

Website Design as a Media for Marketing Marine Tourism Packages in Bali

Rancangan Website sebagai Media Pemasaran Paket Wisata Bahari di bali

Raihan Azhar Hanif¹, W. Pamungkas², DJ. Prihadi³, AP. Dhahiyat⁴, F. Kristiandhi^{5*}

^{1,2}Program Studi Pariwisata Bahari, Fakultas Perikanan Dan Ilmu Kelautan,
Universitas Padjadjaran

*Correspondence: raihan20003@mail.unpad.ac.id

Abstract

Purpose: To design a website as an effective marketing tool for marine tourism packages in Bali, providing easy access for tourists to purchase packages and obtain information about destinations.

Method: This study employed the Waterfall method for website development, combining primary data (questionnaires distributed to 30 respondents) and secondary data (previous research, literature, and online sources). Analysis focused on website usability, content needs, and user interface design.

Result: The website prototype was successfully developed using WordPress and included features such as package descriptions, booking options, customer testimonials, and interactive elements. The System Usability Scale (SUS) results indicated a high usability score, supporting the effectiveness of the design.

Contribution: This research contributes to the tourism field by offering an innovative digital solution for marine tourism marketing. It facilitates easier access to information and booking for tourists while enhancing promotional efforts for tourism businesses in Bali. The website model can serve as a reference for similar projects in other regions.

Keywords: marine tourism, design website, marketing, waterfall method.

Abstrak

Tujuan: Merancang sebuah situs web sebagai alat pemasaran yang efektif untuk paket wisata bahari di Bali, memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk membeli paket dan mendapatkan informasi tentang paket wisata bahari yang ada di Bali.

Metode: Penelitian ini menggunakan metode Waterfall dalam perancangan dan pengembangan situs web, menggabungkan data primer (kuesioner yang disebarikan kepada 30 responden) dan data sekunder (penelitian sebelumnya, literatur dan sumber daring). Analisis difokuskan untuk kegunaan situs web, kebutuhan konten dan desain antarmuka pengguna.

Hasil: Prototipe situs web berhasil dikembangkan menggunakan WordPress dan mencakup fitur seperti deskripsi paket, opsi pemesanan, testimoni pelanggan dan elemen interaktif. Hasil System Usability Scale (SUS) menunjukkan skor kegunaan yang tinggi dan mendukung penilaian efektivitas desain.

Kontribusi: Penelitian ini berkontribusi pada bidang pariwisata dengan menawarkan solusi digital inovatif untuk pemasaran wisata bahari. Situs web ini memudahkan akses informasi dan pemesanan bagi wisatawan sekaligus meningkatkan upaya promosi bisnis pariwisata di Bali. Model situs web ini dapat menjadi acuan untuk proyek serupa di wilayah lain.



Kata Kunci: wisata bahari, desain website, pemasaran, metode waterfall.

Introduction

Pariwisata telah menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi di banyak wilayah, termasuk Indonesia. Dalam sektor pariwisata, wisata bahari memegang peranan penting dengan memanfaatkan keindahan alam dan keanekaragaman hayati ekosistem pesisir serta laut. Bali, yang dikenal sebagai "Pulau Dewata," menawarkan kombinasi unik antara daya tarik alam, warisan budaya, dan aktivitas bahari, menjadikannya destinasi unggulan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Alfiaturrohmaniah et al., 2020). Namun, meskipun memiliki potensi besar, tantangan tetap ada dalam memasarkan destinasi wisata ini secara efektif, terutama di era digital di mana platform daring menjadi pusat perhatian konsumen (Halim et al., 2023). Seiring dengan meningkatnya penggunaan alat digital, situs web telah muncul sebagai media penting dalam memasarkan pariwisata. Sebuah situs web yang dirancang dengan baik tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai platform pemesanan daring yang meningkatkan aksesibilitas wisatawan. Namun, banyak pelaku usaha pariwisata, termasuk di Bali, masih kesulitan merancang dan mengelola situs web yang efektif untuk memenuhi kebutuhan wisatawan modern (Basuki et al., 2024).

Penelitian ini berfokus pada pengembangan situs web berbasis WordPress untuk mempromosikan paket wisata bahari di Bali. Dengan menggunakan metode *Waterfall*, pendekatan pengembangan perangkat lunak yang terstruktur, penelitian ini memastikan semua tahap, mulai dari analisis kebutuhan hingga pemeliharaan, diselesaikan secara berurutan dan efektif (Wijayanto et al., 2023). Tujuan utama penelitian ini adalah menciptakan platform yang ramah pengguna dan fungsional, dengan integrasi fitur penting seperti deskripsi paket, testimoni, dan opsi pemesanan, yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan penyedia jasa pariwisata. Penelitian ini menjawab kesenjangan dalam literatur dan praktik yang ada. Studi sebelumnya telah mengeksplorasi desain situs web pariwisata, tetapi seringkali kurang berfokus pada wisata bahari atau penerapan metode evaluasi kegunaan yang canggih seperti *System Usability Scale* (SUS). Misalnya, banyak penelitian tentang pengembangan situs web pariwisata tidak memperhatikan kebutuhan spesifik paket wisata bahari atau fitur pemesanan secara real-time (Riswanda et al., 2024). Selain itu, penelitian tentang adopsi WordPress untuk pemasaran digital oleh pelaku usaha lokal di Bali masih terbatas, menjadikan studi ini sangat relevan.

Untuk mengisi kesenjangan ini, penelitian ini memperkenalkan pendekatan komprehensif dalam pengembangan situs web yang secara khusus disesuaikan untuk paket wisata bahari di Bali. Penelitian ini menjembatani kesenjangan antara desain situs web pariwisata umum dan kebutuhan unik wisata bahari. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur dengan mendemonstrasikan penerapan metode SUS untuk mengevaluasi kegunaan situs web serta menyediakan model yang dapat direplikasi untuk pemasaran pariwisata di wilayah lain. Temuan penelitian ini memiliki implikasi teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang kegunaan situs web dalam konteks pariwisata. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha pariwisata untuk meningkatkan keberadaan digital mereka, sehingga meningkatkan keterlibatan pelanggan dan efisiensi operasional. Dengan menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini menjadi referensi berharga untuk studi lanjutan dan aplikasi praktis di bidang pemasaran digital pariwisata.

Research Method

Penelitian dilakukan di Pulau Bali, mencakup daerah seperti Kintamani, Ubud, Kuta, Pantai Tanah Barak dan Pantai Pandawa yang dilakukan selama kegiatan magang 3 bulan (5 Februari – 5 Mei 2024). Metode perancangan website ini menggunakan metode Waterfall yang terdiri dari analisis, desain, pengodean, pengujian, hingga pemeliharaan dengan pendekatan sekuensial (Putra et al., 2024).

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar ke 30 responden menggunakan teknik non-probability sampling untuk calon wisatawan dan pengunjung Bali. Analisis data

mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, frekuensi kunjungan dan preferensi wisata bahari. Validitas kuesioner diuji dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel (Janna et al., 2021). Pengujian situs web dilakukan menggunakan metode Black Box untuk memastikan fungsionalitas setiap menu sesuai harapan, tanpa memerhatikan proses internal (Riswanda et al., 2024).

Result and Discussion

Uji Validitas

Uji Validitas yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara menguji validitas pada setiap butir pertanyaan pada indikator variabel yang diuji menggunakan SPSS versi 23 dengan teknik analisis pearson product moment untuk mengetahui r hitung, Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan 30 responden yang mengisi kuesioner. Dimana untuk mengetahui r tabel dilakukan dengan cara ($df=n-2$) dengan taraf signifikansi 5% yang berarti $df = 30-2 = 28$, maka r tabel yang didapat adalah 0,374 (Janna et al., 2021), maka dapat disimpulkan:

- $N = 30$ Responden
- Nilai r tabel untuk $N = 28$ pada signifikansi 5% sebesar = 0,374
- Jika nilai R Hitung > R Tabel, maka pengambilan keputusan dalam uji validitas dapat disimpulkan item pertanyaan tersebut adalah valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	R Hitung	R Tabel	p -value	Keterangan
Pertanyaan				
P1	0.675	0.374	0.000	Valid
P2	0.834	0.374	0.000	Valid
P3	0.739	0.374	0.000	Valid
P4	0.588	0.374	0.000	Valid
P5	0.534	0.374	0.000	Valid
P6	0.798	0.374	0.000	Valid
P7	0.796	0.374	0.000	Valid
P8	0.836	0.374	0.000	Valid
P9	0.847	0.374	0.000	Valid
P10	0.724	0.374	0.000	Valid
P11	0.881	0.374	0.000	Valid
P12	0.853	0.374	0.000	Valid
P13	0.671	0.374	0.000	Valid
P14	0.804	0.374	0.000	Valid
P15	0.728	0.374	0.000	Valid
P16	0.800	0.374	0.000	Valid
P17	0.753	0.374	0.000	Valid
P18	0.655	0.374	0.000	Valid
P19	0.827	0.374	0.000	Valid
P20	0.776	0.374	0.000	Valid

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Uji Realibilitas

Setelah kuesioner dinyatakan valid selanjutnya adalah melakukan uji realibilitas data. Uji realibilitas merupakan alat untuk mengukur kelayakan kuesioner yang merupakan variabel atau indikator struktural. Sebuah survei dianggap layak atau andal ketika jawaban responden terhadap survei tersebut konsisten atau stabil, dalam pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan metode *Alpha (Cronbach)*. Suatu penelitian dapat dikatakan reliabel (layak) jika *cronbac’s alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60 dan tidak reliabel jika *Cronbac’s alpha* kurang dari 0,60 (Janna *et al.*, 2021).

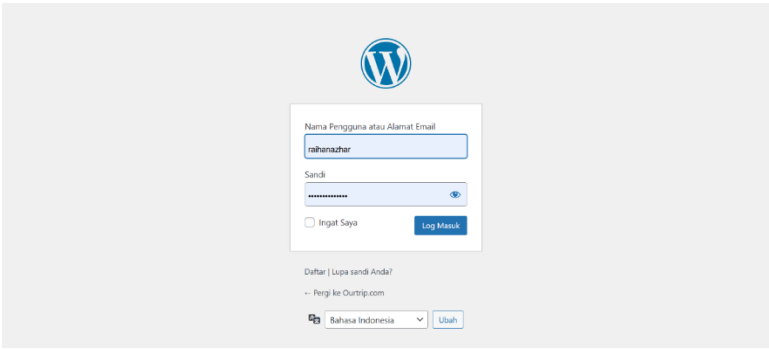
Tabel 2. Uji Realibilitas Data

Cronbach’s Alpha	N of Item
0.843	20

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Rancangan Website

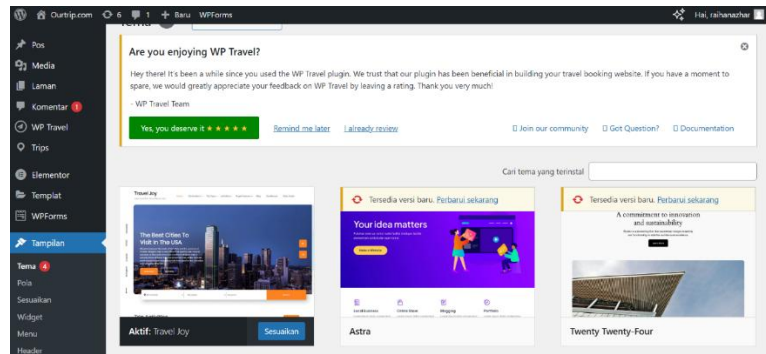
Perancangan *Website* dilakukan oleh penulis dengan menggunakan aplikasi *WordPress* yang bertujuan untuk membuat *Website* yang terfokus untuk menjual paket wisata bahari di Bali dan juga sebagai media pemasaran digital untuk penjualan produk paket wisata, Tahapan yang dilakukan oleh penulis diantara lain:



Gambar 1. Login Admin WordPress

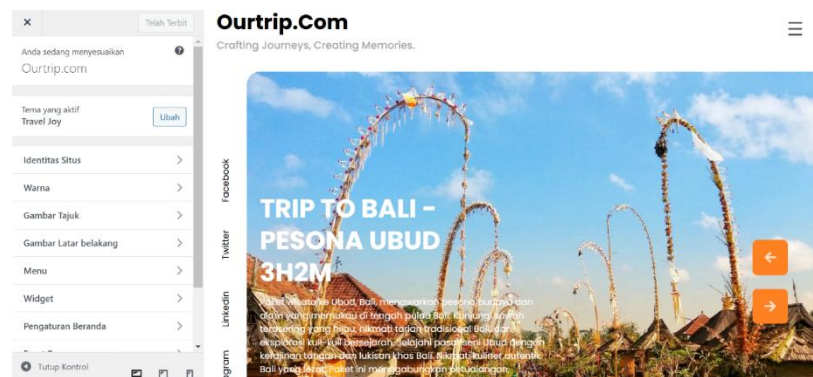
Sumber: Aplikasi WordPress Penulis (2024)

Tahap pertama dalam perancangan *Website* ini adalah mengakses dasbor admin pada platform *WordPress* yaitu halaman *Login* untuk masuk ke dasbor admin. Hal ini dilakukan dengan memasukkan nama pengguna atau alamat email dan sandi yang sudah terdaftar di aplikasi *WordPress*, selain itu halaman ini diakses dengan alamat; <https://ourtrip.my.id/wp-admin> agar akses menuju dasbor admin dapat dilakukan.



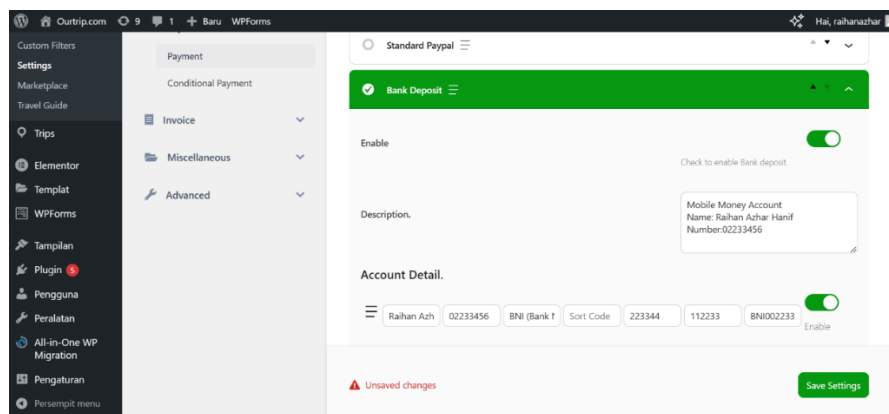
Gambar 2. Pemilihan Tema Website
Sumber: Aplikasi WordPress Penulis (2024)

Pemilihan tema dan pengelolaan tampilan visual situs web dapat dilakukan melalui menu tampilan pada dasbor *WordPress*. Seperti gambar di atas, tema yang digunakan adalah *Travel Joy* yang dirancang untuk kebutuhan situs konten wisata. Tema ini juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan *Website* sebagai media pemasaran. Pemilihan tema merupakan aspek penting yang akan mempengaruhi estetika, navigasi dan pengalaman pengguna pada situs web yang dibuat.



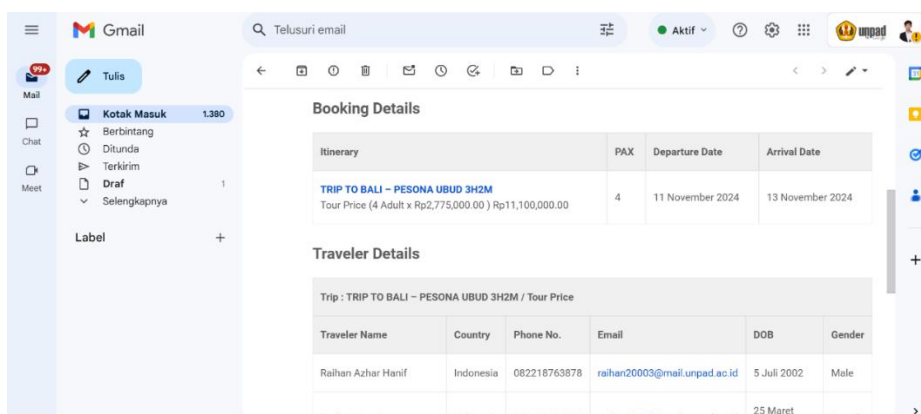
Gambar 3. Pengaturan Tema WordPress
Sumber: Aplikasi WordPress Penulis (2024)

Pada gambar 3 ini menampilkan tampilan situs web *Ourtrip.com* dengan tema *Travel Joy* yang sedang dalam mode pengaturan atau kustomisasi, di sisi kiri terdapat panel kontrol untuk mengatur berbagai elemen situs, seperti identitas situs, warna, gambar tajuk, gambar latar belakang, menu, widget dan pengaturan lainnya. Seperti pada tampilan situs dengan tulisan "*Ourtrip.com*" sebagai judul, disertai slogan "*Crafting Journeys, Creating Memories*". Gambar utama situs memperlihatkan penjur (hiasan bambu tradisional Bali) dengan latar belakang langit biru. Teks diatas gambar bertuliskan "**TRIP TO BALI - PESONA UBUD 3H2M**" dan terdapat deskripsi singkat tentang paket wisata ke Ubud, Bali yang menawarkan pengalaman budaya dan keindahan alam.



Gambar 4. Pengaturan Manajemen Pembayaran
 Sumber: Aplikasi WordPress Penulis (2024)

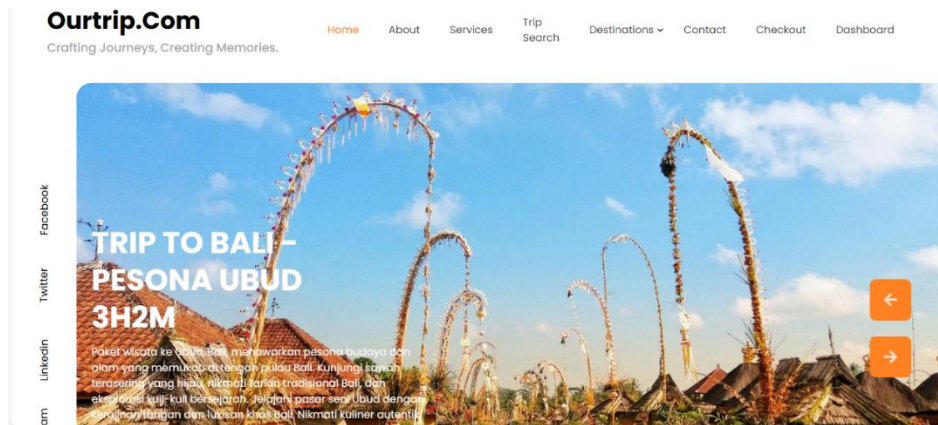
Pada gambar 4 menunjukkan halaman pengaturan “WP Travel” pada dashboard WordPress dengan opsi “Payment”. Di panel kanan dapat dilihat terdapat pilihan untuk mengaktifkan pembayaran parsial, di mana admin dapat mengatur persentase minimum yang harus dibayarkan saat pemesanan (seperti contoh di dalam gambar yang diatur 50%). Pada gambar 17 memperlihatkan pengaturan metode pembayaran di WP Travel, yang terdapat opsi “Bank Deposit” yang diaktifkan. Pada bagian ini admin dapat memasukkan detail rekening bank, seperti nama pemilik akun, nomor rekening, nama bank, kode sort dan kode bank. Selain itu, terdapat opsi untuk mengaktifkan “Mobile Money Account” dengan memasukkan nama dan nomor akun.



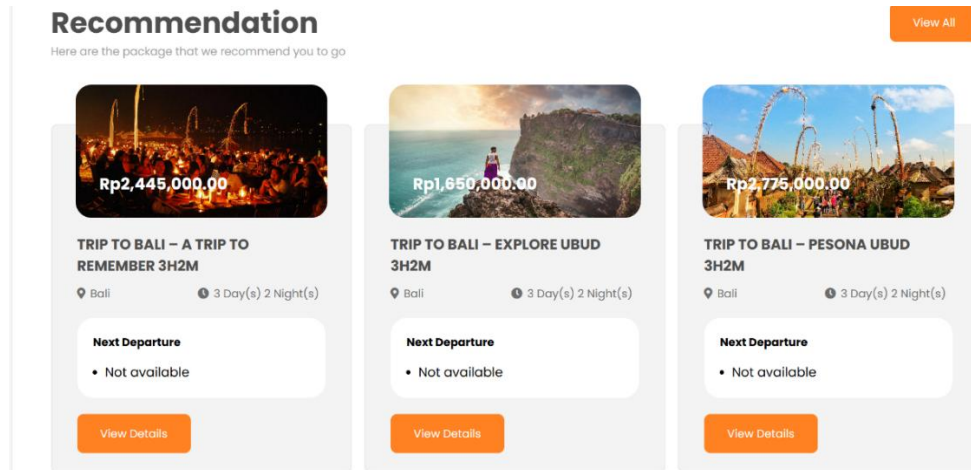
Gambar 5. Email Penerimaan Booking
 Sumber: Aplikasi Wordpress Penulis (2024)

Pada gambar 5 menunjukkan tampilan sebuah *Email* dengan judul “Booking Received” dari Ourtrip.com, pesan ini diterima oleh pemesan, *Email* ini berisi konfirmasi bahwa pemesanan telah diterima dan sedang diproses. Pada bagian ini tertera nama penerima dengan nama Raihan Azhar Hanif dengan nomor *Booking ID* (#1433) dan tanggal pemesanan pada (11 November 2024). Selain itu, *Email* ini menyajikan informasi detail mengenai durasi, tanggal keberangkatan dan setiap penumpang dalam paket perjalanan tersebut. Setiap penumpang dicantumkan dengan informasi yang lengkap, yaitu nama, negara, nomor telepon, email, tanggal lahir dan jenis kelamin. Rangkaian *Email* ini memberikan gambaran lengkap tentang pemesanan, mulai dari konfirmasi penerimaan hingga rincian penumpang yang memudahkan penerima untuk memverifikasi dan memastikan detail perjalanan yang akan ditempuh.

Implementasi Website Sebagai Media Pemasaran

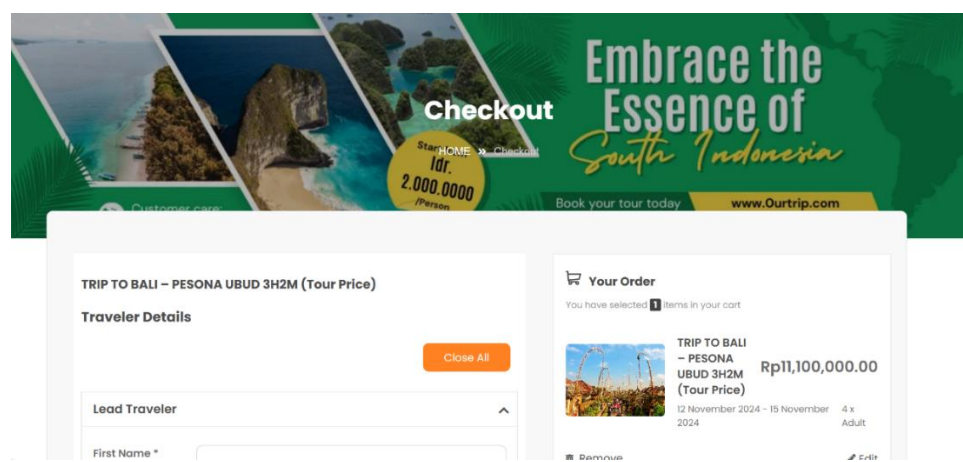


Gambar 6. Halaman Utama Website Ourtrip.my.id
Sumber: Website Ourtrip (2024)



Gambar 7. Halaman Utama Website Ourtrip.my.id
Sumber: Website Ourtrip (2024)

Gambar diatas (6 dan 7) adalah halaman utama situs Ourtrip yang menampilkan paket wisata unggulan, termasuk “Trip to Bali – Pesona Ubud 3H2M”. Halaman ini dilengkapi dengan menu navigasi, ikon media sosial dan bagian rekomendasi paket wisata lainnya lengkap dengan informasi harga, durasi dan tombol untuk melihat detail lebih lanjut.



Gambar 8. Halaman Checkout Website Ourtrip.my.id
Sumber: Website Ourtrip (2024)

Gambar diatas 8 adalah tahapan pemesanan paket wisata bahari di Bali, yang menunjukkan proses pemilihan tanggal dan jumlah peserta untuk paket “Trip to Bali – Pesona Ubud 3H2M” dengan menampilkan halaman *Checkout* yang meminta detail informasi wisatawan dan merangkum pesanan total harga untuk konfirmasi akhir sebelum pembayaran.

Uji System Usability Scale (SUS)

System Usability Scale (SUS) adalah metode pengujian berbasis kuesioner yang dirancang untuk menilai tingkat kegunaan suatu sistem dari sudut pandang subjektif pengguna Brooke (2013). Metode ini terdiri dari 10 pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Responden pada metode (*SUS*) adalah pengguna yang telah memiliki pengalaman menggunakan sistem yang sedang di evaluasi (Defriani *et al.*, 2021). Berikut adalah sepuluh pertanyaan dari (*SUS*) yang sesuai dengan pernyataan kelayakan menurut Jhon Brooke.

Tabel 3. Pernyataan Kelayakan Menurut John Broke

No.	Pernyataan Kelayakan Menurut John Broke
1	Saya akan lebih sering mengunjungi sistem ini
2	Saya menemukan bahwa sistem ini sangat kompleks
3	Saya menyatakan bahwa sistem mudah digunakan
4	Saya akan membutuhkan bantuan dalam penggunaan sistem ini
5	Saya menyatakan bahwa fungsi sistem ini terintegrasi dengan baik dan benar
6	Saya berpendapat masih banyak ketidaksesuaian dalam sistem ini
7	Saya berpikir banyak orang dengan mudah menggunakan sistem ini dengan cepat
8	Saya berpendapat bahwa sistem ini sangat susah untuk digunakan
9	Saya sangat senang dan nyaman dalam menggunakan sistem ini
10	Saya perlu mengenal dan memahami isi sistem sebelum dapat menggunakan sistem tersebut

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh sebanyak 30 responden telah menilai sistem pada Website <https://ourtrip.my.id> sebagai media pemasaran paket wisata bahari di Bali. Terdapat 10 pernyataan yang diisi oleh sebanyak 30 responden. Setiap pertanyaan memiliki skor 1-5. Apabila sangat tidak setuju dapat memilih (1) dan sangat setuju dapat memilih (5). Hasil kuesioner kemudian dihitung menggunakan aturan dimana setiap pertanyaan bernomor ganjil, jumlah dari setiap pertanyaan yang diperoleh dari skor pengguna akan dikurang dengan 1, setiap pertanyaan yang bernomor genap, jumlah akhir yang diperoleh dari nilai dikurangi 5 dengan skor pertanyaan yang diperoleh dari pengguna, skor *System Usability Scale (SUS)* diperoleh melalui hasil penjumlahan skor untuk setiap pertanyaan dan kemudian akan dikalikan dengan 2.5 dan terakhir menentukan rata-rata jawaban dari instrumen pengujian milik semua responden untuk menentukan skor dari *System Usability Scale (SUS)* di bawah ini:

Tabel 4. Data System Usability Scale

No	Responden	Skor Asli										Jumlah	Nilai (Jumlah X 2.5)
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		
1	Responden 1	4	0	4	4	4	4	3	4	3	1	31	77.5
2	Responden 2	4	0	4	4	4	4	4	4	4	0	32	80
3	Responden 3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	1	35	87.5
4	Responden 4	4	0	4	3	4	4	4	3	4	0	30	75
5	Responden 5	4	0	4	4	1	4	3	4	4	2	30	75
6	Responden 6	4	0	3	3	4	4	4	4	4	0	30	75
7	Responden 7	4	0	4	0	4	4	4	4	4	1	29	72.5
8	Responden 8	4	0	4	4	3	2	4	4	4	1	30	75
9	Responden 9	4	0	4	2	4	2	4	3	4	0	27	67.5
10	Responden 10	4	0	4	3	3	3	4	4	4	0	29	72.5
11	Responden 11	4	0	4	3	4	4	4	4	4	1	32	80
12	Responden 12	4	0	4	3	3	4	4	4	4	1	31	77.5
13	Responden 13	4	0	4	4	4	2	3	4	4	2	31	77.5
14	Responden 14	4	0	4	3	4	4	4	4	4	0	31	77.5
15	Responden 15	4	0	4	2	3	4	4	4	4	0	29	72.5
16	Responden 16	4	0	4	4	1	4	4	4	4	0	29	72.5

17	Responden 17	4	0	4	1	4	4	4	4	4	0	29	72.5
18	Responden 18	4	3	4	0	4	2	4	0	4	4	29	72.5
19	Responden 19	4	0	4	4	4	0	4	4	4	2	30	75
20	Responden 20	4	0	4	0	4	4	4	2	4	3	29	72.5
21	Responden 21	4	0	4	4	4	2	4	4	3	0	29	72.5
22	Responden 22	4	2	4	3	3	2	3	4	4	0	29	72.5
23	Responden 23	4	0	4	4	4	2	4	4	4	0	30	75
24	Responden 24	4	0	4	4	4	2	4	4	4	1	31	77.5
25	Responden 25	4	0	4	3	4	4	3	4	4	0	30	75
26	Responden 26	4	0	4	4	3	4	3	3	4	0	29	72.5
27	Responden 27	4	0	4	4	3	4	3	4	4	0	30	75
28	Responden 28	4	0	4	4	4	4	4	3	4	0	31	77.5
29	Responden 29	4	0	4	4	4	4	3	4	4	1	32	80
30	Responden 30	4	2	4	3	4	1	3	4	4	0	29	72.5
Rata – Rata Score													75.25

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Menurut Jeff Sauro (1986) menggambarkan nilai *System Usability Scale* (SUS) menggunakan peringkat persentase (*Percentile Ranks*) dan kelas huruf (*Letter Grades*). Skala ini dimulai dari kelas A hingga F, dengan A Sebagai kelas terbaik dan F sebagai kelas terburuk (Wijayanto et al., 2023). Ketentuan untuk rentang *Percentile Rank* dan *Letter Grades* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Percentile Ranks

Kelas	Nilai	Percentile
A	>= 80,3	>= 90%
B	<= 74 sampai < 80,3	70% <= sampai < 90%

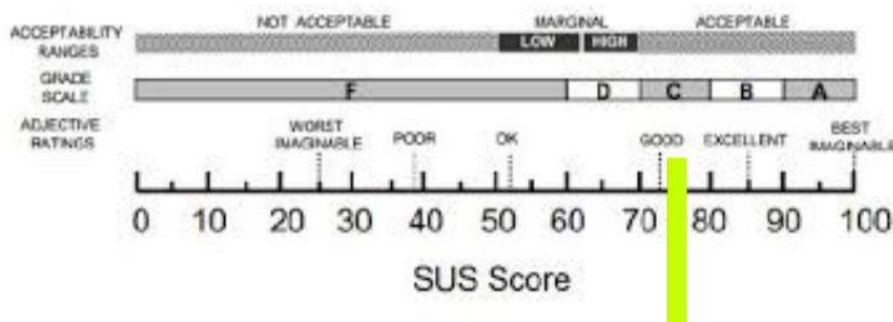
C	≤ 68 sampai < 74	40% $\leq$ sampai $< 70\%$
D	≤ 51 sampai 68	20% $\leq$ sampai $< 40\%$
F	< 51	$< 20\%$

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Berdasarkan pada tabel 6, hasil perhitungan skor *System Usability Scale (SUS)* dari 30 responden untuk penilaian *Website Ourtrip* dengan alamat web <https://ourtrip.my.id> mendapatkan hasil akhir dengan skor rata-rata (*SUS*) dengan nilai 75.25 (*Acceptability Ranges* = "Acceptable", *Grade Scale* = "C" dan *Adjective Ratings* "Good").

Tabel 6. Hasil Uji System Usability Scale

Sistem	SUS Score	Acceptability Ranges	Grade Scale	Adjective Ratings
Ourtrip.my.id	75.25	"Acceptable"	C	"Good"



Gambar 9. Hasil Uji System Usability Scale

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

Gambar 9 menunjukkan hasil *System Usability Score (SUS)* untuk *Website Ourtrip.my.id*. Berdasarkan hasil penilaian yang ditunjukkan oleh garis hijau pada gambar, web *Ourtrip.my.id* mendapatkan skor 75.25. Skor ini menunjukkan bahwa web tersebut memiliki tingkat kegunaan yang berada dalam kategori "Good" yang berarti sistem web ini dapat diterima dengan baik oleh pengguna dari segi kegunaan. Skor ini juga menandakan bahwa pengalaman pengguna pada situs web *Ourtrip.my.id* cukup positif, sehingga memberikan indikasi bahwa antarmuka dan fitur-fitur yang disediakan sudah memenuhi standar kegunaan yang baik.

Conclusion

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai rancangan *Website* sebagai media pemasaran paket wisata bahari di Bali, Kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. *Website* yang dirancang dalam penelitian ini menggunakan platform *WordPress*, yang memberikan kemudahan untuk pengguna dalam mengakses informasi paket wisata, melakukan pemesanan secara *online* dan melakukan pembayaran secara *online*. Rancangan ini dinilai efektif dalam meningkatkan aksesibilitas layanan pariwisata, khususnya untuk wisatawan yang ingin mendapatkan informasi dan melakukan secara praktis.
2. Hasil uji *System Usability Scale (SUS)* dalam penelitian ini menunjukkan skor 75,25% yang termasuk dalam kategori "Good" dengan *Acceptability Ranges* "Acceptable". Skor ini menunjukkan bahwa pengguna merasa nyaman dan puas dalam menggunakan

Website ini dan menilai antarmuka dan fitur yang disediakan telah memenuhi standar kegunaan yang baik.

Daftar Pustaka

- Alfiaturrohmah, Amdani, & Anton A, D. (2020). Kesesuaian Wisata Bahari Di Pantai Tanjung Benoa, Provinsi Bali. *Jurnal IPTEK Terapan Perikanan Dan Kelautan*, Vol. 1 No.1: 11-20, 1-10.
- Basuki, A. A. W., Fikri, D., Sagitarius, C. D., & Saputro, I. A. (2024). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI WISATA WETAN BENGAWAN TRIP. *SENDIKO*, 3, 1-10.
- Defriani, M., Resmi, M. G., & Jaelani, I. (2021). Uji Usability Dengan Metode Cognitive Walkthrough Dan System Usability Scale (SUS) Pada Situs Web STT Wastukancana. *INTECOMS: Journal of Information Technology and Computer Science*, 4(1), 30-39. <https://doi.org/10.31539/intecom.v4i1.2072>
- Halim, W., & Marpaung, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Sinar Wahana Wisata Tour & Travel. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(2), 391-403. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i2.394>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Realibilitas Dengan Menggunakan Spss. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal Irsyad (DDI)*.
- Janna, N. M., & HERIANTO, H. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. *OSF PREPRINTS*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Putra, A. W. S., & Suprianto, S. (2024). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web untuk Toko Ritel. *Indonesian Journal of Applied Technology*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.47134/ijat.v1i2.2485>
- Riswanda, A., & Budiarto, S. P. (2024). Website Company Profile Wisata Sumber Darmo Lalangan Rejosari Banyuwangi. *Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 4 No. 2, 1-14.
- Wijayanto, H., Kumarahadi Yovita, K., & Prabowo, I. A. (2023). Implementasi Model Waterfall Dan Pengujian System Usability Scale (Sus) Pada Pembuatan Website Program Studi Informatika Berbasis Wordpress. *Indonesia Journal of Business Intelligence*, Vol 6(Issue 1), 1-8.