

**Pemanfaatan Website sebagai Platform Promosi Digital Untuk
Meningkatkan Minat Pariwisata Desa Bumiwangi**

Dessy Pratama Aliyanti¹, Riska Apriliana²

Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran, Telkom University
dessypratama@student.telkomuniversity.ac.id^{1,2} riskachika@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

Bumiwangi Village is one of the tourist villages located in Ciparay District, Bandung Regency, West Java. This tourist village offers a different tourist experience from other villages, namely enjoying the beauty of nature through hang gliding or paragliding sports from the top of Bukit Cula. However, Bumiwangi Village is still not widely recognized by the general public as a tourist destination. This happens because its tourism development still faces obstacles, namely the promotional strategy carried out is still traditional so that Bumiwangi village as a tourist village does not yet have an active promotion that shows the difference between Bumiwangi tourist village and other tourist villages. Even information about Bumiwangi village is still little found on digital platforms. In this study using qualitative research methods. The research approach taken is a qualitative approach with a descriptive type of research supported by observation and interviews with sources. This research aims to produce an in-depth understanding of the process of creating a website to promote and develop tourist villages. It is hoped that this research can provide important directions and insights for the development of Bumiwangi Tourism Village in terms of effective digital promotion and utilization of tourist interest information to improve the experience and attractiveness of tourist destinations.

Keywords: Website, Village of Tourism, Digital Promotion

ABSTRAK

Desa Bumiwangi adalah salah satu desa wisata yang berada di wilayah Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa wisata ini menawarkan pengalaman wisata yang berbeda dari desa yang lainnya yaitu menikmati keindahan alam melalui gantole atau olahraga paralayang dari atas Bukit Cula. Namun, Desa Bumiwangi masih belum banyak dikenal oleh masyarakat umum sebagai destinasi wisata. Hal ini terjadi karena pengembangan pariwisatanya masih menghadapi kendala yaitu strategi promosi yang dilakukan masih bersifat tradisional sehingga Desa Bumiwangi sebagai desa wisata belum memiliki promosi aktif yang menunjukkan perbedaan antara Desa Wisata Bumiwangi dengan desa wisata lainnya. Bahkan informasi tentang Desa Bumiwangi masih sedikit ditemukan di platform digital. Pada penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian yang diterapkan merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang didukung dengan observasi dan wawancara dengan narasumber. Penelitian ini bertujuan menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang proses pembuatan *website* untuk mempromosikan dan mengembangkan desa wisata. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembangunan desa secara keseluruhan. Penelitian ini juga berkontribusi terhadap pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana yang efektif dalam mencapai tujuan promosi dan pencitraan desa. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan arahan dan wawasan yang penting bagi pengembangan Desa Wisata Bumiwangi dalam hal promosi digital yang efektif dan pemanfaatan informasi minat wisatawan untuk meningkatkan pengalaman dan daya tarik destinasi wisata.

Kata kunci: *Website*, Desa Wisata, Promosi Digital

PENDAHULUAN

Pada era digital yang semakin berkembang pesat, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi elemen penting dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu jenis media yang muncul di tengah perkembangan teknologi dan komunikasi adalah internet. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite (Riyanto, 2023) pada Januari 2023, 5,16 miliar orang menggunakan internet, atau 64,4% dari 8,01 miliar orang di seluruh dunia. Melalui internet, kita dapat terhubung dengan semua orang dari berbagai belahan dunia, kemudahan akses bertukar informasi, dan memudahkan orang untuk bepergian sehingga dapat memberikan peluang yang sangat luas untuk industri pariwisata (Surentu et al., 2020). Menurut penelitian (Nurmadewi, 2023) pariwisata adalah salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Inilah yang memungkinkan industri pariwisata tetap menjadi sektor yang menjanjikan di masa depan meskipun rentan terhadap isu.

Di Indonesia jenis pariwisata yang berkembang semakin beragam salah satunya Desa Wisata. Desa wisata adalah perpaduan daya tarik alam, seni, dan tradisi masyarakat setempat yang didukung oleh akomodasi dan layanan lainnya, yang menarik wisatawan (Satriawati et al., 2023). Pada tahun 2023 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mencatat peningkatan 36,7% dari 3.419 desa wisata menjadi 4.674 desa wisata. Namun dalam pembangunan desa wisata menghadapi banyak kendala yang muncul dan menjadi hambatan (Reza & Murdana, 2023). Maka dari itu khususnya dalam konteks pembangunan desa, teknologi informasi berperan penting sebagai alat untuk memperbaiki citra dan mempromosikan potensi desa kepada khalayak yang lebih luas. (Mas'ud, 2023) Salah satu cara efektif yang dapat digunakan adalah membuat *website* desa. *Website* desa dapat membantu menginformasikan potensi desa, meningkatkan partisipasi masyarakat dan menarik investor atau calon wisatawan (Sudirman et al., 2023).

Desa Bumiwangi merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa wisata ini menawarkan pengalaman wisata yang berbeda dari desa yang lainnya yaitu menikmati keindahan alam melalui gantole atau olahraga paralayang dari atas Bukit Cula. Selain itu, Desa wisata ini memiliki banyak potensi untuk berkembang menjadi tempat wisata yang menarik karena keindahan alamnya dan lingkungan yang masih terjaga kelestariannya. Namun, Desa Bumiwangi masih belum banyak dikenal oleh masyarakat umum sebagai destinasi wisata. Hal ini terjadi karena pengembangan pariwisatanya belum memiliki promosi aktif yang menunjukkan perbedaan antara Desa Wisata Bumiwangi dengan desa wisata lainnya. Bahkan informasi tentang Desa Bumiwangi masih sedikit ditemukan di platform digital. Maka dari itu, strategi promosi harus ditingkatkan supaya desa wisata Bumiwangi dapat di kenal luas oleh masyarakat dan menarik kunjungan wisatawan. Untuk mengembangkan dan mempromosikan potensi desa, promosi sangat penting, terutama desa dengan potensi alam dan budaya yang kental (Fatimah Azzahra, 2023). Terkait hal tersebut,

langkah promosi yang strategis adalah dibuatnya sebuah *website* desa yang menarik dan informatif. Untuk memulai fase awal digitalisasi pariwisata desa, situs web menjadi pilihan yang tepat. (I Gede Yoga Agus Ambara, A.A. Istri Ita Paramitha, 2024). Selain itu Melalui *website* tersebut, Desa Bumiwangi dapat melakukan promosi ke masyarakat luas sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk datang berkunjung.

Salah satu faktor yang menarik perhatian wisatawan untuk datang berkunjung adalah produk wisata dan promosi yang di tawarkan, namun kedua hal tersebut masih terbatas dan belum maksimal dalam pengembangannya. Desa Bumiwangi memiliki banyak potensi, tetapi sangat disayangkan pengembangannya belum maksimal dan media promosi digitalnya juga masih terbatas. Oleh karena itu penulis ingin “Pemanfaatan *Website* Sebagai Platform Promosi Digital Untuk Meningkatkan Minat Pariwisata Desa Bumiwangi” dengan harapan dapat membantu pengembangan Desa Bumiwangi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2023) mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif deskriptif, yang memiliki landasan filosofi post positivisme, digunakan dengan tujuan untuk mempelajari keadaan objek yang bersifat alamiah, dengan peneliti sebagai alat utamanya. Adapun beberapa langkah yang diterapkan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Melakukan Analisis Permasalahan

Dalam penelitian ini, analisis permasalahan melalui dilakukan melalui beberapa tahapan pengambilan data. Pertama memilih teknik pengumpulan data observasi karena metode ini sesuai digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk memahami, mencari jawaban, dan mendapatkan bukti terkait fenomena sosial dan kondisi alam yang terjadi di Desa Wisata Bumiwangi. Dengan melakukan observasi, penulis dapat melihat langsung kondisi lapangan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terhadap situasi yang sedang diamati populasi terfokus pada pihak-pihak yang terkait dengan *website* Desa Wisata Bumiwangi, termasuk dosen proyek yang terlibat serta calon pengunjung. Kedua, wawancara dengan yang terlibat dalam pengelolaan Website Desa Wisata Bumiwangi dan calon wisatawan. Wawancara dilakukan sebagai langkah awal untuk menggali informasi yang ingin diteliti. Terakhir, kegiatan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambar, struktur organisasi, dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan fokus penelitian. Dalam menerapkan penelitian kualitatif, triangulasi ini memiliki kemampuan untuk mengurangi unsur subjektivitas peneliti, sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih akurat. Dengan memperoleh sudut pandang yang berbeda, triangulasi membantu meminimalkan risiko bias atau interpretasi yang bersifat subjektif. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2023) Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi

merujuk pada pendekatan yang menggabungkan berbagai metode dan sumber data yang ada. Ketika seorang peneliti menggunakan triangulasi dalam melakukan pengumpulan data, ia sebenarnya sedang melakukan pengumpulan informasi dan sekaligus menguji kredibilitas data tersebut.

b. Pembuatan *Website*

- a. Membuat rancangan tampilan *website*
- b. Menentukan jenis *website*
- c. Instalasi

c. Evaluasi

Melakukan evaluasi mandiri dan juga uji coba terhadap *website* yang sudah dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian tentang pemanfaatan *website* sebagai platform digital untuk meningkatkan minat pariwisata Desa Bumiwangi mulai dari bulan November 2023 – April 2024, kegiatan yang dilakukan sebagai berikut :

a. **Wawancara**

Pada tahap ini, Informan yang dipilih peneliti dalam melakukan penelitian ini merupakan pihak yang memiliki keterkaitan pada penelitian serta memenuhi kriteria sebagai informan. Informan utama dipilih dari pihak internal Desa Wisata Bumiwangi yaitu Thasya yang merupakan koordinator perencanaan Desa Wisata Bumiwangi pada tanggal 30 Maret 2024 dan untuk informan pendukung dipilih dari calon wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Wisata Bumiwangi yaitu Nurul Najwa dan Habibah pada tanggal 1 April 2024. Wawancara dilakukan menggunakan alat yaitu laptop dan handphone yang memiliki fitur *zoom* dan *tape recorder* untuk merekam semua percakapan pada wawancara terstruktur. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, berikut adalah hasil yang peneliti telah dapatkan: *Website* desa penting sebagai sarana untuk promosi dan meningkatkan kepercayaan wisatawan untuk datang berkunjung. perlu adanya *website* untuk mendapatkan informasi dan mengetahui hal-hal yang ada desa tersebut dan menjadi sarana edukasi sebelum datang berkunjung, dan penampilan *website* haruslah menarik sehingga dan terdapat fitur-fitur memudahkan pengguna.

b. **Pembuatan**

Setelah memaparkan hasil wawancara dari informan utama dan informan pendukung maka penulis menyimpulkan bahwa *website* yang dibuat haruslah menarik, informatif dan memudahkan pengguna. Berikut tahap yang dilakukan dalam pembuatan *website* Desa Wisata Bumiwangi :

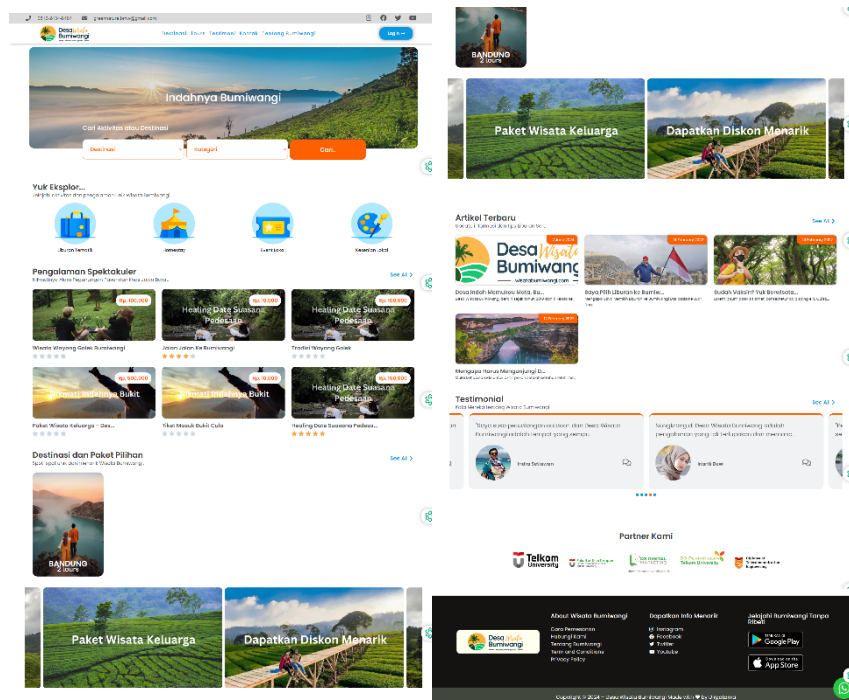
1. Tahap pertama membuat rancangan tampilan *website* yang menampilkan letak elemen-elemen visual dan fungsional pada halaman web. Tujuannya adalah untuk menciptakan pengalaman pengguna yang optimal dengan memastikan tampilan yang menarik, navigasi yang mudah, serta aksesibilitas yang tinggi di berbagai perangkat.

Info Kontak		Sosial Media	
Menu			
Header			
Jelajahi Desa			
Paket Wisata			
Produk 1	Produk 2	Produk 3	
Artikel Berita			
Testimonial Pengunjung			
Footer			

Gambar 1. Tampilan *Layout Website* Desa Bumiwangi

2. Tahap kedua, menentukan pemilihan jenis *website*, jenis *website* dipilih sesuai dengan kebutuhan fungsional dan tujuan dari situs tersebut. Dipilih WordPress, karena efisiensi waktu dan biaya anggaran melalui platform ini menawarkan kemudahan penggunaan, beragam tema dan *plugin*, serta biaya yang relatif terjangkau untuk pengembangan dan pemeliharaan situs.
3. Tahap ketiga, menyiapkan dan mengatur *hosting* serta domain untuk *website* WordPress. Untuk penggunaan domain dipilih ".com" karena domain tersebut yang paling dikenal dan diterima secara global. Pengguna internet di seluruh dunia secara otomatis mengasumsikan bahwa domain sebuah *website* akan diakhiri dengan .com, menjadikannya lebih mudah diingat dan diakses. Terakhir dilakukanlah instalasi

Berikut tampilan halaman *website* Desa Wisata Bumiwangi yang dapat diakses melalui halaman *website* <https://wisatabumiwangi.com/#>



Gambar 2. Halaman Utama Website Desa Bumiwangi

c. Evaluasi

Website Desa Wisata Bumiwangi berhasil dibuat untuk membantu Desa Bumiwangi yang sebelumnya belum memiliki *website*, saat ini sudah memiliki *website* untuk mempromosikan wisatanya sendiri dalam pembuatannya *website* ini dibuat dengan berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang disampaikan pada wawancara dengan pengurus desa maupun calon pengunjung di bahasan sebelumnya hal ini terkait dengan memberikan tampilan *website* yang menarik, memunculkan beberapa fitur yang memudahkan pengguna dan kemudahan dalam komunikasi untuk menanyakan informasi lebih lanjut, mengajukan pertanyaan bahkan melakukan reservasi. Namun masih ada beberapa kekurangan yang belum diberikan seperti informasi mengenai budaya lokal dikarenakan waktu untuk melakukan penelitian sangat terbatas. Untuk evaluasi selanjutnya *website* Desa Wisata Bumiwangi di perlukan adanya pemeliharaan dan pengembangan dari perangkat desa supaya *website* desa wisata tetap relevan, informatif, dan berfungsi optimal bagi pengunjung.

Setelah *website* Desa Pariwisata Bumiwangi selesai dibuat, dilakukan kegiatan sosialisasi berupa pelatihan kepada perangkat desa. Dalam pelatihan diberikan cara untuk melakukan pengelolaan *website* supaya *website* dapat berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, memberikan pengalaman pengguna yang baik, dan memfasilitasi komunikasi yang efisien antara desa dan calon wisatawan.



Gambar 3. Sosialisasi Website Desa Bumiwangi

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan yang sudah dilakukan, dapat dilakukan kesimpulan bahwa pembuatan *website* Desa Wisata Bumiwangi memberikan solusi dari salah satu permasalahan yang dimiliki oleh desa. *Website* ini tidak hanya berisi informasi seputar Desa Wisata Bumiwangi tapi juga bisa menjadi tempat untuk melakukan pemesanan pariwisata yang ada. Dengan adanya *website* yang menarik dan informatif, diharapkan dapat memperluas promosi sehingga meningkatkan minat wisatawan untuk datang berkunjung. Saran yang dapat diberikan adalah agar pengelola Desa Wisata Bumiwangi terus memperbarui informasi di *website* agar tetap informatif bagi para wisatawan. Selain itu, perlu juga untuk memastikan bahwa fitur-fitur yang ada pada *website* benar-benar memudahkan pengguna dalam mencari informasi mengenai desa tersebut. Dengan begitu, penelitian yang dilakukan ini dapat mencapai keberhasilan dalam membantu Desa Wisata Bumiwangi untuk memanfaatkan *website* sebagai platform promosi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, N. & Aprilina, R. (2023). *Analisis Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada UMKM Kue Balok Pak Obos 1948 Tahun 2023*. e-Proceeding of Applied Science, 9(6), 2726.
- Fatimah Azzahra, A. (2023). Redesain Website Desa Wisata Branjang Menggunakan Metode Design Thinking. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 1(02), 45–54. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v1i02.66>

- I Gede Yoga Agus Ambara, A.A. Istri Ita Paramitha, I. G. A. P. D. P. (2024). Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Media Informasi Wisatawan Pada Desa Temesi. *AJAD Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 408–414.
- Mas'ud, S. H. (2023). Perubahan Tren Pariwisata Pascapandemi: Inovasi Menuju Pemulihan Ekonomi. Diakses dari Kumparan. <https://kumparan.com/santikaaherawati22/perubahan-tren-pariwisata-pascapandemi-inovasi-menuju-pemulihan-ekonomi-21mZUcdpl6y> pada Kamis 15 Agustus 2024
- Nurmadewi, D. (2023). Digital marketing sebagai strategi pemasaran Desa Wisata Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso Jawa Timur. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 385–392.
- Reza, R. K. A., & Murdana, I. M. M. (2023). Kajian Potensi Desa Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata Alternatif di Lombok Tengah. *Journal of Mandalika Review*, 2(2). <https://doi.org/10.55701/mandalika.v2i2.88>
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Diakses dari Andi.Link <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> pada Selasa 13 Agustus 2024
- Satriawati, Z., Prasetyo, H., & ... (2023). Kajian Minat Masyarakat Terhadap Pariwisata Alternatif Dan Wisata Pedesaan Melalui Google Trends. *Kepariwisataan: Jurnal ...*, 17, 18–26. <http://ejournal.stipram.ac.id/index.php/kepariwisataan/article/view/198>
- Sudirman, S., Fauzan, A., & Mustakim, R. A. W. (2023). Pembuatan Website sebagai Media Pencitraan dan Promosi Pada Desa Kamiri Kecamatan Balusu Kabupten Barru. *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.33096/ilkomas.v4i1.1765>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. In CV. Alfabeta. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1–17. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>
- Riyanto, A. D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Diakses dari Andi.Link <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> pada Selasa 13 Agustus 2024