

ABSTRAK

Pariwisata telah menjelma sebagai simbol kekuatan bangsa, sekaligus mesin pertumbuhan ekonomi yang mampu menyatukan nilai budaya, investasi global, dan mobilitas manusia dalam satu ekosistem dinamis. Di Indonesia, sektor ini tidak hanya menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga membuka jutaan lapangan kerja dan memperkuat citra bangsa di mata dunia. Namun, di tengah gelombang revolusi digital dan perubahan perilaku konsumen, subsektor agen perjalanan menghadapi tantangan eksistensial akibat penetrasi platform daring yang menyajikan layanan mandiri, *real-time*, dan terotomatisasi. Realitas ini menuntut agen perjalanan konvensional untuk tidak sekadar beradaptasi, melainkan mendefinisikan ulang peran, nilai, dan model bisnis mereka dalam ekosistem pariwisata digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memetakan ulang konfigurasi ekosistem bisnis subsektor agen perjalanan di Indonesia, baik dalam kondisi eksisting maupun arah transformasinya ke depan. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam, *Focus Group Discussion* (FGD), studi dokumen, serta merujuk pada kerangka pemodelan ekosistem dari Zheng Ma. Temuan penelitian mengidentifikasi aktor utama, peran, pola interaksi, serta faktor internal dan eksternal yang memengaruhi dinamika ekosistem. Faktor dominan yang teridentifikasi mencakup transformasi digital, perubahan perilaku wisatawan, kesenjangan regulasi, serta penetrasi teknologi seperti kecerdasan buatan dan big data.

Sebagai respons terhadap kompleksitas tersebut, penelitian ini merekomendasikan model ekosistem hibrida yang mengintegrasikan dua pendekatan: *Smart Travel Assistant* (STA) dari *Online Travel Agent* (OTA) sebagai penggerak layanan berbasis data dan otomatisasi, serta *Community-Based Travel Agent* (CBTA) yang berfokus pada pemberdayaan komunitas lokal dan penyajian pengalaman wisata berbasis budaya. Sinergi keduanya diyakini mampu menciptakan nilai bersama, memperkuat ketahanan ekosistem pariwisata, serta mendorong inklusivitas dan keberlanjutan dalam lanskap pariwisata Indonesia masa depan.

Kata Kunci: Ekosistem Bisnis, Transformasi Digital, Agent Perjalanan Berbasis Komunitas, Asisten Perjalanan Cerdas, Industri Pariwisata