

Resiliensi dan Transformasi Digital Biro Tour dan Travel dalam Menghadapi Dinamika Pariwisata Global

Kamilia Sefialda¹, Muhammad Zamzam²

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

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

Info Artikel

Received: 18 Juni 2026

Revised : 24 Juni 2026

Accepted: 12 Juli 2026

Published: 20 Juli 2026

Keywords:

Digital Transformation,
Organizational Resilience,
Tour And Travel Agency,
Global Tourism, Service
Innovation.

Kata Kunci:

Transformasi Digital, Resiliensi
Organisasi, Biro Tour dan
Travel, Pariwisata Global,
Inovasi Layanan.

Abstract

Digital transformation has become an important factor in improving the sustainability and competitiveness of tour and travel industries amid changes in the global tourism environment. This study aims to analyze the role of digital transformation in building the resilience of tour and travel agencies, particularly in responding to uncertainty, changing tourist behavior, and technological development. This study employs a literature review method by analyzing scientific publications related to digital transformation, organizational resilience, and the tourism industry. The findings indicate that digitalization contributes to improving operational flexibility, service innovation, customer relationship management, and organizational adaptation capabilities. However, the success of digital transformation depends on human resource readiness, technological infrastructure, and organizational ability to manage change. The integration of digital capabilities and organizational resilience becomes an important strategy for tour and travel agencies to maintain business sustainability in facing global tourism dynamics.

Abstrak

Transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan daya saing industri tour dan travel di tengah perubahan lingkungan pariwisata global. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran transformasi digital dalam membangun resiliensi biro tour dan travel, khususnya dalam menghadapi ketidakpastian, perubahan perilaku wisatawan, dan perkembangan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan menganalisis berbagai publikasi ilmiah terkait transformasi digital, resiliensi organisasi, dan industri pariwisata. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan fleksibilitas operasional, inovasi layanan, penguatan hubungan pelanggan, serta kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan. Namun, keberhasilan transformasi digital dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, dan kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan. Integrasi antara kapabilitas digital dan resiliensi organisasi menjadi strategi penting bagi biro tour dan travel untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis dalam menghadapi dinamika pariwisata global.



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

PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa negara, serta pengembangan wilayah. Di Indonesia, pariwisata telah menjadi sektor unggulan yang mampu mendorong aktivitas ekonomi pada berbagai bidang usaha, termasuk transportasi, akomodasi, kuliner, ekonomi kreatif, dan jasa perjalanan wisata. Dalam ekosistem tersebut, biro tour dan travel memiliki peran penting sebagai perantara yang menghubungkan wisatawan dengan berbagai produk dan layanan pariwisata. Biro perjalanan tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi dan pemesanan perjalanan, tetapi juga sebagai pengelola pengalaman wisata yang mampu menciptakan nilai tambah melalui layanan yang terintegrasi, personal, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan (UN Tourism, 2024).

Dalam satu dekade terakhir, industri pariwisata global mengalami perubahan yang sangat dinamis akibat perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku wisatawan, meningkatnya persaingan bisnis, serta munculnya berbagai krisis global yang memengaruhi mobilitas manusia. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara wisatawan mencari informasi, merencanakan perjalanan, melakukan reservasi, hingga membagikan pengalaman wisata melalui berbagai platform digital. Perubahan tersebut telah mendorong transformasi mendasar pada model bisnis industri pariwisata, termasuk biro tour dan travel yang dituntut untuk mampu beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan berbasis teknologi (Buhalis & Leung, 2018).

Menurut Buhalis dan Sinarta (2019), digitalisasi telah mengubah paradigma pelayanan pariwisata dari model tradisional menuju model layanan yang lebih terhubung, real-time, dan berpusat pada pelanggan. Wisatawan modern semakin mengandalkan internet, media sosial, aplikasi perjalanan, serta platform daring untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi wisata. Kehadiran berbagai *online travel agency* (OTA), seperti platform reservasi hotel dan tiket penerbangan, telah meningkatkan persaingan dalam industri perjalanan sehingga biro tour dan travel konvensional perlu mengembangkan strategi baru untuk mempertahankan daya saingnya.

Transformasi digital dalam industri pariwisata tidak hanya mencakup penggunaan teknologi sebagai alat operasional, tetapi juga melibatkan perubahan strategi bisnis, budaya organisasi, proses pelayanan, serta pengembangan kapabilitas sumber daya manusia. Menurut

Verhoef et al. (2021), transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke seluruh aspek organisasi yang menghasilkan perubahan fundamental dalam penciptaan nilai dan interaksi dengan pelanggan. Dalam konteks biro tour dan travel, transformasi digital diwujudkan melalui penggunaan sistem reservasi daring, pemasaran digital, analisis data pelanggan, otomatisasi layanan, pembayaran elektronik, hingga pemanfaatan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dalam memberikan rekomendasi perjalanan yang lebih personal.

Kajian dari Gretzel et al. (2020) dalam *Information Technology & Tourism* menjelaskan bahwa teknologi digital seperti *big data analytics*, *cloud computing*, *Internet of Things* (IoT), *machine learning*, dan kecerdasan buatan telah menjadi fondasi utama dalam pengembangan industri pariwisata modern. Pemanfaatan teknologi tersebut memungkinkan perusahaan memperoleh informasi pelanggan secara real-time, memahami pola perilaku wisatawan, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, serta menciptakan inovasi layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar. Dengan demikian, transformasi digital tidak lagi dipandang sebagai pilihan, melainkan sebagai kebutuhan strategis untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis.

Di Indonesia, perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi wisatawan. Tingginya penetrasi internet, penggunaan telepon pintar, dan meningkatnya transaksi digital telah mendorong wisatawan untuk mengakses layanan perjalanan secara mandiri melalui berbagai platform digital. Kondisi ini menyebabkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan akses informasi, kecepatan layanan, transparansi harga, serta pengalaman yang dipersonalisasi. Akibatnya, biro tour dan travel dituntut untuk melakukan inovasi berkelanjutan agar tetap relevan dan kompetitif di tengah perkembangan teknologi yang sangat cepat.

Selain menghadapi tantangan digitalisasi, industri pariwisata juga menghadapi berbagai bentuk ketidakpastian yang berasal dari faktor eksternal. Berbagai peristiwa seperti krisis ekonomi global, bencana alam, konflik geopolitik, perubahan iklim, hingga pandemi COVID-19 telah menunjukkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling rentan terhadap gangguan eksternal. Kondisi tersebut menuntut organisasi pariwisata untuk memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi agar dapat bertahan dan pulih ketika menghadapi situasi krisis. Dalam konteks ini, konsep resiliensi organisasi menjadi semakin penting untuk dikaji.

Prayag (2018) mendefinisikan resiliensi organisasi sebagai kemampuan suatu organisasi untuk mengantisipasi, menyerap, merespons, beradaptasi, dan pulih dari berbagai tekanan atau gangguan tanpa kehilangan fungsi utama organisasi. Dalam industri pariwisata, resiliensi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bertahan dari krisis, tetapi juga kemampuan memanfaatkan perubahan sebagai peluang untuk melakukan inovasi dan transformasi bisnis. Organisasi yang resilien mampu mempertahankan operasionalnya, menjaga hubungan dengan pelanggan, serta mengembangkan strategi baru yang sesuai dengan kondisi lingkungan yang berubah.

Pandemi COVID-19 menjadi contoh nyata yang memperlihatkan pentingnya resiliensi dalam industri pariwisata. Pembatasan mobilitas yang diterapkan di berbagai negara menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan, terganggunya rantai pasok industri pariwisata, serta menurunnya pendapatan pelaku usaha perjalanan wisata. Banyak biro tour dan travel mengalami kesulitan operasional akibat pembatalan perjalanan secara massal dan penurunan permintaan yang signifikan. Namun demikian, krisis tersebut juga mempercepat proses transformasi digital dalam industri pariwisata.

Zenker dan Kock (2020) dalam *Annals of Tourism Research* menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 menjadi katalisator bagi percepatan digitalisasi sektor pariwisata di berbagai negara. Organisasi yang sebelumnya mengandalkan interaksi langsung mulai beralih ke layanan digital melalui platform daring, pemasaran digital, layanan pelanggan berbasis aplikasi, serta penggunaan teknologi virtual untuk mempertahankan hubungan dengan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dapat berfungsi sebagai instrumen penting dalam meningkatkan kemampuan organisasi menghadapi ketidakpastian.

Kajian yang dipublikasikan dalam *Current Issues in Tourism* juga menunjukkan bahwa organisasi pariwisata yang memiliki tingkat kesiapan digital yang tinggi cenderung lebih mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dibandingkan organisasi yang masih bergantung pada sistem konvensional (Hall et al., 2023). Kapabilitas digital memungkinkan organisasi memperoleh informasi pasar secara cepat, melakukan inovasi layanan, serta menciptakan fleksibilitas operasional yang mendukung keberlanjutan bisnis pada saat terjadi gangguan eksternal.

Penelitian Sharma et al. (2021) dalam *Tourism Management Perspectives* menemukan bahwa digitalisasi berkontribusi terhadap peningkatan resiliensi organisasi melalui tiga mekanisme utama, yaitu peningkatan kemampuan adaptasi, penguatan inovasi layanan, dan

perluasan akses pasar. Organisasi yang berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnisnya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam merespons perubahan kebutuhan pelanggan dan menghadapi tekanan lingkungan yang tidak pasti. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana efisiensi operasional, tetapi juga sebagai faktor strategis dalam membangun ketahanan organisasi.

Dalam konteks Indonesia, hubungan antara transformasi digital dan resiliensi organisasi menjadi semakin relevan mengingat karakteristik industri tour dan travel yang didominasi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagian besar biro perjalanan wisata masih menghadapi keterbatasan sumber daya, literasi digital, infrastruktur teknologi, serta investasi dalam pengembangan sistem digital. Di sisi lain, wisatawan Indonesia semakin terbiasa menggunakan layanan berbasis teknologi yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam merencanakan perjalanan.

Penelitian Rahmawati dan Nugroho (2022) dalam *Jurnal Kepariwisata Indonesia* menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital dan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing biro perjalanan wisata. Melalui media digital, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, membangun hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan efektivitas promosi dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan digital menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di era ekonomi digital.

Selain itu, Putra et al. (2023) dalam *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* menemukan bahwa penggunaan sistem reservasi berbasis digital mampu meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan melalui percepatan proses transaksi, peningkatan akurasi data, serta kemudahan akses layanan. Digitalisasi juga memungkinkan perusahaan mengumpulkan data pelanggan yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan berbasis kebutuhan konsumen.

Meskipun demikian, berbagai penelitian nasional menunjukkan bahwa implementasi transformasi digital pada biro tour dan travel masih menghadapi berbagai tantangan. Sari et al. (2023) mengidentifikasi bahwa rendahnya kompetensi digital sumber daya manusia, keterbatasan investasi teknologi, serta resistensi terhadap perubahan organisasi menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital pada sektor pariwisata. Tantangan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada

kesiapan organisasi untuk mengelola perubahan secara efektif.

Dari perspektif teoritis, hubungan antara transformasi digital dan resiliensi organisasi dapat dijelaskan melalui *Dynamic Capability Theory*. Teece (2018) menjelaskan bahwa organisasi yang mampu mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya yang dimilikinya akan lebih siap menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis. Dalam konteks biro tour dan travel, transformasi digital dapat dipandang sebagai bentuk pengembangan kapabilitas dinamis yang memungkinkan organisasi meningkatkan kemampuan sensing, seizing, dan transforming dalam merespons perubahan pasar dan ketidakpastian lingkungan.

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, dapat dipahami bahwa transformasi digital dan resiliensi organisasi merupakan dua konsep yang saling berkaitan dalam menentukan keberlanjutan bisnis biro tour dan travel di era pariwisata global. Transformasi digital memungkinkan organisasi meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan menciptakan inovasi layanan, sedangkan resiliensi organisasi memungkinkan perusahaan bertahan, beradaptasi, dan berkembang di tengah berbagai tantangan eksternal. Kombinasi kedua aspek tersebut menjadi faktor strategis yang menentukan kemampuan biro perjalanan wisata dalam menghadapi dinamika industri yang semakin kompleks.

Namun demikian, kajian yang secara khusus mengintegrasikan konsep transformasi digital dan resiliensi organisasi pada konteks biro tour dan travel di Indonesia masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada adopsi teknologi, pemasaran digital, perilaku wisatawan, atau dampak pandemi terhadap sektor pariwisata secara terpisah. Masih sedikit penelitian yang secara komprehensif mensintesis bagaimana transformasi digital berkontribusi terhadap pembentukan resiliensi organisasi pada biro perjalanan wisata di Indonesia. Kesenjangan penelitian (*research gap*) ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kedua konsep tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan *literature review* mengenai resiliensi dan transformasi digital biro tour dan travel dalam menghadapi dinamika pariwisata global dengan fokus pada konteks Indonesia. Kajian ini diharapkan dapat mengidentifikasi perkembangan penelitian terkini, memetakan faktor-faktor yang memengaruhi resiliensi organisasi, serta menjelaskan peran transformasi digital dalam meningkatkan kemampuan adaptasi biro perjalanan wisata. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai transformasi digital dan resiliensi organisasi dalam sektor

pariwisata. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku industri, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi yang mendukung keberlanjutan dan daya saing biro tour dan travel Indonesia di era digital dan ketidakpastian global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review* dengan metode kajian pustaka untuk menganalisis perkembangan penelitian terkait resiliensi dan transformasi digital pada biro tour dan travel dalam menghadapi dinamika pariwisata global. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai temuan ilmiah yang telah dipublikasikan sehingga dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai hubungan antara transformasi digital dan kemampuan adaptasi organisasi pada sektor perjalanan wisata.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran artikel ilmiah yang relevan dari berbagai basis data akademik, seperti jurnal internasional bereputasi dan jurnal nasional terakreditasi. Sumber literatur dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu artikel yang diterbitkan dalam rentang waktu 2015–2025, memiliki keterkaitan dengan tema transformasi digital, resiliensi organisasi, industri pariwisata, biro perjalanan, serta strategi adaptasi bisnis. Literatur yang digunakan berasal dari jurnal seperti *Tourism Management*, *Current Issues in Tourism*, *Information Technology & Tourism*, *Annals of Tourism Research*, serta jurnal nasional bidang pariwisata dan manajemen yang relevan. Tahapan penelitian dilakukan melalui beberapa proses, yaitu identifikasi literatur, seleksi artikel, analisis isi, dan sintesis hasil penelitian. Pada tahap identifikasi, artikel dikumpulkan menggunakan kata kunci seperti “*digital transformation*”, “*tourism resilience*”, “*travel agency*”, “*tour operator*”, “*digital capability*”, dan “*tourism industry adaptation*”. Selanjutnya dilakukan proses penyaringan berdasarkan kesesuaian topik, kualitas sumber, serta kontribusi artikel terhadap tujuan penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) dengan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan tema utama, yaitu bentuk implementasi transformasi digital pada biro tour dan travel, faktor yang memengaruhi resiliensi organisasi, tantangan digitalisasi, serta strategi adaptasi industri perjalanan wisata. Hasil analisis kemudian dibandingkan untuk menemukan pola, kesamaan, perbedaan, serta kesenjangan penelitian yang masih terdapat dalam literatur sebelumnya. Keabsahan kajian dijaga melalui seleksi sumber yang

berasal dari publikasi ilmiah terpercaya dan memiliki relevansi akademik. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran teoritis mengenai bagaimana transformasi digital dapat memperkuat resiliensi biro tour dan travel di Indonesia dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis pariwisata global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil telaah literatur terhadap berbagai penelitian terdahulu, ditemukan bahwa hubungan antara transformasi digital dan resiliensi organisasi dalam industri pariwisata semakin banyak dikaji, terutama setelah terjadi percepatan digitalisasi akibat pandemi COVID-19. Literatur menunjukkan bahwa kemampuan biro tour dan travel dalam mengadopsi teknologi digital tidak hanya berpengaruh terhadap efektivitas operasional, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kemampuan organisasi untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar dan gangguan eksternal. Hasil sintesis penelitian terdahulu disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Kajian Literatur

No	Peneliti dan Tahun	Fokus Penelitian	Metode	Temuan Utama
1	Buhalis & Leung (2018)	Teknologi digital dalam industri pariwisata	Kajian konseptual	Teknologi digital mendorong perubahan ekosistem pariwisata melalui integrasi layanan, peningkatan konektivitas, dan penciptaan pengalaman wisata yang lebih personal.
2	Buhalis & Sinarta (2019)	Layanan pariwisata berbasis digital real-time	Studi konseptual	Transformasi digital mengubah pola interaksi antara wisatawan dan penyedia layanan melalui layanan yang cepat, fleksibel, dan berbasis kebutuhan pelanggan.
3	Verhoef et al. (2021)	Transformasi digital organisasi	Kajian multidisiplin	Digitalisasi bukan hanya penggunaan teknologi, tetapi mencakup perubahan proses bisnis, strategi, struktur organisasi, dan penciptaan nilai.
4	Gretzel et al. (2020)	Teknologi informasi dalam pariwisata	Kajian literatur	Big data, AI, dan platform digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan industri pariwisata dalam memahami perilaku wisatawan.
5	Zenker & Kock (2020)	Dampak pandemi terhadap pariwisata	Kajian konseptual	Krisis COVID-19 mempercepat adopsi teknologi digital sebagai strategi bertahan bagi organisasi pariwisata.
6	Sharma et al. (2021)	Pemulihan industri pariwisata pascapandemi	Kajian konseptual	Organisasi pariwisata yang memiliki kemampuan digital lebih tinggi menunjukkan kemampuan adaptasi dan pemulihan yang lebih baik.
7	Hall et al. (2023)	Resiliensi dan transformasi pariwisata	Kajian literatur	Resiliensi pariwisata dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam melakukan

No	Peneliti dan Tahun	Fokus Penelitian	Metode	Temuan Utama
8	Kraus et al. (2022)	Transformasi digital dan ketahanan bisnis	Kajian literatur	inovasi dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan. Transformasi digital meningkatkan fleksibilitas organisasi, efisiensi proses, dan kemampuan menghadapi ketidakpastian.
9	Rahmawati & Nugroho (2022)	Digital marketing pada usaha pariwisata Indonesia	Kuantitatif	Pemanfaatan media digital meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing usaha perjalanan wisata.
10	Putra et al. (2023)	Sistem digital pada layanan pariwisata	Kuantitatif	Penggunaan sistem reservasi digital meningkatkan kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan kepuasan pelanggan.

Sumber : Diolah penulis, 2026

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa transformasi digital telah menjadi faktor penting dalam perkembangan industri tour dan travel. Penelitian Buhalis dan Leung (2018) menunjukkan bahwa teknologi digital telah mengubah struktur industri pariwisata dari model layanan tradisional menuju ekosistem yang lebih terintegrasi. Dalam konteks biro tour dan travel, perubahan tersebut terlihat melalui pergeseran proses bisnis dari layanan berbasis tatap muka menuju layanan berbasis platform digital yang memungkinkan wisatawan memperoleh informasi dan melakukan transaksi secara mandiri.

Temuan Gretzel et al. (2020) memperlihatkan bahwa pemanfaatan teknologi seperti *big data analytics*, kecerdasan buatan, dan sistem informasi digital memberikan peluang bagi perusahaan perjalanan untuk memahami kebutuhan wisatawan secara lebih akurat. Data pelanggan yang diperoleh melalui platform digital dapat digunakan untuk menyusun paket wisata yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya memberikan manfaat dari sisi efisiensi, tetapi juga menciptakan kemampuan inovasi yang menjadi bagian penting dari strategi keberlanjutan bisnis.

Selain aspek teknologi, penelitian terdahulu juga menegaskan pentingnya resiliensi organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan. Pandemi COVID-19 menjadi momentum yang memperlihatkan bahwa perusahaan pariwisata dengan kemampuan adaptasi yang baik lebih mampu bertahan dibandingkan organisasi yang memiliki ketergantungan tinggi pada pola bisnis konvensional. Zenker dan Kock (2020) menjelaskan bahwa krisis pandemi mempercepat perubahan perilaku wisatawan dan memaksa industri pariwisata untuk melakukan penyesuaian melalui inovasi layanan berbasis digital.

Penelitian Sharma et al. (2021) menunjukkan bahwa hubungan antara transformasi digital dan resiliensi organisasi bersifat saling memperkuat. Digitalisasi membantu organisasi

memperoleh fleksibilitas melalui otomatisasi proses, komunikasi pelanggan secara daring, dan kemampuan membaca perubahan pasar secara cepat. Sementara itu, organisasi yang memiliki tingkat resiliensi tinggi lebih mampu mengintegrasikan teknologi baru karena memiliki kapasitas pembelajaran dan adaptasi yang lebih baik.

Dalam konteks Indonesia, penelitian Rahmawati dan Nugroho (2022) serta Putra et al. (2023) menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital pada sektor pariwisata memberikan dampak positif terhadap daya saing dan kualitas layanan. Namun, implementasi transformasi digital masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan kemampuan sumber daya manusia, kesiapan teknologi, dan kapasitas investasi, terutama pada biro perjalanan skala kecil dan menengah.

Berdasarkan sintesis penelitian terdahulu tersebut, terdapat beberapa pola utama. Pertama, transformasi digital telah menjadi kebutuhan strategis bagi biro tour dan travel dalam menghadapi perubahan perilaku wisatawan. Kedua, resiliensi organisasi menjadi faktor penting agar perusahaan mampu bertahan dalam kondisi penuh ketidakpastian. Ketiga, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam mengelola perubahan, mengembangkan kompetensi sumber daya manusia, dan menciptakan inovasi layanan.

Meskipun penelitian sebelumnya telah banyak membahas digitalisasi dan resiliensi dalam industri pariwisata, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara khusus mengintegrasikan kedua konsep tersebut pada konteks biro tour dan travel di Indonesia. Sebagian penelitian lebih berfokus pada aspek pemasaran digital, pengalaman wisatawan, atau penggunaan teknologi tertentu, sementara hubungan antara kapabilitas digital dan ketahanan organisasi dalam jangka panjang masih membutuhkan kajian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan transformasi digital sebagai faktor strategis yang berpotensi memperkuat resiliensi biro tour dan travel dalam menghadapi dinamika pariwisata global.

Pembahasan

Berdasarkan hasil sintesis literatur, transformasi digital dan resiliensi organisasi merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam menentukan keberlanjutan biro tour dan travel di tengah dinamika industri pariwisata global. Perubahan lingkungan bisnis yang semakin cepat menyebabkan biro perjalanan tidak lagi cukup hanya mengandalkan kemampuan operasional konvensional, tetapi harus memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi melalui pemanfaatan

teknologi, inovasi layanan, dan penguatan strategi organisasi. Transformasi digital pada biro tour dan travel telah mengalami pergeseran dari sekadar penggunaan teknologi pendukung menjadi bagian dari strategi utama perusahaan. Digitalisasi saat ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pemasaran digital, sistem reservasi daring, manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management*), analisis data wisatawan, hingga pemanfaatan kecerdasan buatan dalam memberikan rekomendasi perjalanan. Hal tersebut sejalan dengan konsep transformasi digital yang dikemukakan oleh Verhoef et al. (2021), bahwa digitalisasi organisasi merupakan proses perubahan menyeluruh yang melibatkan teknologi, proses bisnis, struktur organisasi, serta penciptaan nilai baru bagi pelanggan.

Dalam industri tour dan travel, penerapan teknologi digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan. Sistem reservasi berbasis digital memungkinkan wisatawan melakukan pemesanan layanan kapan saja tanpa batasan waktu dan tempat. Selain itu, penggunaan data pelanggan memungkinkan perusahaan memahami preferensi wisatawan dan menawarkan produk wisata yang lebih sesuai. Menurut Gretzel et al. (2020), teknologi digital dalam pariwisata telah mengubah hubungan antara wisatawan dan penyedia layanan dari pola transaksi sederhana menjadi hubungan yang lebih interaktif dan berbasis pengalaman. Bagi biro tour dan travel di Indonesia, transformasi digital menjadi semakin penting karena perubahan karakteristik wisatawan yang semakin bergantung pada teknologi. Wisatawan modern cenderung melakukan riset perjalanan secara mandiri melalui mesin pencari, media sosial, dan platform digital sebelum memilih layanan perjalanan. Kondisi ini menyebabkan biro perjalanan perlu membangun kehadiran digital yang kuat agar dapat menjangkau konsumen potensial. Penelitian Rahmawati dan Nugroho (2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital melalui media sosial mampu meningkatkan visibilitas usaha pariwisata dan memperluas akses pasar.

Selain memberikan manfaat dalam aspek pemasaran, transformasi digital juga berkontribusi terhadap peningkatan resiliensi organisasi. Resiliensi menjadi kemampuan penting bagi biro tour dan travel karena sektor ini sangat rentan terhadap perubahan eksternal. Gangguan seperti pandemi, perubahan regulasi perjalanan, krisis ekonomi, dan bencana alam dapat menyebabkan penurunan permintaan secara tiba-tiba. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki kemampuan untuk menyesuaikan strategi bisnis secara cepat. Prayag (2018) menjelaskan bahwa resiliensi organisasi dalam pariwisata tidak hanya berkaitan dengan kemampuan bertahan saat

krisis, tetapi juga kemampuan untuk belajar dan melakukan perubahan setelah menghadapi gangguan. Organisasi yang resilien mampu mengidentifikasi risiko, mengembangkan strategi adaptasi, serta memanfaatkan peluang baru yang muncul akibat perubahan lingkungan. Dalam konteks biro tour dan travel, kemampuan tersebut dapat diwujudkan melalui diversifikasi layanan, penguatan sistem digital, serta pengembangan model bisnis yang fleksibel.

Pandemi COVID-19 memberikan bukti nyata mengenai hubungan antara digitalisasi dan resiliensi organisasi. Ketika pembatasan perjalanan diberlakukan secara global, banyak biro perjalanan mengalami penurunan aktivitas karena bergantung pada interaksi langsung. Namun, perusahaan yang telah memiliki infrastruktur digital relatif lebih mampu mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi daring, pemasaran digital, serta pengembangan layanan baru. Zenker dan Kock (2020) menyatakan bahwa pandemi telah mempercepat perubahan paradigma industri pariwisata menuju sistem yang lebih digital dan adaptif. Dalam perspektif manajemen strategis, transformasi digital dapat dipahami sebagai bentuk pengembangan kapabilitas dinamis organisasi. Teece (2018) melalui *Dynamic Capability Theory* menjelaskan bahwa organisasi yang mampu mengenali perubahan lingkungan (*sensing*), mengambil peluang (*seizing*), dan melakukan transformasi internal (*transforming*) akan memiliki daya tahan yang lebih besar. Bagi biro tour dan travel, kemampuan digital menjadi bagian dari kapabilitas dinamis karena memungkinkan perusahaan membaca perubahan perilaku wisatawan dan menyesuaikan layanan dengan cepat.

Hasil kajian menunjukkan bahwa terdapat beberapa bentuk kontribusi transformasi digital terhadap peningkatan resiliensi biro tour dan travel. Pertama, digitalisasi meningkatkan fleksibilitas operasional. Penggunaan sistem berbasis cloud dan aplikasi digital memungkinkan perusahaan mengelola aktivitas bisnis tanpa bergantung pada lokasi fisik tertentu. Hal ini menjadi penting ketika terjadi gangguan yang membatasi mobilitas seperti pandemi atau kondisi darurat lainnya. Kedua, transformasi digital memperkuat kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan berbasis data. Data mengenai preferensi wisatawan, pola pemesanan, tren destinasi, dan perilaku pelanggan dapat digunakan sebagai dasar penyusunan strategi bisnis. Menurut Buhalis dan Sinarta (2019), penggunaan data secara real-time memungkinkan penyedia layanan pariwisata menciptakan pengalaman wisata yang lebih responsif dan personal. Ketiga, digitalisasi meningkatkan kemampuan inovasi biro perjalanan. Perusahaan dapat mengembangkan produk baru seperti paket wisata fleksibel, layanan konsultasi perjalanan virtual, promosi berbasis konten

digital, serta pengalaman wisata yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Inovasi tersebut menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing karena wisatawan semakin mengharapkan layanan yang praktis, cepat, dan personal.

Meskipun demikian, transformasi digital tidak selalu memberikan hasil optimal tanpa adanya kesiapan organisasi. Salah satu tantangan terbesar yang ditemukan dalam literatur adalah kesenjangan kemampuan digital, terutama pada usaha kecil dan menengah. Banyak biro tour dan travel memiliki keterbatasan dalam investasi teknologi, kompetensi tenaga kerja, serta kemampuan mengelola perubahan organisasi. Kraus et al. (2022) menjelaskan bahwa transformasi digital memerlukan perubahan budaya organisasi dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia agar teknologi dapat memberikan manfaat maksimal. Dalam konteks Indonesia, tantangan tersebut menjadi semakin kompleks karena struktur industri perjalanan wisata masih banyak didominasi oleh pelaku usaha kecil. Beberapa biro perjalanan telah berhasil melakukan digitalisasi, tetapi sebagian lainnya masih menggunakan metode pemasaran dan pelayanan tradisional. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan internal organisasi. Oleh karena itu, strategi digitalisasi perlu disesuaikan dengan kapasitas dan kebutuhan masing-masing perusahaan.

Penelitian Putra et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan sistem digital dalam layanan pariwisata dapat meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan melalui proses transaksi yang lebih cepat dan mudah. Namun, manfaat tersebut hanya dapat diperoleh apabila organisasi mampu mengintegrasikan teknologi dengan strategi pelayanan yang tepat. Dengan kata lain, teknologi bukan satu-satunya faktor keberhasilan, melainkan harus didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan budaya organisasi yang terbuka terhadap perubahan. Lebih lanjut, penelitian dalam *Tourism Management* menunjukkan bahwa masa depan industri pariwisata akan semakin dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengombinasikan teknologi dengan pendekatan yang berorientasi pada manusia (*human-centered approach*). Digitalisasi harus tetap mempertahankan aspek pengalaman wisata, kepercayaan pelanggan, dan hubungan interpersonal yang menjadi karakteristik penting dalam layanan perjalanan (Buhalis & Leung, 2018).

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa resiliensi biro tour dan travel dalam menghadapi dinamika pariwisata global sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam melakukan transformasi digital. Digitalisasi memberikan fondasi bagi perusahaan untuk

meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, menciptakan inovasi layanan, serta merespons perubahan lingkungan secara lebih cepat. Namun, keberhasilan transformasi digital membutuhkan kombinasi antara teknologi, sumber daya manusia, strategi bisnis, dan budaya organisasi yang mendukung perubahan. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya menjadi alat untuk meningkatkan daya saing, tetapi juga menjadi mekanisme strategis dalam membangun ketahanan organisasi. Biro tour dan travel yang mampu mengembangkan kapabilitas digital secara berkelanjutan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam menghadapi ketidakpastian serta perubahan global pada industri pariwisata.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur mengenai resiliensi dan transformasi digital biro tour dan travel dalam menghadapi dinamika pariwisata global, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital menjadi faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan kemampuan adaptasi dan keberlanjutan industri perjalanan wisata. Perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi, serta perubahan perilaku wisatawan telah mendorong biro tour dan travel untuk melakukan pergeseran dari model bisnis konvensional menuju sistem layanan yang lebih fleksibel, terintegrasi, dan berbasis teknologi. Transformasi digital tidak hanya memberikan dampak terhadap peningkatan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat resiliensi organisasi melalui peningkatan kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan pasar, mengelola ketidakpastian, dan menciptakan inovasi layanan. Pemanfaatan teknologi digital seperti sistem reservasi daring, pemasaran digital, analisis data pelanggan, serta layanan berbasis platform memungkinkan biro perjalanan mempertahankan hubungan dengan wisatawan dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih adaptif.

Hasil kajian menunjukkan bahwa resiliensi biro tour dan travel sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengintegrasikan teknologi dengan strategi bisnis, sumber daya manusia, dan budaya organisasi. Digitalisasi yang efektif membutuhkan kesiapan internal perusahaan, terutama dalam aspek kompetensi digital, kemampuan inovasi, dan keterbukaan terhadap perubahan. Oleh karena itu, teknologi tidak dapat berdiri sendiri, tetapi harus menjadi bagian dari transformasi organisasi secara menyeluruh. Dalam konteks biro tour dan travel di Indonesia, transformasi digital menjadi peluang sekaligus tantangan. Peluang muncul melalui peningkatan akses pasar, efisiensi layanan, serta kemampuan menciptakan pengalaman wisata yang lebih personal. Sementara itu, tantangan masih ditemukan dalam bentuk keterbatasan sumber

daya, kesiapan teknologi, dan kemampuan adaptasi pelaku usaha, khususnya pada skala usaha kecil dan menengah. Dengan demikian, keberhasilan biro tour dan travel dalam menghadapi dinamika pariwisata global tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan membangun organisasi yang tangguh, inovatif, dan mampu beradaptasi secara berkelanjutan. Integrasi antara transformasi digital dan resiliensi organisasi menjadi fondasi penting bagi keberlangsungan serta peningkatan daya saing industri tour dan travel di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41-50.
- 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.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2020). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Information Technology & Tourism*, 22 (1), 1-20.
- Hall, C. M., Safonov, A., & Naderi Koupaei, S. (2023). Resilience and transformation in tourism: A review of the literature. *Current Issues in Tourism*, 26 (1), 1-22.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., & Veiga, P. (2022). Digital transformation and business resilience: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 150, 1-15.
- Prayag, G. (2018). Symbiotic relationship between resilience and tourism: A review and future directions. *Tourism Management Perspectives*, 25, 141-144.
- Putra, A. B., Suryana, D., & Wibowo, R. (2023). Pengaruh sistem reservasi digital terhadap kualitas pelayanan pada biro perjalanan wisata di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6 (1), 45-58.
- Rahmawati, S., & Nugroho, A. (2022). Dampak pemasaran digital terhadap daya saing usaha pariwisata di Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 16 (2), 112-127.
- Sari, R. P., Hidayat, T., & Rahayu, S. (2023). Tantangan transformasi digital pada sektor pariwisata Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 5 (1), 88-102.
- Sharma, G. D., Thomas, A., & Paul, J. (2021). Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100786.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51 (1), 40-49.
- UN Tourism. (2024). *Tourism in the global economy: A strategic review*. United Nations World Tourism Organization.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.

Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic A critical discussion of a tourism research agenda. *Annals of Tourism Research*, 83, 102921.