

LAPORAN PENELITIAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI



STUDI KEBERHASILAN PENGELOLAAN DESTINASI
WISATA MENGGUNAKAN PLATFORM DIGITAL PADA
MARIBAYA BANDUNG JAWA BARAT

Tim Pengusul:

Ketua : Ariawan Aryapranata (NIDN 0311098203)
Anggota : Sigit Hermanto (NIDN 0322128008)
Yuliansyah Al Rasyid (NIDN 0331078306)
Yogi Priya Agsena (NIDN 0324088002)
Rizky Okta Dermawan (NIM 2353110013)

INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

DES 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Pengabdian : **Studi Keberhasilan Pengelolaan Destinasi Wisata Menggunakan Platform Digital pada Maribaya Bandung Jawa Barat**

Ketua PKM:

a. Nama Lengkap : Ariawan Aryapranata
b. NIDN : 0311098203
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Departemen : Pariwisata
e. Nomor HP : 08118500170
f. E-mail : ariawan.aryapranata@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM :

a. Nama Lengkap : Sigit Hermanto
b. NIDN : 0322128008
c. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
d. Departemen : Bisnis Digital
e. Nomor HP : 08118871280
f. E-Mail : sigit.hermanto@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM :

a. Nama Lengkap : Yuliansyah Al Rasyid
b. NIDN : 0331078306
c. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
d. Departemen : Bisnis Digital
e. Nomor HP : 081383796631
f. E-Mail : yuliansyah@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM :

a. Nama Lengkap : Yogi Priya Agsena
b. NIDN : 0324088002
c. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
d. Departemen : Bisnis Digital
e. Nomor HP : 082110853498
f. E-Mail : yogi.agsena@iptrisakti.ac.id

Anggota PKM Mahasiswa :

a. Nama Lengkap : Rizky Okta Dermawan
b. NIM : 2353110013
c. Departemen : S1 Bisnis Digital

Mitra:

a. Lokasi Mitra : Maribaya
b. Wilayah Mitra : Bandung
c. Kabupaten / Kota : Bandung
d. Provinsi : Jawa Barat
e. Jarak PT ke lokasi : 150 KM
f. Luaran : Jurnal Penelitian
g. Biaya diajukan : Rp. 7.884.186

Keterkaitan Mata Kuliah : Digital Pariwisata

Sesuai Roadmap : Ya Tidak

Jakarta, 5 Desember 2023

Mengetahui,

Ka Dept Bisnis Digital

Ketua Penelitian

Ariawan Aryapranata, M.T.I.

NIDN : 0311098203

Ariawan Aryapranata, M.T.I.

NIDN : 0311098203

Menyetujui,

Wakil Rektor 1 IP Trisakti

Ka P3M IP Trisakti

Djoni Wibowo, SE, MM.

NIDN : 8872001019

Dr. Rachmat Ingkadijaya, MM.

NIDN : 0318026401

BAB I

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor yang semakin penting dalam ekonomi Indonesia, dengan potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan dan pengembangan. Salah satu kunci untuk mengoptimalkan potensi pariwisata adalah pengelolaan destinasi wisata yang efektif. Di era digital saat ini, platform digital telah menjadi alat yang sangat berharga dalam mendukung pengelolaan destinasi wisata, memberikan informasi yang tepat waktu dan memungkinkan interaksi yang lebih mudah antara wisatawan dan pengelola destinasi.

Maribaya, yang terletak di Bandung, Jawa Barat, adalah salah satu destinasi wisata yang terkenal dengan keindahan alamnya. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, penerapan platform digital di Maribaya memiliki potensi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan efisiensi pengelolaan destinasi. Dalam era digital ini, penggunaan platform digital menjadi kunci dalam meningkatkan keberhasilan pengelolaan destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana platform digital telah berkontribusi terhadap keberhasilan pengelolaan destinasi wisata Maribaya.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

A. Peran Platform Digital dalam Pariwisata

Tinjauan pustaka akan menyoroiti peran platform digital, termasuk situs web resmi, media sosial, dan aplikasi mobile, dalam meningkatkan promosi, interaksi, dan pengalaman wisatawan. Faktor-faktor seperti kehadiran online, e-marketing, dan strategi media sosial akan dijelaskan untuk menunjukkan dampaknya pada destinasi pariwisata.

Platform digital memiliki peran yang signifikan dalam industri pariwisata, memberikan dampak besar terhadap cara destinasi pariwisata dipromosikan, diakses, dan dinikmati oleh wisatawan. Berikut adalah beberapa peran utama platform digital dalam pariwisata:

1. Pemasaran dan Promosi:

- A. Situs Web Pariwisata: Destinasi pariwisata dapat memanfaatkan situs web resmi mereka untuk menyediakan informasi rinci, galeri foto, dan panduan perjalanan kepada calon wisatawan.
- B. Sosial Media: Platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter digunakan untuk membagikan foto, video, dan cerita yang menarik untuk mempromosikan destinasi.
- C. Blogging dan Review: Platform digital menyediakan ruang bagi travel blogger dan pengguna untuk berbagi pengalaman mereka, memberikan potensi promosi melalui review positif.

2. Pemesanan dan Reservasi:

Aplikasi Pemesanan:

Hotel, tiket pesawat, dan tempat wisata dapat diakses dan dipesan melalui aplikasi pemesanan online seperti Booking.com, Agoda, atau Airbnb. Tiket wisata dan aktivitas juga dapat dibeli melalui platform digital.

3. Navigasi dan Informasi Lokal:

Aplikasi Peta: Platform seperti Google Maps membantu wisatawan untuk menavigasi dan menjelajahi destinasi, menemukan tempat-tempat menarik, restoran, dan sarana transportasi. Informasi Lokal: Platform digital menyediakan informasi tentang acara lokal, kuliner, kegiatan budaya, dan fasilitas umum.

4. Umpan Balik dan Ulasan:

- A. Ulasan Pengguna: Wisatawan dapat memberikan ulasan dan rating untuk hotel, restoran, objek wisata, dan layanan lainnya, membantu calon wisatawan membuat keputusan informasional.
- B. Ulasan di Sosial Media: Ulasan dan pengalaman juga dapat dibagikan melalui platform sosial media, memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu destinasi.

5. Pendidikan Wisatawan:

- A. Konten Edukatif: Platform digital menyediakan informasi edukatif seperti sejarah, budaya, dan kebiasaan lokal, membantu wisatawan memahami lebih baik destinasi yang mereka kunjungi.
- B. Video dan Konten Interaktif: Konten video, panduan interaktif, dan tur virtual memungkinkan wisatawan untuk merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik.

6. Pemantauan dan Analisis:

Data Pariwisata: Pemerintah dan industri pariwisata dapat menggunakan platform digital untuk mengumpulkan dan menganalisis data pariwisata, membantu dalam pengambilan keputusan strategis dan pengembangan destinasi.

B. Implementasi Platform Digital pada Destinasi Wisata

Implementasi platform digital pada destinasi wisata merupakan langkah strategis untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, efisiensi operasional, dan

promosi destinasi tersebut. Berikut adalah langkah-langkah umum yang dapat diambil dalam implementasi platform digital pada destinasi wisata:

1. Penelitian dan Analisis Kebutuhan:

Penelitian menyeluruh tentang destinasi wisata, audiens target, tren industri pariwisata, serta kebutuhan dan preferensi wisatawan.

2. Pemilihan Platform yang Tepat:

Platform digital yang sesuai dengan karakteristik destinasi wisata dan kebutuhan pengelolaan, seperti situs web, aplikasi mobile, atau platform media sosial.

3. Pengembangan Konten:

Konten yang menarik dan informatif tentang destinasi wisata, termasuk informasi tentang atraksi, aktivitas, akomodasi, kuliner, dan acara yang tersedia.

4. Pemesanan dan Pembayaran Online:

Integrasi sistem pemesanan dan pembayaran online ke dalam platform, memungkinkan wisatawan untuk memesan tiket, tur, akomodasi, atau paket wisata secara langsung melalui platform digital.

5. Peta Interaktif dan Navigasi:

Peta interaktif dan sistem navigasi yang memandu wisatawan untuk menjelajahi destinasi, menemukan atraksi, dan mengetahui informasi penting tentang lokasi tertentu.

6. Promosi dan Pemasaran:

Platform digital untuk mempromosikan destinasi wisata secara luas, termasuk melalui kampanye iklan online, konten media sosial, dan kerjasama dengan influencer pariwisata.

7. Pelayanan Pelanggan:

Fitur pelayanan pelanggan seperti layanan chat, nomor hotline, atau formulir kontak, yang memungkinkan wisatawan untuk menghubungi dan mendapatkan bantuan jika diperlukan.

8. Pengalaman Interaktif:

Konten interaktif seperti tur virtual, galeri foto 360 derajat, atau pengalaman augmented reality (AR) yang memperkaya pengalaman wisatawan di destinasi tersebut.

9. Analisis Data dan Pelacakan Kinerja:

Analisis data untuk melacak kinerja platform digital, termasuk jumlah pengunjung, tingkat konversi, dan umpan balik pengguna. Analisis ini dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran dan pengambilan keputusan strategis lainnya.

10. Pembaruan dan Peningkatan Berkelanjutan:

Pembaruan teratur pada platform digital, termasuk konten, fitur, dan desain, berdasarkan umpan balik pengguna dan perubahan dalam kebutuhan dan tren industri pariwisata.

11. Pelatihan dan Dukungan:

Pelatihan kepada staf pengelola destinasi wisata tentang penggunaan platform digital, serta dukungan teknis dan operasional saat diperlukan.

12. Kemitraan dan Kolaborasi:

Kemitraan dengan pihak-pihak terkait seperti hotel, restoran, agen perjalanan, dan pedagang lokal untuk meningkatkan promosi dan penawaran paket wisata yang komprehensif.

Implementasi platform digital pada destinasi wisata merupakan investasi yang berpotensi besar untuk meningkatkan daya saing destinasi tersebut dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan teknologi digital dengan bijak, destinasi wisata dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, meningkatkan pendapatan, dan memperkuat keberlanjutan pariwisata di wilayah tersebut.

C. Pengaruh Platform Digital terhadap Wisatawan dan Komunitas Lokal

Pengaruh platform digital terhadap wisatawan dan komunitas lokal dapat sangat signifikan dalam beberapa aspek. Berikut adalah beberapa pengaruh utama yang dapat terjadi:

Terhadap Wisatawan:

1. Akses Informasi yang Lebih Mudah:

Platform digital menyediakan akses mudah ke informasi tentang destinasi wisata, termasuk atraksi, akomodasi, restoran, dan aktivitas, memungkinkan wisatawan untuk merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik.

2. Pengalaman Wisata yang Ditingkatkan:

Wisatawan dapat mengakses konten interaktif seperti tur virtual, galeri foto 360 derajat, atau panduan audio, yang dapat memperkaya pengalaman mereka di destinasi wisata.

3. Pemesanan dan Pembayaran yang Mudah:

Platform digital memungkinkan wisatawan untuk memesan tiket, akomodasi, atau paket wisata secara online, memudahkan proses pemesanan dan pembayaran sebelum atau selama perjalanan mereka.

4. Interaksi dengan Komunitas Wisatawan:

Melalui platform digital, wisatawan dapat berinteraksi dengan komunitas wisatawan lainnya, berbagi pengalaman, tips, dan ulasan tentang destinasi wisata yang mereka kunjungi.

5. Panduan Navigasi yang Berguna:

Sistem navigasi dan peta interaktif pada platform digital membantu wisatawan untuk menavigasi destinasi dengan lebih mudah, menemukan atraksi, dan mengetahui informasi penting tentang lokasi tertentu.

6. Umpan Balik dan Evaluasi:

Wisatawan dapat memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka melalui platform digital, memberikan informasi berharga kepada pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan layanan di masa mendatang.

Terhadap Komunitas Lokal:

1. Peningkatan Penghasilan dan Kesempatan Kerja:

Platform digital dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan penghasilan bagi bisnis lokal seperti hotel, restoran, toko suvenir, dan penyedia layanan wisata, menciptakan lebih banyak kesempatan kerja dalam komunitas lokal.

2. Promosi Produk dan Budaya Lokal:

Melalui platform digital, produk dan budaya lokal dapat dipromosikan secara luas kepada wisatawan, membantu mempertahankan warisan lokal dan meningkatkan apresiasi terhadap kekayaan budaya dan tradisional.

3. Kemitraan dan Kolaborasi:

Pengelola destinasi wisata dapat menjalin kemitraan dengan bisnis lokal untuk mengembangkan paket wisata yang menarik, menciptakan saling menguntungkan antara destinasi wisata dan komunitas lokal.

4. Pendidikan dan Pelatihan:

Pengelola destinasi wisata dapat menyediakan pelatihan dan pendidikan kepada komunitas lokal tentang pemanfaatan teknologi digital, membantu meningkatkan keterampilan dan daya saing mereka dalam industri pariwisata.

5. Peningkatan Infrastruktur dan Fasilitas:

Pendapatan tambahan dari pariwisata yang dihasilkan melalui platform digital dapat digunakan untuk meningkatkan infrastruktur dan fasilitas publik di komunitas lokal, meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat.

Pengaruh platform digital terhadap wisatawan dan komunitas lokal bisa sangat positif jika dikelola dengan bijak dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara efektif, destinasi wisata dapat memperkuat daya saing mereka, meningkatkan pendapatan, dan memberdayakan komunitas lokal untuk mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan.

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian akan mencakup pengelola destinasi wisata, pemilik usaha lokal, dan wisatawan yang berkunjung ke Maribaya. Pengumpulan data akan mencakup evaluasi pengelolaan destinasi, persepsi wisatawan, dan dampak pada masyarakat lokal.

3. Instrumen Penelitian

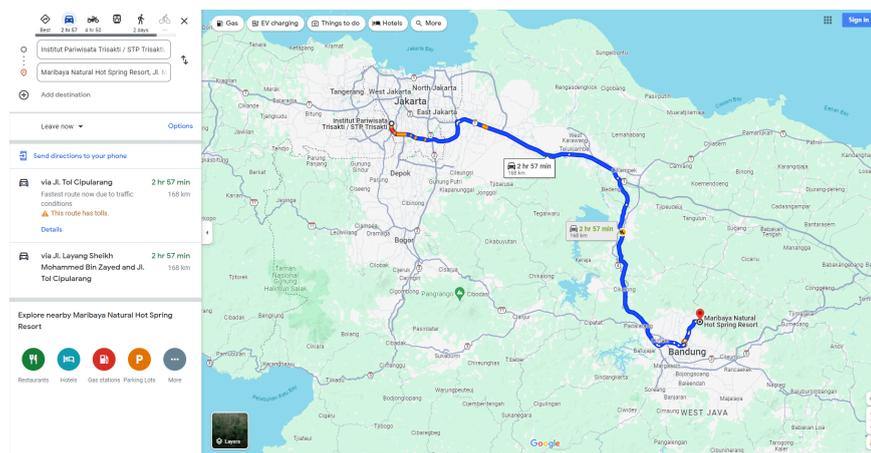
Instrumen penelitian akan mencakup wawancara semi-terstruktur dengan pemangku kepentingan. Pertanyaan akan dirancang untuk mencakup aspek-aspek seperti penggunaan platform digital, kepuasan wisatawan, dan kontribusi terhadap masyarakat lokal.

A. Lokasi Penelitian

Maribaya Natural Hot Spring Resort, Jl. Maribaya No.105/212, Langensari, Lembang, West Bandung Regency, West Java 40391

B. Denah Lokasi

Maribaya Natural Hot Spring Resort, Jl. Maribaya No.105/212, Langensari, Lembang, West Bandung Regency, West Java 40391



BAB IV

HASIL

Strategi pemasaran, kualitas layanan, dan adaptasi terhadap tren dan perubahan dalam industri pariwisata adalah kunci untuk kesuksesan dan keberlanjutan destinasi wisata seperti Maribaya, Bandung. Berikut adalah beberapa faktor kesuksesan dan keberlanjutan destinasi wisata:

1. Strategi Pemasaran:

- A. Segmentasi Pasar: Identifikasi dan pemahaman target pasar yang spesifik dapat membantu dalam menyusun kampanye pemasaran yang lebih efektif.
- B. Platform Digital: Memanfaatkan platform digital seperti situs web resmi, media sosial, dan aplikasi pemesanan online untuk memperluas jangkauan dan memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan.
- C. Pengembangan Brand: Membangun identitas merek yang kuat dan terkait dengan pengalaman unik Maribaya dapat meningkatkan daya tarik destinasi.

2. Kualitas Layanan:

- A. Pelatihan Karyawan: Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk memberikan layanan pelanggan yang berkualitas.
- B. Fasilitas dan Infrastruktur: Merawat dan memperbaiki fasilitas agar sesuai dengan standar dan harapan wisatawan.
- C. Respons terhadap Umpan Balik: Mendengarkan umpan balik wisatawan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan.

3. Adaptasi terhadap Tren dan Perubahan:

- A. Inovasi Produk dan Pengalaman: Mengikuti tren dan menciptakan pengalaman baru atau unik bagi wisatawan dapat meningkatkan daya tarik destinasi.
- B. Keberlanjutan: Mengadopsi praktik keberlanjutan dalam operasi dan promosi dapat menarik segmen pasar yang semakin peduli dengan isu-isu lingkungan.
- C. Kolaborasi Industri: Berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal, termasuk hotel, restoran, dan penyedia layanan lainnya, untuk menciptakan paket wisata yang menarik.

4. Analisis Data dan Riset Pasar:

- A. Analisis Data: Menganalisis data kunjungan, profil wisatawan, dan tren pemesanan dapat membantu dalam mengidentifikasi pola dan peluang untuk peningkatan.
- B. Riset Pasar: Melakukan riset pasar reguler untuk memahami preferensi dan ekspektasi wisatawan, serta memantau tren di industri pariwisata.

5. Kemitraan dan Promosi Bersama:

- A. Kemitraan Lokal: Mengembangkan kemitraan dengan komunitas lokal, asosiasi pariwisata, dan bisnis setempat dapat memberikan manfaat saling mendukung.
- B. Promosi Bersama: Berpartisipasi dalam kampanye promosi bersama dengan destinasi atau bisnis lain di daerah tersebut untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik.

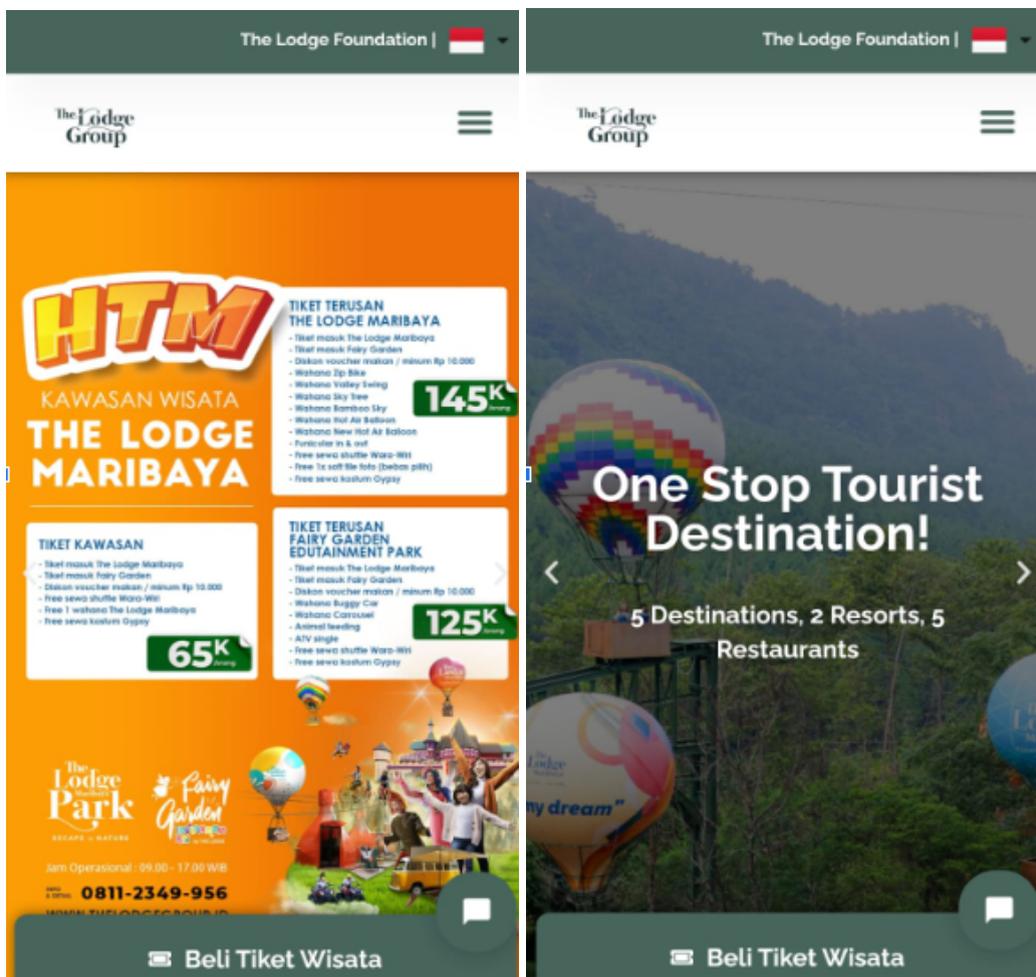
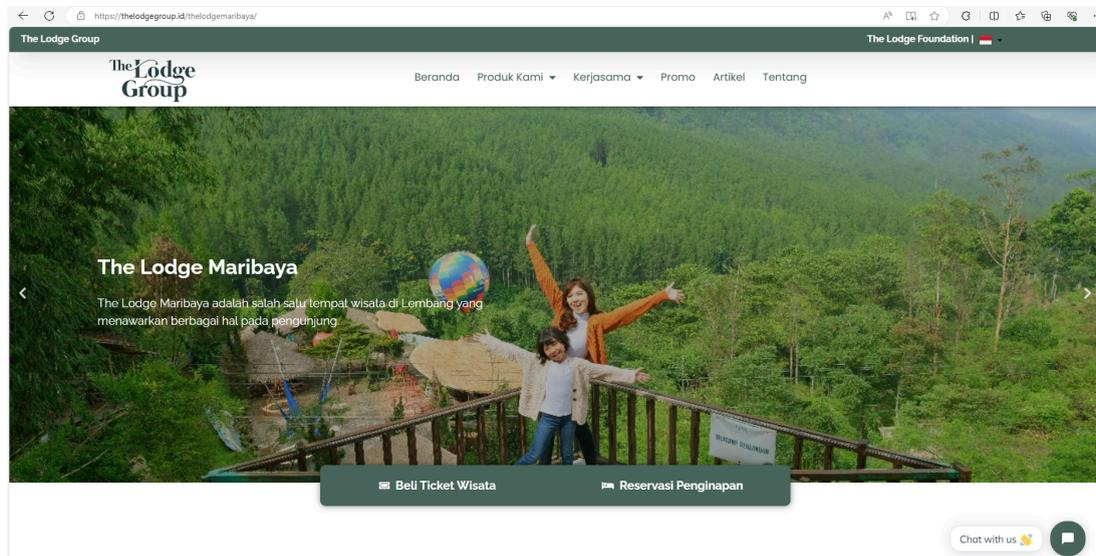
Adaptabilitas dan respons terhadap perubahan dalam industri pariwisata merupakan elemen kunci dalam memastikan keberlanjutan destinasi. Maribaya, Bandung, dan destinasi lainnya perlu terus memantau tren, berinovasi, dan berkolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk tetap relevan dan menarik bagi wisatawan.

Platform Digital

Platform digital pada destinasi wisata Maribaya memiliki peran penting dalam operasional bisnis dan pelayanan pada wisatawan, berikut beberapa platform digital yang digunakan di Maribaya :

Website

Website maribaya menampilkan informasi lengkap hingga cara pemesanan yang dapat digunakan oleh wisatawan, tampilan website sudah responsive mengikuti perangkat yang digunakan.



Media Sosial

Media sosial yang digunakan Maribaya yaitu : Instagram dan TikTok. Kegiatan promosi mereka tampilan pada Instagram dan TikTok.

The image shows two screenshots of Instagram profiles. The left screenshot is for the profile 'thelodgemaribaya', which has 1,192 posts, 87.6K followers, and is following 7 accounts. The profile bio describes it as 'The Lodge Maribaya Amusement & Theme Park Est. 2015' and provides contact information. The right screenshot is for the profile 'The Lodge Group' (@thelodgegroup), which has 4 following, 1,914 followers, and 9,276 likes. It includes a 'Follow' button and a link to more information: <https://linktr.ee/infothelodgegroup>. Below the profiles is a grid of promotional content, including video thumbnails for 'BIKERS PROMO BUY 1 GET 1', 'GRATIS', 'IBLEK STAYCATION PACKAGE', 'VALLEY SWING', 'REKOMENDASI PENGINAPAN DI BANDUNG, PT.1', 'REKOMENDASI PENGINAPAN DI BANDUNG, PT.2', 'Sumedang rasa Labuan Bajo', 'JANUARI LIBURAN SERU', and 'The Lodge Group 2023 Recap'.

Jadual Pelaksanaan

NO	KEGIATAN	2023		2024	
		Nov	Des	Jan	Feb
1	Persiapan Proposal				
2	Studi Pendahuluan, penelusuran, analisis data-data				
3	Observasi & Wawancara				
4	Pengumpulan, pengolahan, dan analisis Data. Penyusunan & Penjilidan Laporan				
5	Publikasi Jurnal				

Jakarta, 5 Desember 2023

Hormat Kami,

Mengetahui,

Ariawan Aryapranata, M.T.I.

Dr. Rahmat Ingkadijaya, MM.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Dalam penelitian ini, kami telah menginvestigasi keberhasilan pengelolaan destinasi wisata Maribaya, Bandung, Jawa Barat, dengan menggunakan platform digital. Berdasarkan analisis dan temuan yang diperoleh, kami dapat menyimpulkan beberapa poin kunci:

1. Penggunaan Platform Digital Meningkatkan Aksesibilitas: Implementasi platform digital telah meningkatkan aksesibilitas informasi tentang destinasi wisata Maribaya, memudahkan wisatawan untuk merencanakan dan menavigasi perjalanan mereka.
2. Peningkatan Pengalaman Wisatawan: Adopsi platform digital telah memperkaya pengalaman wisatawan melalui konten interaktif, pemesanan online, dan panduan navigasi yang berguna.
3. Dampak Positif terhadap Komunitas Lokal: Penggunaan platform digital juga memberikan dampak positif bagi komunitas lokal, meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja, serta mempromosikan produk dan budaya lokal.
4. Pentingnya Evaluasi dan Pembaruan Berkelanjutan: Untuk menjaga keberhasilan pengelolaan destinasi wisata menggunakan platform digital, evaluasi dan pembaruan berkelanjutan diperlukan. Pengelola perlu terus memantau kinerja platform, menerima umpan balik dari pengunjung, dan melakukan penyesuaian sesuai kebutuhan.

Saran:

Kami memberikan beberapa saran untuk meningkatkan keberhasilan pengelolaan destinasi wisata Maribaya menggunakan platform digital:

1. Peningkatan Kesadaran dan Pendidikan: Lakukan program pendidikan dan pelatihan kepada pengelola destinasi wisata dan komunitas lokal tentang manfaat dan penggunaan teknologi digital dalam pariwisata.
2. Pengembangan Konten Lebih Lanjut: Terus kembangkan konten yang menarik dan informatif pada platform digital, termasuk tur virtual, galeri foto 360 derajat, dan video yang menginspirasi, untuk meningkatkan daya tarik destinasi.

3. **Kemitraan dengan Stakeholder:** Jalin kemitraan yang lebih erat dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan industri pariwisata, untuk mendukung pengembangan dan promosi destinasi wisata Maribaya.
4. **Peningkatan Keamanan dan Privasi Data:** Pastikan keamanan dan privasi data pengunjung terjamin dalam pengelolaan platform digital, dengan menerapkan standar keamanan yang tinggi dan kebijakan privasi yang jelas.
5. **Kontinuitas Evaluasi dan Pembaruan:** Tetap lakukan evaluasi berkala terhadap kinerja platform digital, terima umpan balik dari pengunjung, dan lakukan pembaruan sesuai kebutuhan untuk memastikan platform tetap relevan dan efektif.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, kami yakin bahwa pengelolaan destinasi wisata Maribaya menggunakan platform digital dapat terus berhasil dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengunjung, komunitas lokal, dan industri pariwisata secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Sigala, M. (2017). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321.
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
- Gursoy, D., Chi, C. G. Q., & Lu, L. (2013). Antecedents and outcomes of travelers' information search behavior. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(3), 346-369.

Lampiran 1.

Biodata Dosen Pendamping

A. IDENTITAS DOSEN

- 1 Nama Lengkap & Gelar : Ariawan Aryapranata, S.Kom., M.T.I.
- 2 Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 11 September 1982
- 3 NIDN : 0311098203
- 4 Pangkat/Gol./Jabatan : Lektor
- 5 Alamat Rumah : Bumi Kemang Indah Jl. Hiu 1 Blok A 27
Kecamatan : Tapos
Kelurahan : Sukatani
Kode Pos : Depok 16954
- 6 Nomor Telepon/ HP : 08118500170
- 7 Alamat Email : ariawan.aryapranata@iptrisakti.ac.id

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

No	Jenjang	Bidang Studi	Tahun Lulus	Perguruan Tinggi
1	S1	Sistem Informasi	2006	Universitas Gunadarma
2	S2	Teknologi Informasi	2010	Universitas Indonesia
3				

C. BIDANG/SPELIALISASI KEILMUAN YANG DITEKUNI

No	Bidang Ilmu	Peminatan
1	Teknologi Informasi	1. Keamanan Siber
2		2. Digital Marketing
3		3. Cloud Server

D. PENGALAMAN PROFESIONAL

No	Nama Perusahaan/Industri	Jabatan/Posisi	Tahun
1			
2			
3			
4			
5			
6			

E. MATA KULIAH YANG DIAMPU DALAM 3 TAHUN TERAKHIR

No	Mata Kuliah yang Diampu	Semester dan Tahun Akademik
1	DIGITAL TOURISM	Ganjil 2022
2	DIGITAL PARIWISATA	Genap 2021
3		
4		
5		
6		

F. KEGIATAN PENELITIAN YANG DILAKUKAN DALAM 3 TAHUN TERAKHIR

No	Judul Penelitian	Tahun	Sumber Dana	Ketua/Anggota
1	Digital Marketing untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial	2022	Internal	Ketua
2	Pembuatan Aplikasi "Pengenalan Batik Tasikmalaya Asli" Berbasis Android	2021	Internal	Ketua
3	Web Application Firewall pada Situs Web Institut Bisnis Nusantara www.ibn.ac.id	2020	Internal	Ketua

G. KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DILAKUKAN DALAM 3 TAHUN TERAKHIR

No	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Tahun	Sumber Dana	Ketua / Anggota
1	Gerakan Nasional Literasi Digital	2021	Internal	Ketua
2	Character Development Program	2021	Internal	Ketua
3	Pengenalan & Pengembangan Kewirausahaan (UMKM) dan Ekonomi Kreatif pada Era New Normal	2020	Internal	Anggota
4				

H. KEGIATAN PUBLIKASI YANG DILAKUKAN DALAM 3 TAHUN TERAKHIR

No	Judul Publikasi	Tahun	Jenis Publikasi	Tautan Laman
1	Digital Marketing untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial	2022	Nasional Sinta	
2	Pembuatan Aplikasi "Pengenalan Batik Tasikmalaya Asli" Berbasis Android	2021	Nasional Sinta	
3	Web Application Firewall pada Situs Web Institut Bisnis Nusantara www.ibn.ac.id	2020	Nasional Sinta	

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan proposal usulan pengabdian kepada masyarakat.

Jakarta, 5 Desember 2023

(Ariawan Aryapranata, S.Kom., M.T.I.)

LAMPIRAN

Foto-foto Observasi

