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**

**Kontribusi Praktis:**

* Mempertemukan wisatawan dengan pelaku usaha lokal secara langsung melalui aplikasi RasaNusa.
* Meningkatkan kapasitas digital UKM pariwisata dengan memberikan platform promosi yang mudah dan murah.
* Memberikan pengalaman autentik kepada wisatawan dengan informasi yang terpercaya dan layanan yang transparan.

**Kontribusi Akademik:**

* Menambah literatur tentang penerapan teknologi informasi dalam sektor ekonomi berbasis komunitas.
* Menjadi studi kasus dalam pengembangan sistem informasi berbasis kebutuhan pengguna di sektor pariwisata.
* Mendukung agenda Sustainable Development Goals (SDGs) terutama pada poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

**Rencana Publikasi:**

* **Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI)**
* **Seminar Nasional Pariwisata Berkelanjutan**
* **Jurnal Sistem Informasi (JSI)**
* **Jurnal Inovasi dan Pengembangan Ekonomi Lokal**
* **Journal of Informatics and Communication Technology (JICT)**

**Rencana Implementasi:**

* Kolaborasi dengan Dinas Pariwisata dan komunitas pelaku UMKM lokal.
* Pengembangan roadmap iteratif berdasarkan data penggunaan dan feedback lapangan.