

Peningkatan Pelayanan pada Bali *Agency Solution Services* melalui Penggunaan Website

^{1*} Ni Wayan Setiasih, ² Erma Sulisty Rini, ³ I Nyoman Surya Jaya

Institut Teknologi dan Bisnis Stikom Bali ^{1,2,3}

*Email: setiasih@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang terbesar perekonomian Bali dan tidak lepas dari kebutuhan akan digitalisasi. Bali menarik perhatian jutaan wisatawan setiap tahunnya karena kekayaan budaya dan alamnya. Namun untuk memanfaatkan potensi tersebut, para pelaku ekonomi di sektor pariwisata, khususnya biro perjalanan perlu menerapkan strategi digital yang efektif. Bali *Agency Solution Services* merupakan penyedia jasa yang bergerak dalam bidang pengelolaan pariwisata di Bali. Persaingan global dan perubahan preferensi wisatawan yang semakin bergantung pada teknologi menjadikan penggunaan media digital menjadi penting. Namun tantangan bagi Bali *Agency Solution Services* adalah kurangnya pemahaman mendalam tentang cara mengintegrasikan media digital ke dalam proses bisnis secara efektif. Berdasarkan permasalahan tersebut maka pada pengabdian masyarakat ini memberikan solusi dengan membuat *website* yang memenuhi kebutuhan mitra serta berpotensi untuk dikembangkan kembali. Metode kegiatan menggunakan metode konsultasi dan pelatihan. Metode konsultasi ini memiliki tujuan untuk memberikan konsultasi tentang pentingnya *digital marketing* untuk *brand awareness* sehingga dapat meningkatkan jumlah *customer*. Sedangkan metode pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dalam pengoperasian sistem atau *website* yang digunakan. Pengabdian ini sukses mencapai target pengaplikasian media digital *website* dalam proses operasional usaha bagi mitra.

Kata kunci : *digital marketing, brand awareness, website*

ABSTRACT

The tourism sector is one of the largest contributors to the Balinese economy and is inseparable from the need for digitalization. Bali attracts millions of tourists every year because of its cultural and natural riches. However, to take advantage of this potential, economic actors in the tourism sector, especially travel agencies, need to implement effective digital strategies. Bali Agency Solution Services is a service provider engaged in tourism management in Bali. Global competition and changes in tourist preferences that are increasingly dependent on technology make the use of digital media important. However, the challenge for Bali Agency Solution Services is the lack of in-depth understanding of how to integrate digital media into business processes effectively. For this reason, this community service provides a solution by creating a website that meets the needs of partners and has the potential to be developed further. The activity method uses consultation and training methods. This consultation method aims to provide consultation on the importance of digital marketing for brand awareness so that it can increase the number of customers. While this training method aims to provide training in operating the system or website used. This

service has successfully achieved the target of applying digital media websites in the operational process of business for partners.

Key words: *digital marketing, brand awareness, website*

PENDAHULUAN

Transformasi digital bisnis adalah penerapan teknologi untuk membangun model bisnis, proses, perangkat lunak, dan sistem baru yang menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, keunggulan kompetitif yang lebih signifikan, dan efisiensi yang lebih besar (Berutu *dkk.*, 2024). Pada era *society* 5.0, teknologi digital memiliki peran sentral dalam memfasilitasi interaksi antara individu, perusahaan, dan lingkungan sekitarnya (Haryanto *dkk.*, 2024). Sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang terbesar perekonomian Bali dan tidak lepas dari kebutuhan akan digitalisasi.

Bali menarik perhatian jutaan wisatawan setiap tahunnya karena kekayaan budaya dan alamnya. Perekonomian Bali pada tahun 2023 diperkirakan tumbuh pada kisaran 4,50% – 5,30%, berpotensi meningkat dibandingkan tahun 2022 yang tumbuh 4,84%. Meningkatnya perekonomian di provinsi Bali mendapat dukungan dari tingkat pariwisata di Bali (Permana dan Wirayudha, 2023).

Namun untuk memanfaatkan potensi tersebut, para pelaku ekonomi di sektor pariwisata, khususnya biro perjalanan, perlu menerapkan strategi digital yang efektif. Dalam membuat visa dapat juga menggunakan promosi dengan *brand image* atau perspektif brand (Sari, 2022).

Bali *Agency Solution Services* merupakan penyedia jasa yang bergerak dalam bidang pengelolaan pariwisata di Bali. Persaingan global dan perubahan preferensi wisatawan yang semakin bergantung pada teknologi menjadikan penggunaan media digital menjadi penting. Media digital tidak hanya memfasilitasi periklanan dan pemasaran yang lebih efektif, namun juga memungkinkan

penyedia layanan meningkatkan pengalaman pelanggan melalui sistem reservasi *online*, manajemen reservasi, dan komunikasi yang lebih cepat dan efisien. Visa merupakan dokumen yang wajib dibawa untuk dapat masuk secara legal ke suatu negara (Wisswani, Karmiathi dan Guna, 2020).

Pada kegiatan bisnis besar hingga kecil pun saat ini banyak memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Dengan adanya teknologi digital, para pelaku bisnis bisa mencari peluang dengan strategi bisnis untuk melakukan penjualan, strategi bisnis yang dilakukan adalah melalui pemasaran (Az-Zahra dan Sukmalengkawati, 2022). Profil usaha dari Bali *Agency Solution Services* dapat ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Bali *Agency Solution Services*

Nama Pemilik Usaha	I Made Wira Putra Yasa
Nama Usaha	Bali <i>Agency Solution Service</i>
Alamat	Jalan Taman Beji (Perumahan Pesona Graha Pratama)
Lama Usaha	2 thn
Jumlah Tenaga Kerja	4 orang karyawan

Namun tantangan bagi Bali *Agency Solution Services* adalah kurangnya pemahaman mendalam tentang cara mengintegrasikan media digital ke dalam proses bisnis secara efektif. Oleh karena itu, penting untuk mendukung dan melatih mitra agar dapat memanfaatkan media digital secara optimal, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing dan kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra, permasalahannya adalah perlunya sebuah *website* yang dapat berfungsi sebagai media penyampaian informasi

kepada pelanggan. Teknologi banyak digunakan sebagai sarana promosi dan informasi khususnya pada bidang *website* yang saat ini sangat berperan dalam menyampaikan informasi. *Website* adalah salah satu aplikasi yang berisikan dokumen-dokumen multimedia (teks, gambar, suara, animasi, video) di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (*Hyper Text Transfer Protokol*) dan untuk mengakses menggunakan perangkat lunak yang disebut browser (Nurlailah dan Wardani, 2023).

Website diharapkan untuk menjadi sarana utama Bali *Agency Solution Services* menyajikan layanannya, memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan dan memberikan informasi yang relevan dan terkini mengenai paket perjalanan, layanan tambahan dan informasi penting lainnya. Dari wawancara ini, situs web yang diinginkan harus mudah diakses dan ramah pengguna, menawarkan fitur-fitur penting seperti formulir pemesanan *online*, galeri gambar, dan informasi kontak langsung untuk kemudahan penggunaan oleh calon pelanggan. Permasalahan ini memberikan peluang untuk memberikan solusi dengan membuat *website* yang memenuhi kebutuhan mitra serta berpotensi untuk dikembangkan kembali.



Gambar 1. Foto Kondisi dari Kantor

Tujuan dari program layanan ini adalah memberikan solusi konkrit melalui pemanfaatan media digital, baik dalam aspek pemasaran, manajemen hubungan pelanggan, dan sistem operasional. Dengan cara ini, Bali *Agency Solution Services* dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan bertransformasi menjadi perusahaan yang lebih kompetitif di pasar global.

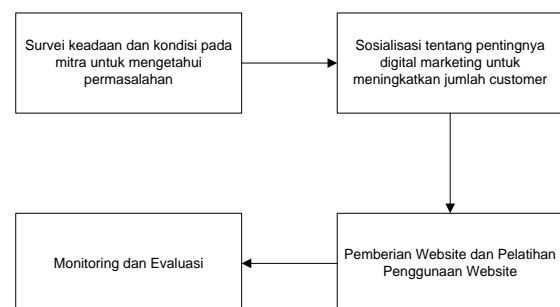
RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pendahuluan yang telah dijabarkan didapatkan rumusan masalah yaitu:

1. Belum adanya layanan berbasis *online* pada Bali *Agency Solution Services*.
2. Minimnya pengetahuan karyawan dalam pemasaran digital untuk meningkatkan layanan dengan pembuatan *website*.

METODE

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode konsultasi dan pelatihan. Metode konsultasi ini memiliki tujuan untuk memberikan konsultasi tentang pentingnya *digital marketing* untuk meningkatkan jumlah customer. Metode pelatihan ini bertujuan pelatihan dalam pengoperasian sistem atau *website* yang digunakan. Alur kegiatan dapat ditunjukkan seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Kegiatan

Kegiatan diawali dengan melakukan survei untuk mengetahui keadaan dan kondisi Bali *Agency Solution Services*. Kemudian, melakukan persiapan terkait edukasi yang akan diberikan. Edukasi

terkait pemasaran digital dan pelatihan penggunaan *website* untuk pengembangan usaha dalam dunia digital yang dilakukan oleh tim dari Bali Agency Solution Services ke depannya. Terakhir, evaluasi dengan melihat kendala yang dihadapi dalam operasional penggunaan *website* dalam usaha yang dijalankan oleh mitra.

PEMBAHASAN

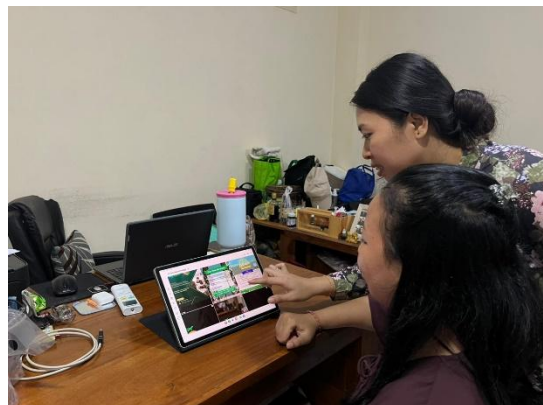
Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan dosen dan mahasiswa serta tim dari Bali Agency Solution Services.



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Beberapa kegiatan yang dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra meliputi pemberian sosialisasi mengenai *digital marketing*. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk memberikan pengetahuan yang mudah dipahami tentang pentingnya *digital marketing* itu sendiri. Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasar, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan pemanfaatan teknologi informasi digital seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet (Tompunu, Soegoto dan Palandeng, 2023). Di mana dengan *digital marketing* itu diharapkan tujuannya adalah untuk menjangkau target audiens yang lebih luas, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan meningkatkan penjualan melalui

penggunaan *website*. Suasana sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Sosialisasi Mengenai Pengetahuan Multimedia

Setelah kegiatan sosialisasi, acara dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan *website*, seperti yang terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pelatihan Menggunakan Website

Melalui pelatihan *website* ini, tim dari Bali Agency Solution Services berhasil mengoperasikan *website* yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat dari ITB STIKOM Bali. Kegiatan ini juga memberikan banyak manfaat dan pengetahuan baru tentang penggunaan *website* untuk *digital marketing* serta *brand awareness* dari Bali Agency Solution Services, serta pengalaman yang menyenangkan dengan belajar bersama

untuk memberikan kontribusi pengaplikasian ilmu yang ada di dunia pendidikan kepada masalah yang ada di masyarakat. *Brand awarednes* merupakan kemampuan konsumen dalam mengingat merek atau produk yang timbul dalam pikiran konsumen saat mempertimbangkan berbagai produk tertentu dan dengan mudahnya terasosiasi dengan merek atau produk tersebut (Mustakim dan Priyono, 2024).

Brand awarednes berpengaruh terhadap pembelian seperti penelitian yang dilakukan oleh Sriwendiah dan Ningsih (2022), di mana didapatkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand awarednes* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 28,4% dan sisanya sebesar 71,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Kegiatan pengabdian ini berjalan lancar berkat antusiasme tim dari Bali Agency Solution Services dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini. Hal ini dapat dilihat saat pelatihan, di mana peserta aktif bertanya dan menanggapi arahan dari tim pengabdian.

Website ini dibuat dengan detail teknis sebagai berikut:

Tabel 2. Detail Teknis Website

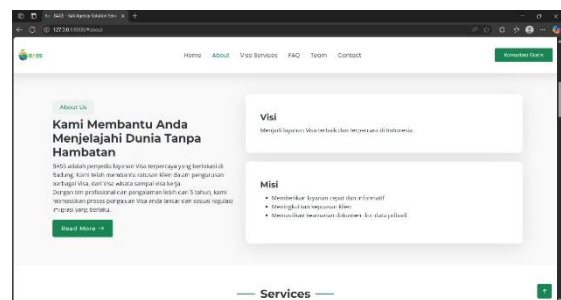
Bahasa Pemrograman	PHP
Framework	Laravel
DBMS (Database Management System)	MySQL
Domain	https://travelbassbali.com/

Berikut hasil desain *website* dari tim pengabdian yang dapat dilihat pada Gambar 6. Kegiatan ini juga memberikan banyak manfaat dan pengetahuan baru mengenai penggunaan *website* sebagai media *digital marketing* dan *brand awarednes* dari Bali Agency Solution Services.



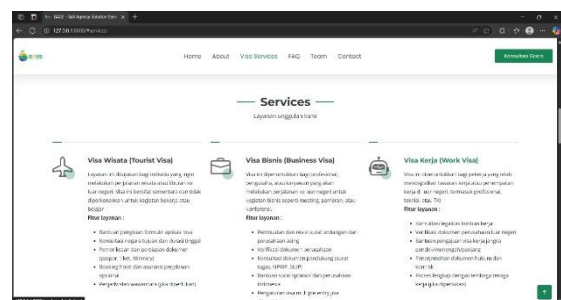
Gambar 6. Tampilan Website Bali Agency Solution Services

Pada *website* dicantumkan juga visi dan misi yang menjadi arah bisnis dan peyalanan dari Bali Agency Solution Services ke depan sehingga diharapkan menjadi *brand awarednes* agar konsumen lebih mudah mengenali dan mengingat produk dari mitra baik dari nama, logo, visi dan misi, atau ciri khas lainnya. *Brand awarednes* yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, mempermudah keputusan pembelian, dan pada akhirnya mendorong penjualan seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Visi dan Misi

Yang tidak kalah penting lagi adalah pada *website* tersebut juga menyajikan *service* yang diberikan oleh mitra seperti ditunjukkan pada gambar 8.



Gambar 8. Layanan Pada Bali Agency Solution Services

Selain itu pada *website* juga terdapat menu lain seperti FAQ, Tim dari mitra, dan Kontak bila customer ingin menghubungi langsung pihak Bali Agency Solution Services untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.

Setelah selesai pelatihan, dilakukan penyerahan sertifikat yang diberikan oleh tim Pengabdian Masyarakat ITB STIKOM Bali seperti yang ditunjukkan pada gambar 9.



Gambar 9. Penyerahan Sertifikat

Keunggulan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Bali Agency Solution Services ini adalah dapat memberikan pengetahuan mengenai pentingnya *digital marketing* untuk *brand awareness* dari produk atau jasa yang dimiliki serta meningkatkan kemampuan dari staf dan tim dari Bali Agency Solution Services dalam hal pemasaran dan pengelolaan produk secara digital khususnya dengan penggunaan *website* yang diberikan oleh tim pengabdian ITB STIKOM Bali.

Evaluasi Kegiatan

Efektivitas kegiatan pengabdian ini diukur melalui pengisian kuesioner oleh mitra terkait implementasi Sistem Informasi Manajemen Usaha (Sandjaja and Purnamasari, 2017). Hasil kuesioner dianalisis menggunakan pengukuran Skala Likert. Data pertanyaan dan jumlah respon pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Kuesioner

No	Pertanyaan	ST S	TS	N	S	SS
Usability						
1	Tampilan website menarik dan profesional				2	2
2	Menu pada website mudah dipahami				2	2
Kualitas Informasi						
3	Informasi yang ditampilkan mudah dipahami			1	2	1
Fitur dan Fungsionalitas						
4	Saya dapat dengan mudah menemukan kontak yang tersedia			1	1	2
5	Semua fitur website berjalan dengan baik				2	2
Persepsi terhadap Layanan						
6	Website membantu saya memahami layanan yang ditawarkan			1	2	1
7	Website meningkatkan kenyamanan saya sebagai pelanggan				2	2
Brand Awareness & Minat						
8	Website membuat brand Bali Agency mudah diingat			1	2	1
Jumlah		0	0	4	15	13
Jumlah skor		0	0	12	60	65
Total Skor						

Berdasarkan jawaban dari 4 responden terhadap 8 pertanyaan dalam survei, hasil pengukuran menggunakan Skala Likert adalah sebagai berikut:

- Respon pernyataan pada kategori "Sangat Setuju" (SS) sebanyak 12 dengan skor 5.

- Respon pernyataan pada kategori "Setuju" (S) sebanyak 21 dengan skor 4.
- Respon pernyataan pada kategori "Netral" (N) sebanyak 3 dengan skor 3.
- Tidak ada responden yang memilih kategori "Tidak Setuju" (TS) dengan skor 2.
- Tidak ada responden yang memilih kategori "Sangat Tidak Setuju" (STS) dengan skor 1.

Dihitung : $T \times P_n$ Di mana:

T = Hasil responden P_n = Skor Likert

- SS : $13 \times 5 = 65$
- S : $15 \times 4 = 60$
- N : $4 \times 3 = 12$
- TS : $0 \times 2 = 0$
- STS : $0 \times 1 = 0$

Skor = 137

Skor Perhitungan

$Y = \text{Skor Likert tertinggi} \times \text{total responden} \times \text{total pertanyaan}$

$= 5 \times 4 \times 8$

$= 160$

$\text{index \%} = \text{Total skor} / Y \times 100$

$= 137/160 \times 100$

$= 85\%$

Tabel 4. Persentase Nilai

Keterangan	%
STS (Sangat Tidak Setuju)	0 - 19,99%
TS (Tidak Setuju)	20 - 39,99%
N (Netral)	40 - 59,99%
S (Setuju)	60 - 79,99%
SS (Sangat Setuju)	80 - 100%

Analisis Skor Likert dan tabel persentase menunjukkan bahwa para responden sangat setuju dengan *usability*, kualitas informasi, fitur dan fungsional, persepsi dan layanan serta *brand awarness* dan minat pada mitra.

SIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan *website* yang diberikan oleh Tim Pengabdian Masyarakat ITB STIKOM Bali ini telah terlaksana dengan baik, dengan peserta dosen dan mahasiswa serta tim dari Bali *Agency Solution Services*. Kegiatan

ini menghasilkan hasil yang memuaskan, di mana peserta berhasil mengoperasikan dan mengelola *website* dengan baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terselenggara atas semangat dan kerja keras dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam kelancaran acara. Oleh karena itu, Kami menyampaikan terima kasih kepada Mitra Pengabdian Bali *Agency Solution Services* yang memberikan kesediaannya bekerjasama dalam pengabdian ini, kepada mahasiswa yang sudah banyak membantu dalam proses kegiatan pengabdian ini dan kepada ITB STIKOM Bali yang memberi pendanaan untuk mendukung keberlangsungan kegiatan pengabdian sejalan pada target yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Az-Zahra, P. dan Sukmalengkawati, A. (2022) "Pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), hal. 2008–2018.

Berutu, T.A. *dkk.* (2024) "Pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern," *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(3), hal. 358–370.

Haryanto, R. *dkk.* (2024) "Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review," *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2).

Mustakim, N. dan Priyono, B.P. (2024) "Pengaruh *Digital marketing* dan *Brand awareness* s Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perumda Dharma Jaya Provinsi DKI Jakarta," *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, hal. 1–12.

Nurlailah, E. dan Wardani, K.R.N. (2023) "Perancangan *Website* Sebagai Media

Informasi Dan Promosi Oleh-Oleh Khas Kota Pagaralam,” *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, 8(4), hal. 1175–1185.

Permana, D.G.Y. dan Wirayudha, I.G.B. (2023) “Perkembangan ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi daerah Bali,” *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(4), hal. 289–297.

Sari, I.G.A.E.P. (2022) “Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada VISA Agent Bali, Canggu.” Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Sriwendiah, S. dan Ningsih, W. (2022) “Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian Lipcream Pixy (survei pada konsumen Toko Kosmetik Cahaya Baru Purwakarta),” *Jurnal Bisnis*, 10(1), hal. 36–50.

Tompunu, D., Soegoto, A.S. dan Palandeng, I.D. (2023) “Strategi Pemanfaatan *Digital marketing* Untuk Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Stray Store Manado,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), hal. 686–694.

Wisswani, N.W., Karmiathi, N.M. dan Guna, B.H. (2020) “Aplikasi Biro Jasa Pengurusan Pengajuan Visa Berbasis Web,” *Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi)*, 8(1), hal. 1–12.