

Peningkatan Digitalisasi Wisata Melalui Perancangan Website Wisata di Wana Wisata Gunung Dago Kecamatan Parung Panjang Kabupaten Bogor

Rini Untari¹, Muh Faturokhman², Aep Setiawan³

^{1,2,3}Sekolah Vokasi, IPB University, Kota Bogor, Indonesia

Email: riniuntari@apps.ipb.ac.id

Submit : 20/08/2024 | Accept : 08/09/2024 | Publish : 30/09/2024

ABSTRACT

Wana Wisata Gunung Dago is a natural tourist destination that has a diversity of natural resources and tourist attractions that are unique and beautiful, supported by various tourist facilities. One of the important roles in accelerating the development of local tourism is digitalization by looking at the phenomenon and habits of tourists who have become increasingly close to technology since the pandemic. Problems regarding the promotion aspect of the area which was just inaugurated in 2019 need to be paid attention to by utilizing digital technology to create tourist websites to expand market reach. This community service activity was carried out to increase managers' understanding of tourism digitalization through the tourism website at Wana Wisata Gunung Dago and was implemented in November until December 2023. The method of community service activities is through coordination, distributing questionnaires, outreach, and training. The results of socialization and training activities were then analyzed descriptively and qualitatively. The results of distributing questionnaires show that tourist websites are an option for expanding destination promotion and aspects of social media design that need attention. Increasing the digitalization of tourism through the tourism website <https://wisatagunungdago.com/> can be a medium for managers to expand access to information for visitors and potential visitors regarding destinations and can also be a promotional medium which is expected to have an impact on the level of visits to Wana Wisata Gunung Dago. This website is very easy because it can be accessed without space and time limits without having to download it. In this way, the Dago natural tourism website will simplify the operational activities of tourism management.

Keyword: Digitalization; Training; Tourism Website; Wana Wisata Gunung Dago

ABSTRAK

Wana Wisata Gunung Dago merupakan destinasi wisata alam yang memiliki keanekaragaman sumberdaya alam serta daya tarik wisata dengan keunikan serta keindahan yang didukung berbagai fasilitas wisata. Salah satu yang berperan penting dalam mempercepat pengembangan wisata lokal melalui digitalisasi dengan melihat fenomena serta kebiasaan wisatawan yang semakin dekat dengan teknologi sejak terjadinya pandemi. Permasalahan pada aspek promosi kawasan yang baru diresmikan tahun 2019 ini perlu menjadi perhatian dengan memanfaatkan teknologi digital melalui pembuatan website wisata dalam memperluas jangkauan pasar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman pengelola mengenai digitalisasi wisata melalui website wisata di Wana Wisata Alam Dago dan dilaksanakan November sampai Desember 2023. Metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui koordinasi, penyebaran kuesioner, sosialisasi dan pelatihan. Hasil kegiatan sosialisasi dan pelatihan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan website wisata menjadi pilihan untuk memperluas promosi

destinasi dan aspek desain media sosial yang perlu menjadi perhatian. Peningkatan digitalisasi wisata melalui website wisata <https://wisatagunungdago.com/> dapat menjadi media bagi pengelola untuk memperluas akses informasi pengunjung maupun calon pengunjung mengenai destinasi serta dapat menjadi media promosi yang harapannya berdampak pada tingkat kunjungan ke Wana Wisata gunung Dago. Website ini sangat mudah karena dapat diakses tanpa batas ruang dan waktu tanpa harus mengunduhnya. Dengan demikian, website wisata alam dago ini akan mempermudah operasional kegiatan pengelolaan wisata.

Kata Kunci: Digitalisasi; Pelatihan; Website Wisata; Wana Wisata Gunung Dago

PENDAHULUAN

Wana Wisata Alam Gunung Dago merupakan salah satu objek wisata yang terdapat di Desa Dago Kecamatan Parungpanjang Kabupaten Bogor. Kawasan ini memiliki keanekaragaman sumberdaya alam serta daya tarik wisata yang memiliki keunikan serta keindahan yang didukung berbagai fasilitas wisata. Kawasan yang baru diresmikan sekitar tahun 2019 ini dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Wana Cendana karena keberadaan Kawasan yang masuk wilayah Perhutani. Upaya untuk memperkenalkan Wana Wisata Alam Dago semakin luas ke masyarakat sebagai destinasi baru yang potensial untuk beraktivitas wisata dengan memanfaatkan teknologi digital. Program kegiatan dosen mengabdikan inovasi di bawah Direktorat Pengembangan Masyarakat Agromaritim IPB melakukan pendampingan dalam peningkatan digitalisasi wisata melalui pembuatan website wisata.

Keindahan panorama Gunung Dago serta keberadaan kampung adat didukung dengan udara yang masih sejuk menjadi alasan Kawasan Wana Wisata Alam Dago menarik untuk dilakukan pengembangan wisata alam lebih lanjut. Objek wisata alam yang berdiri di lahan seluas 14 hektar ini juga didukung beberapa fasilitas diantaranya villa, saung, wahana ATV, spot foto yang indah, sepeda onthel, areal berkemah, tempat bermain anak-anak, kolam renang dan lain-lain (Pawast & Muhtadi, 2021; Kurniadin & Wawanudin, 2024). Lokasi Wana Wisata Alam Dago dapat diakses melalui Kota Tangerang atau Kabupaten Bogor. Salah satu yang berperan penting dalam mempercepat pengembangan wisata lokal melalui digitalisasi dengan melihat fenomena serta kebiasaan wisatawan yang semakin dekat dengan teknologi sejak terjadinya pandemi. Digitalisasi wisata sebagai bagian dari transformasi dan promosi destinasi wisata (Ichsan *et al.* 2024; Arfiga *et al.* 2023). Dengan potensi wisata yang sudah ada di Wana Wisata Alam Dago dapat dipromosikan lebih luas karena menyuguhkan keindahan alam serta daya tarik lainnya, digitalisasi berupaya memasarkan destinasi tersebut dengan tetap memperhatikan daya dukung kawasan melalui *platform* digital berupa website wisata yang dapat menyajikan informasi lebih lengkap mengenai destinasi wisata, bisa diakses dengan mudah melalui alamat websitenya serta pengguna dapat mengakses menyesuaikan bahasa yang diinginkan (Riyanto & Kurniawati, 2018; Surentu *et al.* 2020)

Pemanfaatan digital dalam pengembangan Wana Wisata Alam Dago diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan wisata yang lebih efisien, peningkatan daya saing objek wisata dengan inovasi dan penyelesaian masalah-masalah yang strategis karena dengan digitalisasi wisata dapat mengoptimalkan proses internal, optimasi kerja, minimalisasi penggunaan kertas dan biaya. Pengembangan Wana Wisata Alam Dago tidak hanya memperhatikan aspek atraksi, aksesibilitas dan amenitas saja. Permasalahan pada aspek promosi kawasan yang baru diresmikan tahun 2019 ini perlu menjadi perhatian dengan memanfaatkan teknologi digital melalui pembuatan website wisata dalam memperluas jangkauan pasar.

Digitalisasi desa telah dimanfaatkan sejumlah objek wisata dan desa wisata di berbagai wilayah di Indonesia untuk mempromosikan keunikan wisatanya (Hastuti & Sopingi, 2022;

Purnamawati & Adnyani, 2024). Sebagai kawasan wisata yang baru diresmikan tentu saja promosi menjadi bagian penting dan menjadi permasalahan di Kawasan ini. Promosi sebagai upaya untuk meningkatkan kunjungan sehingga dampak positif terutama pada aspek ekonomi dapat dirasakan masyarakat (Untari *et al*, 2019). Permasalahan lain selain promosi, adalah mempertahankan sumberdaya alam sebagai objek utama dalam kegiatan wisata serta komponen wisata di destinasi wisata. Informasi melalui digitalisasi wisata dengan website wisata ini mampu menginformasikan komponen wisata di destinasi lebih detail sehingga memberikan informasi yang lengkap bagi calon wisatawan atau wisatwan yang berada di destinasi wisata sehingga dapat meningkatkan kepuasan terkait layanan informasi serta menjadi media promosi yang efektif.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku di Wana Wisata Alam Dago diantaranya terkait digitalisasi wisata sebagai upaya promosi Kawasan untuk meningkatkan jangkauan pasar dan aktivitas wisata yang diharapkan dapat meningkatkan kunjungan serta kepuasan wisatawan, hal ini diperlukan suatu kemitraan dengan berbagai pihak, salah satunya dengan perguruan tinggi. Dengan digitalisasi wisata berbasis alam pada akhirnya akan menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar Kawasan Wana Wisata Alam Dago. Hal ini tentunya akan membantu program SDGs yang perlu dilakukan sinergi dan kolaborasi dalam konteks keterlibatan perguruan tinggi sebagai mitra sebagai upaya mencapai pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi di destinasi wisata.

METODE KEGIATAN

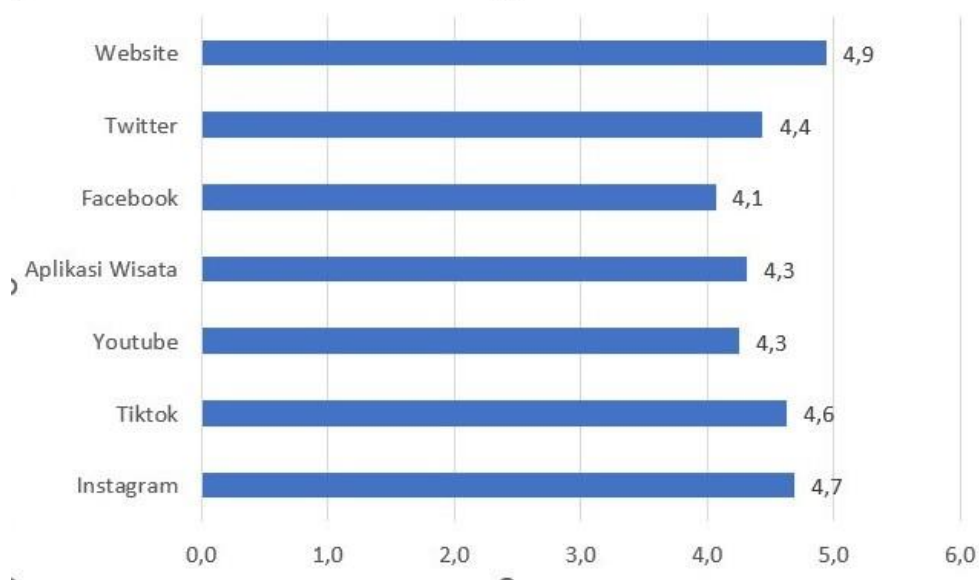
Metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui tiga tahapan yaitu persiapan (koordinasi dan penyebaran kuesioner), tahap pelaksanaan (pemaparan materi dan peluncuran website) dan tahap evaluasi. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan November sampai Desember 2023. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 16 orang pegawai/staf yang bekerja di wana wisata Gunung Dago. Kuesioner yang disebarkan bersifat *close ended* atau responden memilih jawaban yang telah disediakan. Pertanyaan yang diajukan mengenai prioritas media sosial yang akan dikembangkan dalam memperluas pasar dan bentuk optimasi yang diinginkan dari media sosial yang dikembangkan ke depannya oleh pengelola di Wana Wisata Gunung Dago. Pilihan jawaban menggunakan skala likert 1-5 yaitu dari pilihan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Hasil kegiatan pengabdian yaitu mengenai pelatihan dan penyebaran kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Wana Wisata Gunung Dago berupaya memfasilitasi kebutuhan dan keinginan pengelola dalam meningkatkan jangkauan pasar dan promosi destinasi wisata dengan memanfaatkan teknologi digital melalui website wisata. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pertama kali yaitu tahap persiapan dengan melakukan koordinasi awal dengan pengelola Wana Wisata Alam Gunung Dago. Koordinasi awal dilakukan tim pada Tanggal 13 November 2023. Tim dosen mengabdikan inovasi berdiskusi dengan pihak pengelola mengenai rencana rancangan website wisata. Selain itu juga menyampaikan kesediaan mitra bekerjasama terkait kegiatan dosen mengabdikan inovasi. Dalam penyampaian koordinasi awal disampaikan pembuatan website wisata ini mengkomodifikasi permintaan dari pengelola Wana Wisata Gunung Dago untuk membuat website wisata yang dapat diakses tanpa harus mengunduhnya serta menyediakan dua versi Bahasa yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Koordinasi awal juga dilakukan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan masukan dari pengelola Wana Wisata Gunung Dago mengenai jenis media sosial

yang akan dikembangkan dalam mendukung promosi destinasi dan aspek yang perlu menjadi perhatian dalam pemanfaatan media sosial (**Gambar 1**).

Hasil penyebaran kuesioner kepada staf di destinasi Wana Wisata Gunung Dago menunjukkan jenis media yang dipilih untuk menginformasikan dan mempromosikan destinasi wisata adalah website wisata pada skala penilaian 4,9 yaitu sangat setuju (Gambar 1). Surentu *et al* (2020) menyebutkan website menjadi media penting untuk kemajuan pariwisata di Minahasa. Website wisata dalam penelitian Faurina *et al* (2022) juga diharapkan menjadi solusi dalam promosi objek wisata. Selain melalui website, media sosial yang dinilai mampu menjadi media promosi destinasi wisata yaitu instagram dan Tik Tok. Abdurrahim & Zamrudi (2018) menjelaskan media sosial membentuk minat wisatawan untuk berwisata. Media instagram berpengaruh dalam meningkatkan minat dan motivasi wisatawan disebutkan dalam penelitian Wijaya 2016; Rizky & Sari 2020; Sari *et al* 2022; Sutisna *et al* 2022 dan Adzkaar & Dhewi 2024. Peran media sosial TikTok disebutkan dalam penelitian Vania *et al* (2022) sebagai media yang efektif dalam pemasaran Pantai Indah Kapuk 2 Jakarta.



Skala Keterangan : 1: Sangat Tidak Setuju, 2: Tidak Setuju, 3: Netral, 4: Setuju, 5: Sangat Setuju
Gambar 1. Jenis Media yang ingin dikembangkan Pengelola Wana Wisata Gunung Dago

Pada aspek penilaian kegiatan yang perlu dilakukan dalam upaya optimasi media promosi dan pengembangan wana wisata Gunung Dago menunjukkan penilaian tertinggi yaitu pada aspek desain media sosial lebih menarik pada skala penilaian 4,9 (sangat setuju) (Gambar 2). Penelitian Untari *et al* (2019) juga menunjukkan faktor promosi dari aspek desain dan substansi meningkatkan keputusan untuk mengunjungi destinasi wisata alam, selain itu beberapa faktor juga mempengaruhi wisatawan melakukan kunjungan seperti faktor demografi, faktor internal berupa pengalaman, gaya hidup dan kepuasan terhadap destinasi yang dikunjungi, faktor eksternal dan faktor psikologis (Untari *et al*, 2019). Penilaian terhadap

optimasi media sosial lainnya yaitu kualitas gambar dan visualisasi lebih menarik dan pelatihan admin media sosial pada skala penilaian 4,8 (sangat setuju).



Skala Keterangan : 1: Sangat Tidak Setuju, 2: Tidak Setuju, 3: Netral, 4: Setuju, 5: Sangat Setuju
Gambar 2. Penilaian Optimasi Media Promosi Wana Wisata Gunung Dago

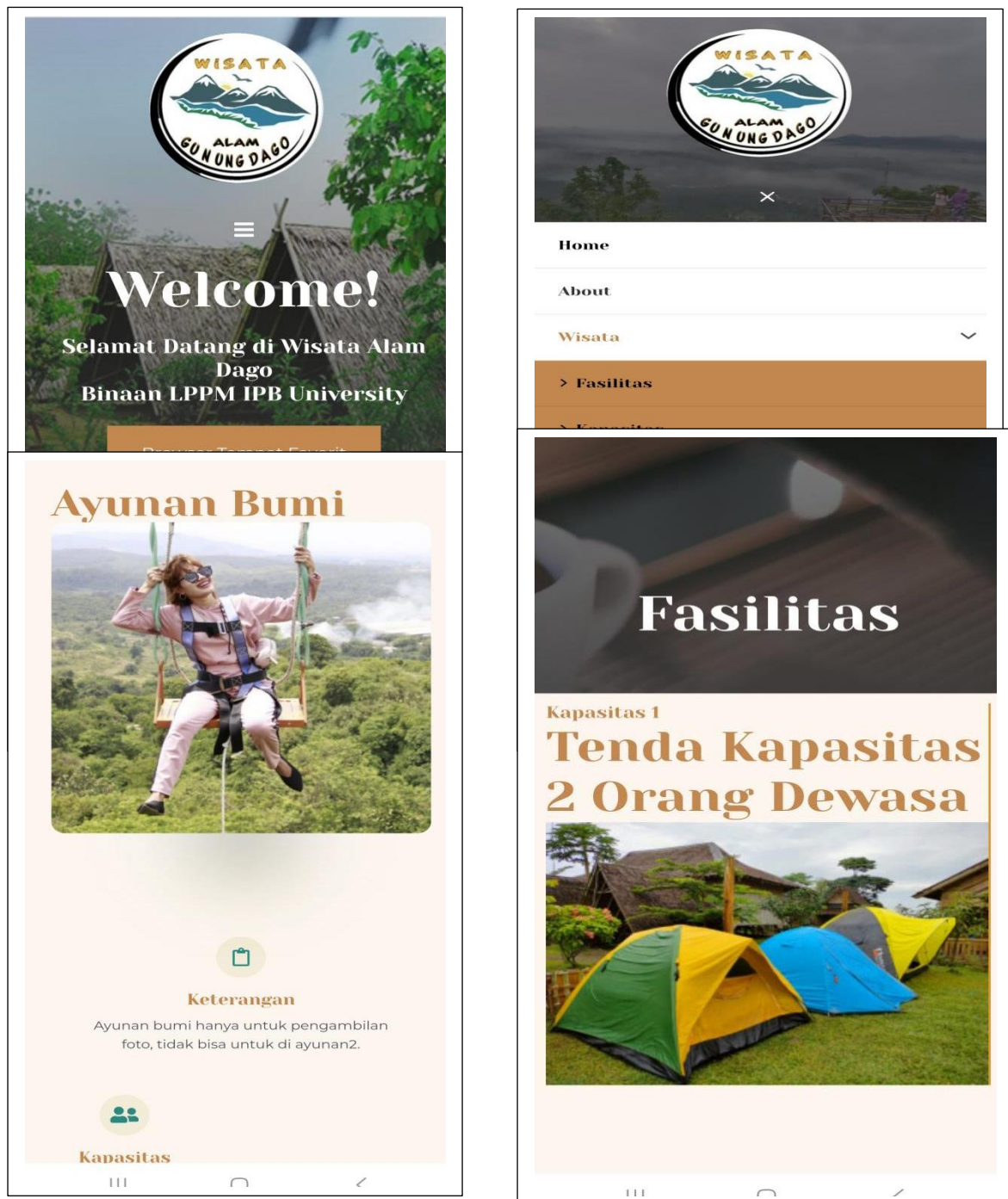
Kegiatan pengabdian dilakukan tahap kedua yaitu tanggal 4 Desember 2023 dengan melakukan pemaparan materi dan peluncuran perdana (*launching*) website wisata di depan semua karyawan yang bekerja di wana wisata Gunung Dago (Gambar 3). Pemaparan materi dilakukan untuk menyampaikan mengenai tujuan dari pembuatan website dan tahapan yang dilakukan dalam kegiatan dosen mengabdikan inovasi. Website yang dirancang bagi pengelola wana wisata Gunung Dago dalam menyebarkan informasi mengenai destinasi wisata termasuk mempromosikan atraksi dan daya tarik serta layanan yang disediakan bagi pengunjung tanpa harus mengunduhnya melalui *playstore*.



Gambar 3. Sosialisasi Website Wisata Alam Gunung Dago

Pemaparan juga dilakukan untuk menyampaikan mengenai fitur yang terdapat di website wisata Gunung Dago (<https://wisatagunungdago.com/>) (Gambar 4). Pemaparan di depan puluhan staf destinasi wisata untuk menginformasikan fitur yang terdapat di website yaitu kondisi umum mengenai Wana Wisata Gunung Dago, atraksi wisata, pelayanan akomodasi, fasilitas, saran serta terdapat tersambung ke admin untuk pembelian tiket dan reservasi penginapan. Pemaparan mengenai website wisata yang dirancang dihadapan

karyawan di Wana Wisata Gunung Dago termasuk staf yang akan mengelola website Wisata Alam Gunung Dago ke depannya untuk melakukan pembaharuan informasi konten dari website.



Gambar 4. Tampilan Website Wisata Alam Gunung Dago

Tahap terakhir dalam kegiatan dosen mengabdikan inovasi yaitu kegiatan evaluasi yang dilaksanakan pada Tanggal 10 Desember 2023. Kegiatan ini berupaya untuk mendapatkan masukan dari pengelola dan para karyawan untuk perbaikan dan penyempurnaan website. Kegiatan evaluasi juga sebagai sinkronisasi antara rencana pelaksanaan dengan implementasi/pelaksanaan. Kegiatan Dosen Mengabdikan Inovasi di Wana Wisata Alam Dago dalam pelaksanaannya terdapat beberapa hambatan yaitu mengenai informasi dalam website yang sudah coba dirancang oleh tim dosen mengabdikan inovasi masih belum mencakup semua

Asosiasi Dosen PkM Indonesia (ADPI)

daya Masya baru terutama *spot* foto di destinasi. Solusi mengenai hal ini yaitu menugaskan sumberdaya manusia/staf di Wana Wisata Gunung Dago menjadi admin dari website wisata sehingga dapat secara rutin memperbaharui informasi yang dicantumkan termasuk daya Masya wisata yang disediakan destinasi wisata..

Permasalahan kedua yaitu jumlah sumberdaya manusia yang ada Masyarakat kurang memadai khususnya yang mengerti terkait teknologi digital, hal ini akan menghambat dalam proses transfer cara memperbaharui website wisata. Tim dosen mengabdikan inovasi mencoba melakukan wawancara untuk mendapatkan staf yang Masyarakat memahami tentang digitalisasi untuk menjadi operator dan content creator untuk mendukung pembaharuan informasi website. Tim dosen mengabdikan inovasi juga melatih secara khusus kepada staf terpilih yang mampu mengoperasikan website Wisata Alam Gunung Dago.

SIMPULAN DAN SARAN

Peningkatan digitalisasi wisata melalui website wisata <https://wisatagunungdago.com/> dapat menjadi media bagi pengelola untuk memperluas akses informasi pengunjung maupun calon pengunjung. Website Wisata Alam Gunung Dago dapat membantu pengunjung dalam memilih atraksi wisata yang akan dipilih karena dalam website tersebut terdapat informasi tentang harga, kapasitas pengunjung, syarat pengunjung dan lainnya. Dampak ekonomi dengan adanya multiplier effect khususnya dalam menggerakkan ekonomi UMKM, juga dapat membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Hal ini tentu akan membantu program SDGs Desa Dago terutama Goals 8 pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi dan SDGs 9 Industri, inovasi dan infrastruktur serta SDGs 10 Mengurangi ketimpangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis kegiatan pengabdian Masyarakat Sekolah Vokasi IPB University menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Pengembangan Masyarakat dan Agromaritim IPB University yang telah memberikan pendanaan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat Dosen Mengabdikan Inovasi (DMI). Tim penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Vokasi IPB University yang memberikan kesempatan kegiatan pengabdian Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim A, Zamrudi Z. 2018. Wisatawan Digital : Peran Media Sosial Dalam Membentuk Minat Berwisata. Jurnal Ilmiah Manajemen At- Tadbir, Vol. 2 (2) : 102-110.
- Adzkaar M, Dhewi S. 2024. Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Pada Followers Instagram @kelilingkampung. Jurnal Sosial dan Humaniora, Vol. 1 (3): 348-365.
- Arfiga W, Alqarni W, Afrijal A. 2023. Transformasi Digital Sebagai Media Promosi Pariwisata di Kabupaten Aceh Tengah (Studi kasus: Dinas Pariwisata Kabupaten Aceh Tengah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Vol. 8 (2), Hal. 1-13
- Faurina R, Sari JP, Agustian I. 2022. Pengembangan Website Tourism dan pemanfaatan Iklan Untuk Promosi Wisata Desa Rindu Hati. Jurnal Abdi Reksa, Vol. 3(1): 23-35
- Hastuti I, Sopingi. 2022. The Development of Tourism Village Based on Digital Management. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), Vol. 6(2): 2010-2014

- Hidayat WF, Rapiyanto PT, Shidiq F. 2020. Perancangan Websiite Desa Wisata WukirsariBantul Sebagai Media Promosi dan Pemesanan. Jurnal Infortech, Vol. 2(1), Hal
- Ichsan RN, Laratmase P, Novedliani R, Utami EY, Mahmudin T. 2024. Digitalisasi Destinasis Sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Indonesia. Jurnal Edunomika, Vol. 2(2), Hal. 1-13
- Kurniadin MF, Wawanudin. 2024. Pembedayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Gunung Dago di Desa Dago Kecamatan Parung panjang Kabupaten Bogor. Jurnal Multidisiplin Rubinstein, Vol. 2(2), Hal. 96
- Pawast DI, Muhtadi. 2021. Implemantasi Program Pengelolaan Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) di Kawasan Wisata Alam Gunung dago Kabupaten Bogor. Jurnal Hutan dan Masyarakat, Vol. 13(2) : 135-146
- Purnamawati IGA, Adnyani NKS. 2024. Digital-Based Tourism Village Management with The Concept of Green Economy and Harmonization as Tourism Forces. Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 10 (1): 35-42.
- Riyanto S, Kurniawati ID. 2018. Rancang Bangun Website Desa Kresek-MadiunUntuk Media Informasi Potensi Wisata dan Kuliner. Jurnal Sistem Informasi Ilmu Komputer Prima, Vol. 26(2) : 4549-4556
- Rizky M, Sari TN. 2020. The Influence of Instagram Social Media Against Traveling Interest: Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Traveling. Proceeding of The ICECRS (Educational and Psychological Conference in The 4.0 Era , Vol 8: 1-12
- Sari YR, Erawan E, Sabiruddin. 2022. Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kutai Kertanegara. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 10 (3): 169-183
- Surentu YZ, Warouw DSM, Rembang M. 2020. Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata di Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa.
- Sutisna N, Alifi M, Muhaeimin, Ramadhan A, Pratiwi M, Fitriyah N, Muldi A. 2022. Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Kampung Wisata Pekijing. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat . Vol. 7(1) : 72-79
- Untari R, Avenzora R, Darusman D, Sunarminto T. 2019. Academic Comunnity's Attitudes and Perceptions on the Decisioan of Visiting Nature-based tourism Destination in Indonesia. International Journal of Research and Review, Vol.6 (3): 121-128
- Untari R, Avenzora R, Darusman D, Sunarminto T. 2019. Community Responses to Nature-based Tourism Promotion Materials in Indonesia. Jurnal Manajemen Hutan Tropika, Vol. 25 (1): 17-27
- Vania A. Negara IMK, Mananda IGPB S, 2022. Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui TikTok Pada Pantai Indah Kapuk 2 Jakarta. Jurnal Industri Perjalanan Wisata (IPTA), Vol. 10 (1) : 1-10
- Wijaya SW. 2016. Media Sosial bagi Desa Wisata: Sebuah Kajian Konseptual. Jurnal Media Teknika. Vol.11 (1) : 55-59