

Corporate Identity Lembayung Sari Homestay Sebagai Upaya Meningkatkan Visibilitas dan Citra Perusahaan Berbasis Website

I Gusti Ngurah Bintang Prayoga Candel^{1a)}, Ni Luh Ratniasih^{2b)}, I Ketut Widhi Adnyana^{3c)}

¹⁾Sistem Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Bali, Indonesia

^{2,3)}Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali, Bali, Indonesia

e-mail: ^{a)}200010039@stikom-bali.ac.id, ^{b)}ratniasih@stikom-bali.ac.id, ^{c)}adnyana@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Lembayung Sari Homestay, sebuah akomodasi kecil di Bali, menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas dan citra di tengah persaingan industri pariwisata. Promosi saat ini masih bergantung pada media sosial dan website sederhana yang belum cukup mewakili identitas perusahaan. Penelitian ini bertujuan merancang corporate identity berbasis website untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik homestay. Metode yang digunakan adalah Waterfall, yang meliputi analisis, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Analisis dilakukan melalui studi literatur, observasi, dan wawancara dengan pengelola homestay. Hasil penelitian berupa website dengan halaman Beranda, Galeri, dan About yang mencerminkan identitas visual Lembayung Sari Homestay serta budaya Bali. Pengujian menggunakan Black Box Testing untuk memvalidasi fungsi utama, seperti navigasi, tampilan informasi, dan interaksi pengguna. XAMPP dan PHPMyAdmin digunakan untuk pengujian dan pengelolaan basis data. Hasil pengujian menunjukkan bahwa website berfungsi dengan baik dan memenuhi kebutuhan pengguna, dengan semua fitur seperti Beranda, Galeri, form reservasi, dan responsivitas diuji lulus. Dengan website ini, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan tamu dan memperluas jangkauan promosi.

Kata kunci: Corporate identity, Website, Lembayung Sari Homestay, Visibilitas, Pariwisata.

1. Pendahuluan

Lembayung Sari Homestay adalah sebuah akomodasi yang terletak di Jalan Gelogor Carik Gang Tiger No. 88, Desa Pemogan, Kecamatan Denpasar Selatan, Bali. Perusahaan ini menawarkan pengalaman tinggal yang nyaman dan intim bagi wisatawan yang ingin merasakan budaya lokal secara langsung. Dengan 24 kamar yang bervariasi, mulai dari standar hingga superior, Lembayung Sari Homestay berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik bagi tamunya [1].

Saat ini, Lembayung Sari Homestay menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan visibilitasnya. Promosi yang dilakukan masih terbatas hanya melalui Instagram dan sebuah situs web yang sangat sederhana, yang tidak cukup menarik bagi calon pelanggan. Hal ini mengakibatkan kurangnya pengetahuan masyarakat dan wisatawan mengenai keberadaan serta keunggulan yang ditawarkan oleh homestay ini [2]. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan strategi pemasaran digital yang terintegrasi, termasuk media sosial, website, dan optimalisasi konten dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik akomodasi seperti homestay dalam pasar pariwisata yang kompetitif [3].

Dampak dari keterbatasan dalam strategi pemasaran ini sangat signifikan. Lembayung Sari Homestay kesulitan bersaing dengan penyedia akomodasi lain yang telah lebih berkembang dalam memanfaatkan media digital untuk membangun brand awareness. Akibatnya, tingkat hunian kamar belum mencapai potensi maksimal, sehingga berpengaruh pada pendapatan perusahaan [2]. Hasil studi lain juga menunjukkan bahwa kehadiran digital yang kuat, terutama melalui website resmi dan media sosial, berkontribusi terhadap peningkatan okupansi dan pendapatan hotel/akomodasi secara signifikan [1].

Terkait dengan permasalahan tersebut, solusi yang diperlukan adalah pengembangan corporate identity berbasis website yang lebih menarik dan informatif. Dengan adanya website yang dirancang secara profesional, diharapkan Lembayung Sari Homestay dapat memperkuat citra perusahaan dan mempermudah akses informasi bagi calon tamu [3]. Website profesional dapat menjadi kanal informasi yang komprehensif dan menjadi basis strategi pemasaran digital yang lebih luas untuk homestay tersebut.

Adapun sistem yang akan dirancang oleh peneliti adalah website yang mencerminkan identitas Lembayung Sari Homestay, menyediakan berbagai informasi komprehensif mengenai fasilitas, layanan, dan budaya lokal Bali. Website ini juga akan dilengkapi dengan fitur interaktif untuk mempermudah pengguna dalam mengakses informasi dan melakukan reservasi. Berdasarkan temuan penelitian, pengintegrasian fitur interaktif dan konten relevan pada website dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan pengalaman calon tamu secara keseluruhan [3].

Penelitian sebelumnya menjadi acuan penting dalam pengembangan sistem informasi manajemen kinerja Penelitian sebelumnya menjadi acuan penting dalam pengembangan perancangan corporate identity sebagai media promosi [9]. Penelitian pertama dilakukan oleh I Wayan Ananta Setiabudi dan I Gede Harsemadi (2023) dengan judul Corporate Identity Straightori Brand Berbasis Multimedia [4]. Selanjutnya, penelitian oleh Ngurah Andika K. Sawitra, I. Ketut D. Suryawan, dan Ni Wayan Setiasih (2024) berjudul Corporate Identity Showroom Andika Motor Berbasis Multimedia [5]. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Ida Bagus Y. P. Manuaba, I. P. Ramayasa, dan M. Samsudin (2024) dengan judul Penerapan Corporate Identity pada Salon Kirana Guna Meningkatkan Kesadaran Merek [6]. Selain itu, I. N. G. R. B. Dharmautama, N. P. L. Santiari, dan I. M. A. Santosa (2024) mengangkat penelitian berjudul Corporate Identity pada Siku Kopi Sebagai Media Promosi Berbasis Website [7]. Terakhir, penelitian oleh I. P. N. B. Purwa, Y. Agusta, dan J. Santoso (2024) berjudul Perancangan Corporate Identity Sebagai Sarana Media Promosi Pada Happy Laundry Koin [8]. Adapun kebaruan dari penelitian ini terletak pada penerapan corporate identity berbasis website pada sektor akomodasi homestay yang menekankan integrasi identitas visual dengan penyajian informasi budaya lokal Bali, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana penguatan citra dan pengalaman digital bagi wisatawan [10].

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan Corporate Identity Lembayung Sari Homestay Berbasis Website adalah metode Waterfall. Metode ini dipilih karena memiliki tahapan yang sistematis dan berurutan, sehingga setiap proses pengembangan sistem dilakukan secara terstruktur mulai dari analisis hingga pemeliharaan. Penelitian ini dilaksanakan di Lembayung Sari Homestay yang berlokasi di Jalan Gelogor Carik Gang Tiger No. 88, Desa Pemogan, Kecamatan Denpasar Selatan, Bali.

2.1 Analisis Sistem

Tahap analisis sistem dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang ada pada Lembayung Sari Homestay, khususnya dalam hal promosi dan penyampaian identitas perusahaan. Analisis ini dilakukan melalui pengumpulan data menggunakan metode studi literatur, observasi terhadap media promosi yang berjalan, serta wawancara dengan pemilik homestay untuk memperoleh gambaran kebutuhan sistem yang akan dikembangkan.

2.2 Perancangan Sistem

Pada tahap perancangan sistem, dilakukan penyusunan rancangan website yang mencerminkan corporate identity Lembayung Sari Homestay secara visual dan fungsional. Perancangan meliputi desain antarmuka yang user-friendly, struktur navigasi website, serta perancangan basis data yang mendukung pengelolaan konten dan informasi secara terstruktur.

2.3 Implementasi Sistem

Tahap implementasi merupakan proses penerapan hasil perancangan sistem ke dalam bentuk website yang dapat dioperasikan. Website dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan dukungan database MySQL serta web server Apache melalui XAMPP, dan framework Bootstrap digunakan untuk membantu menciptakan tampilan yang responsif dan menarik.

2.4 Pengujian Sistem

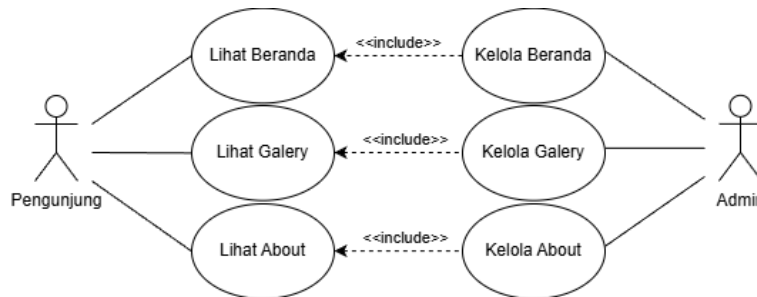
Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode Black Box Testing untuk memastikan seluruh fungsi pada website berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan. Pengujian difokuskan pada validasi fitur-fitur utama seperti navigasi, tampilan informasi, dan interaksi pengguna, sehingga sistem dapat berfungsi secara optimal sebelum digunakan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Usecase Diagram

Use case diagram ini menggambarkan dua aktor utama, yaitu pengunjung dan admin, dalam interaksi dengan sistem website. Pengunjung dapat melakukan tindakan seperti "Lihat Beranda," "Lihat Galery," dan "Lihat About" untuk mendapatkan informasi tentang homestay. Di sisi lain, admin memiliki peran dalam mengelola konten dengan tindakan "Kelola Beranda," "Kelola Galery," dan "Kelola About,"

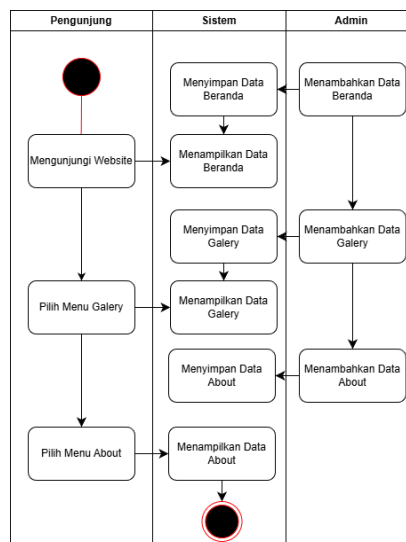
yang mencakup penambahan, pengeditan, dan penghapusan data. Diagram ini menunjukkan bagaimana kedua aktor berfungsi dalam mendukung pengalaman pengguna yang optimal di website.



Gambar 1. Usecase Diagram

3.2 Activity Diagram

Diagram aktivitas ini menggambarkan interaksi antara pengunjung, sistem, dan admin dalam pengelolaan konten website.



Gambar 2. Activity Diagram

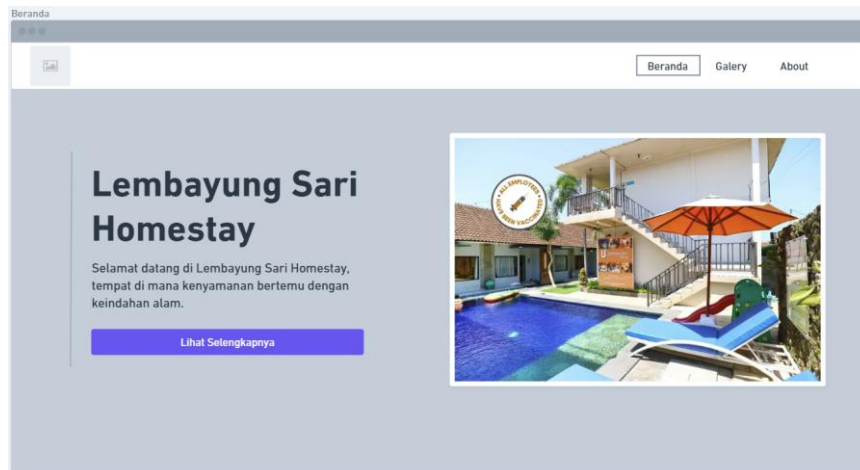
Pengunjung memulai dengan mengunjungi website dan dapat memilih antara menu "Galery" atau "About." Sistem bertugas untuk menyimpan data sesuai dengan pilihan pengguna, sedangkan admin bertanggung jawab untuk menambahkan dan mengelola konten di kedua bagian tersebut. Alur ini menciptakan pengalaman yang interaktif dan memudahkan pengunjung untuk mengakses informasi yang diinginkan.

3.3 Implementasi

Implementasi website untuk Lembayung Sari Homestay bertujuan untuk meningkatkan visibilitas, memberikan informasi yang relevan kepada calon tamu, dan mempermudah akses ke berbagai fitur yang ditawarkan. Berikut ini adalah penjelasan mengenai struktur dan fungsi utama dari website yang dirancang.

a. Halaman Beranda

Halaman Beranda website Lembayung Sari Homestay menyambut pengunjung dengan informasi singkat dan menarik tentang akomodasi tersebut. Terdapat tampilan visual yang menampilkan keindahan fasilitas, serta deskripsi singkat yang menggambarkan kenyamanan dan keindahan alam sekitar. Tombol "Lihat Selengkapnya" mengajak pengunjung untuk menjelajahi lebih lanjut tentang apa yang ditawarkan oleh homestay ini, menciptakan kesan pertama yang positif dan informatif.



Gambar 3. Halaman Beranda

b. Pengeditan Video

Website Lembayung Sari Homestay juga dilengkapi dengan konten video yang memberikan pandangan lebih mendalam tentang pengalaman menginap di sana. Proses pengeditan video ini melibatkan penyusunan klip-klip yang menampilkan berbagai fasilitas dan suasana homestay, dengan fokus pada aspek yang menarik bagi calon tamu. Dengan penambahan elemen visual ini, pengunjung dapat lebih merasakan atmosfer dan kenyamanan yang ditawarkan, menjadikan website semakin interaktif dan menarik.



Gambar 4. Pengeditan Video

b. Halaman Galery

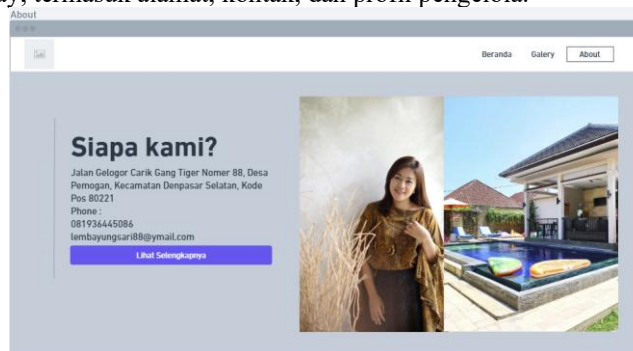
Halaman Galery website Lembayung Sari Homestay menampilkan serangkaian foto berkualitas tinggi yang memperlihatkan berbagai fasilitas, seperti ruang keluarga, kolam renang, dan dapur. Setiap gambar disertai deskripsi singkat yang memberikan informasi mengenai fitur dan kenyamanan yang ditawarkan. Tombol "Lihat Selengkapnya" mengundang pengunjung untuk menjelajahi lebih banyak detail, menambah daya tarik visual dan membantu calon tamu dalam membuat keputusan mengenai tempat menginap mereka. Hal ini menciptakan pengalaman yang informatif dan menarik dalam menjelajahi homestay ini.



Gambar 5. Halaman Galery

c. Halaman About

Halaman About di website Lembayung Sari Homestay memberikan informasi penting mengenai latar belakang homestay, termasuk alamat, kontak, dan profil pengelola.



Gambar 6. Halaman About

3.4 Pengujian Sistem

Blackbox Testing yang dilakukan menghasilkan 5 test case utama yang setelah diuji sesuai dengan hasil yang diharapkan, penjabarannya sebagai berikut.

Tabel 1. Blackbox Testing

No	Fitur	Input	Hasil yang Diharapkan	Status (Lulus/Gagal)
1	Halaman Beranda	Mengakses halaman beranda	Halaman beranda tampil dengan gambar dan deskripsi yang sesuai. Tombol "Lihat Selengkapnya" mengarahkan ke halaman lain.	Lulus

2	Halaman Galeri	Mengklik gambar di halaman galeri	Gambar diperbesar dan deskripsi muncul dengan benar. Pengguna dapat melihat gambar dalam kualitas tinggi.	Lulus
3	Fitur Reservasi	Mengisi form reservasi	Sistem berhasil mengirimkan data form reservasi dan mengkonfirmasi pengiriman melalui pesan sukses.	Lulus
4	Halaman About	Mengakses informasi tentang pengelola	Halaman menampilkan informasi pengelola yang akurat, termasuk alamat dan kontak.	Lulus
5	Tampilan Responsif	Mengakses website dari perangkat mobile	Website tampil responsif dengan tata letak yang teratur dan navigasi yang mudah digunakan pada perangkat mobile.	Lulus

4. Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil merancang corporate identity berbasis website untuk Lembayung Sari Homestay yang menawarkan solusi untuk permasalahan pemasaran dan visibilitas yang ada. Melalui tahap pengembangan yang sistematis, website yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana interaktif yang memperkuat citra perusahaan. Dengan adanya fitur halaman yang informatif, pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai fasilitas dan layanan yang tersedia. Implementasi corporate identity ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat hunian serta pendapatan homestay, serta memberikan pengalaman yang lebih baik bagi para tamu.

Daftar Pustaka

- [1] I. Adrayana, N. Ratniasih and N. Muryatini, "Corporate Identity Pada Illegale Clothing & Apparel Sebagai Identitas Perusahaan dan Media Promosi," *In Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER) Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, vol. 1, no. 3, pp. 119-124, 2024.
- [2] D. Dutta and A. Mohd, "Evaluating the Impact of Integrated Digital Marketing on Homestay Success in India : A Study of Uttarakhand," *Indian Journal of Marketing*, vol. 55, no. 11, 2025.
- [3] N. A. Kerta Sawitra, N. W. Setiasih and I. K. D. Suryawan, "Corporate Identity Showroom Andika Motor Berbasis Multimedia," *In Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER)| Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, vol. 1, no. 3, pp. 102-107, 2024.
- [4] I. W. A. Setiabudi and I. G. Harsemadi, "Rancang Bangun Corporate Identity Pada Straightori Brand Berbasis Multimedia," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, vol. 9, no. 6, pp. 1-10, 2023.
- [5] P. I. B. Y. Manuaba, I. P. Ramayasa and M. Samsudin, "Penerapan Corporate Identity pada Salon Kirana Guna Meningkatkan Kesadaran Merek," *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER)| Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, vol. 1, no. 3, pp. 516-521, 2024.
- [6] I. N. G. R. B. Dharma Utama, . L. . N. P. Santiari and I. M. . A. Santosa, "Corporate Identity Pada Siku Kopi Sebagai Media Promosi Berbasis Website," *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER)| Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, vol. 1, no. 1, pp. 321-326, 2024.
- [7] I. P. N. B. Purwa, Y. Agusta and J. Santoso, "Perancangan Corporate Identity Sebagai Sarana Media Promosi Pada Happy Laundry Koin," *Seminar Hasil Penelitian Informatika dan Komputer (SPINTER)| Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali*, vol. 1, no. 3, pp. 551-556, 2024.
- [8] A. S. Purnomo and B. Setiawan, "The Role of Social Media as a Digital Marketing Strategy for Hotels in Yogyakarta (Case Study at Sahid Raya Hotel & Convention Center)," *Indonesian Journal of Advanced Research (IJAR)*, vol. 4, no. 9, pp. 2089-2098, 2025.
- [9] A. R. Nugroho and D. Kurniawan, "Penerapan metode waterfall dalam pengembangan sistem informasi berbasis web," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2021.
- [10] S. Hidayat, M. F. Ramadhan, and L. Amelia, "Pengembangan sistem informasi manajemen menggunakan metode waterfall," *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2023.