang berhasil melalui pemanfaatan platform media sosial dan situs

web dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak wisatawan. Kerja sama dengan mitra strategis seperti hotel, maskapai penerbangan, dan restoran mendukung kelancaran pelaksanaan tour dan memberikan nilai tambah bagi wisatawan.

Penerapan evaluasi yang berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kepuasan pengunjung dan efisiensi operasional agen perjalanan, tetapi juga mendukung perkembangan pariwisata nasional yang menyeluruh dan berkelanjutan. Oleh karena itu, rekomendasi yang dapat diberikan mencakup perbaikan prosedur operasional standar berbasis digital, pelatihan sumber daya manusia secara berkala, dan penguatan kolaborasi dengan mitra strategis untuk menghadapi tantangan masa depan industri pariwisata seperti regulasi luar negeri yang dinamis dan fluktuasi permintaan pasca-pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alzaydi, Z. M., & Elsharnouby, M. H. (2023). Using social media marketing to pro-tourism behaviours: The mediating role of destination attractiveness and attitude towards the positive impacts of tourism. *Future Business Journal*, 9(42). <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00220-5>
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, 240, 104025. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Ayu, E., Fitriani, M., & Vera. (2024). Konsep Dasar Pengelolaan Satuan Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(3), 164–175.
- Haedar, A. W. (2023). Digital Marketing Strategies in the Public Sector of Tourism: Enhancing Promotion and Engagement in the Tourism Industry. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik*, 13(1). <https://doi.org/10.26858/jiap.v13i1.47689>
- Industri, L. B., Menurut Pendit, T. S. L., Kota Bandar Lampung, T. S. L., Menurut Hendry, T. S. L., & Kota Bandung. (2020). Evaluasi Pengelolaan Perjalanan Wisata. *Jurnal Pariwisata*, 1–10.
- Jordan. (2021). Perencanaan Perjalanan Wisata. *Ucoz.Com*, 53(9), 1689–1699.
- Permana, I. N. W. A., Aryasih, P. A., & Puja, I. B. P. (2024). The Impact of Tour Guide Service Quality and Tourist Experience Towards Tourist Satisfaction in Discova Indonesia Tour and Travel. *J-TRUE: Journal of Travel and Leisure*, 1(2), 73–78. <https://doi.org/10.52352/jtrue.v1i2.1657>
- Print, I., Electronic, I., Fajri, K., & Safari, A. (2026). Strategi Pengelolaan Paket Wisata Inbound oleh Perusahaan Perjalanan Anggota Association of the Indonesian Tours & Travel Agencies (ASITA) dalam Mengembangkan Pariwisata di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, 5(April), 109–117.
- Rahmadi Idris Pasaribu, Fajar Agung Leksmana, Yochi Cristhofen Laia, Putri Kemala Dewi Lubis, & Rossy Pratiwi Sihombing. (2024). Analisis Risiko Operasional Dalam Industri Travel Yuk

- Kita Tour Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Kepuasan Pelanggan. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 341–354. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.660>
- Rahmat Abdullah, & Yunita Prihastuti. (2022). Penerapan Manajemen Operasional Paket Wisata Tailor Made Tour Di PT. Tunas Indonesia Tours And Travel Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 5(1), 77–96. <https://doi.org/10.36594/jtec/85q06m80>
- Thomas, G. J., Mangantar, M., & Tumewu, F. (2025). The Effect of Tour Guide Knowledge and Destination Image on Customer Satisfaction at Travel Agency in Makassar. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(4), 485–495. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/64866>
- Tivani, I. (2016). Evaluasi Program Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja. *Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar*, 14(1), 2–3.
- Yoon, T., & Choi, W. (2023). The Effects of Travel Agency Marketing Mix Factors on Customer Satisfaction, Trust, Brand Image, and Loyalty. *Journal of Convergence Tourism Contents*, 9(2), 145–162. <https://doi.org/10.22556/jetc.2023.9.2.145>