



## *Village websites as promotional media for tourist destinations in Sukajadi Village, Tamansari, Bogor*

Iwan Setyawan✉, Aris Fatoni, Filda Angellia, Nuraini Purwandari, Kampono Imam Yulianto

Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta, Jakarta Selatan, Indonesia

✉ [mr.setyawan510@gmail.com](mailto:mr.setyawan510@gmail.com)

 <https://doi.org/10.31603/ce.6375>

### **Abstract**

*Sukajadi Village is a village in Bogor's Tamansari District, located on the slopes of Mount Salak. Beautiful nature, as well as natural tourist attractions such as waterfalls and historical sites, are tourist destinations with the potential to boost the village's revenue and the local economy. However, the general public has only received limited information about one tourist attraction, such as Curug Nangka, despite the presence of other equally beautiful destinations. The primary objective of this community service program is to create a village website to help promote tourist destinations in Sukajadi Village. The Systems Development Life Cycle (SDLC) Model is used to develop the website. The results of this program show that the citizens of Sukajadi Village can promote tourist destinations as well as other villages' potential, such as culinary tourism.*

**Keywords:** *Sukajadi village; Promotion; Village website*

## **Website desa sebagai media promosi destinasi wisata di Desa Sukajadi, Tamansari, Bogor**

### **Abstrak**

Desa Sukajadi, merupakan salah satu desa di Kecamatan Tamansari, Bogor yang terletak di bawah kaki Gunung Salak. Alam yang indah dan asri ditambah objek-objek wisata alam seperti air terjun dan beberapa tempat bersejarah merupakan destinasi wisata yang berpotensi dapat meningkatkan pendapatan asli desa dan juga perekonomian warga. Namun selama ini, masyarakat luas hanya mendapatkan sedikit informasi mengenai salah objek wisata saja, seperti Curug Nangka, padahal destinasi lain yang tak kalah indahnya pun ada di sana. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu mempromosikan destinasi wisata desa di Desa Sukajadi melalui pembuatan website desa. Metode pengabdian dalam mengembangkan website mengadopsi Model *systems development life cycle* (SDLC). Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa masyarakat di Desa Sukajadi mampu mempromosikan destinasi wisata, juga potensi desa lainnya seperti wisata kuliner.

**Kata Kunci:** Desa Sukajadi; Promosi; Website desa

## **1. Pendahuluan**

Desa Sukajadi merupakan salah satu desa yang berkembang dan terletak di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor. Desa ini merupakan salah satu desa yang ditetapkan sebagai "Desa Wisata" (Perda Kabupaten Bogor No. 3 tentang Perubahan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Bogor Tahun 2005-2025, 2019). Tentu

saja, klaim ini sangat logis. Pasalnya, Desa Sukajadi yang berada di bawah kaki Gunung Salak ini dengan alamnya yang masih asri dan *view* pegunungan yang *instagramable*, juga memiliki beberapa objek wisata yang sangat menarik. Objek wisata tersebut diantaranya air terjun Curug Nangka, air terjun Curug Kawung, air terjun Curug Daun, Curug Kalimati, Kampung Wisata Makati, Kampong Salaka, dan Pura Parahyangan Agung Jagatkarta.

Hanya saja, selama ini keberadaan tempat-tempat wisata tersebut baru terinformasi dari mulut ke mulut. Belum ada promosi masif yang dikelola secara profesional oleh pemerintah desa sebagai pemilik wilayah secara administratif pemerintahan. Model promosi destinasi wisata yang masih konvensional tersebut harus segera ditransformasi menjadi berbasis web. Mengingat, pertama, masyarakat saat ini sudah berubah. Internet, *world wide web (www)*, dan komunikasi seluler telah menjadi elemen intrinsik masyarakat saat ini dan kehidupan setiap anggotanya (Levin & Mamluk, 2021).

Kedua, masyarakat yang menggunakan internet terus meningkat, mencapai 202,6 juta pada Januari 2021. Di antara pengguna internet, 98,2% sudah memiliki *smartphone* dan mengakses internet menggunakan perangkat tersebut (Sugiarto & Fachrurrozie, 2018). Ketiga, teknologi komputer dan internet menjadi sangat penting saat ini dalam interaksi sosial, kegiatan administrasi dan kegiatan bisnis (Henning & Williams, 2012).

Realitas masyarakat saat ini, memang seperti yang diungkap Chaffey (2015), dimana dalam cara mencari dan mendapatkan informasi, mereka sudah menggunakan mesin pencari di *website*. Menurut hasil survei APJII, salah satu konten yang dicari masyarakat pengguna internet adalah konten mengenai budaya dan pariwisata dengan persentase sebesar 10,9% dari total pengguna internet (Irawan et al., 2020). Oleh karena itu, jika informasi dan promosi mengenai destinasi-destinasi wisata di Desa Sukajadi tersebut sudah berbasis *website*, maka masyarakat luas akan dengan mudah mendapatkan informasinya ketika mereka *searching* di internet mengenai tempat wisata.

Di samping *website*, tentu yang tak kalah penting adalah membuat konten marketing di *website* tersebut semenarik mungkin, agar pengunjung *website* tidak hanya tertarik melihat webnya, tapi tertarik juga untuk berkunjung ke tempat wisata yang dipromosikan. Konten marketing yang menarik, baik isi pesan maupun konsepsinya dalam promosi, memiliki hubungan yang kuat dengan minat pengunjung terhadap objek wisata (Fuady et al., 2020).

*Website* dapat memberikan manfaat yang *multiplier* terhadap lingkungan di sepanjang area menuju tempat wisata, karena jika *website* ini mampu menarik para wisatawan untuk berkunjung ke tempat-tempat wisata, maka tidak hanya akan menggeliatkan sektor wisata saja, tetapi juga sektor-sektor terkait, seperti sektor ekonomi termasuk hotel, restoran, dan transportasi serta memengaruhi pembangunan spasial dan lingkungan sekitar (Ollivaud & Haxton, 2019). Permasalahan yang dihadapi di Desa Sukajadi, hampir memiliki kesamaan dengan permasalahan pada umumnya, yaitu belum optimalnya dalam memanfaatkan teknologi informasi Djoni et al. (2021) dan keterbatasan dalam hal pemasaran atau promosi wisata (Maharani et al., 2020). Oleh karena itu, untuk membantu desa dalam mempromosikan destinasi wisata dan juga potensi desa lainnya, Tim PKM bertujuan untuk mengembangkan *website* desa.

## 2. Metode

Lokasi program pengabdian masyarakat di Desa Sukajadi, Kecamatan Tamansari, Bogor, Jawa Barat. Kegiatan ini dilakukan mulai 15 September 2021 hingga 15 November 2021. Berdasarkan analisis kondisi dan potensi sumber daya manusia yang dimiliki pemerintah Desa Sukajadi, maka model/pendekatan untuk pemecahan masalah di Desa Sukajadi adalah sebagai berikut:

- Memperbaiki *Website* yang ada jika memungkinkan, tetapi jika tidak memungkinkan, maka dibuatkan *website* desa baru dengan URL baru.
- Memberikan bimbingan teknis (Bimtek) kepada *user* IT Desa Sukajadi tentang *update* web dan operasional web yang sudah dibuat.

Metode dalam membangun *website* mengadopsi model *systems development life cycle* (SDLC). SDLC mengacu pada proses di mana fase proyek didokumentasikan dengan baik, *milestone* diidentifikasi, dan semua individu yang terlibat dalam proyek sepenuhnya memahami apa sebenarnya proyek, terdiri dari apa, dan kapan akan dibuat (Pearlson & Saunders, 2013).



Gambar 1. Model SDLC

Model SDLC pada Gambar 1 yang diadopsi dalam mengembangkan *website* desa dalam kegiatan pengabdian ini adalah Model SDLC yang dikembangkan oleh Valacich & Schneider (2018) yang terdiri dari empat fase, yaitu:

- Fase perencanaan dan pemilihan sistem. Tim mengidentifikasi kebutuhan akan sistem baru atau menyempurnakan yang sudah ada.
- Fase analisis sistem. Tim mempelajari kebutuhan dan struktur sistem serta merekomendasikan deskripsi solusi alternatif kepada pihak desa.
- Fase mendesain sistem, merupakan tahap dimana deskripsi solusi alternatif, diinterpretasikan ke dalam *logical design* dan *physical design*.
- Fase implementasi dan operasional sistem. Sistem informasi dikodekan, diuji dan dipasang.

Untuk menguji apakah sistem sudah bekerja atau belum pada setiap tahapan prosesnya, maka Tim mengevaluasinya dengan menggunakan *black box testing*.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Perencanaan dan pemilihan sistem

Desa Sukajadi sebelumnya sudah memiliki *website* yang dikembangkan oleh pihak ketiga dengan domain <http://sukajadi-tamansari.desa.id/>, tetapi *website* tersebut masih

dalam bentuk rancangan dan belum jadi. Terdapat dua opsi untuk masalah ini, yaitu menyempurnakan *website* yang ada atau membuat *website* yang baru. Opsi untuk menyempurnakan *website* terkendala akses untuk masuk ke *website* tersebut yang harus mendapatkan akses dari pihak ketiga sebagai developer-nya. Oleh karena itu, akhirnya kepala desa memutuskan untuk membuat *website* baru.

### 3.2. Analisis sistem

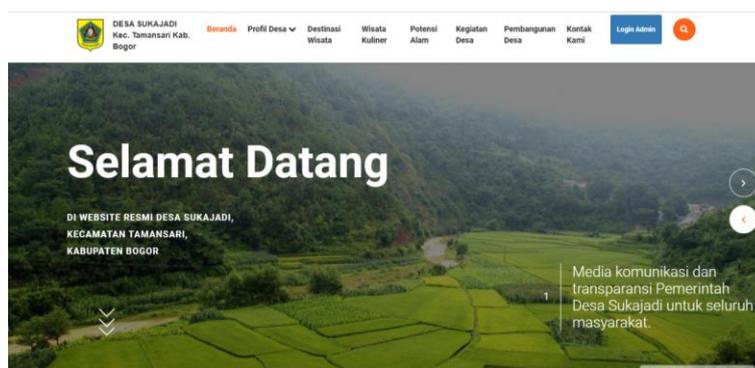
Tahap selanjutnya adalah melakukan analisa kebutuhan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil analisa terhadap kebutuhan desa yaitu desa menginginkan sebuah *website* yang dapat menjadi media promosi untuk destinasi-destinasi wisata yang berada di Desa Sukajadi juga sebagai media informasi kepada warga desa mengenai informasi-informasi yang disampaikan pemerintah desa serta informasi mengenai aktivitas pemerintahan desa.

Dalam tahap analisa ini juga dipertimbangkan kebutuhan admin dan *user* yaitu calon wisatawan dan warga. Admin membutuhkan akses *login* untuk mengelola *website* dan meng-*update* konten pada tiap menu yang tersedia. Di samping mempertimbangkan kebutuhan admin, Tim juga mempertimbangkan kelayakan dari calon *user* IT desa, seperti pemahamannya mengenai teknologi komputer dan internet, pengetahuan mengenai *digipreneur*, dan langkah-langkah teknis penggunaan platform digital untuk kepentingan bisnis.

Pada sisi calon wisatawan, yang dipertimbangkan adalah kebutuhan informasi mengenai objek-objek wisata yang tersedia, *maps* untuk memudahkan ke lokasi, tempat makan, wisata kuliner untuk oleh-oleh, dan potensi alam. Di samping itu, karakteristik *website* seperti kemudahan mengakses dan inter aktivitas turut dipertimbangkan, karena kedua hal tersebut merupakan awal dari niat *user* untuk melakukan penelusuran web lebih lanjut (Khare et al., 2020). Sementara itu, bagi warga desa *website* diperlukan untuk mengetahui informasi tentang profil desa dan informasi terkait dengan kegiatan desa dan perkembangan pembangunan desa. Tentunya bisa mendukung prinsip keterbukaan informasi (Sukarsih et al., 2019). Hasil analisa ini, selanjutnya menjadi dasar dalam membuat dan mendesain *website*.

### 3.3. Mendesain sistem

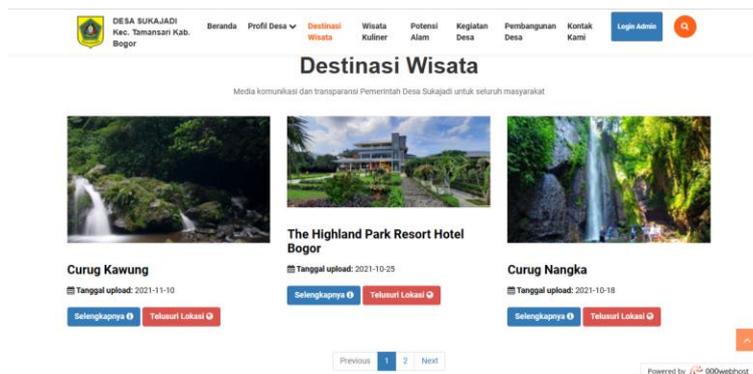
Berdasarkan hasil analisa tahap ketiga, tim dibantu mahasiswa mulai mendesain *website* dengan mengkombinasikan analisis kebutuhan sistem dan proses teknis dalam pengembangan *website*. Pembuatan *website* ini menggunakan PHP dan My SQL Bootstrap, sedangkan dalam perancangannya menggunakan UML. *Website* desa dibuat dengan pranala sementara ([link](#)) (Gambar 2).



Gambar 2: Tampilan desain antar muka halaman utama

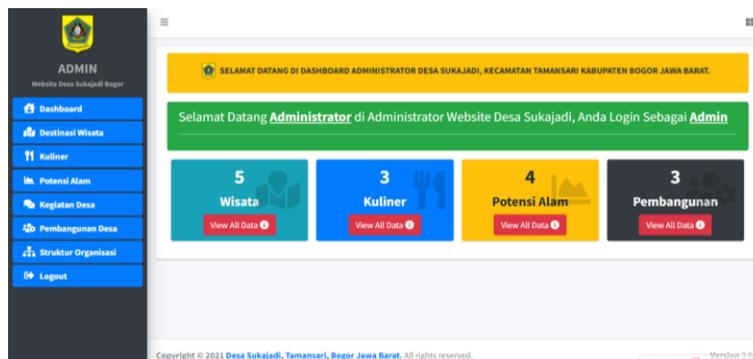
Tampilan antar muka *website* terdiri dari menu beranda, profil desa, destinasi wisata, wisata kuliner, potensi alam, kegiatan desa, pembangunan desa, dan kontak kami, serta *login* untuk admin serta menu *searching* untuk mempermudah pencarian. Dalam perancangan *website* desa ini, Tim PKM mengikuti saran dari Hasan & Abuelrub (2011) untuk memperhatikan masalah kemudahan dalam penggunaan (*user-friendly quality*) dan konten yang menarik, kualitas desain dan pengorganisasian sistemnya.

Beberapa kemudahan yang kami rancang diantaranya fitur untuk memudahkan calon wisatawan menemukan lokasi destinasi wisata yang akan dikunjungi, pada menu “Destinasi Wisata” sudah dilengkapi fitur “Telusuri Lokasi”. Dengan fitur tersebut, calon wisatawan akan dipandu arahnya oleh *Google Maps* sampai ke lokasi, seperti terlihat di Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan menu destinasi wisata

Pada halaman admin, tersedia akses untuk menambah, mengedit, atau menghapus konten mengenai Destinasi Wisata, Kuliner, Potensi Alam, Kegiatan Desa, Pembangunan Desa, dan Struktur Organisasi serta menu untuk *logout*, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan design antar muka halaman admin

### 3.4. Implementasi dan operasional sistem

Untuk memastikan bahwa *user* IT dapat mengoperasikan *website*, Tim melakukan bimbingan teknis, kepada seorang admin *website* yang sudah ditunjuk oleh kepala desa mengenai langkah-langkah untuk menambah, mengedit, atau menghapus konten. Di samping itu, Tim juga sudah menyiapkan video tutorialnya, agar lebih memudahkan Admin dalam menambah, mengubah atau menghapus konten di *website*.

Setelah implementasi *website* dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji coba *website*. Pengujian dilakukan terhadap dua aspek yaitu aspek fungsionalitas dan aspek

*user*. Adapun skenario pengujian yang dilakukan adalah menentukan keberadaan *user* apakah sudah sesuai dengan kebutuhan yang disepakati di awal. Apabila proses uji coba ini telah disepakati oleh *user* (disebut dengan *User Acceptance Test* – UAT) maka aplikasi sudah bisa disosialisasikan ke *user* melalui tahap implementasi, salah satunya *training*. [Tabel 1](#) adalah skenario pengujian dari website yang telah diimplementasikan menggunakan *black box testing*. Adapun hasil pengujian disajikan pada [Tabel 2](#).

Tabel 1. Skenario pengujian

Kelas Uji	Butir Uji
Halaman Beranda	Menampilkan informasi
Halaman Destinasi Wisata	Menampilkan informasi
Halaman Profil Desa	Menampilkan informasi
Halaman Wista kuliner	Menampilkan informasi
Halaman Potensi alam	Menampilkan informasi
Halaman Kegiatan dan Pembangunan Desa	Menampilkan informasi
Menu Kontak kami	Menampilkan informasi
Fitur telusuri lokasi	Input nama lokasi
Halaman Admin <i>Website</i> Sukajadi	Melakukan penambahan, pengubahan dan hapus data
Form Login Admin	Input <i>username</i> dan <i>password</i>

Tabel 2. Butir pengujian

Kelas Uji	Data Masukan	Pengamatan	Kesimpulan
Halaman index (menu beranda)	Tampilan data menu beranda Desa Sukajadi	Dapat masuk ke halaman utama browser dengan alamat <i>website</i>	Diterima
Halaman Destinasi Wisata	Tampilan data destinasi wisata	Dapat menampilkan halaman destinasi wisata	Diterima
Halaman Profil Desa	Tampilan informasi profil desa	Dapat menampilkan halaman profil desa	Diterima
Halaman Wisata kuliner	Tampilan informasi wisata kulinaer	Dapat menampilkan halaman wisata kuliner	Diterima
Halaman Potensi alam	Tampilan informasi wisata kuliner	Dapat menampilkan halaman wisata kuliner	Diterima
Halaman Kegiatan dan Pembangunan Desa	Tampilan informasi pembangunana desa	Dapat menampilkan halaman kegiatan dan pembangunan desa	Diterima
Menu Kontak kami	Tampilan informasi kontak Desa Sukajadi	Dapat menampilkan halaman kontak	Diterima
Fitur telusuri lokasi	Tampilan input nama lokasi Desa Sukajadi	Dapat menampilkan hasil pencarian lokasi	Diterima
Halaman Admin <i>Website</i> Sukajadi	Tampilan informasi untuk admin <i>website</i>	Dapat menampilkan halaman dashboar admin untuk melakukan penambahan data, pengubahan atau hapus data	Diterima
Form Login Admin	Tampilan input <i>username</i> dan <i>password</i>	Dapat memasukkan <i>username</i> dan <i>password</i> dan berhasil masuk ke menu selanjutnya	Diterima

Dari pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa *website* desa ini secara fungsional mengeluarkan hasil sesuai dengan hasil yang diharapkan sehingga dapat bermanfaat dan digunakan selanjutnya oleh pihak Desa. Pada tanggal 15 November 2021, *website* desa secara resmi diserahkan kepada kepala Desa Sukajadi. Pada hari yang sama, *website* desa secara resmi di-*launching* oleh kepala Desa dengan dihadiri oleh warga, tim PKM, mahasiswa, dan perangkat desa. Dokumentasi foto bersama setelah acara peluncuran *website* desa, seperti terlihat pada [Gambar 5](#).



Gambar 5. Foto Bersama setelah Acara Launching Website Desa

Saat ini *website* desa sudah dapat digunakan di Desa Sukajadi. Promosi destinasi wisata juga sudah mulai berjalan dan dapat diakses oleh masyarakat luas. Di samping itu, informasi-informasi yang disampaikan pemerintah desa sudah bisa diakses dan dilihat oleh warga melalui *website* desa tersebut.

## 4. Kesimpulan

Program *Website* desa merupakan jembatan yang memfasilitasi komunikasi antara pemerintah desa dengan warganya. Pemerintah desa dapat menginformasikan berbagai informasi yang terkait dengan kepentingan warga dan juga dapat mempublikasi kegiatan dan capaian yang telah dilaksanakan oleh pemerintah desa. *Website* juga menjadi media iklan yang murah dalam mempromosikan destinasi wisata, potensi desa, dan wisata kuliner yang ada di Desa Sukajadi. Keberadaan *website* ini diharapkan dapat meningkatkan kembali jumlah pengunjung ke destinasi wisata di Desa Sukajadi, sehingga dapat mendorong tumbuhnya sektor-sektor terkait seperti transportasi, wisata kuliner, hotel-hotel, dan lain-lain serta pada akhirnya dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan warga Desa Sukajadi. Oleh karena itu, untuk tim PKM ke depan, diharapkan bisa memberikan edukasi dan pelatihan kepada warga mengenai warga sadar wisata (darwis).

## Ucapan Terima Kasih

Tim PKM mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada LPPM dan Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 yang telah memfasilitasi dan mendanai hingga terlaksananya pengabdian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Sukajadi, Kec. Tamansari, Bogor yang telah mendukung kami dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini.

## Daftar Pustaka

---

- Perda Kabupaten Bogor No. 3 tentang Perubahan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Bogor Tahun 2005-2025, (2019).
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice 6th Edition*. Pearson Education Limited.
- Djoni, Yunis, R., & Ariwibowo, S. (2021). Penguatan Promosi Melalui Media Website pada Hotel Alvina Pematangsiantar. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3).
- Fuady, I., Ramadhan, T., Sunarya, M. A., & Hisyam, G. (2020). Hubungan Terpaan Promosi Wisata Terhadap Minat Berkunjung ke Objek Wisata Citumang. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 44-51.
- Hasan, L., & Abuelrub, E. (2011). Assessing the Quality of Web Sites. *Applied Computing and Informatics*, 9(1), 11-29. <https://doi.org/10.1016/j.aci.2009.03.001>
- Henning, V., & Williams, S. (2012). *Five minutes with: Victor Henning, co-founder of Mendeley - Connecting academic research to the outside world*. Impact of Social Sciences Blog.
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). *Laporan Survei Internet APJIII 2019-2020 (Q2)*.
- Khare, A., Dixit, S., & Sarkar, S. (2020). Factors Affecting Website Continuance Intention: A Study of Indian Travel Websites. *Information Technology & Tourism*, 22(2), 243-271.
- Levin, I., & Mamlok, D. (2021). Culture and Society in The Digital Age. *Information (Switzerland)*, 12(2), 1-13. <https://doi.org/10.3390/info12020068>
- Maharani, B., Auly, M., Asniati, L., Pratikasari, E., Sari, D. M., & Asiyah, S. (2020). Optimalisasi Wisata Progo Tejkokusumo untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dusun Nepak. *Community Empowerment*, 5(3), 142-146.
- Ollivaud, P., & Haxton, P. (2019). *Making the Most of Tourism in Indonesia to Promote Sustainable Regional Development (No. 1535)*.
- Pearlson, K. E., & Saunders, C. S. (2013). *Managing and Using Information Systems: A Strategic Approach (5th ed.)*. John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiarto, H. V. S., & Fachrurrozie. (2018). The Determinant of Accounting Conservatism on Manufacturing Companies in Indonesia. *Accounting Analysis Journal*, 7(1), 1-9. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v5i3.20433>
- Sukarsih, I., Kurniati, E., Gunawan, G., & Wulan, R. (2019). Perluasan Jangkauan Pasar Pelaku UMKM Di Kota Bandung melalui Implementasi E-Commerce. *ETHOS (Jurnal Penelitian dan Pengabdian)*, 7(2), 170-177. <https://doi.org/10.29313/ethos.v7i2.4412>
- Valacich, J. S., & Schneider, C. (2018). *Information Systems Today: Managing the Digital World. (8th ed.)*. Pearson Education Limited.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---