



Metaverse Peluang Atau Ancaman Bagi Umkm di Indonesia Pada Sektor Industri Pariwisata

Rizki Nurul Nugraha¹, Farrah Puspita F²

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

Abstract

Received: 11 Maret 2023

Revised: 19 Maret 2023

Accepted: 25 Maret 2023

This research is a literature study that discusses the Metaverse Opportunities or Threats for Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Tourism Industry. In this research study, theory is used in entrepreneurial activities. The business in this research focuses on business feasibility and business growth in entrepreneurial activities. The research findings indicate the importance of using business theories in business feasibility and business growth. An interesting further research that can be developed is the Analysis of Human Resource Theory in Business for Entrepreneurial Activities.

Keywords:

Literature Study, Business Domain, Entrepreneurial Activities.

(*) Corresponding Author:

rizki.nurul@civitas.ac.id, farrahpspt@icloud.com

How to Cite: Nugraha, R., & F, F. (2023). Metaverse Peluang Atau Ancaman Bagi Umkm di Indonesia Pada Sektor Industri Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 395-405. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7953096>.

PENDAHULUAN

Pengusaha adalah faktor yang paling menentukan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara yang mampu melakukan inovasi dan kreatifitas, dan agar suatu negara menjadi makmur diperlukan sedikitnya 2% dari penduduknya yang menjadi pengusaha (Wibowo: 2011). Adanya pertumbuhan wirausaha akan membawa peningkatan perekonomian yang luar biasa bagi suatu negara, sehingga semakin banyak suatu negara memiliki wirausaha, maka akan semakin meningkat perekonomiannya (Nurul, I. N: 2015).

Usaha menumbuhkan wirausaha diikuti dengan kegunaan teori bisnis dalam kelayakan usaha dan pertumbuhan usaha. Sehingga dalam aktivitas kewirausahaan diperlukan teori bisnis yang diharapkan mampu menumbuhkan usaha dan kelayakan usaha.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah fungsi dalam sebuah organisasi yang berfokus pada perekrutan, pengelolaan, dan memberikan arahan untuk orang-orang yang bekerja dalam organisasi. Orang yang bekerja untuk sebuah perusahaan adalah salah satu aset utama dan salah satu faktor dalam menentukan kemajuannya. Kualitas pekerja, sikap dan perilaku di tempat kerja, bersama dengan faktor lain, memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan Hashemi, K (2012).

Hubungan yang signifikan antarfungsi sumber daya manusia, pengelolaan sumber daya dan kewirausahaan. Sumber daya manusia dalam organisasi adalah prinsip utama dari organisasi dan keberadaan lingkungan kompetitif, dioptimalkan menggunakan kekuatan mental dan eksekutif karyawan untuk memperkuat inovasi dan kreativitas Hassanpour, A., et al (2012).

Adanya hubungan yang saling membutuhkan antara UMKM dan pengembangan sektor pariwisata karena **kegiatan UMKM dapat mendukung sektor pariwisata dalam hal layanan dan produk kepada wisatawan**. Metaverse ke depan akan memberikan dampak ke berbagai industri salah satunya industri pariwisata. Melalui pengalaman imersif yang ditawarkan metaverse bisa dikemas pelaku industri pariwisata sebagai *new experience* bagi wisatawan yang bermuara pada *customer satisfaction*.

Teknologi imersif merupakan teknologi yang mengaburkan batasan antara dunia nyata dengan dunia digital atau dunia simulasi, sehingga penggunaanya bisa merasakan suasana yang mirip dengan dunia nyata. Dunia digital yang dijanjikan metaverse adalah solusi untuk mengubah industri pariwisata membangkitkan industri travel dan perhotelan yang dilanda pandemi.

Pada literatur *review* ini, penelitian memfokuskan pada Metaverse Peluang atau Ancaman bagi UMKM Pariwisata. Dari kedua teori telah menunjukkan bahwa sumber daya manusia berperan sangat penting dalam aktivitas kewirausahaan. Dimana selain sumber daya manusia, perspektif keuangan dan organisasi, serta etika bisnis masih berkaitan erat dengan aktivitas kewirausahaan, sehingga pada literatur ini diperlukan tinjauan literatur lebih lanjut.

METODE

Berisi bagaimana data dikumpulkan, sumber data dan cara analisis data. Metode artikel ini menggunakan studi pustaka (*library research*) yaitu metode pengumpulan data dengan cara memahami dan mempelajari teori- teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini penulis mencari beberapa jurnal terkait perkembangan metaverse dalam dunia pariwisata dan jurnal terkait perkembangan perekonomian pariwisata khususnya dalam UMKM lalu penulis mengkaji ulang berbagai referensi dianalisis secara kritis dan mendalam agar dapat mendukung proposisi dan gagasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang. Kemajuan atau kemunduran ekonomi suatu bangsa sangat ditentukan oleh keberadaan dan peranan dari kelompok wirausahawan ini (Rachbini: 2002). Peter Drucker (1993) menyatakan bahwa seluruh proses perubahan ekonomi pada akhirnya tergantung dari orang yang menyebabkan timbulnya perubahan tersebut yakni sang "*entrepreneur*".

Kebanyakan perusahaan yang sedang tumbuh dan yang bersifat inovatif menunjukkan suatu jiwa (*spirit*) *entrepreneur*. Korporasi-korporasi berupaya untuk mendorong para manajer mereka menjadi orang-orang yang berjiwa *entrepreneur*, universitas-universitas sedang mengembangkan program-program *entrepreneurship*, dan para *entrepreneur* individual menimbulkan perubahan-perubahan dramatik dalam masyarakat. Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh para *entrepreneur* yang berjumlah 2 % tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Inilah kunci keberhasilan pembangunan negara Jepang (Heidjrachman Ranu, 1982). Jumlah *entrepreneur* di Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat untuk menopang perekonomian, sehingga

persoalan wirausaha ini menjadi persoalan yang mendesak bagi suksesnya pembangunan perekonomian di Indonesia.

Metaverse adalah Meta berarti melampaui dan universe berarti semesta. Jadi metaverse adalah seperangkat ruang virtual, tempat seseorang dapat membuat dan menjelajah dengan pengguna lainnya yang tidak berada pada ruang fisik yang sama dengan orang tersebut melalui kombinasi teknologi, seperti virtual reality (VR).

Warteg alias "Warung Tegal" adalah merk warung nasi yang paling populer di Indonesia. Pasarnya besar, setiap orang yang butuh makan dan minum, bukan hanya dari kalangan masyarakat menengah ke bawah tetapi kalangan atas pun banyak yang makan di warteg. Seperti halnya restoran-restoran Fine Dining ataupun Cepat saji yang memiliki nama terkenal, pelayanan warteg juga sudah banyak yang menyediakan layanan 24 jam demi untuk menacari profitabilitas serta melayani masyarakat yang ingin makan di malam hari.

Masuk ke akses dunia virtual metaverse dengan VR atau lewat laptop ataupun juga handphone / tablet kita lalu memesan makanan sederhana seperti Nasi rames, Telur balado, Tempe oreg, juga Soto ayam yang ditambah kerupuk dan sambal mungkin hal ini tak terpikirkan oleh kita sebelumnya. metaverse ini memungkinkan terjadinya aktivitas ekonomi yang bisa memberikan dampak tak hanya ke dunia virtual tapi juga perkembangan sosial dan budaya.

Perspektif keuangan dan organisasi pada kelompok usaha kecil menengah

Minat belajar kelompok usaha baru-baru ini berkembang, sebagai akibat dari peningkatan kesadaran akan kehadiran luas dan kepentingan ekonomi di kedua negara berkembang dan negara maju. Penelitian ini mendefinisikan kelompok usaha berdasarkan kepemilikan dan hubungan kontrol dan tidak akan mengingkari pentingnya bentuk lain dari hubungan antara perusahaan yang tidak didasarkan pada hubungan kepemilikan (Granovetter 1995) sehingga teori dapat berguna guna kemajuan kewirausahaan di Indonesia. Agar tujuan dapat tercapai usaha kecil menengah harus mampu mengorganisir baik sumber daya manusia, manajemen keuangan dan kemampuan dalam mengendalikan keuangan sehingga perspektif keuangan sangat diperlukan bagi kemajuan usaha kecil menengah di Indonesia.

Hasil penelitian Enrico Guzzini, Donato Iacobucci, Peter Rosa (2012) mengemukakan bahwa perspektif keuangan dan organisasi dapat dipandang sebagai pelengkap dalam menjelaskan kelompok usaha di sektor usaha kecil. Secara khusus, penjelasan keuangan sesuai dengan data dalam memprediksi prevalensi perusahaan padat modal di kelompok usaha sedangkan penjelasan organisasi sesuai dengan data dalam memprediksi adanya pengetahuan perusahaan intensif dalam kelompok-kelompok bisnis. Selain itu, perspektif organisasi tampaknya lebih tepat bila strategi diversifikasi kelompok bisnis yang bersangkutan dan saat menjelaskan struktur kepemilikan perusahaan dikendalikan.

Kunci Langkah-Langkah Strategis dalam Mengatur Bisnis, sebuah Tinjauan Beberapa Fakta Wirausaha Dasar

Tiga kelompok faktor utama yang mempengaruhi survivabilitas bisnis baru meliputi:

1. Karakteristik individu pendiri.
2. Atribut, karakteristik struktural dan strategi bisnis baruitusendiri.
3. Bisnis dan lingkungan ekonomi (Josef et al 1992;. Oliver Falck 2007).

Faktor ini berhubungan dengan :

1. Bagaimana memimpin organisasi, rencana dan memahami lingkungan bisnis yang sangat dinamis.
2. Bagaimana mengelola biaya dan rencana struktur organisasi internal dan manajemen sumber daya manusia.

Pengusaha harus melakukan kegiatan-kegiatan berikut untuk menghindari kegagalan ketika memulai bisnis mereka yaitu meliputi:

1. Analisis eksternal dan lingkungan internal (analisis SWOT).
2. Analisis persaingan kompetitif (strategi bersaing Porter).
3. Menyewa karyawan yangberharga (manajemen sumber daya manusia).
4. Mengontrol arus kas dan kembali mengalokasikan modal investasi untuk mencapai biaya yang efektif (cost management).
5. Mempertahankan tim semangat yang tinggi dan efisiensi operasional (Strategi Struktur Organisasi).

Dimana kelima strategi di atas dapat diterapkan untuk meningkatkan survivability dari usaha baru. Analisis SWOT kunci dari lingkungan bisnis dan pengembangan strategi sebagai dasar untuk menilai pilihan strategis di masa depan. SWOT dibagi menjadi 4 pendekatan: Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T).

Evaluasi faktor internal pengusaha bisa berpikir tentang apa keuntungan dari usahanya dengan perbandingannya pesaing utama ke beberapa pendekatan: pengendalian biaya, ketersediaan sumber daya, struktur organisasi. Contoh: Paten, nama merek yang kuat, reputasi yang baik di antara pelanggan, keuntungan biaya dari kepemilikan, akses eksklusif kesumber daya alam kelas tinggi, akses yang menguntungkan untuk jaringan distribusi.

Evaluasi kelemahan bahwa pengusaha dapat menyimpulkan kelemahan internal sehingga untuk melaksanakan tindakan tertentu untuk memperbaiki masalah atau setidaknya metode alternatif digunakan untuk mengurangi dampak. Contoh: Kunci dari perlindungan paten, nama merek yang lemah, reputasi buruk diantara pelanggan, struktur biaya tinggi, kurangnya akses ke sumber daya alami terbaik, kurangnya akses ke saluran distribusi kunci.

Evaluasi peluang merupakan faktor eksternal dari lingkungan bisnis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung pengusahanya. Contoh, Sebuah kebutuhanpelanggan terpenuhi, kedatangan teknologi baru, melonggarkan peraturan dan penghapusan hambatan perdagangan internasional.

Evaluasi Ancaman juga factor eksternal untuk memprediksi atau memberitahukan faktor yang tidak menguntungkan atau bahkan risiko yang ada atau masa depan yang melawan kelangsungan hidup perusahaan. Contoh: Pergeseran selera konsumen dari produk perusahaan, munculnya produk pengganti, peraturan baru, peningkatan hambatan perdagangan.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau perusahaan maka dibutuhkan langkah-langkah stratregis dalam mengatur bisnis. penerapan strategi justru sangat dibutuhkan guna apa yang diinginkan bersama dapat dicapai dengan sebaik mungkin. Peran strategi ketika diimplementasikan

dalam suatu organisasi maka setiap unit atau bagian yang ada dalam organisasi tersebut dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebaik mungkin. Apalagi melihat perkembangan zaman sekarang ini, dimana setiap organisasi perusahaan telah melakukan ekspansi pasar guna mendapatkan keuntungan yang banyak. Semuanya itu perlu langkah strategis dan taktik yang tepat sehingga proses atau langkah yang diambil oleh pimpinan dapat dijalankan seefektif dan seefisien mungkin.

Persaingan yang memunculkan daya saing erat kaitannya dengan pemahaman mekanisme pasar (standar dan benchmarking), kecepatan dan ketepatan penyampaian produk (barang dan jasa) yang mampu menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, peningkatan daya saing organisasi bersifat unik, tetapi pada intinya dipengaruhi oleh aspek kreativitas, kapasitas, teknologi yang digunakan dan jangkauan pemasaran yang dicapai. Hal tersebut diwujudkan dari tampilan produk, produktivitas yang tinggi dan pelayanan yang baik.

Mempekerjakan karyawan yang berharga adalah menyewa karyawan yang berharga, apa yang harus pengusaha lakukan adalah mengikuti Manajemen (HRM) pendekatan Sumber Daya Manusia. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) adalah fungsi dalam sebuah organisasi yang berfokus pada perekrutan, pengelolaan, dan memberikan arahan untuk orang-orang yang bekerja dalam organisasi.

Sumber daya manusia menyediakan sumber untuk keunggulan kompetitif dan kualitas HRM adalah pengaruh yang penting terhadap kinerja perusahaan, itu pendekatan strategis merupakan karakteristik dari HRM. Manajemen personalia dipandang sebagai operasional. Orang yang bekerja untuk sebuah perusahaan adalah salah satu aset utama dan salah satu faktor dalam menentukan kemajuannya. Kualitas pekerja, sikap dan perilaku di tempat kerja, bersama dengan faktor lain, memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Hasil penelitian Hashemi, K (2012) mengemukakan bahwa seorang pengusaha harus melakukan kegiatan-kegiatan berikut untuk menghindari kegagalan saat bisnis mereka dimulai:

1. Analisis eksternal dan lingkungan internal (analisis SWOT).
2. Analisis persaingan kompetitif (strategi bersaing Porter).
3. Menyewa karyawan yang berharga (manajemen sumber daya manusia).
4. Mengontrol arus kas dan kembali mengalokasikan modal investasi untuk mencapai biaya yang efektif (cost management).
5. Mempertahankan tim-semangat yang tinggi dan efisiensi operasional (Strategi Struktur Organisasi).

Mempelajari Pengaruh Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Organisasi Kewirausahaan

Kegunaan teori dapat memberikan sumbangan yang cukup besar dalam kelayakan usaha dan pertumbuhan usaha karena seiring dengan persaingan yang ketat di jaman sekarang ini mendorong setiap organisasi usaha dan perubahan dalam bidang industri untuk memiliki/memaksa organisasi dan perusahaan menggunakan inovasi dan kewirausahaan untuk mempertahankan daya saing. Jadi apabila perusahaan kreatif serta inovatif dapat menumbuhkan kembangkan usaha.

Dalam hal ini, cara mengaplikasikan dalam aktivitas kewirausahaan yaitu dengan mempersiapkan SDM berkualitas dengan mengoptimalkan kekuatan mental dan eksekutif karyawan untuk memperkuat inovasi dan kreativitas.

Hasil penelitian Hassanpour, A., et al (2012) mengemukakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara fungsi sumber daya manusia, pengelolaan sumber daya dan kewirausahaan. Sumber daya manusia dalam organisasi adalah prinsip utama dari organisasi dan keberadaan lingkungan kompetitif, dioptimalkan menggunakan kekuatan mental dan eksekutif karyawan untuk memperkuat inovasi dan kreativitas.

Apa etika bisnis bisa dipelajari dari kewirausahaan

Dalam perkembangannya etika bisnis tidak lagi menjadi beban yang terpaksa harus dilaksanakan perusahaan melainkan sudah menjadi salah satu strategi pengembangan perusahaan dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang handal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen. Tindakan perusahaan berasal dari pilihan dan tindakan individu manusia, individu-individu ini yang harus dipandang sebagai penjaga utama kewajiban moral dan tanggung jawab moral: individu manusia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan perusahaan karena tindakan perusahaan secara keseluruhan mengalir dari pilihan dan perilaku.

Penerapan etika bisnis dalam kewirausahaan mencerminkan keterlibatan perusahaan non nilai-nilai sosial ekonomi yang didorong saat ini, telah sangat diabaikan. Hal ini membuat perusahaan sejalan dengan lebih baik dan membuat mereka pemain kontributif untuk praktek bisnis sehat.

Sebagai contoh, prospek penghasilan lebih mungkin melebihi-lebihkan keinginan kebanyakan pengusaha untuk terlibat dalam penebangan, transaksi tidak etis. Hal ini memaksa mereka untuk menipu, berbohong, mencuri dan menyangkal orang lain hak-hak mereka untuk mendapatkan double pendapatan. Sehingga, penerapan etika bisnis sangat penting dalam berwirausaha. Penerapan etika bisnis yang harusnya dijalankan saat ini adalah bertanggung jawab terhadap segala aktivitas perusahaan yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak. Komitmen pada berbagai pihak. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan, antara lain kepada: para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas. Keputusan bisnis yang baik dapat diukur oleh banyak hal dalam bisnis pada kewirausahaan.

Hasil penelitian Hick, Stephen R.C. et al (2009) mengemukakan bahwa dasar nilai-nilai dan kebajikan pengusaha yaitu orang-orang bertanggung jawab dan produktif menciptakan nilai dan perdagangan dengan orang lain untuk mendapatkan keuntungan. Proses kewirausahaan diawali dengan ide informasi dan kreatif untuk produk atau jasa baru. Pengusaha ambisius dan berani mengambil inisiatif dalam mengembangkan ide menjadi sebuah perusahaan baru. Komitmen pengusaha untuk bertindak, meskipun ketakutan sadar akan risiko, menghubungkan ke kebajikan keberanian.

Pengusaha yang mencapai kesuksesan, termasuk imbalan keuangan dan psikologis untuk menciptakan bisnis yang berkembang, terhubung ke nilai-nilai moral umum berkembang, kebahagiaan, dan pemenuhan. Berkembang, atau kebahagiaan, adalah keadaan hidup sukses.

Proyek Metaverse

1. Decentraland

Decentraland merupakan platform dunia virtual 3D yang dibuat di Ethereum dan memungkinkan penggunaannya untuk melakukan transaksi jual beli aset real estat digital sembari mengeksplorasi, berinteraksi, dan bermain game di dunia virtual ini.

2. The Sandbox

The Sandbox merupakan game blockchain yang memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dunia virtual metaverse yang dipenuhi dengan non-fungible token (NFT), lingkungan ciptaan pengguna, dan sebagainya.

3. Horizon Worlds

Horizon Worlds adalah platform media sosial dalam dunia virtual yang memungkinkan penggunaannya membangun dunia sendiri dari nol serta melakukan kegiatan lain seperti menonton film, datang ke sesi meditasi, dan lain sebagainya.

Komponen Pendukung Pembuatan Metaverse

1. Internet yang cepat dan stabil Salah satu syarat untuk menciptakan metaverse ialah menghadirkan jaringan internet yang cepat dan stabil. Saat ini dunia sudah menyiapkan jaringan internet 5G generasi terbaru yang kecepataannya lebih baik dari generasi sebelumnya.
2. Virtual Reality (VR) Perangkat ini digunakan untuk memasuki dunia metaverse dan membuat pengguna atau user dapat berinteraksi dengan lingkungan yang ada dalamnya.
3. Augmented Reality (AR) Perangkat ini memiliki fungsi yang berlawanan dengan virtual reality. Augmented reality digunakan untuk menghadirkan dunia virtual ke dunia nyata. Salah satu contoh penggunaan teknologi augmented reality ialah fitur filter dari aplikasi seperti snapchat, instagram dan lain-lain.
4. Artificial Intelligence (AI) Artificial intelligence merupakan simulasi dari kecerdasan manusia yang diimplementasikan di dalam mesin dan diprogram untuk bisa berpikir seperti halnya manusia.
5. Mata Uang Digital (Cryptocurrency).

Analisis SWOT Terhadap Metatourism Indonesia

1. Strength (Kekuatan)

Mengurangi Potensi Penyebaran COVID-19 Seperti yang sudah disinggung di atas, pandemi COVID-19 yang tak kunjung usai memaksa kita semua untuk tetap berada di rumah. Menjauhi kerumunan dan selalu menerapkan protokol kesehatan menjadi kunci agar situasi ini segera membaik. Namun, kebutuhan akan refreshing tetap harus dipenuhi. Inilah salah satu kelebihan virtual tour. Kamu bisa tetap menikmati tempat-tempat wisata meski berada di rumah saja.

2. Weakness (Kelemahan)

Tidak bisa menghadirkan suasana real di lokasi suasana hijau, udara sejuk dan suaragemic air terjun tentu hanya bisa dirasakan saat kamu hadir ke tempat wisata secara langsung. Virtual tour memang bisa menghadirkan visual yang memanjakan mata. Namun, suasana dan pengalaman lokasi wisata yang sesungguhnya tak bisa kamu rasakan. Kamu hanya bisa duduk di hadapan laptop tanpa merasakan hembusan angin secara fisik. Meski tempat wisata sudah berangsur dibuka dengan menerapkan protokol kesehatan, berwisata virtual tetap lebih aman.

Kurang Keseruan Meski bisa sedikit mengurangi rasa rindu untuk berjalan-jalan, pengalaman virtual tour tidak akan bisa semenarik perjalanan wisata yang sesungguhnya ya. benarmerasakan perjalanan yang sesungguhnya. Mulai dari melihat pepohonan, pegunungan, hingga bercanda dengankeluarga sepanjang perjalanan menjadi keseruan tersendiri yang tak bisa tergantikan. Belum lagi, kamu tidak bisa merasakan pengalaman menarik bertemu orang-orang barusaat melakukan backpacking. Namun, kamu masih bisa mengobati rasa ingin pergi jalan-jalan dengan virtual tour sampai kondisi memungkinkan untuk melakukan perjalanan wisata yang sesungguhnya.

3. Opportunities (Peluang)

Teknologi digital yang pesat berkembang kini telah membawa ke dunia metaverse. Seperti kemajuan teknologi lainnya, cepat atau lambat teknologi digital metaverse akan menjangkau dan diimplementasikan dalam industri pariwisata. Para pelaku industri pariwisata selama ini telah banyak memanfaatkan teknologi digital dalam operasionalnya, mulai dari mendukung jasa layanan wisata, pengembangan produk wisata baru hingga pengemasan dan pemasaran pariwisata. Teknologi digital juga turut mendorong lahirnya usaha rintisan baru (startup company) bidang pariwisata berbasis teknologi yang jumlahnya terus bertumbuh di Indonesia.

Kehadiran metaverse menjanjikan pengalaman berwisata baru yang multi dimensi kepada wisatawan, pengalamannya yang belum pernah di dapat sebelumnya oleh wisatawan, khususnya melalui produk dan paket wisata baru yang ditawarkan perusahaan rintisan pariwisata tersebut. Selain itu, metaverse diyakini akan membantu meningkatkan manfaat sosial ekonomi bagi masyarakat, sekaligus memperluas peluang bisnis dan segmen pasar wisatawan.

Bagaimana implementasi teknologi digital metaverse dalam pariwisata Indonesia dengan segala peluang dan tantangannya, "Metaverse dan perkembangan teknologi digital sangat potensial untuk menciptakan diversifikasi produk wisata secara kreatif, sekaligus menciptakan peluang-peluang pasar baru. Sebagai industri pariwisata berbasis teknologi, akan penerapan metaverse mampu menciptakan pengalaman berwisata baru ke level yang berbeda dari sebelumnya. Terlebih wisatawan saat ini yaitu milenial dan gen Z sudah tidak bisa dipisahkan dari gawai dan teknologi saat berwisata.

4. Threats (Ancaman)

Kita mengetahui bahwa Metaverse ini memiliki kemiripan dengan dunia nyata baik itu dari kegiatan maupun cara kerjanya. Hal ini bisa menjadi ancaman bagi industri pariwisata. Seperti yang kita ketahui pariwisata membutuhkan

aktifitas wisatawan agar bisa bertahan. Menurut Dennis Schaal, editor senior Skift, menyatakan bahwa konsep “Metaverse” telah ada sejak lama sebelum menjadi perbincangan hangat saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir pun, perusahaan seperti Amazon dan Airbnb telah meluncurkan layanan perjalanan virtual online akibat dari dampak pandemi, tetapi hal ini tidak bisa membuat wisatawan untuk berpaling penuh dari perjalanan secara langsung di destinasi. Belajar dari sejarah, pengembangan dan pertumbuhan teknologi baru akan memakan waktu bertahun-tahun, dan beberapa teknologi baru pada akhirnya tidak berhasil. Dennis percaya bahwa tidak peduli bagaimana konsep metaverse pada akhirnya mempengaruhi industri pariwisata, setidaknya ini bisa menjadi peluang bagus untuk pengembang destinasi dan travel untuk menciptakan cara baru dalam memasarkan produknya di metaverse.

Apakah Metaverse Merupakan Ancaman Bagi Pariwisata

Iya, hal ini bisa menjadi ancaman bagi industri pariwisata. Seperti yang kita ketahui pariwisata membutuhkan aktifitas wisatawan agar bisa bertahan. Menurut Dennis Schaal, editor senior Skift, menyatakan bahwa konsep “Metaverse” telah ada sejak lama sebelum menjadi perbincangan hangat saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir pun, perusahaan seperti Amazon dan Airbnb telah meluncurkan layanan perjalanan virtual online akibat dari dampak pandemi, tetapi hal ini tidak bisa membuat wisatawan untuk berpaling penuh dari perjalanan secara langsung.

Peluang Metaverse Bagi Industri Pariwisata

Metaverse bisa menjadi alat pemasaran atau pameran yang lebih interaktif bagi destinasi untuk meyakinkan calon wisatawan yang ingin berkunjung ke destinasi. Agar bisa mewujudkan hal tersebut masih banyak aspek yang perlu dipertimbangkan seperti efektifitas, biaya dan lain-lain. Tidak bisa dipungkiri perkembangan teknologi masa kini akan semakin maju seiring berjalannya waktu. Metaverse digadang-gadang akan menjadi dunia digital utamadi masa mendatang. Bagi orang-orang yang berkecimpung di industri pariwisata harus selalu siap dengan tren teknologi yang sedang berkembang untuk melihat peluang dan ancamannya di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur di atas dapat disimpulkan bahwa perspektif keuangan dan organisasi pada kelompok usaha kecil dan menengah dapat diterapkan pada aktivitas kewirausahaan. Karena pada zaman ini usaha kecil menengah mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia, perspektif keuangan dipandang hal yang vital untuk maju tidaknya usaha kecil menengah.

Kunci langkah-langkah strategis dalam mengatur bisnis, sebuah tinjauan beberapa fakta wirausaha dapat diterapkan pada aktivitas kewirausahaan. Karena pada era abad ke 21 ini diperlukan langkah-langkah strategis untuk menganalisis lingkungan, dan mengidentifikasi peluang yang bisa memungkinkan pengusaha dalam mengembangkan dan memanfaatkan keunggulan kompetitif.

Mempelajari pengaruh fungsi manajemen sumber daya manusia pada organisasi kewirausahaan, dapat disimpulkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan sektor sentral dan penting dalam rangka pencapaian tujuan di suatu perusahaan, karena dengan adanya kemampuan skill yang dimiliki SDM/para pekerja serta kualitas SDM dapat menggerakkan perusahaan dengan baik dan benar.

Etika bisnis dapat dipelajari dari kewirausahaan dan dapat diterapkan karena etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak. Komitmen pada berbagai pihak. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan, antara lain kepada: para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas. Keputusan bisnis yang baik dapat diukur oleh banyak hal dalam bisnis pada kewirausahaan.

Teknologi Metaverse akan memberikan peluang dalam bidang wirausaha sebagai media pemasaran yang mendukung proses jual menjual. Kedepannya industri pariwisata bisa menawarkan perjalanan wisata kepada para pengunjung tanpa hadir secara fisik ke destinasi wisata tersebut atau perjalanan virtual. Tentunya dengan menggunakan teknologi mutakhir seperti Augmented Reality dan Virtual Reality (VR) devices.

SARAN

Dari kesimpulan diatas, teknologi metaverse akan memberikan peluang bagi para UMKM di Indonesia. Namun bisa juga menjadi ancaman bagi para UMKM yang terlalu idealis terhadap kemajuan teknologi karena pada metaverse ini dapat memberikan sebuah peluang baru dalam meningkatkan pemasaran usaha dalam UMKM . Untuk peneliti selanjutnya saran yang dapat penulis berikan diharapkan lebih banyak menggunakan sumber untuk mencari laporan perkembangan perekonomian bagi UMKM di Indonesia Penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan tidak terbatas untuk para UMKM dan calon UMKM selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Efektivitas Metaverse Tourism Sebagai Sarana Promosi Wisata Alam Hiu Paus Di Taman Nasional Teluk Cenderawasih | Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia

<https://amp.kompas.com/travel/read/2022/05/11/070000927/era-metaverse-industri-pariwisata>

[https://jurnal.fkip.samawa-](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/article/download/131/116/448)

[University.Ac.Id/KARYA_JPM/Article/Download/131/116/448](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/article/download/131/116/448)

Metaverse Tourism: Overview, Benefits, Examples, and More... (revfine.com)

Pengelolaan Museum Bahari Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Di Jakarta |

<https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/2148>

Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta | [https://ejournal.stie-](https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/497)

[trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/497](https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jempper/article/view/497)

Revenge Tourism | <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/2367>