

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengevaluasi sistem informasi berbasis *website* sebagai media promosi digital pada CV. Alam Wisata Palembang. Alam Wisata *Tour and Travel* merupakan biro perjalanan wisata yang ada di kota Palembang yang aktif membawa tamu perjalanan keluar kota melalui promosi *head to head* dan relasi. Maka dari itu penelitian ini dibuat untuk menjangkau akses promosi digital secara lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan pengembangan sistem berbasis model *Waterfall* dengan tahapan Komunikasi (*Communication*), Perencanaan (*Planning*), Pemodelan (*Modeling*), Pengembangan (*Development*) dan Penerapan (*Deployment*). Model Komunikasi Pemasaran AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) juga diterapkan pada penelitian ini untuk menunjang informasi mengenai komunikasi pemasaran. Penerapan *Payment gateway* menjadi sistem pembayaran elektronik yang digunakan sebagai perantara yang menghubungkan *website* dengan lembaga keuangan sehingga transaksi pembayaran dapat dilakukan secara aman dan efisien. Hasil perancangan menunjukkan bahwa *website* berhasil menyajikan informasi lengkap mengenai profil perusahaan, paket wisata, dan galeri testimoni. Selain itu, fitur reservasi *online* dan *payment gateway* diimplementasikan untuk memudahkan pengunjung melakukan pemesanan dan pembayaran melalui *website*. Implementasi sistem ini diharapkan dapat meningkatkan jangkauan promosi destinasi secara digital, menyediakan informasi yang *up to date*, serta meningkatkan efisiensi pelayanan dan kenyamanan pengunjung. Sehingga, sistem informasi berbasis *website* ini berkontribusi pada digitalisasi promosi pada CV. Alam Wisata Palembang untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Kata Kunci: Sistem Informasi, *Website*, CV. Alam Wisata Palembang, Promosi Digital, AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*).

ABSTRACT

This study aims to dedign and avaluate a website based informatioin system as a digital promotion medium for CV. Alam Wisata Palembang. Alam Wisata Tour and Travel is a travel agency based in Palembang that actively organizes out of town trips for clients through face to face promotions and business relationships. Therefore, this study was cunduction to expand access to digital promotion. This study employs a system development approach based on the Waterfall model, Comprising the following stage Communication, Planning, Modeling, Development, Deployment. The AIDA marketing model (Attention, Interest, Desire, and Action) is also applied in this study to support information regarding marketing communication. The implementation of a payment gateway serves as an electronic payment system used as an intermediary connection the website with financial institution, enabling payment gateway transactions to be conducted securely and efficiently. The design result show that the website successfully present comprehensive information regarding the company profile, tour packages, and a testimonial gallery. Additionally, online reservation and payment gateway features were implemented to facilitate visitors in making bookings and payment through the website. The implementation of this system is expected to expand the digital reach of destination promotion, provide up to date information and enhance efficiency.

Keywords: *Information Systems, Website, CV. Alam Wisata Palembang, Digital Marketing, AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action).*