

Perancangan Sistem Informasi untuk Meningkatkan Pemasaran Paket Wisata CV Animedia Tour Berbasis *Mobile*

Raden Bagus Bambang Sumantri^{1✉}, Walidy Rahman Hakim², Asharryadi Noegroho³,
Safitri Dwi Lestari⁴, Syifa Marsyanda Chairunnisa⁵

^{1,2}) Informatika, Fakultas Farmasi, Sains & Teknologi Universitas Al-Irsyad Cilacap, Cilacap, Indonesia

^{3,4,5}) Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Al-Irsyad Cilacap, Cilacap, Indonesia

bagusbambang@universitalirsyad.ac.id✉

ABSTRACT

The tourism sector plays a vital role in boosting Indonesia's economy, with numerous attractive destinations. Along with the rapid development of information technology, this sector faces a significant opportunity for transformation through the implementation of mobile-based digital systems. CV Animedia Tour, a company providing travel services, faces challenges with limited promotional reach and a manual reservation system that hinders operational efficiency. This research aims to design a mobile-based information system that can enhance marketing efficiency and user convenience. This system allows customers to easily access information, make bookings, and receive updates on the latest travel offers. The methodology used in this research is prototyping, which involves several stages such as interviews, observations, and literature reviews. The results of the evaluation using the System Usability Scale (SUS) show that the application is well-received by users, with an average score of 72.5, indicating a high level of usability. The implementation of this system not only improves operational efficiency but also expands market reach and increases customer satisfaction. Moving forward, the company should continue to develop the application based on user feedback to ensure its relevance and effectiveness.

Keywords: information systems, tourism, mobile application, prototype, system usability scale (SUS)

ABSTRAK

Sektor pariwisata memegang peranan penting dalam mendorong perekonomian Indonesia, dengan banyaknya destinasi yang menarik. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, sektor ini menghadapi peluang besar untuk bertransformasi melalui penerapan sistem digital berbasis *mobile*. CV Animedia Tour, perusahaan yang menyediakan layanan perjalanan wisata, tengah menghadapi tantangan dalam hal jangkauan promosi yang terbatas dan sistem reservasi manual yang menghambat efisiensi operasional. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah sistem informasi berbasis aplikasi *mobile* yang dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan kenyamanan pengguna. Sistem ini memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses informasi secara langsung, melakukan pemesanan, serta mendapatkan update mengenai penawaran wisata terkini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah prototipe, yang melalui beberapa tahap seperti wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil pengujian menggunakan *System Usability Scale (SUS)* menunjukkan aplikasi ini diterima dengan baik oleh pengguna, dengan skor rata-rata 72,5 yang menunjukkan tingkat kemudahan penggunaan yang cukup tinggi. Implementasi sistem ini tidak hanya memperbaiki efisiensi operasional, tetapi juga memperluas pasar dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Sebagai langkah ke depan, perusahaan perlu terus mengembangkan aplikasi sesuai dengan masukan pengguna agar tetap relevan dan efektif.

Kata kunci: sistem informasi, pariwisata, *mobile*, prototipe, *system usability scale (SUS)*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk di Indonesia yang kaya akan destinasi eksotis [1]. Perkembangan teknologi informasi yang pesat dewasa ini membuka peluang besar bagi sektor pariwisata untuk bertransformasi. Teknologi digital tidak hanya menjadi penunjang, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam mempermudah promosi dan layanan wisata. Seiring dengan meningkatnya mobilitas wisatawan, baik lokal maupun internasional, muncul kebutuhan mendesak akan sistem digital yang mampu mengelola pemasaran serta memfasilitasi pemesanan secara efisien. CV Animedia Tour, sebuah perusahaan penyedia jasa perjalanan wisata, tengah menghadapi berbagai tantangan dalam strategi pemasarannya. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan jangkauan promosi, kurangnya aksesibilitas informasi oleh calon pelanggan, serta masih digunakannya metode reservasi manual yang menghambat efisiensi layanan. Situasi ini menyebabkan penyebaran informasi terkait paket wisata menjadi kurang maksimal, sehingga potensi pasar tidak tergarap dengan optimal dan tingkat minat pelanggan pun menurun.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan untuk menyusun strategi pemasaran yang adaptif menjadi suatu keharusan. Salah satu pendekatan yang terbukti efektif adalah integrasi teknologi berbasis *mobile* [2]. Melalui aplikasi *mobile*, pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi informasi paket wisata, melakukan pemesanan secara langsung, serta menerima pembaruan tentang penawaran menarik dan destinasi unggulan. Bagi CV Animedia Tour, penggunaan sistem berbasis *mobile* bukan hanya sekadar inovasi, tetapi juga alat strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan. Pemanfaatan teknologi informasi, khususnya sistem berbasis *mobile*, dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi tantangan ini. Dengan aplikasi *mobile*, informasi mengenai paket wisata dapat disampaikan secara real-time dan interaktif, memungkinkan pelanggan untuk mengakses detail paket, harga, fasilitas, dan ketersediaan tanpa perlu datang langsung ke kantor [3]. Penelitian oleh Aziz [4] menunjukkan bahwa desain antarmuka interaktif dapat meningkatkan efektivitas promosi dalam industri pariwisata. Selain itu, penelitian oleh Rohman [5] juga mengungkapkan bahwa arsitektur sistem berbasis *mobile* dapat meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap paket yang ditawarkan. Sehingga, integrasi teknologi digital dalam pemasaran wisata menjadi suatu langkah strategis yang tak terelakkan.

Sistem informasi berbasis *mobile* memiliki keunggulan signifikan dibandingkan pendekatan konvensional. Salah satu kelebihanannya adalah kemampuan memberikan informasi secara real-time dan interaktif. Pelanggan dapat mengakses detail paket, harga, fasilitas, dan ketersediaan tanpa perlu datang langsung ke kantor. Selain itu, fitur notifikasi

otomatis memungkinkan perusahaan memberikan informasi terkini kepada pelanggan. Efisiensi pengelolaan data pelanggan pun meningkat melalui sistem ini, karena memungkinkan penyimpanan riwayat transaksi serta analisis preferensi pengguna untuk keperluan promosi yang lebih personal.

Sejumlah penelitian sebelumnya turut memperkuat pentingnya adopsi sistem *mobile* dalam industri pariwisata. Studi oleh Rohman [5] menekankan manfaat desain antarmuka interaktif dalam meningkatkan efektivitas promosi. Rianingtyas [6] menunjukkan bahwa arsitektur sistem berbasis *mobile* dapat meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap paket yang ditawarkan. Sementara itu, Lestari [7] menyoroti integrasi media sosial dalam sistem sebagai sarana memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dalam penelitian ini tidak hanya sekadar menyebut "pentingnya sistem *mobile*", tetapi secara implisit merujuk pada beberapa kekurangan mendasar dari sistem eksisting CV Animedia Tour, yaitu masih digunakannya metode pemasaran dan reservasi yang konvensional serta manual. Sistem manual ini menyebabkan empat masalah utama: 1. jangkauan promosi yang sangat terbatas, sehingga informasi paket wisata tidak tersebar luas dan potensi pasar tidak tergarap optimal; 2. In-efisiensi operasional karena proses pemesanan yang mengharuskan calon pelanggan untuk menghubungi perusahaan secara langsung; 3. ketidakmampuan pelanggan dalam mengakses informasi paket wisata, ketersediaan, dan harga secara real-time; serta 4. kurangnya engagement dan layanan yang personal kepada pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mentransformasi sistem manual yang terbatas menjadi sebuah sistem informasi berbasis *mobile* yang terintegrasi, sehingga dapat mengatasi semua kelemahan eksisting dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Pemanfaatan aplikasi digital pada sektor pariwisata telah banyak dikaji dalam berbagai penelitian, sebagian besar studi sebelumnya masih berfokus pada aspek fungsionalitas sistem tanpa dilengkapi dengan analisis menyeluruh terhadap pengalaman pengguna. Penelitian ini menghadirkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan tidak hanya membangun aplikasi *mobile* melalui metode *prototyping*, tetapi juga melakukan pengukuran tingkat kegunaan sistem secara kuantitatif menggunakan instrumen *System Usability Scale (SUS)* sebagai standar evaluasi. Proses penilaian melibatkan partisipasi langsung dari pengguna sebenarnya, baik pengelola maupun calon pelanggan CV Animedia Tour, sehingga persepsi pengguna terhadap sistem dapat diperoleh secara lebih objektif. Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini difokuskan pada perancangan sistem informasi berbasis *mobile* yang dirancang untuk meningkatkan efektivitas promosi, memberikan kemudahan akses layanan, serta memperkuat interaksi digital antara perusahaan dan pelanggan. Dengan demikian, penerapan sistem yang dihasilkan diharapkan mampu menjadi solusi strategis dalam mendukung

peningkatan daya saing CV Animedia Tour di tengah dinamika kompetisi industri pariwisata.

II. METODE

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV Animedia Tour yang berlokasi di Jalan Kartini RT 01 RW 04 Desa Rawajaya, Kecamatan Bantarsari, Kabupaten Cilacap, Indonesia. Lokasi ini dipilih karena perusahaan ini berperan penting dalam industri pariwisata dan sedang membutuhkan sistem informasi berbasis *mobile* untuk meningkatkan pemasaran paket wisata yang mereka tawarkan.

B. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian adalah level atau tingkatan yang bisa disebut juga adalah suatu jenjang dalam sebuah aktivitas penelitian. Yang mana tahapan tersebut memiliki proses yang dilakukan secara terstruktur, runtut, baku, logis, dan sistematis. Adapun tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, sebagai berikut [8];



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Dalam setiap penelitian, terdapat serangkaian tahapan yang harus dipatuhi untuk memastikan pencapaian tujuan penelitian. Seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1, berikut adalah langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini:

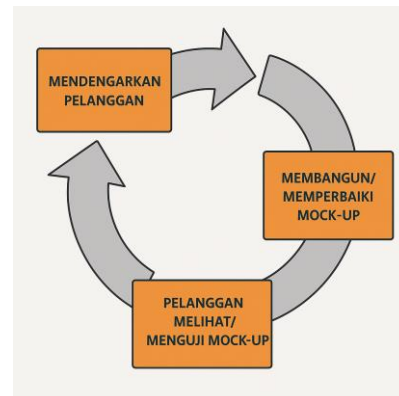
- 1) **Identifikasi Masalah:** Tahap pertama ini adalah upaya untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi saat ini, serta potensi masalah yang mungkin akan muncul di masa depan.
- 2) **Literatur Review (Tinjauan Pustaka):** Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan berbagai sumber yang relevan untuk memahami masalah yang sedang diteliti. Peneliti akan menganalisis pengetahuan yang sudah ada, serta mengidentifikasi kesenjangan, persamaan, atau perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Hal ini

penting untuk menemukan inovasi baru dalam penelitian.

- 3) **Tujuan Penelitian:** Pada tahap ini, peneliti berusaha untuk menggambarkan konsep yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam penelitian.
- 4) **Pengumpulan Data:** Pada tahapan ini, data yang relevan dengan penelitian dikumpulkan dengan menggunakan berbagai cara. Proses ini membutuhkan banyak referensi yang dapat membantu dalam mendapatkan data yang dibutuhkan.
- 5) **Pengelolaan Data:** Setelah data terkumpul, peneliti perlu menganalisisnya untuk memastikan apakah data tersebut valid dan relevan. Pengelolaan data yang baik akan memastikan bahwa informasi yang diperoleh adalah akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.
- 6) **Hasil dan Keputusan:** Pada tahap akhir, peneliti akan menyusun laporan yang menggambarkan hasil penelitian dengan rinci, serta memberikan penjelasan yang dapat membantu pembaca memahami proses dan hasil penelitian dengan lebih mendalam.

C. Metode Pengembangan Sistem

Penelitian ini mengadopsi metode pengembangan sistem prototipe. Metode ini sangat efektif untuk proyek perangkat lunak yang memerlukan iterasi berkelanjutan, di mana pengembang dan pengguna secara langsung terlibat dalam pembuatan dan evaluasi sistem [8].



Gambar 2. Model *Prototype*

Langkah-langkah dalam pengembangan prototipe meliputi:

- 1) **Mendengarkan Pelanggan:** Langkah pertama adalah mengumpulkan kebutuhan sistem melalui diskusi antara pengembang dan pelanggan.
- 2) **Pembuatan *Mock-up*:** Setelah kebutuhan terkumpul, pengembang membuat *mock-up* yang digunakan sebagai dasar untuk iterasi sistem. *Mock-up* ini membantu pelanggan visualisasikan sistem yang akan dikembangkan.

- 3) Uji Coba *Mock-up*: Pada tahap ini, pelanggan menguji mock-up untuk memberikan *feedback* mengenai apakah aplikasi memenuhi kebutuhan mereka.

Prototipe ini terus diperbarui berdasarkan masukan yang diperoleh dari pengujian tersebut hingga mencapai versi final yang sesuai dengan ekspektasi pengguna.

D. Evaluasi Sistem

Dalam penelitian ini evaluasi sistem menggunakan pendekatan *System Usability Scale* (SUS). SUS merupakan suatu teknik evaluasi yang dirancang untuk menilai tingkat kemudahan penggunaan dan performa suatu sistem atau produk, dengan melibatkan pengguna langsung dalam situasi penggunaan yang realistis [9]. Dalam konteks perancangan ini, SUS memainkan peranan penting dalam menilai efektivitas hasil desain baru. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa tampilan yang telah diperbarui benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Tingkat usability dapat diwujudkan dengan menghadirkan kemudahan penggunaan bagi pengunjung, sehingga mereka dapat memahami isi website secara cepat. Apabila halaman utama tidak mampu menggambarkan dengan jelas layanan yang ditawarkan organisasi maupun tindakan yang bisa dilakukan pengguna, maka kemungkinan besar pengunjung akan meninggalkannya [10]. Melalui proses SUS, peneliti memperoleh informasi penting mengenai interaksi pengguna terhadap antarmuka, potensi kendala yang mereka hadapi, serta bagian-bagian sistem yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kualitas kegunaan. Instrumen SUS terdiri atas 10 item pernyataan yang dinilai menggunakan skala Likert lima poin, dari tingkat ketidaksetujuan yang sangat kuat hingga tingkat persetujuan yang sangat tinggi. Skor akhir dari SUS berada pada rentang 0 hingga 100 dan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna secara kuantitatif [11]. SUS terdiri atas 10 item pernyataan yang dinilai menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” sehingga responden dapat memberikan penilaian secara cepat tanpa merasa terbebani untuk memenuhi kebutuhan pengguna wisata [12].

- 1) Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi CV Animedia secara rutin.
- 2) Aplikasi ini tampak rumit dan membingungkan untuk digunakan. (*reverse item*)
- 3) Saya merasa aplikasi ini mudah digunakan untuk mencari dan memesan paket wisata.
- 4) Saya membutuhkan bantuan teknis untuk bisa menggunakan aplikasi ini. (*reverse item*)
- 5) Fitur-fitur dalam aplikasi ini terintegrasi dengan baik dan konsisten.

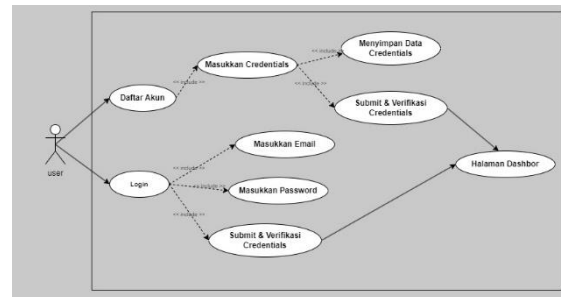
- 6) Saya merasa ada terlalu banyak hal yang harus dipelajari sebelum bisa menggunakan aplikasi ini. (*reverse item*)
- 7) Saya merasa percaya diri saat menggunakan aplikasi CV Animedia.
- 8) Saya harus banyak belajar sebelum bisa menggunakan aplikasi ini dengan baik. (*reverse item*)
- 9) Saya merasa fitur-fitur seperti pemesanan, keranjang, dan riwayat perjalanan mudah diakses.
- 10) Saya merasa aplikasi ini dirancang dengan baik

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

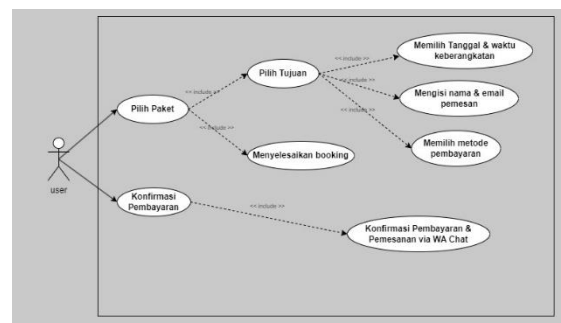
Perancangan sistem informasi Paket Wisata berbasis *mobile* ini mengacu pada pendekatan desain berbasis objek, yang dikenal dengan istilah OOD (*Object-Oriented Design*). Penelitian ini menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) yang meliputi beberapa diagram, seperti diagram *use case*, diagram aktivitas, diagram kelas, dan diagram urutan. Berikut adalah desain arsitektur perangkat lunak yang dimodelkan menggunakan UML:

A. Diagram Use Case

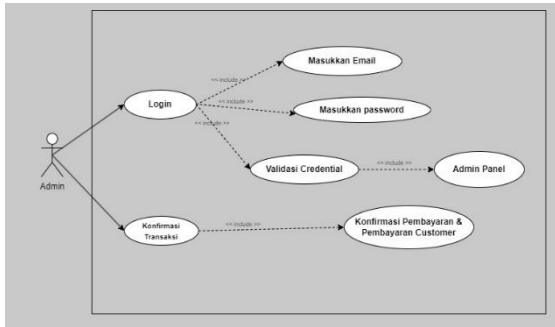
Diagram *use case* menjelaskan manfaat sistem dari sudut pandang aktor atau pihak yang berada di luar sistem [13]. Diagram ini menggambarkan fungsionalitas sistem serta cara sistem berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Desain proses yang menggunakan *Use Case Diagram* dalam aplikasi sistem informasi Paket Wisata berbasis *mobile* digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Use Case Diagram Customer Login & Sign Up



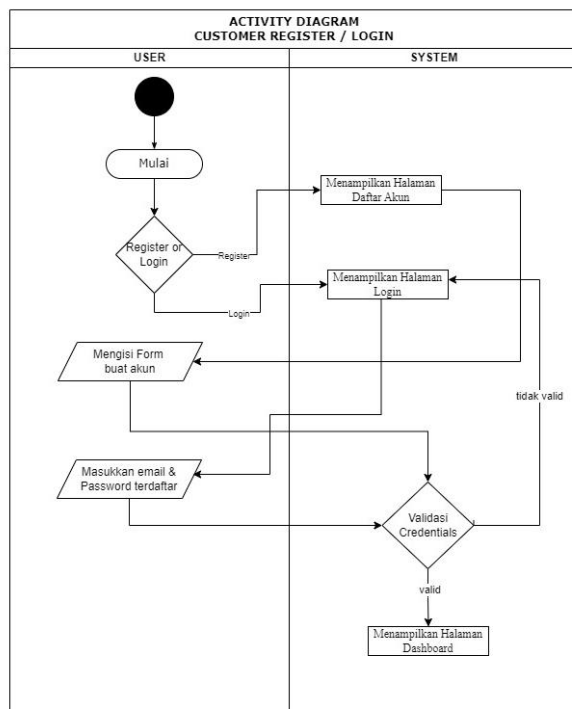
Gambar 4. Use Case Diagram Pilih Paket Wisata



Gambar 5. Use Case Diagram Admin

B. Activity Diagram

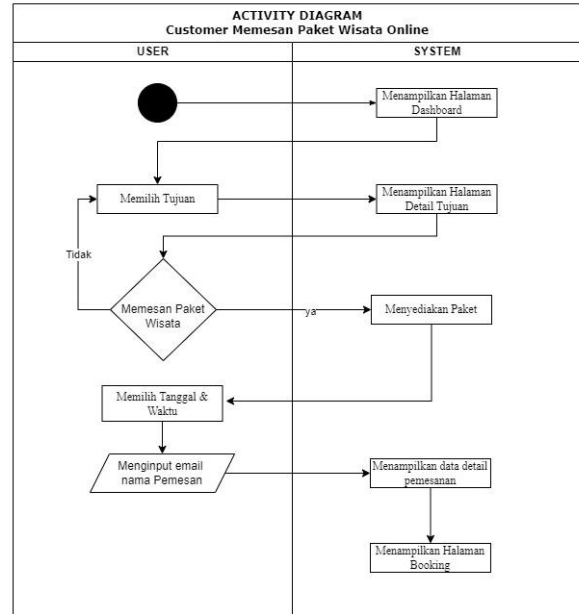
Untuk mengetahui alur proses yang akan dilakukan sistem, diagram ini menunjukkan alur dari aktifitas dalam sebuah sistem, serta bagaimana masing-masing alur dimulai serta keputusan apa saja yang mungkin terjadi [14].



Gambar 6. Activity Diagram Customer Login

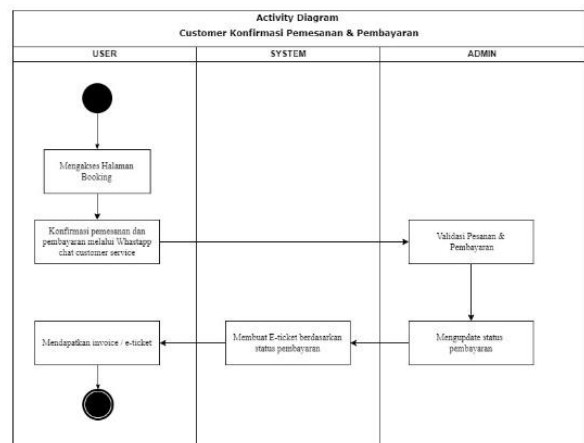
Berdasarkan *Activity Diagram Customer login* (Gambar 6), alur autentikasi diawali dengan inisiasi permintaan login oleh pengguna. Sistem kemudian merespons dengan menampilkan antarmuka input kredensial yang meminta pengguna untuk memasukkan alamat email dan kata sandi. Setelah data dikirimkan, sistem melakukan proses validasi terhadap kebenaran kredensial yang dimasukkan. Dalam skenario kredensial tidak valid, sistem akan generate pesan notifikasi kesalahan dan mengembalikan pengguna ke fase input kredensial. Sebaliknya, untuk kredensial yang terverifikasi kebenarannya, sistem akan melakukan pengecekan lanjutan terhadap status verifikasi email. Jika email pengguna belum terverifikasi, sistem akan menginisiasi proses pengiriman tautan verifikasi

melalui email dan menunda akses hingga proses verifikasi diselesaikan. Namun apabila email telah terverifikasi sebelumnya, sistem akan memberikan akses penuh dan melakukan redirect pengguna menuju halaman beranda aplikasi untuk memulai utilisasi layanan.



Gambar 7. Activity Diagram Customer Memesan Paket Wisata Online

Proses pemesanan paket wisata (Gambar 7) dimulai dari pemilihan tujuan di *dashboard*, menampilkan detail paket, dan konfirmasi pemesanan. Pengguna memilih tanggal, mengisi data diri, dan melakukan *booking*. Sistem merespons setiap langkah dengan menampilkan informasi terkait, menciptakan alur pemesanan yang terstruktur dan mudah diikuti.



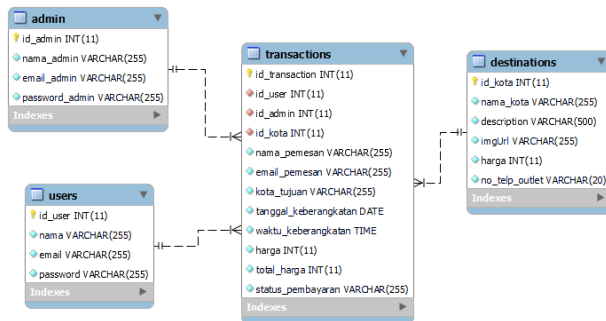
Gambar 8. Activity Diagram Customer Konfirmasi Pemesanan & Pembayaran

Diagram aktivitas konfirmasi pemesanan dan pembayaran (Gambar 8) menggambarkan alur proses yang terintegrasi antara pengguna dan admin. Pengguna melakukan konfirmasi melalui platform WhatsApp, sementara admin melakukan verifikasi terhadap data pemesanan dan pembayaran. Setelah

proses validasi dinyatakan valid, sistem secara otomatis menghasilkan *e-ticket* dan memperbarui status pembayaran. Output akhir dari proses ini adalah pengiriman invoice dan *e-ticket* kepada pengguna sebagai bentuk konfirmasi transaksi yang telah diselesaikan.

C. Entity Relationship Diagram

Analisis sistem menggunakan model ERD untuk mengilustrasikan hubungan antara data dalam database dengan memulai dari item data fundamental dan terus berlanjut [15].



Gambar 9. Entity Relationship Diagram

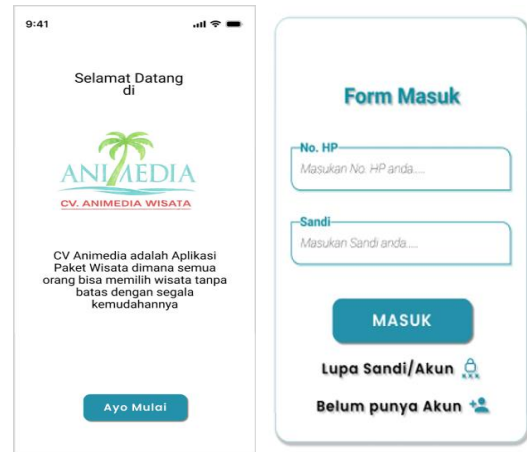
D. Implementasi Aplikasi

Pada tahap ini, aplikasi diimplementasikan sesuai dengan rancangan UML yang telah dibuat berdasarkan kebutuhan pengguna. Berikut merupakan hasil aplikasi yang berhasil dikembangkan:

1) Tampilan Halaman Antar Muka Pengguna

Tampilan awal aplikasi (*splash screen*) menampilkan identitas perusahaan *CV Animedia Wisata* beserta deskripsi singkat mengenai layanan yang ditawarkan. Melalui layar ini, pengguna diperkenalkan bahwa aplikasi menyediakan berbagai paket wisata yang dapat dipilih dengan mudah sesuai kebutuhan. Terdapat pula tombol “Ayo Mulai” yang berfungsi sebagai pintu masuk menuju halaman berikutnya. Setelah itu, pengguna diarahkan ke halaman *Form Masuk* yang berfungsi sebagai autentikasi awal sebelum mengakses fitur utama aplikasi. Pada halaman ini, pengguna diminta memasukkan nomor handphone dan kata sandi. Tersedia juga opsi tambahan berupa tautan “Lupa Sandi/Akun” untuk membantu jika pengguna mengalami kendala login, serta pilihan “Belum punya Akun” yang mengarahkan pengguna ke proses pendaftaran akun baru. Tombol “Masuk” menjadi elemen utama untuk melanjutkan ke dalam sistem setelah data *login* diisi dengan benar.

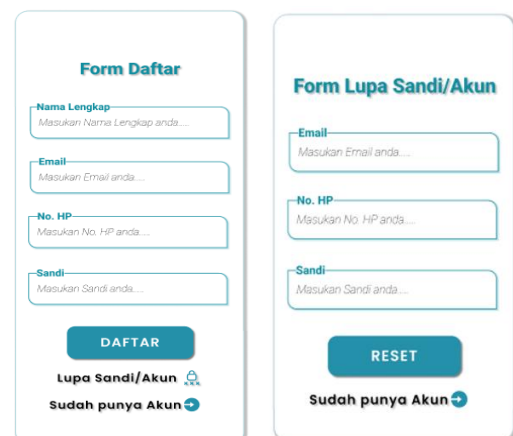
Halaman *login* berfungsi untuk mengizinkan pengguna memasukkan *username* dan *password*. Apabila pengguna belum memiliki akun, maka dapat melakukan pendaftaran terlebih dahulu melalui menu registrasi.



Gambar 10. Tampilan halaman Splash dan Login

Halaman *Form* Daftar dirancang untuk memfasilitasi pengguna baru dalam membuat akun. Pada bagian ini, pengguna perlu mengisi data berupa nama lengkap, alamat email, nomor handphone, serta kata sandi. Setelah seluruh kolom terisi, tombol “Daftar” digunakan untuk menyelesaikan proses *registrasi*. Selain itu, tersedia tautan “Lupa Sandi/Akun” bagi pengguna yang mengalami kendala *login*, serta opsi “Sudah punya Akun” yang mengarahkan pengguna kembali ke halaman masuk.

Sementara itu, halaman *Form* Lupa Sandi/Akun berfungsi membantu pengguna yang kehilangan akses ke akunnya. Untuk melakukan pemulihan, pengguna harus mengisi email, nomor *handphone*, serta kata sandi baru pada kolom yang tersedia. Tombol “Reset” digunakan untuk memperbarui data dan memulihkan akses akun. Sama seperti halaman daftar, terdapat juga tautan “Sudah punya Akun” agar pengguna dapat kembali ke halaman *login* dengan cepat. Tampilan halaman Daftar dan lupa sandi dapat dilihat pada Gambar 11 berikut.

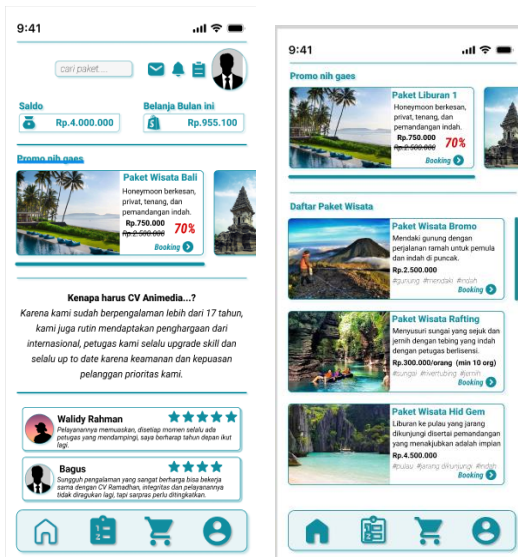


Gambar 11. Tampilan halaman daftar dan lupa sandi

2) Tampilan Halaman Daftar Paket Wisata

Halaman daftar paket wisata di mana pengguna dapat langsung menjelajahi berbagai fitur yang tersedia. Pada bagian ini ditampilkan menu utama seperti pilihan paket wisata, promo terbaru, informasi destinasi, hingga menu profil pengguna. Desain antarmuka dibuat sederhana dengan ikon dan teks yang mudah dipahami, sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan navigasi.

Selain itu, halaman utama juga menyajikan informasi ringkas mengenai paket wisata unggulan serta penawaran spesial yang dirancang untuk menarik minat pengguna. Dengan tata letak yang terstruktur, pengguna dapat menggunakan aplikasi secara lebih nyaman dan efisien. Tampilan halaman utama dapat dilihat pada Gambar 12 berikut.



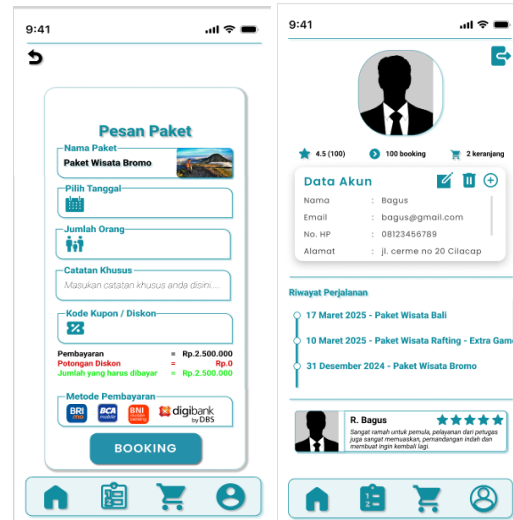
Gambar 12. Tampilan halaman Daftar Paket Wisata

Halaman daftar paket wisata menampilkan berbagai pilihan perjalanan mulai dari promo khusus dengan potongan harga hingga paket reguler yang dilengkapi gambar destinasi, nama paket, deskripsi singkat, harga, dan tombol *Booking* sehingga memudahkan pengguna dalam memilih destinasi sesuai minat dan kebutuhan.

Halaman pemesanan adalah fitur yang digunakan pengguna untuk memilih paket wisata, mengatur tanggal keberangkatan, jumlah peserta, catatan khusus, kode kupon atau diskon, melihat rincian biaya, memilih metode pembayaran, dan mengonfirmasi pesanan melalui tombol *Booking*.

Halaman pesan paket menampilkan pengguna dapat dengan mudah melakukan pemesanan paket wisata, yang menyediakan berbagai opsi yang dapat disesuaikan. Di bagian Pesan Paket, pengguna memilih paket wisata yang diinginkan, seperti Paket Wisata Bromo, kemudian memilih tanggal perjalanan, jumlah peserta, serta menambahkan catatan khusus yang berkaitan

dengan perjalanan tersebut. Selain itu, terdapat kolom untuk memasukkan kode kupon atau diskon guna mendapatkan potongan harga. Biaya yang harus dibayar untuk paket tersebut adalah Rp 2.500.000, dengan berbagai metode pembayaran yang bisa dipilih, seperti kartu kredit, transfer bank, atau dompet digital. Setelah semua informasi terisi, pengguna dapat melanjutkan pemesanan dengan menekan tombol *Booking* yang tersedia



Gambar 13. Tampilan Pesan paket dan data akun

Aplikasi ini juga menampilkan Data Akun pengguna, yang mencakup informasi pribadi seperti nama, email, nomor telepon, dan alamat. Di samping itu, terdapat bagian riwayat perjalanan yang menampilkan perjalanan sebelumnya, termasuk Paket Wisata Bali pada 17 Maret 2025 serta Paket Wisata Rafting pada 12 April 2025. Selain itu, informasi mengenai rating dan ulasan pengguna turut ditampilkan, yang mencerminkan kepuasan serta pengalaman pengguna terhadap layanan yang diterima. Akun ini menunjukkan bahwa pengguna telah melakukan 100 pemesanan dan mengikuti berbagai jenis wisata.

3) Evaluasi Sistem menggunakan *System Usability Scale (SUS)*

Pengujian *System Usability Scale (SUS)* pada penelitian "*Perancangan Sistem Informasi untuk Meningkatkan Pemasaran Paket Wisata CV Animedia Tour Berbasis Mobile*" melibatkan 10 responden yang terdiri dari 1 owner CV Animedia, 3 pengurus operasional, 4 masyarakat pengguna *smartphone*, dan 2 mahasiswa, yang masing-masing dipilih untuk merepresentasikan sudut pandang pengambil keputusan bisnis, pengguna internal, pengguna umum, serta generasi *digital native*. Jumlah responden ini dianggap memadai karena sesuai dengan rekomendasi [16] yang menyatakan bahwa lima hingga sepuluh pengguna sudah mampu mengidentifikasi lebih dari 80% masalah

kegunaan pada tahap awal pengujian sistem, namun demikian penggunaan jumlah sampel terbatas ini memiliki keterbatasan, yaitu belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh segmen calon pengguna potensial, serta adanya kemungkinan bias penilaian dari responden internal perusahaan, sehingga hasil SUS dalam penelitian ini lebih tepat dikategorikan sebagai evaluasi awal (*pilot usability test*) yang dapat dijadikan dasar untuk pengembangan dan pengujian lanjutan.

Pada pengujian penelitian ini menggunakan metode *System Usability Scale* (SUS), pengujian dilakukan kepada 10 responden yang terdiri dari sepuluh orang [11]. Hasil skor yang diperoleh dari responden pada pengujian website menggunakan *System Usability Scale* (SUS) dapat dilihat pada gambar berikut

Tabel 1. Perhitungan *System Usability Scale* (SUS)

N o	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Jml Skor	Nilai SUS
1	4	2	4	2	3	2	4	2	4	2	28	70
2	3	2	3	2	4	2	4	3	4	2	29	72,5
3	4	3	4	2	4	2	4	3	4	2	31	77,5
4	4	2	4	2	3	2	4	2	4	1	28	70
5	4	3	3	2	3	2	4	3	4	2	30	72,5
Total =											146	
Rata-rata =												72,5

Perhitungan Rata-Rata SUS:

$$\bar{x} = \frac{\sum x = \text{Jumlah skor SUS}}{n = \text{Jumlah responden}}$$

$$\bar{x} = \frac{70+72,5+77,5+70+72,5}{n=5}$$

$$\bar{x} = \frac{362,5}{5}$$

$$\bar{x} = 72,5$$

Dari hasil pengujian menggunakan SUS, diperoleh skor rata-rata sebesar 72,5. Berdasarkan interpretasi standar SUS, skor ini termasuk dalam kategori "Good" (Baik) dan menunjukkan bahwa sistem informasi yang dirancang diterima dengan baik oleh pengguna serta memiliki tingkat kegunaan yang cukup tinggi.

IV. KESIMPULAN

Pengembangan sistem informasi berbasis *mobile* untuk CV Animedia Tour dapat membantu meningkatkan pemasaran paket wisata secara signifikan. Sistem ini dirancang untuk mengatasi masalah terbatasnya jangkauan promosi dan penggunaan metode reservasi manual yang selama ini menjadi kendala. Dengan memanfaatkan teknologi *mobile*, aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk

mengakses informasi secara langsung, melakukan pemesanan paket wisata, serta mendapatkan pembaruan tentang penawaran menarik dan destinasi populer.

Metode pengembangan sistem yang diterapkan adalah prototipe, dengan proses pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil evaluasi menggunakan *System Usability Scale* (SUS) menunjukkan bahwa aplikasi ini diterima dengan baik oleh pengguna, dengan skor rata-rata sebesar 72,5, yang masuk dalam kategori "baik." Ini menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki tingkat kegunaan yang tinggi dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggunanya. Desain antarmuka yang sederhana serta fitur-fitur yang mudah diakses mempermudah pengguna dalam melakukan pemesanan.

Secara keseluruhan, penerapan sistem informasi berbasis *mobile* pada CV Animedia Tour tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Sebagai saran, perusahaan sebaiknya terus mengembangkan dan memperbarui aplikasi ini agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan masukan dari pengguna, untuk memastikan sistem tetap efektif dan relevan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi praktis bagi implementasi digitalisasi pada skala usaha pariwisata lokal, tetapi juga menawarkan kerangka evaluasi berbasis *usability* yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian dan pengembangan sistem serupa di masa mendatang.

REFERENSI

- [1] L. A. Selo and S. Nadjamuddin, "Aplikasi Pencarian Objek Wisata Bandung Raya Berbasis Mobile (Study Kasus : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Sumedang Dan Kota Cimahi)," *J. Informatics*, vol. VII, no. 1, pp. 30–43, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.iwu.ac.id/index.php/Informatics/article/view/59/46>
- [2] A. Sawiyya Putra, M. Luthfi Hamzah, and P. Studi Sistem Informasi, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Ticketing Pada Cv. Meraki Tour and Travel Berbasis Android," *JOISIE J. Inf. Syst. Informatics Eng.*, vol. 7, no. 2, pp. 349–357, 2023.
- [3] H. Wibowo, K. Artaye, S. Arfida, and C. S. Al'thasya, "Pemanfaatan Smartphone Pada E-Reservasi Paket Tour Wisata Travel Indonesia," *J. JUPITER*, vol. 14, no. 2, pp. 609–618, 2022.
- [4] A. Aziz, N. H. Safaat, and M. Affandes, "Rancang Bangun Aplikasi Layanan Pemesanan Tiket pada Objek Wisata Agro Nadiin Berbasis Android," *JUKI J. Komput. dan Inform.*, vol. 4, no. 2, pp. 107–120, 2022, [Online]. Available: <https://ioinformatic.org/index.php/JUKI/article/view/124>
- [5] Mochlisin Fatkur Rohman; Gunawan; Ugik Romadi, "Pengaruh Integrasi Media Komunikasi Terhadap Pengetahuan Pengunjung Wisata Edukasi Pertanian Kabupaten Tulungagung," *J. Penyul.*, vol. 18, no. 01, pp. 36–48, 2021, doi: 10.25015/18202235890.
- [6] A. K. Rianingtyas and K. K. Wardani, "Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel," *J. Sains dan Seni ITS*, vol. 7, no. 2, 2019, doi: 10.12962/j23373520.v7i2.36874.
- [7] R. D. Lestari and E. Y. Astuti, "Pengembangan Video Animasi Berbahasa Jawa Sebagai Media Pendidikan Unggah-Ungguh

- untuk Balita,” *J. Obs. J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 7, no. 3, pp. 2759–2768, 2023, doi: 10.31004/obsesi.v7i3.4329.
- [8] Disnu Panggabean, S. SI, Y. D. Br Purba, and I. Gultom, “Aplikasi Pemesanan Perjalanan Paket Wisata Religi Pada PT. Vakansi Mandala Nusantara Berbasis Android,” *J. Komput. Teknol. Inf. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 293–304, 2023, doi: 10.62712/juktisi.v2i1.77.
- [9] D. Novianti, “Redesign User Interface Website Universitas Bina Sarana Informatika Menggunakan Metode Design Thinking Dan System Usability Scale (Sus),” *J. Inform. dan Tek. Elektro Terap.*, vol. 12, no. 3, 2024, doi: 10.23960/jitet.v12i3.4300.
- [10] R. A. Setiawan and R. Suryani, “Pengujian Usability pada Website Rumah Sakit Wilayah Kabupaten Banyumas berdasarkan Stover Model,” *J. Ilmu Komput. dan Teknol.*, vol. 4, no. 1, pp. 27–31, 2023, doi: 10.35960/ikomti.v4i1.1245.
- [11] V. Alfilaeni, D. Krisbiantoro, and G. Setyaningsih, “Evaluasi Usability Aplikasi Tiket.com Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS),” *CSRID (Computer Sci. Res. Its Dev. Journal)*, vol. 16, no. 3, pp. 27–39, 2024, doi: 10.22303/csrid.16.3.2024.27-39.
- [12] A. Putri and T. Larasati, A, “Usability Analysis of Online Travel Agent Applications Using System Usability Scale and Electroencephalography,” *J. Appl. Informatics Comput.*, vol. 9, no. 4, 2025.
- [13] R. P. Panjaitan and Hanna Dewi Marina Hutabarat, “Prediksi Nilai Tukar Petani di Provinsi Sumatera Utara Menggunakan Metode Fuzzy Time Series Lee,” *J. Ilmu Komput. dan Teknol.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–9, 2025, doi: 10.35960/ikomti.v6i1.1656.
- [14] W. Widyatmoko and N. Pamungkas, “Pemodelan Unified Modeling Language pada Sistem Aplikasi Pariwisata (SiAP),” *J. Bumigora Inf. Technol.*, vol. 4, no. 1, pp. 73–84, 2022, doi: 10.30812/bite.v4i1.1871.
- [15] Y. Zulyanto and A. Saepudin, “Sistem Pemesanan Tiket Online Berbasis Android Menggunakan Metode Waterfall Pada PT. Kerinci Wisata Ekspres,” *Simpatik J. Sist. Inf. dan Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 63–70, 2024, doi: 10.31294/simpatik.v4i1.3203.
- [16] Jakob Nielsen, “Why You Only Need to Test with 5 Users,” *Nielsen Norman Group*, 2000. <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>