

# Pembuatan *Website* Kampung Ikan Hias Kadisoro Menuju Desa Agroeduwisata

**Suswanta<sup>1</sup>, Resky Eka Rachmandani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Isipol, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

<sup>2</sup>Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Kampus Terpadu UMY JL. Brawijaya, Kasihan, Bantul Yogyakarta 55183 +62 274 387656

Email: [suswanta@umy.ac.id](mailto:suswanta@umy.ac.id)

DOI: 10.18196/ppm.33.333

## Abstrak

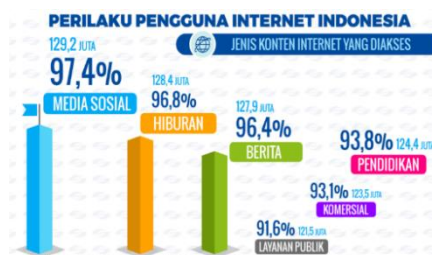
*Kadisoro adalah sebuah dusun di Kalurahan Gilangharjo, Kapanewon Pandak, Kabupaten Bantul yang memiliki potensi budi daya ikan hias. Prestasi dalam lomba atau festival ikan hias juga sudah banyak diraih, baik dalam skala lokal, regional, maupun nasional. Meski demikian, pengelolaan potensi tersebut belum optimal. Kondisi ini terlihat dari beberapa hal. Pertama, prestasi yang diraih masih mengalami pasang surut, dalam arti naik turun atau belum stabil. Kedua, potensi tersebut belum memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, dalam arti belum menciptakan peluang kerja yang luas bagi masyarakat. Ketiga, pengetahuan dan keterampilan kelompok budi daya ikan hias masih terbatas. Berdasarkan analisis hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa berbagai permasalahan tersebut muncul karena Dusun Kadisoro belum memiliki website yang mendeskripsikan segenap potensinya. Berkaitan dengan itu, program pembuatan website Kadisoro sebagai kampung ikan hias menjadi penting dan relevan. Ada beberapa manfaat jika Kadisoro memiliki website, yaitu pertama, pemuda Kadisoro mendapat saluran positif mengingat beberapa pemuda Kadisoro adalah lulusan program studi komputer dan desain grafis yang dapat dilatih menjadi pengelola website. Kedua, program-program inovasi dan prestasi lomba/festival ikan hias dapat diinformasikan secara luas sehingga akan banyak pengunjung yang datang ke Kadisoro. Peningkatan jumlah pengunjung berdampak pada peningkatan prestasi dan penciptaan lapangan kerja, seperti parkir, penjualan makanan, minuman, dan cenderamata. Ketiga, peluang kerja sama dengan berbagai stakeholders dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok budi daya ikan hias semakin terbuka.*

**Kata Kunci:** Kadisoro, Website, Ikan Hias.

## Pendahuluan

Dalam perkembangan teknologi internet, pemanfaatan teknologi saat ini merupakan sesuatu hal yang tidak bisa dihindari karena kebutuhan informasi yang sangat cepat dan tepat menjadi suatu kebutuhan utama dimsegala aspek. Aktivitas pelaksanaan *e-government* secara spesifik dimuat dengan anggapan bahwa argumen pengguna *e-service* disajikan oleh instansi daerah dalam memenuhi kesamaannya (Yunita, 2018). Hal ini didukung oleh kesadaran meningkatnya pertumbuhan teknologi yang semakin maju sehingga mendorong penggunaannya untuk mengeksplorasi berbagai macam informasi atau menciptakannya sendiri. Dengan demikian, pengguna bisa melangkah maju merancang sebuah keinginannya dan mencapai keinginannya dengan menggunakan internet dalam berbagai sektor karena internet adalah suatu media yang sangat cepat dalam menyampaikan suatu informasi (Maita, Marni, Suryani, & Agustin, 2018). Saat ini pertumbuhan dan peningkatan perekonomian masyarakat tidak harus menggunakan sistem konvensional, seperti berdagang dan menampilkan produk layanan oleh kelompok pengusaha sektor wisata. Saat ini, ada sebuah sistem aplikasi yang menopangnya untuk memberikan kemudahan bagi pelanggannya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah melahirkan *website* sebagai media untuk menginformasikan kepada setiap orang melalui internet (Widiartha & Muliantara, 2017). Saat ini pengusaha wisata di lingkungan desa mendominasi penggunaan sosial media yang diyakini mampu memberikan dampak pengunjung yang tinggi.

Selanjutnya, objek wisata dilengkapi dengan penggunaan sistem *website* untuk memberikan informasi secara lengkap oleh penyedia layanan wisata. Pada dasarnya, web merupakan totalitas halaman- halaman situs yang ada dalam suatu domain yang mempunyai sistem data (Kuryanti & Indriani, 2018). *Website* ini akan berdampak sangat baik mengingat keadaan seperti ini memberikan kontribusi yang tinggi untuk pelaku pengusaha wisata. Pola perilaku pengguna internet di Indonesia secara langsung melihat jenis konten internet yang di akses, seperti media sosial, hiburan, berita, layanan publik, komersial dan pendidikan. Akan tetapi jika dilihat secara umum, penopang perilaku pengguna TIK seperti internet adalah media sosial. Layanan publik yang semestinya berada di tengah-tengah perilaku pengguna tidak semestinya menjadi ujung akhir dalam penggunaan akses internet. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) merangkum data dengan teliti mengenai pola perilaku penggunaan internet di Indonesia berdasarkan jenis konten yang di akses.



Figur 1. Presentase pengguna Internet Berdasarkan Konten Tahun 2016

Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id), (2016)

Media sosial menduduki posisi 97,4% dengan 129,2 juta pengguna. Posisi teratas ini merupakan kenyataan atau fakta bahwa pengguna internet di Indonesia menjadi yang tertinggi dalam aspek kebutuhan pribadi mengingat isi atau konten media sosial bisa saja mewakili konten hiburan, berita, pendidikan, komersial, dan layanan publik. Konten hiburan sebesar 96,8% dengan 128,4 juta pengguna. Konten akses berita berada di 96,4% dengan 127,9 juta pengguna. Konten Pendidikan sebesar 93,8% dengan 124,4 juta pengguna. Konten komersial di akses oleh pengguna di Indonesia sebesar di 93,1% dengan total pengguna 123,5 juta. Diposisi terakhir, jenis konten yang di akses adalah layanan public yang menduduki posisi terendah, yaitu 91,6% dengan 121 juta pengguna. Dengan fakta penggunaan internet yang semakin pesat, pemerintah dan pihak penyedia internet tetap melihat tingkat penggunaan internet ini sebagai kebutuhan dalam konteks sosial dan budaya. Data yang dikumpulkan berdasarkan kegiatan penelitian memang belum memberikan dampak yang lebih baik. Berdasarkan penggunaan internet yang ada di Indonesia, secara keseluruhan internet digunakan untuk melakukan aktivitas dominan, seperti *update* terkini di media sosial. Ada juga yang menggunakan internet sesuai kebutuhan. Namun, perkembangan teknologi terkadang tidak diiringi dengan kesadaran pengelola *spot* wisata untuk mengoptimalkan pemanfaatannya (Puad, 2017). Oleh karena itu, perlu adanya perencanaan untuk menopang dan mendukung keberlangsungan pariwisata yang sedang di galakkan oleh pengembang setempat melalui sistem *website*. Perancangan sistem *website* mungkin memiliki perbedaan dari satu negara ke negara lain. Rencana pengembangannya pun memiliki aturan. Sistem *non-statutory plan* merupakan strategi pengembangan kebijakan dan program yang dapat dimuat dalam dokumen dan situs resmi perancangannya. (Hamzah, Adnan, Daud, Alias, & Dali, 2015). Pengembangan desa wisata membutuhkan kerja sama masyarakat lokal dalam kegiatan tahap pengembangannya, mulai dari

tahap perencanaan, implementasi, dan pengawasan (Umira Dewi, Fandeli, & Baiquni, 2013). Membangun suatu web ialah dasar ataupun fondasi untuk mengatasi persaingan bisnis yang secara tidak langsung menuntut pelakon bisnis wajib menjajaki tren pertumbuhan masa kini (Cipta Nugraha, 2020). Web bisa berguna untuk membagikan dan mengekspresikan diri terkait dengan keahlian yang dipunyai seorang. Banyak orang yang sudah memetik kegunaan web untuk berbisnis dan mencari keuntungan materiil (Slamet Riyanto & Kurniawati, 2018).

Kadisoro adalah sebuah dusun di Kalurahan Gilangharjo, Kapanewon Pandak, Kabupaten Bantul yang memiliki potensi budi daya ikan hias yang sebelumnya hanya menggunakan sistem promosi melalui media sosial yang kurang begitu lengkap untuk dibaca saat mencari informasi yang akurat. Untuk itu, melalui sebuah organisasi dewikaji (Desa Wisata Kadisoro Nyawiji Dadi Siji) dengan Program Hibah Bantuan Desa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melakukan kolaborasi pembuatan *website* desa wisata berbasis ikan hias hingga menuju desa argoeduwisata yang berbasis *digital promotion*. *Website* yang dirancang dan dibangun secara bersama oleh tim seharusnya memberikan dampak yang signifikan terhadap kelangsungan pertumbuhan bisnis eduwisata. *Website* juga dapat memberi manfaat untuk mengekspresikan diri dan kemampuan yang dimiliki seseorang. Banyak orang yang dapat memetik manfaat *website* untuk berbisnis dan mencari keuntungan materiil melalui media *website* (Slamet Riyanto & Kurniawati, 2018). Sebagai bentuk pengabdian masyarakat oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap pelaku kegiatan penunjang potensi produk desa, dibentuk suatu rencana besar yang berjangka panjang sebagai dasar atau fondasi keberlangsungan promosi desa wisata berbasis ikan hias dan argoeduwisata.

## Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan metode *in action* dengan studi pustaka, observasi, dan wawancara. Wawancara tersebut dilakukan dengan salah satu koordinator pelaksanaan pengembangan desa agroeduwisata, Muhammad Gema Ramadhan, dan beberapa tim pengembang pelaksanaan dan developer *website*. Hal ini dilakukan secara bersamaan dengan pendekatan kelompok yang berfungsi untuk melaksanakan pendampingan pembuatan *website* pada Pokdarwis atau tim dan pendampingan pengembangan *website* desa wisata di tahap awal. Selanjutnya, pendalamannya dilakukan dengan pendekatan individual (Hairunisya, Subiyantoro, & Kartadie, 2019). Proses yang dilakukan dengan menggunakan metode *waterfall*. Ilustrasi metode ini secara visual memunculkan aktivitas pengembangan dan perancangan *website* dari tahap awal hingga tahap akhir secara runtut (Hidayah & Warjiyono, 2015).



Figur 2. Alur Pelaksanaan Pembuatan Website Desa Argo Edu-Wisata dewikajii.com

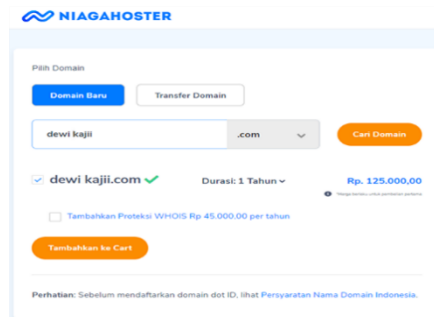
Sumber: Diolah Peneliti, 2020 (Times New Roman 12 pt, justify, satu spasi)

## Hasil dan Pembahasan

Dalam proses pembuatan *website*, dibutuhkan beberapa tahap pelaksanaan yang dilakukan atas dasar kondisi lapangan.

### a. Perancangan

Kegiatan rancang bangun dilaksanakan dalam waktu dua bulan. Pelaksanaan ini difokuskan untuk *step by step developing website* sesuai dengan keinginan yang di tentukan oleh kelompok. Kegiatan ini dilakukan secara kolaborasi oleh UMY dan anggota Dewikajii Desa Wisata Kadisoro. Pembentukan yang dilakukan pada saat pertama adalah *ground breaking website*, yaitu melakukan proses penentuan domain dan pemilihan *hosting*. Penentuan *hosting* secara bersama dilakukan hingga menemukan domain utama, yaitu *dewikajii.com*, yang artinya ‘Desa Wisata Kadisoro Nyawiji Dadi Siji’. Pemilihan domain itu sendiri memiliki arti dan makna agar semua yang berada di lingkungan Kadisoro dapat ter-*cover* potensinya dan produk usahanya dapat berkembang di daerah tersebut. Untuk memulai pembuatan *website* tersebut, diawali dengan melakukan *check* domain yang telah ditentukan pada platform *hosting* *niagahoster.com*



Figur 3. Availability Domain Check

Sumber: developer web via *niagahoster.com* (2020)

### Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan sektor fungsional dapat dikategorikan berupa kebutuhan yang dilakukan pada *website* tersebut. Umumnya, setelah perancangan selesai, terdapat beberapa orang yang saling berkomunikasi di dalam sistem tersebut, yaitu *user* pengunjung dan *user* pengguna (admin). Keduanya memiliki urgensi dan hak akses, di antaranya:

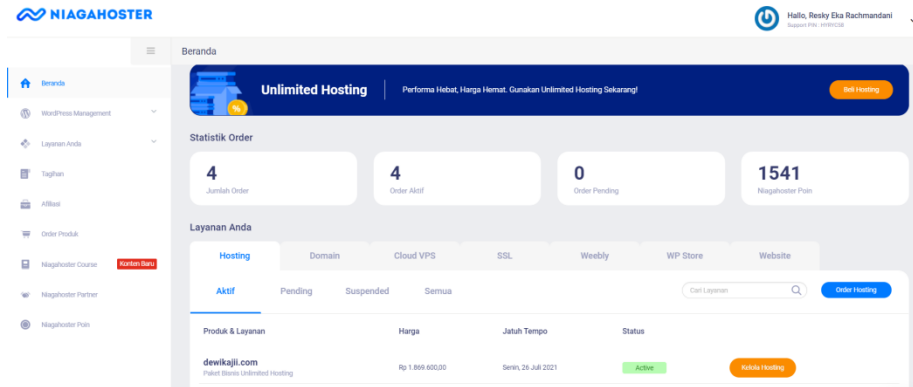
1. *Website* wajib memiliki *access right* agar tidak diakses oleh orang sembarangan dengan melakukan proses *login* ke administrator *website*.
2. *Website* wajib memberikan seluruh informasi yang ada sesuai dengan kebutuhan pengunjung *website* *dewikajii.com* yang memuat tentang informasi wisata desa, galeri, akomodasi, berita, *event*, testimoni, buku tamu, dan ruang *suggestion*
3. Di dalam *website* terdapat beberapa opsi untuk mengostumisasi manajemen data, yaitu mengolah data informasi desa, mengelola data info galeri, mengelola berita dan *event*, serta mengostumisasi penampilan *website*

### Kebutuhan Non Fungsional

Kebutuhan pada bidang nonfungsional merupakan aplikasi penunjang yang secara tidak langsung terlibat praktis dalam proses berjalannya *website*. Namun, ada beberapa hal yang diutamakan dalam penggunaan admin *dewikajii.com*, yakni metode PHP Yii 2.0 *framework*, web browser, web server di topang dengan 1 unit komputer pc portable (laptop) yang terkoneksi internet.

### b. Developing website dan sistem pendukungnya

Pada bagian ini, *website* dirancang sedemikian rupa pada *user interfacenya*. Komponen tersebut berisi opsi kostumisasi tampilan pada *website* agar menarik untuk dilihat, dibaca, dan dipahami. Pelaksanaan *developing* dimulai dengan pengaktifasian pada *hosting* yang digunakan melalui [niagahoster.co.id](http://niagahoster.co.id)

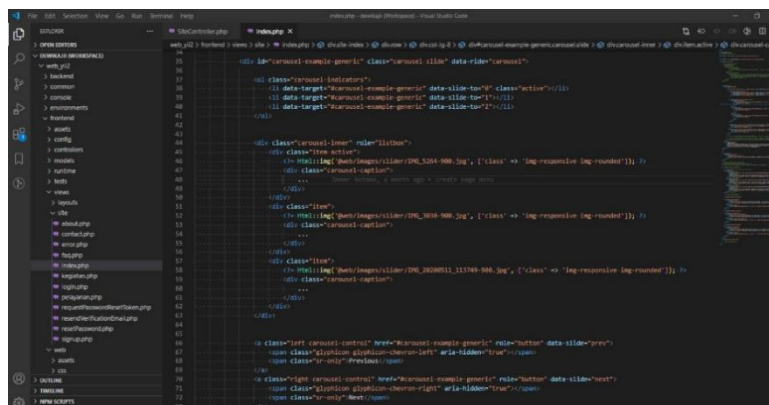


Figur 4. Aktivasi domain melalui [niagahoster.co.id](http://niagahoster.co.id)

Sumber: developer web via [niagahoster](http://niagahoster) (2019)

Sebelum developer dan administrator melakukan aktivasi, terdapat beberapa step yang dilakukan sebelum *website* aktif dan bisa diakses oleh banyak penggunanya. Harus dilakukan transaksi untuk penggunaan *hosting* tipe bisnis secara berlangganan selama satu tahun dengan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp1.133.241,00 dan domain web [dewikajii.com](http://dewikajii.com) sebesar Rp100.000,00. Alasan pemilihan [niagahoster.co.id](http://niagahoster.co.id) adalah bahwa *platform* web tersebut ramah pengguna dan memiliki banyak fitur-fitur pendukung. Salah satu dari fitur keunggulan tersebut adalah Security Socket Layer (SSL).

Kostumisasi pada tampilan *website* menggunakan metode PHP Yii2 Framework yang merupakan kerangka kerja pemrograman web secara umum. Hal itu dapat digunakan untuk mengembangkan semua jenis aplikasi web yang menggunakan PHP. Karena arsitektur berbasis komponen dan dukungan caching yang canggih, Yii sangat cocok untuk mengembangkan aplikasi skala besar, seperti portal, forum, sistem manajemen konten (CMS), proyek *e-commerce*, layanan web REST, dan sebagainya.



Figur 5. Coding Process Website Argo Edu-Wisata [dewikajii.com](http://dewikajii.com)

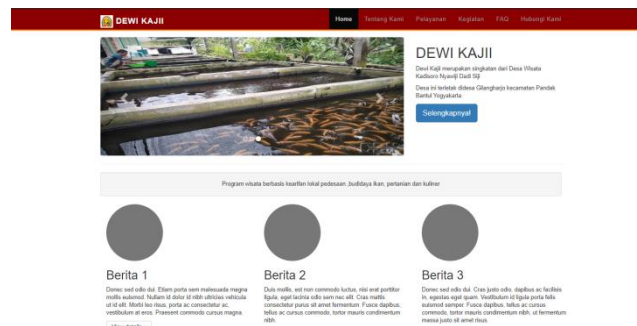
Sumber: Visualstudio via developer web [dewikajii.com](http://dewikajii.com) (2020)

Proses yang dilakukan untuk mengolah dan menampilkan hasil yang baik tentu memakan waktu yang tidak sedikit. Bahkan, ada beberapa kendala, seperti *signal down*, bisa

menjadi hambatan dalam proses *developing* web. Namun, beberapa yang aktivitas *developing website* bisa dikombinasikan dengan kegiatan bermedia sosial sebagai sarana pendukung promosi Desa Wisata Kadisoro.

### c. Implementasi website

Seperti pada layanan *website*, implementasi *website* dewikajii.com dilakukan dengan cara menampilkan secara kontinuitas dari sebuah pengelolaan berbasis kelompok. Ada beberapa personalia yang ditugaskan untuk ikut serta dalam pelaksanaan *developing website* sebelumnya. Pokdarwis yang dikerahkan untuk mengelola *website* ini diyakini mampu memberikan kontribusi yang lebih. Dengan begitu, hasil maksimal yang akan dimuat dapat dinikmati oleh seluruh penggunanya, termasuk calon wisatawan dan pembeli ikan hias sebagai *trademark* utama di Desa Kadisoro.



Figur 7. Laman web dewikajii.com

Sumber: Developer via chrome access (2020)

*Website* tersebut saat ini dalam tahap *finishing* mengisi beberapa konten yang menjadi nilai jual yang baik bagi Desa Wisata Kadisoro. Beberapa tim media yang dibentuk dipekerjakan sebagai *content creator* media *website* untuk memberikan sumbangsih besar terhadap kemajuan *website*. Ada beberapa yang harus dimaksimalkan oleh Pokdarwis pengelola *website* Desa Wisata Kadisoro, yaitu melatih karang taruna desa agar memberikan kontribusi dalam menulis media. Secara berangsur-angsur kepuasan pengunjung yang akan melakukan *vacation* ke Desa Wisata Kadisoro dapat dipermudah dengan hanya melihat informasi yang ada pada Web dewikajii.com

### Simpulan

Pembangunan *website* dewikajii.com memberikan dampak positif dan respons yang sangat baik untuk kebutuhan desa karena sangat *proper* untuk memberikan sajian informasi yang cepat diakses, baik berita maupun kegiatan terkini yang ada di desa. Desa Kadisoro memiliki, sumber daya manusia yang mendukung, yakni para pemuda yang mendapat saluran positif mengingat beberapa pemuda Kadisoro adalah lulusan program studi komputer dan desain grafis yang dapat dilatih untuk menjadi pengelola *website*. Selain itu, *website* yang dibangun diharapkan dapat memberi dampak dan dukungan yang baik terhadap potensi ikan hias. *Website* ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjungnya melalui program-program inovasi dan prestasi yang diraih dalam festival ikan hias yang diinformasikan secara luas sehingga hal tersebut akan mendatangkan banyak pengunjung ke Kadisoro. *Website* dewikajii.com yang dikembangkan tersebut nantinya bisa mejadi *display* utama atau beranda informasi pengelolaan sehingga peluang kerja sama dengan berbagai *stakeholders* untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok budi daya ikan hias semakin terbuka. *Website* sangat mendukung proses tumbuh kembangnya suatu desa yang sedang merintis ke arah



argoeduwisata. Secara keseluruhan, *website* memberikan dampak positif bagi pengguna dan pembacanya sehingga dapat meminimalkan kebutuhan promosi desa wisata berbasis ikan hias menuju desa argoeduwisata.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberi izin dan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat berjalan secara lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada segenap mitra yang telah mendukung berjalannya kegiatan ini, yaitu masyarakat Desa Kadisoro dan pemerintah Desa Kadisoro

### Daftar Pustaka

- Cipta Nugraha, P. G. S. (2020). Sebuah Review Perancangan Website Sebagai Media Pemasaran Dan Penjualan Industry XYZ Florist. *Jurnal Ilmiah Vastuwidya*, 2(1), 65–71. <https://doi.org/10.47532/jiv.v2i1.76>
- Hairunisya, N., Subiyantoro, H., & Kartadie, R. (2019). PKM Pendampingan Sadar Wisata dan Pengembangan Website Desa. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 91. <https://doi.org/10.31100/matappa.v2i2.442>
- Hamzah, H., Adnan, Y. M., Daud, M. N., Alias, A., & Dali, M. M. (2015). A Smart City Assessment Framework. *Jurnal Teknologi*, 1, 1–5.
- Hidayah, A., & Warjiyono. (2015). Pembangunan Website Desa Kalisoka Guna Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Kabupaten Tegal. *Jurnal Evolusi*, 3(2), 10.
- Kuryanti, S. J., & Indriani, N. (2018). Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata. *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika*, 2(2), 37–46. Retrieved from <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/sinkron/article/download/116/64/>
- Maita, I., Marni, Suryani, D., & Agustin, W. (2018). Analisis Perbandingan Website e-commerce. *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Komunikasi Dan Industri (SNTIKI-10)*, (11), 165–170.
- Puad, L. (2017). Pemanfaatan Google Maps API Dalam Pemetaan Desa Wisata Di Indonesia Berbasis Website. *Jurnal Akademika*, 60–63. Retrieved from <http://ojs.stmiknh.ac.id/index.php/akademika/article/view/244>
- Slamet Riyanto, & Kurniawati, I. D. (2018). Rancang Bangun Website Desa Kresek-Madiun Untuk Media Informasi Potensi Wisata Alam Dan Kulinier. *JUSIKOM PRIMA (Jurnal Sistem Informasi Ilmu Komputer Prima)*, 26(2), 4549–4556.
- Umira Dewi, M. H., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139. <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Widiartha, I. M., & Muliantara, A. (2017). *Pelatihan Pembuatan Website Desa Sebagai Pusat Informasi*. 16(September), 316–325.
- Yunita, N. P. (2018). *Kondisi Terkini Perkembangan e-Government di Indonesia : Praktik Pemerintah dan Persepsi Publik*. 1–87. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/12677>