

## Pengembangan Aplikasi Web Sebagai Media Informasi Dan Sistem Pencatatan Data Pelanggan Pada Layanan Tour Guide Trip Asia

Satria Mandala<sup>1,2</sup>, Rajiv Dharma Mangruwa<sup>1,3</sup>, Bramantya Hendrawan Yoga<sup>2</sup>, Imam Arif Wicaksono<sup>2</sup>, Adika Ghivan Pratama<sup>2</sup>, Muhammad Ardiansyah Pratama<sup>2</sup>, Deven Febrian Susilo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Research Center for Human Centric (HUMIC) Engineering, Telkom University, Bandung 40257, Indonesia

<sup>2</sup>School of Computing, Telkom University, Bandung 40257, Indonesia

<sup>3</sup>School of Economics and Business, Telkom University, Bandung, Indonesia

Email: <sup>1,2\*</sup>[satriamandala@telkomuniversity.ac.id](mailto:satriamandala@telkomuniversity.ac.id), <sup>1,3</sup>[rmangruwa@telkomuniversity.ac.id](mailto:rmangruwa@telkomuniversity.ac.id),  
<sup>2</sup>[bramntyoga@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:bramntyoga@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[imamaw@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:imamaw@student.telkomuniversity.ac.id),  
<sup>2</sup>[adikaghh@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:adikaghh@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[ardiansyahbeben@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:ardiansyahbeben@student.telkomuniversity.ac.id),  
<sup>2</sup>[devenfs@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:devenfs@student.telkomuniversity.ac.id)

(\* : coresponding author)

**Abstrak** – Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membantu Solo Tour Guide Specialist, sebuah UMKM jasa pemandu wisata dengan brand HalloTrip, dalam memperkuat promosi digital dan menata pencatatan data pelanggan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, informasi layanan masih disampaikan melalui WhatsApp dan jaringan personal, sementara mitra belum memiliki media informasi resmi yang dapat diakses publik. Kondisi tersebut membuat profil usaha, paket perjalanan, testimoni, jadwal, dan kanal pemesanan belum tersaji secara terpusat. Solusi yang dikembangkan berupa dua sistem berbasis web, yaitu landing page publik sebagai etalase informasi layanan wisata dan website admin untuk pencatatan data pelanggan. Pengembangan dilakukan menggunakan HTML, CSS, JavaScript, dan Tailwind CSS dengan pendekatan partisipatif bersama mitra. Alur kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, perancangan antarmuka, pengembangan sistem, uji coba fungsi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi. Hasil kegiatan berupa website HalloTrip yang dapat diakses melalui [hallotrip.vercel.app](https://hallotrip.vercel.app), dilengkapi informasi destinasi Asia, testimoni, widget cuaca real-time, tombol pemesanan WhatsApp, serta website admin dengan fitur login dan pencatatan data pelanggan. Sosialisasi dilakukan secara daring agar mitra memahami alur pemanfaatan website dan mampu menggunakan sistem secara lebih mandiri. Hasil umpan balik menunjukkan penerimaan yang sangat positif, dengan empat indikator utama memperoleh tingkat persetujuan penuh pada kategori setuju dan sangat setuju. Meskipun terdapat respons netral sebesar 25% pada aspek pelayanan kepanitiaan, secara keseluruhan solusi ini dinilai tepat guna sebagai langkah awal transformasi digital promosi dan administrasi mitra.

Kata Kunci: UMKM, Aplikasi Web, Pemandu Wisata, Digitalisasi Usaha

**Abstract** – This community service activity aimed to assist Solo Tour Guide Specialist, a tourism guide service MSME under the HalloTrip brand, in strengthening digital promotion and organizing customer data recording. Before the activity, service information was still shared through WhatsApp and personal networks, while the partner did not yet have an official public information platform. As a result, business profiles, travel packages, testimonials, schedules, and booking channels were not presented in a centralized manner. The solution developed consisted of two web-based systems: a public landing page as a tourism service information showcase and an admin website for customer data recording. The systems were developed using HTML, CSS, JavaScript, and Tailwind CSS through a participatory approach with the partner. The activity workflow covered needs identification, interface design, system development, functional testing, training, mentoring, and evaluation. The outcome was the HalloTrip website, accessible at [hallotrip.vercel.app](https://hallotrip.vercel.app), featuring Asian destination information, testimonials, a real-time weather widget, a WhatsApp booking button, and an admin website with login and customer data recording features. The socialization session was conducted online so that the partner could understand the website workflow and use the system more independently. Partner feedback showed very positive acceptance, with four main indicators receiving full agreement in the agree and strongly agree categories. Although 25% neutral responses appeared in the committee service aspect, the overall solution was considered relevant and practical as an initial step in digitally transforming the partner's promotion and administration.

**Keywords:** MSME, Web Application, Tour Guide, Business Digitalization

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memperkenalkan layanan, berkomunikasi dengan pelanggan, serta mengelola data usaha. Website dapat berfungsi sebagai media informasi yang terbuka selama dua puluh empat jam, sementara sistem pencatatan berbasis web membantu pelaku usaha menyimpan data secara lebih rapi dan mudah ditelusuri [1], [3]. Bagi UMKM yang masih mengandalkan komunikasi personal, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu langkah penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional [5], [6].

Solo Tour Guide Specialist merupakan UMKM jasa pemandu wisata yang melayani perjalanan ke beberapa destinasi di kawasan Asia. Dalam operasional sehari-hari, usaha ini menggunakan brand HalloTrip dan masih bertumpu pada jaringan keluarga, teman, serta kenalan sebagai sumber utama pelanggan. Sampai awal tahun 2026, mitra belum memiliki website resmi yang menampilkan profil usaha, daftar destinasi, testimoni, dan kanal pemesanan secara terpusat. Informasi perjalanan masih disampaikan melalui komunikasi langsung dan WhatsApp, sehingga calon pelanggan harus bertanya terlebih dahulu untuk memperoleh detail layanan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan utama mitra bukan sekadar memiliki tampilan promosi, tetapi juga memiliki sistem yang mampu menyatukan informasi layanan dan mendukung pencatatan pelanggan. Landing page dapat menjadi titik masuk bagi calon pelanggan untuk mengenali profil, membaca informasi perjalanan, melihat testimoni, dan menghubungi mitra secara cepat. Di sisi lain, website admin memberikan ruang bagi pengelola untuk mencatat data pelanggan dan riwayat perjalanan dengan lebih terstruktur. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip rekayasa perangkat lunak yang menempatkan kebutuhan pengguna sebagai dasar perancangan sistem [2], [4].

Pengembangan landing page dan website admin dalam kegiatan ini diarahkan sebagai solusi sederhana, tepat guna, dan sesuai kapasitas mitra. Website publik dibangun untuk memperkuat identitas digital HalloTrip, sedangkan website admin dirancang untuk memperbaiki proses administrasi yang sebelumnya dilakukan secara manual. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya dipahami sebagai pembuatan media promosi baru, tetapi juga sebagai upaya memperbaiki alur kerja usaha agar lebih mudah dikelola secara berkelanjutan [6], [7].

Berdasarkan observasi awal, Solo Tour Guide Specialist atau HalloTrip merupakan UMKM yang dikelola secara mandiri dengan layanan perjalanan wisata ke berbagai negara di Asia. Target pasar awal masih berada pada lingkaran keluarga, teman, dan kenalan, sehingga promosi yang dilakukan cenderung bergantung pada hubungan personal. Pola tersebut cukup membantu pada tahap awal usaha, tetapi belum memadai untuk menjangkau calon pelanggan yang lebih luas. Ketika informasi perjalanan hanya disampaikan melalui WhatsApp atau percakapan langsung, calon pelanggan baru tidak selalu dapat memperoleh gambaran layanan secara cepat dan mandiri.

Keterbatasan berikutnya terlihat pada belum tersedianya media digital resmi yang berfungsi sebagai pusat informasi usaha. Mitra belum memiliki website yang menampilkan profil, jadwal perjalanan, katalog destinasi, testimoni, dan kontak layanan secara terstruktur. Akibatnya, informasi promosi mudah tersebar dalam bentuk potongan percakapan, sulit diperbarui secara konsisten, dan tidak selalu mudah ditemukan kembali oleh calon pelanggan. Dalam konteks promosi digital, website diperlukan agar informasi usaha dapat disajikan secara terbuka, konsisten, dan mudah dibagikan [1], [3].

Permasalahan mitra juga muncul pada aspek administrasi pelanggan. Data pelanggan dan riwayat perjalanan belum tersimpan dalam sistem khusus, sehingga proses penyimpanan, pencarian, pembaruan, dan rekapitulasi data masih bergantung pada pencatatan manual. Cara kerja seperti ini berisiko menimbulkan ketidakteraturan administrasi, terutama ketika jumlah pelanggan dan perjalanan mulai bertambah. Sistem berbasis web dapat membantu pengelola usaha menata data secara lebih sistematis dan mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik [2], [4].

Dengan mempertimbangkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pengembangan landing page sebagai media promosi digital dan website admin sebagai sistem pencatatan data pelanggan. Kedua solusi ini diharapkan menjadi fondasi awal bagi HalloTrip untuk membangun identitas digital, memperbaiki alur informasi layanan, meningkatkan efisiensi administrasi, dan menyiapkan pengembangan usaha secara berkelanjutan [5], [6].

## **1.2 Potensi Pemberdayaan Masyarakat Sasar**

HalloTrip merupakan UMKM jasa perjalanan wisata yang berlokasi di Kota Bandung dan menawarkan layanan perjalanan ke berbagai destinasi di kawasan Asia. Usaha ini dikelola oleh tim kecil yang terdiri atas satu orang leader dan tiga anggota operasional. Sebelum kegiatan dilaksanakan, mitra telah memanfaatkan Instagram pribadi dan WhatsApp Business sebagai kanal komunikasi awal. Kondisi ini menunjukkan bahwa mitra sebenarnya sudah mengenal media digital, tetapi pemanfaatannya belum berkembang menjadi identitas web resmi yang dapat menjadi rujukan utama bagi calon pelanggan.

Potensi utama mitra terletak pada komitmen pemilik usaha untuk meningkatkan branding, memperjelas informasi layanan, dan memperbaiki komunikasi dengan calon pelanggan. Kesiapan tim operasional juga menjadi modal penting karena website yang dikembangkan tidak hanya perlu dibangun, tetapi juga perlu digunakan dan dipelihara setelah kegiatan selesai. Dengan pendampingan yang tepat, tim HalloTrip memiliki peluang untuk mengelola konten, membagikan tautan website, dan memanfaatkan sistem admin secara mandiri.

Dari sisi infrastruktur digital, penggunaan Instagram pribadi dan WhatsApp Business memperlihatkan bahwa mitra sudah memiliki kebiasaan berinteraksi dengan pelanggan melalui kanal daring. Landing page yang dikembangkan dalam kegiatan ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan kanal tersebut, melainkan melengkapinya. Informasi profil usaha, paket wisata, jadwal, testimoni, dan kontak dapat ditempatkan dalam satu halaman resmi, sementara WhatsApp tetap dipertahankan sebagai jalur komunikasi yang akrab bagi mitra dan calon pelanggan.

Potensi lain yang dapat diperkuat adalah branding dan kualitas pelayanan. Website memberikan ruang bagi HalloTrip untuk tampil lebih profesional karena informasi layanan dapat disusun secara rapi dan mudah diakses. Calon pelanggan tidak perlu menunggu balasan percakapan pribadi untuk memahami gambaran layanan yang ditawarkan. Pada saat yang sama, keberadaan testimoni, informasi destinasi, dan kontak langsung dapat membantu membangun kepercayaan sebelum calon pelanggan melakukan konsultasi atau pemesanan [6], [7].

Digitalisasi promosi juga membuka peluang perluasan pasar. Selama ini jangkauan promosi mitra masih sangat dipengaruhi oleh jaringan pertemanan. Melalui landing page, informasi mengenai HalloTrip dapat dibagikan melalui tautan di media sosial, pesan langsung, maupun materi promosi lain. Website admin kemudian melengkapi proses tersebut dengan membantu pencatatan pelanggan dan riwayat perjalanan secara lebih teratur. Dengan demikian, program ini tidak hanya menghasilkan media promosi, tetapi juga menyiapkan dasar pengelolaan usaha yang lebih rapi dan berkelanjutan.

## **2. SOLUSI PERMASALAHAN**

Solusi kegiatan disusun dengan mempertimbangkan dua persoalan utama mitra, yaitu terbatasnya media promosi digital dan belum tertatanya pencatatan data pelanggan. Oleh karena itu, luaran yang dikembangkan tidak hanya berupa halaman promosi, tetapi juga alur penggunaan sederhana yang dapat mendukung aktivitas pemasaran dan administrasi. Pendekatan ini dipilih agar solusi yang diberikan tetap realistis bagi skala usaha mitra, mudah dipelajari, dan dapat digunakan setelah kegiatan berakhir.

Solusi pertama adalah pengembangan landing page HalloTrip sebagai media informasi publik. Landing page dirancang responsif agar dapat dibuka melalui perangkat yang umum digunakan calon pelanggan. Informasi utama ditempatkan secara ringkas, mulai dari profil layanan, paket perjalanan, destinasi, testimoni pelanggan, sampai tombol WhatsApp. Penyusunan konten seperti ini bertujuan membantu calon pelanggan memperoleh gambaran layanan secara cepat

sebelum menghubungi mitra. Selain itu, landing page juga berfungsi sebagai identitas digital resmi yang dapat memperkuat branding dan kredibilitas HalloTrip [6].

Solusi kedua adalah pengembangan website admin untuk membantu pencatatan data pelanggan. Sebelum sistem dibuat, tim terlebih dahulu melakukan analisis kebutuhan bersama mitra untuk menentukan data yang perlu dicatat, fitur yang perlu tersedia, dan alur kerja yang paling sederhana. Hasil analisis tersebut diterjemahkan ke dalam rancangan antarmuka, fitur login, input data pelanggan, informasi kontak, riwayat perjalanan, dan pengelolaan data. Rancangan ini mengikuti prinsip dasar rekayasa perangkat lunak yang menempatkan kebutuhan pengguna sebagai dasar pengembangan sistem [2], [4].

Setelah sistem dikembangkan, tim melakukan pengujian fungsional terhadap halaman, navigasi, tombol WhatsApp, dan alur admin. Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa website tidak hanya terlihat baik, tetapi juga dapat digunakan secara nyaman oleh mitra dan calon pelanggan [8]. Masukan dari mitra selama proses uji coba digunakan untuk menyempurnakan tampilan dan fungsi sebelum serah terima dilakukan.

Tahap akhir dari solusi adalah pendampingan dan serah terima sistem. Tim memberikan demonstrasi penggunaan website, menjelaskan fungsi setiap halaman, menunjukkan cara memanfaatkan tombol WhatsApp, dan memperkenalkan alur pencatatan melalui website admin. Dengan adanya pendampingan ini, mitra diharapkan tidak hanya menerima produk digital, tetapi juga memahami cara memanfaatkannya sebagai bagian dari strategi promosi, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan data usaha.

### **3. METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1 Metode dan Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat**

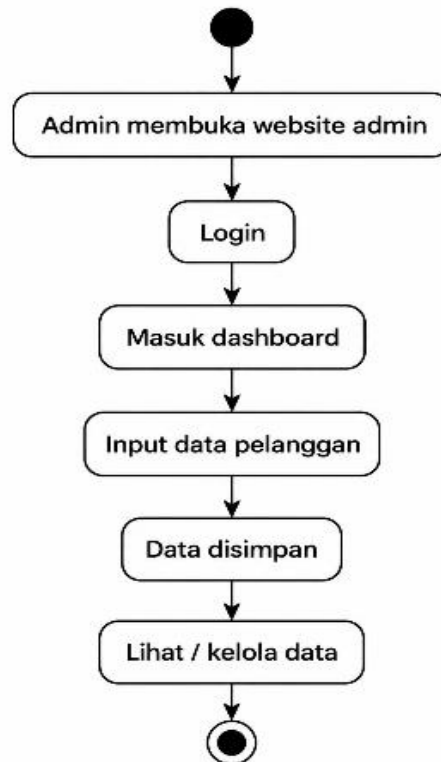
Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui dua rangkaian waktu. Proses identifikasi, perancangan, pengembangan, dan uji coba sistem dilakukan pada 20 April 2026 sampai 20 Mei 2026 secara daring melalui WhatsApp, Zoom, dan Google Meet. Sosialisasi pemanfaatan website kepada mitra kemudian dilaksanakan pada 19 Juni 2026 melalui Zoom Meeting. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif karena mitra dilibatkan sejak awal agar solusi yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan promosi dan administrasi usaha.

Proses kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara dan diskusi dengan pemilik usaha, Muhammad Raihan Nulhakim. Pada tahap ini, tim memetakan cara mitra menyebarkan informasi perjalanan, pola komunikasi dengan calon pelanggan, dan metode pencatatan data yang selama ini digunakan. Hasil identifikasi tersebut menjadi dasar untuk merancang dua sistem utama, yaitu landing page sebagai media informasi publik dan website admin sebagai sistem pencatatan data pelanggan dengan akses login khusus mitra.

Tahap berikutnya adalah pengembangan sistem menggunakan HTML, CSS, JavaScript, dan Tailwind CSS. Landing page dibuat responsif agar nyaman diakses dari berbagai perangkat, sedangkan website admin dilengkapi fitur login, input data pelanggan, kontak, riwayat perjalanan, dan pengelolaan data. Setelah versi awal sistem selesai, tim melakukan implementasi dan uji coba bersama mitra untuk memastikan setiap fitur berjalan sesuai kebutuhan. Masukan yang diberikan mitra kemudian digunakan untuk menyempurnakan tampilan, navigasi, dan fungsi sebelum sistem disosialisasikan.

Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara daring agar mitra memahami cara menggunakan sistem dalam alur kerja sehari-hari. Mitra diperkenalkan pada cara mengakses landing page, memanfaatkan tombol WhatsApp sebagai jalur pemesanan, dan menggunakan website admin untuk mencatat data pelanggan. Alur penggunaan website admin diringkas dalam flowchart pada Gambar 1, yang memperlihatkan tahapan dari admin membuka sistem, melakukan login, masuk ke dashboard, menginput data pelanggan, menyimpan data, hingga melihat atau mengelola data yang telah tersimpan.

Tahap akhir berupa evaluasi dilakukan melalui pengumpulan umpan balik mitra. Evaluasi diarahkan untuk menilai kesesuaian website dengan kebutuhan mitra, kemudahan penggunaan, kejelasan pendampingan, dan potensi keberlanjutan pemanfaatan sistem. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk menilai apakah website yang dikembangkan sudah tepat guna dan apakah masih diperlukan penyempurnaan pada kegiatan berikutnya.



**Gambar 1.** Flowchart Alur Penggunaan Website Admin untuk Pencatatan Data Pelanggan.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. Implementasi Aplikasi**

Aplikasi yang disosialisasikan dapat diakses melalui <https://hallotrip.vercel.app>. Hasil implementasi utama disajikan pada Gambar 2 sampai Gambar 6. Alur antarmuka publik dirancang mengikuti perjalanan calon pelanggan sejak pertama kali mengenal layanan sampai melakukan komunikasi pemesanan. Pengalaman pengguna diawali dari landing page yang memuat identitas utama HalloTrip dan ajakan untuk mengeksplorasi layanan wisata (Gambar 2). Dari halaman awal tersebut, pengunjung diarahkan untuk melihat katalog destinasi perjalanan Asia yang disusun secara visual agar pilihan layanan lebih mudah dikenali (Gambar 3). Untuk memperkuat kepercayaan, website juga menyediakan halaman About Us yang menjelaskan profil, nilai layanan, dan keunggulan mitra (Gambar 4). Kepercayaan calon pelanggan kemudian diperkuat melalui bagian umpan balik atau testimoni pelanggan (Gambar 5). Pada akhir alur, halaman kontak dan tombol WhatsApp disediakan agar calon pelanggan dapat langsung berdiskusi dengan mitra tanpa harus mencari kanal komunikasi lain (Gambar 6).

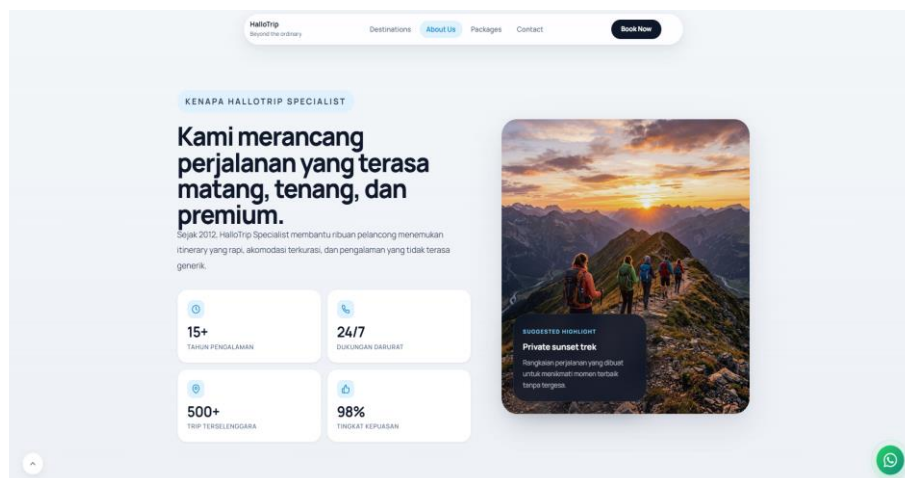




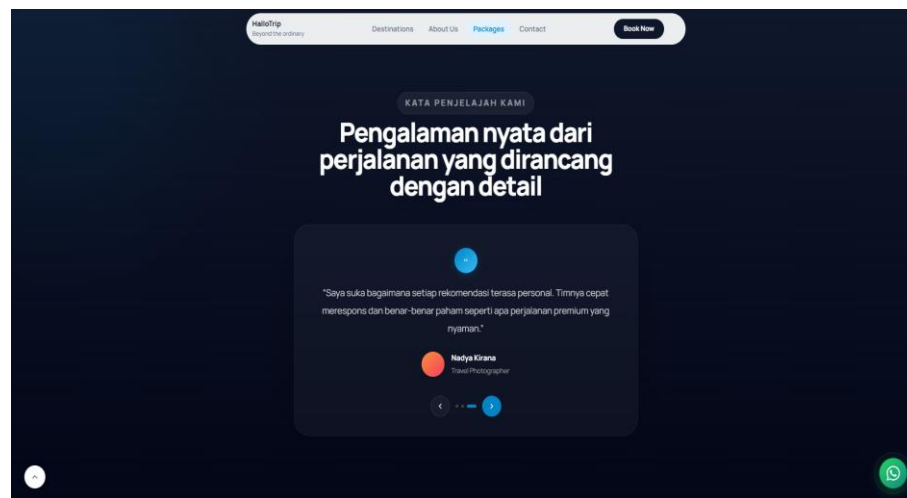
**Gambar 2.** Landing Page Hallotrip Sebagai Halaman Utama Informasi Layanan Wisata.



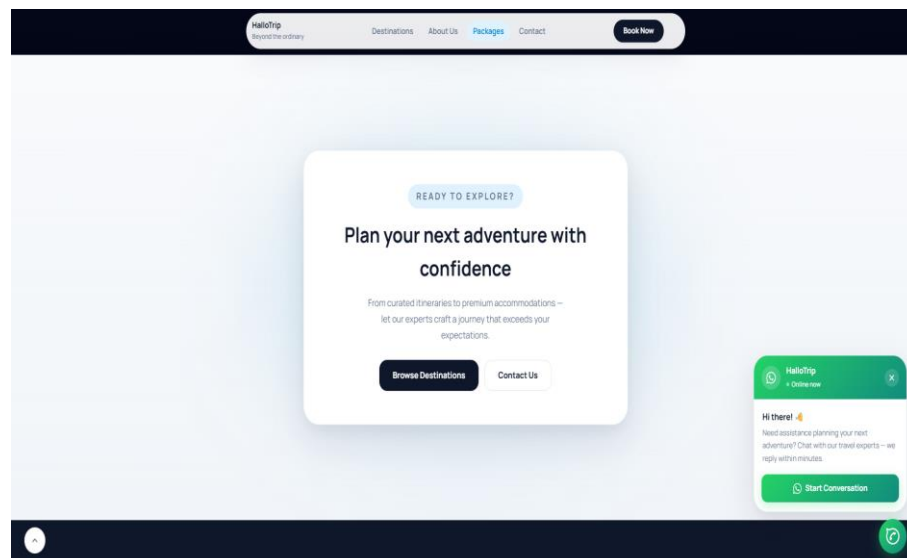
**Gambar 3.** Halaman Destinasi HalloTrip yang Menampilkan Katalog Perjalanan Asia.



**Gambar 4.** Halaman About Us yang Memuat Profil dan Nilai Layanan HalloTrip.



**Gambar 5.** Halaman Umpan Balik Pelanggan Pada Website HaloTrip.

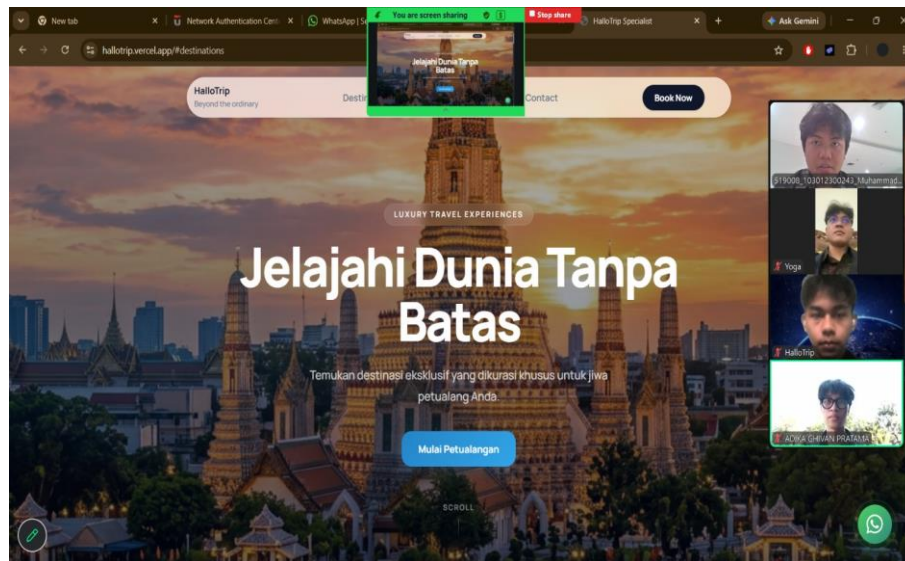


**Gambar 6.** Halaman Kontak dan Tombol Whatsapp untuk Komunikasi dengan Calon Pelanggan.

Rangkaian tampilan pada Gambar 2 sampai Gambar 6 memperlihatkan bahwa website tidak hanya berperan sebagai etalase visual, tetapi juga sebagai jalur informasi yang menghubungkan promosi, pembentukan kepercayaan, dan komunikasi pemesanan. Struktur seperti ini penting bagi UMKM jasa wisata karena calon pelanggan biasanya membutuhkan informasi yang singkat, meyakinkan, dan mudah diakses sebelum mengambil keputusan untuk bertanya lebih lanjut atau melakukan pemesanan [6], [7].

#### **4.2. Sosialisasi Aplikasi**

Sosialisasi penggunaan website HaloTrip dilaksanakan pada 19 Juni 2026 pukul 13.00 WIB melalui Zoom Meeting. Kegiatan ini menjadi tahap penting setelah pengembangan dan uji coba sistem karena mitra perlu memahami bagaimana website digunakan sebagai bagian dari operasional promosi. Dalam sesi tersebut, tim memperkenalkan fitur utama landing page, menjelaskan alur pemesanan melalui tombol WhatsApp, serta menunjukkan cara memanfaatkan website admin untuk pencatatan data pelanggan. Dokumentasi kegiatan sosialisasi ditampilkan pada Gambar 7.



**Gambar 7.** Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi Penggunaan Website Melalui Zoom Meeting.



**Gambar 8.** Template Poster Promosi untuk Mendukung Publikasi Layanan HalloTrip.

Kehadiran dokumentasi sosialisasi pada Gambar 7 dan poster promosi pada Gambar 8 juga menunjukkan bahwa kegiatan tidak berhenti pada pembuatan sistem. Mitra didampingi untuk memahami cara memakai website, sekaligus dibekali materi promosi yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan komunikasi digital. Pendekatan ini memperkuat keterkaitan antara luaran teknis dan kebutuhan praktis mitra di lapangan.



#### 4.3. Feedback dari Mitra

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui kuesioner umpan balik yang diisi oleh pihak mitra. Hasil evaluasi disajikan pada Tabel 1. Kuesioner mencakup lima aspek, yaitu kesesuaian materi dengan kebutuhan mitra, kecukupan waktu pelaksanaan, kejelasan materi, kualitas pelayanan panitia, dan harapan terhadap keberlanjutan kegiatan. Kelima aspek tersebut digunakan untuk melihat apakah solusi yang dikembangkan tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga relevan dengan kebutuhan operasional mitra.

**Tabel 1.** Hasil Survei Umpan Balik Mitra Selama Kegiatan Pengabdian

| NO. | PERTANYAAN                                                        | STS (%) | TS (%) | N (%) | S (%) | SS (%) |
|-----|-------------------------------------------------------------------|---------|--------|-------|-------|--------|
| 1   | Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta             | -       | -      | -     | 55    | 45     |
| 2   | Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup           | -       | -      | -     | 35    | 65     |
| 3   | Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami           | -       | -      | -     | 60    | 40     |
| 4   | Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan            | -       | -      | 25    | 50    | 25     |
| 5   | Masyarakat menerima dan berharap kegiatan seperti ini dilanjutkan | -       | -      | -     | 50    | 50     |

Berdasarkan Tabel 1, hasil umpan balik memperlihatkan tingkat penerimaan yang sangat tinggi terhadap luaran pengabdian ini. Empat indikator utama, yaitu kesesuaian materi, kecukupan waktu, kejelasan materi, dan harapan keberlanjutan kegiatan, memperoleh 100% respons positif pada kategori setuju dan sangat setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan website dan pendampingan yang diberikan dipandang relevan dengan kebutuhan mitra, mudah dipahami, serta memiliki potensi untuk terus digunakan setelah kegiatan selesai.

Satu-satunya indikator yang masih menyisakan ruang peningkatan adalah pelayanan panitia, dengan 75% respons positif dan 25% respons netral. Tidak adanya respons tidak setuju maupun sangat tidak setuju pada seluruh indikator tetap menunjukkan bahwa penerimaan mitra terhadap kegiatan tergolong kuat. Namun, respons netral tersebut menjadi catatan penting bahwa kegiatan lanjutan perlu memperkaya metode komunikasi, memperpanjang waktu bimbingan teknis, atau menyediakan panduan penggunaan yang lebih rinci agar mitra semakin percaya diri dalam mengelola sistem secara mandiri.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Informatika untuk Masyarakat ini berhasil menghasilkan dua sistem berbasis web untuk Solo Tour Guide Specialist atau HalloTrip, yaitu landing page sebagai media promosi digital dan website admin sebagai sistem pencatatan data pelanggan. Kedua sistem dikembangkan menggunakan HTML, CSS, JavaScript, dan Tailwind CSS, kemudian dipublikasikan melalui `hallotrip.vercel.app`. Melalui kegiatan ini, mitra memperoleh identitas digital yang lebih representatif, alur informasi layanan yang lebih terpusat, serta alat bantu awal untuk mencatat data pelanggan secara lebih terstruktur.

Umpan balik mitra pada Tabel 1 menunjukkan bahwa solusi yang diberikan diterima secara positif, terutama pada aspek kesesuaian materi, kejelasan kegiatan, kecukupan waktu, dan harapan keberlanjutan program. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi yang dilakukan telah menjawab kebutuhan awal mitra, baik dari sisi promosi maupun administrasi. Ke depan, sistem dapat dikembangkan lebih lanjut melalui penambahan fitur pengelolaan konten mandiri, rekam

perjalanan, analitik pengunjung, dan integrasi data pelanggan yang lebih lengkap agar manfaat website tidak hanya berhenti pada promosi, tetapi juga mendukung pengambilan keputusan usaha secara berkelanjutan.

## REFERENCES

- [1] Hidayat, R. (2010). Cara Praktis Membangun Website Gratis. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [2] Pressman, R. S. (2014). Rekayasa Perangkat Lunak: Pendekatan Praktisi (Edisi ke-7). Yogyakarta: Andi Publisher.
- [3] Saputra, A. (2012). Membangun Aplikasi CMS pada Platform Web. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [4] Sommerville, I. (2011). Software Engineering (9th ed.). Boston, MA: Addison-Wesley.
- [5] United Nations. (2015). Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. New York, NY: United Nations. Available: <https://sdgs.un.org/goals/goal9>
- [6] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Harlow: Pearson.
- [7] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340.
- [8] Nielsen, J. (1994). Usability Engineering. San Francisco: Morgan Kaufmann.