

Penerapan Website untuk Digitalisasi dan Pengembangan Bisnis di Usaha Pemandian Air Panas Karunia Sipoholon

Rudy Chandra¹, Tegar Arifin Prasetyo², Tahan HJ Sihombing³, Juan Carlos Munthe⁴, Christian Benedict Lumbantoruan⁵, Dame Sisri Haryati Katarina Rumapea⁶, Herbeth Augustinus Napitupulu⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7} Institut Teknologi Del, Laguboti, Indonesia

E-mail: rudychandra@del.ac.id; tegar.prasetyo@del.ac.id; tahan.sihombing@del.ac.id; juanmunthe2004@gmail.com; christian.sihombing02@gmail.com; dame01rumapea@gmail.com; herbethaugiustus@gmail.com

Abstrak

Berwisata adalah aktivitas yang dilakukan manusia untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari. Banyak jenis destinasi wisata yang ada, salah satunya pemandian air panas yang berada di Desa Situmeang Habinsaran, Kecamatan Sipoholon, Tapanuli Utara. Selain menjadi destinasi wisata, pemandian air panas alami dipercaya mampu menyembuhkan berbagai macam penyakit kulit atau membuat kulit lebih sehat. Pemilik usaha pemandian air panas Karunia adalah salah satu pelaku usaha yang menerapkan bisnis dengan menyediakan pemandian air panas, penginapan/homestay dan restoran. Peluang usaha tersebut semakin ketat dengan banyaknya kompetitor yang membuka usaha sejenis. Pemasaran dan promosi usaha yang mengandalkan alam tersebut terus dilakukan. Seiring berjalannya waktu, promosi dan sistem untuk usaha tersebut perlu ditingkatkan dengan menggunakan teknologi informasi agar dapat lebih baik. Website adalah salah satu media untuk melakukan promosi dan branding yang dapat digunakan untuk digitalisasi usaha yang telah berjalan. Pembangunan website diterapkan untuk media promosi dan peningkatan kredibilitas kepada khalayak ramai agar mengenal wisata pemandian air panas di Sipoholon terkhusus pemandian air panas Karunia. Website juga menjadi media sentralisasi untuk manajemen keuangan, arus kas, dan cash flow usaha yang selama ini dilakukan secara manual. Tujuan dibangun website ini adalah mitra dapat meningkatkan pemasukan dan branding usaha yang lebih baik.

Kata Kunci: Digitalisasi; pemandian air panas; restoran; website; wisata

Abstract

Traveling is an activity that people do to unwind from their daily routines. There are many types of travel destinations, and one of them is a natural hot spring located in Situmeang Habinsaran Village, Sipoholon District, North Tapanuli. Besides being a tourist destination, natural hot springs are believed to have the ability to cure various skin diseases and promote healthier skin. The owner of the Karunia hot spring business is one of the entrepreneurs who provide hot spring baths, accommodations/homestays, and a restaurant. This business opportunity has become more competitive with many similar ventures opening up. Marketing and promoting this natural attraction continues. As time goes by, the promotion and business systems need to be enhanced by using information technology to improve. A website is one of the means for promotion and branding, enabling the digitization of the established business. Building a website is applied for promotional purposes and to enhance credibility with the public, making them more familiar with the hot spring tourism in Sipoholon, especially Karunia hot spring. The website also serves as a centralized platform for financial management, cash flow, and business operations, which have previously been done manually. The goal of creating this website is for partners to increase income and improve business branding.

Keywords: Digitization; hot spring baths; restaurant; website; tourism

PENDAHULUAN

Pola kehidupan manusia saat ini semakin kompleks diakibatkan oleh banyaknya tuntutan pekerjaan, hubungan, dan banyak hal lainnya. Semakin kalutnya tuntutan tersebut dapat mempengaruhi kebiasaan yang dilakukan. Salah satu cara untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari yaitu dengan berlibur dengan menikmati wisata. Banyak sekali destinasi wisata alam yang menarik dan indah yang berada di provinsi Sumatera Utara.

Topografis Kecamatan Sipoholon yang menjadi lokasi penelitian penulis terletak pada ketinggian 900 – 1200 meter diatas permukaan laut. Kecamatan Sipoholon sendiri terbagi dalam 14 desa atau kelurahan yaitu, Rura Julu Toruan, Rura Julu Dolok, Simanungkalit, Hutauruk, Situmeang Habinsaran, Situmeang Hasundutan, Lobu Singkam, Pagar Batu, Sipahutar, Hutaraja, Tapan Nauli, Hutaraja Hasundutan, Hutaraja Simanungkalit, Hutauruk Hasundutan (Sitompul & Khairani, 2022). Objek wisata pemandian alam air panas yang terkenal salah satunya terletak di Desa Situmeang Habinsaran, Kecamatan Sipoholon, Tapanuli Utara. Pemandian yang mengandung belerang ini

terbentuk karena adanya letusan Gunung Martimbang. Pemandian air panas ini memiliki suhu 40-70 derajat celcius.

Selain menikmati pemandangan alam dan menikmati kuliner khas suatu daerah, orang-orang juga dapat menikmati hasil alam lainnya seperti air panas alami. Wisata alam air panas tersebut diolah menjadi suatu destinasi pemandian yang tidak boleh dilewatkan. Banyak orang yang datang berkunjung ke pemandian air panas alami untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit kulit atau membuat kulit lebih sehat.

Salah satu mitra pengelola pemandian air panas adalah usaha Karunia yang telah beroperasi dari tahun 2004. Selain mengelola usaha pemandian air panas, usaha karunia juga memiliki beberapa layanan tambahan yaitu menyediakan penginapan/homestay (Rumalatu et al., 2021) dan restoran khas Sipoholon. Dari usaha tersebut, rata-rata pendapatan berkisar Rp. 1.000.000,- per hari dapat menjadi peluang untuk menjadi mata pencarian utama. Dengan adanya destinasi alam yang dapat dimanfaatkan dan mampu mencukupi kebutuhan perekonomian masyarakat, banyak sekali yang

berbondong-bondong untuk mencoba membuka usaha sejenis dan kemudian menjadi ciri khas Sipoholon sebagai daerah yang memberikan pelayanan pemandian air panas.

Seiring berjalan waktu, semakin banyak masyarakat sekitar yang membuat usaha sejenis yang mirip sehingga membuat usaha semakin bersaing dan pendapatan usaha semakin ketat. Beberapa kritik dan masukan dari pelanggan yang sering mendapat sorotan antara lain fasilitas jalan, parkir, restoran, kios cinderamata, penginapan, toilet dan kamar ganti (Bandarhusin. Amanah., 2014). Juga sedikit sulit tersampaikan secara langsung yang mengakibatkan kurangnya promosi atas kepuasan pelanggan kepada orang asing atau calon pengunjung. Media pemasaran yang umum dilakukan yaitu dari mulut ke mulut sudah tidak efektif dan efisien untuk digunakan saat ini. Upaya lainnya seperti pemasaran lain melalui koran, televisi, travel agent, maupun sosial media masih belum dijalankan dan tidak intens dilakukan oleh pemilik usaha (Dudensing et al., 2011). Promosi yang sudah dilakukan dengan menggunakan berbagai media sosial juga masih belum memberikan ekspektasi dan gambaran secara rinci

dari usaha Karunia. Diperlukan media promosi lainnya yaitu seperti website agar orang yang berniat ingin berwisata akan lebih tertarik. Selain menjadi media promosi yang murah dan efektif, website juga dapat meningkatkan kredibilitas dan branding usaha Karunia dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Kendala lainnya yang dihadapi dari usaha Karunia yaitu pengelola usaha masih belum mampu mengorganisir dan koordinasi terkait pekerjaan, membuat, menyusun dan menyajikan laporan keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Widianto & Kurniadi, 2021). Laporan keuangan masih dilakukan dengan manual dan tidak terpusat sehingga sering menyebabkan kekeliruan dalam perhitungan omzet.

Ketidakkonsistenan tersebut dapat mempengaruhi keuangan dari usaha Karunia. Perlu adanya suatu sistem yang dapat menjadi sarana untuk dapat menyusun, membimbing, mengawasi, menginspeksi, dan memperbaiki tata buku, administrasi, serta menangani cash flow usaha.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam analisis diatas, mitra memiliki kesulitan dengan pengelolaan manajemen usaha,

keuangan, dan promosi/pemasaran kepada khalayak luas. Model bisnis yang diterapkan juga masih monoton dari tahun ke tahun sehingga dapat tergerus oleh zaman dan persaingan dengan usaha sejenis lainnya. Hal ini berakibat pada pendapatan dan eksistensi usaha mitra kedepannya.

Oleh karena itu, diperlukan suatu upaya untuk memberikan informasi ke khalayak ramai tentang kearifan dan keindahan wisata alam di Sipholon serta menumbuhkan atmosfer pemilik usaha pemandian air panas Karunia. Upaya yang ditawarkan adalah dengan membuat pengembangan sistem menggunakan teknologi yang mudah digunakan oleh banyak orang tanpa melihat keterbatasan platform. Perancangan website akan diterapkan untuk mengatasi permasalahan usaha karunia yang telah dianalisis dan diuraikan diatas(Pranata Sembiring, 2016).

Website yang dibangun akan memberikan informasi produk atau jasa pada pemandian air panas, fasilitas yang didapatkan pada homestay, dan rincian dengan menu makanan yang tersedia(Isa, 2020). Informasi yang akan disajikan pada website yang akan dibangun juga akan menggunakan 2 bahasa yaitu Bahasa

Indonesia dan Bahasa Inggris dengan harapan pengunjung atau pengguna bisnis tersebut dapat menjangkau orang-orang yang tidak mengerti Bahasa Indonesia seperti orang-orang luar yang tinggal di Indonesia maupun turis asing dari luar negeri (Damayanti et al., 2015; Putri et al., 2015). Selain itu website dapat menjadi platform yang dapat membantu pemilik usaha dalam menyusun perencanaan, mengevaluasi data keuangan secara mudah, dan mencatat arus kas secara rutin. Upaya tersebut menjadi solusi kepada mitra agar dapat menjalankan usaha dengan lebih maksimal dan menjadi profesional dalam memberikan pelayanan terhadap pengunjung pemandian air panas Karunia(Majidah et al., 2021).

Pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup pembangunan website untuk mendukung kinerja dan kualitas dari usaha yang telah berjalan. Mitra telah menyambut dengan baik dan berharap kegiatan ini diadakan rutin dengan melakukan berbagai pengembangan kearah yang lebih baik. Pelaksanaan berikutnya, diharapkan dapat melakukan sosialisasi dengan pemateri atau pelaku usaha yang handal pada bidang administrasi bisnis dan manajemen keuangan terkait strategi

pemasaran new product, pricing, distribution, and promotion strategies (Cullwick, 1974). Maintenance dan mengembangkan website dilakukan dengan mengacu pada persentase yang didapatkan dengan menggunakan model kepuasan pelanggan (importance-satisfaction model) (Yang & Chen, 2010).

METODE

Pengembangan sebuah proyek, terutama dalam hal pembuatan website, membutuhkan pendekatan yang terstruktur dan terencana (Sianipar et al., 2023). Tahapan-tahapan yang diperlukan dalam proses pengembangan tersebut tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan tujuan proyek secara keseluruhan (Susanti Samosir et al., 2023).

Tahapan pertama dalam pengembangan proyek adalah studi literatur. Ini penting untuk memahami tren terbaru, teknologi yang tersedia, dan praktik terbaik dalam pengembangan website. Dengan memperoleh pemahaman yang kokoh tentang bidang tersebut, pelaksana proyek dapat membuat keputusan yang

lebih baik selama proses pengembangan (Widadi et al., 2021).

Setelah studi literatur selesai, tahapan berikutnya adalah pengumpulan data atau requirement gathering. Ini melibatkan interaksi langsung dengan pemangku kepentingan untuk memahami kebutuhan mereka dengan baik. Pengumpulan data yang komprehensif memastikan bahwa website yang dikembangkan akan memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna.

Selanjutnya, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan BPMN (Business Process Modeling Notation). BPMN memungkinkan pelaksana proyek untuk menggambarkan proses bisnis secara visual, membantu dalam pemahaman yang lebih baik tentang alur kerja yang dibutuhkan.

Langkah berikutnya adalah desain flowchart website menggunakan UML (Unified Modeling Language). UML menyediakan kerangka kerja yang jelas untuk merancang struktur dan fungsionalitas website. Use case diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna dan sistem, sedangkan class diagram digunakan untuk menggambarkan struktur kelas dan hubungan antara entitas dalam sistem.

Setelah desain UML selesai, tahapan selanjutnya adalah perancangan mockup website. Mockup adalah representasi visual dari tampilan dan fungsionalitas website yang akan dikembangkan. Ini memungkinkan pemangku kepentingan untuk memberikan masukan sebelum proses implementasi dimulai.

Setelah mockup disetujui, tahapan implementasi dimulai. Ini melibatkan pembuatan website sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dalam tahap-tahap sebelumnya. Pengujian fungsi-fungsi website dilakukan secara teratur selama tahap ini untuk memastikan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik dan sesuai dengan harapan.

Sebelum website di-delivery kepada pengguna, pengujian akhir dilakukan untuk memastikan bahwa website tersebut sesuai dengan kebutuhan yang telah ditetapkan. Pengguna juga dilibatkan dalam pengujian untuk mendapatkan umpan balik langsung tentang pengalaman mereka menggunakan website tersebut.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan ini, pengembangan website dapat dilakukan dengan lebih efisien dan efektif, memastikan bahwa produk

akhir memenuhi kebutuhan pengguna dan tujuan proyek secara keseluruhan.

Pada Gambar 1 ditunjukkan tahapan-tahapan yang dilakukan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.



Gambar 1. Tahapan Pengembangan Website Pemandian Air Panas Sipoholon

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaannya, tim melakukan kunjungan langsung ke Usaha Air Panas Karunia di kecamatan Sipoholon. Setelah sampai ditempat, tim PkM beserta mahasiswa

melakukan sosialisasi terkait pentingnya social media dan website yang digunakan untuk kemajuan usaha sekitar. Kami juga melakukan edukasi terkait manfaat yang dapat diberikan oleh keberadaan situs web bagi individu, bisnis, dan komunitas setempat terutama di Air Panas Karunia yang berada di Kawasan super prioritas Danau Toba. Kami juga melakukan demo aplikasi website untuk memperkenalkan dan menjelaskan fungsionalitas, fitur, dan antarmuka dari sebuah aplikasi website kepada audiens tertentu, seperti calon pengguna, mitra bisnis, atau anggota komunitas. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana aplikasi tersebut berfungsi, apa yang dapat dicapai melalui aplikasi tersebut, dan mengapa aplikasi tersebut bermanfaat. Bukti pelaksanaan edukasi dan demo aplikasi di Usaha Air Panas Karunia Sipoholon dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



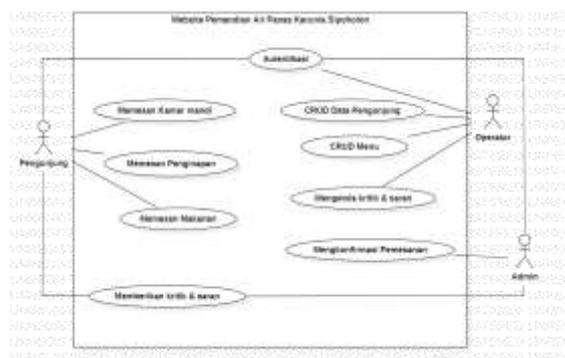
Gambar 2. Pelaksanaan Edukasi aplikasi di Usaha Air Panas Karunia Sipoholon



Gambar 3. Pelaksanaan Demo aplikasi di Usaha Air Panas Karunia Sipoholon

Pada Digitalisasi Bisnis dan Pengembangan Kualitas Transaksi Menggunakan Website di Air Panas Karunia Sipoholon terdapat 3 roles aktor yang berperan, yaitu admin, operator dan pengunjung seperti tertampil pada Gambar 4. Untuk dapat

mengakses website semua pengguna harus login terlebih dahulu. Namun sebelum melakukan login, pengguna sistem harus mendaftarkan akunnya terlebih dahulu, sedangkan untuk admin dan operator tidak perlu mendaftar akunnya karena memiliki akun secara manual.



Gambar 4. Use Case Diagram aplikasi website di Usaha Air Panas Karunia Sipoholon

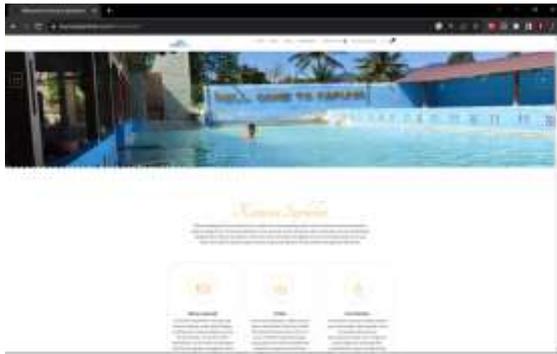
Selain itu digitalisasi Bisnis dan Pengembangan Kualitas Transaksi Menggunakan Website di Air Panas Karunia Sipoholon mempunyai beberapa fungsi dalam kebutuhan user seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Fungsi pada Website Air Panas Karunia Sipoholon

No.	Nama Fungsi	Deskripsi
1.	Registrasi	Fungsi registrasi digunakan oleh pengunjung yang ingin terdaftar sebagai pelanggan agar dapat login ke dalam sistem.
2.	Login	Fungsi login digunakan oleh pengguna, baik

3. Menghapus pesanan
 admin, maupun pelanggan, untuk dapat masuk dan mengakses sistem. Fungsi ini memungkinkan pengguna untuk menghapus pesanan yang ada dalam sistem. Pengguna dapat membatalkan pesanan yang telah ditempatkan atau menghapus pesanan yang tidak lagi relevan atau diperlukan. Fungsi ini digunakan untuk mengatur jadwal pemandian, seperti kolam renang. Pengguna dapat memilih waktu, jenis pemandian, dan mungkin juga memilih fasilitas tambahan, seperti pijat atau perawatan khusus. Fungsi ini memungkinkan sistem untuk mengirimkan pemberitahuan atau informasi. Fungsi ini digunakan users untuk melakukan reservasi melalui sistem.
4. Booking Pemandian
5. Notification
6. Pembayaran

Website Air Panas Karunia Sipoholon yang kami bangun dapat dikunjungi pada situs website karuniasipoholon.com dan untuk tampilan awal website dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan awal aplikasi website di Usaha Air Panas Karunia Sipoholon

Sebagai bukti kerjasama dan pengabdian kepada masyarakat, kami menyerahkan sertifikat dan modul untuk membantu pemilik usaha dalam menggunakan website yang dibangun. Untuk bukti kerjasama dan penyerahan modul penggunaan website dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 6. Penyerahan sertifikat dan panduan penggunaan aplikasi website di Usaha Air Panas Karunia Sipoholon

Modul yang ditulis memiliki 61 halaman yang berisikan 3 role actor yaitu user, operator, dan admin. Masing-masing aktor memiliki peran dalam menjalankan fungsinya. Modul ini digunakan sebagai sebagai

panduan pengguna atau panduan penggunaan, memiliki tujuan untuk membantu pengguna memahami cara menggunakan sebuah website dengan efektif dan efisien. Ini adalah dokumen atau bagian dari website yang memberikan petunjuk langkah demi langkah tentang cara menjelajahi dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Untuk bukti pencetakan modul dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Modul Penggunaan Website

Untuk mendukung pemasaran usaha, publikasi media masa diperlukan agar semua kalangan mengetahui tentang aktivitas dan peningkatan usaha dengan website. Untuk bukti publikasi media masa pada koran harian Sinar Indonesia Baru (SIB) dapat dilihat pada <https://hariansib.id/arsip.php?tgl=04&bln=10&thn=2023&hal=9> dan Gambar 8.

- Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 111–125.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.184>
- Majidah, Cahyaningsih, Saraswati, S. R., & Inawati, W. A. (2021). Self-Identification of Homestay Management Problems and Canvas Business Model Journal of Innovation and Community Engagement. *Journal of Innovation and Community Engagement (Journal of ICE)*, 02(01), 2776–0421.
- Pranata Sembiring, J. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Simbolika*, 2(1), 1–22.
- Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). PENGARUH CITRA DESTINASI, FASILITAS WISATA DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN (STUDI PADA PENGUNJUNG DOMESTIK TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 4(1), 225–235.
- Rumalatu, G. A., Par, S. S. T., Par, M. M., Waelauruw, A. T., Par, M. M., Johannes, A., Ufie, R., Pi, S., & Sc, M. (2021). *PELATIHAN TATA CARA DAN MAKE OVER HOMESTAY BAGI*. 4(01), 19–30.
- Sianipar, R., Sibuea, S., Marpaung, F., Xenna, L., Arifin, T., Chandra, R., & Saragih, A. (2023). Pembuatan Website Kelompok Maduma Tani. In *Jurnal ComunitÃ Servizio e-ISSN: 2656-677X* (Vol. 5, Issue 2).
- Sitompul, H., & Khairani, I. (2022). VARIASI BAHASA BATAK TOBA DI KECAMATAN SIPOHOLON TAPANULI UTARA. *JURNAL SASINDO (Program Studi Sastra Indonesia FBS UNIMED)*, 11(1), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24114/sasindo.v11i1.36033>
- Susanti Samosir, H., Lumban Gaol, T., Chandra, R., Picauly Sagala, P., Yohanna Mentari Sirait, D., Tesselonika Pardede, A., Havel Situmorang, P., Ananda Pardomuan Sitorus, R., & Panjaitan, C. (2023). PELATIHAN PENGGUNAAN WEBSITE MARKETPLACE UNTUK PARA PENGRAJIN DI BALIGE. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 141–146.
<https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i1.3628>

Widadi, S., Fajrin, H. R., Pranaditya, A., Safitri, M., & Handoko, B. S. (2021). Software Innovation for SD Card Logger on Autoclave with Waterfall Method. *Journal of Physics: Conference Series*, 1933(1).
<https://doi.org/10.1088/1742-6596/1933/1/012059>

Widianto, E., & Kurniadi, D. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi

Manajemen Keuangan RT/RW Berbasis Web. *Jurnal Algoritma*, 18(1), 246–253.
<http://jurnal.itg.ac.id/>

Yang, K. J., & Chen, S. H. (2010). The comparison and analysis of employee satisfaction improvement in the hot spring and financial industries. *African Journal of Business Management*, 4(8), 1619–1628.