

Praktik Tour dan Travel Luar Negeri: Kajian Literatur tentang Transformasi Industri Pariwisata Internasional

Maifa Ulandari¹, Sefta Aji², Danny Ariatama³, Muhammad Zamzam⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Indonesia

Corresponding Author: udari9598@gmail.com^{1*}, seftaaji32@gmail.com²,
dannyefootball31@gmail.com³, zamzam.muhammad.zm@gmail.com⁴

Info Artikel

Received: 15 Maret 2026

Revised : 20 Maret 2026

Accepted: 09 April 2026

Published: 26 April 2026

Keywords:

Tour and Travel, International Tourism, Digital Transformation, Overseas Travel, Travel Agency.

Kata Kunci:

Tour dan Travel, Pariwisata Internasional, Transformasi Digital, Perjalanan Luar Negeri, Biro Perjalanan Wisata.

Abstract

International tour and travel practices constitute an essential component of the global tourism industry by facilitating cross-border tourist mobility. This study aims to analyze international tour and travel practices from the perspective of the contemporary tourism industry, focusing on travel planning, tourism service management, digital technology utilization, and challenges associated with international travel operations. The research employed a qualitative approach using a library research method based on scientific journals, academic books, reports from international organizations, and other relevant documents. The findings indicate that the success of international tour and travel operations is largely determined by effective travel planning, service management, risk management capabilities, and adaptation to digital technological developments. Digital transformation has improved service efficiency through online reservation systems, faster access to information, and technology-based marketing strategies. In addition to contributing to the tourism economy, international travel activities promote cultural exchange and enhance cross-cultural understanding. However, the industry faces various challenges, including changes in international regulations, security risks, and global dynamics affecting tourist mobility. Therefore, service innovation and adaptive strategies are crucial for maintaining competitiveness in the international travel industry.

Abstrak

Praktik tour dan travel luar negeri merupakan bagian penting dari industri pariwisata internasional yang berperan dalam memfasilitasi mobilitas wisatawan lintas negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik tour dan travel luar negeri dalam perspektif industri pariwisata kontemporer, dengan fokus pada aspek perencanaan perjalanan, pengelolaan layanan wisata, pemanfaatan teknologi digital, serta tantangan yang dihadapi dalam penyelenggaraan perjalanan internasional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku akademik, laporan lembaga internasional, dan dokumen terkait yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan praktik tour dan travel luar negeri ditentukan oleh kualitas perencanaan perjalanan, efektivitas pengelolaan layanan, kemampuan manajemen risiko, dan adaptasi terhadap perkembangan

teknologi digital. Digitalisasi telah meningkatkan efisiensi layanan melalui sistem reservasi daring, akses informasi yang lebih cepat, dan pemasaran berbasis teknologi. Selain memberikan kontribusi ekonomi bagi sektor pariwisata, praktik tour dan travel luar negeri juga mendorong pertukaran budaya dan peningkatan pemahaman lintas budaya. Namun, industri ini menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan regulasi internasional, risiko keamanan, dan dinamika global yang memengaruhi mobilitas wisatawan. Oleh karena itu, inovasi layanan dan adaptasi terhadap perubahan menjadi faktor penting dalam menjaga daya saing industri perjalanan internasional.



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

PENDAHULUAN

Pariwisata internasional merupakan salah satu sektor yang mengalami transformasi paling dinamis dalam era globalisasi. Mobilitas manusia yang semakin tinggi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, perkembangan transportasi udara berbiaya rendah, serta meningkatnya daya beli masyarakat telah mendorong pertumbuhan perjalanan lintas negara secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Sebelum pandemi COVID-19, sektor pariwisata menjadi salah satu kontributor utama terhadap pertumbuhan ekonomi global melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa, dan penguatan aktivitas perdagangan internasional. Meskipun pandemi sempat menyebabkan kontraksi yang sangat besar terhadap industri perjalanan, berbagai laporan menunjukkan bahwa sektor ini mengalami pemulihan yang relatif cepat dan kembali menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling berkembang di berbagai kawasan dunia (UNWTO, 2024; WTTC, 2024).

Pemulihan pariwisata global pascapandemi menunjukkan bahwa kebutuhan manusia untuk melakukan perjalanan tidak hanya didorong oleh motif rekreasi, tetapi juga oleh kebutuhan sosial, budaya, pendidikan, bisnis, dan pengembangan diri. Dalam konteks masyarakat modern, perjalanan wisata telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup yang mencerminkan identitas, status sosial, dan aspirasi individu. Wisatawan tidak lagi sekadar mencari destinasi yang menarik secara visual, tetapi juga pengalaman yang autentik, bermakna, dan mampu memberikan nilai tambah bagi kehidupan mereka (Richards, 2021; Sigala, 2022). Perubahan orientasi wisatawan tersebut mendorong transformasi dalam industri perjalanan, termasuk pada praktik pengelolaan tour dan travel luar negeri yang semakin kompleks dan berbasis pengalaman.

Perjalanan wisata internasional memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan perjalanan domestik karena melibatkan berbagai aspek administratif, hukum, budaya, ekonomi, dan teknologi yang lebih kompleks. Wisatawan yang melakukan perjalanan ke luar negeri harus memenuhi berbagai persyaratan seperti kepemilikan paspor, visa, asuransi perjalanan, dokumen kesehatan, serta kepatuhan terhadap regulasi negara tujuan. Selain itu, mereka juga harus beradaptasi dengan perbedaan bahasa, budaya, sistem transportasi, mata uang, dan norma sosial yang berlaku di negara yang dikunjungi. Kompleksitas tersebut menjadikan keberadaan perusahaan tour dan travel tetap relevan meskipun perkembangan teknologi memungkinkan wisatawan melakukan pemesanan perjalanan secara mandiri (Buhalis, 2020; Gretzel et al., 2020).

Dalam industri pariwisata modern, biro perjalanan wisata atau tour and travel agency berperan sebagai intermediary yang menghubungkan wisatawan dengan berbagai penyedia layanan pariwisata. Peran tersebut mencakup penyusunan paket wisata, pengelolaan transportasi, reservasi akomodasi, pengurusan dokumen perjalanan, penyediaan pemandu wisata, hingga manajemen risiko selama perjalanan berlangsung. Fungsi ini menjadi semakin penting ketika wisatawan menghadapi ketidakpastian yang berkaitan dengan perubahan regulasi internasional, kondisi keamanan, maupun dinamika geopolitik global (Ketter & Avraham, 2021). Oleh karena itu, praktik tour dan travel luar negeri tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas bisnis semata, melainkan sebagai sistem layanan yang mengintegrasikan berbagai elemen dalam ekosistem pariwisata internasional.

Perkembangan teknologi digital telah menjadi faktor utama yang mengubah lanskap industri perjalanan global. Transformasi digital memungkinkan wisatawan memperoleh informasi secara cepat, melakukan reservasi secara daring, membandingkan harga berbagai layanan, serta berbagi pengalaman perjalanan melalui media sosial. Kemajuan teknologi juga mendorong munculnya berbagai platform digital seperti *Online Travel Agencies* (OTA), aplikasi perjalanan, sistem reservasi berbasis cloud, kecerdasan buatan (artificial intelligence), big data analytics, dan teknologi mobile yang mengubah pola interaksi antara wisatawan dan penyedia layanan perjalanan (Buhalis & Sinarta, 2019; Li et al., 2021).

Digitalisasi telah menggeser perilaku wisatawan dari pola konsumsi tradisional menuju pola konsumsi yang lebih mandiri dan berbasis teknologi. Wisatawan saat ini cenderung melakukan pencarian informasi secara mandiri melalui internet sebelum mengambil keputusan perjalanan. Mereka memanfaatkan ulasan pengguna, media sosial, video perjalanan, dan platform

digital lainnya untuk mengevaluasi destinasi maupun layanan yang akan digunakan. Menurut Dwivedi et al. (2021), perkembangan teknologi digital telah meningkatkan kemampuan wisatawan dalam mengakses informasi sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat, rasional, dan berbasis data. Kondisi ini menyebabkan perusahaan tour dan travel harus mengembangkan strategi baru agar tetap relevan dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen.

Munculnya OTA seperti Booking.com, Agoda, Expedia, Airbnb, dan berbagai platform digital lainnya telah menciptakan persaingan yang semakin ketat dalam industri perjalanan. Wisatawan kini memiliki akses langsung terhadap berbagai layanan yang sebelumnya hanya dapat diperoleh melalui agen perjalanan konvensional. Fenomena ini menyebabkan terjadinya disintermediation, yaitu berkurangnya ketergantungan wisatawan terhadap perantara tradisional dalam proses pemesanan perjalanan (Gretzel et al., 2020). Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa agen perjalanan tetap memiliki peran penting, terutama dalam penyediaan layanan yang membutuhkan tingkat personalisasi tinggi, pengelolaan perjalanan kelompok, wisata premium, serta perjalanan internasional yang melibatkan risiko dan kompleksitas administratif yang besar (Kim et al., 2022).

Selain digitalisasi, perubahan karakteristik wisatawan global juga menjadi faktor yang memengaruhi praktik tour dan travel luar negeri. Wisatawan modern semakin mengutamakan pengalaman yang autentik, personal, dan berkelanjutan dibandingkan sekadar mengunjungi destinasi populer. Konsep experiential tourism berkembang pesat karena wisatawan ingin memperoleh pengalaman yang mampu memperkaya wawasan budaya, meningkatkan kualitas hidup, dan memberikan makna yang lebih mendalam terhadap aktivitas perjalanan (Richards, 2021). Dalam konteks ini, perusahaan tour dan travel dituntut untuk mampu merancang paket wisata yang tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan emosional dan psikologis wisatawan.

Perubahan preferensi wisatawan juga berkaitan dengan meningkatnya kesadaran terhadap isu keberlanjutan. Dalam beberapa tahun terakhir, konsep sustainable tourism menjadi salah satu isu utama dalam kajian pariwisata internasional. Wisatawan semakin memperhatikan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas perjalanan yang mereka lakukan. Mereka cenderung memilih layanan yang menerapkan prinsip keberlanjutan, mendukung ekonomi lokal, serta meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan (Hall et al., 2023; Font et al., 2021). Kondisi ini mendorong

perusahaan tour dan travel untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan ke dalam strategi bisnis dan operasional mereka.

Keberlanjutan dalam industri perjalanan tidak hanya berkaitan dengan aspek lingkungan, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan ekonomi. Praktik perjalanan yang bertanggung jawab dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta pelestarian budaya dan tradisi setempat. Sebaliknya, pengelolaan pariwisata yang tidak berkelanjutan dapat menimbulkan berbagai masalah seperti overtourism, degradasi lingkungan, komersialisasi budaya, dan ketimpangan ekonomi (Koens et al., 2021). Oleh karena itu, perusahaan tour dan travel memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa aktivitas perjalanan yang mereka fasilitasi memberikan manfaat yang seimbang bagi wisatawan, masyarakat lokal, dan lingkungan.

Dalam perspektif ekonomi, perjalanan wisata internasional memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap pembangunan global. Laporan *World Travel and Tourism Council* menunjukkan bahwa sektor perjalanan dan pariwisata menyumbang lebih dari 10 persen terhadap produk domestik bruto global dan mendukung jutaan lapangan kerja di berbagai negara (WTTC, 2024). Aktivitas perjalanan internasional menghasilkan efek berganda yang memengaruhi berbagai sektor ekonomi seperti transportasi, perhotelan, restoran, perdagangan, industri kreatif, dan jasa pendukung lainnya. Oleh karena itu, keberhasilan pengelolaan tour dan travel luar negeri tidak hanya berdampak pada perusahaan perjalanan, tetapi juga pada perekonomian nasional dan regional secara lebih luas.

Selain memberikan kontribusi ekonomi, perjalanan internasional juga memiliki fungsi sosial dan budaya yang penting. Mobilitas wisatawan antarnegara memungkinkan terjadinya pertukaran budaya, pengetahuan, dan pengalaman yang dapat meningkatkan pemahaman lintas budaya. Dalam banyak kasus, pariwisata dipandang sebagai instrumen diplomasi budaya yang mampu memperkuat hubungan antarbangsa melalui interaksi langsung antara wisatawan dan masyarakat lokal (Farmaki, 2021). Aktivitas perjalanan internasional juga berkontribusi terhadap pembentukan identitas global yang lebih inklusif melalui peningkatan toleransi, penghargaan terhadap keberagaman, dan pemahaman terhadap perbedaan budaya.

Meskipun demikian, praktik tour dan travel luar negeri menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks. Salah satu tantangan utama adalah ketidakpastian global yang dipicu oleh perubahan politik, konflik geopolitik, krisis ekonomi, dan ancaman keamanan internasional.

Berbagai peristiwa seperti konflik regional, ketegangan diplomatik, dan ancaman terorisme dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap keamanan suatu destinasi dan berdampak langsung terhadap permintaan perjalanan internasional (Ketter & Avraham, 2021). Dalam situasi seperti ini, perusahaan tour dan travel dituntut untuk memiliki kemampuan manajemen risiko yang efektif agar dapat melindungi wisatawan sekaligus menjaga keberlanjutan operasional perusahaan.

Pandemi COVID-19 menjadi salah satu contoh paling nyata mengenai bagaimana krisis global dapat mengubah industri perjalanan secara drastis. Pembatasan mobilitas internasional, penutupan perbatasan, dan penerapan protokol kesehatan menyebabkan penurunan jumlah wisatawan internasional secara signifikan dalam waktu yang sangat singkat. Namun, pandemi juga mendorong percepatan transformasi digital dalam industri pariwisata serta meningkatkan perhatian terhadap aspek kesehatan dan keamanan perjalanan (Gössling et al., 2021; Sigala, 2022). Pascapandemi, wisatawan menunjukkan preferensi yang lebih tinggi terhadap layanan yang fleksibel, aman, dan mampu memberikan jaminan perlindungan selama perjalanan.

Perubahan regulasi internasional juga menjadi tantangan penting dalam praktik tour dan travel luar negeri. Setiap negara memiliki kebijakan yang berbeda terkait visa, imigrasi, kesehatan, dan keamanan. Perubahan kebijakan tersebut dapat terjadi secara cepat sebagai respons terhadap kondisi global yang berkembang. Oleh karena itu, perusahaan perjalanan harus memiliki kemampuan untuk memantau dan mengelola informasi secara real-time agar dapat memberikan layanan yang akurat dan terpercaya kepada wisatawan (Aburumman, 2020). Kemampuan adaptasi terhadap perubahan regulasi menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menghadapi dinamika industri perjalanan internasional.

Di sisi lain, perkembangan teknologi juga menghadirkan tantangan baru berupa meningkatnya ekspektasi wisatawan terhadap kualitas layanan. Wisatawan modern mengharapkan layanan yang cepat, personal, transparan, dan tersedia sepanjang waktu. Mereka menginginkan pengalaman perjalanan yang terintegrasi mulai dari tahap perencanaan hingga pascaperjalanan. Untuk memenuhi ekspektasi tersebut, perusahaan tour dan travel perlu mengadopsi teknologi digital secara lebih luas, termasuk penggunaan artificial intelligence, machine learning, chatbot, virtual reality, dan analisis data pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan (Mariani & Baggio, 2022; Tussyadiah, 2020).

Pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan perusahaan perjalanan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Media sosial telah menjadi salah satu

saluran utama dalam memengaruhi keputusan perjalanan wisatawan. Konten visual, ulasan pengguna, influencer, dan komunitas digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi maupun layanan perjalanan (Leung et al., 2022). Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam mengelola komunikasi digital menjadi faktor penting dalam membangun citra merek dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas digitalisasi pariwisata, perilaku wisatawan, keberlanjutan, dan manajemen perjalanan, masih terdapat kebutuhan untuk memahami secara lebih komprehensif bagaimana praktik tour dan travel luar negeri beradaptasi terhadap perubahan lingkungan global yang semakin dinamis. Sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada aspek tertentu seperti teknologi, pemasaran, atau perilaku wisatawan secara terpisah. Padahal, praktik tour dan travel internasional merupakan fenomena multidimensional yang melibatkan interaksi antara faktor teknologi, ekonomi, sosial, budaya, regulasi, dan keberlanjutan secara simultan (Hall et al., 2023; Mariani & Baggio, 2022).

Kesenjangan penelitian (research gap) tersebut menunjukkan perlunya kajian yang mengintegrasikan berbagai aspek dalam praktik tour dan travel luar negeri. Kajian semacam ini penting karena perusahaan perjalanan saat ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia layanan wisata, tetapi juga sebagai pengelola pengalaman wisatawan, fasilitator mobilitas internasional, penghubung antarbudaya, serta aktor yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan keberlanjutan pariwisata. Pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik tour dan travel internasional akan memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu pariwisata sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri dalam menghadapi tantangan masa depan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik tour dan travel luar negeri dalam perspektif industri pariwisata kontemporer. Penelitian ini berfokus pada aspek perencanaan perjalanan internasional, pengelolaan layanan wisata, pemanfaatan teknologi digital, perubahan perilaku wisatawan, tantangan regulasi dan keamanan, serta penerapan prinsip keberlanjutan dalam operasional perusahaan perjalanan. Dengan mengintegrasikan berbagai perspektif tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika industri tour dan travel internasional di era globalisasi dan transformasi digital. Selain memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan kajian pariwisata, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi industri

perjalanan dalam merumuskan strategi yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas layanan serta daya saing perusahaan di tingkat global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) untuk mengkaji praktik tour dan travel luar negeri dalam perspektif industri pariwisata kontemporer. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti melalui analisis berbagai sumber ilmiah yang relevan. Studi pustaka digunakan untuk mengidentifikasi, menelaah, dan mensintesis berbagai konsep, teori, temuan empiris, serta perkembangan terkini yang berkaitan dengan pengelolaan perjalanan wisata internasional, transformasi digital pariwisata, perilaku wisatawan, dan keberlanjutan industri perjalanan.

Sumber data penelitian terdiri atas literatur sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, buku akademik, laporan lembaga internasional, prosiding konferensi, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan industri pariwisata dan perjalanan internasional. Literatur yang digunakan diprioritaskan pada publikasi yang terbit dalam rentang tahun 2020–2025 untuk memperoleh gambaran yang aktual mengenai perkembangan industri tour dan travel pascapandemi. Selain itu, beberapa referensi klasik yang relevan tetap digunakan untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur menggunakan kata kunci seperti *international tourism*, *travel agency*, *tour operation*, *digital tourism*, *tourism management*, dan *international travel*. Literatur yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan relevansi topik, kredibilitas sumber, dan kontribusinya terhadap fokus penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi, dan sintesis informasi.

Analisis difokuskan pada empat aspek utama, yaitu perencanaan perjalanan internasional, pengelolaan layanan tour dan travel, pemanfaatan teknologi digital dalam industri perjalanan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan tour dan travel dalam era globalisasi. Untuk meningkatkan validitas kajian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai literatur yang memiliki perspektif berbeda. Hasil analisis kemudian disajikan secara naratif dan sistematis guna memberikan pemahaman yang mendalam mengenai praktik tour dan travel luar negeri serta implikasinya terhadap perkembangan industri pariwisata

global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, ditemukan bahwa praktik tour dan travel luar negeri mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan perubahan lingkungan global, kemajuan teknologi digital, serta perubahan perilaku wisatawan internasional. Analisis terhadap berbagai sumber menunjukkan bahwa industri perjalanan internasional tidak lagi berfungsi hanya sebagai penyedia layanan transportasi dan akomodasi, tetapi telah berkembang menjadi penyedia pengalaman perjalanan yang terintegrasi dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan.

Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan tour dan travel luar negeri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola empat aspek utama, yaitu perencanaan perjalanan, pengelolaan layanan wisata, pemanfaatan teknologi digital, serta manajemen risiko perjalanan internasional. Keempat aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi faktor yang memengaruhi kualitas pengalaman wisatawan selama melakukan perjalanan ke luar negeri.

Pada aspek perencanaan perjalanan, berbagai literatur menegaskan bahwa persiapan administratif merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan perjalanan internasional. Wisatawan membutuhkan berbagai dokumen seperti paspor, visa, asuransi perjalanan, serta dokumen kesehatan yang sesuai dengan ketentuan negara tujuan. Dalam konteks ini, biro perjalanan memiliki peran penting sebagai fasilitator yang membantu wisatawan memenuhi berbagai persyaratan tersebut secara efektif dan efisien.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pengelolaan transportasi dan akomodasi menjadi komponen utama dalam operasional tour dan travel luar negeri. Perusahaan perjalanan umumnya menjalin kerja sama dengan maskapai penerbangan, hotel, operator transportasi lokal, dan penyedia jasa wisata lainnya untuk memastikan ketersediaan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kualitas koordinasi antarpihak menjadi salah satu indikator penting yang memengaruhi kepuasan wisatawan selama perjalanan berlangsung.

Selain itu, hasil kajian memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam industri perjalanan internasional. Pemanfaatan sistem reservasi daring, aplikasi perjalanan, platform pembayaran digital, media sosial, serta teknologi

berbasis data memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan. Digitalisasi juga mempermudah wisatawan dalam memperoleh informasi destinasi, membandingkan harga layanan, serta melakukan transaksi perjalanan secara cepat dan transparan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi telah mengubah perilaku wisatawan menjadi lebih mandiri dalam merencanakan perjalanan. Wisatawan saat ini cenderung mencari informasi melalui internet, membaca ulasan pengguna, dan memanfaatkan berbagai platform digital sebelum mengambil keputusan perjalanan. Meskipun demikian, hasil kajian menunjukkan bahwa biro perjalanan tetap memiliki peran penting terutama dalam perjalanan internasional yang membutuhkan pengelolaan dokumen, koordinasi kompleks, serta pendampingan selama perjalanan berlangsung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa praktik tour dan travel luar negeri menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks. Tantangan tersebut meliputi perubahan kebijakan imigrasi, dinamika geopolitik global, risiko keamanan, perbedaan budaya dan bahasa, serta ketidakpastian kondisi kesehatan internasional. Faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi kelancaran perjalanan dan menuntut perusahaan perjalanan untuk memiliki kemampuan manajemen risiko yang baik.

Dalam perspektif ekonomi, literatur menunjukkan bahwa aktivitas tour dan travel internasional memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan sektor pariwisata melalui peningkatan permintaan terhadap jasa transportasi, perhotelan, kuliner, dan industri kreatif. Aktivitas perjalanan juga menciptakan efek berganda yang berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat dan penciptaan lapangan kerja di berbagai negara tujuan wisata.

Selain memberikan manfaat ekonomi, hasil kajian menunjukkan bahwa perjalanan internasional memiliki kontribusi sosial dan budaya yang penting. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal mendorong terjadinya pertukaran budaya, peningkatan pemahaman lintas budaya, serta penguatan hubungan sosial antarbangsa. Oleh karena itu, tour dan travel luar negeri tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran, diplomasi budaya, dan pengembangan wawasan global.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik tour dan travel luar negeri merupakan sistem layanan yang kompleks dan multidimensional. Keberhasilannya dipengaruhi oleh integrasi antara pengelolaan operasional, pemanfaatan teknologi digital, kemampuan adaptasi terhadap perubahan global, serta orientasi pelayanan yang berpusat pada

kebutuhan wisatawan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan tour dan travel perlu terus melakukan inovasi dan adaptasi agar mampu mempertahankan daya saing dalam industri pariwisata internasional yang semakin dinamis.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik tour dan travel luar negeri merupakan suatu sistem layanan yang kompleks yang melibatkan aspek perencanaan perjalanan, pengelolaan layanan wisata, pemanfaatan teknologi digital, serta kemampuan adaptasi terhadap berbagai perubahan lingkungan global. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa industri perjalanan internasional tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyedia jasa transportasi dan akomodasi, melainkan telah berkembang menjadi penyedia pengalaman wisata yang terintegrasi dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk memahami praktik tour dan travel luar negeri dalam konteks industri pariwisata modern dapat dijelaskan melalui berbagai perspektif teoritis dan empiris yang berkembang dalam kajian pariwisata kontemporer.

Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa perencanaan perjalanan merupakan faktor yang paling menentukan keberhasilan penyelenggaraan wisata luar negeri. Hasil ini sejalan dengan teori manajemen perjalanan wisata yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu perjalanan sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan sebelum keberangkatan. Holloway dan Humphreys (2019) menjelaskan bahwa perencanaan perjalanan mencakup identifikasi kebutuhan wisatawan, penyusunan jadwal perjalanan, pengelolaan anggaran, pengurusan dokumen perjalanan, serta koordinasi dengan berbagai penyedia layanan wisata. Dalam konteks perjalanan internasional, proses tersebut menjadi lebih kompleks karena melibatkan berbagai regulasi lintas negara yang harus dipenuhi oleh wisatawan.

Temuan tersebut juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kegagalan dalam pengelolaan dokumen perjalanan, informasi destinasi, maupun koordinasi layanan sering menjadi penyebab utama terganggunya pengalaman wisatawan selama melakukan perjalanan internasional. Oleh karena itu, peran biro perjalanan tidak dapat dipandang hanya sebagai perantara transaksi, melainkan sebagai institusi yang berfungsi mengurangi ketidakpastian dan risiko yang dihadapi wisatawan. Dalam perspektif teori layanan (*service theory*), biro perjalanan berperan sebagai penyedia nilai (*value creator*) yang membantu wisatawan memperoleh pengalaman perjalanan yang aman, nyaman, dan efisien.

Temuan penting lainnya adalah meningkatnya peran teknologi digital dalam praktik tour dan travel luar negeri. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi telah mengubah hampir seluruh proses layanan perjalanan, mulai dari pencarian informasi, reservasi, pembayaran, hingga evaluasi pengalaman wisata. Temuan ini sejalan dengan pandangan Buhalis dan Law (2008) yang menyatakan bahwa teknologi informasi telah menjadi fondasi utama dalam transformasi industri pariwisata modern. Perkembangan teknologi digital memungkinkan terjadinya integrasi layanan yang lebih cepat, transparan, dan mudah diakses oleh wisatawan.

Dalam perspektif teori transformasi digital, perubahan tersebut menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi telah menjadi faktor strategis yang menentukan daya saing perusahaan perjalanan. Digitalisasi memungkinkan perusahaan memperoleh informasi pelanggan secara lebih akurat sehingga dapat mengembangkan layanan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Selain itu, pemanfaatan media sosial, aplikasi perjalanan, serta sistem reservasi daring memungkinkan perusahaan menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan pendekatan pemasaran konvensional.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak serta-merta menghilangkan peran biro perjalanan wisata. Temuan ini menarik karena bertentangan dengan asumsi awal yang berkembang pada masa munculnya *Online Travel Agency* (OTA), yaitu bahwa teknologi akan menggantikan fungsi agen perjalanan konvensional. Hasil penelitian justru menunjukkan bahwa biro perjalanan tetap memiliki posisi penting, terutama dalam perjalanan internasional yang melibatkan kompleksitas administratif, kebutuhan konsultasi, serta pengelolaan risiko yang tinggi. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep *service personalization* yang menekankan bahwa wisatawan tetap membutuhkan interaksi manusia dalam situasi tertentu yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh teknologi.

Selain digitalisasi, penelitian ini menemukan bahwa perubahan perilaku wisatawan menjadi faktor yang turut memengaruhi praktik tour dan travel luar negeri. Wisatawan modern cenderung memiliki karakteristik yang lebih mandiri, kritis, dan selektif dalam memilih layanan perjalanan. Mereka memanfaatkan berbagai sumber informasi digital untuk membandingkan harga, kualitas layanan, dan reputasi destinasi sebelum mengambil keputusan perjalanan. Temuan ini mendukung konsep *smart tourism* yang menjelaskan bahwa wisatawan saat ini berperan sebagai pengguna aktif informasi dan teknologi dalam proses perjalanan wisata.

Dalam konteks tersebut, perusahaan tour dan travel tidak lagi cukup hanya menawarkan paket perjalanan standar, tetapi perlu mengembangkan produk yang lebih fleksibel dan berorientasi pada pengalaman wisatawan. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari *mass tourism* menuju *experience-based tourism*. Wisatawan tidak hanya mencari objek wisata yang menarik, tetapi juga pengalaman autentik yang mampu memberikan nilai emosional, sosial, dan budaya. Oleh karena itu, inovasi produk wisata menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan daya saing perusahaan perjalanan di era globalisasi.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa praktik tour dan travel luar negeri menghadapi berbagai tantangan yang semakin kompleks. Perubahan kebijakan imigrasi, dinamika geopolitik, ancaman keamanan, krisis kesehatan global, serta ketidakpastian ekonomi menjadi faktor eksternal yang dapat memengaruhi aktivitas perjalanan internasional. Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian yang menjelaskan bahwa industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling rentan terhadap perubahan lingkungan global. Pengalaman pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa gangguan terhadap mobilitas manusia dapat memberikan dampak yang sangat besar terhadap industri perjalanan dalam waktu yang relatif singkat.

Berdasarkan perspektif manajemen risiko, kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan tour dan travel tidak hanya ditentukan oleh kemampuan operasional, tetapi juga oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi secara cepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi mitigasi risiko, memperkuat jaringan kerja sama internasional, serta meningkatkan kapasitas sumber daya manusia agar mampu merespons berbagai tantangan yang muncul di masa mendatang.

Selain menghasilkan manfaat ekonomi, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik tour dan travel luar negeri memiliki kontribusi sosial dan budaya yang signifikan. Aktivitas perjalanan internasional memungkinkan terjadinya interaksi antara individu dari berbagai latar belakang budaya sehingga mendorong peningkatan pemahaman lintas budaya dan toleransi sosial. Temuan ini mendukung perspektif sosiologi pariwisata yang memandang perjalanan wisata sebagai sarana pertukaran budaya dan pembelajaran sosial. Dalam konteks globalisasi, fungsi tersebut menjadi semakin penting karena dapat memperkuat hubungan antarbangsa dan memperluas wawasan masyarakat mengenai keberagaman budaya dunia.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan studi pustaka sehingga temuan yang diperoleh

bergantung pada kualitas dan cakupan literatur yang dianalisis. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan secara mutlak terhadap seluruh praktik tour dan travel di berbagai negara karena setiap wilayah memiliki karakteristik pasar, regulasi, dan kondisi sosial yang berbeda. Temuan penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai gambaran konseptual mengenai praktik tour dan travel luar negeri berdasarkan sintesis berbagai sumber ilmiah yang relevan.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan tour dan travel perlu mengintegrasikan teknologi digital dengan layanan yang berorientasi pada kebutuhan wisatawan. Digitalisasi sebaiknya tidak dipandang sebagai pengganti interaksi manusia, melainkan sebagai instrumen untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional. Selain itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan perilaku wisatawan, perkembangan teknologi, serta dinamika lingkungan global yang semakin kompleks.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan empiris melalui studi kasus, survei, atau wawancara terhadap pelaku industri dan wisatawan internasional sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik tour dan travel dalam konteks yang lebih spesifik. Penelitian juga dapat mengkaji pengaruh kecerdasan buatan, analisis data besar (*big data analytics*), serta implementasi pariwisata berkelanjutan terhadap transformasi industri perjalanan internasional pada masa depan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik tour dan travel luar negeri merupakan aktivitas multidimensional yang dipengaruhi oleh interaksi antara faktor teknologi, ekonomi, sosial, budaya, dan regulasi. Temuan tersebut memperkuat argumentasi bahwa keberhasilan pengelolaan tour dan travel internasional sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan inovasi teknologi, kualitas layanan, manajemen risiko, dan pemahaman terhadap kebutuhan wisatawan. Dengan demikian, praktik tour dan travel luar negeri tidak hanya berfungsi sebagai sarana mobilitas wisatawan, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mendukung perkembangan pariwisata global yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Praktik tour dan travel luar negeri merupakan bagian penting dalam industri pariwisata internasional yang berperan dalam memfasilitasi mobilitas wisatawan melalui layanan yang terintegrasi, mulai dari perencanaan perjalanan, pengurusan dokumen, penyediaan transportasi dan akomodasi, hingga pendampingan selama perjalanan berlangsung. Berdasarkan hasil kajian, keberhasilan penyelenggaraan perjalanan internasional sangat dipengaruhi oleh kualitas

perencanaan, efektivitas pengelolaan layanan, kemampuan manajemen risiko, serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan global.

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi faktor utama yang mengubah praktik tour dan travel luar negeri. Pemanfaatan teknologi digital, seperti sistem reservasi daring, platform perjalanan, media sosial, dan pembayaran elektronik, mampu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi dan layanan perjalanan. Meskipun demikian, keberadaan biro perjalanan tetap memiliki peran strategis, khususnya dalam memberikan layanan konsultatif, pengelolaan perjalanan yang kompleks, serta pendampingan yang tidak sepenuhnya dapat digantikan oleh teknologi.

Selain memberikan kontribusi ekonomi melalui peningkatan aktivitas sektor pariwisata, transportasi, dan perhotelan, praktik tour dan travel luar negeri juga memiliki nilai sosial dan budaya yang penting. Aktivitas perjalanan internasional mendorong terjadinya pertukaran budaya, peningkatan pemahaman lintas budaya, serta penguatan hubungan antarbangsa. Namun, industri ini juga menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan regulasi internasional, risiko keamanan, krisis kesehatan global, dan perubahan perilaku wisatawan yang menuntut inovasi layanan secara berkelanjutan.

Dengan demikian, pengelolaan tour dan travel luar negeri memerlukan pendekatan yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan. Integrasi antara teknologi digital, kualitas pelayanan, dan manajemen risiko yang efektif menjadi kunci utama dalam mendukung keberlanjutan serta daya saing industri perjalanan internasional di era globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aburumman, A. A. (2020). COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: The example of the UAE MICE industry. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>

- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Baabdullah, A. M., Ribeiro-Navarrete, S., Giannakis, M., Al-Debei, M. M., Dennehy, D., Metri, B., Buhalis, D., Cheung, C. M. K., Conboy, K., Doyle, R., Dubey, R., Dutot, V., Felix, R., Goyal, D. P., Gustafsson, A., Hinsch, C., Jebabli, I., ... Wamba, S. F. (2021). Metaverse beyond the hype: Multidisciplinary perspectives on emerging challenges and opportunities. *International Journal of Information Management*, 66, 102542.
- Farmaki, A. (2021). Tourism and peace: Conceptual and theoretical reflections. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100822.
- Font, X., Higham, J., Miller, G., & Pourfakhimi, S. (2021). Research engagement, impact and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–11.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: A call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 187–203.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2023). The evolution of sustainable tourism: Concepts, issues and challenges. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 845–860.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2019). *The business of tourism* (11th ed.). Pearson Education.
- Ketter, E., & Avraham, E. (2021). #StayHome today so we can #TravelTomorrow: Tourism destinations' digital marketing strategies during the COVID-19 pandemic. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(8), 819–832.
- Kim, J., Kim, M., & Wang, Y. (2022). The changing role of travel agencies in the digital tourism era. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100943.
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2021). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a changing world. *Sustainability*, 13(19), 10909.
- Leung, X. Y., Sun, J., & Bai, B. (2022). Thematic analysis of social media research in tourism and hospitality. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100970.
- Li, J., Bonn, M. A., & Ye, B. H. (2021). Hotel employee's artificial intelligence and robotics awareness and its impact on turnover intention. *Tourism Review*, 76(1), 219–231.
- Mariani, M., & Baggio, R. (2022). Big data and analytics in tourism and hospitality: A perspective article. *Tourism Review*, 77(2), 299–303.
- Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Edward Elgar Publishing.
- Sigala, M. (2022). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
- Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.
- United Nations World Tourism Organization. (2024). *World tourism barometer*. UNWTO.

World Travel & Tourism Council. (2024). *Economic impact research report 2024*. WTTC.