

# **BAB I.**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Liburan adalah aktivitas untuk melepaskan diri dari rutinitas penat yang dialami sehari-hari. Berlibur umumnya dilakukan bersama - sama dengan anggota keluarga, teman, ataupun dengan orang - orang tercinta. Menurut (Ilham, 2018) kegiatan liburan dapat diartikan menjadi hal – hal yang berkaitan dengan bepergian, mencoba hal baru, atau memenuhi gaya hidup. Berlibur adalah bentuk memberikan jeda pada rutinitas sehari – hari, yang bermanfaat untuk memberikan ruang bernafas sehingga bisa meningkatkan semangat dan kinerja menjadi lebih baik. Besarnya minat masyarakat untuk pergi berlibur, membuat tempat - tempat tertentu ramai dikunjungi orang. Ramainya tempat – tempat seperti pegunungan, museum, desa pengrajin secara bertahap membawa dampak ekonomis bagi masyarakatnya, lalu aktivitas dan kegiatan ini kemudian dikenal sebagai industri pariwisata. Merujuk pada definisinya, Pariwisata mengacu kepada setidaknya tiga poin utama, yaitu: perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain, perjalanan yang bukan bertujuan mencari nafkah, tapi untuk kesenangan dan rekreasi, dan dilakukan oleh individu atau kelompok (Sugiyarto & Amaruli, 2018). Pariwisata sendiri adalah salah satu variasi dari kegiatan perjalanan, yang pada awalnya hanya berfokus pada ranah perdagangan dan eksplorasi, kini menjadi salah satu kegiatan pemenuhan kebutuhan jasmani dan rohani dengan melihat hal-hal di luar rutinitas.

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan kekayaan budaya dan alam, sehingga tidak mengherankan jika pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan utama bagi negara ini. Hal ini dibuktikan dalam data perkembangan pariwisata yang dipublikasikan oleh (BPS, 2022), yang menyatakan bahwa jumlah wisatawan per Agustus 2022 mencapai angka 510 ribu; dengan diikuti perkembangan pengunjung wisata dari luar negeri yang mencapai angka 538 ribu. Data statistik tersebut membuktikan bahwa nilai

kapital dari industri pariwisata sendiri tergolong besar. Hal ini dilandasi dengan nilai kapital industri pariwisata di tahun sebelumnya yang hanya berkisar 163 ribu per Desember 2021.

Daerah Istimewa Yogyakarta terkenal sebagai salah satu wilayah yang memiliki banyak potensi destinasi wisata. Potensi destinasi wisata yang berlimpah tersebut tersebar dengan luas, mulai dari wisata alam, wisata Sejarah, wisata budaya, dan wisata kuliner. Baik yang sudah dibuka untuk umum, maupun yang masih belum terjamah, atau populer disebut *hidden gem/hidden paradise*. Akan tetapi, banyak terjadi kasus wisatawan domestik yang kebingungan dalam mencari dan memilih destinasi wisata di wilayah tertentu. Namun ketika wisatawan dari luar daerah berlibur ke Yogyakarta, ia memiliki keterbatasan informasi mengenai objek wisata mana saja yang dapat ia kunjungi dalam jadwal berliburnya.

Banyak wisatawan yang kebingungan menentukan pilihan alternatif atau destinasi potensial mana yang terlebih dahulu dikunjungi. Selain itu, tujuan selanjutnya dari suatu destinasi utama ke destinasi lainnya juga terkadang menimbulkan kebingungan, terutama dalam urusan mencari tempat untuk mencari tempat makan yang terdekat dan sesuai dari destinasi wisata sebelumnya. Hal ini didasari oleh beberapa faktor seperti: terlalu banyak pilihan, kurangnya informasi yang lengkap, perbedaan minat dan preferensi, biaya, waktu, dan situasi kondisi (Ariza & Yusendra, 2015).

Jika dulu wisatawan akan mendatangi agen travel terdekat untuk merencanakan perjalanan lalu membayar setelah menyepakati rancangan dan rincian pembiayaan, hari ini wisatawan bisa melakukan riset sendiri melalui *platform online*, dan merencanakan trip perjalanannya sendiri dengan melakukan pemesanan tiket melalui aplikasi *aggregator* tiket. *Platform* seperti Traveloka, PegiPegi atau Tiket.com sudah banyak berkembang dan menjadi andalan bagi wisatawan ketika hendak bepergian. Seiring berjalannya waktu *platform* digital lebih digemari dan ramai dipakai dibandingkan dengan menggunakan cara konvensional. Namun, di antara *platform* tersebut belum ada aplikasi *mobile* yang fokus pada perencanaan perjalanan berbasis *holiday*

*itinerary*; setidaknya untuk wilayah domestik. Di luar negeri sendiri, *platform* untuk *itinerary* sudah terbilang umum, seperti Tripit dari Amerika atau Triphobo dari India. Hanya saja, terdapat perbedaan *behavior* yang cukup kentara antara wisatawan asing/mancanegara dengan wisatawan lokal. Dibandingkan dengan wisatawan asing, wisatawan domestik terbilang memiliki waktu libur yang pendek. Hal ini didasari pada perbedaan iklim dan kalender akademik yang ada, sebut saja negara eropa yang liburan musim panas bisa sampai 3 bulan, sedangkan di Indonesia libur antar semester hanya berkisar maksimal 14 hari, sedangkan untuk pekerja kantoran hanya berkisar 2-7 hari.

Perbedaan yang cukup signifikan ini menjadikan *itinerary platform* berskala internasional menjadi kurang relevan dengan *behavior* masyarakat Indonesia. Di sisi lain, ketiadaan *itinerary platform* lokal menjadikan kebanyakan orang menyerahkan rencana perjalanannya kepada agen *tour/travel*—yang rata-rata destinasinya bersifat umum dan cenderung kaku—atau mengandalkan *Google* serta media sosial dan mengaturnya secara manual. Hal ini mengakibatkan proses dalam pembuatan *itinerary* menjadi tidak praktis dan efisien.

Seiring dengan *trend* yang ada pada masyarakat, dalam kasus ini adalah implementasi industri 4.0, masyarakat pun ramai menggunakan fasilitas teknologi yang ada seperti *platform* penyedia layanan: Go-Jek, Grab, Traveloka, dsb. Hal ini terjadi karena masyarakat merasa dipermudah oleh kehadiran *platform* tersebut. Maka terdapat peluang besar pula untuk membuat aplikasi *mobile* karena dirasa dapat memberikan manfaat yang signifikan pula. Kebutuhan akan perencanaan perjalanan yang bersifat lokal menjadi hal yang utama dalam perancangan aplikasi ini. Dengan demikian hal – hal yang berkaitan dengan kebutuhan perancangan *itinerary* dapat dilakukan dalam satu tempat. Sehingga, wisatawan dapat dengan mudah merancang aktivitas perjalanan berlibur mereka.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Besarnya daya tarik pariwisata Indonesia yang juga dibarengi dengan potensi kunjungan wisatawan. Namun, waktu liburan yang dimiliki rerata wisatawan domestik terlalu singkat, sehingga dibutuhkan moda solusi yang fokus pada perencanaan perjalanan berbasis *holiday itinerary*.
- b. Wisatawan susah/bingung menentukan spot & destinasi liburan di suatu daerah.
- c. Perlunya rekomendasi tempat kuliner yang akurat berdasarkan jarak tempuh.
- d. Perlunya perencanaan perjalanan liburan berdasarkan waktu dan *budgeting*
- e. Belum terdapat *platform* perencanaan perjalanan (*Personal Itinerary Planner*) yang sesuai dengan karakteristik perilaku masyarakat Indonesia.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah *prototype* aplikasi *mobile* yang fokus pada perencanaan perjalanan berbasis *holiday itinerary*?

## 1.3 Batasan Masalah

- a. Spot dan destinasi wisata ditetapkan berdasarkan objek wisata yang telah terverifikasi dan tersedia di index Google.
- b. Untuk pembahasan pada Tugas Akhir ini dibatasi pada area Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai sampel data pada *prototype*.
- c. Pengambilan data observasi destinasi wisata dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- d. Objek penelitian ini adalah masyarakat dengan rentan umur 19 – 30 tahun.
- e. Pembuatan aplikasi hanya sampai pada perancangan *prototype*
- f. Data dan pembahasan difokuskan pada destinasi wisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- g. Pengujian aplikasi akan dibatasi sebanyak 10 orang.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang sebuah *prototype* aplikasi *mobile* yang fokus pada perencanaan perjalanan berbasis *holiday itinerary*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaatnya yang diperoleh dari rencana liburan yang terjadwal dengan baik adalah maksimalnya pengalaman selama berlibur karena hal-hal terkaitnya sudah diatur.

## **1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk melakukan eksplorasi dan pengamatan pada fenomena perjalanan pariwisata masyarakat Indonesia. Sebagai landasan dalam perancangan aplikasi perjalanan wisata. Metode pengumpulan data dan analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian, terdapat dua jenis data yang digunakan untuk menunjang proses penelitian, yaitu data primer dan data sekunder.

#### **A. Metode Pengumpulan Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, baik melalui pengamatan, wawancara, maupun penyebaran kuisioner. Data ini ditujukan sebagai rujukan utama karena lebih objektif, dan dapat menghasilkan data yang mendalam atau kaya informasi sehingga dapat menunjang penelitian ini.

##### **1) Metode Observasi**

Menurut Soewardikoen (2021:48) dalam bidang penelitian visual, observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan, perbandingan, dan analisis terhadap karakteristik visual objek, Setelah itu rangsangan tersebut diolah menjadi informasi yang dapat dibaca dan analisis lebih lanjut. Pada kasus ini observasi dilakukan pada *platform* – platform serupa yang sudah ada. Sementara itu metode analisisnya dilakukan dengan menggunakan matrix perbandingan. Hal ini dilakukan untuk menghimpun informasi lebih lanjut.

## 2) Metode Wawancara

Menurut Rachmawati (2017:53) metode wawancara digunakan untuk mendapatkan data dengan keterangan yang lebih dalam dan spesifik. Selain itu pelaksanaan wawancara tidak lagi terbatas harus bertemu dan berhadapan langsung dengan narasumber, akan tetapi bisa melalui medium protokoler modern seperti: telepon, *room chat*, maupun *live meeting* yang menggunakan infrastruktur *Voice over Internet Protoco* (VoIP). Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada beberapa *stake holder* terkait seperti *backpacker*, pemilik penginapan, praktisi *hotelier*, praktisi pariwisata, dan pihak – pihak terkait lainnya. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih akurat dan empiris.

## 3) Metode Kuisisioner

Metode penelitian kuisisioner dilakukan dalam rangka untuk mengetahui sejauh mana audiens melakukan perencanaan ketika hendak berlibur, kebiasaan yang dilakukan ketika berlibur, kebutuhan, dan juga saran fitur – fitur yang diperlukan dalam pengembangan aplikasi. Metode ini dipilih karena memiliki keunggulan baik dalam jangkauan sampel yang luas, serta dengan biaya yang lebih ekonomis (Sugiyono, 2017: 113).

## **B. Metode Pengumpulan Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang sudah pernah dikumpulkan oleh pihak lain yang dapat digunakan untuk menunjang dan melengkapi informasi yang digunakan dalam penelitian. Data sekunder bisa didapatkan dari beberapa sumber seperti peneliti lain, lembaga, maupun penerbit.

### Metode Studi Pustaka

Metode pengumpulan data studi pustaka dilakukan dengan cara mencari informasi seperti artikel – artikel dan jurnal terkait yang relevan dan sesuai dengan objek penelitian yang sedang dilakukan. Data – data sekunder tersebut berfungsi untuk memperdalam kajian serta memperkuat argumentasi yang sedang dibangun. Metode studi pustaka biasanya

digunakan pada tahap awal penelitian guna menentukan kerangka konsep dan teori penelitian kedepannya.

## **1.6.2 Metode Analisis Data**

### **A. Analisis Visual dan Matrix**

Metode analisis visual digunakan untuk mengolah data observasi dengan cara mengidentifikasi aspek-aspek visual untuk menggali informasi, pola, wawasan, dan melakukan penilaian secara objektif berdasarkan acuan prinsip desain. Tujuan dari metode ini adalah untuk membantu memahami data secara intuitif.

Sementara metode analisis matrix melibatkan pengorganisasian data dalam bentuk matrix atau table. Matrix digunakan untuk menemukan dan menggali hubungan dan pola antar data yang sebelumnya dikumpulkan. Lalu data tersebut ditempatkan dalam baris dan kolom matrix untuk selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

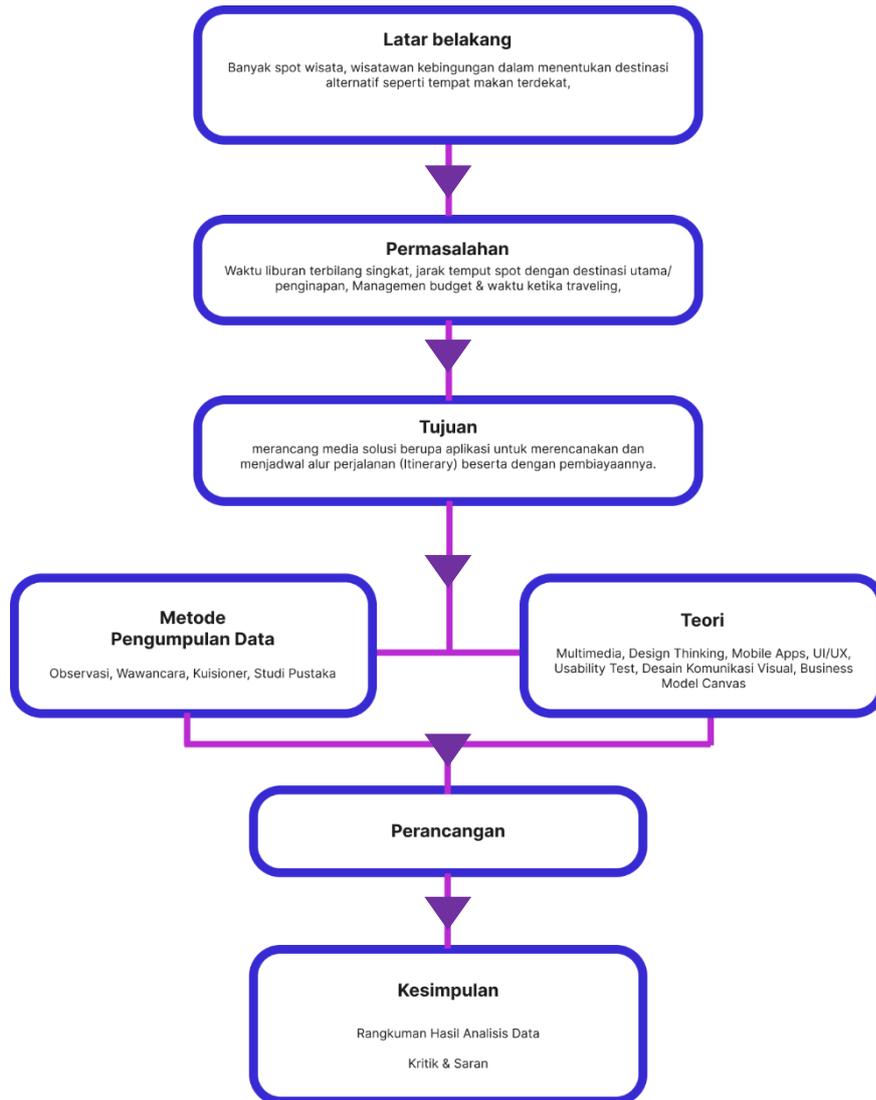
### **B. Analisis Wawancara**

Metode analisis wawancara adalah proses seleksi dan penghimpunan informasi yang didapatkan dari praktik wawancara. Metode ini digunakan untuk menganalisis data kualitatif.

### **C. Analisis Kuisisioner**

Metode analisis kuisisioner adalah proses untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan data kuantitatif hasil dari survei yang telah disebarkan kepada beberapa koresponden. Metode analisis ini digunakan untuk menganalisis data secara statistik dan mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antar variabel.

## 1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Diagram Kerangka Penelitian

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## 1.8 Sistematik Kepenulisan

### a. BAB I: PENDAHULUAN

Sebagai uraian penjelasan latar belakang terkait permasalahan yang terjadi, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, hingga sistematika penelitian dan metode penelitian yang digunakan.

### b. BAB II: DASAR PEMIKIRAN

Sebagai uraian penjelasan teori atau landasan dasar pemikiran dari para ahli yang digunakan sebagai acuan atau kerangka berpikir dalam analisa objek kajian.

### c. BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH

Sebagai uraian data yang didapatkan dari hasil survei, wawancara, observasi, kuesioner, maupun studi kasus. Data tersebut akan digunakan sebagai objek pada penelitian ini, serta diolah dan dianalisis yang nantinya akan digunakan sebagai acuan untuk pengerjaan bab selanjutnya.

### d. BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bagian konsep dan perancangan yang akan digunakan untuk membuat *prototype* aplikasi yang dirancang oleh penulis.

### e. BAB V: PENUTUP

Sebagai bagian penutup karya tulis ilmiah, berisikan kesimpulan akhir dan saran terkait dengan perancangan karya.