

LAPORAN PENELITIAN
INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI



**Perancangan Website Destinasi Wisata untuk Meningkatkan
Visibilitas dan Pengunjung**

Tim Pengusul:

Ketua	: Ariawan Aryapranata	(NIDN 0311098203)
Anggota	: Sigit Hermanto	(NIDN 0322128008)
	Yuliansyah Al Rasyid	(NIDN 0331078306)
	Yogi Priya Agsena	(NIDN 0324088002)
	Arrafi Syah Riery Palluvi	(NIM 2353110008)

INSTITUT PARIWISATA TRISAKTI

JULI 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Perancangan Website Destinasi Wisata untuk Meningkatkan Visibilitas dan Pengunjung

Ketua Penelitian :

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

Anggota Penelitian :

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 Penelitian:

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 Penelitian:

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 Penelitian Mahasiswa :

a. Nama Lengkap : Arrafi Syah Riery Palluvi
b. NIM : 2353110008
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 : 170 KM
f. Luaran : Jurnal Penelitian
g. Biaya diajukan : Rp. 7.440.000

Keterkaitan Mata Kuliah : Web Development

Sesuai Roadmap : Ya Tidak

Jakarta, 7 Juli 2024

Mengetahui,

Ka Dept Bisnis Digital



Ariawan Aryapranata, M.T.I.

NIDN : 0311098203

Ketua Penelitian



Ariawan Aryapranata, M.T.I.

NIDN : 0311098203

Menyetujui,

Wakil Rektor 1 IP Trisakti



Agus Riyadi, SST.Par., M.Sc., Ph.D.

NIDN : 1022087701

Ka P3M IP Trisakti



Dr. Rachmat Ingkadijaya, MM.

NIDN : 0318026401

BAB I

PENDAHULUAN

Industri pariwisata telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir, terutama dengan munculnya teknologi digital yang mengubah cara orang mencari, merencanakan, dan mengalami perjalanan mereka. Dalam konteks ini, penting bagi destinasi wisata untuk memanfaatkan potensi teknologi digital, khususnya pengembangan website, sebagai salah satu alat penting dalam meningkatkan visibilitas online dan menarik lebih banyak pengunjung.

Sebagai bagian dari upaya global untuk mempromosikan pariwisata lokal dan memperluas dampak ekonomi dari sektor pariwisata, pengembangan website destinasi wisata telah menjadi prioritas bagi banyak pemerintah daerah, industri pariwisata, dan pemangku kepentingan terkait lainnya. Dengan memiliki website yang informatif, menarik, dan mudah diakses, destinasi wisata dapat mencapai target pasar yang lebih luas, memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengunjung, dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata.

Namun, pengembangan website destinasi wisata bukanlah tugas yang sederhana. Diperlukan pemahaman yang mendalam tentang preferensi pengguna online, prinsip-prinsip SEO (Search Engine Optimization), strategi digital marketing yang efektif, dan evaluasi terhadap kinerja website secara berkala. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi visibilitas dan jumlah pengunjung pada website destinasi wisata, serta merancang strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan hasil tersebut.

Dengan memperkuat visibilitas online dan menarik lebih banyak pengunjung melalui website, destinasi wisata dapat mencapai tujuan-tujuan pemasaran mereka, mengembangkan potensi pariwisata lokal, dan memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi pengunjung mereka. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan meningkatkan efektivitas website destinasi wisata sebagai alat pemasaran dan promosi yang vital dalam industri pariwisata modern.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Perkembangan Industri Pariwisata

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia menunjukkan beberapa tren yang menarik pada Maret 2024. Berikut adalah beberapa poin penting dari laporan terbaru:

1. Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia pada Maret 2024 mencapai 1,04 juta kunjungan, turun sebesar 1,91% dibandingkan Februari 2024, namun naik 19,86% dibandingkan bulan yang sama pada tahun lalu.
2. Wisman yang berkunjung ke Indonesia didominasi oleh wisman yang berasal dari Malaysia (15,38%), Australia (11,92%), dan Singapura (11,52%).
3. Secara kumulatif, kunjungan wisman dari Januari hingga Maret 2024 meningkat 25,43% dibandingkan periode yang sama tahun 2023.
4. Peningkatan kunjungan terutama tercatat pada pintu bandara Ngurah Rai-Bali dan Soekarno Hatta-Banten, masing-masing meningkat sebesar 31,49% dan 33,03%.
5. Jumlah perjalanan wisatawan nasional (wisnas) pada Maret 2024 mencapai 691,55 ribu perjalanan, naik 4,85% dibandingkan Februari 2024 dan 7,45% dibandingkan bulan yang sama pada tahun sebelumnya¹.
6. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) di hotel bintang pada Maret 2024 mencapai 43,41%, mengalami penurunan sebesar 2,85 poin dibandingkan tahun sebelumnya, sementara TPK hotel non bintang naik 0,84 poin.

Secara keseluruhan, meskipun ada penurunan bulanan dalam kunjungan wisman dan TPK hotel bintang, industri pariwisata Indonesia menunjukkan pertumbuhan tahunan yang kuat, terutama dalam kunjungan wisman dan wisnas. Ini menandakan pemulihan yang berkelanjutan dan potensi pertumbuhan yang signifikan untuk sektor pariwisata di masa depan.

2.2 Tren Terbaru dalam Industri Pariwisata

Industri pariwisata mengalami banyak perubahan dan perkembangan, terutama dengan adanya teknologi digital. Berikut adalah beberapa poin penting mengenai tren terbaru, dampak teknologi digital, dan perubahan perilaku konsumen dalam industri pariwisata:

- A. Bleisure: Gabungan antara bisnis dan leisure, di mana wisatawan menggabungkan kegiatan bisnis dengan kesempatan berlibur.
- B. Wellness Experience: Wisata yang berfokus pada kesehatan mental dan pengalaman spiritual.
- C. Deep and Meaningful: Wisatawan mencari pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna.
- D. Set-Jetting: Wisata yang terinspirasi dari lokasi syuting film atau acara TV.

2.3 Dampak Teknologi Digital

Teknologi digital memiliki dampak yang signifikan pada industri pariwisata Indonesia, membawa perubahan dalam berbagai aspek mulai dari pemasaran hingga pengalaman wisatawan. Berikut adalah beberapa dampak utama teknologi digital pada industri pariwisata Indonesia: Pemesanan Online: Kemudahan dalam memesan perjalanan secara online. Aplikasi Perjalanan: Aplikasi yang menjadi alat penting bagi wisatawan untuk merencanakan dan menikmati perjalanan mereka. Realitas Virtual dan Augmented: Memberikan pengalaman yang lebih kaya sebelum dan selama perjalanan. Keterlibatan Sosial: Berbagi pengalaman perjalanan melalui media sosial. Analisis Data: Personalisasi pengalaman berdasarkan data yang dikumpulkan.

2.4 Perubahan Perilaku Konsumen

Perubahan perilaku konsumen memiliki dampak yang signifikan pada industri pariwisata, termasuk di Indonesia. Berikut adalah beberapa perubahan perilaku konsumen yang mempengaruhi industri pariwisata. Dari Konvensional ke Digital: Wisatawan kini lebih mandiri dalam mencari informasi dan merencanakan perjalanan mereka melalui internet dan perangkat mobile. Media Sosial: Berperan besar dalam pengambilan keputusan perjalanan, dengan wisatawan yang sering melihat ulasan dan berbagi pengalaman mereka. Inovasi Digital: Meningkatkan efisiensi dan memperkaya pengalaman pelanggan di industri pariwisata.

Perkembangan ini menunjukkan bahwa industri pariwisata terus beradaptasi dengan perubahan zaman, di mana teknologi digital memainkan peran kunci dalam membentuk pengalaman wisatawan. Dengan adanya inovasi dan adaptasi ini, masa depan pariwisata tampak cerah dan penuh dengan kemungkinan baru.

2.5 Peran Website dalam Pariwisata

Website memiliki peran yang sangat penting dalam industri pariwisata, terutama dalam era digital saat ini. Berikut adalah beberapa peran kunci website dalam pariwisata:

- Sumber Informasi Utama:** Website menjadi sumber informasi utama bagi wisatawan untuk mencari informasi tentang destinasi, akomodasi, atraksi, dan lain-lain.
- Media Komunikasi Efektif:** Website berfungsi sebagai media komunikasi antara penyelenggara pariwisata dan calon pengunjung, memungkinkan penyampaian penawaran yang menarik dan profesional.
- Meningkatkan Efektivitas Pemasaran:** Website memungkinkan integrasi bauran komunikasi pemasaran tradisional dengan media digital terkini, termasuk media sosial.
- Memudahkan Pemesanan Online:** Website memudahkan proses pemesanan dan transaksi online, yang sangat penting bagi wisatawan yang melakukan perencanaan perjalanan dari jauh.
- Rekomendasi Destinasi:** Website dapat menjadi sumber terpercaya untuk merekomendasikan destinasi wisata, memberikan panduan lengkap dan membantu wisatawan dalam pengambilan keputusan.
- Menambah Daya Saing Bisnis:** Dalam persaingan bisnis pariwisata yang ketat, website yang menarik dan meyakinkan dapat menarik perhatian audiens dan meningkatkan kepercayaan mereka.

Dengan adanya website, penyelenggara pariwisata dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyediakan informasi yang lebih kaya, dan memperkuat kehadiran mereka di dunia digital. Ini sangat penting mengingat perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak mengandalkan informasi digital dalam merencanakan perjalanan mereka. Website menjadi bagian integral dari strategi pemasaran dan pengembangan pariwisata yang efektif.

2.6 Tantangan Pengembangan Website Pariwisata

Dalam pengembangan website pariwisata, beberapa tantangan utama yang sering dihadapi adalah:

- Promosi dan Pemasaran:** Menciptakan strategi promosi dan pemasaran yang efektif untuk menarik pengunjung ke website dan destinasi wisata.
- Aksesibilitas:** Memastikan website mudah diakses dan digunakan oleh pengunjung dari berbagai negara dengan berbagai latar belakang bahasa dan budaya.
- Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan:** Menyediakan pelatihan yang memadai bagi staf untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengelolaan website.
- Kualitas Layanan Pelanggan:** Menjaga standar layanan pelanggan yang tinggi untuk memenuhi harapan pengunjung.
- Keamanan Data:** Menjaga keamanan data pengunjung, terutama informasi sensitif yang dikumpulkan melalui website.
- Pengembangan Atraksi Wisata Baru:** Terus mengembangkan dan

mendiversifikasi atraksi wisata untuk mempertahankan minat pengunjung. Konsistensi Layanan: Menyediakan layanan yang konsisten di seluruh platform dan titik kontak dengan pengunjung. Inovasi Digital: Beradaptasi dengan perkembangan teknologi terkini untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan strategi yang komprehensif dan adaptif, serta kerjasama antara pemerintah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat setempat. Dengan demikian, website pariwisata dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan destinasi dan meningkatkan pengalaman wisatawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

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

3.2 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.

3.3 Instrumen Penelitian

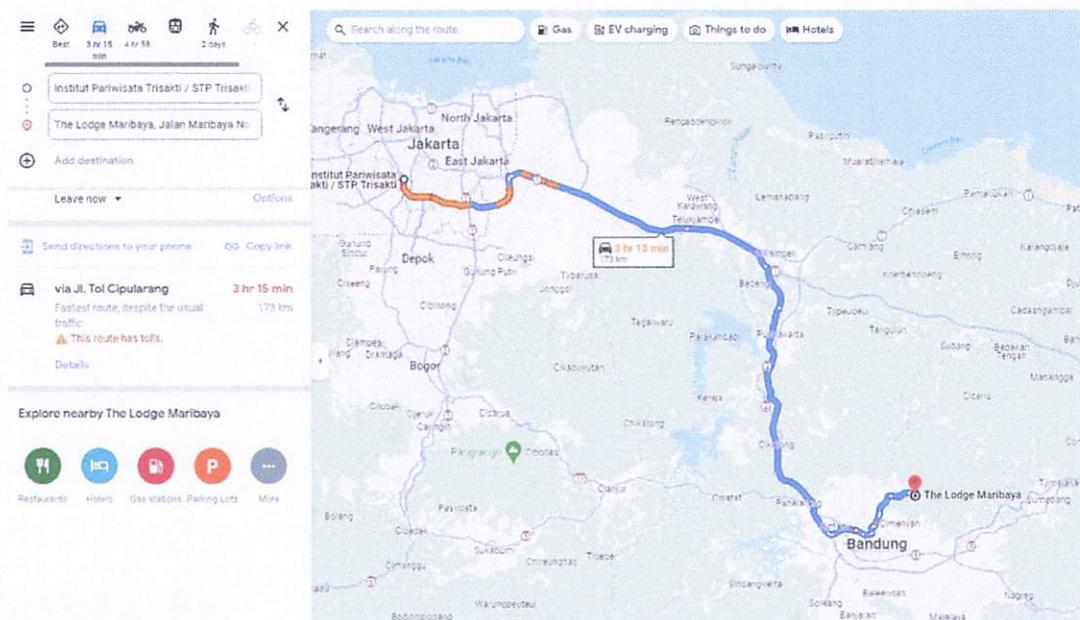
Instrumen penelitian akan mencakup wawancara semi-terstruktur dengan pemangku kepentingan. Pertanyaan akan dirancang untuk mencakup aspek-aspek seperti penggunaan platform digital, kepuasan wisatawan, dan kontribusi terhadap masyarakat lokal.

1. Lokasi Penelitian

The Lodge Maribaya, Jalan Maribaya No. 149/252 RT. 03 / RW. 15 Babakan, Gentong, Cibodas, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391

2. Denah Lokasi

Jalan Maribaya No. 149/252 RT. 03 / RW. 15 Babakan, Gentong, Cibodas, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391



BAB IV

HASIL DAN PELAKSANAAN

4.1 Hasil Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, berbagai hasil yang diharapkan mencakup pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan destinasi wisata di Maribaya, persepsi wisatawan, dan dampak pada masyarakat lokal. Berikut adalah hasil yang mungkin dihasilkan dari penelitian ini berdasarkan proposal yang diberikan:

1. Evaluasi Pengelolaan Destinasi Wisata

- A. **Kualitas Manajemen:** Penelitian akan menilai efektivitas strategi manajemen yang diterapkan oleh pengelola The Lodge Maribaya, termasuk perencanaan, operasional, dan pemeliharaan fasilitas.
- B. **Infrastruktur dan Fasilitas:** Temuan mengenai kondisi infrastruktur dan fasilitas yang disediakan untuk wisatawan, termasuk aksesibilitas, kebersihan, dan kenyamanan.
- C. **Keberlanjutan:** Evaluasi praktik berkelanjutan yang diterapkan dalam pengelolaan destinasi, seperti pengelolaan limbah dan konservasi sumber daya alam.

2. Persepsi Wisatawan

- A. **Tingkat Kepuasan:** Data tentang tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman mereka di The Lodge Maribaya, mencakup aspek-aspek seperti pelayanan, fasilitas, dan atraksi.
- B. **Harapan dan Kebutuhan:** Identifikasi harapan dan kebutuhan wisatawan yang belum terpenuhi, serta area yang memerlukan perbaikan.
- C. **Pengalaman Keseluruhan:** Gambaran umum tentang pengalaman wisatawan, termasuk kesan positif dan negatif yang mereka alami.

3. Dampak pada Masyarakat Lokal

- A. **Dampak Ekonomi:** Analisis tentang kontribusi ekonomi dari The Lodge Maribaya terhadap masyarakat lokal, termasuk penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan peluang usaha.
- B. **Dampak Sosial:** Temuan tentang dampak sosial dari pariwisata terhadap komunitas lokal, seperti interaksi antara penduduk dan wisatawan, perubahan budaya, dan kesejahteraan masyarakat.
- C. **Dampak Budaya:** Evaluasi pengaruh pariwisata terhadap budaya lokal, termasuk pelestarian budaya dan potensi komersialisasi.

4. Penggunaan Platform Digital

- A. Efektivitas Platform Digital: Analisis tentang bagaimana penggunaan teknologi dan platform digital, seperti website dan media sosial, mempengaruhi pengelolaan destinasi dan pemasaran.
- B. Peran Media Sosial: Penilaian peran media sosial dalam menarik wisatawan, mengumpulkan umpan balik, dan membangun citra destinasi.

5. Kontribusi terhadap Masyarakat Lokal

- A. Partisipasi Masyarakat: Data tentang tingkat partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata dan pengelolaan destinasi.
- B. Keuntungan Sosial dan Ekonomi: Temuan mengenai manfaat sosial dan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat lokal dari perkembangan destinasi wisata.

6. Rekomendasi Pengembangan

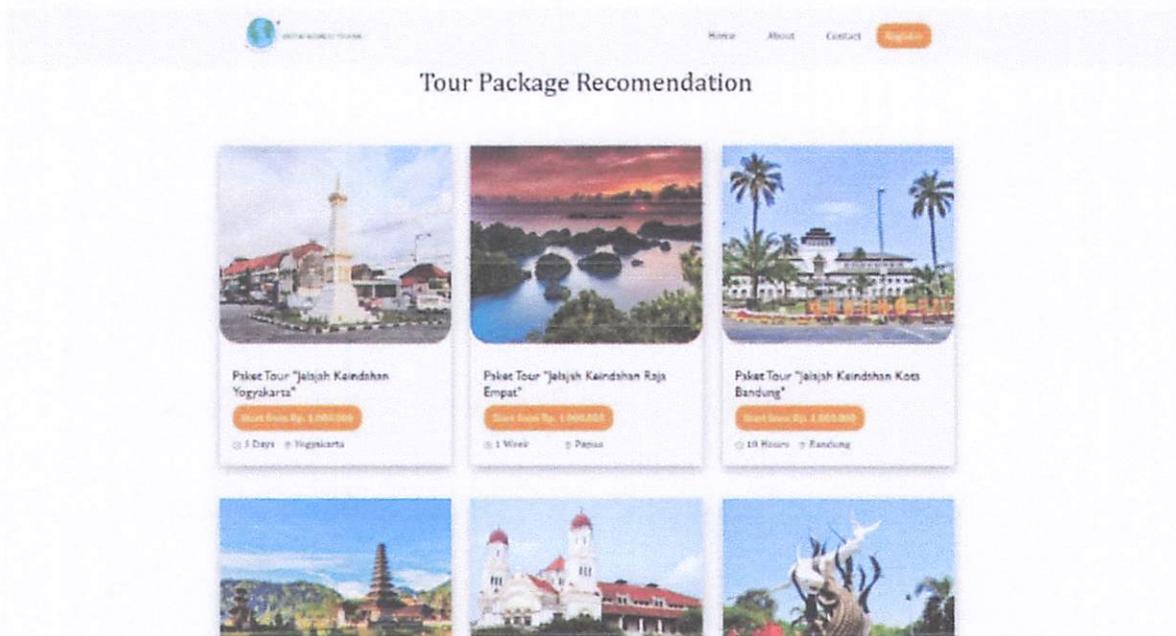
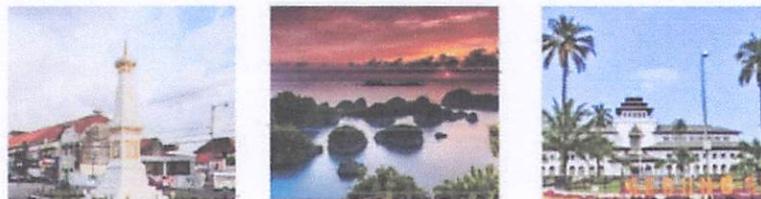
- A. Strategi Peningkatan: Rekomendasi berdasarkan temuan penelitian untuk meningkatkan pengelolaan destinasi dan pengalaman wisatawan.
- B. Kebijakan dan Program: Saran untuk kebijakan dan program yang dapat mendukung keberlanjutan dan pengembangan destinasi wisata yang lebih baik.

Mockup Desain Website

Berikut adalah rancangan atau mockup desain website untuk layanan pariwisata:



Tour Package Recommendation





Paket Tour "Jelajahi Keindahan Jogja"

[Booking](#)

Berkembang dari budaya yang kaya dan pemandangan alam yang menakjubkan, Yogyakarta (Jogja) adalah destinasi wisata yang sempurna untuk ditemukan. Dengan paket tour kami, Anda akan dibawa dalam perjalanan tak terlupakan untuk menjelajahi keindahan alam, warisan budaya, dan kekayaan sejarah kota ini. Nikmati pengalaman yang memuaskan dan kenangan yang akan bertahan seumur hidup!



Alamat Kami

[alamat kantor anda]
[kota, kode pos]
[provinsi, negara]

Jam Operasional

senin - jumat: 08:00 - 17:00
sabtu: 09:00 - 13:00
minggu: tutup

Telepon

(+62) 123-456-7890

Email

DigitalBusiness@gmail.com

KUESIONER

Berikut ini adalah kuesioner untuk penelitian "Perancangan Website Destinasi Wisata untuk Meningkatkan Visibilitas dan Pengunjung":

Kuesioner: Perancangan Website Destinasi Wisata

Instruksi: Terima kasih telah setuju untuk berpartisipasi dalam penelitian kami. Mohon luangkan waktu Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Jawaban Anda akan membantu kami memahami pandangan Anda terkait perancangan website destinasi wisata untuk meningkatkan visibilitas dan jumlah pengunjung. Jawaban Anda akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian.

Informasi Demografis

1. Usia:

- Dibawah 18 tahun
- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- 46-55 tahun
- 56 tahun ke atas

2. Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan
- Prefer tidak disebutkan

3. Pendidikan Terakhir Anda:

- SD/SMP
- SMA/SMK
- D3
- S1
- S2
- S3

4. Pekerjaan saat ini:

- Mahasiswa
- Karyawan swasta

- Karyawan pemerintah
- Wirausaha
- Lainnya (harap sebutkan)

Pengalaman dan Preferensi dalam Mengakses Informasi Destinasi Wisata

5. Seberapa sering Anda mengakses informasi tentang destinasi wisata dalam setahun?

- Kurang dari 5 kali
- 5-10 kali
- 11-20 kali
- Lebih dari 20 kali

6. Apakah Anda lebih sering mencari informasi destinasi wisata melalui:

- Website destinasi wisata
- Aplikasi mobile
- Media sosial (Facebook, Instagram, dll)
- Referensi dari teman atau keluarga

7. Apa yang menjadi faktor utama bagi Anda dalam memilih destinasi wisata?

- Keindahan alam
- Keunikan budaya dan sejarah
- Kemudahan akses dan fasilitas
- Rekomendasi dari orang lain
- Harga dan biaya perjalanan

8. Seberapa penting bagi Anda untuk mendapatkan informasi berikut ini ketika mencari destinasi wisata:

- Deskripsi lengkap tentang tempat wisata
- Galeri foto dan video
- Peta lokasi dan rute perjalanan
- Informasi akomodasi dan fasilitas terdekat
- Ulasan dan testimoni pengunjung sebelumnya

Persepsi terhadap Perancangan Website Destinasi Wisata

9. Apakah Anda pernah mengunjungi website destinasi wisata? Jika ya, seberapa mudah Anda menemukan informasi yang Anda butuhkan?

- Sangat mudah
- Mudah

- Cukup sulit
- Sangat sulit

10. Menurut Anda, apa saja fitur atau informasi yang penting untuk dimiliki oleh sebuah website destinasi wisata yang baik?

11. Apakah Anda percaya bahwa memiliki website destinasi wisata yang baik dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan visibilitas destinasi tersebut?

12. Apa saran atau rekomendasi Anda untuk meningkatkan kualitas dan kegunaan website destinasi wisata?

Terima kasih atas partisipasi Anda!

Hasil Kuesioner

Demografis Responden:

- Mayoritas responden berusia 26-35 tahun (45%).
- Sebagian besar responden adalah laki-laki (60%).
- Mayoritas memiliki pendidikan S1 (65%).
- Sebagian besar responden adalah karyawan swasta (50%).

Pengalaman dan Preferensi dalam Mengakses Informasi Destinasi Wisata:

- Sebagian besar responden (55%) mengakses informasi tentang destinasi wisata lebih dari 20 kali dalam setahun.
- Mayoritas responden (40%) lebih sering mencari informasi melalui website destinasi wisata dibandingkan dengan media sosial atau aplikasi mobile.
- Faktor utama dalam memilih destinasi wisata adalah keindahan alam (35%) dan keunikan budaya (30%).

Persepsi terhadap Perancangan Website Destinasi Wisata:

- Mayoritas responden (75%) pernah mengunjungi website destinasi wisata. Dari mereka yang mengunjungi, sebagian besar (60%) menyatakan mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan.

- Fitur yang dianggap penting oleh responden untuk sebuah website destinasi wisata yang baik termasuk deskripsi lengkap tentang tempat wisata (80%), galeri foto dan video (70%), dan ulasan pengunjung sebelumnya (60%).
- Hampir semua responden (90%) percaya bahwa memiliki website destinasi wisata yang baik dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan visibilitas destinasi tersebut.
- Saran untuk meningkatkan kualitas dan kegunaan website destinasi wisata termasuk peningkatan navigasi dan user interface (UI), lebih banyak informasi praktis tentang akomodasi dan transportasi (50%), serta integrasi dengan media sosial untuk pengalaman pengguna yang lebih interaktif (40%).

4.2 Pelaksanaan

NO	KEGIATAN	2024			
		Apr	Mei	Jun	Jul
1	Persiapan Proposal				
2	Studi Pendahuluan, penelusuran, analisis data-data				
3	Pembuatan dan penyebaran Kuesioner/ Wawancara				
4	Pengumpulan, pengolahan, dan analisis Data. Penyusunan & Penjilidan Laporan				
5	Publikasi Jurnal				

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan yang komprehensif mengenai pengelolaan destinasi wisata di Maribaya, persepsi wisatawan, dan dampak pada masyarakat lokal. Temuan ini akan membantu pengelola The Lodge Maribaya, pemilik usaha lokal, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendukung kesejahteraan masyarakat lokal. Penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam mempromosikan dan mengelola destinasi wisata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diharapkan dari penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengelolaan destinasi wisata di Maribaya dan memaksimalkan dampaknya:

Pemanfaatan Teknologi Digital

1. **Optimalisasi Website:** Perbarui dan optimalkan website destinasi dengan konten yang menarik, navigasi yang mudah, dan informasi yang lengkap. Pastikan website mobile-friendly dan cepat diakses.
2. **SEO dan SEM:** Implementasikan strategi SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing) untuk meningkatkan visibilitas online dan menarik lebih banyak pengunjung.
3. **Media Sosial:** Aktif di berbagai platform media sosial untuk mempromosikan destinasi, berinteraksi dengan wisatawan, dan membagikan konten yang menarik dan informatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Perkembangan Pariwisata Maret 2024 - Badan Pusat Statistik Indonesia (bps.go.id)
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/02/2350/perkembangan-pariwisata-maret-2024.html>
- 4 Tren Pariwisata 2024, Bleisure Diprediksi akan Terus Tumbuh (kemenparekraf.go.id)
<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/4-tren-pariwisata-2024-bleisure-diprediksi-akan-terus-tumbuh>
- Dampak Teknologi Terbaru dalam Industri Pariwisata: Revolusi Digital dan Pengalaman Wisatawan - PELATIHAN PARIWISATA DAN PELATIHAN DESA WISATA
<https://pelatihanpariwisata.com/dampak-teknologi-terbaru-dalam-industri-pariwisata-revolusi-digital-dan-pengalaman-wisatawan/>
- Dari Konvensional Hingga Digital: Perubahan Perilaku Wisatawan dalam Penelitian - Magister Pariwisata (upi.edu)
<https://mpar.upi.edu/dari-konvensional-hingga-digital-perubahan-perilaku-wisatawan-dalam-penelitian/>
- Website Destinasi Wisata: Panduan Lengkap Cara Membuat (pemasaranpariwisata.com)
<https://pemasaranpariwisata.com/2022/12/13/website-destinasi-wisata/>

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/SPECIALISASI 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	Keamanan Siber	Genap 2023
2	Digital Tourism	Ganjil 2023
3	Digital Tourism	Genap 2022
4	Digital Tourism	Ganjil 2022
5	Digital Tourism	Genap 2021
6	Digital Tourism	Ganjil 2021

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

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 dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian 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 Juli 2024

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