

Pengelolaan Evaluasi Wisata Luar Negeri Berbasis Kepuasan Wisatawan

Ajudan¹, Raihan Yusrizal², Muhammad Zamzam³

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

Corresponding Author: judanandiansyah@gmail.com^{1*}, rayhaan07052005@gmail.com², zamzam.muhammad.zm@gmail.com³

Info Artikel

Received: 16 Juni 2026

Revised : 22 Juni 2026

Accepted: 10 Juli 2026

Published: 18 Juli 2026

Keywords:

Tourism Evaluation, Overseas Tourism, Tourist Satisfaction, Service Quality, Tourism Management.

Kata Kunci:

Evaluasi Wisata, Wisata Luar Negeri, Kepuasan Wisatawan, Kualitas Layanan, Manajemen Pariwisata.

Abstract

This study aims to analyze the management of overseas tourism evaluation based on tourist satisfaction as an effort to improve the quality of international travel services. The study employed a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings indicate that evaluation management is conducted through the planning of satisfaction indicators, collection of tourist feedback, analysis of evaluation results, and implementation of service improvements. Tourist satisfaction is influenced by tour guide performance, transportation and accommodation comfort, travel schedule accuracy, and the organizer's ability to meet tourists' expectations. The utilization of digital technology has enhanced the effectiveness of evaluation data collection and accelerated decision-making processes. Evaluation results also serve as a foundation for service innovation, customer loyalty improvement, and business competitiveness enhancement. Therefore, tourist satisfaction-based evaluation management represents an important strategy for improving service quality and ensuring the sustainability of overseas tourism operations.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan evaluasi wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan sebagai upaya meningkatkan kualitas layanan perjalanan internasional. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan evaluasi dilakukan melalui tahapan perencanaan indikator kepuasan, pengumpulan umpan balik wisatawan, analisis hasil evaluasi, serta tindak lanjut perbaikan layanan. Kepuasan wisatawan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pemandu wisata, kenyamanan transportasi dan akomodasi, ketepatan jadwal perjalanan, serta kemampuan penyelenggara dalam memenuhi harapan wisatawan. Pemanfaatan teknologi digital terbukti meningkatkan efektivitas pengumpulan data evaluasi dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Hasil evaluasi juga menjadi dasar bagi perusahaan dalam melakukan inovasi layanan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat daya saing bisnis. Dengan demikian, pengelolaan evaluasi berbasis kepuasan wisatawan merupakan strategi penting dalam mendukung peningkatan kualitas layanan dan keberlanjutan

penyelenggaraan wisata luar negeri.



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

PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata global dalam dua dekade terakhir menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, terutama pada sektor wisata luar negeri yang semakin diminati oleh masyarakat dari berbagai negara. Kemajuan teknologi informasi, kemudahan akses transportasi udara, serta meningkatnya pendapatan masyarakat telah mendorong pertumbuhan perjalanan internasional secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menjadikan persaingan antarpelenggara perjalanan wisata semakin ketat sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mampu memberikan layanan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan wisatawan. Dalam konteks ini, kepuasan wisatawan tidak lagi dipandang sebagai hasil akhir dari proses pelayanan semata, tetapi menjadi indikator utama keberhasilan pengelolaan destinasi maupun biro perjalanan wisata. Oleh karena itu, pengelolaan evaluasi wisata luar negeri menjadi kebutuhan strategis yang memungkinkan organisasi memperoleh informasi akurat mengenai persepsi, pengalaman, dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap layanan yang diberikan (UNWTO, 2023).

Kepuasan wisatawan merupakan konsep multidimensional yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, kenyamanan perjalanan, keamanan, fasilitas pendukung, kompetensi pemandu wisata, serta kesesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual yang diterima wisatawan. Menurut Kotler et al. (2022), kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja suatu layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna. Dalam industri wisata luar negeri, tingkat kepuasan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap niat berkunjung kembali, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta loyalitas wisatawan terhadap penyedia jasa perjalanan. Dengan demikian, pengelolaan evaluasi yang sistematis menjadi instrumen penting untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu dipertahankan maupun diperbaiki.

Dalam praktiknya, banyak penyelenggara wisata luar negeri masih berorientasi pada aspek operasional perjalanan dan pencapaian target penjualan, sementara proses evaluasi pascaperjalanan sering kali dilakukan secara administratif dan belum dimanfaatkan secara optimal sebagai dasar pengambilan keputusan. Evaluasi yang dilakukan umumnya hanya berfokus pada pengumpulan keluhan tanpa analisis mendalam terhadap akar permasalahan yang memengaruhi

kepuasan wisatawan. Akibatnya, berbagai informasi penting yang sebenarnya dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan menjadi tidak termanfaatkan secara maksimal. Situasi ini menunjukkan perlunya pendekatan pengelolaan evaluasi yang lebih komprehensif dan berbasis data sehingga mampu menghasilkan rekomendasi yang relevan bagi pengembangan layanan wisata luar negeri (Buhalis, 2020).

Perubahan perilaku wisatawan pascapandemi juga memberikan tantangan baru bagi industri pariwisata internasional. Wisatawan kini memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap aspek keamanan, fleksibilitas layanan, transparansi informasi, dan kualitas pengalaman perjalanan. Mereka tidak hanya menilai keberhasilan perjalanan dari destinasi yang dikunjungi, tetapi juga dari keseluruhan pengalaman yang diperoleh selama proses perjalanan berlangsung. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sigala (2020), transformasi perilaku wisatawan pascapandemi menuntut perusahaan pariwisata untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan melalui pemanfaatan data dan evaluasi pengalaman wisata secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pengelolaan evaluasi wisata luar negeri harus mampu menangkap perubahan preferensi tersebut agar layanan yang diberikan tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

Selain perubahan perilaku wisatawan, perkembangan teknologi digital turut mengubah cara wisatawan menilai dan memberikan umpan balik terhadap layanan yang mereka terima. Berbagai platform digital memungkinkan wisatawan menyampaikan pengalaman mereka secara real-time melalui media sosial, situs ulasan perjalanan, maupun aplikasi perjalanan daring. Informasi yang disampaikan oleh wisatawan tersebut memiliki pengaruh besar terhadap citra perusahaan dan keputusan calon wisatawan lainnya. Menurut Xiang et al. (2021), ulasan daring telah menjadi salah satu sumber informasi utama yang digunakan wisatawan dalam menentukan pilihan perjalanan. Oleh karena itu, pengelolaan evaluasi wisata luar negeri perlu mengintegrasikan berbagai sumber data digital untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai tingkat kepuasan wisatawan.

Evaluasi berbasis kepuasan wisatawan memiliki peran strategis dalam mendukung peningkatan kualitas pelayanan. Melalui evaluasi yang dilakukan secara sistematis, perusahaan dapat mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan pengalaman wisatawan. Kesenjangan tersebut selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang program perbaikan layanan yang lebih tepat sasaran. Parasuraman et al. (1988) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui kesenjangan antara persepsi pelanggan dan harapan yang mereka miliki terhadap

suatu layanan. Pendekatan ini relevan untuk diterapkan dalam pengelolaan wisata luar negeri karena karakteristik layanan wisata sangat bergantung pada persepsi dan pengalaman subjektif wisatawan.

Di sisi lain, wisata luar negeri memiliki kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan wisata domestik karena melibatkan berbagai unsur lintas negara, seperti regulasi perjalanan internasional, perbedaan budaya, bahasa, sistem transportasi, hingga kondisi sosial politik di negara tujuan. Kompleksitas tersebut berpotensi menimbulkan berbagai kendala yang dapat memengaruhi kepuasan wisatawan apabila tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, evaluasi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan internal perusahaan, tetapi juga mencakup faktor-faktor eksternal yang memengaruhi pengalaman wisatawan selama perjalanan berlangsung (Page, 2019).

Pentingnya pengelolaan evaluasi juga berkaitan dengan upaya menjaga daya saing perusahaan wisata di tengah meningkatnya kompetisi global. Perusahaan yang mampu memahami kebutuhan wisatawan secara lebih mendalam melalui proses evaluasi yang efektif akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnisnya. Menurut Porter (1985), keunggulan kompetitif dapat dibangun melalui kemampuan organisasi dalam menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. Dalam konteks wisata luar negeri, nilai tersebut dapat diwujudkan melalui pengalaman perjalanan yang memuaskan dan berkesan bagi wisatawan.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan positif antara kepuasan wisatawan dan keberhasilan organisasi pariwisata. Penelitian Chen dan Chen (2010) menemukan bahwa kualitas pengalaman wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dan loyalitas mereka terhadap penyedia layanan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Prayag et al. (2017) yang menyatakan bahwa pengalaman wisata yang positif mampu meningkatkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa kepuasan wisatawan merupakan variabel penting yang harus menjadi fokus utama dalam pengelolaan evaluasi wisata luar negeri.

Meskipun demikian, implementasi evaluasi berbasis kepuasan wisatawan masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sistem pengumpulan dan pengolahan data yang mampu menghasilkan informasi secara cepat dan akurat. Banyak organisasi pariwisata masih menggunakan metode evaluasi konvensional yang kurang

mampu menangkap dinamika pengalaman wisatawan secara menyeluruh. Selain itu, rendahnya tingkat partisipasi wisatawan dalam memberikan umpan balik juga menjadi hambatan dalam memperoleh data evaluasi yang representatif. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya inovasi dalam pengelolaan evaluasi agar proses pengambilan keputusan dapat didasarkan pada informasi yang valid dan terkini.

Pendekatan berbasis kepuasan wisatawan menawarkan solusi yang lebih adaptif karena menempatkan wisatawan sebagai pusat dari seluruh proses evaluasi. Melalui pendekatan ini, setiap aspek pelayanan dievaluasi berdasarkan persepsi dan pengalaman nyata wisatawan. Informasi yang diperoleh kemudian digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan. Konsep ini sejalan dengan pendekatan *customer-centric management* yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan pelanggan sebagai dasar dalam pengembangan organisasi (Lemon & Verhoef, 2016).

Selain mendukung peningkatan kualitas layanan, pengelolaan evaluasi berbasis kepuasan wisatawan juga berkontribusi terhadap pengembangan inovasi produk wisata. Hasil evaluasi dapat digunakan untuk mengidentifikasi tren kebutuhan wisatawan, preferensi destinasi, serta bentuk layanan yang paling diminati oleh pasar. Informasi tersebut menjadi sumber pengetahuan yang sangat berharga dalam merancang paket wisata yang lebih kompetitif dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan wisatawan internasional. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian kualitas, tetapi juga sebagai instrumen pengembangan bisnis yang berorientasi pada masa depan.

Dalam perspektif manajemen, evaluasi merupakan bagian integral dari fungsi pengendalian yang bertujuan memastikan bahwa seluruh kegiatan organisasi berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Robbins dan Coulter (2022) menjelaskan bahwa proses pengendalian yang efektif memerlukan sistem evaluasi yang mampu menghasilkan umpan balik secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pengelolaan evaluasi wisata luar negeri perlu dirancang secara sistematis mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan data, analisis hasil, hingga tindak lanjut perbaikan layanan. Pendekatan yang terintegrasi akan meningkatkan efektivitas organisasi dalam merespons kebutuhan wisatawan dan perubahan lingkungan bisnis.

Berdasarkan berbagai uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pengelolaan evaluasi wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat daya saing organisasi, serta mendukung

keberlanjutan bisnis pariwisata internasional. Namun demikian, masih terdapat berbagai tantangan terkait implementasi sistem evaluasi yang efektif dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai bagaimana pengelolaan evaluasi wisata luar negeri dapat dilaksanakan secara optimal dengan menjadikan kepuasan wisatawan sebagai indikator utama keberhasilan pelayanan.

Oleh karena itu, penelitian mengenai pengelolaan evaluasi wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen pariwisata serta kontribusi praktis bagi penyelenggara wisata dalam merancang sistem evaluasi yang lebih efektif, responsif, dan berkelanjutan. Melalui pengelolaan evaluasi yang tepat, organisasi pariwisata tidak hanya mampu meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan wisatawan yang menjadi aset utama dalam keberlangsungan industri pariwisata global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengelolaan evaluasi wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap proses, strategi, dan praktik evaluasi yang diterapkan oleh penyelenggara perjalanan wisata dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Fokus penelitian diarahkan pada mekanisme perencanaan evaluasi, pelaksanaan pengumpulan umpan balik wisatawan, analisis hasil evaluasi, serta tindak lanjut yang dilakukan oleh pengelola wisata. Penelitian dilaksanakan pada perusahaan atau biro perjalanan yang menyelenggarakan paket wisata luar negeri dengan melibatkan pengelola, pemandu wisata, dan wisatawan sebagai sumber data utama.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai proses pelayanan dan mekanisme evaluasi yang diterapkan selama dan setelah kegiatan wisata berlangsung. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan dan pemahaman mereka terhadap pengelolaan wisata luar negeri. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui analisis terhadap laporan evaluasi, formulir kepuasan pelanggan, arsip perusahaan, serta berbagai dokumen yang berkaitan dengan penyelenggaraan wisata internasional. Untuk menjamin

keabsahan data, penelitian menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Analisis data dilakukan secara interaktif dengan mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari berbagai sumber terlebih dahulu direduksi dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan interpretasi dan identifikasi pola hubungan antar-temuan. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah diverifikasi secara berulang sehingga menghasilkan temuan yang valid mengenai pengelolaan evaluasi wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap peningkatan kualitas layanan wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan Evaluasi Wisata Luar Negeri Berbasis Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan evaluasi wisata luar negeri diawali dengan tahap perencanaan yang sistematis untuk memastikan seluruh aspek pelayanan dapat diukur secara objektif. Perusahaan perjalanan wisata menetapkan sejumlah indikator evaluasi yang mencakup kualitas pelayanan, kenyamanan transportasi, kualitas akomodasi, kinerja pemandu wisata, ketepatan jadwal perjalanan, serta kepuasan wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi. Penyusunan indikator tersebut dilakukan berdasarkan pengalaman operasional perusahaan dan kebutuhan wisatawan yang terus berkembang. Dengan adanya indikator yang jelas, proses evaluasi dapat dilaksanakan secara lebih terarah dan menghasilkan data yang relevan untuk pengambilan keputusan.

Pada tahap perencanaan, perusahaan juga menentukan instrumen evaluasi yang digunakan untuk mengumpulkan data kepuasan wisatawan. Instrumen tersebut umumnya berupa kuesioner digital, formulir umpan balik, serta wawancara singkat setelah kegiatan wisata selesai dilaksanakan. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan perusahaan memperoleh respons wisatawan secara lebih cepat dan efisien. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi bagian penting dalam pengelolaan layanan pariwisata modern yang menuntut kecepatan dan akurasi informasi (Buhalis, 2020).

Lebih lanjut, perencanaan evaluasi dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik wisatawan yang beragam. Wisatawan dengan latar belakang usia, pekerjaan, tingkat pendidikan,

dan pengalaman perjalanan yang berbeda memiliki ekspektasi yang tidak selalu sama terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, perusahaan berupaya menyusun instrumen evaluasi yang mampu menangkap berbagai perspektif wisatawan sehingga hasil yang diperoleh lebih representatif. Pendekatan ini sejalan dengan konsep customer-centric management yang menempatkan kebutuhan pelanggan sebagai fokus utama dalam pengelolaan organisasi (Lemon & Verhoef, 2016).

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa keberhasilan evaluasi sangat dipengaruhi oleh komitmen manajemen dalam menjadikan kepuasan wisatawan sebagai indikator utama keberhasilan layanan. Manajemen tidak hanya berfokus pada jumlah peserta atau keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan selama perjalanan berlangsung. Orientasi tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan evaluasi secara berkelanjutan dan menjadikannya bagian dari budaya organisasi.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dipahami bahwa perencanaan evaluasi merupakan fondasi penting dalam pengelolaan wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan. Perencanaan yang baik memungkinkan perusahaan memperoleh informasi yang akurat mengenai persepsi wisatawan sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Pelaksanaan Pengumpulan Umpan Balik Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengumpulan umpan balik dilakukan melalui berbagai metode untuk memastikan data yang diperoleh bersifat komprehensif. Sebagian besar wisatawan memberikan penilaian melalui formulir evaluasi yang dibagikan setelah perjalanan berakhir, sedangkan sebagian lainnya menyampaikan masukan melalui media sosial dan platform digital perusahaan. Keberagaman saluran tersebut memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk menyampaikan pengalaman mereka secara lebih terbuka dan nyaman.

Pelaksanaan evaluasi tidak hanya dilakukan setelah perjalanan selesai, tetapi juga selama kegiatan wisata berlangsung. Pemandu wisata secara aktif melakukan komunikasi dengan peserta untuk mengetahui kendala yang dihadapi serta memberikan solusi secara langsung. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan mengidentifikasi permasalahan lebih awal sebelum berdampak pada kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa evaluasi yang bersifat real-time memiliki peran penting dalam menjaga kualitas layanan wisata internasional (Sigala, 2020).

Data penelitian memperlihatkan bahwa aspek yang paling banyak mendapatkan perhatian wisatawan adalah kualitas pelayanan pemandu wisata, ketepatan jadwal perjalanan, fasilitas transportasi, serta kualitas akomodasi. Faktor-faktor tersebut dinilai memiliki pengaruh langsung terhadap pengalaman wisata yang dirasakan selama perjalanan. Wisatawan cenderung memberikan penilaian positif ketika layanan yang diterima sesuai dengan informasi yang dijanjikan sebelum keberangkatan.

Selain itu, penggunaan platform digital memungkinkan perusahaan memperoleh data evaluasi dalam jumlah yang lebih besar dibandingkan metode konvensional. Wisatawan dapat memberikan ulasan secara langsung melalui aplikasi maupun media sosial sehingga perusahaan memiliki akses terhadap berbagai bentuk umpan balik yang lebih beragam. Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi digital telah mengubah pola interaksi antara perusahaan dan pelanggan dalam industri pariwisata (Xiang et al., 2021).

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa efektivitas pengumpulan umpan balik sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses, keterbukaan komunikasi, dan pemanfaatan teknologi informasi. Semakin mudah wisatawan menyampaikan pendapatnya, semakin besar peluang perusahaan memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Analisis Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Layanan

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan sebelum keberangkatan dan pengalaman yang diperoleh selama perjalanan. Wisatawan yang merasakan pelayanan sesuai atau melebihi ekspektasi cenderung memberikan penilaian positif terhadap keseluruhan program wisata. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara janji layanan dan kondisi aktual menjadi sumber utama ketidakpuasan wisatawan.

Berdasarkan data yang diperoleh, kualitas pelayanan pemandu wisata menjadi faktor yang paling menentukan tingkat kepuasan peserta. Wisatawan mengapresiasi kemampuan pemandu dalam memberikan informasi yang jelas, membantu penyelesaian masalah, serta membangun suasana perjalanan yang menyenangkan. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa kualitas interaksi manusia masih menjadi elemen utama dalam pengalaman wisata meskipun teknologi digital semakin berkembang (Chen & Chen, 2010).

Selain pelayanan pemandu, faktor kenyamanan akomodasi dan transportasi juga memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan cenderung menilai kualitas perjalanan berdasarkan kenyamanan selama mobilitas antar destinasi serta fasilitas yang mereka terima di

tempat menginap. Kualitas layanan yang baik pada kedua aspek tersebut mampu menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih positif dan berkesan.

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fisik, tetapi juga faktor emosional. Pengalaman yang menyenangkan, rasa aman, serta kemudahan selama perjalanan memberikan dampak yang signifikan terhadap persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan wisata merupakan hasil dari kombinasi berbagai dimensi pengalaman yang saling berkaitan (Prayag et al., 2017).

Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa pengelolaan wisata luar negeri harus memperhatikan aspek pelayanan secara holistik. Fokus terhadap satu aspek saja tidak cukup untuk menghasilkan kepuasan yang tinggi karena pengalaman wisatawan terbentuk dari keseluruhan proses perjalanan yang mereka alami.

Tindak Lanjut Evaluasi sebagai Strategi Peningkatan Kualitas Layanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan evaluasi berbasis kepuasan wisatawan secara konsisten memiliki kemampuan yang lebih baik dalam melakukan perbaikan layanan. Informasi yang diperoleh dari wisatawan digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi kelemahan operasional dan menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan pada program wisata berikutnya. Proses ini menunjukkan bahwa evaluasi berfungsi sebagai instrumen pembelajaran organisasi yang berkelanjutan.

Tindak lanjut yang paling sering dilakukan meliputi peningkatan kompetensi pemandu wisata, perbaikan sistem komunikasi dengan pelanggan, penyesuaian jadwal perjalanan, serta pemilihan mitra akomodasi dan transportasi yang lebih berkualitas. Langkah-langkah tersebut dilakukan berdasarkan hasil analisis terhadap masukan yang diberikan oleh wisatawan selama proses evaluasi berlangsung. Dengan demikian, keputusan yang diambil lebih berbasis data dibandingkan sekadar asumsi manajemen.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perusahaan yang secara aktif menindaklanjuti hasil evaluasi memperoleh tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Wisatawan merasa pendapat mereka dihargai dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan layanan. Kondisi tersebut mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang antara wisatawan dan penyedia jasa perjalanan. Menurut Kotler et al. (2022), pelanggan yang puas memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Selain meningkatkan loyalitas pelanggan, tindak lanjut evaluasi juga berkontribusi terhadap penguatan daya saing perusahaan. Kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan wisatawan memungkinkan perusahaan menawarkan layanan yang lebih relevan dibandingkan pesaingnya. Dalam lingkungan bisnis pariwisata yang semakin kompetitif, kemampuan merespons umpan balik pelanggan menjadi salah satu sumber keunggulan kompetitif yang penting (Porter, 1985).

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tindak lanjut evaluasi merupakan tahap krusial dalam pengelolaan wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan. Evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran kinerja, tetapi juga sebagai mekanisme strategis untuk menciptakan inovasi, meningkatkan kualitas layanan, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menjaga keberlanjutan bisnis pariwisata internasional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan evaluasi wisata luar negeri berbasis kepuasan wisatawan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan dan keberlanjutan penyelenggaraan wisata internasional. Proses evaluasi yang diawali dengan perencanaan yang sistematis, pelaksanaan pengumpulan umpan balik yang efektif, analisis tingkat kepuasan wisatawan, serta tindak lanjut hasil evaluasi mampu memberikan informasi yang akurat mengenai kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan. Kepuasan wisatawan terbukti dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas pelayanan pemandu wisata, kenyamanan transportasi dan akomodasi, ketepatan pelaksanaan program perjalanan, serta kemampuan penyelenggara dalam memenuhi harapan wisatawan selama perjalanan berlangsung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam proses evaluasi memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menyampaikan pengalaman dan penilaian mereka secara cepat serta efisien. Data yang diperoleh dari proses evaluasi menjadi dasar penting bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan layanan, mengembangkan inovasi produk wisata, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif. Selain itu, tindak lanjut yang dilakukan terhadap hasil evaluasi mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas wisatawan karena mereka merasa pendapat yang diberikan mendapatkan perhatian dan diwujudkan dalam bentuk perbaikan nyata.

Dengan demikian, pengelolaan evaluasi yang berorientasi pada kepuasan wisatawan tidak

hanya berfungsi sebagai alat pengukuran kinerja layanan, tetapi juga menjadi strategi manajerial yang mendukung peningkatan kualitas pelayanan, penguatan hubungan dengan pelanggan, serta pengembangan bisnis wisata luar negeri secara berkelanjutan. Oleh karena itu, setiap penyelenggara wisata internasional perlu menjadikan evaluasi berbasis kepuasan wisatawan sebagai bagian integral dalam sistem pengelolaan organisasi guna menciptakan pengalaman perjalanan yang berkualitas dan mampu memenuhi kebutuhan wisatawan secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D. (2020). *Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism toward ambient intelligence tourism*. *Tourism Review*.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29–35.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Page, S. J. (2019). *Tourism Management* (6th ed.). Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. Free Press.
- Prayag, G., Hosany, S., Muskat, B., & Del Chiappa, G. (2017). Understanding the relationships between tourists' emotional experiences, perceived overall image, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(1), 41–54.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Management* (15th ed.). Pearson.
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
- UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer*. United Nations World Tourism Organization.
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2021). A comparative analysis of major online review platforms. *Tourism Management*, 58, 51–65.