

Modernisasi Pengelolaan Wisata melalui Teknologi Informasi **(Studi Kasus Perancangan Website Wahana Air Kartika BK 9)**

Abel Apista¹, Desloechal Djumrianti², Alfitriani³

Politeknik Negeri Sriwijaya¹

abelapista6@gmail.com

Politeknik Negeri Sriwijaya²

djumrianti@polsri.ac.id

Politeknik Negeri Sriwijaya³

alfitriani@polsri.ac.id

Abstract :

The advancement of information technology has transformed the tourism sector by shifting the way destinations are promoted and managed. However, many local tourist destinations in Indonesia still rely on conventional methods for service delivery and information dissemination. This study aims to design and implement a web-based information system for Wahana Air Kartika BK9, a water tourism site located in Ogan Komering Ulu Timur Regency, South Sumatra. Using the Waterfall development model, the research follows five main stages: communication, planning, modeling, construction, and deployment. Needs analysis was conducted through interviews and direct observation with site managers. The resulting website includes structured information such as descriptions of attractions, ticket prices, operational hours, galleries, and an integrated reservation feature via WhatsApp. Functionality and performance tests were carried out using black-box testing, GTmetrix, and Google PageSpeed Insights, with results indicating high responsiveness and usability. The website enhances public access to information, improves visitor service quality, and supports digital promotion strategies. This system provides a practical and replicable solution for other small-scale tourist destinations aiming to adopt digital transformation with limited resources.

Keywords: tourism website, information system, digital promotion, Waterfall method, destination management.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di berbagai negara, termasuk Indonesia. Di tingkat lokal, sektor ini memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, membuka lapangan kerja, dan memperkuat identitas wilayah. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat wisatawan, destinasi wisata perlu dikelola secara profesional, termasuk melalui integrasi teknologi informasi. Transformasi digital menjadi kunci dalam pengembangan sektor pariwisata yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen, di mana pencarian informasi, pemesanan, hingga ulasan destinasi kini dilakukan secara daring. Oleh karena itu, digitalisasi dalam bentuk sistem informasi berbasis web menjadi salah satu strategi penting untuk memperkuat promosi, pelayanan, dan pengelolaan destinasi secara keseluruhan (Kemenparekraf, 2023).

Digitalisasi pariwisata telah membawa paradigma baru dalam pengelolaan informasi dan promosi destinasi. Website, sebagai salah satu media digital yang paling luas jangkauannya, kini berfungsi tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat promosi interaktif, sistem reservasi, hingga umpan balik pelanggan (Issa, 2019; Syamsuadi et al., 2020). Website pariwisata yang dikembangkan secara terstruktur

dan responsif terbukti mampu memperluas pasar, menyampaikan informasi yang akurat, dan meningkatkan kenyamanan serta kepuasan wisatawan (Wijayanto, 2021).

Namun demikian, penerapan teknologi informasi di destinasi wisata lokal belum merata. Banyak destinasi, terutama di tingkat kabupaten dan desa, masih bergantung pada metode konvensional dalam mengelola informasi dan melayani pengunjung. Padahal, destinasi-destinasi ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata regional maupun nasional (Peranginangin, 2025). Salah satu contohnya adalah Wahana Air Kartika BK9, yang berlokasi di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKU Timur), Sumatera Selatan. Tempat wisata ini menawarkan berbagai atraksi air, fasilitas keluarga, dan ruang terbuka yang cocok untuk rekreasi masyarakat. Namun, keterbatasan dalam penyampaian informasi menjadi kendala utama. Promosi hanya dilakukan secara manual, melalui selebaran atau media sosial yang tidak dikelola secara profesional. Tidak tersedia sistem reservasi daring, sehingga seluruh pemesanan tiket dilakukan secara langsung di lokasi. Hal ini menyulitkan wisatawan, terutama dari luar daerah, dan berdampak pada penurunan daya saing destinasi.

Keterbatasan tersebut diperkuat dengan temuan lapangan yang menunjukkan bahwa belum ada sistem

informasi terpusat yang dapat diakses oleh publik secara online. Padahal, berdasarkan data Google Trends dan laporan dari Statista (2023), pencarian informasi wisata secara daring di Indonesia meningkat signifikan setiap tahun, khususnya melalui perangkat mobile. Wisatawan saat ini mengandalkan mesin pencari dan media digital untuk mengambil keputusan berkunjung. Dalam situasi ini, absennya sistem informasi berbasis website akan membuat destinasi sulit ditemukan secara digital, sehingga berpotensi kehilangan peluang kunjungan wisatawan. Selain itu, dari sisi pelayanan, tidak tersedianya informasi yang akurat dan terkini juga dapat menurunkan tingkat kepuasan pengunjung. Menurut teori kualitas pelayanan (Parasuraman et al., 1988), keterbukaan informasi adalah salah satu aspek penting dalam membentuk persepsi positif pengunjung terhadap suatu layanan publik, termasuk pariwisata.

Merrespons tantangan tersebut, perancangan sistem informasi berbasis website menjadi solusi strategis untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan dan efektivitas promosi destinasi. Website yang dikembangkan dalam studi ini memuat berbagai fitur utama seperti informasi wahana, harga tiket, jam operasional, galeri foto dan video, serta layanan reservasi melalui tautan WhatsApp. Pengembangan dilakukan dengan metode Waterfall, yang terdiri atas

tahap komunikasi, perencanaan, pemodelan, konstruksi, dan penerapan, guna memastikan keteraturan proses pengembangan sistem (Pressman & Maxim, 2019).

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis proses perancangan website destinasi Wahana Air Kartika BK9 sebagai bentuk modernisasi pengelolaan pariwisata lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur pengembangan sistem informasi pariwisata berbasis website di destinasi wisata tingkat daerah, serta menjadi referensi dalam implementasi strategi promosi digital yang efektif dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Sistem Informasi Berbasis Website

Sistem informasi berbasis website merupakan integrasi antara sistem manajemen informasi dan teknologi web yang bertujuan untuk menyajikan data secara real-time dan mudah diakses. Sistem ini memanfaatkan protokol HTTP/HTTPS serta berbagai elemen digital seperti teks, gambar, video, dan elemen interaktif lainnya untuk mendukung komunikasi antara pengguna dan pengelola sistem (Hariyanto, 2015; Rohi, 2015). Website sebagai platform informasi memiliki keunggulan dalam hal aksesibilitas, efisiensi, serta jangkauan promosi yang luas, terutama pada sektor-sektor yang

mengandalkan eksposur publik seperti pariwisata (Turban et al., 2021).

2. Digitalisasi Pariwisata

Digitalisasi dalam sektor pariwisata mengacu pada pemanfaatan teknologi informasi untuk mengelola destinasi, mempromosikan produk wisata, serta meningkatkan pengalaman wisatawan. Menurut Chao & Lai (2015), penggunaan teknologi digital dalam industri pariwisata memberikan peran aktif kepada wisatawan dalam proses pencarian informasi, perencanaan perjalanan, hingga pengambilan keputusan. Sistem informasi pariwisata yang berbasis website memungkinkan pengunjung untuk memperoleh informasi komprehensif dan melakukan interaksi dengan pengelola, seperti melakukan reservasi atau memperoleh update harga tiket dan fasilitas secara langsung (Issa, 2019; Prayudi, 2019).

3. Website sebagai Media Promosi Wisata

Website dalam konteks promosi wisata berperan sebagai sarana untuk menyampaikan daya tarik destinasi melalui konten visual, naratif, dan interaktif. Menurut Wardhana (2017), promosi digital melalui website terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar dan efektivitas komunikasi dibandingkan dengan media konvensional. Website dapat mengintegrasikan strategi pemasaran pariwisata yang meliputi unsur periklanan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, hingga personalisasi layanan berbasis

data pengguna (Kotler & Armstrong, 2017). Pemanfaatan website yang dilengkapi dengan fitur-fitur seperti galeri foto, tautan reservasi, dan peta lokasi juga meningkatkan persepsi profesionalisme dan kepercayaan wisatawan terhadap pengelola destinasi (Rizal & Kurniawan, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi terapan yang bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem informasi berbasis website pada destinasi wisata Wahana Air Kartika BK9. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rekayasa perangkat lunak, dengan metode pengembangan sistem Waterfall. Metode ini dipilih karena sesuai untuk pengembangan sistem yang memiliki kebutuhan terdefinisi dengan baik dan ruang lingkup yang spesifik (Pressman & Maxim, 2019). Lokasi penelitian dilakukan di Wahana Air Kartika BK9, Desa Sukosari, Kecamatan Belitang, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Sumatera Selatan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara semi terstruktur, dokumentasi dan studi kepustakaan (Sembiring, Peranginangin, & Kartika, 2024). Kemudian proses pengembangan sistem dilakukan melalui tahapan-tahapan dalam metode waterfall yang terdiri atas *communication*, *planning*, *modeling*, *construction*, *deployment*. Analisis data

dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah implementasi website. Evaluasi mencakup efektivitas penyampaian informasi, kemudahan akses oleh pengunjung, dan potensi peningkatan promosi digital. Hasil pengujian fungsional (black-box) serta performa website juga dianalisis sebagai dasar validasi keberhasilan sistem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wahana Air Kartika BK9 merupakan salah satu destinasi wisata air lokal di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (OKU Timur) yang memiliki potensi pengembangan, baik dari sisi atraksi maupun fasilitas. Namun, sebelum dilakukan perancangan sistem informasi berbasis website, pengelolaan informasi di lokasi tersebut masih bersifat konvensional dan terbatas. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan selama penelitian, diketahui bahwa informasi terkait destinasi hanya disampaikan melalui papan pengumuman, media sosial sederhana, serta komunikasi langsung oleh petugas di lapangan. Sistem pemesanan tiket belum terstruktur secara digital, sehingga calon pengunjung harus melakukan pemesanan secara manual di tempat. Hal ini tidak hanya menyulitkan wisatawan, tetapi juga menghambat efisiensi pelayanan di lapangan. Keterbatasan media informasi yang terpusat dan belum adanya sistem pemesanan daring

menjadi hambatan utama dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan efisiensi pengelolaan.

Dalam merespons permasalahan tersebut, dilakukan pengembangan sistem informasi berbasis website sebagai solusi digital yang adaptif dan aplikatif. Pengembangan sistem menggunakan model Waterfall, sebuah metode pengembangan perangkat lunak yang terdiri atas tahapan berurutan mulai dari komunikasi, perencanaan, pemodelan, konstruksi, hingga implementasi akhir (Pressman & Maxim, 2019).

Tahap Komunikasi

Pada tahap komunikasi, dilakukan pengumpulan kebutuhan sistem melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pengelola Wahana Air Kartika BK9. Diketahui bahwa kebutuhan utama pengguna mencakup informasi wahana, harga tiket, jam operasional, lokasi, fasilitas pendukung, serta kemudahan akses kontak reservasi. Informasi ini selanjutnya diolah pada tahap perencanaan, di mana struktur website dirancang mencakup halaman-halaman utama: Beranda, Tentang Kami, Wahana dan Fasilitas, Galeri, Harga Tiket, dan Reservasi. Perancangan tampilan website (user interface) dilakukan menggunakan Canva dan prinsip desain Bootstrap agar website bersifat responsif dan dapat dibuka melalui berbagai perangkat, baik desktop maupun mobile.

Tahap Perencanaan

Tahap planning difokuskan pada penyusunan rencana kerja pengembangan sistem informasi sesuai kebutuhan yang telah dihimpun sebelumnya. Dalam perencanaan ini ditentukan struktur halaman website, konten utama yang akan disampaikan, serta alur interaksi pengguna. Website dirancang terdiri atas beberapa menu utama, yaitu: Beranda, Tentang Kami, Wahana dan Fasilitas, Galeri, Harga Tiket, dan Reservasi. Pemilihan platform pengembangan juga ditentukan pada tahap ini, dengan menggunakan Google Sites sebagai platform utama, karena memiliki keunggulan berupa kemudahan dalam pembuatan dan pengelolaan konten tanpa memerlukan keterampilan pemrograman lanjutan. Tools tambahan seperti Canva digunakan untuk merancang elemen visual dan memperindah tampilan antarmuka. Perencanaan juga mencakup pemetaan alur pengguna (user flow), sehingga website dapat diakses secara cepat dan intuitif oleh berbagai kalangan pengunjung.

Tahap Pemodelan

Selanjutnya, pada tahap modeling, dilakukan perancangan visual antarmuka dan struktur informasi yang akan digunakan dalam website. Desain ini dikembangkan berdasarkan prinsip desain responsif agar dapat diakses baik melalui perangkat desktop maupun mobile. Antarmuka dirancang dengan dominasi

warna biru cerah dan putih untuk memberikan kesan bersih, profesional, dan segar serasi dengan tema wisata air. Konten informasi disusun secara sistematis, mulai dari pengenalan destinasi di halaman Beranda, deskripsi masing-masing wahana dan fasilitas yang tersedia, hingga informasi harga tiket dan galeri foto destinasi. Halaman reservasi dirancang secara sederhana namun efektif, menampilkan informasi kontak serta tombol terintegrasi dengan WhatsApp yang memungkinkan pengunjung langsung menghubungi pengelola untuk pemesanan atau konsultasi. Desain navigasi dibuat dengan mempertimbangkan kenyamanan pengguna, agar tidak membingungkan dan mudah diakses.

Tahap Kontruksi

Pada tahap ini, konten yang telah dirancang diinput ke dalam platform Google Sites. Halaman-halaman utama seperti Beranda, Galeri, dan Harga Tiket dibangun secara berurutan, disesuaikan dengan struktur navigasi yang telah dirancang. Penggunaan Google Sites mempermudah integrasi dengan berbagai elemen visual, seperti gambar, tautan peta Google Maps, dan ikon WhatsApp. Selain itu, proses input dan pengeditan konten dapat dilakukan tanpa proses pemrograman, memungkinkan pengelola untuk memperbarui informasi secara mandiri di masa mendatang. Untuk meningkatkan estetika, digunakan elemen

grafis dari Canva, dan seluruh gambar yang digunakan dikompresi agar website tetap ringan dan cepat diakses. Dalam tahap ini juga dilakukan pengujian fungsional (*black-box testing*) untuk memastikan bahwa seluruh menu dan tautan berjalan sesuai dengan fungsinya, termasuk tautan reservasi via WhatsApp yang terhubung langsung ke nomor pengelola.

Tahap Implementasi

Pada tahap implementasi, website dipublikasikan secara terbuka dan diuji untuk memastikan fungsionalitas dan performanya. Pengujian dilakukan dengan dua pendekatan: *black-box testing* dan analisis performa sistem menggunakan GTmetrix dan Google PageSpeed Insights. Hasil *black-box testing* menunjukkan seluruh fungsi sistem berjalan baik sesuai spesifikasi: navigasi antarhalaman berjalan lancar, informasi tampil dengan benar, dan semua tautan aktif. Berdasarkan pengujian performa, GTmetrix menunjukkan waktu muat halaman di bawah dua detik, sementara Google PageSpeed Insights memberikan skor di atas 85 untuk versi desktop dan skor 70–80 untuk versi mobile, menandakan bahwa website cukup cepat dan responsif untuk digunakan oleh pengunjung dari berbagai perangkat.

Setelah sistem diimplementasikan, terjadi peningkatan signifikan dalam hal kualitas pelayanan dan

efektivitas promosi. Pengunjung kini dapat memperoleh informasi lengkap sebelum berkunjung, termasuk akses terhadap galeri visual yang menunjukkan suasana dan fasilitas di lokasi wisata. Fitur reservasi via WhatsApp memungkinkan proses komunikasi antara pengunjung dan pengelola berjalan lebih efisien, sekaligus membangun kedekatan dan kepercayaan terhadap layanan wisata. Dari sisi pengelola, adanya sistem informasi ini memudahkan proses pembaruan informasi tanpa memerlukan media cetak atau tenaga tambahan. Efektivitas dan efisiensi ini sejalan dengan temuan Rizal dan Kurniawan (2022), yang menyatakan bahwa website pariwisata berbasis konten visual dan interaktif mampu meningkatkan engagement dan konversi kunjungan wisatawan. Selain itu, penelitian oleh Wijayanto (2021) juga menunjukkan bahwa digitalisasi informasi wisata melalui website mampu menjangkau pasar lebih luas, terutama wisatawan dari luar daerah yang mengandalkan pencarian digital sebelum melakukan perjalanan.

Dari sisi tampilan dan struktur informasi, website yang dikembangkan memberikan kesan profesional dan informatif. Halaman beranda dirancang untuk menyampaikan informasi utama secara ringkas namun menarik, disertai dengan foto-foto beresolusi tinggi. Sementara itu, halaman galeri dan deskripsi wahana dirancang untuk menggugah minat

pengunjung dengan menyajikan narasi singkat dan visualisasi suasana lokasi. Navigasi antarmuka dibuat sederhana agar dapat digunakan oleh berbagai kelompok usia. Aspek kemudahan akses ini penting karena sebagian besar pengunjung destinasi adalah keluarga dan pengunjung lokal yang mungkin belum terbiasa menggunakan sistem digital yang kompleks. Selain itu, halaman harga tiket dan jam operasional juga dirancang agar langsung terlihat tanpa harus melalui banyak klik, menyesuaikan dengan prinsip user-experience sederhana dan cepat.

Tidak hanya memudahkan pengunjung, website ini juga menciptakan efisiensi dalam sisi pengelolaan internal. Pengelola tidak lagi harus membuat poster atau brosur untuk setiap pembaruan informasi, karena pembaruan dapat langsung dilakukan di dashboard Google Sites. Ini menghemat waktu, biaya cetak, dan meningkatkan kecepatan penyampaian informasi kepada masyarakat. Selain itu, fitur reservasi yang terhubung ke WhatsApp memudahkan pengelola mengelola jadwal kunjungan, sekaligus menghindari kepadatan berlebih di hari-hari tertentu. Fitur ini juga memungkinkan komunikasi dua arah, sehingga calon pengunjung bisa bertanya langsung kepada pengelola sebelum berkunjung. Dalam jangka panjang, sistem ini bisa dikembangkan lebih lanjut menjadi sistem reservasi otomatis, asalkan ada

peningkatan kapasitas SDM atau dukungan teknologi yang lebih tinggi di kemudian hari.

Secara umum, pengembangan sistem informasi berbasis website pada Wahana Air Kartika BK9 telah menjadi langkah awal dalam proses modernisasi pengelolaan destinasi wisata berbasis teknologi informasi. Website berfungsi sebagai platform promosi, media informasi, serta saluran layanan pelanggan yang terintegrasi secara praktis. Dalam konteks pembangunan pariwisata lokal yang berkelanjutan, sistem ini memberikan alternatif efisien bagi destinasi dengan sumber daya terbatas, sekaligus memperkuat posisi destinasi dalam ekosistem digital pariwisata. Langkah ini juga sejalan dengan arah kebijakan nasional yang mendorong transformasi digital dalam sektor pariwisata sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing pariwisata Indonesia di era revolusi industri 4.0 (Kemenparekraf, 2023). Oleh karena itu, pendekatan pengembangan serupa dapat direplikasi pada destinasi wisata lainnya, khususnya di tingkat desa atau daerah yang memiliki potensi namun belum terfasilitasi oleh sistem informasi berbasis web.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem informasi berbasis website dapat menjadi solusi efektif dalam

modernisasi pengelolaan destinasi wisata lokal, khususnya pada Wahana Air Kartika BK9 di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Melalui pendekatan metode Waterfall yang terdiri dari lima tahapan (communication, planning, modeling, construction, dan deployment), berhasil dirancang dan diimplementasikan sebuah website yang informatif, responsif, dan mudah digunakan oleh pengunjung maupun pengelola. Website ini mampu menyediakan informasi yang lengkap dan terstruktur mengenai destinasi, termasuk wahana, fasilitas, harga tiket, galeri visual, serta fitur reservasi terintegrasi melalui WhatsApp. Pengujian sistem menunjukkan hasil yang positif, baik dari segi fungsionalitas maupun performa akses.

Keberadaan website ini tidak hanya meningkatkan efisiensi pelayanan dan kemudahan akses informasi bagi wisatawan, tetapi juga memperluas jangkauan promosi destinasi ke audiens yang lebih luas, termasuk dari luar daerah. Hal ini menjadi langkah konkret dalam mendukung digitalisasi sektor pariwisata lokal, sesuai dengan arah kebijakan nasional di era transformasi digital. Dengan sumber daya yang terbatas, pengelola tetap dapat menjalankan sistem secara mandiri dan berkelanjutan, yang menjadi nilai tambah dari pendekatan ini. Website ini pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai instrumen

pemberdayaan dan inovasi pelayanan publik di sektor pariwisata.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan implementasi sistem, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Bagi pengelola Wahana Air Kartika BK9, disarankan untuk terus mengelola dan memperbarui konten website secara berkala agar tetap relevan dan menarik. Informasi seperti promo tiket, perubahan jadwal, dan penambahan wahana baru sebaiknya segera ditampilkan untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan pengunjung.
2. Untuk pengembangan lanjutan, pengelola dapat mempertimbangkan integrasi sistem reservasi otomatis berbasis formulir atau database sederhana, sehingga proses administrasi reservasi lebih tersistem dan terdokumentasi.
3. Bagi pemerintah daerah, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan model replikasi bagi destinasi wisata lain yang menghadapi kendala serupa. Dukungan dalam bentuk pelatihan TIK untuk pengelola wisata lokal dan penyediaan infrastruktur digital menjadi hal yang penting dalam percepatan transformasi digital pariwisata desa.
4. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan

untuk melakukan uji kepuasan pengguna website melalui survei pengunjung, serta mengevaluasi dampak penggunaan sistem terhadap jumlah kunjungan dan pendapatan destinasi. Penelitian juga dapat diperluas dengan membandingkan efektivitas berbagai platform digital dalam promosi wisata lokal.

Daftar Pustaka

- Chao, C. M., & Lai, C. Y. (2018). The development of a tourist information system based on mobile and web-based applications. *Journal of Information and Communication Technology*, 17(2), 245–260.
- Hariyanto, D. (2019). *Dasar-dasar sistem informasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Issa, T., & Syamsudin, I. (2017). *Sistem informasi dalam organisasi: Perspektif manajemen dan teknologi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Strategi digitalisasi pariwisata nasional 2023–2024*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Peranginangin, Jasanta, (2025) *Manajemen Desa Wisata*, PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa, Jakarta.
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2019). *Software engineering: A practitioner's approach* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Prayudi, Y. (2018). *Rekayasa perangkat lunak: Pengantar dan pendekatan praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Rizal, R., & Kurniawan, D. (2022). Perancangan sistem informasi pariwisata berbasis website sebagai sarana promosi digital. *Jurnal Sistem Informasi dan Pariwisata*, 10(2), 45–54.
- Rohi, S. (2019). *Analisis dan perancangan sistem informasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, T, Peranginangin, Jasanta & Kartika, G, (2024), *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Saba Jaya Publisher.
- Statista. (2023). *Mobile tourism search behavior in Southeast Asia in 2023*.
- Turban, E., Volonino, L., & Wood, G. (2015). *Information technology for management: Advancing sustainable, profitable business growth* (10th ed.). Wiley.
- Wardhana, A. (2017). Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 9(1), 15–25.
- Wijayanto, D. (2021). Digitalisasi promosi destinasi wisata daerah menggunakan website interaktif. *Jurnal Teknologi Informasi dan Kepariwisata*, 5(1), 33–41.