

PANDEMI COVID 19 SEBAGAI AKSELERASI PENGGUNAAN “SMART TOURISM”

Abstrak: *Smart tourism merupakan bagian dari pengembangan smart city pada masa era revolusi industri 4.0. Penggunaan teknologi informasi berbasis digital dan dapat diakses kapan saja menjadi indikasi perubahan era tersebut. Seperti juga yang terjadi di masa pandemi, bahkan berwisata melalui fitur-fitur digital menjadi trend dan alternatif bagi wisatawan.*

Kata Kunci: *Smart Tourism, Smart City, Pandemi Covid-19*

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan keterhubungan aktivitas manusia dibelahan dunia dengan kemajuan teknologi informasi yang sering disebut internet. Revolusi industri 4.0 juga mempengaruhi cara kerja manusia sehingga lebih efektif dan efisien.

Sementara, pariwisata 4.0 (*tourism 4.0*) adalah pengembangan industri pariwisata dengan menggunakan teknologi yang memungkinkan industri pariwisata menjadi lebih cerdas (*smart*).

“*SMART City*” merupakan salah satu konsep pengembangan revolusi industri 4.0, demikian juga di dunia pariwisata tengah dikembangkan “*Smart Tourism*”.

Smart tourism didefinisikan sebagai platform pariwisata ICT yang terintegrasi. Platform ini mengintegrasikan peran teknologi informasi dengan layanan pariwisata secara efisien untuk dinikmati wisatawan. Hwang, Park, and Hunter, (2015) menyebutkan tujuan *smart tourism* untuk fokus pada kebutuhan pribadi wisatawan.

Dalam implementasi “*smart tourism*” diperlukan kerjasama seluruh pemangku kepentingan pariwisata, terlebih dukungan instansi pemerintah. Ditambah lagi, penggunaan *gadget* dan internet menjadi kebu-

tuhan keseharian masyarakat yang menjadikan *smart tourism* ini mudah disosialisasikan.

Peran dari *smart tourism* dapat memajukan destinasi wisata dengan inovasi untuk promosi, pelayanan wisata dan manajemen, memperluas platform informasi secara realtime.

Berbicara mengenai teknologi dan pariwisata ditengah pandemi saat ini memaksa kita menerapkan *smart tourism* sebagai langkah adaptif. Bahkan, ini juga terjadi diseluruh sektor ekonomi.

Pandemi Covid 19 memaksa manusia untuk mengubah pola kehidupan baru yang mengharuskan tiap individu melakukan aktivitas di rumah secara daring/online. Adaptasi kebiasaan baru ini yang mempengaruhi kondisi perekonomian dunia, termasuk Indonesia.

Di Indonesia, penurunan tingkat ekonomi ditandai masuknya resesi yang mengartikan pertumbuhan ekonomi bernilai minus dua kuartal secara berturut-turut.

Imbasnya, daya beli masyarakat berkurang dan banyak barang tidak laku. Jika ditinjau dari segi pariwisata, maka terlihat jelas penurunan wisatawan yang berdampak pada penurunan pendapatan.



oleh:

**Nurul Rochmah
Pramadika**
(Mahasiswa Pascasarjana
Pariwisata Berkelanjutan Unpad)

Belum lagi, aturan-aturan pemerintah yang sering menyulitkan pelaku usaha, termasuk pengelola daya tarik wisata, saat membuka usahanya, begitu juga wisatawan yang akhirnya merasa enggan untuk berwisata dalam kondisi seperti sekarang.

Pandemi covid 19 yang berkepanjangan inilah akhirnya membuat masyarakat merasa jenuh. Kondisi pelik inilah yang memberi peluang “*smart tourism*” dikembangkan lebih cepat dan efisien.

Pelaku usaha pariwisata mulai mengembangkan virtual tour sebagai bagian dari konsep “*smart tourism*”. Mereka memadukan berbagai fitur digital yang telah ada. Umumnya, selain melakukan telekonferensi *zoom meeting*, mereka juga menggunakan bantuan teknologi berupa *virtual reality* yang dapat merevolusi pengalaman berwisata dari wisatawan menjadi lebih interaktif, dan simpel.

Menurut American Libraries Association (2018), *virtual reality* adalah simulasi gambar/lingkungan yang dihasilkan komputer dan dapat dirasakan nyata menggunakan peralatan elektronik khusus, yang memungkinkan penggunaanya “hadir” di lingkungan tersebut seperti di dunia nyata terhadap objek dan informasi virtual tiga dimensi (3D) dengan data tambahan seperti grafik atau suara.

Virtual tour memang menjadi booming di awal-awal Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dilihat dari segi biaya, *virtual tour* murah karena tidak ada biaya akomodasi, transportasi, dan makan minum yang wajib dikeluarkan jika sedang berwisata. Akan tetapi, pengalaman yang diberikan selama kegiatan sangat terbatas, dianalogikan seperti kita sedang menonton video atau film di kamar, bedanya karena peserta dapat saling berinteraksi dengan pemandu wisata.

Ini menjadi tantangan bagi penyelenggara *virtual tour* agar ekspektasi wisatawan lebih terasa nyata baik dari gambar, video, maupun audio yang disajikan.

Meskipun pandemi Covid-19 menimbulkan kerugian yang besar, dilapangan menemukan ada beberapa pelaku usaha *Online Travel Agencies* (OTA) Indonesia mendapatkan keuntungan yang signifikan dari penjualan produk wisata virtual selama pandemi.

Sosial media juga turut andil dalam kegiatan wisata ini, seperti mengadakan live Instagram dan atau mengunggah di akun channel youtube jelajah daya tarik wisata atau hotel-hotel berbintang di Indonesia.

Tidak sampai disitu, pemandu wisata juga merasakan dampak positif dari wisata virtual ini. Mereka dapat memandu peserta melalui aplikasi *zoom meeting*, *google meet* atau media sosial lain dengan memadukan teknologi digital dan pemandu wisata yang memandu wisatawan selama kegiatan berlangsung.

Bahkan, mereka merasa ini lebih fleksibel sehingga mereka dapat menikmati waktu bersama keluarga sambil mencari nafkah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pandemic covid 19 saat ini tidak menutup peluang orang-orang untuk berwisata, juga tidak menutup sepenuhnya mata penghasilan pelaku usaha pariwisata.

Yang patut disyukui adalah karena pandemi Covid 19 terjadi disaat kita mulai terbiasa mengikuti era revolusi industri 4.0 sehingga konsep "*smart tourism*" yang sudah ada beberapa tahun sebelum pandemi terjadi memberikan dampak besar dalam proses adaptasi di sektor pariwisata.

Daftar Pustaka:

1. Hwang J., Park, H. Y., & Hunter, W. C. (2015). Construction Smarttourism Research: Seoul Destination Image. *Asia Pacific Journal of Information System*, Vol. 25, No. 1, pp. 163-78
2. Josrotia, A. & Gangotia, A. 2018. Smart Cities to Smart Tourism Destinations: A Review Paper. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*. Vol 1
3. American Library Association. 2020. *Virtual Reality: Tools, Publication, & Resources*. www.ala.org

Wisata Virtual yang Diselenggarakan Selama Pandemi Covid-19