

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Desa wisata merupakan sebuah komunitas dari suatu desa yang melihat ekosistem, keadaan penduduk dan konsep dari desa yang dapat menjadi potensi untuk dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata (Sutri, 2023). Per tahun 2023, angka desa wisata telah meningkat 36,7% dengan total 4674 desa wisata yang tersebar di 36 provinsi di Indonesia berdasarkan data Kemenparekraf (Surti, 2023). Peningkatan ini berkaitan erat dengan kenaikan tren pariwisata alternatif yang terjadi setelah selesainya era pandemi Covid-19 (Satriawati et al., 2023). Pariwisata alternatif didefinisikan sebagai pariwisata yang bersifat tematik yang berkaitan erat dengan alam, budaya, dan interaksi dengan kearifan lokal dari suatu daerah (Satriawati et al., 2023). Pariwisata alternatif memiliki dampak yang baik terhadap *sustainable tourism*, karena mampu meningkatkan *awareness* para wisatawan terhadap alam, budaya dan etnis dari suatu daerah, serta meningkatkan ekonomi bagi para penduduk (Parma, 2010).

Berdasarkan Indonesiabaik.id (2022), 72.80% pengunjung yang datang ke Indonesia bertujuan untuk liburan. Menurut hasil data BPS dalam Statistik Pengeluaran Wisatawan Mancanegara 2022, dari seluruh tujuan wisatawan mancanegara ke Indonesia, tujuan ke Bali mencapai hingga 46,72%, diikuti DKI Jakarta sebesar 13,03%, dan Kepulauan Riau sebesar 11,8%. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Wiranatha et al. (2019) pada 720 wisman yang berkunjung ke Bali, hanya 15,6% dari total responden yang pergi berkunjung ke destinasi lain di Indonesia, seperti Lombok, Jawa, Pulau Komodo, Yogyakarta. Melihat hasil data BPS dan informasi terkait peningkatan minat pariwisata alternatif, PT Budaya Pariwisata Indonesia melihat adanya peluang untuk meningkatkan minat wisatawan mancanegara pada desa wisata di Indonesia yang tidak hanya terbatas pada provinsi Bali, Jakarta dan Riau.

PT Budaya Pariwisata Indonesia berupaya untuk meningkatkan pengunjung wisatawan luar negeri ke destinasi di Indonesia khususnya desa wisata. Hal ini dilakukan melalui produk berupa aplikasi digital bernama Bhumi Daya untuk dapat menjangkau turis wisatawan dari luar negeri. Salah satu tahap dalam pembuatan aplikasi adalah perancangan UI/UX-nya. UI atau *user interface* dijelaskan dalam Prasetiyo et al. (2022) sebagai tampilan visual yang berguna untuk mengenalkan pengguna pada ekosistem dari suatu layanan yang bersifat digital. Sedangkan UX atau *user experience* menurut Prasetiyo et al. (2022) lebih berkaitan dengan cara pengguna berinteraksi dan menavigasi layanan digital yang dibuat. Maka, perancangan UI/UX Bhumi Daya dilakukan demi memastikan kenyamanan para calon *user* dalam segi pengalaman penggunaan dan visual dari produk.

## **1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan**

Bagaimana perancangan UI/UX Bhumi Daya untuk PT Budaya Pariwisata Indonesia?

## **1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan**

Perancangan UI/UX Bhumi Daya menggunakan batasan masalah khususnya dalam segi target user dan segmentasinya. Hal tersebut dijabarkan sebagai berikut:

### **1. Demografis**

- a. Jenis Kelamin: Laki-laki serta perempuan
- b. Usia: 25-34 tahun (Primer), 21-24 tahun (Sekunder)
- c. Tingkat Ekonomi: SES B - A
- d. Tingkat Pendidikan: Sarjana
- e. Pekerjaan: *Entrepreneur, freelancer, Associate*
- f. Bahasa: Bahasa Indonesia & Inggris

## 2. Geografis

a. Negara: Australia dan Malaysia (Primer), Indonesia (Sekunder)

b. Kota: Urban

## 3. Psikografis

a. Orang dewasa yang mencintai *travelling*, dan hal dengan nilai kultur serta budaya.

b. Orang dewasa yang mencintai tempat wisata yang asri dan hijau.

c. Orang dewasa yang membutuhkan waktu rehat dari pekerjaan atau kepadatan kota.

Batasan masalah ditetapkan pada target konsumen primer berusia 25-34 tahun dengan lokasi geografis berada di Australia dan Malaysia dan target usia 21-25 tahun berasal dari negara Indonesia sebagai target sekunder. Menurut data BPS yang dikutip dalam Arieza (2023), wisman terbanyak yang berkunjung ke Indonesia berasal dari Malaysia (174,8 ribu), diikuti pengunjung dari Australia (129,1 ribu), dan pengunjung dari Singapura sebesar 105,5 ribu pengunjung. Menurut artikel Liputan6.com, Kemenparekraf mengharapkan Gen Z dan milenial sebagai target utama untuk meningkatkan wisatawan dalam negeri. Per bulannya, warga negara Australia berusia 25-34 tahun memiliki pendapatan sebesar \$2,000-\$12,000 *Australian Dollar* (Venz & Leggat, 2023). Berdasarkan artikel dalam Budget Direct (2020), rata-rata pengeluaran dari warga negara Australia untuk liburan luar negeri adalah \$4,750 *Australian Dollar*. Untuk menyesuaikan kedua target primer dan sekunder, target jatuh dalam tingkat ekonomi SES B-A, dengan pengeluaran target sekunder masuk dalam *range* Rp. 3.000.000-5.000.000 (SES B).

### 1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah yang dirangkum di atas, tujuan dari laporan ini adalah untuk merancang UI/UX Bhumi Daya untuk PT Budaya Pariwisata Indonesia.

## 1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Perancangan yang dilakukan memiliki harapan untuk dapat berdampak bagi:

### 1. Penulis

Melalui perancangan ini, penulis ikut serta dalam mencari tahu semakin banyak tempat wisata di Indonesia, khususnya desa wisata. Selain itu, perancangan ini juga menjadi proses pembelajaran penulis dalam mengasah *skill* nya dalam pembuatan UI/UX serta *skill* dalam bekerja sama dalam tim.

### 2. Masyarakat

Perancangan UI/UX Bhumi Daya mampu memberikan dampak bagi meningkatnya *awareness* serta *interest* masyarakat Indonesia dan luar negeri untuk mengunjungi desa wisata di Indonesia. Selain itu, jika memasuki industri bisnis secara nyata, Bhumi Daya dapat berperan aktif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan industri pariwisata di Indonesia.

### 3. Universitas

Perancangan ini berperan sebagai wujud karya dan hasil dari mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lainnya.

## 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Skema waktu kerja MBKM Kewirausahaan memiliki bobot 20 SKS dengan 640 jam kerja bersama *Skystar Ventures* dan 207 jam kerja bersama dosen pembimbing, dengan minimal 8 kali bimbingan bersama dosen pembimbing. Berikut dijabarkannya skema waktu yang dilaksanakan selama 1 semester:

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Tabel 1.1 Alur MBKM Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
13 November 2023	Sosialisasi Cluster MBKM	Dilaksanakan di Lecture Theatre oleh pihak Skystar Ventures, Koordinator Prodi & Koodinator Universitas.
24 November 2023	Mendaftarkan ide bisnis ke dalam <i>form</i> yang diberikan koordinator	Pendaftaran ide bisnis untuk diseleksi oleh pihak Skystar Ventures.
11 December 2023	Pengumuman hasil penyeleksian ide bisnis	Pengumuman seleksi ide bisnis untuk melanjutkan proses seleksi tahap 2
16 December 2023	Pengisian form revisi ide bisnis	Rangkaian seleksi ide bisnis oleh pihak Skystar Ventures
21 Desember 2023	Pengumuman email hasil final penyeleksian ide bisnis	Rangkaian seleksi ide bisnis oleh pihak Skystar Ventures
2 Januari 2024	Pendaftaran ke kampus merdeka	Melakukan pendaftaran ke Kampus Merdeka oleh mahasiswa
18-19 Januari 2024	Pengisian KRS	Pengisian KRS melalui website UMN
22 Januari 2024	<i>Briefing</i> persiapan pelaksanaan cluster MBKM genap 2023/2024 dan pengumuman dosen pembimbing.	Dilaksanakan via zoom oleh pihak Skystar Ventures, Koordinator Prodi & Koodinator Universitas.
29 Januari 2024 – 15 Maret 2024	Periode sebelum evaluasi 1: Pembelajaran asinkron dan sinkron, Pembuatan laporan, pengembangan ide bisnis, bimbingan dengan dosen	Melakukan bimbingan selama 4 kali dengan dosen pembimbing dan 3 kali bersama rekan Skystar Ventures menghasilkan satu

	pembimbing dan rekan Skystar Ventures	presentasi pitchdeck dan sebuah laporan.
18 Maret 2024 – 26 Maret 2024	Evaluasi 1 (UTS)	Melakukan <i>pitching presentation</i> kepada penguji eksternal terpilih oleh Skystar Ventures dan pengumpulan laporan bab 1-3.
27 Maret 2024 – 3 Juni 2024	Periode sebelum evaluasi 2: Pembelajaran asinkron dan sinkron, Penyelesaian laporan dan <i>pitch presentation</i> , bimbingan dengan dosen pembimbing dan rekan Skystar Ventures	Melakukan bimbingan selama 4 kali dengan dosen pembimbing dan 3 kali bersama rekan Skystar Ventures memfinalisasikan presentasi pitchdeck dan laporan.
27-31 Mei 2024	Evaluasi 2	Pengujian laporan dan pitchdeck serta <i>prototype</i> produk
7 Juni 2024	Pendaftaran sidang akhir MBKM	Melakukan registrasi untuk melakukan sidang akhir MBKM
3-6 Juni 2024	Pelengkapan dan pemeriksaan keutuhan data untuk sidang akhir MBKM	Pelengkapan dan pemeriksaan keutuhan dokumen yang dibutuhkan untuk sidang.
12-14 Juni 2024	Sidang evaluasi 2 / Sidang akhir MBKM	Melakukan sidang evaluasi 2 bersama dosen penguji
18-21 Juni 2024	Pengumpulan laporan <i>final</i> MBKM	Melakukan pengumpulan laporan <i>final</i> MBKM

Sumber: Olahan pribadi penulis (2024)