JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS
Halaman Jurnal: https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaem
Halaman UTAMA Jurnal : https://journal.amikveteran.ac.id/index.php

DOLENKUY.COM: PLATFORM DIGITAL SEBAGAI *VIRTUAL TOURISM* DAN *E-MARKETPLACE* UNTUK MENDUKUNG EKONOMI PARIWISATA DAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19

Iqbal Ainur Rizki [a], Aulia Dwi Saputri[b]
[a] Physics Department, iqbalainur19004@gmail.com, Universitas Negeri Surabaya
[b] Informatics Engineering, aulia.19008@mhs.unesa.ac.id, Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

The Covid-19 pandemic has had a negative impact on the business sector, MSMEs, and the tourism sector which had to experience a decline in income during this Covid-19 pandemic. One of the affected areas is Mojokerto Regency. Mojokerto Regency has many tourism sectors that are known by everyone. Based on these problems, a solution is needed that can overcome economic problems in the tourism sector and MSMEs in Mojokerto. The purpose of writing this paper is to describe the concepts and features on *Dolenkuy.com*, analyze the predictions of the advantages and success of the *Dolenkuy.com* platform, and analyze the implementation techniques of the *Dolenkuy.com* platform. The research method used in this paper is a literature study and uses a descriptive writing method with a qualitative approach. From the writing of this paper, it is found that *Dolenkuy.com* is an innovation in the form of a website-based digital platform that functions as a virtual tourism and e-market place during the Covid-19 pandemic era. The features found on this platform are virtual dolen menu, buying souvenirs, travel history, to the contact us menu. This platform is predicted to excel in the fields of digitizing tourism and MSMEs, income, marketing, superior locations and products, as well as a wide range of tourists. And the last is the implementation technique of this platform starting from the problem identification stage to the platform evaluation and development stage with an estimated implementation time of 5.5 months.
Keywords: *Dolenkuy.com*, virtual tourism, e-marketplace

Abstrak

Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif bagi sektor usaha, UMKM, dan sektor pariwisata yang harus mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi Covid-19 ini. Salah satu wilayah yang terdampak adalah Kabupaten Mojokerto. Kabupaten Mojokerto memiliki banyak sektor pariwisata yang dikenal oleh setiap orang. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan solusi yang dapat mengatasi permasalahan ekonomi di sektor pariwisata dan UMKM di Mojokerto. Tujuan penulisan makalah ini adalah untuk mendeskripsikan konsep dan fitur pada *Dolenkuy.com*, menganalisis prediksi keunggulan dan keberhasilan platform *Dolenkuy.com*, dan menganalisis teknik implementasi platform *Dolenkuy.com*. Metode penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah studi pustaka dan menggunakan metode penulisan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Ditemukan bahwa *Dolenkuy.com* merupakan inovasi berupa platform digital berbasis website yang berfungsi sebagai virtual tourism dan e-market place di era pandemi Covid-19. Fitur-fitur yang terdapat pada platform ini adalah menu dolen virtual, membeli oleh-oleh, travel history, hingga menu hubungi kami. Platform ini digadang-gadang unggul di bidang digitalisasi pariwisata dan UMKM, pendapatan, pemasaran, lokasi dan produk unggulan, serta berbagai macam wisatawan. Dan yang terakhir adalah teknik implementasi platform ini mulai dari tahap identifikasi masalah hingga tahap evaluasi dan pengembangan platform dengan estimasi waktu pelaksanaan 5,5 bulan.
Kata Kunci: *Dolenkuy.com*, *virtual tourism*, *e-marketplace*

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang sudah lebih dari satu tahun melanda Indonesia telah menimbulkan dampak negatif di berbagai sektor, salah satunya pada sektor perekonomian [1]–[3]. Banyak usaha dan UMKM yang harus gulung tikar selama pandemi ini akibat kebijakan pembatasan-pembatasan seperti PPKM Darurat. Tak hanya itu, sektor pariwisata yang menjadi salah satu sumber perekonomian di Indonesia pun banyak mengalami penurunan jumlah pengunjung, bahkan ada yang sampai ditutup. Salah satu daerah yang terkena dampak ini adalah Kabupaten Mojokerto [4].

Received Juni 6, 2022; Revised Juni 20, 2022; Accepted Juli 5, 2022

Menurut data dari Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga (Disparpora) Mojokerto, menunjukkan bahwa Kabupaten Mojokerto mengalami kerugian pada sektor pariwisata mencapai Rp. 330 juta terhitung sejak Maret 2020. Lebih dari 12 objek pariwisata ditutup dan beberapa diantaranya harus melakukan pemutusan hubungan kerja kepada karyawannya [5]. Hal ini menjadikan wisata berada di titik nol dan mengibarkan bendera putih tanda menyerah. Selain itu, sektor UMKM di Mojokerto juga mengalami kelumpuhan akibat pandemi. Berdasarkan penelitian oleh Astuti [4], terdapat sekitar 1.625 UMKM yang terdampak pandemi sehingga tingkat pengangguran meningkat sebesar 5,75% pada tahun 2020. Padahal, sektor pariwisata dan UMKM merupakan salah satu sektor yang menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) paling besar di Mojokerto.

Seperti yang sudah diketahui, Kabupaten Mojokerto memiliki banyak sektor pariwisata yang dikenal oleh semua orang, baik wisata alam, buatan, dan desa wisata. Contoh destinasi wisata yang ada di Mojokerto yaitu Desa Wisata Sendi yang mendapatkan penghargaan Juara 1 CSR (Corporate Social Responsibility) karena keindahan alam dan wisata edukasi terpadunya [6]. Selain itu, beberapa peninggalan Kerajaan Majapahit seperti Situs Trowulan, Candi Pari, Candi Arjuna, dan beberapa candi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Mojokerto memiliki potensi natural, kultural, dan sosial yang dapat dikembangkan menjadi wisata virtual pada masa new normal. Menurut penelitian oleh Premaswari [7] sebanyak 68 dari 77 responden, tertarik mencoba virtual tourism karena objek wisata yang bersifat rekreasi, perjalanannya dinikmati, dan menambah wawasan, seperti wisata alam atau wisata budaya.

Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan suatu solusi yang dapat mengatasi permaslahan perekonomian pada sektor pariwisata dan UMKM di Mojokerto. Penulis menggagas sebuah inovasi platform digital berbasis website yang bernama "*Dolenkuy.com*". Platform ini akan berfungsi sebagai *virtual tourism* dan *e-marketplace* untuk menopang dan meningkatkan perekonomian di Mojokerto berbasis pariwisata alam, buatan, dan kampung wisata di era pandemi Covid-19. Kabupaten Mojokerto dipilih karena memiliki banyak sekali pariwisata yang potensial untuk dikembangkan sebagai virtual tourism. Selain itu, karena banyaknya lokasi wisata di daerah ini, maka para pengusaha wisata yang terdampak juga akan banyak pula sehingga memerlukan perhatian khusus. Kabupaten ini juga memiliki banyak UMKM yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui *e-marketplace*. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan dan menganalisis konsep, fitur-fitur, prediksi keunggulan, keberhasilan, dan teknik implementasi dari platform *Dolenkuy.com* sehingga dapat menjadi penopang perekonomian dan pariwisata di Kabupaten Mojokerto selama era pandemi Covid-19.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Virtual Tourism*

Virtual tourism merupakan suatu lingkungan yang dapat membuka peluang kemungkinan bagi para penggunanya untuk merasakan lingkungan alami yang berbeda dengan memanfaatkan simulasi 3D [8]. Penggunaan wisata berbasis virtual semakin meningkat karena teknologi tersebut memberikan menfaat berupa perencanaan dan manajemen perjalanan wisata, alat pemasaran, dan alat pendidikan bagi para wisatawan [9]. *Virtual Tourism* menawarkan pengalaman yang dapat dinikmati tanpa mengambil risiko dan merusak suatu destinasi wisata yang membuka peluang bagi para wisatawan agar mampu melihat daya tarik wisata dengan kapasitas daerah tujuan wisata yang sedikit. *Virtual Tourism* merupakan suatu teknologi yang memungkinkan untuk para wisatawan dapat melihat daya tarik suatu wisata yang disajikan dalam bentuk video dan gambar sehingga dapat mengimajinasikan suatu destinasi dengan baik [10].

Adanya wisata berbasis virtual membantu para wisatawan dalam mengambil suatu keputusan mengenai perjalanan wisata yang akan dipilih dengan cara yang unik dan lebih personal. Dengan pemanfaatan wisata virtual dengan baik seperti memberikan konten dengan interaksi tinggi dapat meningkatkan minat untuk mengunjungi destinasi wisata. Hal tersebut berdampak pada meningkatnya pendapatan pada sektor pariwisata dan membantu sektor tersebut pulih dari kondisi pandemi Covid-19 [11].

2.2. *E-marketplace*

Teknologi yang dapat digunakan untuk berdagang melalui daring merupakan *E-marketplace* yang memiliki definisi sebagai suatu penggunaan internet untuk menjalankan aktivitas bisnis berupa jual beli. Penggunaan *E-marketplace* sendiri meliputi penggunaan internet dan *World Wide Web* untuk menjual produk dan menjual jasa berupa pelayanan untuk konsumen [12]. Definisi lain dari *E-marketplace* merupakan suatu saluran online yang dapat dilampaui para pengguna via komputer, yang digunakan oleh pengusaha dalam melakukan aktivitas bisnisnya serta digunakan oleh para konsumen untuk keperluan informasi menggunakan komputer. *E-marketplace* juga dapat diartikan sebagai suatu set teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang

dinamis guna menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara daring [13], [14].

E-marketplace atau elektronik commerce adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan computer. *E-marketplace* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. *E-marketplace* juga dapat diartikan sebagai proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (*Commerce-net)* dan sejenis mekanisme bisnis electronik dengan focus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik antar instansi atau individu dengan instansi *(NetReady)* [15].

E-marketplace ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. Proses penjualan dan marketing ini sangat potensial untuk diisi oleh para pelaku UMKM untuk mengatasi masalah keterbatasan akses ke teknologi informasi dikarenakan modal yang terbatas dan kurangnya tenaga ahli. Selain pemerintah, dukungan untuk penggunaan teknologi informasi ini juga datang dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan *E-marketplace* [16]. Dengan adanya layanan *electronic commerce* (*E-marketplace*) ini juga pembeli dapat mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat. Dengan adanya era teknologi yang canggih saat ini para pembeli yang ingin mengakses *E-marketplace* bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun, tidak harus berada di suatu tempat.

2.3. Objek Wisata di Kabupaten Mojokerto

Mojokerto merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten Mojokerto memiliki wilayah yang cukup luas yaitu sebesar 2,09% dari luas wilayah Privinsi Jawa Timur atau sebesar 969.360 Km^2. Secara geografis Kabupaten Mojokerto terletak antara 111º20’13” – 111º40’47” Bujur Timur dan 7º18’35” - 7º47’ Lintang Selatan. Kabupaten Mojokerto sendiri memiliki 18 kecamatan diantaranya yaitu Trowulan, Sooko, Puri, Bangsal, Mojoanyar, Gedeg, Kemlagi, Dawarblandong, Jetis, Mojosari, Ngoro, Pungging, Kutorejo, Dlanggu, Jatirejo, Gondang, Pacet, dan Trawas.

Kabupaten Mojokerto dikenal sebagai kawasan wisata yang menyajikan keunikan tersendiri di tiap destinasinya. Beberapa potensi wisata yang dimiliki diantaranya yaitu objek wisataa Petirtaan Jolotundo Trawas, Air Terjun Cobang Canggu, Air Terjun Dlundung Trawas, Wana Wisata dan Kolam Air Panas Padusan Pacet, serta Ekowisata Waduk Tanjungan Kemlagi. Keunggulan di bidang pariwisata tersebut jika dikelola dengan baik dan benar akan berdampak baik pada peningkatan jumlah Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto. Berikut ini merupakan beberapa objek wisata yang terdapat pada Kabupaten Mojokerto.

a) Petirtaan Jolotundo Trawas

Secara geografis, lokasi Petirtaan Jolotundo Trawas terletak di lereng Gunung Penangggungan. Wisata Petirtaan Jolotundo merupakan sebuah candi yang memiliki mata air di tiap sudutnya. Sudut sebelah timur Candi yang berbentuk persegi dengan ukuran 16x13 m^2 ini memiliki kolam kecil yang diatasnya terdapat bangunan berupa candi yang semakin meruncing ke atas. Bagi orang yang memeluk agama Hindu-Siwa tempat ini dianggap sebagai tempat suci [17].

Lokasi wisata Petirtaan Jolotundo memiliki nilai religius yang menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan lokal maupun global. Wisata yang terletak di Jolotundo ini bukan hanya sebagai suatu bangunan peninggalan bersejarah, tetapi di dalamnya mengandung tulisan, benda, dan karya seni yang memiliki pengaruh besar pada kehidupan masyarakat daerah Jolotundo [18]. Bagi masyarakat yang tertarik terhadap mitos, ritual, sejarah, ataupun peninggalan-peninggalan kuno bersejarah bisa mengunjungi kawasan wisata Petirtaan Jolotundo Trawas ini.

b) Air Terjun Dlundung

Kawasan wisata Air Terjun Dlundung ini berada di Kabupaten Mojokerto Jawa Timur. Daya tarik yang dimiliki oleh objek wisata ini yaitu air terjun yang berada di dalam hutan lindung milik perhutani dengan luas 4,5 ha serta memiliki ketinggian sekitar 50-60 meter dengan kejernihan sumber airnya yang mengalir dari mata air Gunung Welirang yang berada pada ketinggian 760 mdpl di hutan lindung [19].

c) *Sendi Adventure*

Sendi Adventure merupakan salah satu objek wisata yang populer di kalangan masyarakat yang mencintai kawasan wisata di daerah Mojokerto. Lokasinya yang berada di hutan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto ini memiliki beberapa spot foto yang *instagramable* di *Sendi Advature* ini memiliki beragam

fasilitas seperti adanya tempat kuliner, taman hiburan, toilet umum yang dijamin kebersihannya oleh pihak pengelola [20].

d) Kampung Wisata Dlanggu

Kampung Wisata Dlanggu merupakan salah satu destinasi ekowisata dimana mamsyarakatnya mengelola hasil lahannya yang luas ditanami pohok cokelat. Lokasi objek wisata ini berada di Desa Randugenengan, Kecamatan Dlanggu, Kabupaten Mojokerto. Objen wisata ini memiliki lahan yang cukup luas sehingga dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untu ditanami pohon cokelat [21].

e) Situs Trowulan

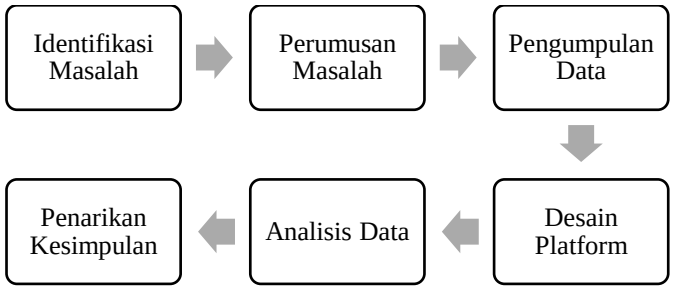
Kawasan situs Trowulan terletak di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto serta berada di Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang. Menurut sejarah, kawasan situs Trowulan mempunya banyak nilai religius, historis, dan nilai arsitektual dengan tingkat peradaban yang ada pada suatu bangsa di masa Kerajaan Majapahit. Saat ini, situs Trowulan telah terdaftar sebagai salah satu warisan dunia oleh UNESCO [22]. Kawasan situs Trowulan memiliki banyak situs yang mengandung nilai sejarah dan budaya masyarakat Jawa seperti, adanya situs artefak yang menunjukkan pada kita mengenai kehidupan yang terjadi pada masyarakat pada masa kerajaan kuno diantaranya yaitu adanya segaran, kolam, saluran irigasi, serta landasan pemukiman dengan bentuk seperti kerajaan Majapahit.

f) Gunung Penanggungan

Gunung Penanggungan merupakan salah satu objek wisata yang berlokasi di dua kabupaten, yakni Kabupaten Mojokerto dan Kabupaten Pasuruan [23]. Gunung Penanggungan dikelilingi oleh bukit-bukit kecil di sekelilingnya. Objek wisata ini memiliki keunikan sendiri berupa kabut asap yang selalu ada di ujungnya. Selain iitu gunung ini juga dikenal sebagai Gunung Pawitra yang berada di ketinggian 1.653 mdpl. Bagi para wisatawan yang menyukai keindahan pegunugan, Gunung Penanggungan menjadi daftar salah satu objek wisata yang wajib untuk dikunjungi karena keindahan alam disekitarnya.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian studi literatur. Peneliti merancang sebuah desain platform yang menggabungkan virtual tourism dan *e-marketplace* di Mojokerto berdasarkan masalah yang ada yakni menurunnya kondisi perekonomian dan pariwisata di Mojokerto. Metode penulisan dalam karya ilmiah menggunakan metode deskriptif dengan desain kualitatif dan pendekatan studi kasus Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menjawab rumusan masalah dengan cara menguraikan permasalahan tersebut berdasarkan landasan teori (kajian pustaka) yang akan dikaji. Pengkajian masalah untuk menciptakan solusi pada penulisan ini dilakukan dengan menemukan literatur yang relevan. Sedangkan metodenya menggunakan studi pustaka kemudian diselaraskan dengan konsep ide dan permasalahan yang ada. Penelitian ini memiliki enam tahapan, mulai dari identifikasi masalah, perumusan masalah, pengumpulan data, mendesain platform, analisis data, dan penarikan kesimpulan seperti ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan-tahapan Penelitian

1. Mengidentifikasi permasalahan mengenai dampak pandemi Covid-19 terhadap kondisi perekonomian dan pariwisata di Kabupaten Mojokerto serta belum adanya solusi untuk mengatasi hal tersebut.
2. Membuat perumusan masalah sesuai fokus-fokus permasalahan yang dikaji dan dianalisis.
3. Mengumpulkan data dan materi terkait fokus permasalahan guna mendukung ketajaman analisis permasalahan yang ada.
4. Menggambarkan desain final platform *Dolenkuy.com* menggunakan software *Adobe Photoshop 2020.*
5. Menganalisis dan membahas bagaimana konsep platform *Dolenkuy.com*.
6. Menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang ada.

Data yang telah dikumpulkan dari hasil kajian literatur dan uji coba selanjutnya digunakan sebagai pijakan dalam melakukan analisis. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui 4 tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, presentasi data, dan penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan data adalah proses mendapatkan data dari sumber primer atau sekunder dalam rangka mencapai tujuan penelitian.
2. Reduksi data adalah proses meringkas, memilih poin-poin utama, dan berfokus pada poin-poin terpenting sehingga data yang diperoleh memberikan deskripsi yang jelas.
3. Penyajian data dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan adalah teks naratif berupa deskripsi singkat, bagan, dan hubungan antar subjek.
4. Menyimpulkan dan memverifikasi temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya.

4. RESULT AND DISCUSSION

4.1. *Dolenkuy.com* Concept and Features

4.1.1. *Dolenkuy.com* Concept

Konsep dari platform *Dolenkuy.com* merupakan sebuah platform digital yang berfungsi sebagai virtual tourism and *e-marketplace* pada masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan pariwisata Mojokerto sebagai subjeknya. Virtual tourism saat ini tengah dibutuhkan masyarakat, yang sudah jenuh berada dirumah karena pandemi Covid-19. Memasuki masa *new normal* memang membuat beberapa destinasi wisata di Mojokerto mulai dibuka kembali, namun hal ini beresiko memunculkan jumlah orang yang terinfeksi Covid-19 semakin banyak. Menurut Epidemiolog dari Universitas Indonesia, Syahrizal Syarif, mengungkapkan bahwa resiko penularan Covid-19 di tempat wisata masih cukup tinggi karena mobilitas warga yang memicu kerumunan. Hal ini tentu saja dapat menimbulkan klaster penularan Covid-19 pada pariwisata [24].

Berdasarkan pendapat epidemiolog tersebut, tidak ada jaminan bahwa masyarakat akan benar-benar menerapkan protokol yang berlaku saat berada di tempat wisata. Oleh karena itu, virtual tourism menjadi pilihan tepat serta aman untuk mengobati kejenuhan masyarakat. Platform digital *Dolenkuy.com* menggunakan basis pariwisata Mojokerto dapat menjadi upaya terobosan untuk memulihkan ekonomi pariwisata. Beberapa pariwisata di Mojokerto seperti Desa Wisata Sendi, Kampung Majapahit, Puncak Penanggungan, dan Situs Trowulan yang memiliki keindahan alam dan kekayaan kultural sehingga menarik untuk ditelusuri [25], [26].

Penggunaan *virtual tourism* secara teori juga didukung oleh pendapat Maharani [27] bahwa digitalisasi pariwisata dapat memberikan keuntungan yang besar seperti: 1) Mengarah pada kreativitas dan inovasi dalam pariwisata. 2) Memfasilitasi peningkatan penyesuaian pengalaman pengunjung. 3) Meningkatkan kepuasan pengunjung. 4) Berkontribusi pada konfigurasi tujuan baru. 5) Menginspirasi model bisnis baru, rantai nilai baru, ekosistem bisnis baru. 6) Membuka peran baru bagi konsumen dan produsen.

Selain pada sektor pariwisata, platform *Dolenkuy.com* juga ikut serta dalam meningkatkan ekonomi pada sektor UMKM. Platform ini nantinya berfungsi sebagai *e-marketplace* yang bisa dimanfaatkan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Dalam sistem ini, produk yang dipasarkan dapat berbagai macam oleh-oleh khas Mojokerto mulai dari kuliner hingga merchandise khas daerah. Fungsi ini akan membantu para pelaku UMKM yang terdampak pandemi bisa kembali menghidupkan usahanya [28], [29]. Pengadaan fitur ini didukung oleh hasil penelitian Artaya & Purworusmiardi [30] bahwa berdasarkan hasil uji Crosstabs, keberadaan *e-marketplace* sangat membantu para pelaku UMKM melalui market share-nya. Sistem *e-marketplace* juga akan berperan dalam menekan angka penyebaran Covid-19 karena tidak menimbulkan kontak fisik antara penjual dengan pembeli [31].

4.1.2. *Dolenkuy.com* Features

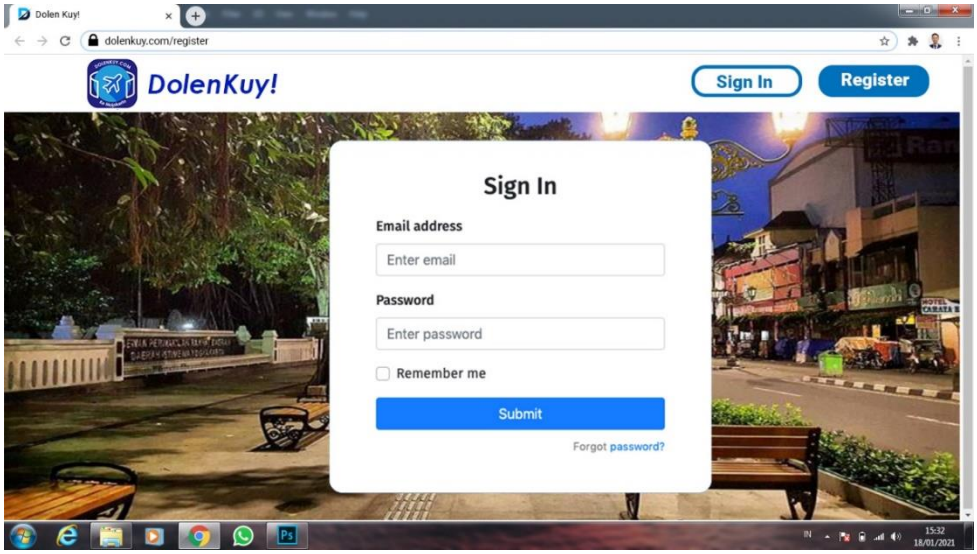
Konsep virtual tourism dan *e-marketplace* akan dimasukkan sebagai fitur utama dalam platform *Dolenkuy.com*. Namun, sebelum para pengguna bisa menggunakan fitur tersebut, pengguna wajib melakukan registrasi akun terlebih dahulu. Setelah melakukan registrasi para pengguna bisa memanfaatkan seluruh fitur yang terdapat pada platform *Dolenkuy.com* sebagai berikut:

a) Halaman Awal/Registrasi

Sebelum menggunakan website *Dolenkuy.com*, pengguna diharuskan membuat akun terlebih dahulu. Pembuatan akun dilakukan dengan memasukkan beberapa data diri. Setelah pengguna memiliki akun, pengguna dapat login dengan memasukkan email dan kata sandi. Untuk menjaga kerahasiaan data diri, *Dolenkuy.com* bekerjasama dengan dinas kominfo Mojokerto untuk melindungi data-data pengguna. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.1a.

b) Menu Utama

Menu utama akan menampilkan tiga fitur utama di dalam *Dolenkuy.com* yang terdiri dari menu informasi Covid-19, menu Dolen virtual, dan menu *e-marketplace*. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.1b.



(a)

(b)

Gambar 4.1 Desain tampilan platform *Dolenkuy.com* pada fitur (a) halaman registrasi dan (b) menu utama

c) Menu Info Covid-19

Selain menyediakan layanan virtual tourism dan *e-marketplace*, *Dolenkuy.com* berperan dalam mengupdate informasi-informasi terkini tentang data perkembangan Covid-19 seluruh daerah di Indonesia terutama di Mojokerto. Informasi mengenai hal ini bersumber dari data resmi pemerintah sehingga informasi yang disampaikan dapat terbukti kebenarannya/kredibel. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.2a.

d) Menu *Dolen Virtual*

Pada menu ini akan berisi layanan *virtual tourism* dengan biaya registrasi sebesar Rp. 15.000/hari. Menu ini menyediakan beberapa video pariwisata tiga dimensi dari beberapa pariwisata unggulan Mojokerto yang dapat dinikmati dengan bergerak, menggeser, atau memutar video 360° untuk melihat dan menjelajahi

seluruh penjuru. Ketika pengguna memilih fitur ini, akan muncul fitur lebih lanjut yaitu top destination dan recommended places. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.2b.

Gambar 4.2 Desain tampilan platform *Dolenkuy.com* pada fitur (a) menu info Covid-19 dan (b) menu *dolen virtual*

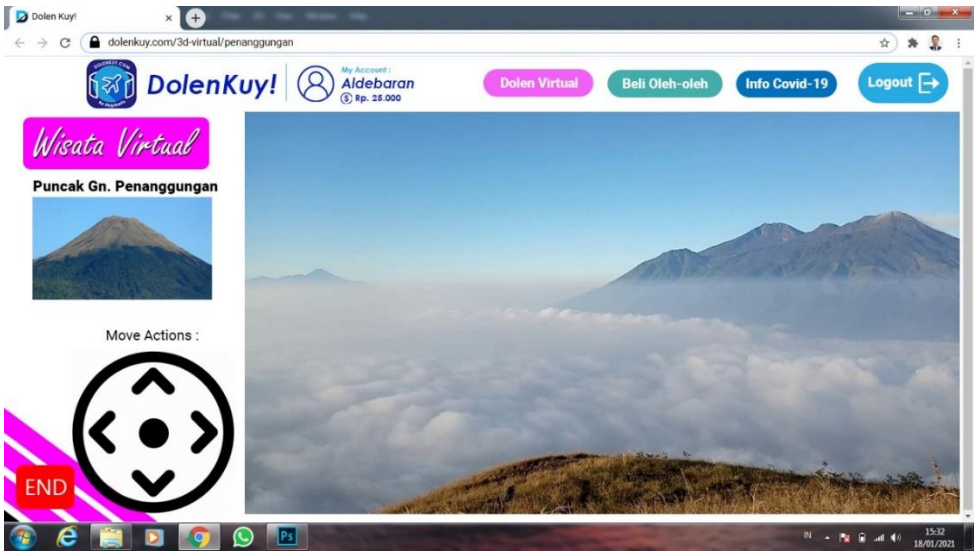
e) Menu Virtual Tour 3D

Menu ini merupakan salah satu lanjutan dari menu sebelumnya (dolen virtual) berupa tampilan 3D yang bisa bergerak secara interaktif sesuai dengan keinginan user. Fitur ini merupakan fitur unggulan yang berbeda dengan tampilan 3D yang ada di Youtube yang hanya dapat bergerak secara 3D saja, tetapi pada fitur ini dapat bergerak 3D dan translasi sehingga lebih menarik dan user dapat mengeksplor tempat wisata yang dipilihnya. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.3a.

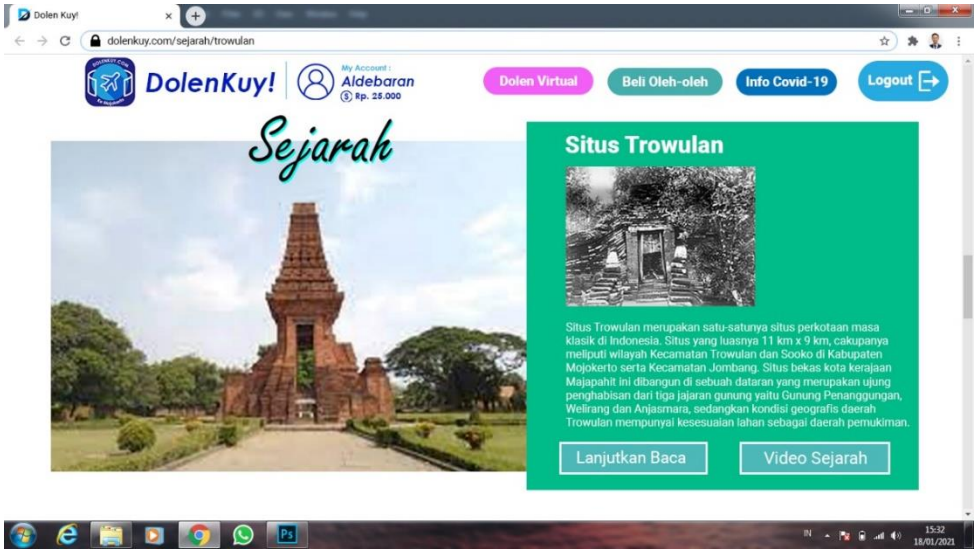
f) Menu Sejarah Wisata

Menu ini juga merupakan salah satu lanjutan dari menu dolen virtual yang berisi sejarah-sejarah pada tempat wisata tertentu yang dikemas secara menarik dan interaktif. Sehingga selain berwisata secara virtual, diharapkan pengunjung juga memahami budaya dan sejarah lokasi wisata tersebut. Terlebih lagi sejarah mencatat bahwa Mojokerto merupakan ibukota dari kerajaan Majapahit yang merupakan kerajaan paling

besar se-Asia Tenggara (Janah, 2021). Hal ini menjadikan Mojokerto memiliki banyak sekali situs-situs budaya yang menarik untuk dieksplorasi. Tampilan dari fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.3b.



(a)



(b)

Gambar 4.3 Desain tampilan platform *Dolenkuy.com* pada fitur (a) menu virtual tour 3D dengan contoh objek wisata puncak Gunung Penanggungan dan (b) menu sejarah tempat wisata dengan contoh objek wisata Situs Trowulan.

g) Menu Top Destination

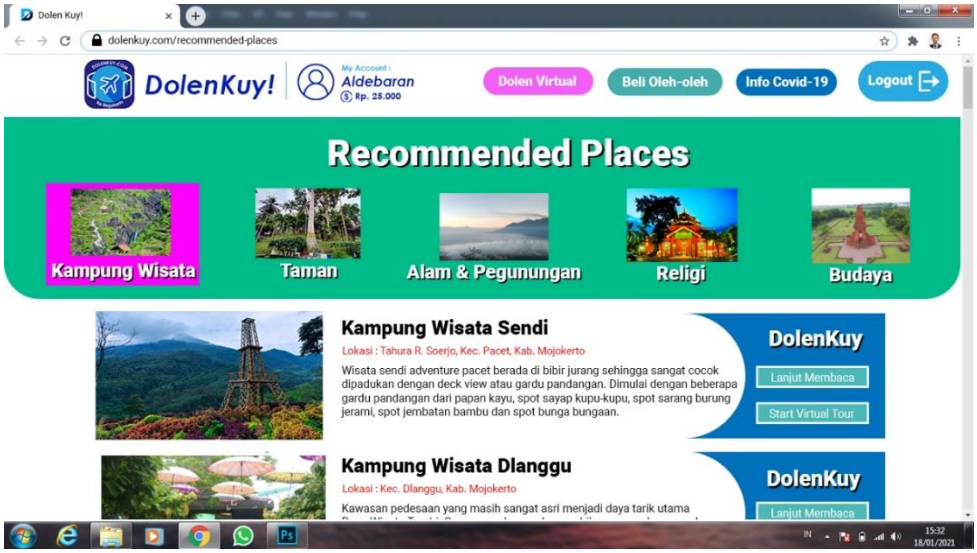
Menu ini berisi informasi unik dari beberapa destinasi wisata Mojokerto yang dilengkapi dengan sejarah atau cerita-cerita yang ada di masyarakat wisata Mojokerto. Informasi unik ini diunggah dan dikemas dengan menarik oleh crew *Dolenkuy.com* sehingga memberikan kesan bagi penggunanya.

h) Menu Recommended Places

Menu ini berisi informasi unik dari beberapa destinasi wisata yang dapat dijadikan alternatif bagi user dalam memilih tempat wisata di menu Dolen Virtual. Pengguna juga dapat melakukan wisata virtual di tempat-tempat seperti pegunungan, kampung wisata, dan wisata religi. Tampilan fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.4a.

i) Menu Beli Oleh-oleh

Pada menu ini merupakan *e-marketplace* dimana pengguna dapat bertindak sebagai customer (pembeli) atau penjual (pedagang UMKM). Pada menu customer, maka terdapat submenu pilihan produk UMKM yang ada di Mojokerto berupa oleh-oleh kuliner maupun barang. Pada menu penjual, pelaku UMKM dapat memilih menu menjual dan berikutnya dapat mengunggah iklan produk mereka untuk dipasarkan. Tampilan fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.4b.



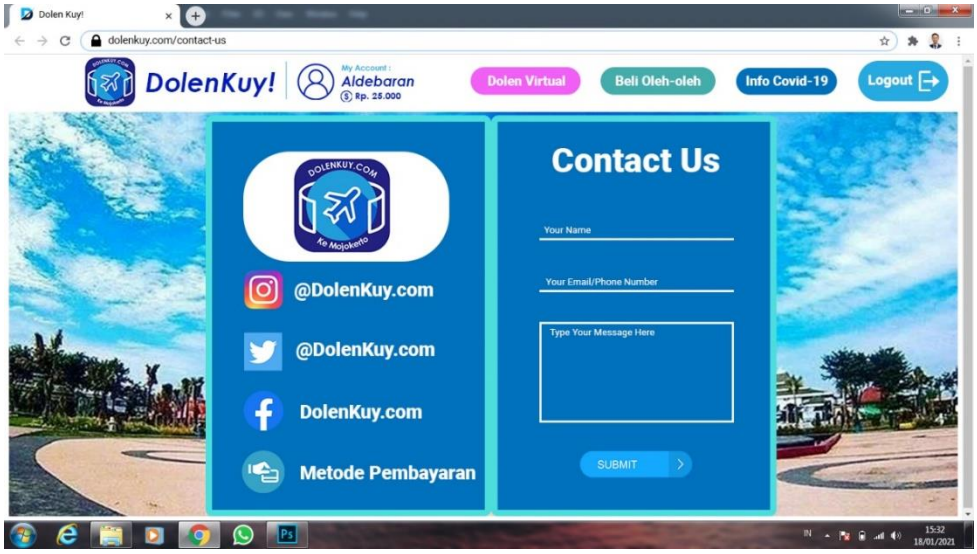
(a)

(b)

Gambar 4.4 Desain tampilan platform *Dolenkuy.com* pada fitur (a) menu recommended place dan (b) menu beli oleh-oleh.

j) Menu Contact Us

Menu ini berisi informasi mengenai akun media sosial, metode pembayaran, dan contact person untuk pusat bantuan apabila ada beberapa hal yang perlu ditanyakan terkait dengan sistem *Dolenkuy.com*. Tampilan fitur ini dapat dilihat pada Gambar 4.5.



Gambar 4.5 Desain tampilan platform *Dolenkuy.com* pada fitur contact us.

Berdasarkan fitur-fitur yang terdapat pada platform *Dolenkuy.com* dirasa mampu untuk memperbaiki perekonomian Mojokerto pada sektor pariwisata yang lumpuh akibat kebijakan pembatasan ekonomi pada masa pandemi Covid-19. Selain itu, platform *Dolenkuy.com* juga dapat meningkatkan ekonomi pelaku UMKM masyarakat Mojokerto. Semua fitur tersebut dapat mengurangi laju penyebaran Covid-19 karena semua pelaksanaan sistem berbasis website sebagai teknologi digital.

4.2. Prediksi Keunggulan dan Keberhasilan *Dolenkuy.com*

4.2.1. Prediksi Keunggulan

Prediksi keunggulan dari platform ini dapat dilihat dari perbandingan antara sebelum dengan sesudah penerapannya. Tabel 4.1 menunjukkan bahwa platform ini unggul dalam bidang digitalisasi pariwisata dan UMKM, pendapatan, pemasaran, lokasi dan produk unggulan, serta jangkauan wisatawan yang luas. Sehingga platform ini sangat menarik dan bermanfaat untuk diimplementasikan dalam rangka meningkatkan dan mendukung sektor pariwisata dan perekonomian di Kabupaten Mojokerto.

Tabel 1. Perbandingan antara sebelum dan sesudah diterapkannya platform *Dolenkuy.com* pada beberapa aspek

No	Pembanding	Sebelum Penerapan	Sesudah Penerapan	Tinjauan Literatur
1	Digitalisasi pariwisata dan UMKM	Masih menerapkan sistem konvensional terhadap pengunjung	Adanya peningkatan terhadap digitalisasi masyarakat pada sektor pariwisata dan UMKM	Pemasaran secara digital memudahkan pelaku UMKM dalam menjaring pangsa pasar dan konsumen [32]
2	Tingkat pendapatan pelaku UMKM	Banyak pemilik UMKM yang mengalami kesulitan dari segi keuangan, tingkat penjualan, sulitnya akses distribusi, sulitnya mendapatkan bahan baku akibat pandemi	Peningkatan ekonomi masyarakat terutama bagi para pelaku UMKM karena sektor wisata dan UMKM dapat tetap bekerja dengan baik secara daring	Salah satu strategi dalam memulihkan ekonomi pariwisata dan UMKM pasca pandemi adalah melakukan transformasi menjadi berbasis digital [33], [34]
3	Pemasaran para pelaku UMKM	Mengeluarkan biaya yang cukup besar dan masih menggunakan metode konvensional	Biaya yang dikeluarkan sangat terjangkau, karena dalam platform *Dolenkuy.com* para pelaku UMKM hanya dikenai	Efisiensi biaya dan waktu menjadi faktor utama melakukan pemasaran secara daring [35]

No	Pembanding	Sebelum Penerapan	Sesudah Penerapan	Tinjauan Literatur
			biaya iklan pemasaran produk	
4	Lokasi wisata dan produk unggulan UMKM	Kurang dikenal oleh masyarakat karena jangkauan yang kurang luas	Produk unggulan UMKM dan destinasi wisatanya semakin dikenal oleh masyarakat karena teknologi digital membuat globalisasi	Pemanfaatan pemasaran secara online pada *e-marketplace* memiliki jangkauan yang lebih luas [36]
5	Jangkauan wisatawan	Masih sedikit karena hanya terbatas pada masyarakat lokal	Mengalami peningkatan karena pengunjung tidak harus mengunjungi objek wisata secara langsung, namun masih bisa menikmatinya secara maya.	Digitalisasi pariwisata mampu secara efektif menjangkau pasar yang jauh lebih luas dan tanpa batas [37]

4.2.2. Prediksi Keberhasilan

Platform *Dolenkuy.com* akan membantu menopang perekonomian pada sektor pariwisata dan UMKM masyarakat Kabupaten Mojokerto. Pada setiap minggunya, platform ini menargetkan kurang lebih 200 pelanggan virtual toruism karena kondisi pandemi masih berlangsung dan hanya beberapa objek wisata yang sudah dibuka. Pelanggan yang menggunakan fitur virtual tourism hanya dikenakan biaya sebesar Rp.15.000,00/hari. Maka, *Dolenkuy.com* akan memperoleh pendapatan usaha sebesar Rp.12.000.000,00/hari dari fitur virtual tourism. Laba yang diperoleh dapat digunakan untuk memulihkan kondisi perekonomian pada sektor pariwisata masyarakat Mojokerto. Selain itu, platform *Dolenkuy.com* diprediksi mampu menarik minat masyarakat untuk membeli oleh-oleh khas Mojokerto sehingga memberikan dampak positif pada pemulihan ekonomi masyarakat pemilik UMKM di Mojokerto. Hal ini didasarkan pada survey yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2016 bahwa 98% masyarakat membeli oleh-oleh khas saat berlibur [38]. Namun, karena pada platform ini sistem pariwisata dilakukan "hanya" secara virtual, penulis memprediksi sebanyak 70% masyarakat yang melakukan virtual tourism membeli oleh-oleh khas Mojokerto (140 customer). Dengan asumsi keuntungan setiap produk sebesar 20% dari harga belinya, maka setiap bulannya dalam sektor UMKM akan mendapatkan keuntungan 67,2% dari harga beli per barangnya. Keuntungan sebesar ini dinilai mampu untuk meningkatkan ekonomi UMKM Mojokerto yang runtuh akibat kebijakan pembatasan ekonomi dalam menghadapi pandemi Covid-19.

4.2.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT diperlukan untuk melihat sejauh mana kekuatan dan peluang *Dolenkuy.com* beserta upaya untuk meminimalisasi kelemahan dan ancaman pada platform ini. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana kelayakan implementasi dari *Dolenkuy.com*. Analisis SWOT dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 2. Analisis SWOT dari implementasi platform *Dolenkuy.com*

Strength (S)	Weakness (W)
1. *Dolenkuy.com* menggunakan platform website yang mudah diakses oleh banyak orang. 2. Terdapat fitur utama virtual tourism dan E-marketplace yang saat ini urgent dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah pariwisata dan ekonomi, khususnya di Mojokerto. 3. Melalui virtual tourism dalam *Dolenkuy.com*, masyarakat bisa menjelajahi objek wisata dengan lebih dalam dan lebih leluasa dari berbagai sudut.	1. Kelemahan *Dolenkuy.com* yaitu harus menggunakan jaringan internet yang stabil. 2. Pemesanan produk UMKM makanan dan oleh-oleh terdapat batasan jarak pengiriman. 3. Adanya perbedaan sensasi pengalaman yang dirasakan pengunjung saat berwisata secara langsung dengan virtual

4. Harga yang ditawarkan murah dan ekonomis sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. 5. Mendorong digitalisasi pariwisata dan UMKM pada masa pandemi	
Opportunity (O)	**Threat (T)**
1. Sebanyak 73.7% dari total populasi di Indonesia adalah pengguna internet dan 87.1% dari pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *E-marketplace.* 2. Digitalisasi pariwisata dan UMKM berkembang pesat selama pandemi. 3. Mojokerto memiliki potensi pariwisata dan UMKM yang unggul serta beragam. 4. Banyaknya masyarakat Indonesia yang telah menggunakan smartphone.	1. Adanya digital platform dan usaha bisnis yang serupa. 2. Adanya bug atau gangguan operasi dalam sistem *Dolenkuy.com*

Berdasarkan analisis SWOT, dapat diketahui bahwa platform digital *Dolenkuy.com* mempunyai kekuatan dan peluang yang lebih mendominasi daripada kelemahan dan ancamannya. Oleh karena itu, baik dari sisi internal maupun eksternal platform *Dolenkuy.com* sangat menarik dan layak untuk diimplementasikan dalam upaya menopang dan meningkatkan ekonomi pariwisata dan UMKM Mojokerto.

4.3. Teknik Implementasi *Dolenkuy.com*

Dalam mengimplementasikan *Dolenkuy.com*, perlu adanya pihak-pihak dan langkah-langkah yang komprehensif. Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam proses implementasi platform *Dolenkuy.com* dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Pihak-pihak yang dapat membantu mengimplementasikan *Dolenkuy.com*

No	Pelaksana/Lembaga Terkait	Peranan
1	Ahli IT	Berperan dalam pembuatan desain antar muka pada platform *Dolenkuy.com*
2	Pemerintah Pusat	Memberikan bantuan baik bersifat material maupun non material sehingga platform *Dolenkuy.com* dapat terwujud
3	Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	• Berperan dalam meningkatkan, memfasilitasi, dan memotivasi peningkatan kualitas dan kuantitas sektor pariwisata dan UMKM • Memberikan bantuan baik bersifat material maupun non material sehingga platform *Dolenkuy.com* dapat terwujud
4	Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto	• Melakukan koordinasi dengan instansi-instansi terkait, yaitu di bidang pariwisata dan UMKM untuk ikut memanfaatkan platform *Dolenkuy.com* serta sebagai fasilitator dan motivator untuk pengembangan objek wisata dan peningkatan kualitas UMKM. • Memberikan bantuan baik bersifat material maupun non material sehingga platform *Dolenkuy.com* dapat terwujud
5	Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Mojokerto	Berperan sebagai coordinator dalam pengembangan objek wisata serta mempromosikan platform *Dolenkuy.com* sebagai alternatif media yang dapat digunakan untuk berwisata bagi masyarakat
6	Pelaku UMKM	Berperan sebagai produsen atau penjual yang nantinya akan mempromosikan usahanya dan memperjualbelikan barangnya pada fitur E-marketplace platform *Dolenkuy.com*

7	Organisasi masyarakat	Berperan untuk membantu mensosialisasikan dan mempromosikan platform *Dolenkuy.com* kepada masyarakat umum
8	Influencer	Berperan untuk membantu mempromosikan platform *Dolenkuy.com*
9	Masyarakat	Berperan sebagai pengguna dan membantu mempromosikan serta menyarankan platform *Dolenkuy.com* kepada masyarakat lain, terutama pelaku UMKM

Selain pihak-pihak, terdapat pula langkah-langkah implementasi agar platform *Dolenkuy.com* dapat terwujud. Langkah strategis yang dilakukan untuk mendukung proses pembuatan dan pengembangan dari platform *Dolenkuy.com* terdiri dari enam tahap, yaitu:

a) Tahap Identifikasi Masalah

Pada tahap awal perlu dilakukan identifikasi masalah agar dapat menganalisis kebutuhan dari permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat terutama mengenai perekonomian masyarakat pada sektor pariwisata dan UMKM. Pada tahap ini dilakukan dengan cara penggalian data dan observasi melalui studi literatur dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel ilmiah, maupun artikel dari internet guna mengetahui tingkat permasalahan yang sedang dihadapi, solusi yang diharapkan dan ketertarikan masyarakat terhadap solusi yang ditawarkan yaitu berupa platform *Dolenkuy.com.* Pelaksanaan tahap ini membutuhkan waktu 1 minggu.

b) Tahap Penyusunan Konsep dan Fitur

Tahap yang dilakukan sebelumnya yaitu identifikasi masalah akan menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan konsep dan fitur dari platform *Dolenkuy.com*. Penyusunan konsep dari platform *Dolenkuy.com* sendiri dilakukan dengan cara memahami, membandingkan, dan mengkombinasikan antara konsep sebelumnya dengan konsep yang diperoleh dari kebutuhan masyarakat, sehingga nantinya akan menghasilkan platform yang berorientasi penuh pada kebutuhan masyarakat sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi. Dalam tahap ini juga akan dilakukan desain konsep dan fitur platform yang akan diimplementasikan nantinya agar menarik dan nyaman digunakan oleh pengguna. Waktu yang dibutuhkan dalam tahap ini yaitu 3 minggu.

c) Tahap Pembuatan Platform *Dolenkuy.com*

Pembuatan platorm dilakukan dengan menyesuaikan pada desain platform *Dolenkuy.com* yang telah dirancang sebelumnya. Desain ini terdiri dari dua tahap, yaitu tahap pertama dilakukan desain *database* dan pada tahap kedua dilakukan desain antar muka platform. Pembuatan desain antarmuka *Dolenkuy.com* dilakukan berdasarkan *UX Giudeline* agar mempermudah pengguna saat mengakses platform ini. Desain fitur yang ada akan disesuaikan dengan spesifikasi sistem. Pembuatan platform dikakukan dengan menggunakan *Visual Studio Code* dan menggunakan bahasa pemrogramman *javascript*. Pembuatan platform ini nantinya akan bekerjasama dengan pihak ketiga, yaitu seorang ahli dalam bidang IT sehingga platform *Dolenkuy.com* dapat terintegrasi dengan baik. Tahap ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan.

d) Tahap Uji Coba Platform *Dolenkuy.com*

Setelah dilakukan pembuatan sistem, tahap berikutnya adalah tahap uji coba sistem secara menyeluruh, termasuk semua fitur-fitur yang tersedia di dalamnya. Tahap uji coba ini dilakukan untuk mengetahui kebermanfaatan platform *Dolenkuy.com* dan untuk mengantisipasi serta mencegah terjadinya error saat platform digunakan sebelum nantinya diperkenalkan kepada masyarakat. Tahap ini memerlukan waktu yang lebih lama, yaitu sekitar 1,5 bulan.

e) Tahap Sosialisasi

Setelah tahap pembuatan dan uji coba dilakukan, serta menunjukkan hasil yang memuaskan, tahap selanjutnya adalah sosialisasi. Pada tahap ini akan dilakukan pengenalan platform *Dolenkuy.com* kepada masyarakat terkait kegunaan, fungsi, dan cara penggunaan dari platform *Dolenkuy.com*. Sosialisasi dilakukan secara langsung kepada masyarakat oleh pemerintah dan dibantu stakeholder terkait seperti pemerintah pusat, organisasi masyarakat, dan influencer. Sosialisasi ini dilakukan secara persuasif dan informatif agar masyarakat antusias dan paham dalam pengimplementasian platform *Dolenkuy.com*. untuk sosialisasi sendiri akan dilakukan selama 1 bulan.

f) Tahap Evaluasi dan Pengembangan

Setelah platform *Dolenkuy.com* diimplementasikan secara langsung, perlu dilakukan evaluasi mengenai permasalahan perekonomian masyarakat pada sektor pariwisata dan UMKM antara sebelum dan sesudahnya. Selain itu, perlu dilakukan pengembangan dan evaluasi terkait fitur yang tersedia pada platform dan harapan pengguna terhadap platform untuk meningkatkan kemampuan dan keberlanjutan dalam sektor pariwisata dan

UMKM di Mojokerto. Pada tahap evaluasi dan pengembangan dilakukan dalam jangka waktu terimplementasi hingga seterusnya.

Dengan demikian platform *Dolenkuy.com* dapat terimplementasi dalam jangka waktu 5,5 bulan. Setelah platform ini dapat terimplementasi, diharapkan dapat membantu sektor pariwisata dan UMKM di Kabupaten Mojokerto yang terdampak kebijakan pembatasan ekonomi selama pandemi Covid-19.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dolenkuy.com merupakan sebuah inovasi berupa platform digital berbasis situs web yang berfungsi sebagai virtual tourism dan *e-marketplace* pada masa new normal. Dalam rangka meningkatkan perekonomian pada sektor pariwisata, platform ini akan menyediakan fitur virtual tourism berbasis wisata Mojokerto secara berbayar. Sedangkan pada sektor UMKM, digital platform *Dolenkuy.com* dapat berfungsi sebagai *e-marketplace* yang bisa dimanfaatkan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya sehingga dapat membantu para pelaku UMKM yang terdampak pandemi untuk menghidupkan usahanya. Fitur-fitur yang terdapat pada platform ini seperti menu dolen virtual, menu beli oleh-oleh, menu sejarah wisata, hingga pada menu contact us.

Prediksi keunggulan platform ini yaitu unggul dalam bidang digitalisasi pariwisata dan UMKM, pendapatan, pemasaran, lokasi dan produk unggulan, serta jangkauan wisatawan yang luas. Sedangkan prediksi keberhasilan dari platform ini akan memperoleh pendapatan usaha sebesar Rp.12.000.000,00 dari fitur virtual tourism dan setiap bulannya dalam sektor UMKM akan mendapatkan keuntungan 67,2% dari harga beli per barangnya.

Teknik implementasi dari platform ini dimulai dari tahap identifikasi permasalahan hingga tahap evaluasi dan pengembangan platform dengan estimasi waktu terimplementasi 5,5 bulan. Selain itu, terdapat pula pihak-pihak yang dapat membantu mengimplementasikan gagasan ini mulai dari ahli IT, dinas pariwisata Mojokerto, Kemenparekraf, hingga masyarakat. Setelah platform ini dapat terimplementasi, diharapkan dapat membantu sektor pariwisata dan UMKM di Kabupaten Mojokerto yang terdampak kebijakan-kebijakan pembatasan selama pandemi Covid-19.

Peneliti memberikan saran kepada seluruh pihak dan stakeholder terkait untuk membantu mengimplementasikan platform *Dolenkuy.com.* Hal ini bertujuan untuk memperbaiki dan menopang perekonomian Mojokerto, terlebih lagi selama era pandemi Covid-19. Subjek platform juga dapat diperluas hingga seluruh wisata di Indonesia jika menunjukkan hasil yang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] S. S. Priya, E. Cuce, and K. Sudhakar, “A perspective of COVID 19 impact on global economy, energy and environment,” *Int. J. Sustain. Eng.*, vol. 14, no. 6, pp. 1290–1305, Nov. 2021, doi: 10.1080/19397038.2021.1964634.

[2] S. Gautam and L. Hens, “COVID-19: impact by and on the environment, health and economy,” *Environ. Dev. Sustain.*, vol. 22, no. 6, pp. 4953–4954, 2020, doi: 10.1007/s10668-020-00818-7.

[3] L. L. Albu, C. I. Preda, R. Lupu, C. E. Dobrotă, G. M. Călin, and C. M. Boghicevici, “Estimates of dynamics of the COVID-19 pandemic and of its impact on the economy,” *Rom. J. Econ. Forecast.*, vol. 23, no. 2, pp. 5–17, 2020.

[4] S. A. D. Astuti, “Dampak Covid-19 terhadap ketenagakerjaan dan UMKM di Mojokerto,” *J. Inov. Penelit.*, vol. 1, no. 9, pp. 1775–1778, 2021.

[5] E. E. Budianto, “Ekonomi Pariwisata di Mojokerto Lumpuh Imbas Corona, PAD Rp 330 Juta Hangus,” 2020. https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4955671/ekonomi-pariwisata-di-mojokerto-lumpuh-imbas-corona-pad-rp-330-juta-hangus (accessed Jun. 02, 2022).

[6] Kominfo Jatim, “Desa Wisata Sendi Mojokerto Raih Penghargaan CSR Award 2019,” 2019. http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/desa-wisata-sendi-mojokerto-raih-penghargaan-csr-award-2019 (accessed Jun. 03, 2022).

[7] I. G. A. A. P. Premaswari, “Tur Wisata Virtual Bali Pada Era Society 5.0,” in *Prosiding SANDI: Seminar Nasional Desain*, 2021, pp. 256–262.

[8] N. A. Yusrin and N. Sugianto, “Analisis Hubungan Enjoyment, Entertainment, Education, Flow Dan Design Background Dalam Virtual Tourism Selama Covid-19,” *Ultim. Manag. J. Ilmu Manaj.*, vol. 13, no. 1, pp. 99–102, 2021, doi: 10.31937/manajemen.v13i1.1987.

[9] S. M. C. Loureiro, J. Guerreiro, and F. Ali, “20 years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach,” *Tour. Manag.*, vol. 77, p. 104028, 2020, doi:

https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104028.
[10] S. P. F. Waraney, V. Tulenan, and A. A. E. Sinsuw, "Pengembangan Virtual Tour Potensi Wisata Baru Di Sulawesi Utara Menggunakan Teknologi Video 360 Derajat," *J. Tek. Inform.*, vol. 12, no. 1, 2017.
[11] H. Kang, "Impact of VR on impulsive desire for a destination," *J. Hosp. Tour. Manag.*, vol. 42, pp. 244–255, 2020, doi: https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.02.003.
[12] F. Mansir and H. Purnomo, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid-19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul," *Abdimas Singkerru*, vol. 1, no. 1, pp. 39–50, 2021.
[13] C. A. Febrina and D. A. Megawaty, "Aplikasi E-Marketplace Bagi Pengusaha Stainless Berbasis Mobile Di Wilayah Bandar Lampung," *J. Teknol. Dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 15–22, 2021.
[14] R. A. Bahtiar, "Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia [Potency, Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]," *J. Ekon. Kebijak. Publik*, vol. 11, no. 1, pp. 13–25, 2020.
[15] K. Kasmi and A. N. Candra, "Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu," *J. Aktual*, vol. 15, no. 2, p. 109, 2017, doi: 10.47232/aktual.v15i2.27.
[16] A. Kardianawati, S. Fahmi, H. Haryanto, and U. Rosyidah, "Perancangan Gamifikasi Berbasis Appreciative Inquiry Untuk Peningkatan Daya Saing E-Marketplace Umkm," *Techno. Com*, vol. 14, no. 3, pp. 173–180, 2015.
[17] M. Nurhalizza, R. P. N. Puji, and B. Soepeno, "Peranan Petirtaan Jolotundo Untuk Meningkatkan Kesadaran Sejarah Peserta Didik Dalam Pembelajaran Sejarah," *Sos. Horiz. J. Pendidik. Sos.*, vol. 6, no. 2, pp. 319–337, 2019.
[18] A. Z. Rafsanjani, *Tinjauan Ekoteologi Relasi Manusia Dan Alam Dalam Tradisi Sesuci Diri di Candi Jolotundo Mojokerto*. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018.
[19] R. T. Handoko, "Pengembangan Air Terjun Dlundung untuk Menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan di Kabupaten Mojokerto," *J. Manaj. Pelayanan Hotel*, vol. 2, no. 2, pp. 93–105, 2019.
[20] R. Indrayaningtias and M. Legowo, "Strategi Adaptasi Masyarakat Pasca Pembangunan Ekowisata Di Desa Sendi, Kabupaten Mojokerto," *Paradigma*, vol. 10, no. 1, pp. 64–70, 2021.
[21] Z. Tegowati and R. Narisah, *Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Marketing Online Bagi Petani Kakao Di Desa Wisata Bmj Kelurahan Randugenengan Kecamatan Dlanggu Kota Mojokerto*. Surabaya: LPPM Stiesia Surabaya, 2019.
[22] S. Handayani, N. Wahyudin, and K. Khairiyansyah, "Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan," *J. Ilm. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 20, no. 2, pp. 123–133, 2019.
[23] H. Perkasa and S. Sayatman, "Perancangan Film Dokumenter–Kawasan Purbakala Gunung Penanggungan," *J. sains dan Seni ITS*, vol. 5, no. 2, p. 134153, 2015.
[24] G. Argenti and H. Purnamasari, "Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Karawang Dalam Mengelola Pariwisata Di Era New Normal," *Indones. J. Polit. Policy*, vol. 3, no. 1, pp. 36–44, 2021.
[25] A. D. Ardhala, I. E. B. Santoso, R. Rer, and I. H. Sulistiyarso, "Determining The Potential Footwear Village To Developed As Creative Industries Tourism Area Study Case: Footwear Village, Mojokerto City, Indonesia," *Int. J. Innov. Res. Sci. Eng. Technol.*, vol. 5, no. 1, pp. 536–542.
[26] D. S. Y. O. Tamara and S. Murtini, "Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Situs Jolotundo sebagai Obyek Wisata di Kawasan Peruntukan Pariwisata Budaya Kabupaten Mojokerto," *Swara Bhumi*, vol. 5, no. 5, pp. 9–17, 2018.
[27] A. Maharani and F. Mahalika, "New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi," *J. Kaji. Lemhannas RI*, vol. 8, no. 2, 2020.
[28] M. Hossain, M. S. Azam, and M. Quaddus, "Small firm entry to e-marketplace for market expansion and internationalization: A theoretical perspective," *J. Int. Entrep.*, vol. 19, no. 4, pp. 560–590, 2021.
[29] P. K. Mishra, S. S. Rath, and S. Giri, "Changing Dynamics of Procurement in MSME and SME Industries in India," *Int. J. Recent Adv. Multidiscip. Top.*, vol. 2, no. 4, pp. 211–219, 2021.
[30] I. P. Artaya and T. Purworusmiardi, "Efektifitas marketplace dalam meningkatkan konsentrasi pemasaran dan penjualan produk bagi umkm di Jawa Timur," *Ekon. Dan Bisnis, Univ. Narotama Surabaya*, pp. 1–10, 2019.
[31] W. Wandoko and I. E. Panggati, "The Influence of Digital Influencer, e-WOM and Information Quality on Customer Repurchase Intention toward Online Shop in e-Marketplace during Pandemic

COVID-19: The Mediation Effect of Customer Trust," *J. Relatsh. Mark.*, vol. 21, no. 2, pp. 148–167, 2022.

[32] V. A. Handini and W. Choiriyati, "Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19," *JRK (Jurnal Ris. Komunikasi)*, vol. 11, no. 2, 2021.

[33] N. K. S. Adnyani and D. A. E. Agustini, "Digitalisasi Sebagai Pemulihan Perekonomian Di Sektor Kerajinan Dalam Mendukung Kebangkitan Umkm Di Provinsi Bali," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Media Ganesha FHIS*, vol. 1, no. 2, pp. 87–96, 2020.

[34] Y. S. Mulyani, "E-Commerce Solusi Pemasaran UMKM Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pademi Covid-19 (Studi Kasus UMKM di Kota Tasikmalaya)," *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 2, pp. 131–141, 2021.

[35] A. Rohimah, "Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional," *KANAL J. Ilmu Komun.*, vol. 6, no. 2, p. 91, 2019, doi: 10.21070/kanal.v6i2.1931.

[36] D. Maryono, S. Subiyantoro, and S. Susilaningsih, "Profil Pemasaran Online Usaha Kerajinan Topeng Dan Kayu Batik Desa Bobung Gunungkidul," *JBTI J. Bisnis Teor. dan Implementasi*, vol. 10, no. 2, pp. 87–98, 2019.

[37] D. D. Prasetya, "Aplikasi Virtual Tour Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pariwisata," 2011.

[38] E. Rismiyanto and T. Danangdjojo, "Dampak Wisata Kuliner Oleh-oleh Khas Yogyakarta terhadap Perekonomian Masyarakat," *J. Maksipreneur Manajemen, Koperasi, Dan Entrep.*, vol. 5, no. 1, pp. 46–64, 2015.