



## Peluang Pasar Pada Tourism Metaverse Di Dki Jakarta

Rizki Nurul Nugraha<sup>1</sup>, Arsyia Tri Ananda<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Nasional

### Abstrak

Received: 15 April 2023

Revised: 24 April 2023

Accepted: 22 Mei 2023

*Metaverse is a combination of two words namely "meta" and "universe" which describes a relationship or connection that goes beyond normal boundaries using internet technology. Currently digital media has a very broad and promising market opportunity because it can be easily accessed with a wide range as well, by making use of facilities such as social media, and so on, Metaverse in Indonesia itself is still in the development stage and will go through several stages of development. Tourism is a travel activity from one place to another with a temporary period of time. This study uses a literature study method with the aim of obtaining an overview of the Metaverse market opportunity in DKI Jakarta. This study uses secondary data whose data comes from literature studies and document studies on the Metaverse from previous articles. This study uses data collection techniques with library research.*

*Keyword: Literature Studies, Metaverse, Tourism, Market Opportunity*

(\*). Corresponding Author: rizki.nurul@civitas.ac.id

**How to Cite :** Nugraha R.N, & Ananda A.T. (2023). Peluang Pasar Pada Tourism Metaverse Di Dki Jakarta. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8090610>

## PENDAHULUAN

Secara bahasa, *metaverse* berasal dari kata “*meta*” dan “*verse*”. *Meta* berarti “di luar” dan *Verse* berarti “alam semesta”. Karena Facebook Inc resmi berganti nama menjadi *Meta Platforms Inc.* pada akhir Oktober 2021, istilah *Metaverse* menjadi semakin populer. Perusahaan lain seperti *Google, Binance, Epic Games, Tencent,* dan bahkan *Microsoft* semakin fokus membangun *metaverse* mereka sendiri. Oleh karena itu, *metaverse* juga dapat diartikan sebagai ruang berisi materi yang melebihi apa pun yang terlihat di dunia ini. Konsep *metaverse* sendiri pertama kali diperkenalkan dalam Novel *Snow Crash* tahun 1992 karya Neal Stephenson. Pada saat yang sama, menurut para ahli seperti penulis esai Matthew Ball, definisi *Metaverse* memprediksi bahwa *Metaverse* akan menjadi pintu gerbang yang menawarkan kesempatan kepada orang-orang untuk memiliki berbagai pengalaman digital dan bahkan menjadi *platform* yang dapat menampung.

Peluang pasar adalah ruang di mana keadaan dan waktu menciptakan peluang bagi perusahaan untuk bertindak atau mengembangkan strategi bisnis. Ini biasanya melibatkan peluang keuntungan untuk penjualan atau proses produksi. *Metaverse* bisa menjadi peluang pasar bagi industri pariwisata, khususnya destinasi. Destinasi dapat ditafsirkan secara praktis di *Metaverse*, memungkinkan calon pengunjung untuk mempelajari tentang berbagai tempat menarik, melihat hotel dan restoran, dan melihat semua yang ditawarkan destinasi tersebut. Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan masyarakat yang melek media digital dan berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna aktif media digital berbasis internet di Indonesia sebanyak 143 juta orang pada tahun 2017 (Fahrudin, 2019).

Setelah masa pandemic yang cukup panjang, pemerintah Indonesia ingin membuat suatu peluang pasar melalui digital yaitu *metaverse for tourism*. Salah satu destinasi wisata jakatya yang mulai menggunakan dunia metaverse adalah *Jakarta Good Guide*, tour virtual bersama wisata Kreatif Jakarta. Merupakan salah satu contoh berwisata melalui virtual. Maka dapat disimpulkan bahwa *metaverse* memiliki peluang bisnis yang cukup menjanjikan di masa depan. Menurut Founder IMA, Hermawan Kartajaya, ada beberapa strategi peralihan industri pariwisata dari pandemi ke endemi, sampai ke tahun 2030. Pemulihan ekonomi dilakukan untuk menuju New Economy yang mencakup tiga factor yakni Generation Z, *Metaverse*, dan *Sustainable Development*. Maka dapat disimpulkan bahwa, *metaverse* menjadi salah satu strategi pemulihan ekonomi setelah *pandemic*. Peluang pasar metaverse belum luas tetapi difokuskan untuk pemulihan ekonomi di masa akan mendatang.

## KAJIAN PUSTAKA

Berdasarkan jurnal BASICEDU yang berjudul *metaverse: tantangan dan peluang dalam pendidikan*, konsep *metaverse* bukanlah istilah baru, kata metaverse pertama kali muncul pada tahun 1992 dalam sebuah fiksi spekulatif yang berjudul *Snow Crash* oleh Neal Stephenson (Li & Xiong,2022). Dalam novel ini, Stephenson mendefinisikan *metaverse* sebagai lingkungan virtual yang besar. Sebuah dunia metaverse juga pernah diperkenalkan dalam novel dan film *Ready Player One*. Naya, V. B., Lopez, R.M & Hernandez,I.L (2012), mendefinisikan metaverse sebagai lingkungan virtual yang juga dikenal dengan istilah MUVE (*Multi User Virtual Environments*), memiliki format yang berasal dari MMORPG (*Massive Multi Player Online Role-Playing Games*) yang memungkinkan semua orang dapat bertemu dengan *avatar* dalam permainan video 3D dengan menggabungkan realitas virtual, *Augmented Reality* (AR), *Virtual Reality* (VR) dan internet.

Berdasarkan jurnal karya ilmiah guru yang berjudul analisis penggunaan teknologi metaverse terhadap pembentukan memori pada proses belajar. *Metaverse* sendiri didefinisikan sebagai lingkungan virtual, dikenal juga sebagai MUVE (*Multi Player Virtual Online Role Playing Games*) yang didalamnya terdapat kombinasi *Augmented Reality* (AR), realitas bertambah yakni teknologi yang bisa memadukan dunia nyata/*real* dengan dunia virtual, VR, serta internet, sehingga pengguna seolah-olah bisa bertemu dalam ruangan nyata untuk melakukan aktivitas sehari-hari seperti berbisnis, belanja, belajar, rapat dan sebagainya, bukan sekedar aktivitas game atau hiburan (Diaz et al., 2020, Lee,2021)

*The Acceleration Studies Foundation* (ASF), sebuah organisasi penelitian perwakilan metaverse,mengumumkan *roadmap metaverse* pada tahun 2006. Ini mempresentasikan konsep *metaverse* dan jenis *metaverse* dan mengusulkan pemikiran tentang *metaverse* sebagai titik koneksi atau kombinasi dari yang nyata dunia dan realitas maya. Pernyataan tersebut diambil dari jurnal teknologi informasi dan komunikasi yang berjudul pemanfaatan metaverse di bidang pendidikan.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi literatur. Metode studi literatur adalah rangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola bahan penelitian (Bermejo & Hui, 2021;

Muhammet Damar, 2021). Desain penelitian studi literature yang digunakan yaitu *narrative review*. *Narrative review* merupakan jenis penelitian yang merangkum teori, meneliti studi dan menyelidiki metode yang digunakan.

Menurut Danial dan Warsiah (2009:80), Studi Literatur adalah merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Studi literatur digunakan untuk lebih mengetahui dan paham dengan objek yang akan diteliti (Pusparinda dan Santoso, 2016). Studi literatur juga akan bermanfaat untuk mengetahui inti dari penelitian yang lebih banyak dari permasalahan yang diteliti (Kartiningrum, 2015).

#### **Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam Penelitian ini adalah Kawasan DKI Jakarta. Lokasi ini dipilih sebagai tolak ukur karena DKI Jakarta salah satu Kawasan padat penduduk yang sadar teknologi.

#### **Sumber Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2017), Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung. Dalam penelitian ini data sekunder berupa informasi mengenai dokumen – dokumen yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas yaitu sebagai berikut :

- a. Studi Pustaka Menurut Sugiyono (2017) Studi pustaka merupakan kaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Hasil penelitian pula akan semakin kredibel apabila didukung foto – foto atau karya tulis akademik dan seni yang sudah ada. Studi pustaka adalah maka dapat dikatakan bahwa studi pustaka bisa mempengaruhi kredibilitas hasil penelitian yang dilakukan.
- b. Studi Dokumen Menurut Sugiyono (2018) studi dokumen merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan penelitian.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Studi kepastakaan yaitu mencari dengan mengumpulkan bahan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh data sekunder dengan cara membaca, mempelajari dan mendalami literatur yang berhubungan masalah dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini sehingga peneliti memperoleh landasan teori yang cukup untuk mempertanggungjawabkan analisis dan pembangunan masalah yang ada pada rumusan masalah.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Peluang Pasar Metaverse bagi Industri Pariwisata di DKI Jakarta**

Saat ini Peluang pasar dapat dijangkau melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana, seperti jaringan media sosial, maka dari situ akan terlihat kebutuhan dari konsumen atau pembeli, Ketika dapat beroprasi dengan baik maka akan mendapatkan keuntungan dari Kebutuhan konsumen tersebut. (Enok Rusmanah, Arie Wibowo Irawan, Fredi Andria: 2019). *Metaverse* merupakan internet dalam bentuk 3D, sehingga orang dapat saling berinteraksi melalui dunia maya sama seperti di kehidupan nyata. (Ikhwan Akbar Endarto,

Martad: 2022) Peluang pasar *Metaverse* Pariwisata di Indonesia khususnya di DKI Jakarta belum terlihat karena Di Indonesia sendiri masih pada tahap pengembangan, Pengembangan ekosistem *Metaverse* baru akan dibangun secara bertahap (Waranggani, 2022). Di Indonesia istilah *Metaverse Tourism* baru terdengar sejak awal tahun 2022.

Peluang pasar dapat lebih banyak dilihat, jika adanya balas dendam penduduk Indonesia terhadap kegiatan wisata, saat ini dikenal dengan “*healing*”, yang berarti “berwisata” karena penduduk sudah terbebas dari kegiatan sehari-harinya. “*healing*” dapat dilakukan sebagai aktivitas yang dapat membantu pemulihan diri dari kelelahan fisik maupun mental yang mungkin sedang dialami. (Rizki Nurul Nugraha, I Gusti Kade Heryadi Angligan: 2022) Melihat potensi yang dimiliki media sosial, ini sangat membantu bagi pelaku bisnis untuk menemukan konsumen, memperluas target pasar dan meningkatkan penjualan produk. (Sidik Ihsannudin, Rizki Nurul Nugraha : 2022). Begitupun dengan *metaverse* memiliki peluang pasar yang sangat tinggi sehingga masyarakat DKI Jakarta dapat mengaplikasikan *metaverse* pada kehidupan sehari-harinya.

*Metaverse* mengangkat konsep dunia virtual yang memungkinkan calon wisatawan melakukan perjalanan wisata lebih interaktif melalui *online* atau daring. Dengan begitu *Metaverse* dapat memberikan pengalaman berwisata secara *online* yang sama persis seperti berwisata secara langsung di tempat wisata. (Ujang Cepi Barlian, Nana Ismelani, Apriadi MananF: 2022) Jadi, besarnya peluang pasar *Metaverse* Pariwisata di DKI Jakarta dapat dilihat jika adanya kekuatan Digitalisasi, dimana digitalisasi dalam pengembangan usaha kepariwisataan khususnya pada destinasi merupakan “alat komunikasi” untuk memudahkan dalam mengetahui daya tarik wisatawan. Sekaligus sebagai telekomunikasi atau penyampaian informasi kepada wisatawan, jika ada promo atau adanya destinasi wisata baru. (Ikhwan Akbar Endarto, Martad: 2022)

### **Dampak Metaverse Pariwisata**

Dampak positif *metaverse tourism* yaitu dapat menciptakan pengalaman dunia nyata (fisik) di dalam ruang virtual dengan memanfaatkan teknologi. dimana Dunia virtual dalam pariwisata telah membuka kemungkinan baru untuk menciptakan inovasi dalam menikmati perjalanan wisata. Adaptasi *Metaverse Tourism* dengan pemanfaatan *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) menghasilkan kolaborasi yang “high tech and high touch” yang tidak mengurangi prinsip *essential* di pariwisata. *Metaverse tourism* juga menghasilkan cara atau ide baru dalam melakukan perjalanan wisata dimana Wisatawan dapat merasakan menjadi bagian dari perjalanan wisata tersebut, walau hanya dalam dunia virtual. (Ulfi Maranisya, Sanny Sutanto: 2022).

Dampak negatif *metaverse tourism* bahwa *metaverse* dalam dunia pariwisata bisa diterapkan hanya saja pariwisata berbasis *metaverse* belum efektif jika diterapkan karna tidak semua orang mempunyai teknologi yang memadai, di tambah tidak semua orang juga paham akan cara mengoprasikannya bagaimana, dimana bahkan masih banyak infrastruktur yang kurang dari sisi teknologi seperti perbedaan jaringan internet di beberapa wilayah yang masyarakat nya jauh dari perkotaan dimana itu sangat berbeda. Mungkin bisa saja penerapan berwisata berbasis *metaverse* diterapkan, tetapi hanya di beberapa wilayah kota tertentu, seperti Jakarta, Medan dan lain nya, itu dapat dikatakan dari segi manapun

mendukung untuk dilaksanakannya pariwisata berbasis metaverse tersebut, sebaliknya untuk wilayah terpencil masyarakat belum bisa mengikuti penggunaan *metaverse* karena terkendala dengan teknologi dan jaringan internet. (Fadilah Hapidz , Fadly Mulyana Akbar, Waisul Kurni Maulidi , Roulina Magdalena Siburian, & Hesti Puspitasari: 2022).

## KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur diatas dapat disimpulkan bahwa *Metaverse* merupakan alam semesta dalam konsep virtual yang penggunanya memiliki akses ke avatar digital yang memungkinkan mereka hidup, beraktivitas, dan berinteraksi satu sama lain selayaknya dalam kehidupan sehari-hari di dalam dunia digital sedangkan *Metaverse Tourism* dalam wisata diibaratkan menciptakan pengalaman dunia nyata di dalam ruang virtual dengan pemanfaatan teknologi. Peluang pasar *Metaverse* Pariwisata di Indonesia khususnya di DKI Jakarta belum terlihat karena di Indonesia sendiri masih pada tahap pengembangan, Pengembangan ekosistem *Metaverse* baru akan dibangun secara bertahap Jadi, besarnya peluang pasar *Metaverse* Pariwisata di DKI Jakarta dapat dilihat jika adanya kekuatan Digitalisasi, dimana digitalisasi dalam pengembangan usaha kepariwisataan khususnya pada destinasi merupakan “alat komunikasi” untuk memudahkan dalam mengetauhidaya tarik wisatawan. Sekaligus sebagai telekomunikasi atau penyampaian informasi kepada wisatawan, jika ada promo atau adanya destinasi wisata baru Sehingga dapat disimpulkan bahwa peluang usaha di dunia metaverse sangatlah luas. Namun di Kawasan DKI Jakarta masih tahap pengembangan, karena kurangnya sosialisasi mengenai metaverse, diharap dengan berjalannya zaman *metaverse* dapat berkembang. Karena *metaverse* tidak hanya sekedar dunia digital, melainkan sebuah karya *digital* yang dapat mendorong perkembangan suatu destinasi wisata.

## SARAN

Saran dari penulis agar peluang pasar pada *metaverse* dapat berkembang dan berdampak positif bagi seluruh Kawasan DKI Jakarta, salah satunya dengan upaya sebagai berikut :

- Membangun Komunitas
- Melakukan Kustomisasi Produk
- Menjangkau *Audiens* baru secara menyeluruh
- *Gamification* untuk *Metaverse* Sekian saran untuk mengembangkan peluang pasar pada *metaverse*, semoga kedepannya metaverse dapat berkembang pesat di Kawasan DKI Jakarta sehingga dapat meningkatkan efektifitas dalam berwisata menggunakan *metaverse*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2022, 04 11). Metaverse: Pengertian, Sejarah Dan Peluang Bisnisnya. Retrieved From Daya: <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/metaverse-pengertiansejarah-dan-peluang-bisnisnya>
- Bungin, B. (2001). Indonesia One Search. Surabaya: Perpunas.

- Hapidz, F., Mulyana Akbar, F., Maulidi, W. K., Siburian, R. M., Puspitasari, H., Studi, P., Pancasila, P., Kewarganegaraan, D., Keguruan, F., Pendidikan, I., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2022). Pemberdayaan Teknologi Metaverse Bagi Kelangsungan Dunia Pendidikan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1).
- Ikhwan Akbar Endarto, M. (2022). Metaverse. Analisis Potensi Implementasi Metaverse Pada Media Edukasi Interaktif, 37 - 51.
- Ilham Yusuf, T. S. (2020). Pondasi. Studi Literatur: Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perubahan Lahan, 1-27.
- Iswanto. (2022). *Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi. Pemanfaata Metaverse Di Bidang Pendidikan*, 44-52.
- Itsnaini, F. M. (2022, Maret 16). Gen Z San Metaverse Jadi Fokus Strategi Pariwisata Menuju Ekonomi Aru. Retrieved From Kompas: <https://Travel.Kompas.Com/Read/2022/03/16/073100127/Gen-Z-Dan-Metaverse-Jadi-Fokus>
- Jurnal, H., Ihsannudin, S., Nurul Nugraha, R., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta. 1(3).
- Keuntungan Dan Kekurangan Metaverse Dalam Kehidupan Sehari-Hari. (2022, 11 15). Retrieved From Detik.Com: <https://Www.Publikasimedia.Com/Keuntungan-Dan-Kekuranganmetaverse>
- Kurnia, R. D. (2022, 02 28). Pengertian Metaverse Dan Dampaknya Di Masa Depan. Retrieved From Qoala: <https://Www.Qoala.App/Id/Blog/Keuangan/Investasi/Pengertianmetaverse/#:~:Text=Tim%20sweeney%2c%20ceo%20sekaligus%20pendiri,Dan%20saling%20berbagi%20konten%20tersebut>
- Mulati, Y. (2022). Ide Guru Jurnal Karya Ilmiah Guru. Analisis Penggunaan Teknologi Metaverse Terhadap Pembentukan Memori Pada Proses Belajar, 1-9.
- Pengertian Metaverse, Sejarah, Dan Peluang Bisnisnya! (2022, 04 22). Retrieved From Sakumas: <https://Sakumas.Com/Berita/Pengertian-Metaverse-Sejarah-Dan-Peluang-Bisnisnya>
- Ridwanti, A. E. (2022, Juli 24). Apa Itu Metaverse? Retrieved From Dianisa.Com: <https://Dianisa.Com/Apa-Itu-Metaverse/>
- Rizki Nurul Nugraha, G. K. (2022). *Jurnal Ilmah Hospitality. Revenge Tourism*, 1-13.
- Rizki Nurul Nugraha, P. D. (2022). *Journal Inovasi Penelitian. Pengelolaan Museumbahari Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Di Jakarta*, 1-10.
- Rusmanah, E., Wibowo Irawan, A., & Andria, F. (N.D.). Implementasi Digital Marketing Guna Peningkatan Peluang Pasar Produksi Hasil Ternak Puyuh Masyarakat Desa Galuga. [Www.Slideshare.Net/Wearesocialsg/Digital-In-2018-Southeast-Asia](http://Www.Slideshare.Net/Wearesocialsg/Digital-In-2018-Southeast-Asia)
- Salmaa. (2021, Juni 7). Studi Literatur: Pengertian, Ciri-Ciri, Dan Teknik Pengumpulan Datanya. Retrieved From Deepublish: <https://Penerbitdeepublish.Com/Studi-Literatur/>
- Sidik Ihsannudin, R. N. (2022). *Jurnal Jempper. Penerapan Bauran Pemasaranpada Teraskita Hotel Jakarta*, 1-9.

- Ulfi Maranisya, S. S. (2022). Efektivitas Metaverse Tourism Sebagai Sarana Promosi Wisata Alam Hiu Paus Di Taman Nasional Teluk Cenderawasih. *Syntax Literate*, 1-10.
- Yose Indarta, A. A. (2022). *Jurnal Basicedu*. Metaverse: Tantangan Dan Peluang Dalam Pendidikan, 3351-3363.