



**ANALISA BENCHMARKING VIRTUAL TOUR SEBAGAI ALTERNATIF PRODUK
DAN MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA BUDAYA PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

(Studi Kasus : Yayasan Heritage Lasem Dan Pokdarwis Pulau Penyengat)

Oleh

Raja Mohammad Syafarullah¹⁾, Muhammad Patiyusuf²⁾

**¹Prodi Magister Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata
Batam, Batam**

E-mail: ¹rajafarul@gmail.com

Abstrak

Kebijakan pembatasan perjalanan masyarakat dalam upaya menekan penyebaran virus di masa pandemi Covid-19 berdampak besar bagi industri pariwisata. Situasi ini memaksa para pengelola destinasi wisata untuk melakukan inovasi produknya. virtual tour bisa menjadi alternatif produk wisata dan media promosi destinasi wisata di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi produk virtual tour Pokdarwis Pulau Penyengat agar mampu bersaing dengan produk virtual tour destinasi wisata lainnya. Dari hasil analisis Benchmarking menunjukkan bahwa virtual tour Pulau Penyengat memiliki keunggulan dalam aspek perlengkapan presentasi, materi dan metode virtual tour. Namun perlu dilakukan inovasi pada aspek perangkat teknologi visual, aktivitas interaktif dan saluran distribusi untuk menjadikan Pulau Penyengat Virtual sebagai produk wisata alternatif dan media promosi destinasi wisata budaya di masa pandemi COVID-19.

Kata Kunci: Covid-19, Virtual Tour, Wisata Budaya, Pulau Penyengat

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan bidang yang perkembangannya begitu pesat dalam beberapa dekade ini, pertumbuhan ekonomi di beberapa negara mengalami peningkatan yang signifikan dengan dikembangkannya sektor Pariwisata.

Industri pariwisata di berbagai negara berupaya menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan nilai jual pariwisatanya agar lebih kompetitif dibandingkan dengan para kompetitornya. Salah satunya adalah dengan mengembangkan wisata berdasarkan potensi di daerahnya termasuk di dalamnya potensi wisata warisan budaya yang beberapa tahun ini menjadi pilihan wisatawan dalam berwisata.

Wisata warisan budaya dipahami sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi destinasi sejarah dan warisan

budaya tertentu dengan tujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan dan daya tarik budaya.¹

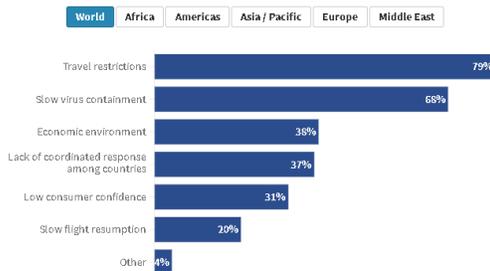
Pandemic Covid-19 yang melanda dunia sejak akhir tahun 2019 dan menyebar ke seluruh negara memiliki dampak multi sektoral yang besar, termasuk didalamnya sector pariwisata. Kebijakan pembatasan pergerakan orang dalam upaya menghentikan penyebaran virus Covid-19 yang diberlakukan hampir di seluruh negara menyebabkan anjloknya sektor pariwisata²

Angka kunjungan wisata internasional menurun 73% ditahun 2020 dibandingkan tahun 2019 dan 85% pada periode Januari – May 2021 dibandingkan tahun 2020.³ Hal ini mempengaruhi perekonomian dunia di sektor pariwisata. Kerugian terkait pariwisata mencapai US\$ 2,1 triliun pada tahun 2020 dan 75 juta pekerjaan di sektor ini terancam²



Menurut data yang didapat dari UNWTO (n.d.), setidaknya ada 7 faktor yang mempengaruhi pemulihan pariwisata internasional selama pandemic ³

Gambar.1 Faktor yang mempengaruhi pemulihan pariwisata Internasional



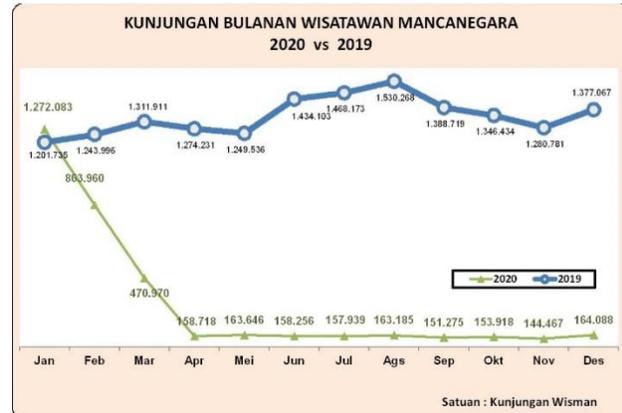
Sumber : UNWTO

Dilihat dari data gambar diatas, pembatasan perjalanan pada proporsi tertinggi sekitar empat perlima (79%), diikuti oleh penanganan virus lambat sebesar 68%, faktor lingkungan ekonomi sebesar 38%, dan kurangnya tanggapan terkoordinasi di antara negara sebesar 37%. Berikutnya adalah rendahnya kepercayaan konsumen sebesar 31% dan konsumsi penerbangan yang rendah 20%, dan factor lainnya sebesar 4%.

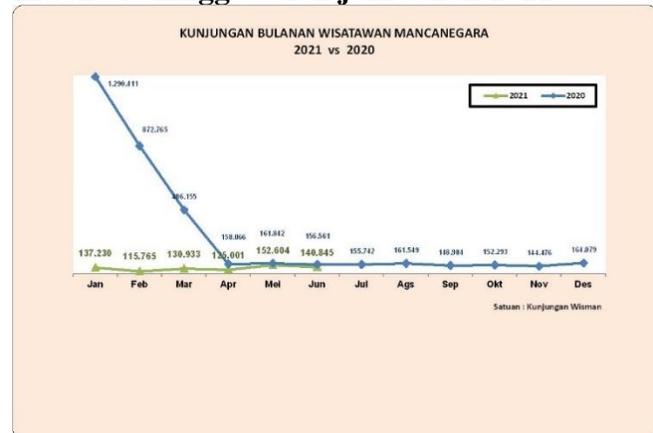
Indonesia merupakan negara yang terdampak Covid-19, sejak maret 2020 sampai juli 2021 3, 93 juta orang yang telah terinfeksi virus covid 19 di Indonesia.⁴

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang terdampak besar dari pandemi Covid -19. Kunjungan Wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk tahun 2020 berjumlah 4.052.923 kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 78,84% dibandingkan tahun 2019 ⁵. Hingga bulan juni tahun 2021 kunjungan wisman ke Indonesia berjumlah 140.845 kunjungan atau mengalami penurunan kunjungan sebesar 10.04 % dibandingkan bulan juni tahun 2020 ⁶

Gambar 2. Grafik kunjungan Wisman ke Indonesia tahun 2020



Gambar. 3. Grafik kunjungan wisman ke Indonesia hingga bulan juni tahun 2021



Dari gambar diatas terlihat penurunan angka kunjungan wisatawan yang sangat signifikan dari tahun 2019 sampai tahun 2021. Penurunan angka kunjungan wisata tentunya sangat berpengaruh terhadap industri pariwisata di Indonesia.

Disisi lain, dunia saat ini telah memasuki era teknologi digital. Hampir semua bidang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sepenuhnya guna mencapai efisiensi yang setinggi-tingginya sehingga menghasilkan model bisnis baru berbasis digital. Salah satu perkembangan teknologi digital adalah penggunaan internet di segala bidang.

Oleh karena itu, ada panggilan untuk memanfaatkan situasi krisis COVID-19 sebagai peluang untuk mereformasi sektor perjalanan dan pariwisata agar menjadi lebih berkelanjutan (Ioannides dan Gyimóthy 2020;



UNWTO 2020a), lebih bergantung pada penggunaan teknologi (misalnya, aplikasi robot, mobilitas teknologi pelacakan, aplikasi realitas virtual, virtual tur, kontrol identitas digital di bandara, dan layanan mandiri kios check-in) sebagai alternatif aman untuk interaksi manusia langsung (Sigala 2020; Zeng, Z., P. Chen 2020) dan untuk mengembangkan pengalaman pariwisata yang inovatif dan digital (UNWTO 2020a).

Pulau Penyangat dan Lasem merupakan destinasi wisata budaya yang terdampak pandemic Covid – 19 dan memanfaatkan teknologi sebagai sebagai strategi pemasaran destinasi wisata dengan membuat alternatif produk wisata berbasis teknologi yaitu *virtual tour*.

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.²

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi Pulau Penyangat dan Lasem dalam memanfaatkan *virtual tour* sebagai aternatif wisata dan strategi promosi destinasi wisata budaya pada pandemi Covid – 19

LANDASAN TEORI

Benchmarking

Benchmarking menurut Watson (1997) adalah proses pengukuran yang sistematis dan berkesinambungan. Sebagai suatu strategi, benchmarking diharapkan dapat mengidentifikasi kunci sukses untuk bidang yang diteliti, memberikan target kuantitatif untuk sasaran dan membantu perusahaan untuk membangun budaya yang memungkinkan terjadinya perubahan, adaptasi, dan penyempurnaan secara terus menerus pada setiap aspek atau bidang yang menjadi kelemahan dan tertinggal dari perusahaan lain.

Sehingga secara umum manfaat yang diperoleh dari patok duga dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok besar, yaitu perubahan budaya, perbaikan kinerja dan peningkatan kemampuan sumberdaya manusia (Tjiptono & Diana, 1996)

Benchmarking mendorong perusahaan untuk terbuka terhadap metode, ide, proses, dan praktik baru untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kinerja (Deros et al., 2006).

Menurut Watson (1997) dalam praktik dikenal empat jenis dasar benchmarking

1. Benchmarking internal, dimana dibandingkan operasi suatu perusahaan dengan suatu bagian internal.
2. Benchmarking kompetitif, yaitu diadakan perbandingan dengan berbagai saingan, misalnya perbandingan karakteristik produk, kinerja dan fungsi dari produk yang sama yang dihasilkan saingan dalam pasar yang sama.
3. Benchmarking fungsional, yaitu diadakan perbandingan fungsi dari perusahaan perusahaan yang berada di berbagai industri.
4. Benchmarking generik, yaitu perbandingan pada proses bisnis fundamental yang cenderung sama di setiap perusahaan misalnya menerima pesanan, service pelanggan, dan pengembangan strategi, maka dapat diadakan meskipun perusahaan itu berada di bidang industri yang berbeda

Virtual tour

Virtual tour adalah simulasi dari lokasi yang ada, biasanya terdiri dari urutan video atau gambar diam (C Meg. Nicola Building *Virtual tour*; Considering simulation in the equity of experience concept. 2011.) Hal ini juga dapat menggunakan unsur-unsur multimedia lainnya seperti efek suara, musik, narasi, dan teks. [4] J Dusan; Rogue, Antonio; Leuski, Anton; Morie, Jacki; Traum, David. A *Virtual tour* Guide for Virtual Worlds. 2009.



Waraney et al. (2017:2). menambahkan *virtual touri* merupakan teknologi yang memungkinkan wisatawan melihat sebuah daya tarik wisata dalam bentuk gambar dan video sehingga bisa membayangkan sebuah destinasi dengan baik. *Virtual tourism* dapat dijadikan sebuah media yang bisa menghadirkan dan menghidupkan imajinasi bagi para penggunanya. Sehingga penggunaannya seolah-olah mengalami dan merasakan keadaan yang sesungguhnya Suhendar & Fernando, (2016).

Virtual tour merupakan bagian dari *smart tourism*. Sebagian besar peneliti telah mendefinisikan *Smart Tourism Technology (STT)* adalah konstruksi multidimensi dan mengkategorikannya ke dalam empat dimensi yaitu, aksesibilitas, keinformatifan, interaktivitas, dan personalisasi.⁹

Aksesibilitas dalam *Smart Tourism Technology* berkontribusi pada kemudahan penggunaan yang dirasakan, karena wisatawan dapat menggunakan lebih banyak informasi dan membuat pengalaman perjalanan yang berkesan serta kepuasan dengan destinasi wisata¹⁰. Aksesibilitas dapat menjadi pendorong untuk menciptakan pengalaman, menjadi prediktor penting dari pengalaman berwisata yang berkesan¹¹

Informatif mengacu pada gabungan kualitas dan kepercayaan informasi yang diberikan oleh STT di destinasi wisata. Memanfaatkan STT (misalnya, augmented reality atau virtual reality) di destinasi pariwisata cerdas, wisatawan dapat dengan mudah menghargai kedalaman dan ruang lingkup informasi untuk kegiatan pariwisata mereka. Memperoleh informasi yang kaya seperti itu membantu mereka termotivasi dan terstimulasi untuk memperkaya pengalaman perjalanan mereka di destinasi pariwisata cerdas.¹⁰

Interaktivitas mengacu pada bagaimana interaksi yang terjadi atau dirasakan oleh pengguna selama pemakaian. Interaktivitas mempromosikan interaksi bilateral antara pemangku kepentingan ketika

individu menggunakan STT. Partisipasi aktif pengguna memungkinkan STT untuk memberikan informasi yang lebih dapat diterapkan dan relevan, yang pada gilirannya memudahkan dalam mencari informasi perjalanan secara efisien.¹⁰

Personalisasi mengacu pada bagaimana pengguna diberikan kebebasan untuk melakukan pengaturan sesuai yang diinginkan. Memberikan layanan personalisasi pada smart tourism merupakan salah satu cara efektif untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan memaksimalkan pengalaman wisata, karena pelayanan personalisasi memungkinkan untuk destinasi menyesuaikan informasi yang akan ditawarkan¹⁰

Interaktivitas dan personalisasi memungkinkan STT untuk terus menyediakan informasi yang paling relevan dan tepat untuk wisatawan, dengan demikian meningkatkan dan memaksimalkan pengalaman perjalanan wisatawan.

Wisata Warisan Budaya

Kemenpar (2019) ; menyebutkan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi destinasi wisata sejarah dan warisan budaya tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata sejarah dan warisan budaya yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Produk Pariwisata

Hengky Hermantoro (2015): 188. Menyebutkan Produk pariwisata adalah setiap produk yang dipasarkan dengan tujuan untuk menarik kunjungan wisatawan . Ia didefinisikan sebagai pengalaman total yang dapat memperkaya pengalaman wisata yang didapatkan wisatawan sejak dari kedatangansampai pulangny dari destinasi pariwisata yang dikunjungi

Produk wisata meliputi skenario perjalanan (yang terdiri atas “pola perjalanan” atau travel pattern, “jalur warisan budaya” atau heritage trail, serta durasi waktunya),



pengemasan produk (dalam bentuk itinerary atau “rencana perjalanan”), serta pembagian peran untuk memposisikan menjadi pelaku budaya dan pelaku pariwisata.

Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran meningkatkan penjualan.

Philip Kotler (1997, 142) mendefinisikan promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membeli

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan¹².

Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial (Creswell, 2016)

Penelitian case study atau penelitian lapangan (*field study*) dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang masalah keadaan dan posisi suatu peristiwa yang sedang berlangsung saat ini , serta interaksi lingkungan unit social tertentu yang bersifat apa adanya (*given*). Subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok, institusi atau masyarakat. Penelitian case study merupakan studi mendalam mengenai unit social tertentu dan hasil penelitian tersebut

memberikan gambaran luas serta mendalam mengenai unit social tertentu. Subjek yang diteliti relatif terbatas, namun variabel-variabel dan fokus yang diteliti sangat luas dimensinya¹³

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini adalah dengan cara observasi atau pengamatan langsung, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode *benchmarking* dengan pendekatan kompetitif,

Data yang digunakan adalah data primer (data dari informan) dan data sekunder (buku-buku pustaka, catatan-catatan ilmiah, jurnal ilmiah serta laporan, arsip atau dokumen lainnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek penelitian Pulau Penyengat

Pulau Penyengat adalah salah satu kelurahan di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau yang merupakan destinasi wisata unggulan Kota Tanjungpinang. Pulau ini memiliki warisan sejarah yang terkait dengan kerajaan melayu Riau – Lingga – Johor- Pahang pada abad ke – 17 sampai abad ke – 20. Pada masa lalu pulau penyengat memiliki peran sebagai pusat pertahanan, pusat pemerintahan dan pusat literatur dan kesusateraan.

Di pulau yang memiliki ukuran 2, 8 Km2 ini terdapat 46 situs cagar budaya berupa struktur dan bangunan. Melalui keputusan menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 112/M/2018 tentang Kawasan Cagar Budaya Pulau Penyengat Sebagai Kawasan Cagar Budaya Peringkat Nasional. Kini satuan geografis pulau Penyengat secara keseluruhan ditetapkan menjadi Kawasan Cagar Budaya. Adapun cagar budaya yang terdapat dipulau penyengat adalah sebagai berikut:



Melalui peraturan walikota Tanjungpinang, Pulau Penyengat ditetapkan menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan Daerah Kota Tanjungpinang.

Kelompok sadar Wisata Pulau Penyengat merupakan perkumpulan yang mempunyai tujuan untuk memberikan kesadaran dan pemahaman kepada masyarakat untuk mengoptimalkan potensi wisata di Pulau Penyengat dalam upaya meningkatkan perekonomian.

Dalam upaya mencapai tujuan organisasi, Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat melakukan berbagai kegiatan di bidang Pariwisata berdasarkan keunggulan komparatif Pulau Penyengat sebagai kawasan wisata budaya dengan membuat produk pariwisata budaya yang berbasis masyarakat. Terdapat 8 produk pariwisata warisan budaya yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat yaitu :

1. Tour Literatur Pulau Penyengat
2. Tour Sejarah Pulau Penyengat
3. Tour Sepeda
4. Wisata Pengalaman Gurindam 12
5. *Cooking class*
6. Wisata pegalaman berpakaian tradisional Melayu
7. Tour Masjid Raya Sultan Riau
8. Wisata pengalaman kuliner Melayu **Lasem**

Lasem merupakan sebuah kecamatan di kabupaten Rembang [Jawa Tengah, Indonesia](#). Merupakan kota terbesar kedua di Kabupaten Rembang setelah [kota Rembang](#).

Kecamatan Lasem mempunyai potensi wisata yang kuat karena memiliki akulturasi budaya yang menarik, terutama keragaman etnis dan umat beragama disana. Potensi menarik lainnya yaitu, seni arsitektur bangunan kuno yang terdapat di Lasem, batik tulis serta wisata alam, sejarah dan kuliner khas Lasem. Terdapat banyak lokasi wisata yang memiliki pesona tersendiri, mulai dari wisata religi, budaya, sejarah, alam dan belanja.

(
https://id.wikipedia.org/wiki/Lasem,_Rembang)

Yayasan Lasem Heritage

Yayasan Lasem Heritage, yaitu suatu kelompok penggerak wisata di Lasem yang bergerak di bidang pelestarian pusaka lasem melalui divisi Kesengsem Lasem yang melakukan promosi tentang wisata Lasem dan Discover Lasem sebagai Tour Operator. Yayasan ini telah menarik beberapa wisatawan atau pengunjung yang diantaranya adalah artis ibu kota, aktivis, peneliti maupun wisatawan asing untuk berkunjung ke Lasem

Visi dari Yayasan Lasem Heritage adalah ikut mewujudkan Lasem sebagai kota yang bisa mencerminkan kepribadian dan jati diri warganya sehingga tercipta keharmonisan yang membahagiakan, termasuk membahagiakan warga dan juga bisa dinikmati pendatang.

Untuk mewujudkan visinya, Yayasan Heritage Lasem memiliki misi yaitu :

- a. Memperkokoh hubungan masyarakat Lasem yang sudah terjalin bagus selama berabad abad, sehingga tercipta hubungan yang dinamis tanpa kehilangan jati diri.
- b. Mengajak seluruh elemen masyarakat untuk ikut memiliki kota Lasem.
- c. Menumbuh kembangkan niat dan mendorong setiap individu atau kelompok kelompok yang ada dalam masyarakat agar meningkatkan kemampuan dan kreatifitasnya masing masing dalam rangka menyambut Lasem sebagai kota tujuan wisata.
- d. Mengajak seluruh elemen masyarakat dalam peningkatan pemanfaatan sumber daya alam dengan cara merawat serta mengelolanya secara lestari dengan diimbangi ilmu pengetahuan yang memadai dengan tidak melupakan nilai nilai tradisi yang ada dan tetap harus dijaga , sehingga lambat laun akan terakumulasi menjadi sebuah tatanan kehidupan yang



harmonis, berhasil guna dan dapat dinikmati seluruh generasi anak negeri Produk Wisata Yayasan lasem Heritage

Produk dari Yayasan Lasem Heritage yaitu, jasa *guide* wisata budaya, *event organizer*, fasilitator, narasumber penelitian dan pengelola museum (Museum Nyah Lasem dan Museum Batik Tiga Negeri). Selama pandemi covid-19 ini, Yayasan Lasem Heritage cepat dalam beradaptasi untuk merubah pola konsumsi wisata maupun data.

Pemanfaatan *Virtual tour* Sebagai Alternatif Produk Wisata Dan Media Promosi Destinasi Wisata Budaya Pada Masa Pandemi Covid-19 oleh Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat dan Yayasan Heritage Lasem

Kebijakan pemerintah tentang pembatasan perjalanan dan penutupan tempat wisata dalam upaya memutus rantai penyebaran virus Covid-19 membuat Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat dan Yayasan Heritage Lasem menghentikan semua kegiatan wisata. Hal ini berdampak pada penurunan pendapatan usaha pariwisata masyarakat

Untuk itu kelompok ini melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi digital dengan membuat *Virtual tour*

Gambaran *Virtual tour* Pulau Penyengat dan Lasem

1. Metode *virtual tour*

Virtual tour Pulau Penyengat dan Lasem dibuat dengan metode *virtual tour* dengan virtual guide, dimana dalam *virtual tour* ini dipandu oleh pemandu wisata yang akan menjelaskan daya tarik wisata yang di kunjungi.

2. Rute, tema dan materi *virtual tour*

Virtual tour Pulau Penyengat mengusung tema yang diadopsi dari tour fisik yang merupakan produk pariwisata Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat. Salah satu temanya adalah Pulau Penyengat “Taman para

Cendekia” yang diadopsi dari Tour literatur Pulau Penyengat.

Tour ini membawa pengunjung ke tempat bersejarah terkait dengan peranan Pulau Penyengat sebagai pusat literatur dan kepenulisan pada abad ke-19. Seperti Masjid Raya Sultan Riau, situs balai pengobatan, makam tokoh penting Intelektual di Pulau Penyengat bahkan di Nusantara.

Pada akhir tour pengunjung akan dikenalkan dengan aksara yang merupakan salah satu warisan peninggalan intelektual di Nusantara yang banyak digunakan dalam karya tulis pada masa lalu.

Pada *Virtual tour* Lasem, mengusung Tema “Batik tiga negeri”. *Virtual tour* ini mengajak peserta mengunjungi Lasem Kota Batik penghasil batik tiga negeri tertua di Indonesia selama dua jam untuk mengenal sejarah asal usul, filosofi warna, makna motif, dan fungsi batik tiga negeri di Indonesia.

Host juga akan mengajak peserta ‘berkunjung’ serta berinteraksi dengan tiga orang co-host dari keluarga pembuat batik tiga negeri turun temurun di Lasem yaitu Renny Priscilla (Rumah Batik Maranatha Ong’s Art), Ekawatiningsih (Rumah Batik Lumintu), dan Rudi Siswanto (Rumah Batik Kidang Mas).

Kegiatan tur virtual Kisah Batik Tiga Negeri Lasem diselingi dengan permainan interaktif dan pengalaman melipat kain tapeh (panjang) untuk para peserta dipandu oleh host. Dengan mengikuti program ini, Anda turut berkontribusi dalam program pelestarian batik tulis dan pengembangan produk kreatif batik serta kriya lainnya di Lasem bersama Yayasan Lasem Heritage - Kesengsem Lasem.

3. Aspek Sumberdaya Manusia

Dalam pelaksanaan *virtual tour* Pulau Peyengat terdapat beberapa sumberdaya manusia yang terlibat antara lain : Pemandu wisata, asisten sorot, pembawa acara yang kesemuanya merupakan anggota Kelompok Sadar Wisata Pulau

Penyengat. Kesemua petugas berada dalam ruangan

Pada *virtual tour* Lasem selain Pemandu wisata, asisten sorot, pembawa acara, yayasan heritage Lasem juga melibatkan pengrajin batik untuk menjelaskan produk dan tatacara pengolahan Batik Tiga Negeri Lasem

4. Perangkat Teknologi yang digunakan

Dalam *virtual tour* Pulau Penyengat, beberapa perangkat teknologi yang digunakan :

A. Perangkat Visual

1. VR Photography 360

Perangkat visual yang digunakan dalam *Virtual tour* Pulau penyengat adalah foto dengan menggunakan teknologi VR Photography 360. VR photography atau *virtual reality photography*, adalah suatu teknik untuk dapat melihat secara interaktif foto *panorama* yang memiliki sudut pandang lebar. Sebuah VR Photograph secara umum adalah suatu tampilan foto lebar yang mencakup sudut pandang 360 derajat dan dapat mencakup seluruh *spherical view*.¹⁴

Penggunaan teknologi VR Photography 360 yang dapat berputar secara horizontal dan vertikal diharapkan akan memunculkan suasana, seakan-akan berada di dalam pemandangan dunia asli.

Gambar. 4. Hasil foto 360



2. Foto dan Video

Dalam *virtual tour* Pulau Penyengat foto dan video yang ditampilkan berupa foto-foto tempo dulu, manuskrip, fasilitas dan kegiatan yang berkaitan dengan tema tour.

Pada *virtual tour* Lasem, perangkat teknologi yang digunakan antara lain :

1. Video Rekaman Perjalanan

Merupakan rekaman video perjalanan menuju ke tempat – tempat singgah dalam tour, dalam video ini juga menayangkan situasi kota Lasem, tujuan penayangan video agar peserta *virtual tour* seakan – akan merasakan suasana perjalanan sebagaimana tour fisik

2. Produk warsa Lasem

Dalam *virtual tour* lasem ditayangkan produk fisik wastra Lasem yaitu kain batik khas lasem yang beraneka ragam dan corak tujuan ditampilkannya produk wastra agar menarik peserta

3. Peta perjalanan menggunakan google map dan google street view

Pada *virtual tour* Lasem, perjalanan dipandu dengan menayangkan peta perjalanan yang tertera dalam *google map* dan *google street view* tujuannya agar mengedukasi peserta jika suatu saat dapat berkunjung ke Lasem

B. Perangkat Penyajian

Penyajian *Virtual tour* Pulau Penyengat dan Lasem menggunakan *platform video Conference*. *platform* adalah media atau wadah yang digunakan untuk menjalankan *software*. Terdapat beberapa platform yang dapat digunakan untuk membuat program *virtual tour*. Sebut saja *platform video conference* seperti *Skype*, *Google Hangouts Meet*, *Cisco Webex*, *Microsoft Teams*, *Slack*, *Go To Meeting*, *Whatsapp*, *Facetime*, *FreeConference*, *Jitsi* dan *Zoom Cloud Meeting*.¹⁵

Diantara sekian banyak platform tersebut, *Zoom* adalah yang saat ini paling populer untuk digunakan oleh para penyelenggara wisata virtual¹⁵ termasuk dalam *virtual tour* Pulau Penyengat dan Lasem

5. Jumlah dan Karakteristik Peserta

Pada *Virtual tour* Pulau Penyengat Taman Para Cendekia yang diselenggarakan oleh Traval.co tercatat 68 peserta yang mengikuti dari Platform Zoom dan 25 orang dari *Youtube*, peserta berasal dari dalam dan luar negeri khususnya Malaysia

Pada *virtual tour* Batik Tiga Negeri Lasem, peserta mencapai 200 orang yang bergabung dalam *platform zoom* dan 60 orang yang mengikuti melalui *Youtube*

Gambar 5. peserta *Virtual tour* Penyengat



6. Saluran distribusi

Virtual tour pulau penyengat dan Lasem bekerjasama dengan biro-biro perjalanan yang melaksanakan kegiatan *virtual tour* seperti Traval.co, Outing.id dan komunitas traveler

Gambar 6. Operator penyelenggara *Virtual tour* Penyengat



3.2.2. Persepsi Peserta terhadap *Virtual tour* Pulau Penyengat dan Lasem

Analisa terhadap hasil *virtual tour* berdasarkan hasil review 8 reviewer dari 68 peserta yang mengikuti *Virtual tour* Taman Para cendekia, dan 24 orang dari 200 peserta yang mengikuti *virtual tour* Batik Tiga Negeri Lasem. data ini di dapat dari website penyelenggara *virtual tour* traval.co. didapatkan hasil sebagai berikut :

a. Aspek Aksesibilitas

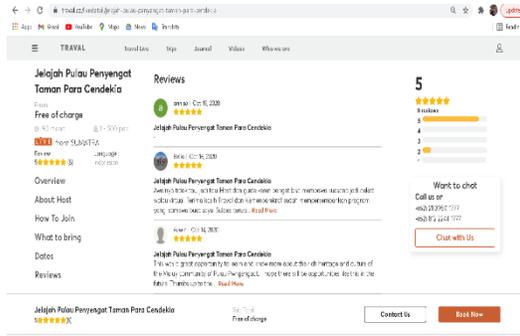
Aksesibilitas, mengacu pada seberapa mudah seseorang dapat mengakses dan menggunakan informasi yang ditawarkan di tempat tujuan. Untuk dapat menikmati *virtual tour* Pulau Penyengat dan Lasem dilakukan melalui *Platform Video conference zoom* dan *Youtube*. dan untuk informasi akan *Virtual tour* ini dilakukan promosi melalui media sosial.

b. Aspek Informatif

Informatif akan memberikan pengalaman yang berkesan pada pengunjung, dengan mendapatkan informasi yang jelas wisatawan akan mempermudah wisatawan. Dari hasil review, peserta mendapatkan informasi yang menarik tentang materi *virtual tour*, penyampaian Pemandu yang menarik juga menjadi faktor yang menjadikan tour ini informatif.

Gambar.7 Hasil review terhadap aspek informatif *Virtual tour* Penyengat





Bella *****

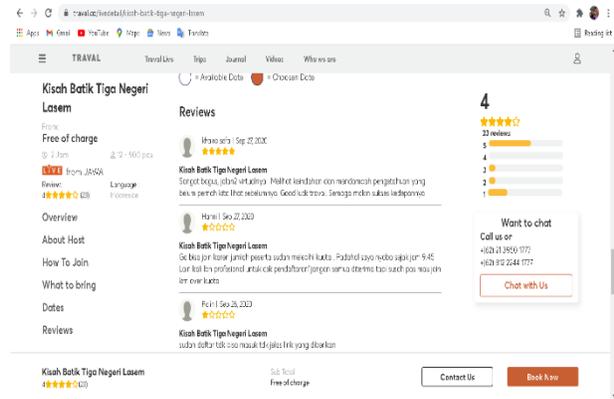
“Jelajah Pulau Penyengat Taman Para Cendekia Awalnya tidak tau, jadi tau. Host dan guide keren banget bisa membawa suasana jadi dekat walau virtual. Terima kasih Traval dan Kemenparekraf sudah mempersembahkan program yang istimewa buat saya”

Taroni *****

Jelajah Pulau Penyengat Taman Para Cendekia Sangat menarik, karena belum banyak yang mengetahui kebudayaan di Pulau Penyengat ini, terutama masyarakat diluar pulau Sumatera. Terima kasih boleh bergabung diacara ini. Saya akan coba gabung lagi di session berikutnya”

Gambar.8

Hasil review terhadap aspek informatif
Virtual tour Lasem



Khaira sofa *****

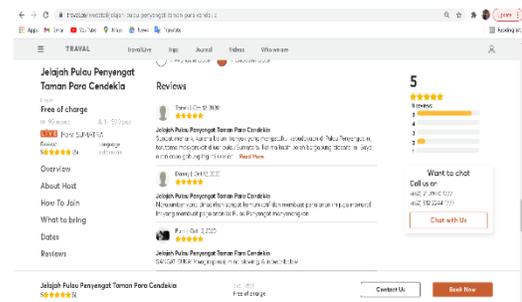
Kisah Batik Tiga Negeri Lasem Sangat bagus, jalan2 virtualnya . Melihat keindahan dan mendambah pengetahuan yang belum pernah kita lihat sebelumnya. Good luck traval. Semoga makin sukses kedepannya

c. Aspek Interaktivitas

Interaktivitas mengacu pada bagaimana interaksi yang terjadi atau dirasakan oleh pengguna selama pemakaian. Dalam virtual tour, peranan pemandu wisata yang dapat membawa cerita yang menarik dan informatif membuat virtual tour menjadi berkesan bagi wisatawan.

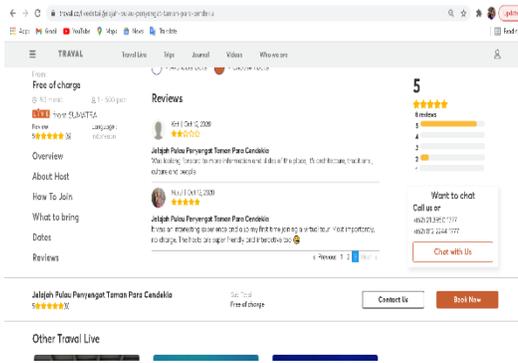
Gambar.9

Hasil review terhadap aspek interaktivitas
Virtual tour Penyengat



Gambar 10

Hasil review terhadap aspek interaktivitas
Virtual tour Penyengat



Danny *****

Jelajah Pulau Penyengat Taman Para Cendekia

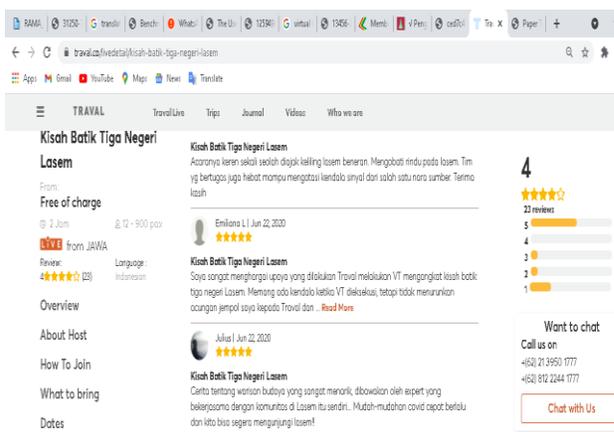
“Narasumber yang dihadirkan sangat komunikatif dan membuat perjalanan ini juga interaktif. Ini yang membuat perjalanan ke Pulau Penyengat menyenangkan”.

Putri*****

Jelajah Pulau Penyengat Taman Para Cendekia

“SANGAT SUKA! Menginspirasi, mind blowing, & indescribable”

Gambar.11
Hasil review terhadap aspek interaktivitas *Virtual tour* Lasem



Yohana /

Kisah Batik Tiga Negeri Lasem

Acaranya keren sekali seolah diajak keliling lasem beneran. Mengobati rindu pada lasem. Tim yg bertugas juga hebat mampu mengatasi kendala sinyal dari salah satu nara sumber.

Terima kasih

Emiliana L /

Kisah Batik Tiga Negeri Lasem

Saya sangat menghargai upaya yang dilakukan Traval melakukan VT mengangkat kisah batik tiga negeri Lasem. Memang ada kendala ketika VT dieksekusi, tetapi tidak menurunkan acungan jempol saya kepada Traval dan para narasumber. Terimakasih untuk berbagi pengetahuan, pengalaman.

d. Aspek Personalisasi

Personalisasi mengacu pada bagaimana pengguna diberikan kebebasan untuk melakukan pengaturan sesuai yang diinginkan. Dari aspek personalisasi, VirtualTour Pulau Penyengat, memberikan kebebasan kepada pengguna untuk memilih mengikuti *Virtual tour* melalui *Platform video conference* atau melalui *Youtube*

e. Aspek Keinginan berkunjung ke Destinasi (Visit Intention)

Sebagaimana tujuan dilakukan *Virtual tour* adalah agar setelah mengikuti *virtual tour* para peserta yang merupakan calon wisatawan mengetahui, memahami dan kemudian memutuskan untuk berkunjung secara fisik.

Berdasarkan hasil review dari peserta *virtual tour*, belum didapat reviewer yang menuliskan akan mengunjungi Pulau penyengat. Untuk *Virtual tour* lasem beberapa reviewer menyebutkan akan mengunjungi Lasem setelah mengikuti *Virtual tour*

Prisca

Kisah Batik Tiga Negeri Lasem

VT yang dilaksanakan sangat menarik, dan membuat kami yang mengikuti VT tersebut



penasaran dengan keindahan Lasem. Vt ini juga membuat kita ingin segera mengunjungi Lasem setelah pandemi berakhir. Semoga segera ada vt di Lasem dengan destinasi yang lain

Julius

Kisah Batik Tiga Negeri Lasem

Cerita tentang warisan budaya yang sangat menarik, dibawakan oleh expert yang bekerjasama dengan komunitas di Lasem itu sendiri... Mudah-mudahan covid cepat berlalu dan kita bisa segera mengunjungi lasem!!

Fahma

Kisah Batik Tiga Negeri Lasem

Bagus, semoga ada travelling langsung nya setelah pandemi

3.3. Analisa *Benchmarking* Pemanfaatan *Virtual tour* Sebagai Alternatif Produk Wisata Dan Media Promosi Destinasi Wisata Budaya Pada Masa Pandemi Covid-19,

Perbandingan kinerja *Virtual tour* Pulau Penyengat dan *Virtual tour* Lasem sebagaimana tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 1. Perbandingan *Virtual tour* Pulau Penyengat dan Lasem

No	Variabel Penilaian	VT Pulau Penyengat	VT Lasem
1	Aksesibilitas		
	Perangkat Teknologi visual yang digunakan	Foto 360 Foto dan video	Video Peta Digital Foto Gambaran detail Produk wastra
		CUKUP	BAIK
	Perangkat Penyajian	Platform video Conference Zoom Youtube	Platform video Conference Zoom Youtube
		BAIK	BAIK
	Jumlah peserta	68	200
		CUKUP	BAIK
	Saluran distribusi Produk	Traval.co Outing.id IPBL (3)	Traval.co Kesengsem asem.com Tour mandiri Komunitas IPBL (5)
		CUKUP	BAIK

2	Informatif		
	Materi	Tour warisan budaya	Tour warisan budaya
		BAIK	BAIK
	SDM	Pemandu Wisata Operator Pembawa acara (3)	Pemandu Wisata Operator Pembawa acara Pengrajin Batik (4)
		CUKUP	BAIK
3	Personalisasi		
	Metode <i>virtual tour</i>	<i>Virtual tour</i> dengan dipandu	<i>Virtual tour</i> dengan dipandu
		BAIK	BAIK
4	Interaktif		
	Kegiatan interaktif	Tanya jawab (1)	Tanya jawab Permainan interaktif dan pengalaman melipat kain tapeh (panjang) (3)
		KURANG	BAIK

Berdasarkan Hasil *Benchmarking*, menunjukkan bahwa *VirtualTour* “Pulau Penyengat Taman Para Cendekia memiliki keunggulan pada perangkat penyajian, materi dan metode *Virtual tour*. Namun ada beberapa isu prioritas yang menjadi rekomendasi untuk diperhatikan oleh Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat sebagai berikut :

1. Kegiatan Interaktif : dibandingkan dengan *virtual tour* Lasem yang memiliki kegiatan interaktif yang banyak, hanya memiliki 1 kegiatan interaktif akan mengurangi kinerja *Virtual tour* Pulau Penyengat. Untuk itu Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat perlu mengupayakan untuk menambah kegiatan interaktif dalam *Virtual tour*
2. Saluran Distribusi Produk : *Virtual tour* Lasem banyak didistribusikan kepada operator – operator wisata virtual maupun komunitas hal ini akan berdampak pada jumlah peserta dan intensitas *virtual tour*. Distribusi produk *virtual tour* Pulau Penyengat sudah memadai, hanya akan lebih baik jika pihak pengelola dapat menambah kerjasama untuk distribusi



produk *Virtual tour* Pulau Penyengat agar dapat menambah kinerja dan intensitas *Virtual tour*.

3. Perangkat Teknologi visual yang digunakan : *Virtual tour* sangat bergantung pada perangkat teknologi visual, karena dengan visual yang baik, pengunjung akan lebih mendapatkan gambaran destinasi wisata yang dijelajahi secara maya, *Virtual Tour Lasem* menggunakan perangkat teknologi visual yang mumpuni. Pada *Virtual tour* Pulau Penyengat, teknologi visual yang digunakan sudah cukup baik, namun agar kinerja *Virtual tour* lebih baik perlu untuk menggunakan teknologi visual peta agar peserta *virtual tour* mendapatkan gambaran lokasi dan situasi nyata dari destinasi dengan harapan dapat meningkatkan minat peserta untuk dapat berkunjung secara fisik.

PENUTUP

Kesimpulan

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang terdampak besar dari pandemi Covid -19. Kebijakan pemerintah tentang pembatasan perjalanan dan penutupan tempat wisata dalam upaya memutus rantai penyebaran virus Covid-19 membuat berhentinya semua kegiatan wisata dan berdampak pada menurunnya pendapatan dari sektor pariwisata

Pulau Penyengat dan Lasem merupakan destinasi wisata budaya yang terdampak pandemic Covid – 19. Kelompok Sadar Wisata Pulau Penyengat dan Yayasan Heritage Lasem yang merupakan pengelola wisata warisan budaya melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi digital dengan membuat *virtual tour* sebagai produk wisata alternatif.

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.²

Selain sebagai alternatif wisata sementara, virtual tur dapat dijadikan 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.¹⁶

Saran

Sebagai sebuah produk wisata alternatif sekaligus sebagai media promosi destinasi wisata, *Virtual tour* harus dikemas dari aspek aksesibilitas, informatif, interaktif, dan personal agar dapat menimbulkan minat peserta *virtual tour* untuk mengunjungi destinasi wisata yang dipromosikan

Dari hasil benchmarking didapat bahwa Pokdarwis Pulau Penyengat perlu meningkatkan kinerja *virtual tour* agar dapat bersaing dengan kompetitor. aspek Perangkat Teknologi visual yang digunakan, saluran distribusi dan kegiatan interaktif *virtual tour* merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus agar produk *virtual tour* Pulau Penyengat menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kementerian Pariwisata Tahun Anggaran 2019. *Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah Dan Warisan Budaya.*; 2019. <https://www.bulungan.go.id/v5/index.php/potensi-wilayah/pariwisata/wisata-sejarah>
- [2] Jagadtya KH, Aisyianita RA. *Virtual Tour : Strategi Industri Pariwisata Selama Pandemi Covid-19. Melancong J Perjalanan Wisata, Destin dan Hosp.* 2020;3(1):48-60.
- [3] UNWTO. UNWTO tourism dashboard. Published 2020. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>



- [4] RI kementerian kesehatan. No Title. Published 2021. <https://covid19.go.id/>
- [5] Badan Pusat Statistik. Statistik Kunjungan Wisatawan Manca negara BPS2013. Published 2021. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020>
- [6] Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2021. Published 2021. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2021>
- [7] Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and Implications for Advancing and Resetting Industry and Research. *J Bus Res*. Published online 2020.
- [8] Zeng, Z., P. Chen and AL. From High-Touch to High-Tech: COVID-19 Drives Robotics Adoption. *Tour Geogr*. Published online 2020.
- [9] Azis N. How smart tourism technologies affect tourist destination loyalty. 2020;(31). doi:10.1108/JHTT-01-2020-0005
- [10] Jeong M, Shin HH. Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *J Travel Res*. 2020;59(8):1464-1477. doi:10.1177/0047287519883034
- [11] Fesenmaier DR. Access to Places via Shared Videos. *Ann Tour Res*. 2009;36(1):24-40. doi:10.1016/j.annals.2008.10.001
- [12] Moh Nazir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.; 2005.
- [13] Danim S. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Pustaka setia Bandung; 2002.
- [14] Adityo A. Pembuatan Virtual Reality Tour dengan Metode Gambar Panorama untuk Kampus Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. *Univ Nusan PGRI Kediri*. 2017;01:1-7. <http://www.albayan.ae>
- [15] Penyengat KEP. MEMPERKENALKAN PARIWISATA BUDAYA DAN HERITAGE KEPADA dan mengelompokkan generasi millennial dan Senior Millennial (Utomo dkk . 2019). Junior. 2020;(January). doi:10.24014/sb.v17i2.11010
- [16] Muhammad R, Mutiarin D, Damanik J, Pemerintahan MI, Yogyakarta UM. VIRTUAL TOURISM SEBAGAI ALTERNATIF WISATA SAAT. 2021;4(1):53-60.