Draft Jurnal

**Pendahuluan**

Sektor pariwisata di Indonesia telah menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Selain menyumbang terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), sektor ini juga membuka banyak peluang kerja, terutama di daerah-daerah terpencil yang memiliki potensi wisata budaya, alam, maupun kuliner. Namun, kesenjangan antara pelaku usaha besar dan pelaku usaha lokal menjadi tantangan serius yang belum sepenuhnya teratasi.

Saat ini, wisatawan modern, terutama dari kalangan milenial dan Gen Z, semakin menunjukkan preferensi terhadap pengalaman wisata yang lebih autentik. Mereka tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga ingin merasakan kedekatan budaya, sosial, dan lingkungan di destinasi yang dikunjungi. Fenomena ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha lokal, namun juga menghadirkan tantangan dalam hal aksesibilitas informasi.

Studi kasus persona seperti **Alfian** dan **Swandaru** menggambarkan betapa sulitnya menemukan informasi akurat mengenai layanan lokal. Meskipun mereka memiliki keinginan kuat untuk mendukung usaha lokal, ketidaktersediaan informasi yang terverifikasi dan transparansi layanan menjadi penghambat. Banyak wisatawan merasa kecewa karena informasi di media sosial atau aplikasi perjalanan umum cenderung bias terhadap bisnis komersial besar.

Permasalahan ini memperkuat urgensi akan pentingnya platform digital terintegrasi yang secara khusus dirancang untuk menghubungkan wisatawan dengan pelaku usaha lokal. **RasaNusa** hadir sebagai jawaban atas kebutuhan ini, dengan visi membangun ekosistem pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis komunitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mendesain dan mengevaluasi solusi berbasis teknologi yang dapat menjawab tantangan di atas, serta memberikan kontribusi terhadap literatur sistem informasi dan inovasi sosial di sektor pariwisata.

**Metodologi**

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif eksploratif** berbasis kerangka kerja **Design Thinking**, yang bertujuan memahami kebutuhan nyata pengguna dan merancang solusi inovatif yang aplikatif. Metode ini terdiri dari lima tahapan utama: *Empathize, Define, Ideate, Prototype*, dan *Test*.

**1. Empathize**

Pada tahap ini, peneliti melakukan **wawancara secara daring (online)** terhadap **4 orang wisatawan domestik** sebagai pengguna potensial aplikasi. Mereka dipilih secara purposif berdasarkan minat terhadap pariwisata lokal dan pengalaman melakukan perjalanan domestik lebih dari dua kali dalam setahun. Wawancara menggali tantangan mereka dalam menemukan layanan autentik, preferensi fitur, serta kekhawatiran terhadap informasi palsu atau tidak transparan.

**2. Define**

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa mayoritas responden mengeluhkan:

* Informasi yang tersebar dan tidak terverifikasi
* Ketidaktahuan membedakan usaha lokal dengan usaha besar
* Kekhawatiran terhadap biaya tambahan yang tidak jelas
* Ketiadaan platform khusus untuk layanan berbasis komunitas

Problem statement ini kemudian dirumuskan sebagai dasar perancangan fitur utama.

**3. Ideate**

Tim peneliti melakukan proses brainstorming untuk menghasilkan ide fitur utama berdasarkan kebutuhan responden, seperti:

* Pencarian berbasis lokasi dan kategori layanan (kuliner, homestay, pemandu)
* Fitur rating dan ulasan pengguna
* Komunikasi langsung antar pengguna dan pelaku usaha
* Sistem pembayaran aman dalam aplikasi
* Mode offline/minim kuota sebagai opsi hemat data

**4. Prototype**

Berdasarkan hasil wawancara dan ideasi, dikembangkan wireframe awal aplikasi “RasaNusa” menggunakan Figma. Tampilan awal mencakup halaman pencarian, detail usaha lokal, sistem ulasan, dan tombol pemesanan langsung.

**5. Test**

Karena aplikasi masih pada tahap perancangan, uji coba terbatas dilakukan melalui validasi fitur melalui Google Form yang diisi oleh responden wisatawan. Pertanyaan mencakup persepsi terhadap pentingnya fitur, aspek non-fungsional, dan skala prioritas kebutuhan.

**Temuan Awal dan Analisis Sementara**

Dari hasil **kuisioner yang dikumpulkan dari 4 responden**, diperoleh beberapa insight awal sebagai berikut:

* **75% responden** menyatakan bahwa fitur pencarian lokasi dan ulasan pengguna adalah hal yang paling dibutuhkan.
* **Semua responden (100%)** menyatakan bahwa keakuratan dan verifikasi informasi usaha lokal adalah aspek yang penting hingga sangat penting.
* **Sebanyak 3 dari 4 orang** menganggap sistem pembayaran yang aman dan fitur offline sebagai fitur utama yang harus tersedia.
* Pada skala 1–5 untuk prioritas fitur, rata-rata responden memberi skor tinggi pada:
  + - Fitur pencarian lokasi usaha lokal: rerata **3.25**
    - Rekomendasi usaha lokal terverifikasi: rerata **3.0**
    - Tampilan antarmuka yang sederhana dan menarik: rerata **3.25**
* **50% responden** menyatakan tidak menginginkan biaya tambahan, sedangkan sisanya bersedia membayar asalkan transparan.

Beberapa **masukan terbuka** dari responden:

* “Fitur map offline sangat membantu kalau sinyal tidak ada.”
* “Tolong ada fitur biaya administrasi transparan.”
* “Perlu ada fitur saran dari pengguna juga.”

Temuan ini memperkuat bahwa desain awal aplikasi perlu menitikberatkan pada **aksesibilitas, transparansi, dan kepercayaan pengguna terhadap usaha lokal**, bukan sekadar fitur teknis canggih. Masukan dari hasil survei ini akan digunakan dalam iterasi pengembangan prototipe RasaNusa berikutnya.

**Rencana Kontribusi Publikasi dan Implikasi**

Rencana kontribusi publikasi dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi baik pada praktik industri maupun pada dunia akademik. Secara praktis, RasaNusa akan bertindak sebagai solusi untuk menghubungkan wisatawan dengan pelaku usaha lokal, memberikan transparansi dalam akses informasi, dan menawarkan pengalaman wisata yang lebih otentik. Aplikasi ini dirancang untuk memberdayakan UKM pariwisata melalui platform yang memudahkan promosi digital dan memperluas pasar mereka tanpa memerlukan biaya tinggi. Dengan menambahkan fitur-fitur yang didasarkan pada umpan balik pengguna, platform ini berpotensi untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pasar, meningkatkan daya saing usaha lokal terhadap pemain besar dalam sektor pariwisata.

Di sisi akademik, penelitian ini berkontribusi pada kajian tentang penerapan teknologi informasi dalam ekonomi berbasis komunitas. Dalam hal ini, RasaNusa menawarkan model yang dapat diadaptasi oleh negara lain dengan tantangan serupa dalam pemberdayaan sektor pariwisata lokal. Konsep ini juga memperkaya literatur terkait ICT for Development (ICT4D), di mana teknologi tidak hanya digunakan untuk efisiensi, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pemberdayaan ekonomi mikro. Penelitian ini juga memperkenalkan pendekatan baru dalam desain sistem berbasis kebutuhan nyata pengguna, yang memungkinkan pengembangan berkelanjutan dalam bentuk iteratif berdasarkan feedback dari komunitas dan pengguna.

Rencana publikasi ini diarahkan untuk disebarkan melalui Jurnal Communication and Technology for Indonesia (JCTI), yang berfokus pada teknologi komunikasi dan penerapannya dalam konteks sosial-ekonomi di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pembahasan di jurnal tersebut mengenai teknologi digital yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut melalui kerjasama dengan lembaga pemerintah, asosiasi pelaku UKM, dan startup lokal. Dengan adanya uji coba di beberapa lokasi wisata utama, seperti Yogyakarta dan Lombok, aplikasi ini dapat lebih lanjut diperbaiki dan diperluas jangkauannya, bergantung pada iterasi hasil pengujian dan penggunaan langsung oleh wisatawan dan pelaku usaha lokal.

Rencana implementasi jangka panjang mengarah pada pembentukan ekosistem pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan, yang tidak hanya mendukung ekonomi lokal tetapi juga mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk kepentingan sosial dan ekonomi. Platform ini berencana untuk terus beradaptasi, mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar, serta membuka kesempatan lebih banyak bagi pelaku usaha kecil untuk berkolaborasi dalam platform yang aman, efisien, dan menguntungkan.