

PENGEMBANGAN WEBSITE SEBAGAI SARANA PENINGKATAN PROMOSI PASAR TRADISI LEMBAH MERAPI

Meychel Danius Fedrix Sambuari¹, Eska Almuntaha², Windyaning Ustyannie^{*3}, Erma Susanti⁴

^{1,3} Jurusan Rekayasa Sistem Komputer, Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, IST AKPRIND

² Jurusan Bisnis Digital, Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, IST AKPRIND

⁴ Jurusan Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Bisnis, IST AKPRIND

*email: wustyannie@akprind.ac.id

ABSTRACT

Banyubiru Tourism Village has a market potential that is able to attract tourists to come to the Merapi Valley Tradition Market. The market sells a variety of traditional specialties, traditional souvenirs, traditional utensils, and so on. However, in this tourism village promotion activity, it is still conventional and has not been touched by digital promotion, both in the form of websites and social media. This is the background for the community service program for the creation of the Merapi Valley Tradition Market website in Banyubiru Tourism Village, Dukun District, Magelang Regency. The activity of making this website began with observations of the Head of RW, Head of RT and local residents to collect information about the Merapi Valley Traditional Market. After the website content components have been sufficient, proceed with the design and content of the Merapi Valley Traditional Market website. Furthermore, the implementation of website creation begins with the preparation of hosting and domains as well as the addition of SSL for website security. The process after implementation, namely uploading the website to the hosting that has been provided. The last is the handover of the website to the Management of the Merapi Valley Traditional Market. Making this website aims to make it easier for the wider community, both domestic and foreign tourists to get information about the cultural diversity in the Banyubiru Tourism Village, especially the culture in the Merapi Valley Tradition Market.

Keywords: *website, tourism village, online marketing*

ABSTRAK

Desa Wisata Banyubiru memiliki potensi pasar yang mampu untuk menarik wisatawan untuk datang ke Pasar Tradisi Lembah Merapi. Pasar tersebut menjual berbagai makanan khas tradisional, *souvenir* tradisional, perkakas tradisional, dan lain sebagainya. Namun dalam kegiatan promosi desa wisata ini masih secara konvensional dan belum tersentuh oleh promosi digital, baik berupa *website* maupun *social media*. Hal tersebut yang melatarbelakangi program pengabdian kepada masyarakat untuk pembuatan *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi di Desa Wisata Banyubiru, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang. Kegiatan pembuatan *website* ini, diawali dengan observasi terhadap Ketua RW, Ketua RT dan warga sekitar untuk mengumpulkan informasi tentang Pasar Tradisi Lembah Merapi. Setelah komponen konten *website* sudah cukup dilanjutkan dengan pembuatan desain dan konten *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi. Selanjutnya implementasi pembuatan *website* yang diawali dengan penyiapan *hosting* dan domain serta penambahan SSL untuk keamanan *website*. Proses setelah

implementasi, yaitu *upload website* ke hosting yang sudah disediakan. Terakhir adalah kegiatan serah terima *website* kepada Pengurus Pasar Tradisi Lembah Merapi. Pembuatan *website* ini bertujuan agar masyarakat luas, baik wisatawan domestik dan mancanegara lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai keragaman budaya di Desa Wisata Banyubiru terutama budaya yang ada di Pasar Tradisi Lembah Merapi.

Kata Kunci : website, desa wisata, pemasaran online

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor penting dalam menunjang pembangunan nasional. Kegiatan kepariwisataan dapat membuka dan memberikan peluang untuk Bergeraknya berbagai kegiatan sosial ekonomi masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung (Mu'alim & Habibussalam, 2021). Merujuk *statement* tersebut, setiap daerah kemudian memiliki peluang untuk memaksimalkan dana pembangunan untuk meningkatkan perekonomian. Hal tersebut yang melatarbelakangi program pembuatan *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi di Desa Wisata Banyubiru, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang. Desa Wisata Banyubiru ini memiliki potensi pasar yang mampu untuk menarik wisatawan untuk datang ke Pasar Tradisi Lembah Merapi. Pasar tersebut menjual berbagai makanan khas tradisional, *souvenir* tradisional, perkakas tradisional, dan lain sebagainya dimana Pasar Tradisi Lembah Merapi ini dapat meningkatkan perekonomian warga Desa Banyubiru sebesar 15% (Muliawanti & Susanti, 2020), (Haksoro, 2019). Namun dalam kegiatan promosi desa wisata ini masih secara konvensional dan belum tersentuh oleh promosi digital, baik berupa *website* maupun *social media*.

Website merupakan bagian dari teknologi internet, dimana teknologi adalah sistem yang diciptakan oleh manusia untuk maksud dan tujuan tertentu untuk mempermudah manusia dalam meringankan usahanya, meningkatkan hasilnya, dan menghemat tenaga dan sumber daya yang ada (Andriyan et al., 2020). *Website* sebagai media promosi atau biasa disebut pemasaran *online* merupakan salah satu dari pemasaran langsung (*direct marketing*) (Hasugian, 2018). Alur kerja pembuatan *website* mulai pembuatan desain dan konten, implementasi pembuatan *website*, penyiapan hosting yang merupakan layanan untuk menyimpan data, gambar, dan file pada suatu *website* (Muharam & Persada, 2020). Domain merupakan sebuah alamat *website* yang berfungsi sebagai alamat atau identitas dari server pada *website* tersebut (Rahim et al., 2019). Domain dapat terdiri dari berbagai ekstensi, seperti .com; .net; .id dan lain sebagainya. Tambahan fitur keamanan SSL (*Secure Socket Layer*) diperlukan untuk memberikan keamanan enkripsi pada *website* (Noya et al., 2021). Kemudian dilanjutkan proses *upload website* ke hosting atau penyedia layanan.

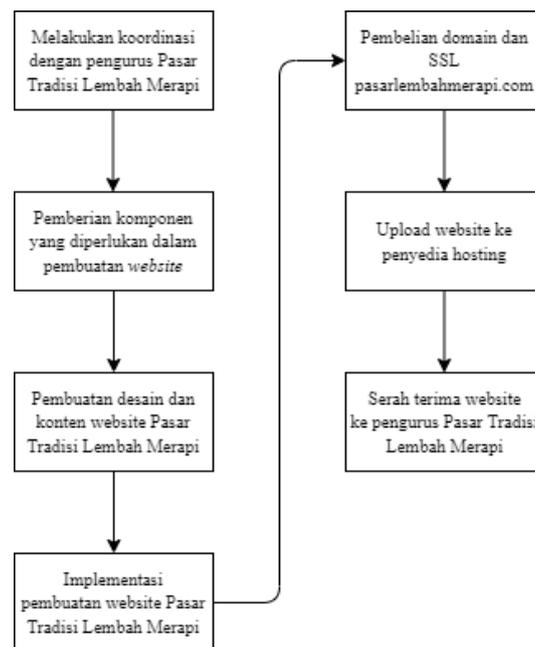
Pemasaran secara daring (*online marketing*) adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet (Jati & Yuliansyah, 2017). Keuntungan dari pemasaran *online* adalah akses informasi *retrieval* dan tidak ada pembatasan materi promosi yang dilakukan dengan biaya relatif murah (Suripto, 2019). Melalui proses dalam pembuatan karya media promosi ini, dihasilkan karya *website ecommerce* sebagai media promosi dan penjualan. Pembuatan konten Pasar Tradisi Lembah Merapi dapat dilakukan dengan menggunakan media *website*, sehingga dapat dijangkau oleh semua orang tanpa terhalang jarak dan waktu.

Pembuatan *website* ini bertujuan agar masyarakat luas, baik wisatawan domestik dan mancanegara lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai keragaman budaya di Desa Wisata Banyubiru terutama budaya yang ada di Pasar Tradisi Lembah Merapi.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama satu bulan, yaitu dari bulan Juni hingga Juli tahun 2022 di Desa Wisata Banyubiru, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Adapun tugas dari masing-masing anggota, yaitu melakukan observasi, membuat desain dan konten *website* implementasi pembuatan *website* dan penyiapan *domain*, *hosting*, *SSL* serta *upload website* ke penyedia layanan. Pembuatan *website* ini diawali dengan observasi, hal ini dilakukan untuk mengetahui kondisi dari Desa Wisata Banyubiru terutama Pasar Tradisi Lembah Merapi. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap terhadap ketua RW, ketua RT dan masyarakat di daerah Dusun Gadingan, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang untuk menghimpun data terkait tentang kondisi dan potensi yang dapat dikembangkan serta kendala yang dihadapi oleh para warga Desa Wisata Banyubiru dalam menjalankan promosi Pasar Tradisi Lembah Merapi. Dari pemaparan ini maka diadakan rencana pembuatan *website* Pasar Lembah Merapi.

Hasil observasi selanjutnya disusun menjadi alur kerja pembuatan *website* mulai dari koordinasi, pemberian asset, pembuatan desain dan konten. Desain *website* disesuaikan dengan kebutuhan local wisdom dari pasar tradisi lembah Merapi yang menggunakan kearifan local sebagai dasar dari pengelolaan dan pengembangan (Komariah et al., 2018). Implementasi pembuatan *website*, penyiapan *hosting* dan domain serta penambahan *SSL* untuk keamanan *website* (Faurina et al., 2022), proses *upload website* ke *hosting* atau penyedia layanan dan terakhir serah terima *website* ke pengelola desa wisata (Riyanto, 2015). Diagram alir kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram alur kegiatan

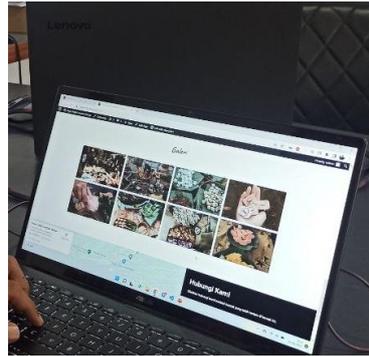
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan *website* ini diawali dengan koordinasi bersama pengurus Pasar Tradisi Lembah Merapi tentang potensi yang dapat dijadikan konten dalam *website*. Kemudian kegiatan dilanjutkan dengan pemberian komponen yang diperlukan dalam pembuatan *website*. Setelah komponen yang diperlukan cukup, proses selanjutnya adalah pembuatan konten dan *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi.



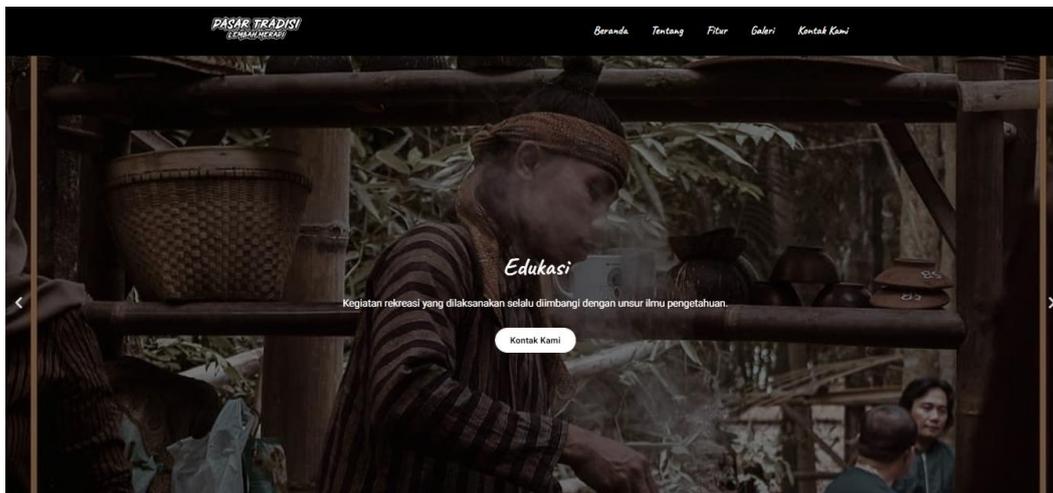
Gambar 2 Pembuatan website Pasar Tradisi Lembah Merapi

Proses selanjutnya adalah implementasi *website* yang diawali dengan penyiapan *hosting* dan domain serta penambahan SSL untuk keamanan *website*. Komponen-komponen ini diperlukan agar *website* dapat diakses secara online oleh siapa saja yang membutuhkan informasi. Proses setelah implementasi, yaitu *upload website* ke hosting yang sudah disediakan.



Gambar 3 Upload konten Pasar Tradisi Lembah Merapi

Setelah proses *upload* selesai, laman *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi dapat diakses melalui alamat <https://pasarlembahmerapi.com/>. Tampilan halaman utama atau *dashboard* dalam *website* Pasar Lembah Merapi dapat dilihat pada Gambar 4. Website memiliki lima fitur menu yaitu beranda, tentang, fitur, galeri dan kontak kami. Lewat fitur beranda semua konten dapat dijelajahi untuk menuju menu-menu fitur-fitur menu yang disediakan.



Gambar 4 Header dan banner website

Halaman tentang kami dapat diakses lewat menu-menu yang ada di beranda. Tampilan halaman tentang kami dapat dilihat pada Gambar 5.



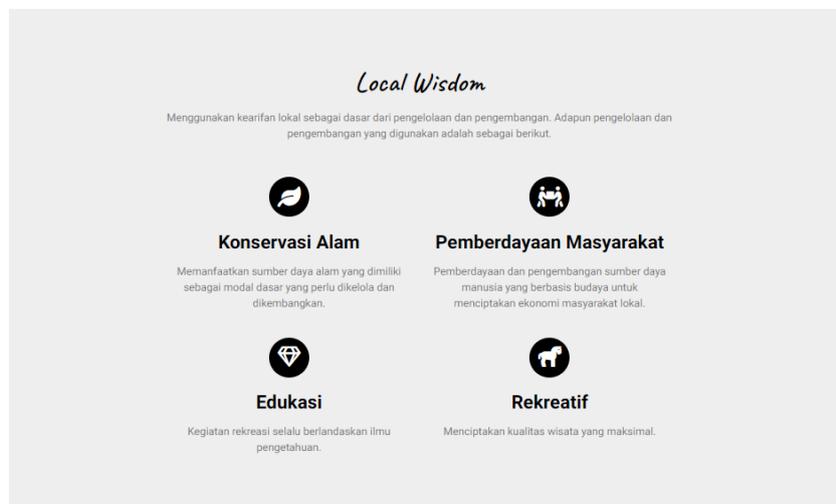
Pasar Tradisi Lembah Merapi

Pemberdayaan dan pengembangan sumber daya manusia yang berbasis budaya untuk menciptakan ekonomi masyarakat lokal.

[Kontak Kami](#)

Gambar 5 Konten tentang Pasar Tradisi Lembah Merapi

Menu fitur juga dapat dijelajahi lewat menu yang ada di beranda. Fitur terdiri dari beberapa kategori konten, yaitu konservasi alam, pemberdayaan masyarakat, edukasi dan rekreatif. Tampilan menu fitur ditunjukkan pada Gambar 6. Kategori menu-menu ini sesuai dengan kebutuhan dari local wisdom dari pasar tradisi lembah Merapi yang menggunakan kearifan local sebagai dasar dari pengelolaan dan pengembangan.



Gambar 6 Konten fitur Pasar Tradisi Lembah Merapi

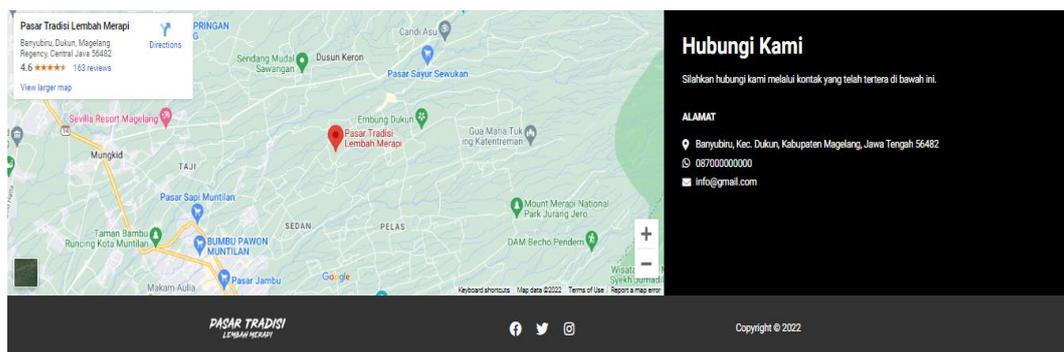
Salah satu menu penting yang juga ditunjukkan pada website ini adalah menu galeri. Galeri berisi dokumentasi aktivitas yang terjadi di pasar tradisional. Tampilan menu galeri ditampilkan pada Gambar 7. Galeri ini merupakan gambaran keindahan aktivitas masyarakat yang terjadi, dan juga pameran hasil fotografi amatir, jepretan foto-foto indah aktivitas yang terjadi di pasar tradisional lembah Merapi.

Galeri



Gambar 7 Galeri foto Pasar Tradisi Lembah Merapi

Konten lainnya yang tidak kalah penting adalah menu kontak kami. Menu ini menunjukkan letak lokasi pasar tradisional lembah merapi dengan menggunakan peta google maps. Selain itu juga kontak pengelola website yang dapat dihubungi. Menu ini dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8 Konten lokasi koordinat, alamat, kontak person, footer Pasar Tradisi Lembah Merapi

Setelah proses pembuatan *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi selesai, kegiatan serah terima *website* kepada Pengurus Pasar Tradisi Lembah Merapi dilakukan bersamaan dengan agenda perpisahan peserta pengabdian kepada masyarakat dengan Kepala Desa Gandingan. Kegiatan perpisahan ini dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9 Perpisahan peserta pengabdian masyarakat dengan Kepala Desa Gadingan

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan ini adalah pembuatan *website* Pasar Tradisi Lembah Merapi yang dilaksanakan oleh pengabdian. Kegiatan promosi yang awalnya hanya berjalan secara konvensional, saat ini promosi sudah dapat dilakukan secara digital. Hasilnya untuk saat ini Pasar Tradisi Lembah Merapi sudah memiliki *website* yang dapat diakses melalui alamat <https://pasarlembahmerapi.com/> sebagai sarana promosi online dan wisatawan baik domestik maupun mancanegara dapat mengetahui informasi tentang Pasar Tradisi Lembah Merapi secara online. Dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan jumlah pengunjung wisatawan ke Pasar Tradisi Lembah Merapi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ketua RT, Ketua RW dan warga di daerah Dusun Gadingan, Kecamatan Dukun, Kabupaten Magelang. Serta kepada Pimpinan Institut dan LPPM IST AKPRIND Yogyakarta atas bantuan perizinan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyan, W., Septiawan, S. S., & Aulya, A. (2020). Perancangan Website sebagai Media Informasi dan Peningkatan Citra Pada SMK Dewi Sartika Tangerang. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 6(2), 79–88. <https://doi.org/10.54914/jtt.v6i2.289>
- Faurina, R., Sari, J. P., Agustian, I., Informatika, P. S., Teknik, F., Bengkulu, U., Studi, P., Informasi, S., Teknik, F., Bengkulu, U., Studi, P., Elektro, T., Teknik, F., Bengkulu, U., Limun, K., Bengkulu, K., Putri, D. C., Indu, B., Jung, B., ... Adat, T. (2022). *Pengembangan Website Tourism Dan Pemanfaatan*. 3.
- Haksoro, A. (2019). *Desa Wisata Banyubiru Kerek Perekonomian 15 Persen*. <https://www.gatra.com/news-457590-ekonomi-desa-wisata-banyubiru-kerek-perekonomian-15-persen-.html>

- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86.
- Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). *PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE (ONLINE MARKETING STRATEGY) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store)*. 1(1), 2598–2823.
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2), 158–174. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Mu'alim, Z. A., & Habibussalam, H. (2021). Tinjauan Literatur Sistematis Terhadap Pembangunan Kepariwisataan Yang Berkelanjutan. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 6(November), 171–192. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v6i2.1756>
- Muharam, M., & Persada, A. G. (2020). Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo. *Automata*, 1(2), 22–29.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta ISKI*, 3(02), 135–143. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.53>
- Noya, D. S., Langi, H. S., & Doringin, F. J. (2021). Rancang Bangun Website Sebagai Sarana Promosi Wisata Pulau Lembeh. *Prosiding Industrial Research ...*, 4–5. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2767/2157>
- Rahim, A. R., S, S., PL, T., & Agus P, R. (2019). Pembuatan Web Desa Karanggeneng Sebagai Sarana Informasi Desa Dan Promosi Desa. *DedikasiMU(Journal of Community Service)*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v1i1.1092>
- Riyanto, A. D. (2015). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. *Seminar Nasional Informatika 2015 (SemnasIF 2015)*, 2015(November), hh 28-35.
- Suripto, T. (2019). Kajian Literatur Efektifitas Pemasaran Produk Dengan Menggunakan Sistim Online Marketing di Era Disruption. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 8(2), 120. [https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8\(2\).120-128](https://doi.org/10.21927/jesi.2018.8(2).120-128)