

# Implementasi Web Desa Wisata Tempellemahbang, Jepon, Blora untuk Promosi dan Peningkatan Pengunjung

## *Implementation of the Tempellemahbang, Jepon, Blora Tourism Village Web for Promotion and Increasing Visitors*

**L. Budi Handoko<sup>1</sup>, Ajib Susanto<sup>2</sup>, Etika Kartikadarma<sup>3</sup>, Raihan Yusuf<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

email: <sup>1</sup>[handoko@dsn.dinus.ac.id](mailto:handoko@dsn.dinus.ac.id), <sup>2</sup>[ajib.susanto@dsn.dinus.ac.id](mailto:ajib.susanto@dsn.dinus.ac.id),

<sup>3</sup>[etika.kartikadarma@dsn.dinus.ac.id](mailto:etika.kartikadarma@dsn.dinus.ac.id), <sup>4</sup>[111201912112@mhs.dinus.ac.id](mailto:111201912112@mhs.dinus.ac.id)

### **Abstrak**

Saat ini desa wisata di Provinsi Jawa Tengah sedang giatnya ditingkatkan, akan tetapi berbagai kendala untuk mempromosikan suatu desa wisata seperti sarana, infrastruktur maupun lainnya, apalagi promosi melalui media internet dan berbagai media sosial belum dilakukan secara optimal. Berbagai informasi wisata desa yang terdapat di Desa Tempellemahbang belum tersampaikan secara langsung, baik destinasi tujuan wisata desa, hasil kerajinan, hasil olahan produk UMKM di desa, dokumentasi kegiatan desa wisata, acara budaya desa dan lainnya belum terdokumentasi dengan baik. Pelaksanaan kegiatan menggunakan konsep Plan, Do, Check and Act (PDCA) dengan tahap kegiatan yaitu perencanaan, pengerjaan aplikasi, evaluasi kegiatan dan tindak lanjut evaluasi kegiatan. Hasil implementasi yaitu terwujudnya web desa wisata yang digunakan sebagai media promosi desa wisata dan untuk peningkatan pengunjung desa wisata. Dengan terwujudnya web desa wisata dapat digunakan desa Tempellemahbang sebagai sarana menyampaikan berbagai macam informasi wisata desa, kegiatan desa wisata, dokumentasi kegiatan desa wisata dan layanan masyarakat untuk desa wisata melalui media online yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

**Kata kunci:** Website, Desa, Wisata, Promosi, Pengunjung

### **Abstract**

Currently, tourist villages in Central Java Province are being actively improved, but various obstacles to promoting a tourist village such as facilities, infrastructure and others, especially promotion through the internet and various social media have not been carried out optimally. Various village tourism information contained in Tempellemahbang Village has not been conveyed directly, both village tourist destinations, handicrafts, processed MSME products in the village, documentation of tourist village activities, village cultural events and others have not been well documented. The implementation of activities uses the concept of Plan, Do, Check and Act (PDCA) with the activity stages, namely planning, working on applications, evaluating activities and following up on activity evaluations. The result of the implementation is the realization of a tourist village web which is used as a promotional media for tourist villages and to increase tourist village visitors. With the realization of a tourist village web, Tempellemahbang village can be used as a means of conveying various kinds of village tourism information, tourist village activities, documentation of tourist village activities and community services for tourist villages through online media that can be accessed anywhere and anytime.

**Keywords:** Website, Village, Tourism, Promotion, Visitors

## 1. PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu dari tujuan wisata menarik yang diminati dan sebagai target dikunjungi masyarakat untuk berlibur terutama dari masyarakat dari kota. Pengembangan desa wisata saat ini mulai bergerak di desa-desa yang memiliki tempat wisata yang unggul, baik dari segi sosial dan budaya, kerajinan, maupun keadaan alam sekitar desa yang mendukung. Apalagi desa wisata saat ini mampu memberikan pengalaman berwisata yang berbeda dari tempat lainnya, ada perbedaan tempat wisata-wisata alam maupun wisata buatan lainnya, karena desa wisata terdapat karakteristik khusus baik budaya, tradisi, alam masih alami dan keunikan desa[1].

Sektor pedesaan berdasarkan undang-undang Desa No.6 Tahun 2014 menjadi sektor yang diberikan porsi anggaran sebesar 10% dari APBN[2]. Pelaksanaan pemberian dana untuk desa di Provinsi Jawa Tengah sudah sampai 1 Milyar lebih untuk masing-masing desa[3], sebagian dana ini dapat digunakan untuk meningkatkan sektor pariwisata apabila sebuah desa sudah ditetapkan sebagai desa wisata seperti halnya dengan Desa Tempellemahbang, Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora, karena pemerintah daerah diberi kewenangan dalam pengelolaan dan optimalisasi potensi daerah termasuk di dalamnya adalah bidang pariwisata[4].

Desa wisata berperan penting dalam usaha memajukan tingkat kesejahteraan masyarakat[5], memberikan kesempatan pemerataan berusaha dan lapangan pekerjaan, peningkatan potensi perekonomian dan karakteristik masing-masing daerah, serta mampu mengangkat dan melindungi nilai suatu budaya, agama, adat istiadat, dan mampu menjaga kelestarian alam sekitar[6]. Dengan adanya Perda Provinsi Jawa Tengah No.2 Tahun 2019 sebagai payung desa wisata, maka desa harus berusaha meningkatkan potensi wisata yang ada di desa, memberikan informasi, mempromosikan dan membuat fasilitas untuk dapat menarik pengunjung ke desa seperti halnya dengan membuat web desa wisata.

Saat ini desa sudah menjadi sasaran pembangunan di Indonesia dengan adanya dana desa agar pembangunan lebih merata dan dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Desa mempunyai kewenangan untuk mengelola pemerintahannya sendiri, hak atas desa sudah dapat dikelola sendiri baik sosial budaya, adat istiadat desa dan hak atas asal usul desa[7].

Website desa wisata adalah website yang dibangun untuk menyajikan berbagai informasi dan kondisi di sekitar desa wisata yang disampaikan oleh media *online* berbasis internet. Website desa wisata menjadi penting dan dibutuhkan untuk mengelola desa wisata dengan berbagai keuntungan yang di dapat. Keberadaan web desa wisata sebagai wadah utama promosi juga dapat digunakan sebagai sarana pendokumentasian produk dan kegiatan yang ada di desa wisata serta penjualan paket wisata[8].

Pengguna internet di Indonesia berdasarkan survei dari WeAreSocial[9] sejumlah 202.6 juta atau 73.7% dari jumlah penduduk Indonesia, sedangkan untuk koneksi *mobile* 345,3 juta atau 125.6% dari jumlah penduduk, sedangkan yang aktif di media sosial adalah 170 juta atau 61,8% dari jumlah penduduk Indonesia[10]. Dari kondisi tersebut sangat potensi sekali untuk menyampaikan informasi desa wisata dan layanan *online* calon pengunjung desa wisata.

Saat ini desa wisata di Provinsi Jawa Tengah sedang giatnya ditingkatkan, akan tetapi berbagai kendala untuk mempromosikan suatu desa wisata seperti sarana, infrastruktur maupun lainnya, apalagi promosi melalui media internet dan berbagai media sosial belum dilakukan secara optimal dan maksimal.

Desa Tempellemahbang, Kecamatan Jepon, Kabupaten Blora merupakan salah satu daftar desa yang ditempati peserta Program Pengembangan Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) tahun 2021 Provinsi Jawa Tengah melalui Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar). Peserta PKKP sebagai pendamping, motivator dan menjadi pelopor terutama untuk pada pemuda di desa agar mengembangkan usaha mandiri atau kewirausahaan, memunculkan potensi desa dan membentuk kelompok usaha pemuda. Salah satu potensi yang ada di Desa Tempellemahbang adalah wisata desa yang terkenal yaitu wisata Seloparang, sehingga untuk memaksimalkan desa wisata diperlukan media *online* yang mampu menyajikan informasi wisata desa yang juga merupakan program unggulan peserta PKKP di Desa Tempellemahbang.

Potensi wisata desa yang dimiliki Desa Tempellemahbang belum dapat tersampaikan langsung kepada calon pengunjung, baik lokasi tujuan wisata desa, hasil kerajinan, hasil olahan produk UMKM di desa, dokumentasi kegiatan desa wisata, acara budaya desa dan lainnya belum terdokumentasi dengan baik, sehingga diperlukan media yang sesuai perkembangan saat ini yang diberbagai sektor sudah menggunakan teknologi informasi yaitu media *online* berupa website yang dapat diakses dari berbagai macam perangkat, dimanapun dan kapanpun masyarakat dapat mengetahui perkembangan tempat destinasi wisata terutama desa-desa yang menjadi tempat favorit masyarakat.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Implementasi E-Selajari mengadopsi model tahapan *Plan, Do, Check and Act (PDCA)* [11][12][3] dengan urutan kegiatan sebagai berikut :



Gambar 1 Model PDAC

Penjelasan rangkaian tahapan pada Gambar 1 di atas :

1. P (*Plan* = Perencanaan)

Merumuskan tujuan yang diinginkan dan menyusun jadwal kegiatan yang hendak dilakukan, seperti menentukan kebutuhan fungsional dan non fungsional, perancangan web desa wisata, sosialisasi kegiatan dan mengumpulkan bahan kebutuhan untuk mendukung kegiatan.

2. D (*Do* = Kerjakan)

Membuat web desa wisata, mulai dari halaman pengelola/admin dan halaman pengunjung, melakukan pengisian berita, pengisian daftar paket wisata, uji coba pemesanan paket dari halaman pengguna dan memantau dari halaman pengelola, dan mengunggah web desa wisata yang sudah sesuai kebutuhan sehingga dapat diakses dimanapun dan kembali dapat dilakukan uji coba.

3. C (*Check* = Evaluasi)

Melakukan evaluasi kegiatan, menganalisa dan merumuskan tindakan berdasarkan umpan balik pengguna untuk perbaikan dan kemudahan bagi pengguna serta membuat laporan hasil evaluasi.

4. A (*Act* = Menindaklanjuti)

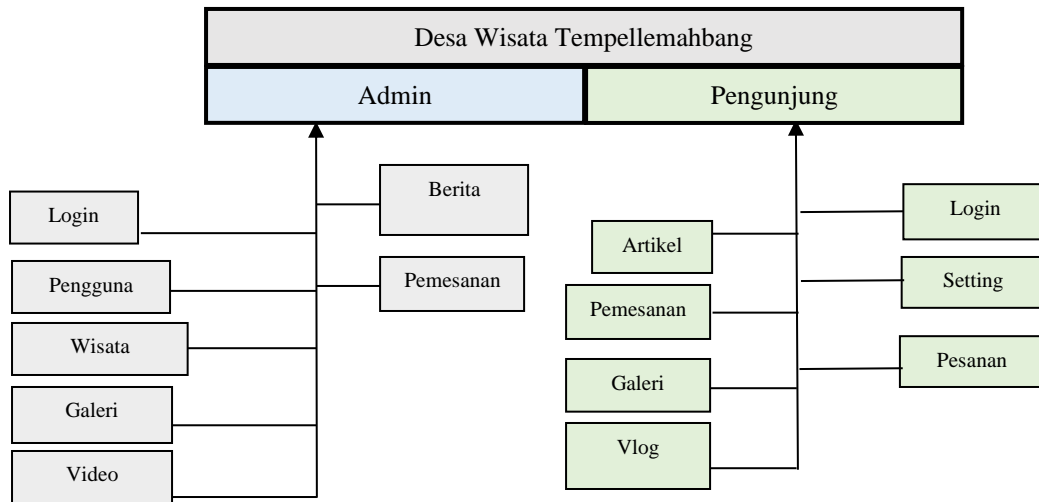
Melaksanakan hasil rekomendasi dari evaluasi sebelumnya agar web desa wisata dapat menjadi web yang lengkap, mudah dan cepat sesuai dengan kebutuhan pengguna.

## 3. HASIL PELAKSANAAN

Implementasi web desa wisata Desa Tempellemahbang, Jepon, Blora berdasarkan konsep dari PDCA.

## 3.1. Perencanaan

Perencanaan web desa wisata untuk Desa Tempellemahbang digambarkan dalam rancangan arsitektur web desa wisata terlihat pada Gambar 2, pelaksanaan kegiatan ini dibantu oleh peserta program Pengembangan, Kepedulian dan Kepeloporan Pemuda (PKKP) Provinsi Jawa Tengah tahun 2021.

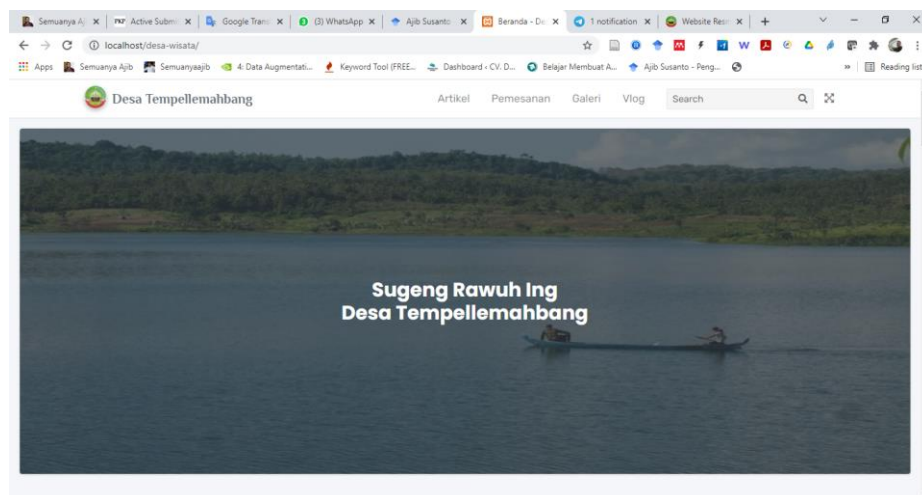


**Gambar 2.** Rancangan Arsitektur Web Desa Wisata

Gambar 2 di atas rancangan kebutuhan fitur yang akan dikembangkan di web desa wisata dari dua sisi pengguna yaitu admin dan pengguna atau pengunjung wisata.

## 3.2. Kerjakan

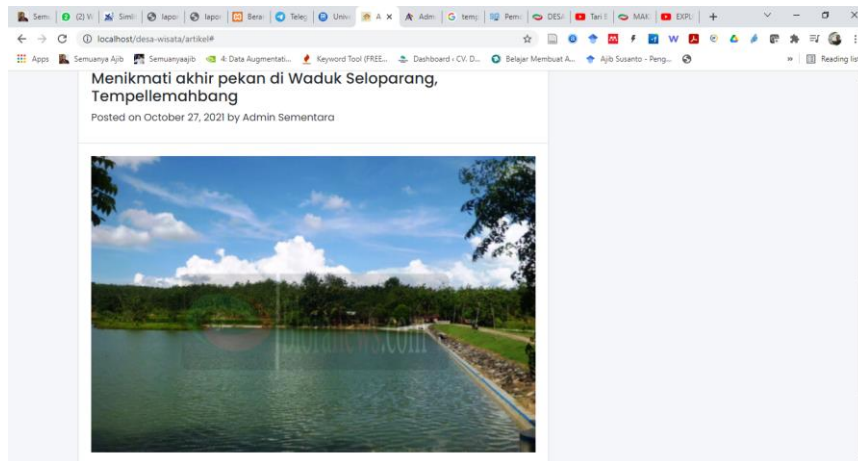
Membangun web desata wisata Desa Tempellemahbang dengan sebelumnya merancang database, merancang tampilan dan selanjutnya melakukan proses pembuatan *code* sampai web desa wisata dapat dijalankan di *browser*.



**Gambar 3.** Halaman Depan Web Desa Wisata

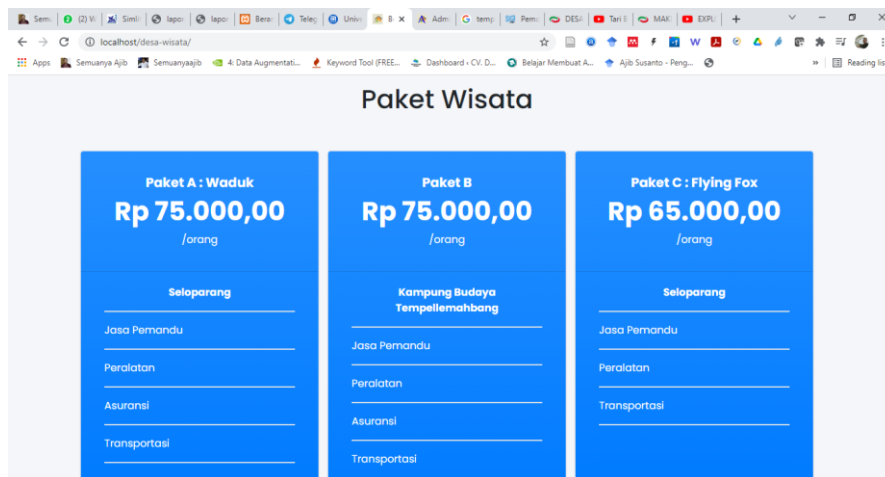
Pada Gambar 3 menunjukkan halaman utama web desa wisata dengan fitur tautan ada artikel, pemesanan, *galeri*, vlog, dan pencarian. Fitur yang tersedia dapat dikunjungi oleh

pengguna yang membuka web desa wisata sekaligus dapat melihat berbagai paket yang ditawarkan oleh desa wisata Desa Tempellemahbang.



**Gambar 4.** *Halaman Artikel*

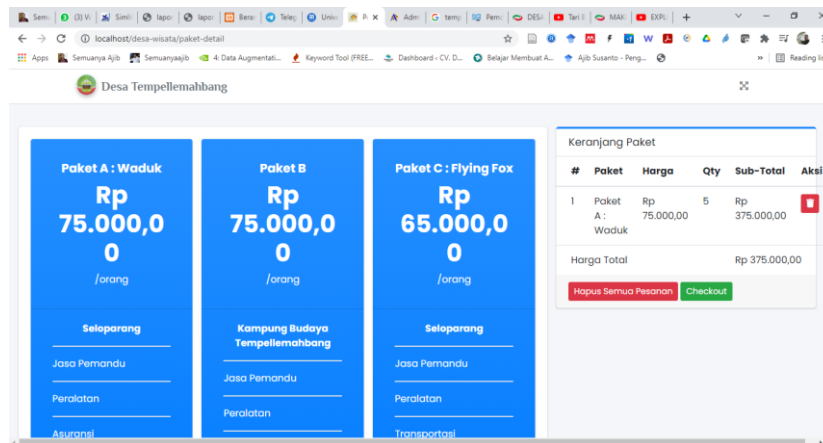
Gambar 4 merupakan halaman artikel yang memberikan informasi berbagai tempat wisata di desa dan berbagai kegiatan yang ada di desa wisata Tempellemahbang. Waduk Selo Parang adalah salah satu destinasi yang diminati oleh pengunjung waktu liburan tiba dan untuk menikmati suasana alam yang indah, *outbound* dan kuliner.



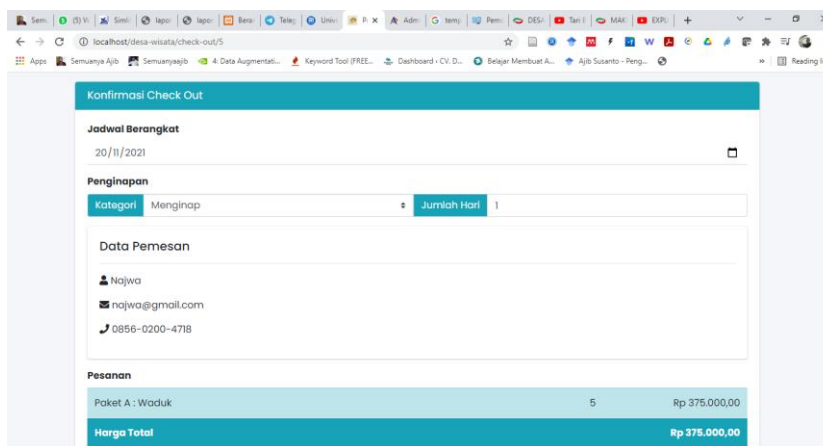
**Gambar 5.** *Halaman Paket Wisata*

Pada halaman paket wisata disajikan pilihan paket wisata terlihat di Gambar 5. Pengunjung dapat melakukan pesanan atau datang langsung di lokasi, jika melakukan pemesanan harus mendaftar sebagai pengguna web, kemudian masuk dengan *user* dan *password* yang sudah dimiliki kemudian akan masuk ke proses pemesanan, halaman pemesanan seperti Gambar 6 di bawah ini.

## Implementasi Web Desa Wisata Tempellemahbang, Jepon, Blora untuk Promosi dan Peningkatan Pengunjung



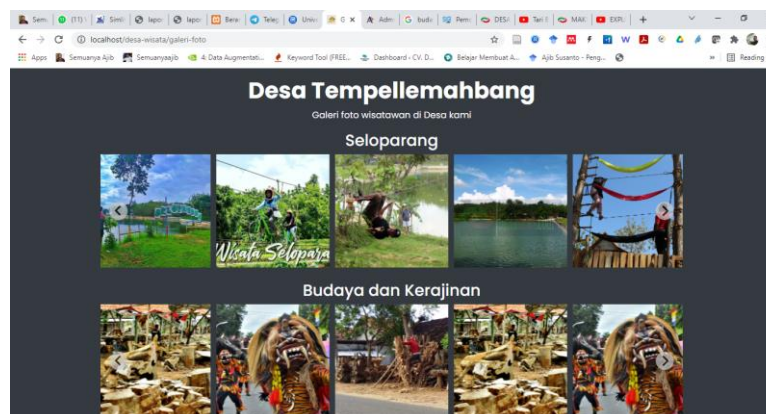
**Gambar 6.** Halaman Daftar Pemesanan Paket Wisata



**Gambar 7.** Halaman Konfirmasi Checkout

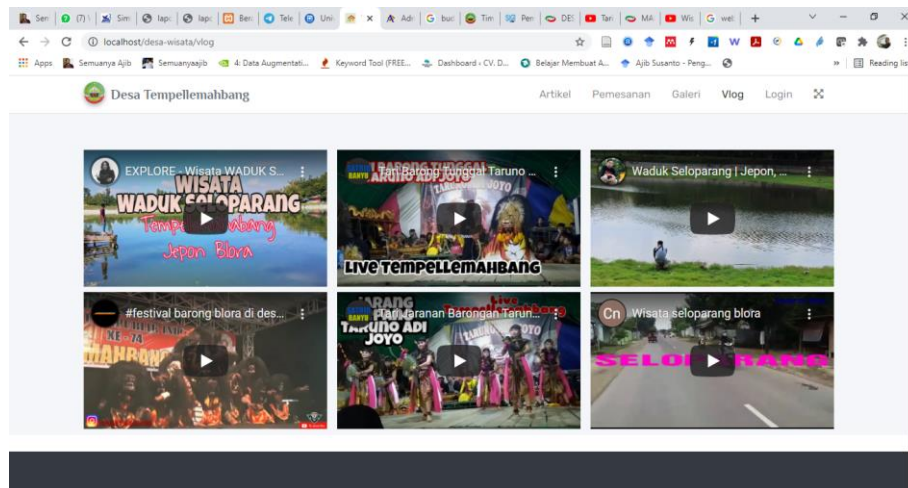
Konfirmasi pesanan paket wisata terlihat di Gambar 7, terdapat pilihan menginap dan tidak menginap, jika menginap ada durasi waktunya, harga total akan ditampilkan sesuai jumlah pesanan, apabila sudah sesuai pengguna dapat langsung menyelesaikan proses pesanan dengan meng-klik tombol proses order.

Pada Gambar 8 di bawah merupakan halaman galeri yang dimiliki desa wisata, terdapat kategori Selaparang, Budaya dan Kerajinan sebagai bahan rujukan untuk para pengunjung yang akan menikmati obyek wisata di desa Tempellemahbang.



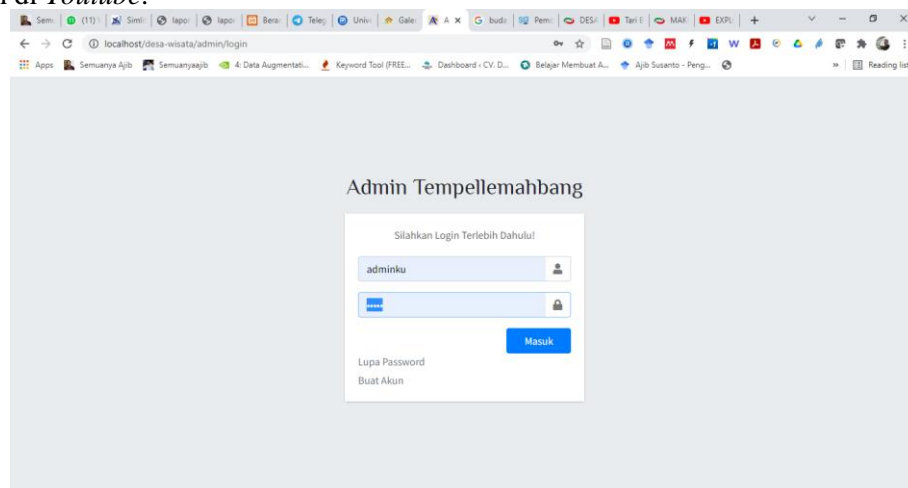
**Gambar 9.** Halaman Galeri Desa Wisata





**Gambar 10.** Halaman Vlog

Halaman Vlog yang merupakan kumpulan video kegiatan di desa wisata Tempellemahbang disajikan seperti Gambar 10 sehingga pengunjung web dapat memutar video tentang suasana tempat wisata, kegiatan seni budaya dan berbagai potensi wisata desa yang sudah diunggah di *Youtube*.

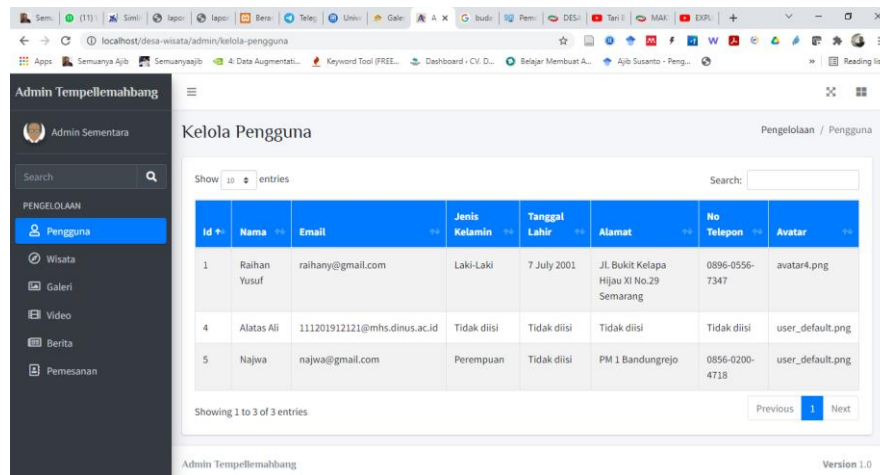


**Gambar 11.** Halaman Login Web Desa Wisata

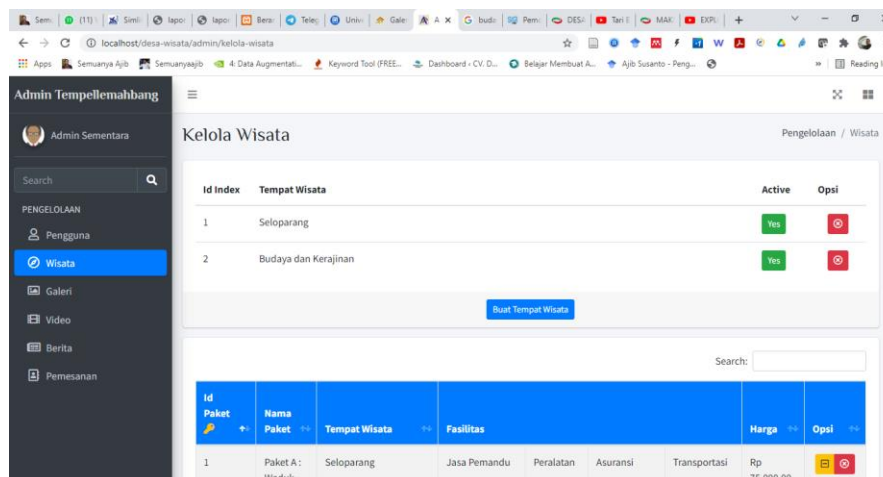
Halaman pengelola web desa wisata diawali dengan masuk ke web sebagai pengelola atau admin terlihat seperti Gambar 11 sehingga dapat mengelola pengguna, wisata, galeri, video, berita dan pemesanan paket wisata.

Gambar 12 di bawah merupakan halaman kelola pengguna yang memberikan informasi data pengunjung yang sudah terdaftar yang digunakan untuk mengetahui berapa pengunjung yang aktif memiliki akun pada web desa wisata ini.

# Implementasi Web Desa Wisata Tempellemahbang, Jepon, Blora untuk Promosi dan Peningkatan Pengunjung



**Gambar 12.** Halaman Kelola Pengguna

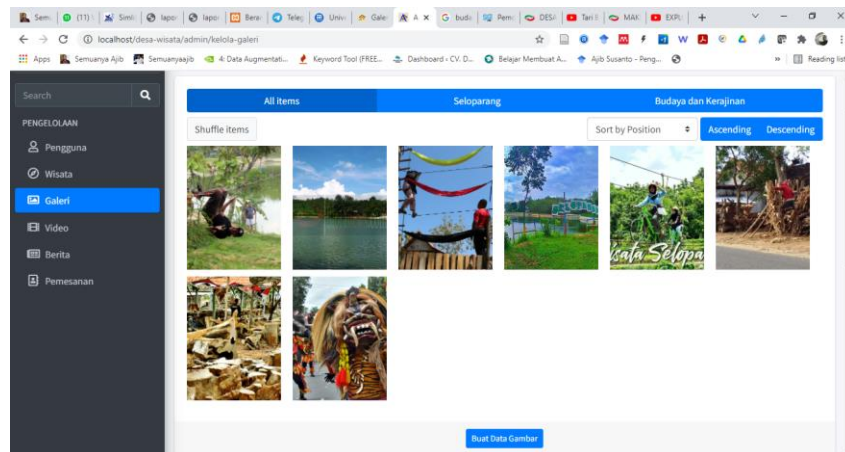


**Gambar 13.** Halaman Kelola Wisata

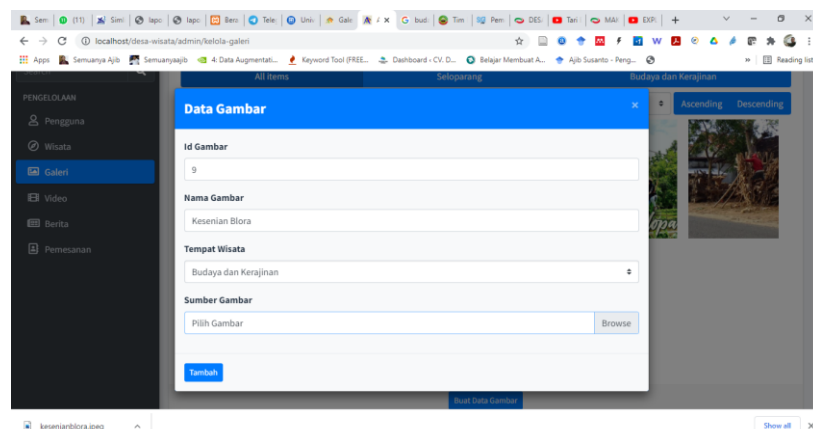
Pengelolaan data wisata yang terdapat di desa wisata TempelLemahbang terlihat pada Gambar 13, pengelola dapat menambah, mengubah dan menghapus tempat wisata yang dimiliki desa.

Pengelola web dapat melakukan pengelolaan galeri yaitu menambah galeri kegiatan yang ada di sekitar desa sesuai dengan jenis wisata yang sudah dibuat sebelumnya sehingga gambar dapat tampil sesuai dengan kelompok wisatanya, penambahan galeri dapat dilakukan dengan meng-klik tombol buat data gambar, Gambar 14 merupakan tampilan Kelola galeri.



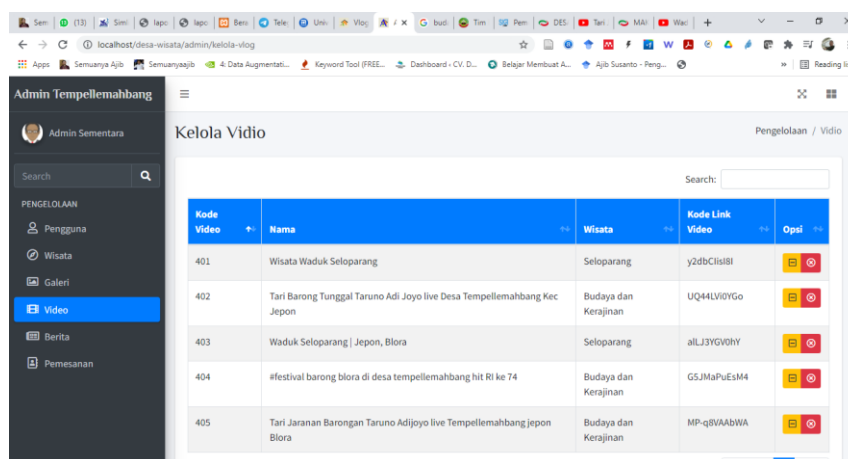


**Gambar 14.** *Halaman Kelola Galeri*



**Gambar 15.** *Halaman Tambah Galeri*

Pada Gambar 15 halaman menambah galeri untuk koleksi galeri yang ditampilkan di halaman utama web desa wisata dengan memasukkan nama gambar, tempat wisata dan gambar yang akan ditampilkan.



**Gambar 16.** *Halaman Kelola Video*

Gambar 16 tampilan daftar video yang sudah diunggah, video dilihat oleh pengunjung di halaman utama pengunjung sebagai bahan referensi untuk menjadi gambaran bagi pengunjung

# Implementasi Web Desa Wisata Tempellemahbang, Jepon, Blora untuk Promosi dan Peningkatan Pengunjung

yang akan berkunjung ke desa wisata.

The screenshot shows a web browser window with the URL `localhost/desa-wisata/admin/keola-vlog`. The application has a dark sidebar menu on the left with options: 'PENGLOLAAN', 'Pengguna', 'Wisata', 'Galeri', 'Video' (highlighted), 'Berita', and 'Pemesanan'. The main content area displays a 'Data Video' form. The form fields are: 'Nomor Id Video' with value '406', 'Nama Video' with value 'Wisata seloparang blora', 'Tempat Wisata' with a dropdown menu showing 'Seloparang', and 'Kode Link Video' with value 'DcsIC-rs4Ng'. Below the 'Kode Link Video' field is a red text note: '(Video harus menggunakan Youtube dan menyalin hanya kode link di akhir pada setiap link Youtube)'. At the bottom of the form is a blue 'Tambah' button. To the right of the form is a table with columns 'Kode Link Video' and 'Ops'. The table contains five rows of video links. At the bottom of the table are 'Previous', '1', and 'Next' buttons. The footer of the application shows 'Admin Tempellemahbang' and 'Version 1.0'.

**Gambar 17.** Halaman Input Data Video

Gambar 17 di atas merupakan halaman untuk input video baru, berisikan nama video, tempat wisata dan kode link video dari *Youtube* sehingga video yang disajikan ke pengunjung langsung dapat dilihat mengarah langsung ke tautan video yang ada di *Youtube*.

Hasil implementasi dibuatkan video dokumentasi langkah-langkah pengelolaan web desa wisata dan dibuat tutorial tertulis yang digunakan dalam proses pelatihan dan pendampingan mengelola web desa wisata sehingga informasi yang disajikan akan terus diperbaharui sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung web.

### 3.3. Evaluasi

Setelah implementasi dilakukan tahap evaluasi web desa wisata dari rangkaian fitur bagi pengguna dan pengelola, hal yang dilakukan pada kegiatan ini :

- Merespon umpan balik pengguna, dianalisa dan dibuat langkah untuk perbaikan web.
- Memonitor perkembangan pengunjung web dan yang mendaftar untuk memiliki akun untuk mengetahui perkembangan pengunjung wisata agar dapat dilakukan upaya untuk lebih mempromosikan dan mengenalkan desa wisata ke kalayak umum.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan implementasi web desa wisata untuk Desa Wisata Tempellmahbang, Jepon, Blora dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Terwujudnya web desa wisata dapat digunakan sebagai media untuk mempromosikan wisata desa, memberikan informasi wisata yang *up to date* dan dapat digunakan untuk meningkatkan kreatifitas dalam mengenalkan potensi wisata yang dimiliki desa.
- Web desa wisata didukung dengan fasilitas pemesanan secara *online* sehingga pengunjung wisata dapat melakukan pemesanan tempat sebelum datang ke lokasi.

## 5. SARAN

Kegiatan lanjutan dari pengabdian masyarakat ini yang berkaitan dengan desa wisata adalah pelatihan dan pendampingan *editing* foto dan *video* bagi pengelola desa wisata sehingga hasil video dan foto yang diunggah enak dilihat dan menggambarkan kondisi nyata desa wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Masitah, "Pengembangan Desa Wisata oleh Pemerintah Desa Babakan, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Pangandaran," *Din. J. Ilm. Ilmu Adm. Negara*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2019.
- [2] L. Lisnawati and S. Lestari, "Analisis faktor pembangunan desa dalam pengembangan desa mandiri berkelanjutan pada Desa Bunghu Aceh Besar," *Publisia J. Ilmu Adm. Publik*, vol. 4, no. 2, 2019.
- [3] A. Susanto *et al.*, "Implementasi Sistem Informasi Desa ( SID ) untuk Peningkatan Layanan dan Keterbukaan Informasi di Desa," vol. 4, no. 2, pp. 38–47, 2021.
- [4] A. E. Trisnawati, H. Haryono, and C. Wardoyo, "Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal," *J. Pendidik. Teor. Penelitian, dan Pengemb.*, vol. 3, no. 1, pp. 29–33, 2018.
- [5] S. Kasim, Murianto, and C. Satria, "Perancangan Media Promosi Desa Sintung Sebagai Desa Wisata," *J. Inov. Penelit.*, vol. 21, no. 2, pp. 290–300, 2020.
- [6] PemdaJawaTengah, "Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 2 Tahun 2019 Tentang Pemberdayaan Desa Wisata Di Provinsi Jawa Tengah," 2019.
- [7] Kemenkeu, "Buku Saku Dana Desa," *Kementerian. Keuang. Republik Indones.*, pp. 1–97, 2017.
- [8] B. P. W. Nirmala and A. A. I. I. Paramitha, "Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0," *J. Karya Abdi Masy.*, vol. 4, no. 3, pp. 350–355, 2020.
- [9] Simon Kemp, "Digital 2021 Indonesia." We Are Social & Hootsuite, 2021.
- [10] A. Susanto, *IT untuk Pembangunan Desa*. 2021.
- [11] A. Susanto, C. A. Sari, D. R. I. Moses, E. H. Rachmawanto, and I. Utomo, "Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online," *J. Pengabd. Masy. - LPPM Univ. Dian Nuswantoro Semarang*, vol. 3, no. 1, pp. 42–51, 2020.
- [12] I. U. Wahyu Mulyono, A. Susanto, E. H. Rachmawanto, C. A. Sari, and D. R. I. M. Setiadi, "Implementasi E-Learning Menggunakan Edmodo bagi Guru-Guru SD Kecamatan Cawas, Klaten," vol. 3, no. 1, pp. 56–64, 2020.