

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL MELALUI PENGEMBANGAN WEBSITE DI DESA WISATA BRANJANG

Arnandhia Fatimah Azzahra

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya, Indonesia

Email: 20045010043@student.upnjatim.ac.id

Abstract

The use of digital technology in tourism activities is one way of promotion in order to increase tourist visits. This research aims to analyze the development and implementation of the Branjang Tourism Village website in utilizing digital technology. The research method used is qualitative to find out in depth about the use of digital technology through website development in Branjang Village. The data source used is primary data from interviews. Secondary data was obtained from the Branjang Tourism Village website, literature and scientific journals. The research results show that the development of tourist village websites is a promotional medium for tourist villages. The creation of a tourist village website can also be used as a forum for selling Branjang Village MSME products through online media that can be accessed anywhere and at any time. However, there are obstacles in managing websites, including limited human resources and budget for improving website features and website page design. However, the existence of the Branjang Tourism Village website is one of the right strategies for utilizing digital technology.

Keywords: *Tourism Village, Digital Technology, Website*

Abstraksi

Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pariwisata menjadi salah satu cara promosi dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan dan implementasi website Desa Wisata Branjang dalam memanfaatkan teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif untuk mengetahui secara mendalam tentang pemanfaatan teknologi digital melalui pengembangan website di Desa Branjang. Sumber data yang digunakan berupa data primer dari hasil wawancara. Data sekunder diperoleh dari situs website Desa Wisata Branjang, literatur dan jurnal ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan website desa wisata sebagai media promosi desa wisata. Terwujudnya website desa wisata juga dapat digunakan sebagai wadah untuk penjualan produk UMKM Desa Branjang melalui media online yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Namun, terdapat kendala dalam pengelolaan website diantaranya keterbatasan sumber daya manusia serta anggaran dalam peningkatan fitur website maupun desain laman website. Akan tetapi, adanya website Desa Wisata Branjang menjadi salah satu strategi yang tepat dalam pemanfaatan teknologi digital.

Kata Kunci: *Desa Wisata, Teknologi Digital, Website*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu kegiatan yang dapat menghadirkan kesenangan melalui pelayanan yang diberikan oleh lokasi wisata [1]. Pemasaran digital dengan memanfaatkan internet merupakan sesuatu yang perlu dilakukan dalam mendapatkan sasaran yang tepat pada segmen pasar, maka dari itu tanggapan wisatawan dalam menyikapi informasi destinasi yang akan dituju menjadi kepentingan yang diusahakan oleh masyarakat dan pemerintah daerah wisata [2]. Desa wisata merupakan salah satu bentuk penerapan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan berkelanjutan [3]. Teknologi berbasis digital menjadi salah satu penerapan dalam pengembangan desa wisata yang memberikan keuntungan signifikan bagi penyelenggaraan pariwisata [4]. Digitalisasi desa wisata dinilai dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi mengenai destinasi wisata yang ada di desa wisata, sekaligus dapat menekan biaya yang dikeluarkan baik pengelola maupun wisatawan itu sendiri [4].

Desa Branjang merupakan salah satu Desa yang berlokasi di Kabupaten Semarang [5]. Pada tanggal 25 September 2020 Desa Branjang resmi ditetapkan sebagai desa wisata melalui Keputusan Bupati Semarang Nomor 556/0389/2020 [6]. Penetapan ini bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat sekitar untuk memanfaatkan sumber daya yang ada guna mendukung keberlanjutan kegiatan pariwisata [6]. Desa Wisata Branjang memiliki daya tarik wisata pada buah durian dan alpukat [7]. Desa Wisata Branjang mempunyai potensi alam yang bisa dikembangkan yaitu taman toga [6]. Desa Wisata Branjang mengembangkan wisata edukasi karena memiliki potensi tanaman obat yang cukup besar [6].

Dalam menjangkau target pasar yang lebih luas, maka dari itu Desa Branjang melakukan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga yaitu *website*, Instagram, Facebook dan YouTube [5]. Salah satu pemanfaatan teknologi digital pada Desa Wisata Branjang yaitu *website* dengan nama domain *deswitabranjang.com*. Identitas media desa wisata dibangun melalui pembuatan *website* yang menyediakan *platform* reservasi paket wisata yang berfungsi sebagai saluran transaksi pembelian tiket paket wisata [8]. Penelitian ini untuk mendalami tentang bagaimana penggunaan *website* sebagai media informasi destinasi wisata bagi Desa Wisata Branjang dan pentingnya peran *website* sebagai media informasi terhadap peningkatan pariwisata. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai manfaat dan tantangan pengembangan *website* desa dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan pada Desa Wisata Branjang. Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi dalam memberikan wawasan dan rekomendasi bagi pengembangan industri pariwisata berbasis teknologi untuk mencapai tingkat pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan daya tarik wisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian dengan judul “Pemetaan Komponen *Website* Desa Wisata Lebakmuncang Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism)” bahwa nama domain

desawisatabakmuncang.wordpress.com digunakan pada *website* Desa Wisata Lebakmuncang. Desa Wisata Lebakmuncang memanfaatkan *website* untuk memasarkan kegiatan wisatanya. Pada penelitian ini dilakukan pemetaan komponen *website* agar *website* menjadi media promosi yang efektif sesuai standar pariwisata. Hasil dari penelitian ini *website* Desa Penglipuran hanya memenuhi 2 dimensi yaitu dimensi informasi dan dimensi komunikasi. Masih terdapat beberapa kekurangan pada *website* Desa Wisata Penglipuran seperti tautan yang tidak bisa diakses yakni menu kontak pada laman akomodasi penginapan [9].

Penelitian dengan judul “Digitalisasi Pariwisata Berbasis *Website* Di Desa Wisata Penglipuran Bali” menyatakan Desa Wisata Penglipuran memiliki *website* yang bisa diakses melalui tautan penglipuran.net. Pada penelitian ini dilakukan analisis komponen *website* Desa Wisata Penglipuran dengan menggunakan indikator dari *Destination management System* (DMS). Hasil dari penelitian ini *website* Desa Penglipuran hanya memenuhi 2 dimensi yaitu dimensi informasi dan dimensi komunikasi. Masih terdapat beberapa kekurangan pada *website* Desa Wisata Penglipuran seperti tautan yang tidak bisa diakses yakni menu kontak pada laman akomodasi penginapan [10].

Penelitian lainnya dengan judul “Analisis Komponen *Website* Desa Wisata Cimande Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism) Desa Wisata Cimande” menggunakan *website* untuk mempromosikan kegiatan wisatanya dengan nama domain yaitu desawisatcimande.com. Penelitian ini untuk mengetahui komponen *website* Desa Wisata Cimande dengan berbagai indikator seperti kredibilitas dan fungsionalitas *website* serta kualitas presentasi konten *website*. Hasil penelitian ini *website* masih tergolong minim seperti pencarian cepat kualitasnya masih buruk dan belum ada penggunaan bahasa asing [11].

Dari penelitian-peneliti terdahulu yang telah dijelaskan bahwa peneliti terdahulu menyatakan Desa Wisata di Indonesia telah menggunakan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya mempromosikan daerahnya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *website* terhadap pemenuhan informasi wisata sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna saat mengakses *website*. Sejalan dengan peneliti [12] yang melakukan studi kasus digitalisasi pada tiga desa wisata antara lain Desa Wisata Pulesari, Desa Wisata Nglanggeran dan Desa Wisata Kerta. Desa Wisata Pulesari telah memanfaatkan media digital dalam mempromosikan desa. Pengelola Desa Wisata Pulesari menyuguhkan informasi objek wisata serta paket wisata melalui *website* dan media sosial. Desa Nglanggeran juga memanfaatkan pengembangan teknologi informasi berbasis digital yang mencakup media sosial, *website*, hingga *e-ticketing*. Desa Wisata Kerta juga menggunakan digitalisasi wisata yang dilakukan oleh pengelola desa wisata yang berwenang sebagai administrator dalam membuat seluruh konten pada *website* dan aplikasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui secara mendalam tentang pemanfaatan teknologi digital melalui pengembangan *website* di Desa Branjang. Pendekatan ini dipilih memahami secara mendalam pengembangan *website* desa. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Desa Wisata Branjang yang terletak di Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan melibatkan berbagai pihak yaitu pengelola Desa Wisata Branjang. Sumber data dalam penelitian ini sebanyak 3 orang diantaranya Ketua Pokdarwis, Ketua Pengelola Desa Wisata Branjang, dan Koordinator Pemasaran Desa Wisata Branjang. Data sekunder diperoleh dari situs *website* Desa Wisata Branjang, literatur dan jurnal ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Website Desa Wisata Branjang

Desa wisata branjang memiliki *website* dengan nama domain *deswitabranjang.com*. Website Desa Wisata Branjang dikelola oleh koordinator pemasaran dan *branding* Desa Branjang. *Website* Desa Wisata Branjang digunakan untuk mempermudah pengguna untuk mencari informasi berupa teks dan foto untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang daya tarik wisata di Desa Wisata Branjang. Diharapkan situs web ini dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, sehingga jumlah pengunjung meningkat dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa melalui minat yang tinggi terhadap potensi desa [13]. Selain itu, pengguna juga dapat memesan produk UMKM Desa Branjang secara *online*. Pemasaran digital dapat membantu pelaku UMKM dalam mempromosikan dan memasarkan produk mereka secara luas [14].



Gambar 1. Logo Desa Branjang

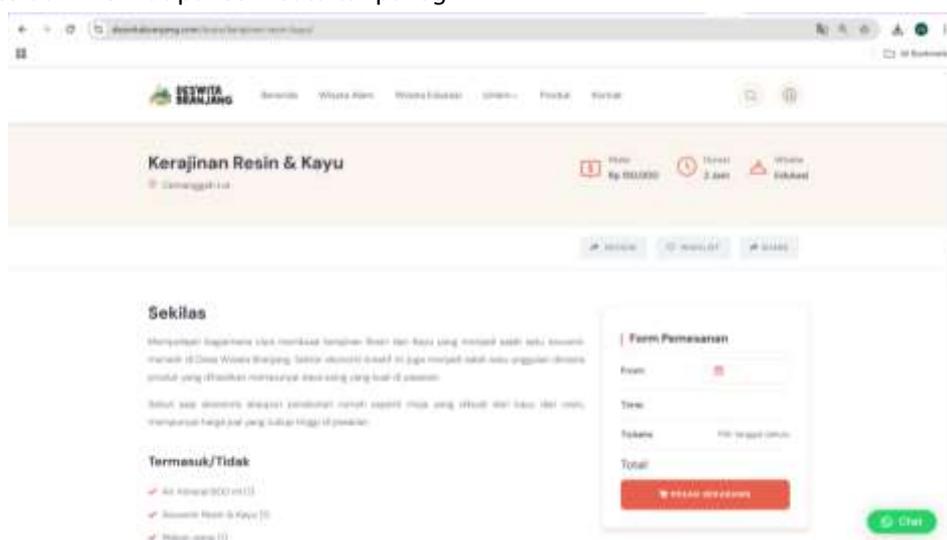
Logo berfungsi sebagai citra positif suatu daya tarik wisata, menarik perhatian pengunjung, serta menjelaskan nilai dan karakteristik objek wisata. Logo menjadi salah satu faktor penting dalam membangun identitas dan citra tempat wisata [15]. Dalam mempromosikan Desa Wisata Branjang memerlukan sebuah logo *branding*. Desa

Wisata Branjang telah memiliki logo untuk mempromosikan destinasi wisatanya. Logo tersebut menggambarkan geografis Desa Branjang yaitu terasering persawahan [16]. Selain itu, ikon dan sejarah desa digambarkan dengan Gunung Ungaran dan Burung [16]. Dalam mempromosikan Desa Wisata Branjang memerlukan sebuah logo *branding*. [16].



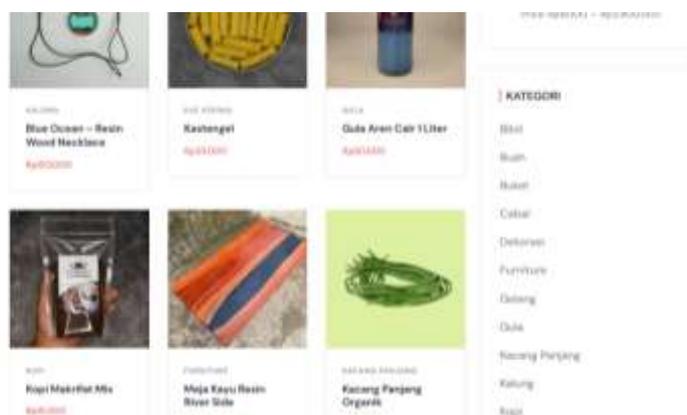
Gambar 2. Laman Beranda Website Desa Wisata Branjang

Tampilan beranda website Deswita Branjang tersebut menampilkan tradisi lokal masyarakat Desa Branjang sebagai sebuah strategi promosi yang efektif. Dalam laman tersebut tersebut terdapat beragam paket wisata yang dihadirkan antara lain budidaya bonsai kelapa, kuda kumping, kerajinan resin & kayu, dan beragam paket-paket wisata yang menarik lainnya. Dalam halaman ini menampilkan harga tiket wisata. Selain itu, terdapat tombol *explore* pada bagian bawah jenis wisata yang berfungsi untuk melihat paket wisata secara detail. Pada bagian pojok kiri atas terdapat logo Desa Wisata Branjang. Pada bagian pojok kanan bawah terdapat ikon whatsapp yang terhubung dengan nomor kontak person Desa Wisata Branjang. Pengguna dapat melihat situs website dan melihat paket wisata tanpa login.



Gambar 3. Laman Detail Paket Wisata

Jika pengguna menekan tombol explore, maka muncul penjelasan mengenai detail paket wisata mendalam, harga, fasilitas, *review* pengunjung hingga *rating* paket wisata. Pengguna dapat memesan paket wisata dengan melakukan pengisian form pemesanan paket wisata hingga melakukan pembayaran transaksi. Pada form pemesanan, pengguna dapat mengisi estimasi tanggal dan jam serta jumlah tiket. Kemudian, pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan metode transfer bank.



Gambar 4. Laman Produk Website Desa Wisata Branjang

Website Dewita Branjang mempunyai fitur untuk melakukan transaksi pemesanan produk UMKM secara daring. Fitur ini memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan produk UMKM diantaranya kerajinan resin, kopi, sayur dan buah. Laman ini menampilkan harga dan kategori jenis produknya. Terdapat fitur *shopping cart* agar memudahkan pelanggan menyimpan daftar barang yang ingin dibeli. Pada fitur produk pelanggan dapat mengisi form pemesanan produk UMKM dan dilanjutkan dengan pembayaran.

4.2 Kendala dan Tantangan dalam Pengembangan Website

Kendala dalam pengembangan website Desa Wisata Branjang adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam hal kemampuan untuk membuat dan mengelola *website*. Dalam hal pengembangan *website* dibutuhkan sumber daya manusia yang berkompeten dalam mengelola *website* tetap berjalan dan memastikan kelangsungan informasi yang disajikan. Dalam mengatasi kurangnya SDM diperlukan pemberian pelatihan operasional website agar website berjalan lancar. Selain itu, anggaran biaya yang terbatas dalam pengelolaan *website* seperti peningkatan fitur *website* atau desain laman *website*.

Pemanfaatan teknologi digital sangatlah penting bagi sebuah industri pariwisata. Desa Wisata di Indonesia sangat memerlukan promosi kepada khalayak luas agar wisatawan mudah mendapatkan informasi. Salah satunya Desa Wisata Branjang yang telah menerapkan teknologi digital seperti *website* dalam menunjang kegiatan

pariwisatanya. Berdasarkan penelitian ini pengembangan *website* Desa Wisata Branjang telah diimplementasikan dengan baik. *Website* Desa Wisata Branjang digunakan untuk pemesanan tiket wisata dan pemesanan produk UMKM yang mana kegiatan ini dapat memberikan layanan yang efektif kepada wisatawan. Dalam pengembangan *website* Desa Wisata Branjang perlu adanya laman yang menyediakan informasi berita terkait acara yang diselenggarakan Desa Branjang. Tersedianya informasi sangat penting untuk agar wisatawan dapat mengetahui kegiatan yang terselenggara di Desa Branjang. Selain itu, bagi pengelola Desa Branjang dapat melakukan pembaruan rutin tentang acara, fasilitas, dan layanan yang tersedia agar informasi tetap akurat dan menarik bagi wisatawan.

5. KESIMPULAN

Pemanfaatan teknologi digital melalui pengembangan *website* di Desa Wisata Branjang memberikan manfaat untuk promosi dengan jangkauan yang luas. Pengembangan *website* desa wisata merupakan salah satu strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kunjungan wisata di Desa Branjang. *Website* desa wisata branjang yang dikenal *deswitabranjang.com* menyediakan fitur pemesanan paket wisata dan produk UMKM. Pemesanan paket wisata yang tersedia pada *website* memudahkan calon wisatawan untuk memesan tanpa harus datang ke tempat langsung. Selain itu, *website* ini juga bermanfaat bagi pelaku UMKM Desa Branjang untuk memasarkan produknya dalam meningkatkan penjualan. Kendala dalam pengembangan *website* Desa Wisata Branjang adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam hal kemampuan untuk membuat dan mengelola *website*. Selain itu, peningkatan fitur *website* atau desain laman *website* membutuhkan biaya yang tidak murah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Erwin Akib, "Pariwisata Dalam Tinjauan Pendidikan: Studi Menuju Era Revolusi Industri," *Pusaka J. Tour. Hosp. Travel Bus. Event*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2024, doi: 10.33649/pusaka.v2i1.40.
- [2] R. Herningtyas and A. M. Wirasenjaya, "Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Di Dusun Lopati Kelurahan Trimurti Kabupaten Bantul Yogyakarta," *Pros. Semin. Nas. Progr. Pengabd. Masy.*, pp. 926–933, 2021, doi: 10.18196/ppm.23.403.
- [3] B. Kharisma, "Strategi Pengembangan Digitalisasi Desa Wisata : Studi Kasus Desa Jatiluwuh, Kabupaten Tabanan Provinsi Bali," *J. Ilm. Cakrawarti*, vol. 6, no. 2, 2023, doi: 10.47532/jic.v6i2.841.
- [4] Asman Abnur, A. Mustika, and E. Amalia, "Komparasi Efektifitas Strategi Pemasaran Desa Wisata Kampung Terih Batam Dan Desa Wisata Ekang Anculai Bintan," *J. Mekar*, vol. 2, no. 1, pp. 21–27, 2023, doi: 10.59193/jmr.v2i1.152.
- [5] T. Tutik, H. Krisnatalia, Y. R. Satato, S. Solichoel, and S. Hadi, "Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang," *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 5, no. 1, p. 973, 2021, doi:

- 10.31764/jpmb.v5i1.4900.
- [6] Pranoto, Abdul Charis, Ahmad Zidane Alwi, Lintang Ayu Arianti, and Wilda Wufqi Nur Hidayat, "IDENTIFIKASI POPULASI POHON AREN (*Arenga pinnata*) SEBAGAI POTENSI UTAMA PRODUK KREATIF DESA WISATA BRANJANG UNGARAN," *Media Inf. Penelit. Kabupaten Semarang*, vol. 4, no. 1, pp. 100–111, 2022, doi: 10.55606/sinov.v5i1.220.
- [7] Nikmatuniayah, Marliyati, J. Handayani, and L. Mardiana, "Penerapan Teknologi Jurnalisme Digital dan Promosi Desa Wisata Branjang Kec. Ungaran Barat, Kab Semarang," *J. Hilirisasi Technol. Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 1, pp. 59–67, 2024.
- [8] Yuliansyah Herman, Asti Surahma, Tentama Fatwa, Sulistyawati, Nafiati Lu'lu', and Sukeksi Tri, "Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital Untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul," *IJCOSIN Indones. J. Community Serv. Innov.*, vol. 2, no. 1, pp. 07–13, 2022.
- [9] Verza Aldirindra Nugraha, F. D. Medina, and E. Malihah, "Pemetaan Komponen Website Desa Wisata Lebakmuncang Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism)," *J. Ilm. Hosp. Manag.*, vol. 14, no. 2, pp. 273–294, 2024, doi: 10.22334/jihm.v14i2.274.
- [10] N. W. R. Mariani, P. R. D. Putra, P. C. L. Devanda, and I. P. Sunarto, "Digitalisasi Pariwisata Berbasis Website di Desa Wisata Penglipuran Bali," *J. Mantik*, vol. 6, no. 2, pp. 2236–2244, 2022.
- [11] D. Puspita Sari, R. Pratiwi Batubara, P. Studi Usaha Perjalanan Wisata, S. tinggi Pariwisata Bogor Jl Curug Mekar No, and K. Bogor, "Analisis Komponen Website Desa Wisata Cimande Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism) Component Analysis of Cimande Tourism Website As a Media for Electronic Promotion (E-Tourism)," *Sos. Hum.*, vol. Volume 12, no. 2550–0236, pp. 45–53, 2021.
- [12] A. T. Mumtaz and M. Karmilah, "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata," *J. Kaji. Ruang*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2021, doi: 10.30659/jkr.v1i1.19790.
- [13] I. G. N. Kanha, I. N. Yudi, A. Wijaya, I. G. Juliana, and E. Putra, "Pembuatan Website Desa Wisata Sebagai Media Promosi Potensi Wisata di Desa Sebatu," *J. Pengabd. Nas. (JPN) Indones.*, vol. 5, no. 3, pp. 658–667, 2024.
- [14] F. Darmawan, "Implementasi Website Dan E-Commerce Sebagai Promosi Online UMKM Desa Telukbango," *Abdima J. Pengabd. Mhs.*, vol. 2, no. 1, pp. 257–263, 2022.
- [15] R. S. Pernyata, "Perancangan Logo dengan Metode Logo Design Process untuk Tempat Wisata," *Pros. Serenade*, vol. 2, no. 1, pp. 414–421, 2023, [Online]. Available: <https://serenade.ukdw.ac.id/index.php/serenade/article/view/94>
- [16] H. Sabrani, "Logo Desa Branjang." Accessed: Nov. 15, 2024. [Online]. Available: https://hajarsabrani.com/portfolio/logo-desa-branjang/?srsltid=AfmBOoqPPuQGRC4uq1v_WTDwYxtBHKVKEoITp3H7OJ0ZbFE_z2Apqd_