
VIRTUAL TOUR : STRATEGI INDUSTRI PARIWISATA SELAMA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS JAKARTA GOOD GUIDE)

Kinanthi Harumni Jagadtya, Revi Agustin Aisyianita
(Program Studi Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta)

Abstrak

Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dikeluarkan pemerintah Indonesia dalam rangka mengurangi penyebaran COVID-19 memberikan dampak buruk ke seluruh sektor perekonomian. Tak terkecuali pada sektor pariwisata. Kebijakan pemerintah ini menjadikan terhentinya hampir seluruh kegiatan wisata dalam negeri.

Penulis mengambil studi kasus pada Jakarta Good Guide, salah satu pelaku industri pariwisata yang terpaksa melakukan pembatalan wisata mereka akibat pandemi. Jakarta Good Guide kemudian memberikan alternatif yakni, virtual tur. Di tengah masa pandemi, virtual tur menjadi strategi industri pariwisata dengan memberikan peluang usaha dalam bentuk produk pariwisata baru.

Virtual tur dinilai sebagai alternatif wisata untuk masyarakat dan menjadi alat promosi bagi pelaku industri pariwisata untuk melakukan physical tour. Penulis melakukan observasi dengan mengikuti virtual tur secara langsung, melakukan wawancara kepada tim Jakarta Good Guide dan para partisipan virtual tur, serta studi literatur dalam mendapatkan data.

Kata Kunci: COVID-19, Pandemi, Industri Pariwisata, Produk Pariwisata, Virtual tur, Jakarta Good Guide.

PENDAHULUAN

Industri perjalanan dan pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia yang dapat meraup keuntungan hingga 8,8 triliun dolar Amerika dan menjadikannya salah satu industry dengan pertumbuhan tercepat di dunia, menurut The World Travel and Tourism

Council. Kementerian pariwisata mencatat devisa yang disumbangkan sektor pariwisata Indonesia tembus US\$ 19,29 miliar. Dengan demikian, industri pariwisata tidak hanya menghasilkan pendapatan untuk suatu negara, tetapi juga merupakan salah satu mesin ekonomi yang paling penting untuk pertumbuhan dan pembangunan negara.

Pandemi virus corona (COVID-19) yang mulai menyebar ke hampir seluruh negara sejak awal tahun 2020 ini memiliki dampak melemahnya perekonomian negara di berbagai sektor, tidak terkecuali sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang paling terdampak oleh pandemi ini. Mengambil contoh kasus dari China, selama ini China dikenal sebagai negara dengan wisatawan terbanyak di dunia. Pada tahun 2018 jumlah wisatawan dari China yang bepergian ke seluruh dunia mencapai 150 juta orang. Angka ini diperkirakan mencapai 157 juta orang pada tahun 2020. Namun, dengan adanya wabah virus corona, angka tersebut mungkin akan mengalami koreksi yang cukup signifikan.

Menurut The World Travel & Tourism Council (WTTC,2020) Kerugian terkait pariwisata mencapai US\$ 2,1 triliun pada tahun 2020 dan 75 juta pekerjaan di sektor ini terancam. Pandemi COVID-19 memiliki dampak global dan juga di Indonesia sendiri, salah satunya yang terkena dampak adalah sektor pariwisata. Merebaknya virus corona (COVID-19) di berbagai wilayah di dunia mendesak pemerintah dari tiap negara untuk mengeluarkan *travel warning* atau imbauan dan/atau larangan pelaksanaan perjalanan demi meningkatkan kewaspadaan terhadap penyebaran virus. *Travel warning* juga dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia untuk mengantisipasi penyebaran COVID-19. Tak hanya mengeluarkan *travel warning*, beberapa penerbangan di dunia juga sempat membatalkan penerbangan dari dan ke luar negeri guna mencegah terjadinya penyebaran virus yang semakin massif.

Kebijakan karantina kesehatan yang dikeluarkan pemerintah Indonesia berupa PSBB, anjuran untuk tetap berada dirumah (*stay at home*) hingga kebijakan karantina wilayah (*lockdown*) menghambat mobilitas wisatawan untuk bepergian, dan ini sangat berdampak pada industri pariwisata yang komoditas utama dari industry tersebut adalah wisatawan itu sendiri. Situasi yang tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan wisata membuat industri perjalanan wisata mengalami krisis. Sekjen Asosiasi Travel Agent Indonesia (Astindo) Pauline Suharno menyebut seluruh agen travel saat ini sudah benar-benar terpurul. Total kerugian dari seluruh perusahaan agen travel di Indonesia, sampai akhir Februari 2020 lalu saja sudah mencapai Rp 4 triliun. Jika kondisi ini terus berlangsung dalam waktu lama, maka diprediksi akan banyak agen travel yang terpaksa gulung tikar. Oleh karena itu, beberapa agen wisata mulai mencari peluang di masa pandemi ini agar roda perekonomian tetap berputar.

Salah satu alternatif kegiatan yang dapat diterapkan adalah dengan mengadakan kegiatan wisata virtual atau lebih dikenal dengan istilah Virtual Tur, dimana wisatawan tetap bisa mengunjungi berbagai destinasi wisata di Indonesia secara aman tanpa harus meninggalkan rumah mereka. Wisatawan tidak lagi perlu melakukan reservasi tiket transportasi dan akomodasi, mereka hanya perlu memiliki akses internet untuk dapat menikmati kegiatan wisata dengan bantuan teknologi virtual. Salah satu media yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan virtual ini adalah *Virtual Reality*. Teknologi ini tidak asing dalam dunia pariwisata, teknologi ini dapat bermanfaat dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi, termasuk juga didalam pemanfaatannya sebagai hiburan, aksesibilitas, edukasi dan pemeliharaan peninggalan bersejarah hingga bagi pemasaran sebagai salah satu media promosi dalam industry pariwisata untuk pariwisata itu sendiri (Guttentag, D. A. , 2010)

Sebelum pandemi, penggunaan teknologi virtual dalam dunia pariwisata lebih difokuskan pada media promosi karena efek 360° yang ditimbulkan dari teknologi ini mampu menimbulkan kesan seolah-olah wisatawan benar-benar berada di destinasi wisata, sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi langsung destinasi tersebut. Namun pada masa pandemi ini, pemanfaatan Virtual Tur tidak hanya sebatas sebagai media promosi, tetapi justru menjadi sebuah produk pariwisata.

Virtual tur dapat dilihat sebagai alternatif untuk mengunjungi destinasi tujuan wisata yang tidak memungkinkan untuk dikunjungi di masa pandemi dan menjadi salah satu strategi industri pariwisata untuk bertahan di tengah pandemi. Dengan memanfaatkan fitur teknologi dan digital, penulis memperoleh beberapa pelaku industri pariwisata yang menyediakan jasa virtual tur antara lain Wisata Kreatif Jakarta, Atourin, Bersukaria Tour, Travalal, dan Jakarta Good Guide (JGG).

Meningkatnya pertumbuhan virtual tur di Indonesia sejak pandemi dan masih sedikitnya penelitian yang membahas terkait topik ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan mengambil Jakarta Good Guide sebagai studi kasus dengan tujuan untuk mengidentifikasi bentuk penerapan virtual tur yang dilakukan oleh Jakarta Good Guide, kendala yang dihadapi selama penerapan virtual tur, dan solusi apa yang dilakukan oleh Jakarta Good Guide dalam menghadapi kendala tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengambilan data melalui beberapa cara yaitu : observasi atau pengamatan langsung dengan mengikuti beberapa virtual tur yang diselenggarakan oleh Jakarta Good Guide, mencari dan menggunakan sumber tertulis antara lain adalah buku, artikel ilmiah dan hasil penelitian terdahulu terkait dengan penerapan virtual tur sebagai alternative produk wisata, dan melakukan wawancara dengan pihak Jakarta Good Guide yaitu dengan Chanda Adwitiyo selaku

Co-founder Jakarta Good Guide, juga membagikan kuisioner melalui Google form kepada beberapa partisipan yang sudah pernah mengikuti virtual tur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jakarta Good Guide Sebagai Pelaku Industri Pariwisata

Jakarta Good Guide (JGG) merupakan sebuah komunitas pemandu wisata yang terbentuk sejak tahun 2014 oleh Farid Mardhiyanto dan Chanda Adwitiyo. Dalam artikel Whiteboard Journal disebutkan bahwa Jakarta Good Guide merupakan pelopor yang menawarkan kegiatan tur jalan kaki atau *walking tour* ke berbagai destinasi yang ada di Jakarta. Terdapat 12 anggota pemandu yang sudah tersertifikasi dan berlisensi yang tergabung dalam Jakarta Good Guide. Pada awalnya komunitas ini dibentuk untuk membantu turis asing yang sedang berada di Jakarta agar dapat menjelajahi dan mempelajari sejarah singkat kota Jakarta dengan berjalan kaki, namun tur ini juga dapat dinikmati oleh wisatawan lokal.

Jakarta Good Guide menawarkan konsep unik dengan menggunakan sistem '*pay as you wish*' yang masih asing di Indonesia tetapi sudah banyak di temui di Eropa. Sistem ini membuat Jakarta Good Guide tidak menetapkan harga pada tur yang ditawarkan, namun membebaskan peserta tur untuk membayar sesuai kepuasan peserta dan sebagai bentuk penilaian atas pengalaman dan informasi yang diperoleh selama tur. Jakarta Good Guide mengadakan tur reguler dan weekend walking tour. Rute yang ditawarkan adalah Kota Tua, China Town, City Center, Menteng, Cikini, Pasar Baru, Jatinegara, Tanah Abang, Thamrin, dan lain-lain.

Pelaksanaan Virtual Tur di Jakarta Good Guide

Dengan dikeluarkannya kebijakan 'kerja dari rumah' oleh pemerintah provinsi DKI Jakarta melalui Surat Edaran No.14/SE/2020 pada 15 Maret 2020 yang disusul oleh imbauan dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta pada 20 Maret 2020 melalui Surat Edaran No.60/SE/2020 tentang penutupan sementara Kegiatan Operasional Industri Pariwisata Dalam Upaya Kewaspadaan Terhadap Penularan Infeksi COVID-19. Pada 31 Maret 2020 Pemerintah Indonesia juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memaksa Jakarta Good Guide untuk menghentikan seluruh kegiatan walking tour.

Hal tersebutlah yang melatarbelakangi Jakarta Good Guide untuk membuat virtual tur. Berbagai pilihan jenis virtual tur yang berdurasi 60-120 menit ditawarkan oleh Jakarta Good Guide. Dalam kegiatan ini Jakarta Good Guide mengadopsi sistem yang sama dengan menggunakan konsep 'pay as you wish' dengan tidak memasang tarif untuk virtual tur yang ditawarkan, hal ini merupakan keunikan Jakarta Good Guide dibandingkan dengan pelaku industri pariwisata lain yang juga menawarkan virtual tur.

Rute yang ditawarkan Jakarta Good Guide merupakan rute walking tour yang biasa dilakukan sebelum pandemi. Tetapi Jakarta Good Guide memberikan kesempatan kepada pemandu untuk mengeksplor rute-rute baru sesuai dengan pengalaman mereka. Destinasi luar negeri seperti Amerika, Perancis, Italia, dan negara-negara lainnya pun disediakan untuk virtual tur. Jakarta Good Guide sebagai penyedia virtual tur melakukan beberapa tahapan sebelum melaksanakan virtual tur yaitu:

1. Persiapan sebelum virtual tur

a. Riset

Dalam penyelenggaraan virtual tur, Jakarta Good Guide tidak hanya melakukan riset terhadap media serta aplikasi yang sedang *hype* digunakan oleh masyarakat tetapi juga persiapan dalam menyusun materi yang akan disampaikan oleh pemandu. Persiapan dalam virtual tur dilakukan kurang lebih satu minggu sebelum virtual tur dilaksanakan. ini dikarenakan pemandu harus melakukan riset mengenai rute destinasi juga menyusun materi pemanduan. Pemandu juga menyiapkan video serta gambar yang menarik untuk ditampilkan pada saat virtual tur berlangsung.

Materi pemanduan khususnya rute yang sama dengan rute *walking tour*, Jakarta Good Guide sudah memiliki materi yang biasa digunakan. Tetapi penggunaan materi belum tentu diceritakan secara sama karena tiap pemandu memiliki gaya dan ciri khas mereka masing-masing dalam melakukan pemanduan. Pemandu dapat berkreasi sesuai dengan apa yang mereka sukai, seperti pemilihan spot yang menjadi *point of interest* mereka.

Dengan demikian walaupun rute virtual tur yang dilakukan sama, tetapi gaya serta materi yang digunakan bisa berbeda-beda tiap pemandu. Hal ini tentunya menjadi pengalaman yang berbeda dan menarik bagi peserta virtual tur. Jakarta Good Guide tidak membuat aturan baku mengenai standar foto dan video yang digunakan. Jakarta Good Guide hanya memanfaatkan apa yang sudah tersedia di Google sebagai bahan dalam melaksanakan kegiatan virtual tur.

b. Uji coba materi

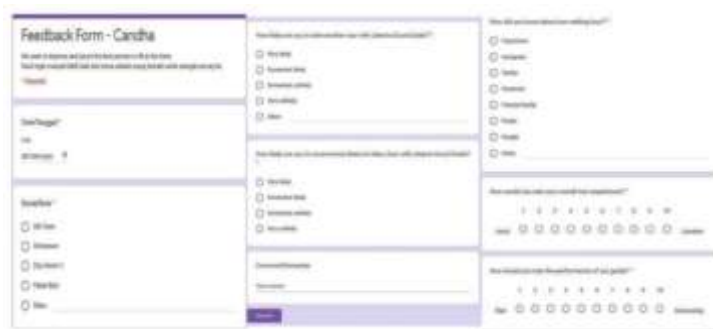
Setelah melakukan riset, menyusun rute, materi serta mengumpulkan video dan foto yang dibutuhkan dalam virtual tur. Pemandu lalu memberikan ke pihak manajemen. sebelum di publikasikan, akan dilakukan uji coba materi oleh pihak internal Jakarta

Good Guide untuk melihat dan memberikan masukan terhadap materi yang digunakan dalam rute virtual tur yang sudah dibuat. Selanjutnya, pihak manajemen akan mempublikasikan rute tersebut di sosial media dan website Jakarta Good Guide.

Pelaksanaan virtual tur oleh Jakarta Good Guide memiliki alur yang sama dengan walking tour dimana peserta yang ingin mengikuti virtual tur harus melakukan registrasi terlebih dahulu di website Jakarta Good Guide. Peserta virtual tur harus mengisi form pendaftaran sesuai dengan jadwal rute virtual tur yang tersedia. Selanjutnya peserta menunggu *e-mail* konfirmasi dari pihak Jakarta Good Guide yang didalamnya terdapat link untuk akses masuk ke dalam aplikasi *video conference* Zoom yang sudah disiapkan oleh pemandu.

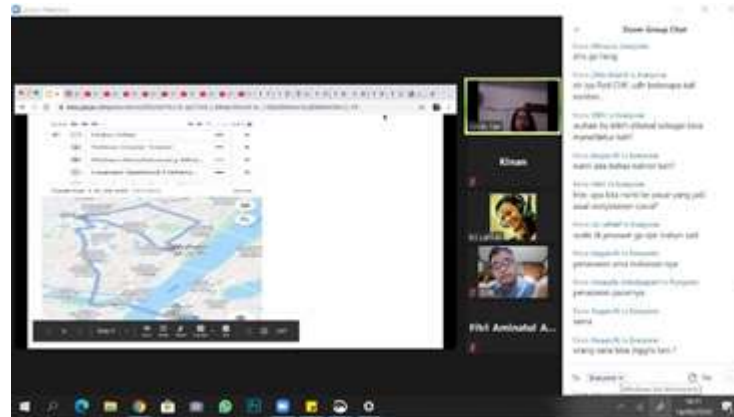
2. Setelah pelaksanaan virtual tur

Sama halnya dengan kegiatan wisata pada umumnya, setelah virtual tur selesai, pemandu akan membagikan link kuesioner atau feedback form kepada peserta. Kuesioner ini merupakan bentuk penilaian peserta terhadap pemandu dan virtual tur yang sudah dilakukan oleh Jakarta Good Guide. Dalam hal ini, Jakarta Good Guide akan melakukan evaluasi setiap minggu untuk membahas mengenai kuesioner yang sudah diisi oleh peserta virtual tur. Berikut merupakan contoh kuesioner yang dibagikan oleh pemandu setelah virtual tur selesai dilakukan.

The image shows a screenshot of a web-based feedback form titled "Feedback Form - Candra". The form is divided into several sections. On the left, there are fields for "Nama Peserta" and "Email". Below these are radio button options for "Ya" and "Tidak". The main body of the form contains two identical sets of radio button options for "Ya" and "Tidak", each followed by a text input field. At the bottom, there are two rows of radio button options for "Ya" and "Tidak", each followed by a text input field. The form is styled with a light blue and white color scheme.

Gambar 1. Feedback form

Virtual tur yang diselenggarakan oleh Jakarta Good Guide memiliki pola yang sama dengan *walking tour* yang biasa dilakukan. Tur dimulai dengan pemandu menyapa para partisipan, lalu pemandu memberikan informasi umum tentang destinasi yang dikunjungi.



Gambar 2. *Virtual Tour to Wuhan*

Pemandu memberikan informasi seolah-olah peserta sedang melakukan perjalanan, dengan menjelaskan rute yang akan dilalui. Pemandu memberikan penjelasan secara spesifik tentang objek wisata yang akan dikunjungi, makanan khas daerah destinasi, sejarah serta budaya setempat. Interaksi antara pemandu dan peserta juga terjadi pada saat virtual tur. Biasanya pemandu akan memberikan kuis kepada peserta dan memberikan hadiah kepada peserta yang dapat menjawab pertanyaan dengan benar.

Pemandu juga mengajak peserta untuk belajar bahasa daerah destinasi yang dituju. Contohnya, pada saat penulis mengikuti virtual tour to Wuhan, pemandu mengajarkan beberapa kosakata dalam bahasa mandarin yang bisa dipraktikkan saat mengunjungi destinasi secara langsung. Hal ini membuat virtual tur terasa lebih menyenangkan dan tidak membosankan. Pemandu juga menyediakan sesi tanya jawab apabila peserta merasa ada informasi yang disampaikan oleh pemandu kurang jelas.

Kendala dan Solusi pada Virtual Tur Jakarta Good Guide

Dalam penyelenggaraan virtual tur, aplikasi serta media yang digunakan harus didukung dengan koneksi internet yang baik. Kendala utama yang terjadi pada saat virtual tur antara lain adalah jaringan atau sinyal yang tidak merata di daerah Jabodetabek. Dari seluruh total anggota pemandu, ada 2 sampai 3 pemandu yang tidak ikut menjadi pemandu dalam kegiatan ini. Hal ini dikarenakan mereka kesulitan untuk melakukan virtual tur dari rumah mereka akibat jaringan internet yang tidak stabil di daerah tempat tinggal pemandu tersebut.

Tim Jakarta Good Guide mensiasati kendala ini dengan menyiapkan modem cadangan bagi pemandu untuk berjaga-jaga apabila sinyal hilang atau koneksi terputus. Dalam setiap pelaksanaan virtual tur, Jakarta Good Guide menyiapkan 1 orang pemandu dengan 1 orang lagi yang bekerja sebagai moderator saat sesi tanya jawab. Selain itu, moderator akan langsung mengambil alih apabila di tengah virtual tur berlangsung pemandu inti mengalami gangguan koneksi.

Selain masalah jaringan internet, tidak familiarnya beberapa pemandu terhadap teknologi yang semakin canggih membuat pemandu sedikit kesulitan menggunakan aplikasi dan media untuk virtual tur. Namun, seiring dengan banyaknya virtual tur yang telah dilaksanakan oleh Jakarta Good Guide, kendala-kendala tersebut mulai berkurang karena tim Jakarta Good Guide telah terbiasa dan telah mengantisipasi masalah tersebut.

Virtual Tur Sebagai Media Promosi

Selain sebagai alternatif wisata sementara, Jakarta Good Guide juga memanfaatkan virtual tur ini sebagai media promosi. Virtual tur yang telah dilakukan ini digunakan sebagai pemancing sekaligus alat promosi objek wisata atau destinasi wisata yang akan dikunjungi ketika masa pandemi berakhir. Para peserta virtual tur tak hanya mendapat kepuasan dari virtual

tur namun juga memicu keinginan peserta untuk dapat melakukan tur secara langsung. Kegiatan ini juga merupakan salah satu cara meningkatkan penjualan. Jakarta Good Guide mengatur rute virtual tur sesuai dengan rute walking tour yang biasa dilakukan sebelum pandemi sebagai bentuk produk untuk membujuk wisatawan membeli atau mengikuti walking tour dengan routes yang sama setelah pandemi berakhir.

Virtual tur dapat dijadikan sebuah produk wisata yang tidak hanya dapat menjaga kestabilan ekonomi pelaku industri wisata serta memberikan pemasukan di kala pandemi, tapi juga untuk menarik wisatawan untuk membeli produk lain dari penyelenggara virtual tur setelah pandemi berakhir.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Virtual tur merupakan strategi yang efektif bagi pelaku industri wisata dalam menjaga kestabilan ekonominya di masa pandemi. Pelaksanaan virtual tur oleh Jakarta Good Guide merupakan sebuah ide atau gagasan yang muncul karena pembatasan mobilitas yang terjadi akibat pandemi COVID-19 yang memaksa mereka menghentikan seluruh kegiatan wisata yang biasa dilakukan di berbagai destinasi wisata di Jakarta.

Jakarta Good Guide sebagai pelaku industri wisata telah membuktikan bahwa kegiatan wisata masih bisa dilakukan dalam bentuk virtual. Walaupun virtual tur tidak dapat menggantikan perjalanan wisata yang sesungguhnya, namun virtual tur dapat memberikan harapan bagi pelaku industri wisata untuk tetap menjalankan perekonomian pariwisata di tengah pandemi.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka peneliti merekomendasikan kepada pihak Jakarta Good Guide untuk bisa lebih memanfaatkan fitur pendukung lain seperti Google Earth, agar lebih menciptakan suasana yang lebih real saat mengunjungi destinasi wisata. Selain itu, menerapkan limit peserta pada tiap virtual tur agar memberikan kenyamanan yang lebih bagi peserta maupun pemandu.

Jakarta Good Guide juga di harapkan untuk dapat lebih memanfaatkan media sosial atau platform lain untuk mempromosikan virtual tur. Tak hanya melalui akun instagram, namun dapat melalui platform lain seperti Facebook, Twitter, Traveloka Xperience, dan sebagainya agar cakupan pasarnya lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewailly, J-M. 1999. *Sustainable tourist space: From reality to virtual reality?* *Tourism Geographies*, Jurnal Ilmiah, Vol.1, hal. 41-55
- Fandy Tjiptono. 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Guttentag, D. A. 2010. *Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism*, Jurnal Ilmiah, *Tourism Management*, Vol. 31 No. 5, hal 637-651
- Kismono, Gugup. 2001. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hakim, L. 2010. *Industri Pariwisata dan Pembangunan Nasional*, Jurnal Ilmiah, *Pariwisata dan Pembangunan Nasional*, Vol.3 No. 5, hal. 70-78.
- Hobson, J.S. Perry, Williams, Andrew Paul. 1995. *Virtual reality: A new horizon for the tourism industry*, hal. 128
- Mayers, Koen. 2009. *Ekowisata Panduan Dasar Pelaksanaan*. Jakarta: UNESCO
- Muljadi A.J. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Paolo Mura, dkk. 2016. *'Authentic but not too much': exploring perceptions of authenticity of virtual tourism*, Jurnal Ilmiah, *Information Technology & Tourism*, Vol.17 No.22, hal. 145-159
- Suswantoro, Gamal. 2007. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Tavakoli dan Mura. 2015. *Handbook of research on collaborative teaching practice in virtual learning environments*.

Vellas, Francois, Bécherel, Lionel. *Pemasaran Pariwisata Internasional*. N.p :
Yayasan Obor Indonesia. Hal 9-11.

Yoeti, Oka A. 1996. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Angkasa