

Peranan Globalisasi Terhadap Adaptasi Teknologi *Tourism Virtual* Dalam Rangka Stimulus Kebangkitan Pariwisata Akibat *Covid-19*

Gilang Sandhubaya^{1)*}

¹ Dosen Program Diploma Kepariwisata Unmer Malang

*gilang.sandhubaya@unmer.ac.id

Abstract

The purpose of this research journal article is to evaluate the use of Virtual Tourism technology that can stimulate the revival of tourism after the Covid-19 pandemic. The method of this journal article is an empirical study based on problems the data used is in the form of secondary data. The results obtained are, there are problems in the tourism sector in various countries during this pandemic, namely due to the high intensity of the spread of Covid-19 which causes a number of tourists to be reluctant to travel and the government policies in mitigating Traffic Human, so that as with the adoption of globalization, every country is aware of the existence of the use of technology that must be utilized in such a way as to keep the tourism sector alive on a minimal scale to provide travel experiences and references without having to come to the destination individually. physically, where this can help potential tourists to decide which destinations to visit later.

Keywords: Covid-19, tourism, technology, globalization, website

PENDAHULUAN

Pada abad ke-21 ini, setiap negara telah mengadopsi peningkatan teknologi yang ditujukan untuk membantu seluruh perkembangan aktivitas manusia *modern*. Pengenalan teknologi secara pesat dari tahun 2000 alu telah membentuk tatanan sosial untuk bergerak tumbuh dengan cepat dan praktis, terutama dalam aktivitas dan kegiatan industri di dunia. Masing-masing negara mulai membuka keyakinan mereka untuk mau tidak mau menerima adanya dinamika pasar dan rasa kompetitif dari setiap negara untuk saling maju dan memperbaiki sistem yang ada menggunakan bantuan teknologi. Dengan demikian, ketika peradaban mampu mengadopsi teknologi pada aktivitas mereka, maka dampak positif dari globalisasi lebih dapat ditonjolkan daripada sisi negatifnya (Abdillah, 2019). Manfaat dan fungsi teknologi sendiri sangat beragam, dimana prioritasnya yakni membantu manusia untuk keluar dari permasalahan yang dialami. Sedangkan di tahun 2020 lalu, wabah *Corona Virus Disease* (Covid-19) yang berasal dari Wuhan-Cina telah mengkhawatirkan bagi pebisnis di seluruh dunia karna mematikan berbagai sektor perekonomian. Implikasi fenomena tersebut bagi negara Indonesia contohnya, yakni mengacu pada kebijakan mitigasi *Traffic Human* dimana tindakan pertama pemerintah setelah informasi wabah Corona diedarkan adalah pembatasan masuknya wisatawan Tiongkok maupun wisatawan dari negara lain, yang akan masuk ke Indonesia.

Berdasarkan data wisatawan asing pada tahun 2019 dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dimuat oleh *The Jakarta Post* (2020), 16.106.954 wisatawan asing mengunjungi Indonesia, yang merupakan 13% dari total atau 2.072.079 yakni wisatawan berasal dari Tiongkok. Tiongkok sebagai penyumbang terbesar kedua untuk sektor pariwisata Indonesia, ketika adanya Covid-19 ini, tentu memiliki dampak yang signifikan terhadap kondisi sektor pariwisata, terutama untuk Bali, yang merupakan tujuan utama bagi wisatawan Tiongkok. Selain itu, Wisatawan dengan tujuan liburan populer di Indonesia telah bergulat dengan pembatalan dari ratusan ribu wisatawan, menimbulkan kerugian senilai triliunan rupiah. Asosiasi mencatat bahwa potensi kerugian pada bulan Februari saja dapat mencapai Rp4 triliun (US \$ 244,96 juta) di antara para anggotanya. Pembatalan

ini secara langsung memengaruhi mata pencaharian pemandu wisata (The Jakarta Post, 2020). Hanya dalam tiga bulan, bisnis di berbagai sektor pariwisata seperti hotel, penerbangan, Akomodasi dll di negara ini telah terpukul keras oleh pandemi Covid-19 yang mendatangkan malapetaka pada kegiatan ekonomi nasional.

Berdasarkan artikel yang diperoleh dari *Forbes* (2020), menyebutkan bahwa, situasi Covid-19 yang terus berkembang dan belum pernah terjadi sebelumnya menimbulkan tantangan ekstrem bagi industri perjalanan dan pariwisata. Dewan Perjalanan dan Pariwisata Dunia (WTTC) telah memperingatkan bahwa pandemi Covid-19 dapat memangkas 50 juta pekerjaan di seluruh dunia. Di sisi lain, tidak ada pilihan bagi industri pariwisata di seluruh dunia, dimana situasi seperti ini mengharuskan mereka untuk berinovasi. Untuk menambah penghasilan atau mempertahankan pendapatan dari industri pariwisata di dunia, kini para hotel-hotel telah melakukan program teknologi *Tourism Virtual* sebagai instrumen promosi atau beriklan kepada pelanggan menggunakan realitas virtual yang dapat menawarkan cara baru untuk melibatkan wisatawan.

Menurut *World Travel VR*, tidak ada cara yang lebih baik untuk mempromosikan destinasi dunia selain membawa klien potensial para wisatawan secara virtual yang dicapai *platform* mereka melalui VR, *augmented reality* (AR), dan video 360 derajat. Beriklan dengan *Tourism Virtual* pada website (<https://www.travelworldvr.com/>) telah memberikan peluang *try before buy* 'coba-sebelum-anda-beli' terbaik dan memungkinkan pemilik hotel untuk mempromosikan akomodasi mereka melalui pengalaman pemasaran interaktif, sekaligus memberikan pemasukan karena untuk mengakses iklan tersebut, para calon wisatawan tetap diperkenankan untuk membayar. Hal yang menarik lainnya, industri asal Indonesia seperti Maskapai penerbangan Garuda *Airlines* sendiri telah turut serta pada penerapan teknologi ini (Rogers, 2020).

Fenomena dari adanya *Tourism Virtual* ini telah memberikan gagasan bahwa adaptasi teknologi di masa kini dapat menjadi peluang untuk perbaikan keadaan dan situasi yang tidak memungkinkan. Di sisi lain, globalisasi dalam pariwisata merupakan bidang penting yang menjanjikan karena fenomena globalisasi dapat dirasakan aspek positifnya untuk penggerak ekonomi dan sosial dari masing-masing negara. Sedangkan instrumen globalisasi yang mampu menjadi titik permasalahan dalam peradaban manusia yakni teknologi dalam ranah pariwisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebermanfaatan teknologi pada fenomena Covid-19 ini yakni dapat menciptakan inovasi-inovasi baru yang mana membantu para masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sekaligus tetap menggerakkan industri pada skala minimal. Dimana ketika fenomena ini masih berjalan, jika dihitung secara nasional, jumlahnya akan lebih besar dan diperkirakan akan terus bertambah jika Corona belum secara total dinyatakan hilang dari berbagai negara, sehingga mau tidak mau, industri pariwisata harus mulai beradaptasi dengan permasalahan ini, yakni dengan melakukan kerangka kerja untuk menstimulus kebangkitan pariwisata menjelang Covid-19 hendak sepenuhnya berakhir.

Dampak Covid-19 Terhadap Sektor Pariwisata

Wabah pandemi COVID-19, pertama kali diidentifikasi di Wuhan, Republik Rakyat Tiongkok (RRC), pada awal Januari 2020 lalu. Dari informasi yang diketahui pada titik ini, beberapa fakta berkaitan dengan penemuan oleh ASEAN (2020), virus ini merupakan terobosan baru dari virus pertama yang sama-sama menyebabkan wabah Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS) pada tahun 2003 dan wabah Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS) pada tahun 2012. Di sisi lain, tingkat kematian (jumlah kematian relatif

terhadap jumlah kasus)), yang diperkirakan belum tepat, mungkin berada dalam kisaran 1% -3,4%, secara signifikan lebih rendah dari 10% untuk SARS dan 34% untuk MERS, tetapi secara substansial lebih tinggi daripada tingkat kematian untuk flu musiman, yang kurang dari 0,1 %. Ketiga, meskipun muncul dari inang hewan, sekarang menyebar melalui kontak manusia-ke-manusia. Sedangkan tingkat infeksi COVID-19 tampaknya lebih tinggi daripada flu musiman dan MERS, dengan kisaran perkiraan yang mencakup tingkat infeksi SARS dan Ebola (ASEAN, 2020).

Tabel 1. Tingkat Fatalitas dan Tingkat Infeksi COVID-19 dan Epideminya Lainnya

	Tingkat Kematian	Tingkat Infeksi
<i>Ebola</i>	50%	1,5%-2.5%
<i>MERS</i>	34,30%	0,42% - 0,92%
<i>SARS</i>	10%	3%
<i>COVID-19</i>	1%-3,4%	1,5% - 3,5%
<i>Seasonal Flu</i>	0,05%	1.3%

Sumber : (ASEAN, 2020)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat ditelaah bahwa karena Covid-19 memiliki tingkat infeksi yang cenderung tinggi mencapai 3,5%, maka wabah ini akan berdampak signifikan terhadap industri ekonomi, terutama sektor pariwisata, dimana banyak orang berkumpul untuk menghabiskan waktu liburan mereka di tempat-tempat umum. Pada aspek lain, hal ini menjabarkan berbagai sektor akan turut terpengaruh dan menghitung kemungkinan besarnya efek di bawah berbagai skenario karena wabah Covid-19 sendiri sifatnya global, sehingga banyak dari para negara melakukan kebijakan mitigasi untuk membatasi *Human Traffic*.

KAJIAN LITERATUR

Pandemi COVID-19 telah berdampak signifikan pada industri pariwisata karena pembatasan perjalanan yang dihasilkan serta penurunan permintaan di antara para pelancong. Industri pariwisata telah secara besar-besaran dipengaruhi oleh penyebaran virus corona, karena banyak negara telah memperkenalkan pembatasan perjalanan dalam upaya untuk menahan penyebarannya. Organisasi Pariwisata Dunia PBB memperkirakan bahwa kedatangan wisatawan internasional global mungkin menurun 20-30% pada tahun 2020, yang mengarah pada potensi kerugian US \$ 30-50 miliar. Di banyak kota di dunia, perjalanan yang direncanakan turun 80-90%. Banyak tempat wisata di seluruh dunia, seperti museum, taman hiburan dan tempat olahraga, ditutup. Sebagai hasil dari pandemi ini, banyak negara dan wilayah telah memberlakukan karantina, larangan masuk, atau pembatasan lain bagi warga negara atau wisatawan baru-baru ini ke daerah yang paling terkena dampak. Negara dan wilayah lain telah memberlakukan batasan global yang berlaku untuk semua negara dan wilayah asing, atau mencegah warganya sendiri bepergian ke luar negeri (UNWTO, 2020). Selain itu, dikarenakan intensitas penyebaran penyakit coronavirus (COVID-19) cukup tinggi maka hal ini menyebabkan pergeseran stigma, emosional, dan keinginan wisatawan untuk melakukan kegiatan kunjungan ke berbagai destinasi. Pergeseran stigma dan emosional sangat berpengaruh dalam memutuskan untuk melakukan kegiatan pariwisata, dengan bergesernya stigma dan emosional ke arah negatif yaitu, resah, takut, khawatir, merasa terancam, panik, dan lain-lain mengakibatkan menurunnya angka pariwisata di dunia (Tri, 2020).

Dengan dorongan untuk bepergian yang menurun, pembatasan tersebut memiliki dampak ekonomi negatif pada sektor perjalanan di wilayah tersebut. Dampak jangka

panjang yang mungkin terjadi adalah menurunnya perjalanan bisnis dan konferensi internasional, dan kemunculan mereka yang setara secara online dan virtual. Sedangkan berdasarkan penelitian oleh Sigala (2020), industri pariwisata mengalami penurunan besar, seiring banyaknya negara-negara yang melakukan pembatasan perjalanan guna mencegah penyebaran coronavirus (Covid-19). Dimana epidemi ini mengarah ke berbagai pemerintahan nasional dan tanggapan global harus dapat mengatasi wabah coronavirus (Covid-19) ini dengan berbagai kebijakan-kebijakan, salah satunya dengan meningkatkan ekonomi dan sistem kesehatan sehingga dapat mengatasi wabah ini. Maka dapat disimpulkan bahwa penyebaran coronavirus (COVID-19) dapat mengganggu sektor pariwisata dan perhotelan dunia, dikarenakan wisatawan merasa khawatir dengan krisisnya kesehatan di dunia dan minimnya rasa trust yang dimiliki para wisatawan pada saat ini (Sigala, 2020). Tidak ada kejelasan tentang bagaimana membantu sektor pariwisata untuk bertahan hidup di era Covid-19 karena prioritas bersaing lainnya dari pemerintah akan kebijakan mereka. Di sisi lain, penurunan insentif pajak oleh pemerintah dapat membantu sektor pariwisata dalam skala minimal, sedangkan untuk pemulihan jangka panjang sektor ini, tetap membutuhkan adanya langkah inovasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus empiris yang merupakan salah satu jenis penelitian termasuk dalam jenis penelitian kualitatif karena adanya kasus atau fenomena Covid-19 dihubungkan dengan perspektif globalisasi dalam memandang keberadaan teknologi sebagai aspek positif untuk menyelesaikan permasalahan pada industri pariwisata di dunia. Sedangkan metode pengumpulan data yakni diperoleh dari daring online, serta data sekunder berupa jurnal dan publikasi ilmiah. Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi adaptasi teknologi di era globalisasi masa kini dengan mengevaluasi kinerja dari inovasi *Tourism Virtual* sebagai instrumen dalam mengatasi macetnya industri pariwisata di dunia saat pandemi Covid-19 seperti sekarang yang hampir berakhir karena banyaknya kebijakan mewajibkan vaksin yang berfungsi untuk menekan penyebaran Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut penelitian terdahulu oleh Witt (2019) memberikan gagasan bahwa ketika sebuah hal tidak berinovasi, maka akan menimbulkan sikap *De-Globalization* dimana penarikan aspek yang ada merujuk pada sebuah kemunduran karena berusaha melawan globalisasi. Kemudian di sisi lain, globalisasi sendiri terjadi akibat adanya sikap keleluasaan terhadap perubahan dimana adanya kesadaran dalam mengimplementasikan prinsip *engagement* sebagai pendorong dari dinamika pasar, sosial, dan juga keamanan, sehingga globalisasi yang ada dapat menciptakan ruang interaksi pada setiap negara untuk berbenah diri dan memperbaiki sektor-sektor mereka (Witt, 2019). Di sisi lain, prinsip *engagement* dapat merujuk pada pembaharuan teknologi-teknologi yang dapat menguatkan kedudukan negara ketika menghadapi permasalahan. Permasalahan yang ada sendiri mengacu pada perubahan pasar sektor pariwisata di era globalisasi, dimana penggunaan prinsip *engagement* yang mendorong globalisasi dapat menciptakan instrumen-instrumen baru untuk menampilkan sektor pariwisata agar terkesan lebih modern dan lebih maju, dimana para wisatawan dimudahkan untuk mengetahui referensi destinasi pariwisata, sehingga, pasar akan tercipta secara koheren dan kompetitif dimana masing-masing pariwisata dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui kemajuan

teknologi yang diadopsi, kemajuan pelayanan di sekitar wilayah pariwisata, hingga dukungan pemerintah terhadap modernitas pariwisata yang ada (Dayananda, 2020).

Konsep Pariwisata Menurut Peranan Perkembangan Globalisasi

Pariwisata adalah salah satu industri ekspor terpenting dan penghasil devisa di banyak negara. Pentingnya pariwisata telah diakui di negara maju dan berkembang. Menurut teori oleh Yoeti (1996) dalam bukunya, dapat dikutip bahwa pembentukan Departemen Pariwisata Pemerintah (DoT) yakni diawali oleh dorongan luas dan dukungan pengembangan wisata, dan banyaknya usaha kecil dan perusahaan multinasional yang menyebabkan dan memperoleh manfaat dari industri pariwisata. Secara umum, masing-masing bertumpu pada yang sebelumnya dan memberikan dasar untuk yang di masa depan. Tujuan pariwisata dari lima sektor besar yaitu atraksi, transportasi, akomodasi, fasilitas dan infrastruktur pendukung, dimana hal ini mendorong wisatawan untuk mengunjungi lokasi, layanan transportasi memungkinkan mereka untuk melakukannya, akomodasi dan fasilitas pendukung (misalnya toko, bank, restoran, hotel) yang melayani kesejahteraan wisatawan selama mereka tinggal, dan infrastruktur memastikan fungsi penting dari semua sektor di atas (Yoeti, 1996).

Di sisi lain, Organisasi Pariwisata Dunia atau *World Tourism Organization* (UNWTO) adalah lembaga utama yang bertanggung jawab untuk pengembangan definisi pariwisata standar, telah menyatakan bahwa pariwisata didefinisikan oleh serangkaian kegiatan seseorang yang bepergian ke tempat di luar lingkungan biasanya selama setidaknya satu malam dan kurang dari satu tahun, dimana tujuan utama perjalanannya adalah untuk melakukan refreshing dan merasakan suasana baru. Namun, konsep pariwisata ini tidak berlaku untuk perjalanan terkait bisnis seperti panggilan penjualan, pemasangan peralatan, atau konvensi pelancong yang berlokasi di tempat lain daripada tempat yang dikunjungi. Kemudian, teori oleh Mark (2017) turut menegaskan bahwa industri pariwisata sering didefinisikan sebagai perusahaan dan organisasi yang terlibat dalam memfasilitasi perjalanan dan kegiatan yang jauh dari lingkungan yang biasa. Salah satu tantangan dalam pendekatan untuk mendefinisikan pariwisata adalah, fakta bahwa banyak perusahaan yang memproduksi komoditas untuk turis juga melayani non turis. Misalnya, lebih banyak makanan restoran yang dikonsumsi oleh penduduk lokal daripada oleh wisatawan. Atraksi lokal dapat menarik penduduk lokal serta wisatawan. Sedangkan keberadaan industri pariwisata dapat diklasifikasi menjadi Perusahaan perusahaan yang tidak akan ada jika tidak ada pariwisata, contohnya termasuk hotel, maskapai penerbangan, kapal pesiar dan agen perjalanan, serta perusahaan yang akan terus eksis tanpa adanya pariwisata, tetapi dalam bentuk yang berkurang, contohnya yakni bisnis-bisnis ini termasuk jasa taksi, restoran, agen penyewaan mobil, toko oleh-oleh, dan atraksi dan acara (Mark, 2017).

Tujuan dari adanya pariwisata dalam konsepsi globalisasi yakni mengacu pada tumbuhnya penggunaan industri-industri besar seperti maskapai penerbangan, perhotelan, dll. Menurut jurnal literatur oleh Getz (2016) menyampaikan bahwa maskapai penerbangan, bandara, hotel, produsen, operator tur, agen perjalanan, perusahaan kartu kredit, perusahaan penyewaan mobil, dan layanan terkait perjalanan, secara kolektif merupakan salah satu industri terbesar di dunia dan merupakan kontributor utama bagi ekonomi global. Industri ini menciptakan lapangan kerja dan mempromosikan pertukaran budaya dan manusia. Pariwisata menawarkan banyak manfaat bagi negara penerima turis. Tentu saja ada pendapatan langsung yang diperoleh dari pengeluaran yang dibuat oleh para wisatawan untuk bisa mendapatkan akomodasi, makanan, hiburan, dan kunjungan

ke situs-situs turis seperti taman nasional, pantai, dan tempat-tempat indah. Dimungkinkan untuk mengukur manfaat total pariwisata akibat pengenalan destinasi oleh era digital teknologi globalisasi, yakni dengan mengukur efek pengali pendapatan (IME) dan efek pengali kerja (EME) (Getz, 2016).

Sedangkan berdasarkan perspektif globalisasi secara umum, dampak dari pariwisata secara global yakni mencerminkan fakta bahwa pariwisata ini adalah kegiatan yang sangat penting secara ekonomi. Pariwisata tidak hanya merupakan sumber pendapatan dan lapangan kerja, tetapi juga berfungsi sebagai faktor utama dalam neraca pembayaran untuk banyak negara, dan oleh karena itu telah mendapatkan perhatian yang semakin besar dari pihak pemerintah, serta otoritas regional dan lokal, investor bisnis, dan lainnya yang berkepentingan dengan pembangunan ekonomi. Pariwisata memiliki fungsi khusus di negara-negara berkembang, dimana hal ini membentuk serangkaian imperatif ekonomi dimana pariwisata memiliki kemampuan yang dirasakan untuk menghasilkan dari investasi terbatas di pabrik dan infrastruktur, hingga sejumlah besar modal yang dapat ditransfer ke sektor ekonomi lainnya menggunakan retribusi pajak daerah (Vukadinovic, 2017).

Tindakan semacam itu memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan negara berkembang melalui efek berganda pariwisata, penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendidikan dan profesionalisme, peningkatan kebanggaan publik, pendapatan publik, investasi langsung asing, dan pendapatan devisa. Dimana contohnya di negara Indonesia sebagai industri padat karya, pertumbuhannya menuntut peningkatan penggunaan SDM lokal di bidang ini, dimana adanya destinasi pariwisata dapat meningkatkan UMKM dan menyediakan banyak peluang kerja. Analisis singkat tentang dampak ekonomi pariwisata bagi negara berkembang penting untuk memandu kebijakan yang dimaksudkan untuk mengembangkan pariwisata dan menambah manfaatnya bagi ekonomi karena pariwisata memengaruhi ekonomi melalui pengeluaran wisatawan untuk berbagai barang dan jasa (Rahmawati, 2020). Pekerjaan yang dihasilkan oleh pariwisata tersebar di seluruh ekonomi di ritel, konstruksi, manufaktur, dan telekomunikasi, serta langsung di perusahaan pariwisata. Pekerjaan ini terutama di perusahaan kecil dan menengah, menawarkan pelatihan dan transferabilitas yang baik, dan mempekerjakan sebagian besar perempuan, minoritas dan kaum muda. Pariwisata juga dapat menjadi salah satu pendorong paling efektif untuk pengembangan ekonomi regional, dan pola-pola ini berlaku untuk ekonomi maju dan berkembang (Brelík, 2018). Dampak nyata dari adanya pariwisata dalam pembangunan negara berkembang di era global masa kini yakni dapat dicontohkan dengan adanya sumber pendapatan devisa yang bergantung dari popularitas destinasi pariwisata. Pariwisata telah menyebabkan negara-negara berkembang mengurangi ketergantungan mereka pada produk pertanian tradisional sebagai sumber utama pendapatan ekspor mereka. Sehingga dengan ini, pariwisata di era globalisasi telah mendorong diversifikasi ekonomi dan perbaikan pertukaran mata uang minimum pada pengunjung asing. Sehingga, pengembangan pariwisata di suatu negara, terlebih setelah era pandemi Covid-19, merupakan langkah yang harus diambil karna implikasinya sangat besar terhadap sektor perekonomian.

Penggunaan Tourism Virtual Sebagai Produk Globalisasi Dalam Menstimulus Kebangkitan Pariwisata di Era Menjelang Pasca Pandemi Covid-19

Berdasarkan hasil observasi, adanya inovasi bisnis sektor pariwisata di dunia yang kini mulai tergabung dengan *Tourism Virtual* pada website (<https://www.travelworldvr.com/>) yang tergabung dalam inovasi teknologi *Virtual Reality* (VR) tersebut akan cocok sebagai pendongkrak dunia di era globalisasi dalam menyelesaikan permasalahan menggunakan pendekatan strategi *customer-led marketing* dalam kebangkitan dunia pariwisata menjelang akhir pandemi Covid-19. Dimana inovasi ini dapat menjadi instrumen demo pengenalan produk untuk para wisatawan yang hendak mencoba pengalaman berliburan mereka secara virtual, yang mana melalui produk VR, maka kebergunaan teknologi dapat dimanfaatkan secara ideal untuk masyarakat agar dapat melakukan perjalanan secara virtual ke berbagai destinasi pariwisata yang ingin dituju tanpa harus bermobilisasi dan tanpa harus merencanakan waktu bepergian jauh-jauh hari, serta keberadaan penggambaran visual dan pengalaman audiovisual dan akses yang cukup praktis tersebut akan menjadi nilai unggul produk VR untuk sampai ke pelanggan dengan tarif atau harga yang jauh lebih murah daripada pergi ke destinasi tersebut secara fisik, dan inovasi tersebut mampu menjadi referensi untuk nantinya dikunjungi secara fisik setelah Covid-19 benar-benar hilang dari dunia ini, dan semua akses destinasi pariwisata terbuka lebar.

Di sisi lain, untuk membantu pemasukan maupun retribusi pajak daerah dalam pembangunan nasional, adanya industri pariwisata yang bergabung dengan *Tourism Virtual* pada website (<https://www.travelworldvr.com/>) dalam penggunaan inovasi teknologi VR sendiri mengacu pada prinsip *engagement* (interaksi atau integrasi). Berdasarkan teori oleh Michael Witt (2019), integrasi atau prinsip *engagement* merupakan pendorong utama adanya globalisasi. Dimana negara kerap mendukung adanya globalisasi karena adanya sebuah interaksi yang mana globalisasi yang ada dapat dijadikan alat untuk menguatkan kebutuhan adanya adaptasi baru terhadap ekonomi (Witt, 2019). Salah satunya dari adaptasi baru tersebut yakni peningkatan teknologi. Sedangkan pada adaptasi teknologi dalam rangkaiannya untuk memunculkan integrasi, menurut Kotler (2019), prinsip *engagement* sendiri mengacu pada terciptanya hubungan antara produk dengan konsumen yang menitikberatkan pada komunikasi pemasaran yang dapat menjangkau kebutuhan dan keinginan masyarakat (Kotler, 2019). Pada kasus ini, dijelaskan bahwa kebutuhan berpariwisata pada masa Covid-19 yakni terkendala adanya kebijakan-kebijakan di beberapa negara secara internasional yang membuat bepergian menjadi tidak mungkin karena adanya transmisi virus melalui kontak fisik secara langsung, terlebih pada akses fasilitas umum seperti penerbangan dan juga hotel hingga sarana-sarana pelayanan publik lainnya. Di sisi lain, karena adanya Covid-19 juga membuka peluang PHK massal pada tenaga kerja yang mana dapat membuat masyarakat harus menggunakan tabungannya untuk kebutuhan sehari-hari dan melupakan rencana kegiatan berlibur.

Sehingga, untuk menyambut kebangkitan dunia pariwisata setelah pandemi Covid-19 benar-benar dinyatakan hilang, maka penggunaan teknologi *Tourism Virtual* seperti VR dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin berlibur namun tidak dapat mengupayakan hal tersebut karena satu dan lain hal, yang mana teknologi VR dapat menyediakan pengalaman bepergian tanpa adanya kontak fisik serta tanpa menggelontorkan dana untuk mobilisasi dan akses transportasi, hal ini masuk dalam konsep *engagement* (interaksi), bahwa VR dapat memberikan pengalaman yang hampir menyerupai berlibur secara nyata di era pandemi seperti konsumen dimanjakan secara

visual untuk melihat destinasi-destinasi pariwisata tanpa harus berkunjung secara fisik. Sedangkan di sisi lain, adanya adaptasi teknologi di era globalisasi ini juga dapat dimanfaatkan untuk era pasca-pandemik ketika Covid-19 di berbagai negara sudah mulai mereda, yang mana teknologi VR dapat mengupayakan prinsip pemasaran *engagement* (interaksi) dari segi sebagai referensi bagi para masyarakat untuk benar-benar memutuskan pergi ke destinasi tersebut nanti setelah pandemi COVID-19 selesai. Karena pada dasarnya, setelah peneliti melakukan observasi dengan melihat website <https://www.travelworldvr.com/>, teknologi VR yang ditawarkan sendiri sangat beragam, mulai dari pantai, hotel, gunung, hingga wahana, dimana hal ini dapat mewedahi informasi rute, suasana, dan juga kualitas fasilitas umum di sekitar destinasi tersebut secara spesifik kepada konsumen, sehingga di masa depan se usai pandemi, para konsumen dapat merencanakan list berlibur secara praktis dan terstruktur.

Implementasi Adaptasi Teknologi Virtual Tourism di Industri Penerbangan Indonesia

Berdasarkan artikel daring oleh Forbes (2020) yang telah dimuat pada pendahuluan, disebutkan bahwa keunikan dari adanya teknologi *Tourism Virtual* ini sendiri yakni adanya maskapai penerbangan Garuda Airlines yang turut serta mengadopsi inovasi VR (Forbes, 2020). Apabila dianalisa, maskapai Garuda sendiri merupakan BUMN yang bergerak di bidang transportasi udara. Dalam melayani fasilitas penerbangan komersial, Garuda telah memiliki eksistensi dan ekuitas brand yang menjadi market leader di Indonesia, terutama untuk menunjang kesuksesan industri pariwisata. Sedangkan keikutsertaan ini dapat dijadikan rujukan peluang positif dari adanya globalisasi terhadap kehidupan industri. Gagasan tersebut didukung pula oleh penelitian Petri (2020) yang menyebutkan bahwa dampak positif akan adanya industri yang menyadari perubahan-perubahan di era globalisasi yakni dengan adanya keikutsertaannya dalam mengadopsi teknologi yang mumpuni sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing dimana hal ini membuka peluang untuk meningkatkan kanal investasi serta pemerolehan modal untuk melakukan kegiatan bisnis secara berkelanjutan (Petri, 2020). Sehingga pada implementasinya, adanya konsepsi *Tourism Virtual* ini dapat menjadi kekuatan bagi Garuda ketika ia memutuskan berinovasi dengan teknologi VR, dimana inovasi ini akan semakin meningkatkan reputasi perusahaan dan sambutan yang baik dari pada stakeholder (investor). Peluang yang ada, akan semakin banyak para investor yang menanamkan saham pada Garuda, dimana peningkatan saham ini dapat digunakan untuk melebarluaskan upgrading teknologi VR yang dimiliki maupun sebagai modal untuk memperbarui dan memperbanyak fasilitas pendukung lain seiring dengan teknologi VR dilakukan, dan juga turut berpeluang mempertahankan harga serta manajemen laba yang ada pada maskapai Garuda di era pandemi Covid-19 segera berakhir.

Sedangkan di sisi lain, karena adanya Covid-19 yang mengakibatkan beberapa masyarakat tidak dapat merasakan sensasi penerbangan bersama Garuda karena adanya kebijakan di beberapa negara pada skema *Human Traffic*, maka melalui *Tourism Virtual* dengan membayar tarif yang lebih terjangkau dan mempergunakan teknologi VR, konsumen dapat merasakan kursi Garuda serta pemandangan yang ada di dalam pesawat meskipun tidak dapat dirasakan secara fisik, namun adanya teknologi dalam skema globalisasi ini telah berdampak positif yang mana hal ini dapat memberikan rujukan pengalaman yang mana konsumen dapat memiliki referensi sebelum benar-benar menggunakan Garuda secara fisik setelah pandemi Covid-19 benar-benar berakhir di setiap negara di dunia.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada artikel jurnal penelitian ini yaitu, dengan penyebaran penyakit Corona Virus Disease (Covid-19) yang mencapai intensitas 3,5%, maka dapat memiliki dampak di setiap sektor, terutama sektor pariwisata. Di samping banyaknya kebijakan setiap negara yang melakukan mitigasi *Human Traffic*, serta penyebaran coronavirus (Covid-19) yang menyebabkan pergeseran stigma, emosional, dan keinginan wisatawan untuk tidak melakukan kegiatan kunjungan ke berbagai destinasi, telah menjadikan penurunan jumlah wisatawan serta penurunan industri pariwisata di setiap negara, terutama negara berkembang yang mengandalkan pendapatannya dari retribusi pajak daerah pariwisata. Industri pariwisata mengalami penurunan besar, seiring banyaknya negara-negara yang melakukan pembatasan perjalanan guna mencegah penyebaran Corona (Covid-19). Sementara, adaptasi teknologi di era globalisasi seperti sekarang dapat menjadi rujukan bagi para industri untuk mulai bergabung mempergunakan inovasi bisnis *Tourism Virtual* yang mana hal ini memberikan peluang bagi industri seperti hotel, pariwisata hingga maskapai penerbangan untuk tetap menjual tiket mereka dengan harga yang cukup rendah agar konsumen dapat merasakan pengalaman berliburan secara virtual. Dimana fenomena ini menegaskan bahwa konsepsi globalisasi dapat memberikan dampak positif, terutama pada peningkatan adaptasi teknologi untuk membantu permasalahan di sektor pariwisata dalam menyambut kebangkitan sektor pariwisata setelah Covid-19 berakhir,

Rekomendasi pada penelitian ini untuk dikembangkan pada penelitian selanjutnya, maka dapat dikembangkan melalui skema kinerja dari inovasi bisnis *Tourism Virtual* pada bisnis <https://www.travelworldvr.com> secara terperinci. Dikarenakan keterbatasan sumber untuk menelaah kinerja <https://www.travelworldvr.com>, maka penelitian ini hanya berfokus pada dampak positif teknologi tersebut bagi permasalahan sektor pariwisata di era Covid-19, di sisi lain, penelitian di masa depan dapat turut dikolaborasikan dengan disiplin ilmu manajemen terkait perilaku konsumen dalam dunia pariwisata pasca pandemi Covid-19, dimana dengan adanya analisa mengenai kontribusi perilaku konsumen, dapat menciptakan gagasan baru terkait inovasi yang dapat menstimulus sektor pariwisata di dunia.

REFERENSI

- Abdillah & Noor, Noor & Suryana, Suryana. (2019). Teknologi Virtual Reality Mendukung Promosi Perjalanan Insentif Di Travelab Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 4. 17. Retrieved May 25, 2022, from <https://doi.org/10.35590/Jeb.V4i1.733>.
- ASEAN. (2020). *ASEAN Policy Brief 2020*. Jakarta: Sekretariat ASEAN
- Brelik, Agnieszka. (2018). Globalization in tourism. 19th International Scientific Conference "Economic Science for Rural Development, vol 42-48. Retrieved May 25, 2022, from <https://doi.org/10.22616/ESRD.2018.004>.
- Camilleri, Mark. (2017). *The Tourism Industry: An Overview*. Publisher: Springer, Milan, Italy. Retrieved May 25, 2022, from https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2_1.
- Dr. Dayananda.K.C. (2020). *Impact of Globalization on Tourism Development: Global Scenario*
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and Prospects for Event Tourism Research. *Tourism Management*, 52. Retrieved May 25, 2022, from

- <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). Principles of marketing. New York, NY : Pearson Education.
- Petri, P., & Banga, M. (2020). The Economic Consequences of Globalisation in the United States. ERIA Discussion Paper Series, Vol 311. Retrieved May 25, 2022, from <https://www.eria.org/uploads/media/discussion-papers/The-Economic-Consequences-of-Globalisation-in-the-United-States.pdf>
- Rahmawati, N., Yusuf A. H., Bambang T. (2020). Peran Dinas Pariwisata dalam Pengelolaan Wisata Minat Khusus di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(1), 1-9
- Rogers, S. (2020). How Virtual Reality Could Help The Travel & Tourism Industry In The Aftermath Of The Coronavirus Outbreak. Forbes. Retrieved May 25, 2022, from <https://www.forbes.com/sites/solrogers/2020/03/18/virtual-reality-and-tourism-whats-already-happening-is-it-the-future/>
- Sigala M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312–321. Retrieved May 25, 2022, from <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- The Jakarta Post. (2020). COVID-19 impacts across Indonesia’s business sectors: A recap. Retrieved May 25, 2022, from <https://www.thejakartapost.com/news/2020/03/30/covid-19-impacts-across-indonesias-business-sectors-a-recap.html>
- Tri Haryanto. (2020). Editorial: Covid-19 Pandemic And International Tourism Demand. *JDE (Journal of Developing Economies)* Vol. 5 No. 1 (2020): 1-5
- UNWTO. (2020). International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020, UNWTO Reports | UNWTO. www.unwto.org. Retrieved May 27, 2022, from <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>
- Vukadinovic, Predrag & Damnjanovic, PhD Aleksandar & Jovanovic, Z.. (2017). Position of tourism in global economy and its impact on GDP, employment and investments. *Vojno Delo International Edition*. 69. 263-278. Retrieved May 27, 2022, from <https://doi.org/10.5937/vojdelo1704263V>.
- Witt, Michael. (2019). De-Globalization: Theories, Predictions, and Opportunities for International Business Research. *Journal of International Business Studies*. 50. 1053-1077. Retrieved May 27, 2022, from <https://doi.org/10.1057/s41267-019-00219-7>.
- Yoeti, Oka A. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : ANGKASA.