



PENDAMPINGAN PENGUATAN EKOWISATA PANTAI PENYUSUK MELALUI PENGEMBANGAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE

Indah Riezky Pratiwi^{1*}, Muhammad Setya Pratama², Elisa Mayang Sari³, Novitasari⁴, Dewi Tumatul Ainin⁵, Sari Mubaro⁶, Jimmy Rianto⁷, Naza Hardiansyah⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung, Sungailiat

Email: Indah_riezky@yahoo.com

Abstract

Penyusuk Beach is one of the panoramic beach tourism destinations on Bangka Island. The beauty of the beach panorama that is highlighted by Penyusuk Beach has not been able to attract tourists optimally. This is because the attraction of tourists is lacking for the tour packages offered, the development plan that promotes ecotourism has not been realized, and product marketing has not been effective. The Polman Babel Community Service (PkM) Team carries the theme of strengthening digital marketing-based ecotourism for Penyusuk Beach through the development of a tourism website that will be used by HKm Penyusuk Permai in optimizing the Penyusuk Beach tourist destination. This PkM activity began with an initial discussion stage with partners to explore partner problems and continued with the PkM team discussion stage with students regarding website development, website development, PkM Team discussion with partners (website revision), training on the use and management of the website, to the stage of handover of the website from the PkM team to the partner. Before the training activity, the HKm Penyusuk Permai management was given questions regarding competence in the use and management of the website, as well as a posttest after the training activity was given. Based on the results of the pretest and posttest given, information was obtained that there was an increase in competence in terms of website use and management by HKm administrators by 67%. Through all stages of this PkM activity, it is hoped that HKm administrators can maximize the promotion of Penyusuk Beach tourism in an effort to strengthen ecotourism through the use of websites at Penyusuk Beach.

Keywords: *ekowisata; digital, marketing, website*

Abstrak

Pantai Penyusuk merupakan salah satu destinasi wisata panorama pantai di Pulau Bangka. Keindahan panorama Pantai yang diunggulkan oleh Pantai Penyusuk belum mampu mengundang wisatawan secara maksimal. Hal ini disebabkan karena daya tarik wisatawan kurang terhadap paket wisata yang ditawarkan, belum terealisasinya rencana pengembangan yang mengangkat ekowisata, dan pemasaran produk yang belum efektif. Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Polman Babel mengusung tema penguatan ekowisata berbasis digital marketing untuk Pantai Penyusuk melalui pengembangan website wisata yang akan digunakan oleh HKm Penyusuk Permai dalam mengoptimalkan destinasi wisata Pantai Penyusuk. Kegiatan PkM ini diawali tahap diskusi awal Bersama mitra untuk menggali masalah mitra, dan dilanjutkan dengan tahap diskusi tim PkM dengan mahasiswa mengenai pengembangan website, pengembangan website, diskusi Tim PkM dengan mitra (revisi website), pelatihan penggunaan dan pengelolaan website, hingga pada tahap serah terima website dari tim PkM kepada Mitra. Sebelum kegiatan pelatihan, pengurus HKm Penyusuk Permai diberikan pertanyaan mengenai kompetensi dalam penggunaan dan pengelolaan website, serta posttest setelah kegiatan pelatihan diberikan. Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang diberikan diperoleh informasi bahwa terjadi peningkatan kompetensi dalam hal penggunaan dan pengelolaan website oleh para pengurus HKm sebesar 67 %. Melalui seluruh tahapan kegiatan PkM ini diharapkan pengurus HKm dapat memaksimalkan promosi wisata Pantai Penyusuk dalam upaya penguatan Ekowisata melalui penggunaan website di Pantai Penyusuk.

Kata Kunci: *ekowisata; digital, marketing, website*

1. PENDAHULUAN

Pantai Penyusuk merupakan salah satu destinasi wisata yang menawarkan keindahan panorama pantai yang berlokasi di bagian utara Pulau Bangka. Pantai Penyusuk berlokasi di Kelurahan Romodong Indah, Kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pantai ini berjarak 76,1 km dan membutuhkan waktu tempuh perjalanan sekitar 1 jam 45 menit dari pusat kota Sungailiat (Ibukota kabupaten Bangka). Panorama Indah dengan hamparan pasir putih dan disempurnakan dengan sebuah pulau ditengah pantai yaitu pulau Putri merupakan salah satu daya tarik yang diunggulkan dari Pantai Penyusuk ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Panorama Pantai Penyusuk

Pantai ini dikelola oleh Hutan Kemasyarakatan (HKm) melalui izin Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia dalam bentuk Keputusan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia dengan nomor SK.4521/MENLHK-PSKL/PKPS/PLS.0/7/2018 tepatnya pada tanggal 3 Juni 2018. Nama HKm yang diusung adalah Penyusuk Permai. HKm Penyusuk Permai ini dikelola oleh sekelompok masyarakat Belinyu yang berjumlah 38 orang yang diketuai oleh Akli, Warzuqni Pane selaku sekretaris, Siti selaku bendahara dan lainnya sebagai anggota.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap Warzuqni Pane selaku sekretaris diperoleh informasi bahwa destinasi wisata hanya terfokus pada dua item, yaitu panorama pantai yang bisa dinikmati secara bebas dengan tarif uang masuk wisata sebesar Rp. 3000/ orang, uang parkir motor sebesar Rp. 2000/ motor dan Rp. 5000/ mobil. Selain itu HKm menyediakan 10 saung dengan posisi strategis dengan tarif sewa Rp. 50.000/ saung untuk pengunjung dapat menikmati panorama pantai sambil berteduh. Kamar bilas juga disediakan dengan tarif Rp. 5000/ orang untuk membas tubuh setelah mandi air laut. Toilet juga disediakan untuk buang air kecil (Tarif Rp. 2000) dan buang air besar (Tarif Rp. 3000). Mitra juga menyediakan kapal sebagai sarana transportasi untuk menyeberang ke Pulau Putri dengan tarif Rp 250.000,-/ perjalanan pulang pergi.

Di Pantai Penyusuk, mitra juga menyediakan wisata kuliner yang bertemakan “Manggang- Manggang di Penyusuk”. Menu yang ditawarkan adalah menu makanan laut yang dipadankan dengan makanan khas Bangka. Menu ini dapat dinikmati dengan cara melakukan pemesanan minimal dua hari sebelumnya agar mitra dapat mempersiapkan hewan laut segar untuk konsumen. Pemesanan dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui whatsapp dan media sosial instagram yang bernama @penyusuk_pulauputri. Adapun paket yang ditawarkan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Paket wisata Kuliner Manggang

Hasil wawancara terhadap pengurus HKm diperoleh informasi bahwa (1) daya tarik wisatawan kurang terhadap paket wisata yang ditawarkan, karena paket wisata yang ditawarkan belum variatif; (2) belum terealisasi rencana pengembangan yang mengangkat ekowisata. Belinyu yang merupakan salah satu daerah yang menjadi

tempat tinggal suku pertama di Bangka Belitung harusnya juga menawarkan wisata budaya Bangka untuk menarik minat wisatawan luar; dan (3) Pemasaran produk belum efektif, hal ini dikarenakan pemasaran produk wisata masih terpusat pada media seperti status whatsapp dan omongan dari mulut ke mulut dan belum ada media pemasaran efektif yang lebih mampu menjangkau masyarakat luas.

Wisata yang punya khas tentu menjadi daya tarik untuk pengunjung datang (S et al., 2018). Namun tidaklah cukup untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Penggunaan *digital tourism* merupakan sebuah keharusan untuk memasuki era ekonomi digital 5.0 (Heliany, 2019). Era ekonomi digital adalah sebuah era yang mana internet membantu seseorang dalam melakukan bisnis (Hastuti et al., 2023). Pemasaran dalam sektor pariwisata yang dapat dikatakan efektif adalah penerapan strategi *digital tourism* (Tiara Dita Puspita & Vivaldy Ismail, 2023). *Digital tourism* adalah sebuah strategi yang digunakan dalam sektor pariwisata untuk meningkatkan daya tarik pengunjung dengan menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) (Stevenson & Ardiansyah, 2024; Yanti, 2019). Peningkatan daya tarik yang dimaksud bisa melalui layanan, informasi, promosi, dan pemasaran secara digital (Cahyo Bagus Setiawan et al., 2022). Digitalisasi dalam sektor pariwisata sangat efektif meningkatkan promosi (Ichsan et al., 2024). Istilah asing yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan secara digital dinamakan dengan *e-commerce* (Dewi et al., 2021). *E-commerce* memberikan ruang untuk pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan (David K et al., 2023). Peningkatan *E-commerce* melalui *Website* memberikan ruang untuk para pelaku dunia usaha dalam meningkatkan jumlah pengunjung secara digital (Halim & Aziz, 2018; Siregar & Yulia Hayuningtyas, 2022).

Berdasarkan permasalahan ini, diperlukan suatu upaya untuk mengembangkan ekowisata di Pantai Penyusuk terutama dalam kegiatan pengembangan media pemasaran berupa *e-commerce* berbasis website yang dapat memuat berbagai paket wisata yang ditawarkan oleh HKM Penyusuk. Selain itu berbagai informasi menarik lainnya juga dapat ditampilkan di website seperti video, photo, info pemesanan, dan lainnya sehingga kegiatan pemasaran wisata di Pantai Penyusuk dapat dilakukan secara efektif. Dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini akan dihasilkan sebuah *e-commerce* berbasis website yang bisa pengurus HKM gunakan sebagai media promosi agar keindahan dan berbagai paket wisata menarik di Pantai Penyusuk dapat diketahui oleh Masyarakat luas baik di Bangka Belitung maupun luar provinsi.

2. METODE PELAKSANAAN

Mitra yang menjadi fokus kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah HKM Lestari Pantai Penyusuk di kecamatan Belinyu, Kabupaten Bangka. HKM ini dipilih menjadi mitra karena ada permintaan dari HKM untuk dapat memperoleh pendampingan dalam usaha meningkatkan jumlah wisatawan di Pantai Penyusuk melalui pengembangan *e-commerce* berbasis *website*. Minimnya pengetahuan anggota HKM mengenai bagaimana mendigitalisasikan bisnis wisata inilah yang menjadi alasan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan. Anggota HKM Lestari Pantai Penyusuk ini beranggotakan 20 orang yang didominasi oleh kelompok lansia.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dalam kurun waktu tiga bulan dari bulan Mei hingga akhir bulan Agustus 2024. Pendekatan yang terstruktur digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai dengan baik. Untuk merealisasikan tujuan dan pendekatan yang dipilih maka diterapkan empat langkah dalam pelaksanaan kegiatan ini. Empat tahapan tersebut adalah tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap pengamatan, dan tahap evaluasi-refleksi. Adapun alur dari keempat tahapan tersebut diuraikan secara rinci sebagai berikut.

Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan tahap awal yang memegang peran penting dalam tercapainya tujuan kegiatan yang diinginkan agar kegiatan yang dilakukan dapat terlaksana dengan baik tanpa kendala yang berarti. Pada tahap perencanaan ini, terdapat lima langkah yang diterapkan yaitu : (1) pembagian tugas tim pengabdian, (2) analisis situasi dan kebutuhan mitra, (3) membuat kesepakatan waktu pelaksanaan, (4) penyediaan sarana dan prasarana kegiatan, dan (5) penyusunan materi presentasi dan instrumen *pretest* dan *posttest* untuk mengukur ketercapaian pelaksanaan kegiatan pengabdian.

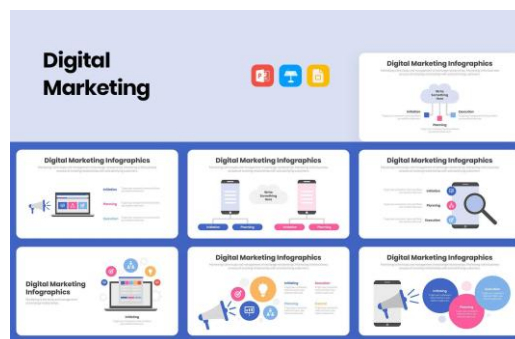
Tim kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terdiri atas enam orang dosen dengan latar ilmu yang berbeda serta dua orang mahasiswa dari program studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak dipilih untuk memperlancar keterlaksanaan kegiatan ini. Setiap dosen mendapatkan tugas masing – masing sesuai bidang keilmuannya dan dua mahasiswa difokuskan pada kompetensinya dalam pengembangan *website e-commerce*.

Setelah memperoleh tugas yang harus dilakukan oleh masing – masing tim, tahap analisis situasi dan kebutuhan dilakukan dengan mitra untuk memperoleh informasi mendalam mengenai permasalahan dan kebutuhan yang diperlukan oleh mitra untuk diselesaikan. Tahap analisis situasi dan kebutuhan ini dilakukan bersama salah satu

tim HKm Lestari Pantai Penyusuk dengan metode wawancara dan observasi langsung ke Pantai Penyusuk. Wawancara ini dilakukan untuk menggali bagaimana sistem pemasaran wisata yang telah diterapkan oleh HKm, tim – tim HKm yang terlibat, paket – paket wisata yang tersedia, sistem pengelolaan ekowisata Pantai Penyusuk, serta beberapa pertanyaan lainnya yang disiapkan untuk menggali informasi penting dari HKm. Penggalan informasi ini dilakukan secara mendalam agar solusi yang diberikan oleh tim pengabdian tepat dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi Mitra. Selain wawancara, observasi langsung juga dilakukan untuk melihat kondisi wisata di Pantai Penyusuk. Tim pengabdian mengamati jumlah pengunjung, kecenderungan aktivitas pengunjung, jenis paket wisata yang menjadi daya tarik pengunjung, dan informasi pendukung lainnya. Pada tahap ini, mitra juga memberikan informasi mengenai rata – rata jumlah pengunjung perhari di Pantai Penyusuk yang tidak terlalu ramai dan hanya didominasi oleh wisatawan lokal dari Belinyu saja.

Setelah memperoleh permasalahan dan solusi yang ditawarkan, tim pengabdian bersama mitra berdiskusi mengenai waktu pelaksanaan kegiatan agar tujuan kegiatan dapat tercapai dengan maksimal. Berdasarkan diskusi, didapatkan kesepakatan bahwa kegiatan pengabdian akan dilaksanakan selama tiga bulan dari bulan Mei hingga akhir Agustus. Kegiatan pengembangan *e-commerce* berbasis *website* disepakati dilakukan secara jarak jauh dengan komunikasi intens untuk menyesuaikan kebutuhan pengguna dengan apa yang sudah dikembangkan, namun kegiatan pelatihan yang dilakukan setelah pengembangan *website* disepakati dilakukan secara tatap muka (*luring*). Untuk menunjang kegiatan pelatihan, tim pengabdian berdiskusi mengenai tempat pelatihan, ketersediaan sumber daya seperti infokus, *speaker*, dan pengeras suara yang dapat disediakan oleh tim HKm. Dari diskusi disepakati bahwa kegiatan pelatihan dilakukan di mushala Pantai Penyusuk.

Untuk menunjang kegiatan pelatihan, tim peneliti menyiapkan materi yang tersedia dalam beberapa *slide* seperti (1) pentingnya pemasaran digital, (2) pentingnya *e-commerce*, dan (3) pembuatan konten – konten promosi. Adapun gambaran umum dari materi yang telah disediakan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Gambaran Umum PPT Materi Pelatihan

Sebelum pemberian materi, tim HKm diberikan *pretest* dan juga akan diberikan *posttest* setelah kegiatan pelatihan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat ketercapaian pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan menjadi tahapan realisasi dari apa yang sudah ada dalam tahap perencanaan. Tahap pelaksanaan ini diawali dengan diskusi antara tim PKM dengan mahasiswa sebagai tim pengembang *website* dan dilanjutkan pada tahap pengembangan *website*. Tahap pengembangan *website* dilakukan sesuai dengan kebutuhan mitra (hasil dari tahap perencanaan). Pada tahap pengembangan *website* direalisasikan tujuan dan sasaran *website*, apa saja yang menjadi target *audiens*, mengembangkan fitur – fitur dan fungsi utama yang dibutuhkan, mengembangkan struktur navigasi, mendesain antarmuka pengguna, membuat dan mengisi konten – konten sesuai kebutuhan, merealisasikan teknologi dan alat pengembangan, mencapai target responsif dan kompatibilitas, hingga pengembangan keamanan *website*. Setelah tahap pengembangan *website* dilakukan, dilanjutkan dengan diskusi bersama mitra untuk mengecek kesesuaian *website* yang sudah dikembangkan dengan kebutuhan mitra secara online (*zoom*). Setelah mitra memastikan kesesuaian kebutuhan dengan *e-commerce* yang sudah dikembangkan, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan penggunaan dan pengelolaan *website*. Tahap ini dilakukan untuk memberikan pelatihan kepada tim HKM mengenai bagaimana menggunakan dan mengelola *website*. Hal ini dilakukan agar setelah serah terima *website* dilakukan, tim pengurus HKM dapat melanjutkan dalam hal pengelolaan *website*.

Kegiatan pelatihan ini diawali dengan pemberian *pretest* kepada seluruh tim pengurus HKM dan dilanjutkan dengan pemberian materi pelatihan. Setelah semua peserta memperoleh informasi yang memadai mengenai *website*, peserta kembali diberikan evaluasi berupa *posttest* untuk melihat apakah ada peningkatan kompetensi pengurus

mengenai penggunaan dan pengelolaan website. Tahap terakhir dari tahap pelaksanaan ini Adalah tahap serah terima *website* dari tim PkM kepada Mitra.

Tahap Pengamatan

Setelah kegiatan pelaksanaan dilakukan, tahap selanjutnya adalah tahap pengamatan. Tahap pengamatan ini dilakukan dengan memantau aktivitas *website* yang dikelola oleh tim HKm setelah serah terima *website* dilakukan. Tim pengabdian mengamati dan mengevaluasi aktivitas website terutama dari jumlah pengunjung website, peningkatan jumlah postingan berita di laman *website*, pemesanan *online*, aktivitas penambahan konten wisata terbaru, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa *website* yang telah dikembangkan telah dikelola dengan baik dan maksimal.

Tahap Evaluasi dan Refleksi

Setelah kegiatan pengamatan dilakukan, evaluasi dan refleksi dilakukan sebagai tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat apakah kegiatan yang dilaksanakan sudah mencapai tujuan atau belum. Tahap evaluasi dan refleksi ini dilakukan berdasarkan hasil yang diperoleh dari tahap pengamatan. Hal ini dilakukan agar *website* yang sudah dikembangkan dan diserahkan kepada HKm dapat dimanfaatkan dengan baik dengan tujuan peningkatan aktivitas ekowisata di Pantai Penyusuk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang difokuskan pada pendampingan penguatan ekowisata Pantai Penyusuk melalui pengembangan *e-commerce* berbasis website ini diawali dengan kegiatan diskusi awal bersama mitra (dalam hal ini HKm Lestari Pantai Penyusuk) untuk menggali permasalahan yang dihadapi mitra. Diskusi awal tim Pengabdian kepada Masyarakat bersama mitra HKm Lestari Pantai Penyusuk dilakukan pada tanggal 16 Mei 2024 di Belinyu bertempat di SMAN 1 Belinyu. Tahap ini dilakukan oleh dua orang tim PkM dengan salah satu anggota pengurus HKm Pantai Penyusuk. Gambar 4 menunjukkan kegiatan diskusi analisis awal yang dilakukan.



Gambar 4. Diskusi Analisis Awal Permasalahan Bersama Mitra

Dari kegiatan analisis awal ini, diperoleh beberapa permasalahan yang dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Permasalahan Mitra

No	Permasalahan Mitra
1	Daya tarik wisatawan kurang terhadap paket wisata yang ditawarkan, karena masih terpusat pada wisata manggang yang masih jarang diminati masyarakat luas
2	Belum terealisasi rencana pengembangan yang mengangkat ekowisata, karena pengurus belum memiliki kompetensi dalam pengelolaan dan penggunaan website untuk kegiatan promosi
3	Pemasaran produk belum efektif, masih melalui status whatsapp dan dari mulut ke mulut sehingga belum sampai ke masyarakat luas

Setelah memperoleh rekapitulasi permasalahan mitra, kegiatan dilanjutkan dengan kegiatan diskusi tim PkM dengan mahasiswa mengenai kebutuhan pengembangan website *e-commerce*. Diskusi ini dilakukan di Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung pada tanggal 19 Mei 2024. Tahap diskusi Tim PkM dengan mahasiswa mengenai pengembangan website dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tahap Diskusi Tim PkM Dengan Mahasiswa Mengenai Pengembangan Website

Tahap diskusi dilakukan untuk mengomunikasikan kebutuhan mitra mengenai konten yang diinginkan mitra kepada mahasiswa sebagai tim pengembang website. Dari tahap ini direkapitulasi hasil diskusinya pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Diskusi Tim Pengembang Website

No	Kebutuhan
1	Pengembangan website <i>e-commerce</i>
2	Konten yang diperlukan: - Info pemesanan, misalnya penginapan - Berita - Maps (link langsung ke maps) - Testimoni - Galeri foto - Domain : go.id/ com

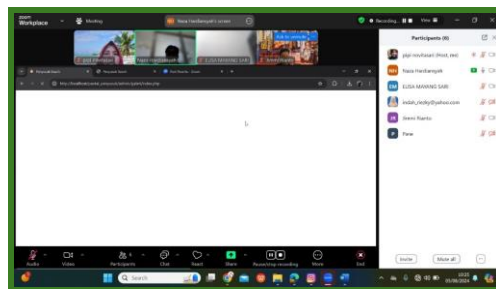
Setelah mengetahui kebutuhan website yang akan dikembangkan, tim pengembang website mulai melakukan tahap pengembangan website. Tahap pengembangan website ini dilakukan sejak tanggal 1 Juni 2024 hingga 15 Juli 2024. Dengan mengakomodir kebutuhan mitra, tim pengembang website mengembangkan website dengan spesifikasi yang direkapitulasi pada Tabel 3.

Tabel 3. Spesifikasi Website Pantai Penyusuk

No	Spesifikasi
1	Tujuan dan Sasaran Website Tujuan: Memperkenalkan Pantai Penyusuk kepada wisatawan lokal dan internasional, menyediakan informasi tentang fasilitas, kegiatan, dan paket wisata yang tersedia. Sasaran: Wisatawan, agen perjalanan, komunitas pecinta pantai, dan masyarakat umum.
2	Target Audiens - Wisatawan lokal dan internasional - Keluarga dan individu yang mencari destinasi liburan - Komunitas pecinta pantai dan kegiatan outdoor
3	Fitur dan Fungsi Utama - Beranda: Tampilan utama dengan gambar hero header, informasi singkat tentang pantai, dan navigasi utama. - Tentang Pantai: Informasi mendetail tentang sejarah dan keunikan Pantai Penyusuk. - Paket Wisata: Daftar dan deskripsi paket wisata yang tersedia, termasuk harga dan fasilitas yang ditawarkan. - Pulau Putri: Informasi khusus tentang Pulau Putri yang terletak di sekitar Pantai Penyusuk. - Galeri: Galeri foto dan video yang menampilkan keindahan pantai dan aktivitas yang bisa dilakukan. - Pondok Pantai: Informasi tentang cottage atau penginapan yang tersedia di pantai. - Berita dan Acara: Berita terbaru dan acara yang akan datang terkait Pantai Penyusuk.

	- Kontak: Informasi kontak, formulir kontak, dan peta lokasi pantai. - Login Admin: Fitur login untuk admin untuk mengelola konten website.
4	Struktur Navigasi - Menu utama yang terdiri dari: Beranda, Tentang Pantai, Sejarah, Paket Wisata, Team Pantai, Pulau Putri, Galeri, Pondok Pantai, Berita, dan Kontak. - Breadcrumb untuk navigasi mudah di dalam halaman.
5	Desain dan Antarmuka Pengguna (UI) - Skema Warna: Warna utama seperti biru laut, putih, dan hijau untuk mencerminkan tema pantai. - Tipografi: Penggunaan font yang mudah dibaca dengan ukuran yang sesuai untuk berbagai perangkat. - Layout: Desain responsif yang menyesuaikan dengan berbagai ukuran layar. - Elemen Desain: Penggunaan gambar berkualitas tinggi, ikon, dan animasi ringan untuk meningkatkan estetika.
6	Konten - Teks: Deskripsi rinci tentang pantai, paket wisata, dan fasilitas. - Gambar: Foto berkualitas tinggi dari pantai, fasilitas, dan kegiatan. - Blog: Artikel tentang kegiatan dan berita terbaru.
7	Teknologi dan Alat Pengembangan - Front-end: HTML, CSS (Bootstrap SB Admin 2), JavaScript - Back-end: PHP (menggunakan PDO untuk koneksi database) - Database: MySQL - Hosting: Web hosting yang mendukung PHP dan MySQL, dengan fokus pada kecepatan dan keamanan
8	Responsif dan Kompatibilitas - Responsif: Desain yang menyesuaikan dengan baik di perangkat desktop, tablet, dan mobile. - Kompatibilitas Browser: Pengujian dan penyesuaian untuk kompatibilitas di browser utama seperti Chrome, Firefox, Safari, dan Edge.
9	Keamanan - SSL: Sertifikat SSL untuk enkripsi data antara pengguna dan server. - Autentikasi: Sistem login yang aman untuk admin.

Setelah tahap pengembangan website, tahap selanjutnya dilanjutkan dengan presentasi website kepada pihak mitra untuk melihat apakah website yang dikembangkan sudah memenuhi kebutuhan mitra. Diskusi ini dilakukan secara online melalui zoom pada tanggal 18 Juli 2024. Adapun dokumentasi tahap ini dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Dokumentasi Tahap Diskusi Tim PkM dengan Mitra

Setelah website selesai dikembangkan dan *hosting* serta *domain website* selesai disematkan, website pantai penyusuk siap untuk digunakan. Tahap selanjutnya dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan dan pengelolaan website oleh tim pengembang website kepada tim pengurus HKM. Pelatihan Penggunaan dan Pengelolaan Website ini dilakukan pada hari Sabtu tanggal 31 Agustus 2024 di Pantai Penyusuk. Pada kegiatan ini, tim mahasiswa sebagai pengembang website memberikan pelatihan kepada tim pengurus HKM mengenai penggunaan dan pengelolaan website. Kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Kegiatan Pelatihan Penggunaan Dan Pengelolaan Website

Untuk melihat peningkatan kompetensi mengenai penggunaan dan pengelolaan website pengurus maka dilakukan *pretest* dan *posttest* sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan. Sebelum kegiatan pelatihan, pengurus diberikan *pretest*, *pretest* ini diberikan melalui tes yang dibuat dalam bentuk pilihan ganda yang berisi 10 pertanyaan tentang penggunaan dan pengelolaan website. Setelah kegiatan pelatihan, pengurus kembali diberikan *posttest* untuk melihat apakah ada peningkatan kompetensi pengurus mengenai penggunaan dan pengelolaan website. Dari kegiatan *pretest* dan *posttest* diperoleh hasil bahwa terjadi peningkatan kompetensi mengenai penggunaan dan pengelolaan website sebesar 56 %. Gambar 8 merupakan dokumentasi ketika pengurus mengisi *pretest* dan *posttest*.



Gambar 8. Dokumentasi Ketika Pengurus Mengisi *Pretest* Dan *Posttest*

4. Serah Terima Website dari tim PkM kepada Mitra

Tahap terakhir yang menjadi tahapan kegiatan PkM ini adalah serah terima website dari tim PkM kepada Mitra. Pada tahap ini, tim PkM menyerahkan website untuk dapat digunakan dan dikelola oleh tim pengurus HKM. Kegiatan serah terima website ini terdokumentasi pada Gambar 9.

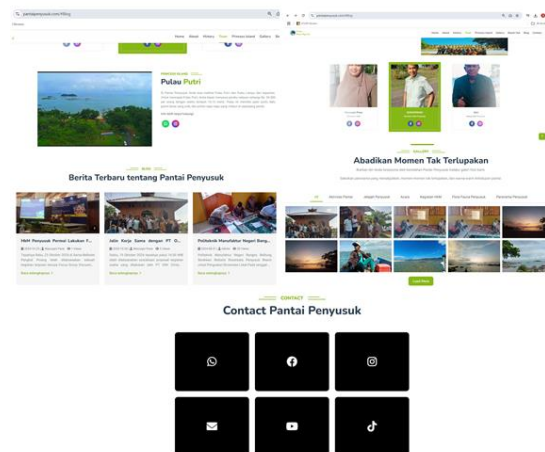


Gambar 9. Dokumentasi Serah Terima Website

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan untuk memecahkan permasalahan yang mitra HKM Penyusuk permai hadapi. Adapun permasalahan pertama yang diutarakan oleh mitra adalah “Daya tarik wisatawan kurang terhadap paket wisata yang ditawarkan”. Paket wisata yang ditawarkan HKM dan sudah tersebar di media sosial baru terpusat pada paket wisata “Manggang – manggang di Penyusuk”, belum ada paket – paket wisata menarik lainnya yang ditawarkan oleh HKM kepada masyarakat. Pantai Penyusuk yang dikelilingi oleh beberapa pulau kecil seperti pulau putri, pulau lampu, pulau hantu, dll sudah sering menerima permintaan masyarakat untuk wisata menyeberang pulau dengan menggunakan kapal masyarakat, wisata trumbu karang, dan wisata lainnya. Namun beberapa jenis wisata ini belum ditawarkan secara luas di media sosial, baru dari mulut ke mulut. Pengurus HKM belum memiliki keterampilan yang cukup dalam hal mengelola *e-commerce* berbasis *website* dan kegiatan promosi. Solusi yang ditawarkan tim PkM adalah melakukan pelatihan dan penggunaan *ecommerce*. Setelah mengembangkan website promosi Pantai penyusuk, tim pengembang telah melakukan kegiatan pelatihan kepada seluruh pengurus HKM Penyusuk Permai mengenai penggunaan website sebagai media promosi.

Melalui pelatihan yang sudah dilakukan, pengurus sudah mulai mengatur jadwal dan tugas pengelolaan website. Pengelolaan ini berpusat pada optimalisasi kegiatan promosi baik dari konten berita, galeri, penambahan paket wisata, dan lain lain. Ketua HKM sudah menugaskan sekretaris sebagai pemegang akun utama. Selain itu, sekretaris HKM sudah mulai mengintruksikan setiap pengurus untuk dapat mendokumentasikan setiap kegiatan yang

melibatkan Pantai Penyusuk yang selanjutnya dapat dikirimkan ke admin website. Admin website akan mengumpulkan foto – foto untuk dapat diupload diwebsite. Kemudian berita – berita terkait promosi untuk dapat ditampilkan di website. Setelah selesai pelatihan yang dilakukan pada tanggal 31 Agustus 2024, admin mereset ulang *username* dan *password*. *Username* dan *password* awalnya menggunakan salah satu akun mahasiswa PkM. Kemudian diganti dengan akun HkM Penyusuk. Langkah selanjutnya, admin melakukan *upgrade* konten pada beberapa hal. Pertama melengkapi *contact* Pantai Penyusuk (*whatsapp*, *facebook*, *Instagram*, *email*, *youtube*, dan *tiktok*). Kedua memperbaiki *team beach* dengan menambahkan Foto dan Nama Pembina HkM Penyusuk, Ketua HkM Penyusuk, dan Sekretaris HkM Penyusuk. Selain itu, admin berencana untuk memasukkan seluruh anggota HkM yang terlibat dalam kepengurusan. Ketiga Admin memperbaiki *activity category*. Saat ini *activity category* yang dimunculkan dalam website adalah aktivitas pantai, jelajah Penyusuk, acara, kegiatan HkM, Flora dan Fauna Penyusuk, dan Panorama Penyusuk. Keempat, admin menambahkan foto-foto yang mendukung untuk setiap *activity category*. Terakhir, admin menambahkan berita pada menu blog. Berita pertama yang diunggah berjudul Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung Serahkan Website Ekowisata Penyusuk Beach untuk Penguatan Ekowisata Lokal. Pengunggahan berita tepat setelah kegiatan berlangsung, pada tanggal yang sama yaitu tanggal 31 Agustus 2024, mengunggah postingan video mengenai Pulau Putri. Admin juga menambahkan beberapa berita terbaru tentang kegiatan yang dilakukan oleh pengurus HkM Permai. Beberapa informasi ini dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Tampilan Postingan Berita Pertama Admin

Kebermanfaat dari penggunaan *website* ini sudah dirasakan oleh pengurus dalam hal kemudahan telusur informasi bagi para turis luar Bangka Belitung yang ingin mengunjungi Pantai Penyusuk. Beberapa calon turis luar Bangka Belitung yang menghubungi kontak pengurus langsung diarahkan untuk dapat mengeksplor *website* untuk dapat menggali informasi mengenai Pantai Penyusuk sebelum berkunjung ke Pantai Penyusuk.

Permasalahan kedua yang diperoleh dari mitra adalah “Belum terealisasi rencana pengembangan yang mengangkat ekowisata”. Ekowisata adalah salah satu rencana jangka panjang mitra dalam waktu 10 tahun kedepan. Pembahasan mengenai solusi permasalahan ini dilaksanakan serentak pada tahap serah terima website pada tanggal 31 Agustus 2024. Dalam hal ini narasumber yang memahami ilmu dari segi bisnis, dalam hal ini diberikan oleh Bapak Muhammad Setya Pratama, M.Si. Dalam hal ini, narasumber memberikan masukan untuk pengurus HKM dapat memfokuskan pengembangan Pantai Penyusuk dengan mengangkat konsep budaya. Budaya merupakan salah satu hal menarik yang bisa dimunculkan dalam promosi Pantai Penyusuk. Berdasarkan paparan narasumber ini, ekowisata yang direncanakan akan mengusung sinergi antara budaya dan lingkungan hidup. Langkah awal yang akan mitra lakukan adalah pembuatan penginapan di Kawasan HKM dengan mengusung desain rumah adat suku lom pesisir pantai selaku suku pribumi Bangka. Pertimbangannya suku lom merupakan suku yang ada di Kecamatan Belinyu, tepatnya di Dusun Air Abik dan Pejem. Kemudian rumah yang mereka tinggali yang dikenal dengan memarong memiliki ciri khas tersendiri dan dijadikan sebagai rumah adat. Oleh karena itu mitra mengangkat kebudayaan setempat dalam bentuk rumah adat memarong yang dijadikan sebagai penginapan. Selain modal, mitra mengalami kendala terkait dengan metode yang digunakan dalam pembuatannya maka perencanaan ini belum dapat direalisasikan. Solusi yang ditawarkan tim PkM adalah mengembangkan promosi yang berbasis ekowisata melalui sinergi antara budaya dan lingkungan hidup melalui penggunaan *e-commerce* berbasis *website*. Melalui *website* Pantai Penyusuk yang sudah dikembangkan, pengurus HKM sudah mulai menampilkan berita – berita dengan tema budaya seperti kegiatan nganggung yang diselenggarakan untuk memperingati Maulid Nabi, serta menampilkan berita dan foto – foto rumah adat suku Lom (suku asli Bangka);

Permasalahan ketiga yang dipaparkan oleh mitra adalah “Pemasaran produk belum efektif”. Pemasaran produk yang ditawarkan sejauh ini hanya dilakukan melalui media sosial yaitu status whatsapp dan Instagram. Hal ini dibuktikan dengan daftar pengunjung yang didominasi oleh penduduk lokal, dan belum mencakup wisatawan dari daerah lain. Keterbatasan media pemasaran yang dilakukan menyebabkan tujuan yang ingin dicapai belum dapat direalisasikan. Pendatang yang berasal dari penduduk lokal juga cenderung lebih sering membawa makanan sendiri sehingga paket kuliner yang ditawarkan oleh mitra belum terpasarkan dengan baik. Selain belum tersedianya teknik dan media pemasaran yang efektif, mitra juga memiliki keterbatasan mengenai pengetahuan lebih berkaitan dengan pengembangan dan penggunaan media lainnya misalnya website yang diyakini dapat lebih memasarkan produk – produk yang mereka tawarkan menjadi lebih efektif. Solusi yang ditawarkan tim PkM adalah melalui pengembangan *e-commerce* berbasis *website*. Website yang dikembangkan sudah mulai digunakan oleh pengurus HKM dalam memasarkan paket wisata yang ditawarkan. Wisatawan dari luar daerah Bangka juga sudah mulai menjadi pendatang di Pantai Penyusuk. Rata – Rata paket wisata yang dinikmati oleh para wisatawan luar Bangka adalah wisata kuliner “Manggang – Manggang” dan wisata nyebrang ke Pulau Putri.

Pengurus HKM yang didominasi oleh usia lansia ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam kegiatan promosi wisata Pantai Penyusuk. Dari 12 pengurus HKM yang aktif, hanya ada 1 pengurus yang berusia dibawah 35 tahun, selebihnya berusia 50 tahun ke atas. Walaupun didominasi oleh pengurus berusia 50 tahun ke atas, semangat para pengurus dalam mengembangkan promosi wisata Pantai Penyusuk sangat tinggi. Hal ini terlihat ketika pelaksanaan kegiatan pendampingan, seluruh pengurus HKM mengikuti kegiatan dengan sangat baik. Hal ini tampak dari peningkatan kompetensi dalam penggunaan website sebagai media promosi dari *pretest* dan *posttest* yang sudah dilakukan oleh pengurus HKM. Berdasarkan hasil *pretest* dan *posttest* yang diberikan diperoleh informasi bahwa terjadi peningkatan kompetensi dalam hal penggunaan dan pengelolaan website oleh para pengurus HKM sebesar 67 %. Melalui seluruh tahapan kegiatan PkM ini diharapkan pengurus HKM dapat memaksimalkan promosi wisata Pantai Penyusuk dalam upaya penguatan Ekowisata melalui penggunaan website di Pantai Penyusuk.

4. SIMPULAN

Kegiatan pengembangan website sebagai media promosi Pantai Penyusuk merupakan solusi yang diberikan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung untuk menyelesaikan permasalahan yaitu daya tarik wisatawan kurang terhadap paket wisata yang ditawarkan, belum terealisasi rencana pengembangan yang mengangkat ekowisata, dan pemasaran produk belum efektif ini diselesaikan melalui pengembangan *e-commerce* berbasis website yang digunakan sebagai media promosi Pantai Penyusuk. Berdasarkan *pretest* dan *posttest* diperoleh informasi bahwa terdapat peningkatan kompetensi dalam hal penggunaan dan pengelolaan website oleh para pengurus HKM sebesar 67 %. Setelah penggunaan website, sudah terjadi beberapa aktivitas penunjang penggunaan website yaitu (1) pengurus sudah mulai mengatur jadwal dan tugas pengelolaan website; (2) admin sudah mulai mengintruksikan setiap pengurus untuk dapat mendokumentasikan setiap kegiatan yang melibatkan Pantai Penyusuk yang selanjutnya dapat dikirimkan ke admin website. Admin website akan mengumpulkan foto – foto untuk dapat diupload diwebsite serta berita – berita terkait promosi untuk dapat ditampilkan di website; (3) admin sudah melakukan posting berita mengenai kegiatan serah terima website yang sudah dikembangkan oleh pihak PkM Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung kepada HKM Penyusuk Permai tepat setelah kegiatan berlangsung, pada tanggal yang sama yaitu tanggal 31 Agustus 2024; (4) website yang dikembangkan sudah mulai digunakan oleh pengurus HKM dalam memasarkan paket wisata yang ditawarkan. Wisatawan dari luar daerah Bangka juga sudah mulai menjadi pendatang di Pantai Penyusuk. Rata – Rata paket wisata yang dinikmati oleh para wisatawan luar Bangka adalah wisata kuliner “Manggang – Manggang” dan wisata nyebrang ke Pulau Putri. Namun untuk permasalahan yang berkaitan dengan pengangkatan tema budaya dalam konsep ekowisata masih terkendala pada masalah modal dalam mengangkat kebudayaan setempat dalam bentuk rumah adat memarong yang dijadikan sebagai penginapan. Namun permasalahan ini sudah diselesaikan melalui promosi yang berbasis ekowisata melalui sinergi antara budaya dan lingkungan hidup melalui penggunaan *e-commerce* berbasis *website*. Melalui *website* Pantai Penyusuk yang sudah dikembangkan, pengurus HKM sudah mulai menampilkan berita – berita dengan tema budaya seperti kegiatan nganggung yang diselenggarakan untuk memperingati Maulid Nabi, serta menampilkan berita dan foto – foto rumah adat suku Lom (suku asli Bangka).

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada P3KM Polman Negeri Babel atas bantuan dananya serta semua pihak yang telah membantu pelaksanaan proyek ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyo Bagus Setiawan, H., Kurniawan, A., & Komara, B. D. (2022). Strategi *Digital Tourism* dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Hendrosari Kabupaten Gresik. *SAUJANA : Jurnal Perbankan Syariah Dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.59636/saujana.v4i02.88>.
- David K, C., Maharani C.P., N., Rummy, J., & Tahniah, A. (2023). Peran *E-Commerce* dalam Meningkatkan Kuota Penjualan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(6), 1488–1494. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i6.3015>.
- Dewi, Y. P., Prawitama, R. A., & Firdaus, M. F. (2021). Penjualan *Online* Melalui *Website E-Commerce* Berbasis *Content Management Sistem* Pada Toko Detak Original. *JIKI (Jurnal Ilmu Komputer & Informatika)*, 2(2), 134–140. <https://doi.org/10.24127/jiki.v2i2.1694>.
- Halim, S., & Aziz, F. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Layanan *E-Commerce* Tempat Oleh-Oleh Wisata Anyer. *ProTekInfo(Pengembangan Riset Dan Observasi Teknik Informatika)*, 5(2), 26–34. <https://doi.org/10.30656/protekinf.v5i0.714>.
- Hastuti, Ganefri, Yulastri, A., Ambiyar, Yanto, D. T. P., & Andrian. (2023). Profil *Entrepreneur* di Era Digital dalam Menghadapi Era *Society 5.0*. *JTEV (Jurnal Teknik Elektro Dan Vokasional)*, 9(1), 139–146. <https://doi.org/10.24036/jtev.v9i1.121838>.
- Heliany, I. (2019). *Wonderful Digital Tourism* Indonesia Dan Peran Revolusi Industri Dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital 5.0. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 21–35. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.551>.
- Ichsan, R. N., Laratmase, P., Novedliani, R., Utami, E. Y., & Mahmudin, T. (2024). Digitalisasi Destinasi sebagai Strategi Pengembangan Promosi Pariwisata di Indonesia. *Edunomika*, 8(2), 1–13.
- S, V. Z., Mukhirah, & Fitriana. (2018). Daya Tarik Wisatawan pada Produk Kerajinan Bordir Aceh. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA*, 3(1), 81–92.
- Siregar, M., & Yulia Hayuningtyas, R. (2022). Sistem Informasi Penjualan Karya Seni Berbasis *Website*. *Jurnal Infortech*, 4(1), 24–29. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech24>.
- Stevenson, E. S., & Ardiansyah, I. (2024). *the Influence of Digital Tourism on Interest in Visiting Tourists At the Digital Museum Gedung Juang 45*. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 237–246. <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Tiara Dita Puspita, & Vivaldy Ismail. (2023). Analisis Strategi Pengembangan *Digital Tourism* Sebagai Promosi Pariwisata. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 10–23. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i1.262>.
- Yanti, D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan *Digital Tourism* Sebagai Promosi Pariwisata Di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 27(1), 814–821. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v27i1.137>.