

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan internet sangat berpengaruh yang sangat kuat dalam aktivitas manusia. Salah satu kegiatan yang memanfaatkan kemajuan teknologi adalah kegiatan dalam bidang pariwisata. Pemanfaatan teknologi dan internet dalam kegiatan siklus pariwisata ini bertujuan untuk mendukung tingkat perkembangan wisata dengan informasi yang dapat dijangkau dalam internet.

Saat ini pengembangan dan promosi pariwisata sedang ditekankan oleh pemerintah. Ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi pemerintah. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti sekarang, pengembangan dan promosi pariwisata semakin jelas. Sudah seharusnya penerapan teknologi digunakan sebagai alat mempromosikan pariwisata. Peningkatan promosi dengan memanfaatkan teknologi sangat diperlukan agar pariwisata dapat terus bersaing. Terlebih di era modern ini arus informasi sangat cepat menyebar sehingga dapat dimanfaatkan oleh pemerintah. Kemajuan dalam hal promosi menjadi salah satu faktor penting dalam usaha meningkatkan jumlah wisatawan pada saat ini. Apabila hanya melakukan promosi melalui media *offline* saja maka jangkauan konsumen yang didapat tidak akan seluas jika melakukan promosi melalui media *online*. Dengan mempromosikan pariwisata melalui internet, pemerintah dapat memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan memperkenalkan karakteristik objek-objek wisata di daerahnya kepada wisatawan dengan cepat, akurat, dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat (Ardhiyani, 2018). Selain itu, menurut Veranita (2021) pemasaran digital memiliki kemudahan mendatangkan calon konsumen, meningkatkan angka penjualan, menghemat biaya promosi dan dapat memberikan pelayanan lebih cepat.

Dengan adanya jaringan internet, masyarakat awam bisa mencari informasi yang dibutuhkan termasuk informasi terkait aset wisata di suatu daerah salah satunya melalui *website*. Penyampaian informasi menggunakan *website* juga dapat lebih meningkatkan daya tarik suatu informasi bagi masyarakat (Rizaly,

2021). Dalam pemanfaatannya, sudah banyak instansi yang menggunakan *website* sebagai wadah untuk mempromosikan aset wisata daerahnya agar dapat menarik minat wisatawan. Ini merupakan bentuk strategi yang dapat diterapkan untuk mempublikasikan eksistensi suatu instansi. Banyak lembaga saat ini bersaing dalam menarik minat calon wisatawan dengan berlomba-lomba untuk membuat media informasi dan promosi yang menarik

Kabupaten Cianjur merupakan salah satu kabupaten yang berada di Jawa Barat, Indonesia. Cianjur sendiri tercatat memiliki lebih dari 400 destinasi pariwisata yang bisa dikunjungi. Berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata pada tahun 2021 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, Cianjur memiliki jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata sebanyak 1.046.795 dan menempati posisi ke-11 dengan jumlah kunjungan terbanyak dari 27 kabupaten/kota di Jawa Barat. Hal ini cukup disayangkan mengingat potensi objek wisata di Cianjur yang begitu besar namun belum mampu menembus sepuluh besar di Jawa Barat. Kemudian pada tahun 2022 ini Cianjur mencatat angka kunjungan wisatawan sekitar 1.505.444 orang. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, tahun 2022 ini angka kunjungan wisatawan ke Cianjur memiliki tingkat pertumbuhan sekitar 44%. Walaupun demikian jumlah kunjungan ini belum bisa mencapai target yang diinginkan Disbudpar Cianjur yaitu sebanyak 1.9 juta wisatawan. Saat ini Disbudpar Cianjur sedang menjalankan program "*Hayu Ameng Ka Cianjur*" yaitu kegiatan promosi pariwisata di Kabupaten Cianjur. Sejauh ini kegiatan promosi ini sudah menggunakan media sosial dan *website* sebagai media promosi untuk menampung informasi terkait program ini dan memperkenalkan objek-objek wisata yang berada di Cianjur. Namun *website* tersebut akan dilakukan pengembangan kembali dikarenakan *website* masih dikembangkan menggunakan *wordpress*, dimana memiliki kekurangan seperti tidak fleksibel dalam desain dikarenakan masih menerapkan *template* tema *wordpress* yang monoton, tampilan kurang interaktif, dan performa *website* yang lambat sehingga perlu adanya pengembangan *website* kembali. Selain itu pada *website* SIHACI.Cianjurkab.go.id masih memiliki beberapa kekurangan yaitu informasi destinasi wisata yang masih sedikit, tidak setiap destinasi disediakan

informasi peta lokasi, dan tidak tersedia informasi kontak-kontak yang dapat dihubungi atau sosial media yang bisa dikunjungi. Ditambah tidak adanya fitur pengelolaan data pada *website* mengakibatkan kurang optimalnya pihak dinas untuk memperbaharui informasi pada *website*. Hal ini bisa mengakibatkan wisatawan membuat keputusan yang salah yang dipicu oleh informasi yang tidak akurat. Kendala lain yang dihadapi yaitu terkait laporan hotel, dimana pihak hotel menyerahkan laporan ini masih secara langsung kepada dinas dalam bentuk dokumen fisik. Masalah yang dialami kerap kali dokumen fisik tersebut tercecer, hilang ataupun rusak.

Berdasarkan latar belakang dan keresahan tersebut, pengembangan sistem informasi pariwisata memiliki urgensi yang tinggi. Permintaan akan informasi yang cepat dan akurat, persaingan dengan wilayah lain, promosi dan pemasaran yang efektif, serta perencanaan dan pengambilan keputusan yang lebih baik menjadi faktor-faktor yang mendorong pentingnya pengembangan sistem informasi pariwisata. Dengan memperhatikan urgensi ini, pemanfaatan teknologi informasi yaitu *website* ini harus diterapkan dengan tujuan untuk memenuhi permintaan akses informasi yang cepat dan akurat kepada wisatawan serta dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Cianjur. Maka dari itu, penulis hendak mengembangkan sebuah media promosi *online* Sistem Informasi Hayu Ameng ka Cianjur (SIHACI) berbasis *website*.

Pada pengembangan desain UI UX menggunakan *design thinking* dapat memberikan berbagai manfaat bagi proses desain, baik itu dalam pengembangan produk, layanan, maupun dalam konteks pengembangan desain *website* pariwisata. *Design thinking* memprioritaskan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pengguna akhir. Ini membantu menciptakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan meningkatkan pengalaman mereka. Dalam konteks *website* pariwisata, pendekatan ini memungkinkan pengembang untuk merancang *website* yang menarik, informatif, dan mudah digunakan bagi calon wisatawan. *Website* merupakan inti dari pemasaran digital destinasi pariwisata. Menurut Cheng et al. (2019) *website* yang dirancang dengan baik dapat menjadi pusat informasi, memungkinkan destinasi pariwisata berinteraksi dengan calon wisatawan, dan

membantu meningkatkan *brand awareness*. Fuchs et al. (2021) desain website pariwisata yang fokus pada pengalaman pengguna dapat meningkatkan kepuasan dan retensi wisatawan. Pengalaman positif di *website* dapat berdampak pada kesan mereka terhadap destinasi secara keseluruhan. Cai et al. (2016) menyatakan bahwa *website* pariwisata yang interaktif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi destinasi. Penggunaan media interaktif seperti gambar dan video dapat meningkatkan daya tarik dan membedakan destinasi dari pesaingnya.

Berdasarkan permasalahan serta penelitian-penelitian yang telah dijelaskan di atas, peneliti akan melakukan pengembangan desain *user interface* dan *user experience* menggunakan metode *design thinking* untuk mengetahui kebutuhan dari *behavior* pengguna *website* SIHACI. Dengan hadirnya *website* SIHACI ini diharapkan dapat meningkatkan efektifitas promosi sehingga dapat menjangkau wisatawan lokal maupun mancanegara dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Maka penelitian ini mengambil judul “Pengembangan *User Interface* dan *User Experience* Menggunakan *Design Thinking* Pada *Website* SIHACI (Sistem Informasi Hayu Ameng Ka Cianjur)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti mengidentifikasi beberapa poin yang dirasa adalah sebuah permasalahan yang menjadi bahan pengembangan penelitian:

1. Pada perkembangan teknologi informasi di era digitalisasi, dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Cianjur membutuhkan media informasi seperti *website* untuk mempromosikan tempat wisata.
2. Kebutuhan sistem informasi untuk mempromosikan terkait pariwisata yang berada di daerah Cianjur .

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang disajikan peneliti sebagai berikut :

1. Apa masalah yang dihadapi dari pengguna *website* SIHACI?

2. Bagaimana hasil dari pengembangan desain *user Interface* pada *website* SIHACI berdasarkan *user experience*?
3. Bagaimana hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan hasil pengembangan desain *website* SIHACI?

1.4 Pembatasan Masalah

Diperlukan batasan masalah untuk menjadi tolak ukur dalam menentukan target penelitian yang akan dijalankan. Berikut merupakan batasan-batasan masalah yang akan digunakan dalam menyusun penelitian ini.

1. Proses penelitian dilakukan sampai *usability testing* terhadap tahapan metode *design thinking*.
2. Penentuan kriteria partisipan berjumlah 5 orang.
3. Produk yang dihasilkan berupa *prototype user Interface* dan pengujian penggunaan *website* SIHACI dalam bentuk *system usability scale* (SUS).

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mencari solusi terhadap permasalahan dari pengguna *website* SIHACI.
2. Menghasilkan rancangan pengembangan desain *user Interface website* SIHACI berdasarkan *user experience*.
3. Melakukan validasi solusi desain yang dibuat.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian yang dilakukan dapat dijadikan sebagai tempat eksplorasi dan pengimplementasian terkait UI/UX secara langsung yang di rasakan oleh pengguna.
2. Bagi *stakeholder*, dapat digunakan sebagai acuan untuk memperbaharui desain *website* SIHACI yang sesuai dengan hasil *testing user experience*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian dengan bidang yang sama ataupun berhubungan.

4. Bagi perguruan tinggi, untuk menambah informasi terkait UI/UX serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.7 Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini terdiri atas lima bab, urutan penulisan skripsi tiap-tiap bab adalah sebagai berikut:

1. Bab I memaparkan mengenai pendahuluan yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.
2. Bab II memaparkan mengenai kajian pustaka yang berkaitan dengan teori-teori yang menjelaskan tentang pokok bahasan skripsi
3. Bab III menjelaskan tentang metodologi penelitian yang mencakup metode penelitian, lokasi dan responden penelitian, alur penelitian, instrumen penelitian, dan analisis penelitian.
4. Bab IV menjelaskan tentang hasil atau temuan penelitian dan pembahasan.
5. Bab V menjelaskan tentang kesimpulan, saran, implikasi, dan rekomendasi.