

Edukasi Penggunaan *Website* Bagi Kelompok Sadar Wisata Panbo Beach

Helly Aroza Siregar¹, Febdwi Suryani², Pujiono³, Nurlasera⁴

^{1,2,3}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

⁴Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: hellyaroza@gmail.com

Abstrak

Panbo Beach merupakan suatu tempat wisata alam yang berlokasi di Kecamatan Batu Bersurat, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Tempat wisata ini merupakan tempat wisata baru yang pengelolaannya dibantu dengan adanya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Panbo Beach. Permasalahan utama yang dihadapi oleh Panbo Beach adalah jumlah pengunjung yang masih sedikit. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini adalah untuk membuat sebuah *website* untuk memasarkan tempat wisata ini, kemudian memberikan pelatihan untuk mengoperasikan *website* tersebut. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah analisis kebutuhan dan perancangan sistem, kemudian melaksanakan *workshop* penggunaan *website*. Hasil dari kegiatan adalah tersedianya *website* dengan alamat <http://panbobeach.com> dan bertambahnya pengetahuan dan kemampuan peserta *workshop* dalam mengoperasikan *website* tersebut.

Kata Kunci: Website, workshop, pokdarwis Panbo Beach

Abstract

Panbo Beach is a natural tourist spot located in Batu Bersurat District, Kampar Regency, Riau Province. This tourist spot is a new tourist spot whose management is assisted by the Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Panbo Beach. The main problem faced by Panbo Beach is the small number of visitors. The purpose of implementing this Community service are to create a website to market this tourist spot, then provide training to operate the website. The method used in conducting this community service is needs and design system analysis, then carry out a workshop in purpose to using the website. The result of the community service were, the availability of a website with the address is <http://panbobeach.com> and increased knowledge and skills of workshop participants in operating the website.

Keywords: Website, workshop, Pokdarwis Panbo Beach

Pendahuluan

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Namun, Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak tahun 2019 hingga saat ini, memberikan dampak yang sangat destruktif terhadap industri pariwisata. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, penurunan angka kunjungan wisatawan dari mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 mencapai angka lebih dari 70% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Adanya pembatasan sosial berskala besar dan ditutupnya akses keluar-masuk Indonesia, menyebabkan penurunan pendapatan negara disektor pariwisata sebesar Rp 20,7 miliar. Hal ini

menyebabkan sekitar 12,91 juta orang disektor pariwisata mengalami pengurangan jam kerja, dan 939 ribu orang di sektor pariwisata sementara tidak bekerja (Anonim, 2021).

Berbagai pihak, baik dari unsur pemerintah, perusahaan swasta yang bergerak di bidang sektor pariwisata maupun masyarakat berusaha untuk melakukan berbagai upaya agar sektor pariwisata dapat bangkit kembali. Di kabupaten Kampar, Pemerintah Daerah mengeluarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 14 Tahun 2020 tentang Rencana Induk Kepariwisata Kabupaten Kampar 2020-2025. Peraturan ini bertujuan untuk menyelenggarakan kepariwisataan dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan nasional, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik dan destinasi wisata di Kabupaten Kampar.

Adapun implementasi dari Peraturan Daerah Kabupaten Kampar Nomor 14 Tahun 2020 tersebut adalah membentuk dan memberdayakan kelompok masyarakat untuk mengelola kawasan Panbo Beach sebagai destinasi pariwisata baru. Sementara, aspek pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan merangkul masyarakat setempat yang dipandu oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar untuk membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Panbo Beach pada tahun 2020 yang dikukuhkan dengan Surat Keputusan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Nomor: 912/DPK-PAR/638 pada tanggal 10 Oktober 2020.

Panbo Beach merupakan suatu area bentangan alam yang terdiri dari sungai, bukit dan hamparan tanah landai seluas ±12 hektar. Panbo Beach berada di kelurahan Batu Bersurat, Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar. Kawasan Batu Bersurat dikenal memiliki kekayaan sejarah karena pada daerah tersebut berdekatan dengan Candi Muara Takus yang merupakan candi tertua di Sumatera dan satu-satunya situs candi yang ada di Provinsi Riau. Kekayaan sejarah pada kawasan Batu Bersurat ini adalah peristiwa pada tahun 1990 dimana pemerintah menenggelamkan beberapa desa untuk pembangunan PLTA Koto Panjang di Kabupaten Kampar. Sampai saat ini desa yang terdiri dari bangunan rumah-rumah, jalan dan fasilitas lainnya berada di dalam Sungai Kampar sehingga memiliki keunikan tersendiri.

Pada saat ini, Panbo Beach belum dioperasikan sebagai tempat wisata secara resmi, namun Pokdarwis Panbo Beach yang dipandu dan didampingi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sudah melakukan inisiasi pelaksanaan beberapa even dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak untuk dapat memperkenalkan tempat ini kepada masyarakat luas.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Panbo Beach adalah pemasaran yang masih terbatas pada media sosial Facebook dan Instagram. Sementara, metode pemasaran tersebut masih belum efektif. Hal ini karena jaringan pemasaran yang masih terbatas dalam skala lokal di daerah Kabupaten Kampar. Pada kenyataannya, lokasi wisata ini masih belum dikenal oleh masyarakat luas.

Ketika dunia sedang beralih ke era informasi, adopsi teknologi informasi (TI) meningkat pesat. Internet telah mengubah dunia menjadi desa global yang dapat

dinavigasi dengan mengklik *mouse*. Ini memberi calon wisatawan akses langsung ke konformasi tekstual dan visual pada tujuan di seluruh dunia. Internet juga telah menjadi alat penting dalam transaksi bisnis ke bisnis (B2B) dan bisnis ke konsumen (B2C), distribusi produk, jaringan mitra bisnis, dan merupakan sarana instan untuk mengakses pengetahuan tentang semua jenis subjek termasuk informasi terkait perjalanan dan pariwisata (Jadhav & Mundhe, 2011). Tren utama di bidang komunikasi elektronik industri pariwisata disajikan dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi, saat ini tengah berkembang (Troshin et al., 2020).

Menurut WTO, Internet merevolusi distribusi informasi dan penjualan pariwisata. Proporsi pengguna Internet yang membeli secara online semakin meningkat dan pariwisata akan mendapatkan pangsa pasar perdagangan online yang semakin besar (Hojeghan & Esfangareh, 2011). Internet diperlukan sebagai media publikasi yang sekaligus bisa menjadi media untuk pemasaran produk agar produk-produk tersebut semakin dikenal oleh masyarakat luas. Saat ini akses informasi sebagian besar mulai beralih ke internet menggantikan media fisik (Irkhos & Risdianto, 2022).

E-commerce pariwisata adalah untuk meningkatkan konektivitas internal dan eksternal institusi pariwisata melalui teknologi informasi canggih, yang membuat hubungan antara perusahaan pariwisata lebih dekat, komunikasi informasi lebih lancar, semacam perdagangan elektronik membentuk hubungan antara perusahaan pariwisata dan wisatawan (Meng, 2017). Perkembangan industri pariwisata yang dikaitkan dengan pesatnya pertumbuhan *e-commerce* telah membuktikan adanya pelanggan baru (Muro et al., 2007).

Teknologi informasi (TI), adalah inovasi yang telah beroperasi pada perubahan besar disektor pariwisata dalam beberapa dekade terakhir dan berkontribusi terhadap daya saing dalam layanan pariwisata (Fominiené, 2016). Perkembangan IT yang pesat saat ini dan khususnya internet, turut andil dalam perkembangan cepat “usang”nya jasa pariwisata (Benckendorff, 2008). *Review online* pada sebuah website tentunya berpengaruh dalam pengambilan keputusan wisatawan terhadap tempat yang akan dikunjungi dan untuk tinggal di tempat tersebut (Saravana Kumar, 2019). Wisatawan lebih diuntungkan dengan adanya teknologi internet dan website pariwisata (Mauri & Minazzi, 2013).

Pariwisata merupakan salah satu industri yang potensial untuk dikembangkan pada masa modern sekarang. Namun tidak semua objek wisata dapat berkembang dengan baik karena beberapa faktor, misalnya masih digunakannya media tradisional dalam pelaksanaan promosi. Pemanfaatan media promosi digital yang memanfaatkan akses internet (termasuk website) dirasakan lebih cepat dan mudah bagi semua kalangan pasar yang akan dituju (Kembaren et al., 2022).

Pada industri pariwisata, media digital saat ini diperlukan dalam mengakses informasi pariwisata dengan mudah yaitu melalui web dan sosial media yang merupakan instrumen yang sangat bermanfaat untuk pemasar dalam menghasilkan merek yang kuat serta menghasilkan keunggulan kompetitif (Simanjuntak & Setiawan,

Agus, 2021).

Sehingga promosi pariwisata tidak lagi dilakukan secara manual melalui baliho, pamflet, dsb. Dengan hadirnya media digital ini menjadikan suatu kesempatan besar bagi perkembangan industri pariwisata di zaman serba digital saat ini. Dalam mengunjungi destinasi wisata pada suatu negara, wisatawan perlu mencari informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata yang ingin dikunjungi di negara tersebut. Informasi-informasi tadi perlu memanfaatkan teknologi informasi melalui media digital yaitu website (Ismail & Frinaldi, 2022).

Penggunaan *website* sebagai produk dari teknologi informasi diperlukan untuk melakukan promosi dari tempat wisata. Penggunaan website merupakan suatu bentuk *digital marketing*. Tren *digital marketing* kini sudah mulai dikenal oleh masyarakat secara luas, terutama bagi para pemilik bisnis. Kemudahan dan efektivitas yang ditawarkan tentunya menjadi alasan strategi promosi digital penting bagi bisnis. Maka tak heran rasanya bila saat ini sudah banyak perusahaan yang mulai beralih ke digital dalam melakukan kegiatan digital. Sebab para pemilik bisnis sudah mulai menyadari pentingnya penerapan promosi digital.

Website adalah salah satu media promosi terpopuler saat ini. *Website* memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas. Untuk memperoleh *website* sebagai media efektif dalam menyampaikan informasi, diperlukan penerapan strategi tertentu sehingga kegiatan promosi website yang dilakukan mencapai hasil yang maksimal. Pemanfaatan koneksi internet *sebagai* salah satu media informasi yang dapat menjangkau khalayak lebih banyak. Sebagaimana telah diketahui bahwa perkembangan internet sebagai media promosi dan informasi terus berkembang pesat. Hal ini menuntut proses adaptasi yang cepat dalam bidang strategi promosi di internet (Surentu et al., 2020).

Website berasal dari kata *World Wide Web*, yakni layanan yang didapati oleh pemakai komputer yang terhubung dengan jaringan internet. *Website* merupakan aplikasi tertentu yang berjalan di atas *platform* atau *operation system browser*. Dengan demikian website yang dimaksud dalam penelitian ini berarti sebuah halaman informasi yang tersedia secara online dan dapat diakses di seluruh dunia selama tersambung dengan jaringan internet. Website pada umumnya terdiri dari format teks, gambar, table, grafik, kutipan, video, musik, dan format visual lainnya yang menarik bagi pengunjung website tersebut (Surentu et al., 2020).

Teknologi digital merupakan media untuk memudahkan pola kerja manusia dengan hasil yang lebih optimal. Atas argumentasi tersebut, literasi digital merupakan salah satu variabel penting yang harus dimiliki oleh tim pengelola suatu obyek wisata (Menggo et al., 2022). Pengabdian kepada masyarakat dengan melaksanakan pelatihan penggunaan website dapat memberikan manfaat yang besar bagi promosi tempat wisata (Alfian et al., 2022; Irawan et al., 2022). Dengan pelatihan penggunaan website, pengetahuan peserta pelatihan meningkat dalam mengoperasikan website untuk tempat wisata (Aci Primartadi et al., 2021).

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar

dengan menggunakan *website* maka, tempat wisata tersebut dapat lebih mudah di akses oleh publik sehingga akan menimbulkan keinginan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Berdasarkan hal ini maka, pembuatan *website* untuk tempat wisata Panbo Beach diperlukan dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan dari wisatawan. Oleh sebab itu, pengabdian bertujuan untuk membuat suatu *website* untuk memasarkan tempat wisata Panbo Beach. Tujuan lainnya adalah untuk menambah pengetahuan dan keahlian dari anggota Pokdarwis Panbo Beach agar mampu mengoperasikan *website* tersebut.

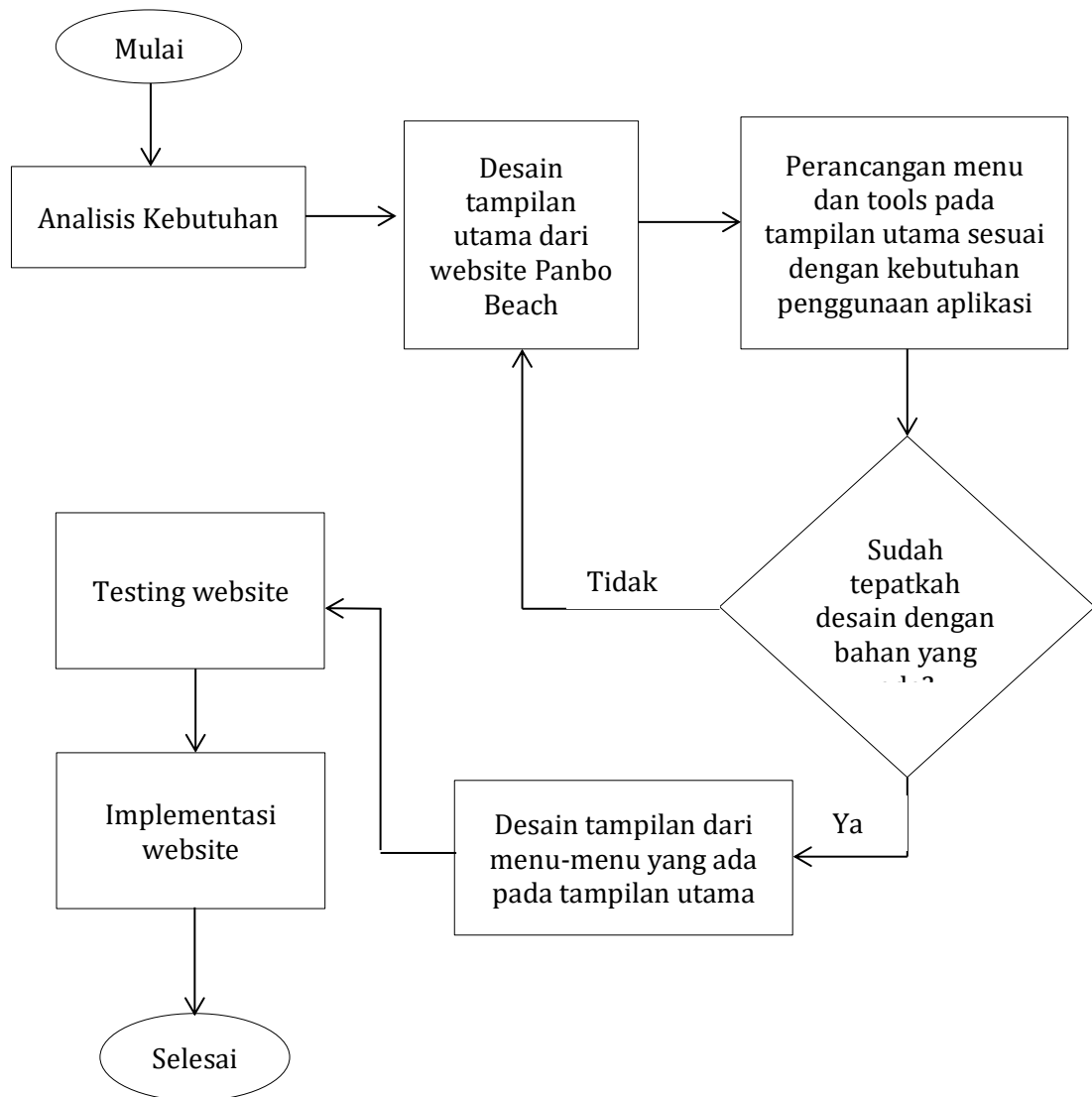
Metode

Adapun subjek kegiatan pengabdian ini adalah kelompok sadar wisata Panbo Beach yang beralamat di Jalan Batu Bersurat Kabupaten Kampar. Sementara metode pelaksanaan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut. Yang pertama, dilaksanakan analisis kebutuhan dan perancangan sistem. Berdasarkan analisis kebutuhan dan perancangan sistem dibuat sebuah *website*. Kemudian, yang kedua dilaksanakan *workshop* penggunaan *website*.

Pada tahap analisis kebutuhan dan perancangan sistem, metode yang akan dilaksanakan adalah yang pertama, analisis kebutuhan dilakukan untuk mengetahui kebutuhan mitra untuk dikembangkan dalam rancangan sistem pemasaran berbasis web. Beberapa kebutuhan yang perlu dianalisis adalah jenis jasa yang ditawarkan oleh mitra, target pasar, pemesanan tiket, dan lain-lain. Pada tahap ini, tim melakukan analisis kebutuhan dan membuat perencanaan awal mengenai kegiatan apa saja yang akan dilakukan beserta waktu yang dibutuhkan untuk masing-masing kegiatan. Pihak-pihak yang melaksanakan hal ini adalah tim pelaksana, ketua Pokdarwis Panbo Beach dan pihak ketiga yang ditunjuk untuk membangun dan mengembangkan *website*.

Pada kegiatan analisa dan perancangan sistem, tim pengusul melakukan *Focus Grup Discussion* (FGD) dengan mitra dari pengelola Panbo Beach untuk dapat menggali informasi yang dibutuhkan untuk dimuat ke dalam sistem media pemasaran berbasis web. Hal-hal yang dibahas dalam FGD adalah terkait bagaimana desain tampilan utama dari *website* Panbo Beach. Tim pengabdian mengusulkan beberapa bentuk tampilan awal dari *website* kemudian disepakati bersama. Selain itu, FGD juga membahas terkait menu-menu apa saja yang diperlukan oleh Kelompok Sadar Wisata Panbo Beach.

Selanjutnya, dilakukan analisa dan perancangan sistem yang terdiri dari perancangan *website* yang kompatibel dengan android. Setelah diperoleh berbagai keterangan yang diperlukan untuk dimasukkan ke dalam menu-menu yang ada di *website*. Hasil perancangan sistem dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Perancangan Sistem Website (Sumber: Tim Pengabdi, 2023)

Metode selanjutnya adalah *Workshop Penggunaan Website*. *Workshop Penggunaan Website* dilakukan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Panbo Beach dengan tujuan untuk menjalankan atau mengoperasikan *website* yang akan digunakan untuk memasarkan tempat wisata Panbo Beach. *Workshop* dilakukan dengan mengundang tim ahli yang pakar dalam bidang teknologi perancangan aplikasi. Sementara pendampingan dilakukan kepada Pokdarwis Panbo Beach sehingga penggunaan *website* dapat maksimal untuk digunakan sebagai media promosi.

Hasil dan Pembahasan

Panbo Beach adalah pendatang baru destinasi wisata di Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Tempat wisata ini mulai beroperasi sejak tahun 2020 dengan membangun fasilitas seperti persewaan tenda, perahu wisata dan layanan makanan dan minuman.

Pengelolaan Panbo Beach dibantu dengan keberadaan Pokdarwis Panbo Beach yang merupakan masyarakat setempat. Pariwisata berbasis masyarakat dengan memberdayakan Pokdarwis yang beranggotakan masyarakat lokal merupakan langkah yang tepat agar perekonomian di daerah tersebut dapat berkembang.

Panbo Beach sebagai usaha wisata yang baru didirikan belum diluncurkan secara resmi. Namun Pokdarwis Panbo Beach yang dipandu dan didampingi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar telah menginisiasi pelaksanaan beberapa *event* dengan menggandeng berbagai pihak untuk dapat memperkenalkan tempat ini kepada masyarakat luas. Selama tahun 2020 sampai dengan 2021, pendapatan Pantai Panbo masih sangat minim. Sebagian besar pendapatan berasal dari sewa tenda dan penyewaan perahu wisata.

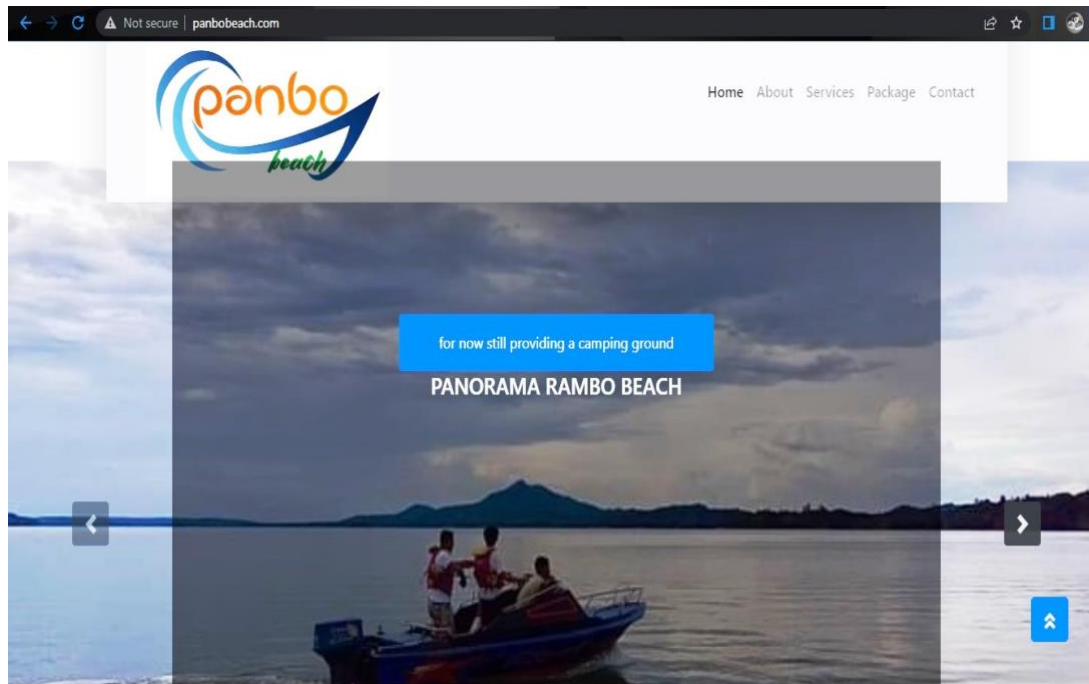
Berdasarkan situasi dan kondisi Panbo Beach, pemasaran sangatlah penting. Terutama dengan menggunakan media online karena di era internet sekarang ini semua bisa diakses dengan menggunakan internet. Pembuatan website pemasaran Panbo Beach ini merupakan dukungan kepada pihak pengelola dalam upaya memperkenalkan tempat wisata ini kepada masyarakat.

Pada tahap implementasi pembuatan website, rancangan arsitektur sistem dan desain sistem yang telah dibuat kemudian diterjemahkan ke dalam kode bahasa pemrograman. Website yang dibangun juga memungkinkan untuk dioperasikan dengan menggunakan handphone, atau kompatibel dengan android. Bahasa pemrograman yang digunakan dalam pembuatan aplikasi ini adalah bahasa pemrograman C# dengan unity editor. Setelah itu, dapat diimplementasikan sebagai aplikasi jadi yang siap untuk digunakan oleh operator dari Panbo Beach. Setelah implementasi, maka dilakukan testing program. Adapun hasil dari proses tersebut adalah sebuah website dengan alamat <http://panboeach.com>.

Adapun menu yang tersedia pada website tersebut antara lain adalah Home, About, Services, Package, dan Contact. Pada menu Beranda, semua aktivitas dan fasilitas yang tersedia di Panbo Beach ditampilkan. Adapun beberapa fasilitas dan kegiatan yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang mengunjungi Panbo Beach adalah *speedboat tour*, banana boat, foto pada ikon Panbo Beach, *camping ground* dengan fasilitas yang lengkap.

Pada menu "Tentang" menjelaskan tentang profil dan lokasi Panbo Beach. Pada menu "Paket" terdapat beberapa pilihan fasilitas paket dari Panbo Beach seperti harga paket *camping* atau sewa tenda, tiket masuk, sewa kano, dan lain-lain. Menu kontak menyediakan informasi mengenai "contact person" yang dapat dihubungi jika ingin mengunjungi Panbo Beach atau memesan tiket secara online.

Adapun tampilan depan dari website ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Tampilan Depan Website Panbo Beach (Sumber: <https://panbo beach.com>)

Pembuatan website memberdayakan pihak ketiga dengan komunikasi yang intens antara Pokdarwis Panbo Beach dan tim dosen. Setelah website Panbo Beach selesai dibuat, tim dosen kemudian mengadakan Workshop Penggunaan Website bagi Pokdarwis Panbo Beach untuk dapat mengoperasikan website tersebut. Pelaksanaan pelatihan ini mengundang pakar. Gambar berikut menunjukkan pelatihan yang dilakukan untuk anggota Pokdarwis Panbo Beach.



Gambar 3. Suasana Pelatihan Pengoperasian Website (Sumber: Tim Pengabd, 2023)

Workshop Penggunaan Website Panbo Beach diikuti oleh 12 orang anggota Pokdarwis Panbo Beach. Pengoperasian website dapat dilakukan dengan menggunakan handphone berbasis android. Hal ini untuk memudahkan anggota Pokdarwis dan mengganti berita maupun gambar di dalam website tersebut. Gambar berikut menunjukkan penggunaan website yang kompatibel dengan *smartphone*.



Gambar 4. Peserta Membuka Website dengan *Smartphone* (Sumber: Tim Pengabdian, 2023)

Adapun hasil yang dicapai dari pelaksanaan kegiatan ini adalah yang pertama, tersedianya *website* Panbo Beach yang bertujuan untuk memperkenalkan Panbo Beach kepada masyarakat luas sehingga akan meningkatkan angka kunjungan ke tempat wisata ini. Sementara hasil pelatihan pengoperasian dari website tersebut adalah peningkatan pengetahuan dari peserta, dimana pada awalnya seluruh peserta belum memiliki pengetahuan, kemudian setelah dilatih peserta sudah dapat mengoperasikan website dengan baik.

Perubahan sosial yang terjadi dengan pelaksanaan kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan dari anggota Pokdarwis untuk dapat mengoperasikan *website* sehingga terdapat suatu optimisme untuk menambah jumlah kunjungan wisatawan di masa depan. Melalui kegiatan ini telah dihasilkan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan dalam mengelola *website* secara mandiri sebagai media dalam mempromosikan tempat wisata Panbo Beach.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilaksanakan sebelumnya dimana terdapat peningkatan pengetahuan peserta dalam mengoperasikan *website* untuk tempat wisata (Aci Primartadi et al., 2021; Alfian et al., 2022; Irawan et al., 2022; Menggo et al., 2022).

Simpulan

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah, pertama tersedianya *website* Panbo Beach dengan alamat <http://panbobeach.com>. Kemudian yang kedua, meningkatnya kemampuan peserta Workshop Penggunaan *Website* yaitu Pokdarwis Panbo Beach dalam mengoperasikan *website* tersebut. Diharapkan dimasa yang akan datang dapat dilaksanakan pelatihan dalam meningkatkan kualitas SDM bagi tempat wisata baru berbasis masyarakat sehingga dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat.

Referensi

- Aci Primartadi, Dwi Jatmoko, Suyitno, & Arif Susanto. (2021). Pengembangan dan Pelatihan Website untuk Pemasaran Desa Wisata Gunung Buthak. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i3.784>
- Alfian, D., Jumeilah, F. S., & Purwasi, L. A. (2022). Pelatihan Penggunaan Sistem Informasi Berbasis Website Pada Karyawan Agrowisata Tekno44 Di Desa Gelabak , Kecamatan Rambutan , Kabupaten Banyuasin. *Community Engagement & Emergence Journal*, 3(3), 343–350.
- Anonim. (2021). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Benckendorff, P. (2008). An Exploratory Analysis of Traveler Preferences for Airline Website Content. *Information Technology & Tourism*. <https://doi.org/10.3727/109830506778690867>
- Fominiené, V. B. (2016). The Importance of Tourism Websites to Tourism Services And Assurance Of Their Competitiveness. *Montenegrin Journal of Economics*.
- Hojeghan, S. B., & Esfangareh, A. N. (2011). Digital economy and tourism impacts, influences and challenges. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.136>
- Irawan, D., Eka, K. I., Muslim, A. H., & ... (2022). Mengembangkan Objek Wisata Melalui Pelatihan Pembuatan Website Bagi Pemuda/Pelajar Muhammadiyah dan Pokdarwis di Desa Wisata Bumisari. ... *NASIONAL LPPM UMP*.
- Irkhos, I., & Risdianto, E. (2022). Pelatihan Pengelolaan Website dan Konten Youtube Untuk Promosi Wisata Desa Rindu Hati Bengkulu Tengah. *DIKDIMAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.58723/dikdimas.v1i1.13>
- Ismail, A., & Frinaldi, A. (2022). Efektivitas Website Inhilnamolek Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.2975>
- Jadhav, V. S., & Mundhe, S. D. (2011). Information technology in Tourism. In *International Journal of Computer Science and ...*
- Kembaren, B. E. P., Liyushiana, L., Yanti, D., Sianipar, C. I., & Khairi, N. (2022). PELATIHAN PENGELOLAAN WEBSITE DALAM RANGKA PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING DAN TATA KELOLA DAYA TARIK WISATA DI DUSUN KREATIF INDONESIA. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.36094>

- Mauri, A. G., & Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.02.012>
- Meng, Y. (2017). *Analysis of the impact of tourism e-commerce on the development of China's tourism industry*. <https://doi.org/10.2991/iemetc-17.2017.49>
- Menggo, S., Rosdiana Su, Y., & Adiputra Taopan, R. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Desa Wisata Di Desa Wisata Meler, Kabupaten Manggarai, NTT. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.7551>
- Muro, J., Suárez, C., & M D M Z, S. (2007). The Impact of e-commerce on The Tourist Purchase Decision: an Empirical Analysis. *Alcamentos*, 30(9), 1135–1157.
- Saravana Kumar, G. (2019). Influence of online tourism websites on tourists decision making and Hotel business Marketing. *Adalya Journal*, 8(10), 169–178. <http://adalyajournal.com/>
- Simanjuntak, M., & Setiawan, Agus, E. (2021). *Pemasaran Digital Pariwisata Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*.
- Troshin, A. S., Sokolova, A. P., Ermolaeva, E. O., Magomedov, R. M., & Fomicheva, T. L. (2020). Information technology in tourism: Effective strategies for communication with consumers. *Journal of Environmental Management and Tourism*. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.2\(42\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.2(42).10)
- Sivapuram V.R.K., P., & Shaw, R. (2020). International investments and businesses as enablers of globalization of local risks: A case for risk communication and climate fragility reduction. *Progress in Disaster Science*, 8, 100125. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100125>
- Kasperson, R. (2014). Four questions for risk communication. *Journal of Risk Research*, 17(10), 1233–1239. <https://doi.org/10.1080/13669877.2014.900207>