

PENDAMPINGAN PENGELOLAAN WEBSITE UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN SECARA ONLINE OBJEK WISATA CAMPING DI DESA BATURITI BEDUGUL TABANAN BALI

**Ni Kadek Dwipayani Lestari¹, Nyoman Ngurah Adisanjaya², Agus
Tommy Adi Prawira Kusuma³, I Komang Alit Wijaya⁴,
Aimatun Nisfia Rizqy¹**

¹Program Studi Biologi, Fakultas Kesehatan, Sains dan Teknologi, Universitas Dhyana Pura,
Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Bali, Indonesia

²Program Studi Perekam Informasi Kesehatan, Fakultas Kesehatan, Sains dan Teknologi,
Universitas Dhyana Pura, ³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Kesehatan, Sains dan
Teknologi, Universitas Dhyana Pura, ⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bali Internasional
Institute of Tourism Management

Email: dwipayanilestari@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Objek wisata camping menjadi salah satu daya tarik pada konsumen. Wisata alam menjadi pilihan yang paling diminati beberapa tahun ini. Salah satunya adalah area camping ground Bedugul Di Desa Candi Kuning Tabanan Bali. Pemiliknya bernama Bapak Komang Adi Indrawan, usaha ini telah berjalan selama 4 tahun dengan dibantu oleh 3 karyawan yang merupakan penduduk lokal setempat. Permasalahan yang ada pada area camping berdasarkan analisis situasi yaitu promosi online yang masih terbatas pada social media. Solusi yang ditawarkan pada kegiatan ini yaitu melakukan pendampingan dalam pembuatan konsep pembuatan *website*, pelatihan pengelolaan *website* dan promosi menggunakan *website*. Diharapkan dari kegiatan ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung karena *website* memiliki jangkauan yang lebih luas. Evaluasi dari kegiatan ini yaitu adanya *website* dan yang kedua dengan kuisioner mengukur tingkat pengetahuan pengelola untuk mengelola *website* dan meningkatnya jumlah pengunjung dari mancanegara. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan pengelola terhadap mengelola *website* sebesar 40% dan peningkatan jumlah pengunjung setelah promosi yaitu sebesar 28%.

Kata kunci: Pengelolaan, Website, Online, Camping, Bedugul

1. Pendahuluan

Pulau Bali terkenal akan objek wisata alaminya yang indah. Banyak rekomendasi tempat yang dapat dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Desa Candi kuning Bedugul Tabanan terkenal dengan objek wisata alam yang indah. Masyarakat desa pada umumnya bermata pencaharian petani, penjual, karyawan swasta dan wiraswasta objek wisata dan rumah makan. Menurut Riztkal dkk., 2018 objek wisata pada suatu daerah akan dapat meningkatkan pendapatan daerah, pendapatan penduduk setempat dan menambah lapangan pekerjaan untuk masyarakat lokal.

Bapak Komang Adi Indrawan merupakan salah satu wiraswasta UMKM area Camping di dekat danau Beratan. Usaha ini telah berdiri selama 4 tahun dan memiliki 3 orang karyawan untuk memasak dan membersihkan tempat camping. Beberapa

tahun ini objek wisata camping sangat diminati oleh wisatawan khususnya dari golongan remaja hingga dewasa. Kunjungan per bulan dalam tahun ini rata-rata 36 kunjungan wisatawan yang didominasi oleh kalangan remaja, keluarga dan jumlah kunjungan meningkat seiring waktu liburan sekolah. Dalam hal pemasaran bapak komang adi hanya mempromosikan lewat media sosial, sehingga memerlukan situs penjual online *website* untuk memberikan promosi yang lebih optimal, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Christopher (2019) melaporkan adanya promosi online *website* dapat meningkatkan jumlah pengunjung pada bidang usaha karena jangkauan untuk *website* lebih luas. Berdasarkan uraian tersebut, maka akan dilaksanakan pendampingan berdasarkan analisis situasi dan diskusi dengan pemilik camping yaitu 1) pendampingan pembuatan foto tempat camping 2) pendampingan pembuatan *website* interaktif 3) pendampingan pelatihan pengelolaan *website*. Evaluasi dari kegiatan ini yaitu adanya *website* interaktif yang sebelumnya belum ada untuk menunjang promosi online sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan yang kedua yaitu adanya peningkatan pengetahuan pengelola website dalam mengelola *website*.

Solusi dan Target Luaran

Solusi dari permasalahan mitra dan analisis situasi yakni Bidang pemasaran online. Pemasaran masih terbatas pada media sosial sehingga promosi online belum optimal. Pemasaran online sangat membantu dalam promosi kepada calon konsumen. Penerapan situs *website* dan pelatihan kepada pemilik untuk mengoperasikan *website* agar dapat digunakan secara berkelanjutan.

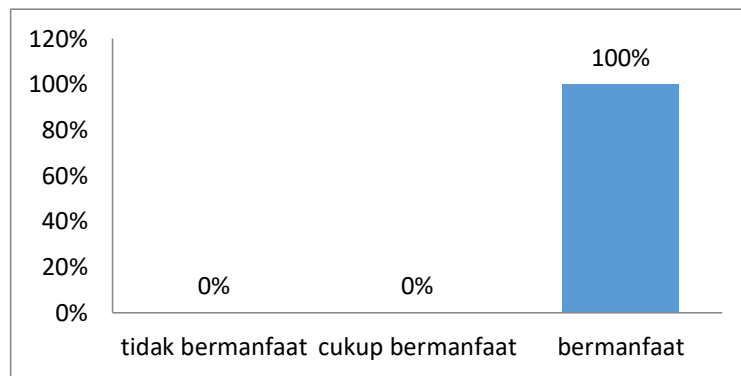
2. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan yaitu :

1. Rapat persiapan untuk kegiatan pendampingan
2. Sosialisasi kegiatan dilakukan dengan menghadirkan mitra dalam sebuah pertemuan
3. Pendampingan pembuatan foto – foto tempat camping
Pembuatan foto tempat camping dengan menggunakan tenaga profesional di bidang fotografi untuk ditempatkan pada *website*
4. Pendampingan pembuatan *website* interaktif
Pendampingan pembuatan *website* interaktif untuk menunjang kegiatan promosi online. Jenis *website* yang dibuat merupakan *website* interaktif yang langsung terhubung dengan kontak pengelola tempat camping sehingga memudahkan untuk langsung berkomunikasi
5. Pendampingan pelatihan pengelolaan *website*
Pendampingan pelatihan pengelolaan *website* berupa pelatihan untuk pengelola website tempat camping agar dapat menggunakan secara mandiri dan berkelanjutan
6. Evaluasi kegiatan
Evaluasi kegiatan berupa penilaian sebelum dan sesudah kegiatan berupa kuisioner sebelum dan sesudah kegiatan

3. Hasil dan Pembahasan

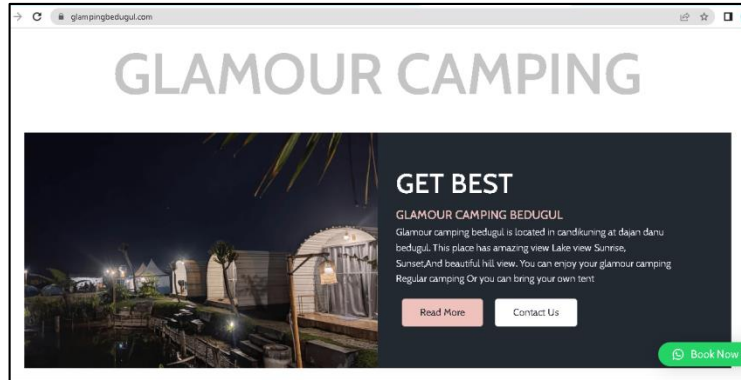
Kegiatan pendampingan pengelolaan *website* terdiri dari tiga kegiatan yaitu pendampingan pembuatan foto *website*, pembuatan *website* interaktif dan pendampingan pengelolaan *website*. Kegiatan pertama yaitu pendampingan pembuatan foto – foto tempat campin. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk foto di dalam *website* yang akan dibuat dan dipasarkan secara online agar lebih menarik pengunjung dengan foto yang jelas dan menarik.



Gambar 1. Grafik Manfaat Kegiatan

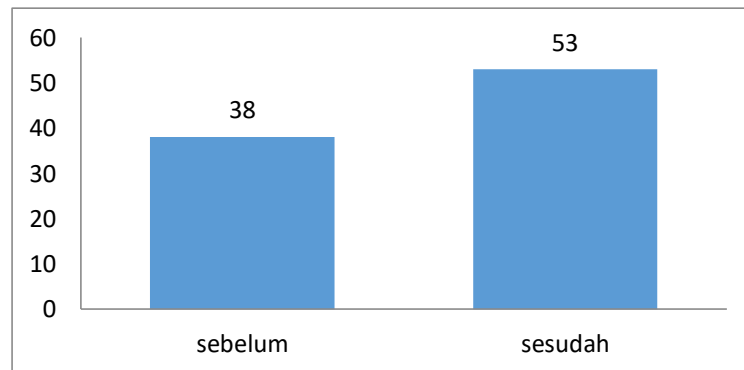
Evaluasi dari kegiatan ini yaitu dengan kuisisioner kebermanfaatannya kegiatan yaitu hasilnya 100% bermanfaat. Komponen dalam sebuah situs *website* berupa foto, desain, visual, video sangat berperan dalam mampu meningkatkan efektivitas promosi (Kucheriavy, 2014).

Kegiatan Kedua yaitu pendampingan pembuatan *website* interaktif. Pembuatan *website* ini bertujuan untuk mendukung promosi online tempat camping agar lebih luas jangkauannya. Menurut Mutoha dkk., 2015 *website* merupakan media promosi yang cukup berpengaruh karena adanya kemudahan akses situs *website*. Penggunaan *website* sebagai media promosi memiliki keunggulan dalam kemudahan pendistribusian informasi dan kecepatan penyampaian informasi yang ingin disampaikan. Andik dan Rochman, 2020 juga menjelaskan *website* dapat menjadi media promosi yang sangat efektif serta alat bantu marketing yang unggul saat ini, karena dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia. Dengan adanya *website* dapat menghemat waktu, tempat dan juga sekaligus pembiayaan promosi. Biaya investasi dengan membuat *website* jauh lebih murah bila dibandingkan dengan mencetak brosur berwarna dan mengirimkan kepada konsumen dan calon pembeli via pos. Dan Rizal dkk., 2013 juga mengemukakan hal serupa yaitu dengan adanya internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran secara online. Keunggulan promosi online yaitu biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas. Selain itu pemasaran melalui *e-commerce* dapat melayani banyak pembeli atau pengunjung dalam waktu bersamaan (Nugrahani, 2011).



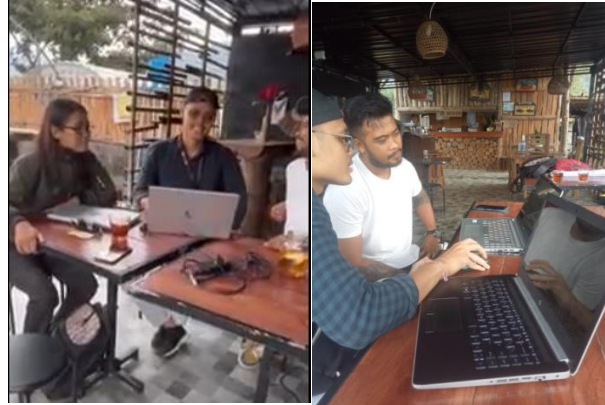
Gambar 2. Website tempat camping

Evaluasi dari kegiatan ini yaitu adanya *website* dari sebelumnya belum mempunyai *website* dan peningkatan jumlah pengunjung setelah adanya *website* dan kegiatan promosi online dengan *website*. Peningkatan pengunjung setelah dilakukan promosi online dengan *website* sebanyak 15 (28%) pengunjung yaitu dari 38 pengunjung bertambah menjadi 53 pengunjung. Berdasarkan hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penggunaan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan dan mempromosikan produk-produk industri cukup tinggi (Supardi, 2009).



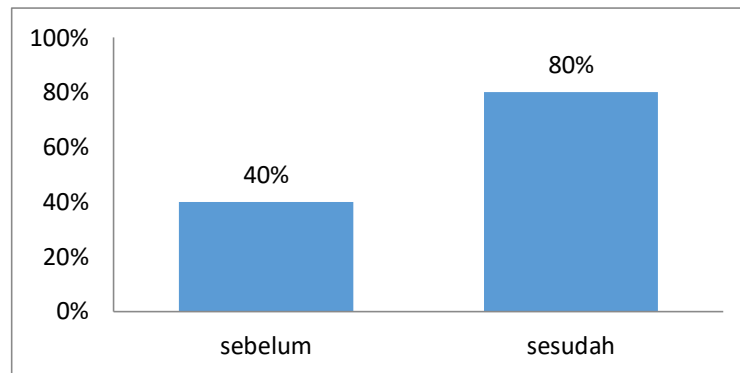
Gambar 3. Grafik Peningkatan Jumlah Pengunjung

Kegiatan ketiga yaitu kegiatan pendampingan pengelolaan *website* pada pihak pengelola tempat camping. Kegiatan ini bertujuan agar pemilik tempat camping mampu untuk mengelola *website* secara mandiri. Pengelolaan *website* berupa materi metode cara mengupload foto, mengubah materi iklan pada *website*, mengedit gambar dan warna dan metode akses pembayaran *website* berikutnya. Pentingnya pihak pengelola untuk selalu mengelola *websitenya* secara mandiri yaitu agar dapat menyampaikan informasi yang terbaru atau terupdate. Dan bentuk *website* yang dibuat merupakan *website* interaktif atau dua arah sehingga calon pengunjung dengan mudah dapat mengakses kontak pihak pengelola dan adanya komunikasi dua arah antar pihak pengelola dan calon pengunjung. Menurut Marthilah, 2017 pada umumnya masyarakat lebih menyukai media yang cepat dan mudah untuk menyampaikan pertanyaan terkait produk, fasilitas ataupun iklan yang sedang ditawarkan.



Gambar 4. Pendampingan Pengelolaan Website

Evaluasi kegiatan yaitu berupa evaluasi dengan kuisioner tentang pengetahuan pengelolaan *website*. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan pengelola terhadap mengelola *website* sebesar 40%, sebelum pelatihan sebesar 40% menjadi 80%.



Gambar 5. Grafik Peningkatan Pengetahuan

Diharapkan setelah kegiatan ini pihak pengelola camping mampu untuk mengelola *website* secara berkala dan adanya peningkatan jumlah pengunjung secara terus menerus dengan adanya media promosi *website*.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya kebermanfaatan sebesar 100% dari kegiatan pendampingan foto untuk *website*
2. Peningkatan kualitas dan omzet mitra yaitu dari kegiatan pendampingan pengadaan *website* yaitu sebelum kegiatan belum memiliki *website* dan setelah kegiatan mitra mempunyai *website*. Peningkatan pengunjung setelah dilakukan promosi online dengan *website* sebanyak 15 (28%).
3. Peningkatan pengetahuan mitra yaitu kegiatan pendampingan pengelolaan *website* adanya peningkatan pengetahuan mitra sebanyak 40%.

5. Daftar Rujukan

- Andik P.H., dan F. A. Rokhman. 2020. Implementasi *Website* Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Pondok Pesantren Putra-Putri Addainuriyah 2 Semarang. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(1): 39 – 49.
- Christopher., N. 2019. Perancangan *Website* Sebagai Media Promosi Havily Café. Skripsi. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Staya Wacana. Salatiga
- Kucheriavy, Andrew. 2014. Dalam artikel intechnic: *Why Content is the Most Important Thing on Your Website*. Available at: <http://www.intechnic.com/blog/why-content-is-the-mostimportant-thing-on-your-website/>. Opened 16.12.2022.
- Mardhatillah W. 2017. Pengelolaan *Website* Sebagai Media Informasi Publik Pada Bagian Humas Dan Informasi Pemerintah Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 4 (1):1-15.
- Muntoha, Jamroni dan H. Tantria. 2015. Pemanfaatan Situs Web Sebagai Sarana Promosi Desa Songbanyu, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah istimewa Yogyakarta. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 4(3): 172-176.
- Nugrahani, D.S., 2011. *E-Commerce* untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Menengah, *SEGMEN Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1: 1-16.
- Ritzkal, M. Karbella, dan N. R. Amalia. 2018. Pengembangan Objek Wisata Curug Saderi Dan Camping Ground Di Desa Ciasmara. *Jurnal Abdidosen*, 2(3):308-315
- Rizal, Bahauddin A., dan Umami, N., 2013. Perancangan *E-Commerce* IKM Produk Industri Kreatif Kota Serang, *Jurnal Teknik Industri*, 1(4), 328 -333.
- Supardi, J., 2009. Rancang Bangun Collaborative Sistem Pemasaran Hotel Secara On-line dengan Pendekatan Mediator Based, *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2).23-30.