

## **PEMANFAATAN WEBSITE INTERAKTIF SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK BATU BELIMBING MELALUI PROGRAM KKN KEDISINIAN DI DESA KELABAT**

**Putri Cahyani Agustine, Jelita Adistya, Ridho Auliya Fatwa,  
Aditya Monalisa, Fauzan Ar Muzadi, Alini Mauliza**

Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung  
*rosmayani.fisipol@soc.uir.ac.id*

### **Abstract**

Batu Belimbing Tourism in Kelabat Village, West Bangka Regency, has great potential as a leading destination; however, its limited promotion has not optimally attracted tourists. Through the 2025 Community Service Program (KKN), an interactive website was developed as a digital promotional medium that provides comprehensive information on the history, unique granite rock formations, travel routes, facilities, visiting tips, as well as photo galleries and visitor testimonials. The implementation method included needs analysis, design, content creation, and publication. Questionnaire results indicated a fairly good level of community satisfaction, particularly in terms of ease of information search (75% very good) and clarity of content (75% very good), although improvements are still needed in design, accessibility, and recommendation features. Overall, the use of an interactive website has proven effective in expanding promotional reach, enhancing the positive image of the destination, and supporting the development of technology-based tourism in Kelabat Village.

*Keywords: Batu Belimbing, interactive website, tourism promotion, KKN, Kelabat Village.*

### **Abstrak**

Wisata Batu Belimbing di Desa Kelabat, Kabupaten Bangka Barat, memiliki potensi besar sebagai destinasi unggulan, namun promosi yang masih terbatas membuat daya tariknya belum optimal. Melalui Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2025, dikembangkan sebuah website interaktif sebagai media promosi digital yang menyajikan informasi lengkap mengenai sejarah, keunikan formasi batu granit, rute perjalanan, fasilitas, tips berkunjung, serta galeri foto dan testimoni pengunjung. Metode pelaksanaan meliputi analisis kebutuhan, perancangan, pembuatan konten, dan publikasi. Hasil kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan masyarakat yang cukup baik, terutama pada aspek kemudahan pencarian informasi (75% sangat baik) dan kejelasan konten (75% sangat baik), meskipun masih terdapat ruang perbaikan pada desain, aksesibilitas, dan fitur rekomendasi. Secara keseluruhan, pemanfaatan website interaktif terbukti efektif memperluas jangkauan promosi, meningkatkan citra positif destinasi, serta mendukung pengembangan pariwisata berbasis teknologi di Desa Kelabat.

*Keywords: Batu Belimbing, website interaktif, promosi wisata, KKN, Desa Kelabat.*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi yang begitu cepat, terutama pada sektor teknologi informasi, telah memberikan kesempatan luas bagi masyarakat untuk

menggunakannya sebagai media promosi sekaligus sarana penyebaran informasi secara lebih efektif dan efisien. Menurut Desiani (dalam Nurhilailailly dkk., 2025) pada era digital sekarang, *website* promosi wisata

berfungsi sebagai sarana utama dalam menyebarkan informasi mengenai destinasi wisata. Kehadirannya memudahkan masyarakat maupun wisatawan untuk memperoleh informasi secara lebih cepat, praktis, dan mudah diakses kapan saja serta dari mana saja tanpa terikat oleh batasan waktu dan tempat.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor pariwisata salah satunya diwujudkan melalui pengembangan *website* promosi yang secara khusus dirancang untuk menampilkan berbagai informasi mengenai destinasi wisata di Desa Kelabat. *Website* ini berperan sebagai sarana bagi pemerintah desa dan masyarakat dalam mengenalkan potensi wisata lokal, mulai dari deskripsi objek wisata hingga layanan pendukung pariwisata. Keunggulannya terletak pada kemampuan memperbarui konten secara dinamis sesuai perkembangan terbaru, sehingga informasi yang disajikan tetap akurat dan dapat dipercaya oleh masyarakat maupun calon wisatawan kapan saja diperlukan. Dengan adanya *website* promosi ini, diharapkan daya tarik wisata Desa Kelabat meningkat sekaligus memperluas jangkauan promosi ke khalayak yang lebih luas.

Menurut Fitriawan(dalam (Nurhilailaily et al. 2025) *Website* adalah sebuah platform yang menyediakan layanan informasi secara online. *Website* yang terhubung dengan internet dapat digunakan untuk menampilkan berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, maupun elemen multimedia lainnya. Dalam konteks promosi wisata desa, proses pengembangan *website* biasanya melalui beberapa tahapan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kesiapan masing-masing desa. Meski demikian, masih ada destinasi wisata

yang tertinggal dalam pemanfaatan teknologi informasi, baik karena keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, maupun kurangnya sumber daya manusia yang mampu mengelola teknologi tersebut. Padahal, pemanfaatan teknologi digital merupakan instrumen penting dalam mendukung pemasaran dan pengembangan produk pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian, pemanfaatan *website* sebagai media promosi pada kawasan wisata berbasis masyarakat terbukti cukup efektif. *Website* bukan hanya jadi sarana informasi, tapi juga alat komunikasi pemasaran yang strategis untuk membangun citra, menonjolkan keunggulan destinasi maupun layanan, serta memperluas jangkauan audiens. Melalui *website*, informasi terkait objek wisata bisa disajikan dengan lebih lengkap dan terstruktur, mulai dari deskripsi tempat, fasilitas pendukung, akses menuju lokasi, sampai agenda kegiatan. Hal ini tentu mempermudah calon wisatawan untuk mendapatkan gambaran sebelum berkunjung. Selain itu, *website* juga memberi ruang bagi pengelola wisata untuk rutin memperbarui konten, sehingga informasi yang tersedia tetap akurat, *up-to-date*, dan relevan.

Desa Kelabat, yang berada di Kecamatan Parittiga, Kabupaten Bangka Barat, memiliki beragam potensi, salah satunya di bidang pariwisata. Salah satu aset unggulannya adalah Batu Belimbing, yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata andalan guna meningkatkan pendapatan desa dari sektor pariwisata. Lokasi ini menampilkan panorama formasi batu granit berukuran raksasa berbentuk menyerupai buah belimbing di tepi pantai. Keindahan alamnya, dipadukan dengan bentuk batu yang unik dan suasana pantai yang tenang, menjadikan

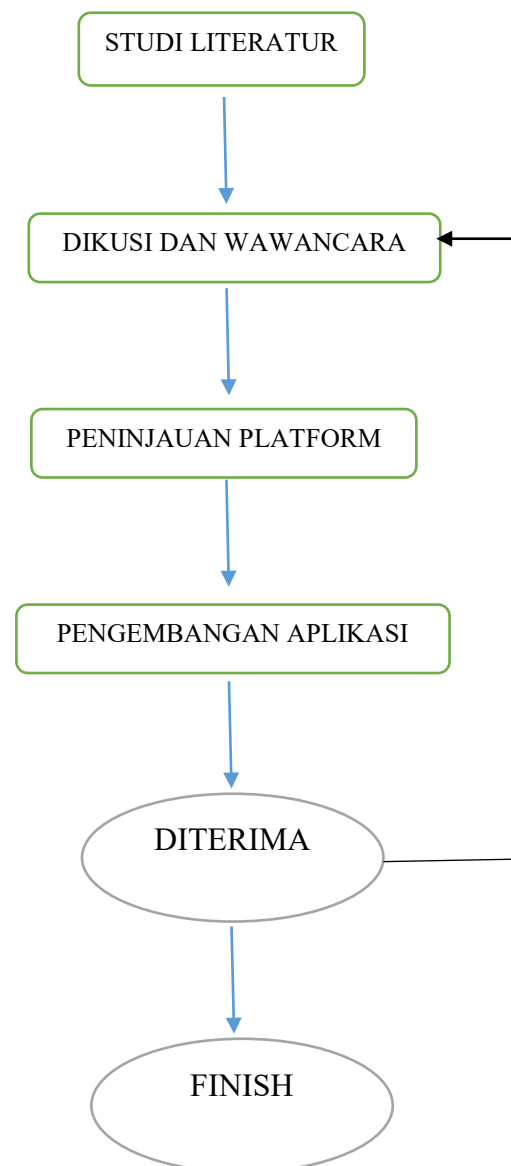
Batu Belimbing memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri. Dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, pariwisata menjadi sektor dengan potensi besar untuk berkembang di masa depan. Selain membuka peluang pendapatan yang luas, sektor ini juga ramah lingkungan karena minim polusi dan kerusakan alam. Pariwisata saat ini menjadi salah satu fenomena yang cukup populer untuk dikembangkan sebagai sumber devisa negara di luar sektor migas. Hal ini karena industri pariwisata dinilai lebih ramah lingkungan, sebab relatif tidak menimbulkan polusi maupun kerusakan alam dibandingkan dengan sektor industri lainnya (Riani, 2021:1470). Namun, potensi tersebut belum diimbangi dengan strategi promosi yang optimal. Selama ini, informasi tentang Batu Belimbing masih tersebar melalui media konvensional dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauannya terbatas. Minimnya penggunaan media digital membuat destinasi ini belum dikenal luas di kalangan wisatawan. Dalam era digital, website interaktif menjadi salah satu media promosi yang efektif, karena mampu menyajikan informasi secara cepat, menarik, interaktif, dan dapat diakses dari berbagai wilayah.

Menanggapi kondisi tersebut, Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kelabat tahun 2025 mengusung tema pemberdayaan potensi desa berbasis teknologi informasi. Salah satu inisiatif utamanya adalah pemanfaatan *website* interaktif sebagai strategi pengembangan daya tarik batu belimbing melalui program kkn kedisinian di Desa Kelabat yang memuat informasi sejarah, daya tarik, fasilitas, rute perjalanan, galeri foto dan video, hingga peta interaktif. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan

daya tarik wisata Batu Belimbing, tetapi juga memberdayakan masyarakat setempat melalui pelatihan pengelolaan website dan strategi promosi digital.

## METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian ini, terdapat beberapa tahapan metode yang diterapkan sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 1. Metode Pengabdian Masyarakat

Metode pengabdian diawali dengan studi literatur yang relevan dengan topik, kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan wawancara terkait pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya dilakukan peninjauan platform untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan. Setelah semua kebutuhan terpenuhi, tahap berikutnya adalah pengembangan aplikasi sesuai rencana yang telah disusun. Pada tahap pengembangan aplikasi kami menggunakan PC untuk membuat *website* wisata batu belimbing.

Pada tahap awal pelaksanaan KKN Kedisninan UNMUH BABEL di Desa Kelabat, Kecamatan Parittiga, tim melaksanakan pengumpulan informasi melalui sesi diskusi dan wawancara, salah satunya bersama ibu Sekretaris Desa.



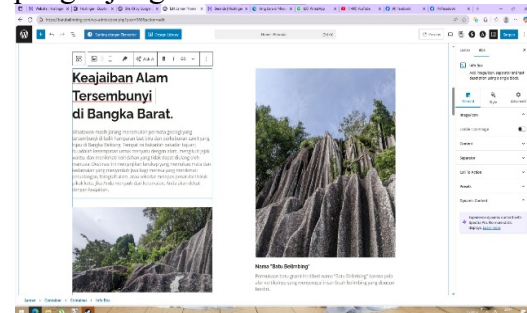
Gambar 2. Wawancara dengan Ibu SEKDES

Kegiatan ini bertujuan untuk menggali pemahaman terkait urgensi promosi wisata melalui website dan media sosial, sekaligus mengidentifikasi kendala dalam pengelolaan serta penyebaran informasi kepada masyarakat. Diskusi dengan pihak desa memberikan gambaran mengenai harapan mereka terhadap peningkatan promosi digital, pengelolaan data wisata, dan pemanfaatan teknologi dalam menarik minat wisatawan. Temuan tersebut kemudian menjadi dasar dalam merancang solusi yang tepat dan relevan untuk meningkatkan efektivitas promosi wisata di Desa

Kelabat.

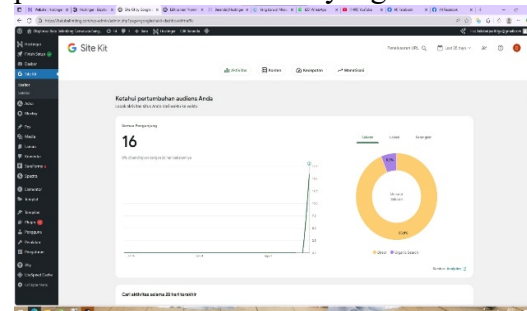
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program KKN di Desa Kelabat berhasil menghasilkan sebuah *website* interaktif yang memuat informasi lengkap mengenai wisata Batu Belimbing. *Website* ini dilengkapi dengan berbagai fitur, seperti profil destinasi yang memuat deskripsi dan geologi singkat dan galeri foto yang menampilkan keindahan alam dan aktivitas wisatawan, informasi fasilitas pendukung serta akses menuju lokasi, peta interaktif, dan testimoni pengunjung.



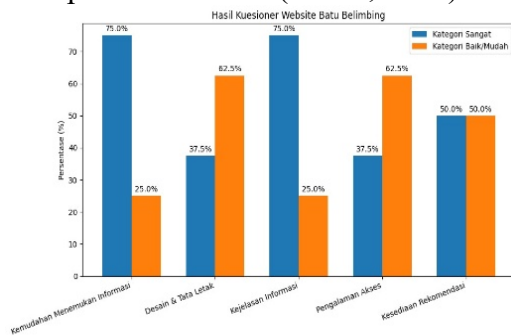
Gambar 3. Pembuatan *website*

Kehadiran *website* ini memudahkan wisatawan untuk memperoleh informasi secara cepat, akurat, dan menarik sebelum berkunjung (Putra, 2020). Hasilnya, *website* resmi Batu Belimbing berhasil diluncurkan dan mulai diakses publik, diikuti dengan meningkatnya kunjungan dan interaksi di platform tersebut. Respon positif datang dari masyarakat, pemerintah desa, dan pengunjung yang menilai media ini sebagai sarana promosi modern yang efektif.



Gambar 4. Laman pengunjung situs *website*

Program pemanfaatan media digital, khususnya website interaktif, terbukti berperan penting dalam meningkatkan daya tarik wisata berbasis desa (Kusuma & Rahmawati, 2019). Sebelum adanya website, promosi destinasi Batu Belimbing masih mengandalkan media konvensional dan informasi dari mulut ke mulut sehingga jangkauannya terbatas. Kini, wisatawan dari berbagai daerah dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai keunikan formasi batu granit raksasa, rute perjalanan, fasilitas, hingga tips berkunjung. Visualisasi yang disajikan melalui foto dan video juga mampu membangun citra positif destinasi (Utami, 2022).



**Gambar 5. Diagram batang Kepuasan Masyarakat Desa Kelabat**

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat Desa Kelabat, tingkat kepuasan terhadap program ini tergolong cukup baik. Pada aspek kemudahan menemukan informasi, mayoritas responden (75%) memberikan penilaian sangat baik, yang menandakan fitur pencarian sudah optimal. Aspek kejelasan informasi juga memperoleh nilai serupa (75% sangat baik), menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan jelas dan mudah dipahami. Sementara itu, desain dan tata letak website dinilai baik/mudah oleh 62,5% responden, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan agar lebih menarik. Aspek pengalaman akses memperoleh

penilaian baik/mudah (62,5%), yang berarti akses cukup lancar namun sebagian pengguna masih menghadapi kendala. Adapun fitur ketersediaan rekomendasi destinasi mendapatkan penilaian seimbang (50% sangat baik dan 50% baik/mudah), sehingga masih perlu pengembangan lebih lanjut.

Secara keseluruhan, website interaktif Batu Belimbing dinilai efektif dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan eksposur wisata, serta menyediakan informasi yang jelas dan mudah diakses. Meski demikian, pembaruan konten secara rutin dan penyempurnaan desain, aksesibilitas, serta fitur rekomendasi tetap diperlukan agar keberlanjutan program dapat terjaga sekaligus mendukung pengembangan pariwisata berbasis teknologi di Desa Kelabat.

## SIMPULAN

*Website* interaktif yang dikembangkan melalui Program KKN di Desa Kelabat mampu menjadi media promosi efektif untuk meningkatkan daya tarik wisata Batu Belimbing. Dukungan teknologi informasi dalam promosi wisata dapat menjangkau audiens lebih luas, memberikan informasi secara cepat, dan membangun citra positif destinasi. Ke depannya, perlu dilakukan pembaruan konten secara berkala dan integrasi dengan platform promosi digital lainnya untuk memperluas jangkauan pemasaran.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung terlaksananya Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berbasis pemanfaatan *website* interaktif sebagai strategi pengembangan daya tarik batu

belimbing melalui program kkn kedisinian di Desa Kelabat, antara lain:

1. Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada mahasiswa untuk melaksanakan program KKN sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat.
2. Ibu Putri Cahyani Agustine, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan dukungan dan kerjasama selama proses pelaksanaan kegiatan.
3. Masyarakat Desa Kelabat yang telah berpartisipasi aktif dan antusias mengikuti setiap rangkaian kegiatan
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung demi kelancaran kegiatan ini.

Utami, S. M. (2022). *Peran Visualisasi Digital dalam Meningkatkan Citra Destinasi Wisata*. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 10(2), 75–84.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kusuma, D. R., & Rahmawati, F. (2019). *Pengembangan Media Digital Interaktif untuk Promosi Pariwisata Berbasis Desa Wisata*. Jurnal Pariwisata Nusantara, 7(2), 101–110.
- Nurhilallaily, Magistra Sayyidina Al Kautsar, dan Lale Hidayatin Shani. 2025. “Pendampingan Pengelolaan Website Promosi Wisata Di Desa Pemepek Kecamatan Pringgarata Kabupaten Lombok Tengah.” *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 8(1).
- Putra, R. D. (2020). *Website sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Alam*. Jurnal Media Wisata, 18(1), 33–41.
- Riani, Ni Ketut. 2021. “PARIWISATA ADALAH PISAU BERMATA 2.” 2(5).