

Rancang Bangun Sistem Informasi Wisata Wetan Bengawan Trip

Design and Development of the Bengawan Trip Tourist Information System

Aji Wasis Achmad Basuki*¹, Dzul Fikri², Charisma Deo Sagitarius³, Indrawan Ady
Saputro⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Informatika, STMIK Amikom Surakarta

e-mail: *aji.was@mhs.amikomsolo.ac.id

Abstrak – Sektor pariwisata menghadapi tantangan signifikan dalam era digital, di mana ketersediaan informasi yang akurat, mudah diakses, dan selalu diperbarui menjadi kunci keberhasilan promosi destinasi wisata. Banyak situs web pariwisata, terutama untuk destinasi yang dikelola oleh komunitas lokal, masih bersifat statis dan kurang responsif terhadap perubahan cepat dalam preferensi wisatawan dan dinamika pasar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi pengembangan situs web untuk Wetan Bengawan Trip menggunakan WordPress sebagai solusi manajemen konten wisata yang dinamis. Melalui pendekatan studi kasus pada destinasi wisata Wetan Bengawan, penelitian ini mengadopsi metodologi pengembangan sistem yang meliputi analisis kebutuhan, perancangan, implementasi kustomisasi WordPress (tema dan plugin), serta evaluasi komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan kustomisasi yang tepat, WordPress dapat dioptimalkan untuk memenuhi kebutuhan spesifik manajemen konten wisata, meningkatkan efisiensi pengelolaan informasi, dan memperkaya pengalaman pengguna. Evaluasi usability dan performa mengonfirmasi peningkatan signifikan dalam kemudahan penggunaan bagi administrator dan kepuasan pengunjung situs dibandingkan dengan situs statis sebelumnya. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor kritis dalam pengembangan sistem informasi pariwisata berbasis web dan menyediakan panduan praktis bagi pengelola destinasi wisata dalam mengadopsi teknologi manajemen konten untuk mendukung strategi pemasaran digital.

Kata kunci – pariwisata; promosi; sistem informasi; wordpress

Strategi Pemasaran Digital Pariwisata

Abstract – The tourism sector faces significant challenges in the digital era, where the availability of accurate, easily accessible, and constantly updated information is key to the successful promotion of tourist destinations. Many tourism websites, especially for destinations managed by local communities, remain static and less responsive to rapid changes in tourist preferences and market dynamics. This research aims to design, implement, and evaluate the development of a website using WordPress as a dynamic tourism content management solution. Through a case study approach on a tourist destination, the research adopts a system development methodology that includes needs analysis, design, implementation of WordPress customization (themes and plugins), and comprehensive evaluation. The results show that with proper customization, WordPress can be optimized to meet the specific needs of tourism content management, improve information management efficiency, and enrich user experience. Usability and performance evaluations confirm significant improvements in ease of use for administrators and site

visitor satisfaction compared to the previous static site. These findings contribute to a better understanding of critical factors in the development of web-based tourism information systems and provide practical guidance for tourist destination managers in adopting content management technology to support their digital marketing strategies.

Keywords – tourism; promotion; information systems; wordpress

I. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang tumbuh paling cepat di dunia, dengan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional dan penciptaan lapangan kerja[1]. Di era digital, keberhasilan destinasi wisata tidak lagi hanya bergantung pada keindahan alam atau kekayaan budaya, tetapi juga pada kemampuannya untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mempromosikan dan mengelola sumber daya wisatanya. Situs web menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran digital pariwisata, berfungsi sebagai gerbang informasi dan sarana interaksi pertama antara destinasi wisata dan calon pengunjung.

Namun demikian, banyak situs web pariwisata, terutama untuk destinasi yang baru berkembang atau dikelola oleh komunitas lokal, masih bersifat statis dan kurang responsif terhadap dinamika pasar. Konten yang jarang diperbarui, informasi yang tidak akurat, serta kurangnya fitur interaktif menjadi kendala utama. Hal ini berpotensi menurunkan minat calon wisatawan dan pada akhirnya berdampak pada jumlah kunjungan. Di sisi lain, pengelola wisata sering kali tidak memiliki sumber daya atau keahlian teknis yang memadai untuk memelihara situs web yang kompleks.

Permasalahan ini mengarah pada kebutuhan akan sistem manajemen konten yang mudah digunakan, fleksibel, namun tetap powerful. WordPress, sebagai salah satu Content Management System (CMS) terpopuler di dunia, menawarkan solusi potensial [2]. Awalnya dikenal sebagai platform blogging, WordPress kini telah berevolusi menjadi sistem yang dapat disesuaikan untuk berbagai kebutuhan, termasuk e-commerce dan manajemen konten dinamis. Kemudahan penggunaan, komunitas pengembang yang luas, serta ribuan plugin dan tema yang tersedia, menjadikan WordPress pilihan menarik untuk pengembangan situs web pariwisata.

Meskipun demikian, implementasi WordPress untuk manajemen konten wisata yang dinamis bukanlah tanpa tantangan. Karakteristik unik informasi pariwisata—seperti variasi musiman, perubahan harga yang cepat, kebutuhan akan geo-lokasi, serta integrasi dengan sistem pemesanan dan pembayaran—memerlukan penyesuaian dan pengembangan lebih lanjut. Selain itu, aspek keamanan dan performa menjadi krusial mengingat situs pariwisata sering menjadi target serangan siber dan harus mampu menangani lonjakan trafik pada musim puncak.

Penelitian terdahulu telah mengeksplorasi penggunaan CMS dalam konteks pariwisata. Sebuah studi oleh Djoni (2021) menganalisis efektivitas berbagai CMS untuk situs web hotel [3], menemukan bahwa fleksibilitas dan kemudahan pembaruan konten menjadi faktor kunci kepuasan pengguna. Sementara itu, Pradana Y (2021) menekankan pentingnya konten yang dihasilkan pengguna (user-generated content) dalam mempengaruhi keputusan calon wisatawan, menunjukkan kebutuhan akan sistem yang dapat mengintegrasikan ulasan dan penilaian pengunjung secara dinamis [4].

Dalam konteks WordPress spesifik, Stangl B (2020) mendemonstrasikan bagaimana CMS ini dapat dioptimalkan untuk mendukung pariwisata berbasis komunitas, namun penelitian

mereka lebih berfokus pada aspek sosial dan kurang mendalam pada sisi teknis pengembangan [5]. Di sisi lain, Pande S (2021) mengusulkan framework untuk pengembangan situs e-tourism menggunakan WordPress, tetapi implementasi dan evaluasi empirisnya masih terbatas [6].

Kesenjangan dalam literatur ini menggaris bawahi pentingnya penelitian lebih lanjut yang tidak hanya berfokus pada pemilihan teknologi, tetapi juga pada proses pengembangan, kustomisasi, dan evaluasi komprehensif solusi manajemen konten wisata berbasis WordPress. Studi semacam itu akan memberikan wawasan berharga bagi pengelola destinasi wisata, pengembang web, dan peneliti di bidang sistem informasi pariwisata.

Perkembangan pariwisata telah membawa perubahan signifikan dalam pola perjalanan wisata. Wisatawan saat ini tidak hanya mencari destinasi yang menawarkan keindahan alam semata, tetapi juga pengalaman yang unik dan otentik. Desa wisata hadir sebagai alternatif bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana pedesaan yang khas, mempelajari budaya lokal, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat.

Konsep desa wisata menawarkan kesempatan bagi wisatawan untuk terlibat dalam kegiatan sehari-hari masyarakat desa, seperti pertanian, kerajinan tangan, atau upacara adat. Melalui pengalaman ini, wisatawan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kehidupan masyarakat desa dan menghargai kekayaan budaya yang dimiliki [7][8].

Pengembangan desa wisata juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Dengan menarik wisatawan, desa dapat mengembangkan usaha-usaha lokal, seperti penyediaan akomodasi, kuliner, dan cinderamata. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pelestarian budaya serta lingkungan alam [9].

Salah satu desa yang berhasil mengembangkan potensi wisatanya adalah Desa Wirun, yang terletak di Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Desa Wirun memiliki keunikan tersendiri dengan adanya tradisi dan kebudayaan yang masih lekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Melalui pengembangan desa wisata, Desa Wirun berupaya untuk melestarikan warisan budaya sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Wetanbengawatrip pada akhir tahun 2023 berkolaborasi dengan Soerakarta Walking Tour dan berhasil menarik perhatian banyak wisatawan Wetan Bengawan Trip menggunakan website sebagai media promosi. Namun tampilan website lama dirasa kurang menarik dan user-friendly. Situs web memiliki desain yang tidak menarik dan sulit dinavigasi oleh pengguna akan menyebabkan lebih sedikit pengunjung dan lebih sedikit minat pengunjung. Selain itu, konten dan informasi yang dipublikasikan di website tersebut kurang lengkap dan menarik bagi calon wisatawan. Hal ini tentu menjadi kendala dalam promosi dan penyebaran informasi mengenai produk wisata yang ditawarkan. Oleh karena itu, optimasi website sangat penting untuk menangkap minat pengunjung secara optimal. Agar website dapat menjadi salah satu media promosi Wetan Bengawan Trip yang efektif maka perlu dilakukan pembaharuan desain, penyajian konten yang lebih menarik dan perbaikan pada aspek user experience [10].

Maka dari itu perlu diupayakan optimalisasi konten media sosial Wetan Bengawan Trip dan perbaikan tampilan serta fungsionalitas situs web BUMDESMA WINDULANANG. Hal ini bertujuan untuk menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan pendapatan desa, dan

memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Dengan promosi yang efektif, Desa Wirun dan sekitarnya dapat menjadi destinasi wisata yang populer dan berkontribusi positif bagi perkembangan desa.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengembangan sistem (system development) dengan metode prototyping. Tahapan yang dilakukan meliputi analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, dan pengujian. Berikut adalah rincian dari setiap tahapan:

A. Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, dilakukan wawancara dan observasi terhadap pengelola wisata untuk mengidentifikasi kebutuhan fungsional dan non-fungsional sistem. Hasil analisis menunjukkan bahwa dibutuhkan sebuah situs web yang mampu mengelola konten wisata secara dinamis, mudah diperbarui, dan memiliki antarmuka yang ramah pengguna.

B. Perancangan

Berdasarkan hasil analisis yang ada, dirancang sistem berbasis WordPress dengan pertimbangan kemudahan pengembangan dan fleksibilitas. Perancangan meliputi:

- a. Pemilihan tema: Dipilih tema responsif yang mendukung tampilan di berbagai perangkat.
- b. Struktur menu: Dirancang struktur menu yang intuitif untuk memudahkan navigasi pengunjung dan dapat memberi gambaran tentang objek wisata.

C. Implementasi

Implementasi sistem dilakukan dengan spesifikasi sebagai berikut:

a. Perangkat keras:

Processor: Intel Core i5 (minimal)

RAM: 8 GB (minimal)

Harddisk: 256 GB SSD

b. Perangkat lunak:

Sistem operasi: Windows 10/11 atau macOS Mojave (atau versi lebih baru)

Server lokal: MySQL, mariadb

Browser: Google Chrome v89 atau Mozilla Firefox v86

WordPress versi 6.5

c. Prosedur implementasi:

Instalasi WordPress pada server lokal.

Konfigurasi pengaturan dasar WordPress.

Instalasi dan aktivasi tema terpilih.

Instalasi dan konfigurasi plugin yang diperlukan.

Pembuatan halaman dan post sesuai dengan rancangan.

Kustomisasi tampilan menggunakan CSS tambahan jika diperlukan.

Pengisian konten awal untuk pengujian.

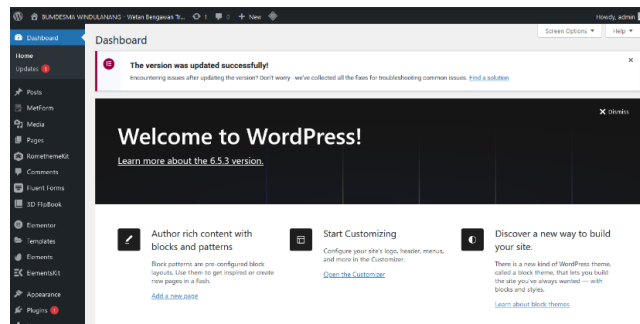
D. Analisis Data

Data hasil pengujian dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Untuk pengujian usability, skor SUS dihitung dan diinterpretasikan berdasarkan standar penilaian SUS. Hasil pengujian fungsional dan kompatibilitas disajikan dalam bentuk tabel dengan persentase keberhasilan untuk setiap kasus uji.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

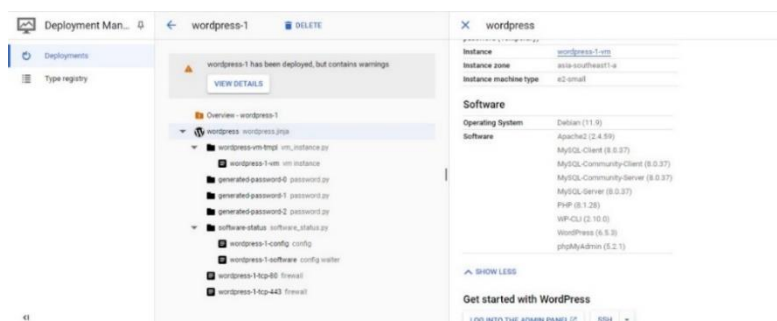
Berdasarkan analisis permasalahan yang terjadi maka perlu pengembangan situs web yang dinamis untuk menggantikan situs web lama yang statis sehingga menampilkan tampilan web yang lebih menarik dan memudahkan dalam pemahaman informasi. Pengembangan website Wetan Bengawan Trip menggunakan WordPress terbukti efektif dalam menciptakan platform manajemen konten wisata yang dinamis. Pemilihan WordPress sebagai CMS memungkinkan pengelola untuk memperbarui konten dengan mudah tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam.

1. Pengembangan Situs web menggunakan CMS (Content Management System) wordpress, dikarenakan menawarkan kemudahan dalam pembuatan dan pengelolaan Situs web. Halaman dashboard dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Halaman Dashboard Wordpress Wetan Bengawan Trip

2. Kebutuhan hosting menggunakan GCP (Google Cloud Platform). Halaman deployment tersaji pada gambar 2.



Gambar 2. Halaman Deployment Situs web Wetan Bengawan Trip pada GCP

3. Plugin yang digunakan dalam wordpress antara lain:
 - a. Elementor

Plugin ini digunakan untuk membuat halaman Situs web dan mengatur konten Situs web.

b. Fluent Form

Digunakan untuk membuat form reservasi pemesanan tiket.

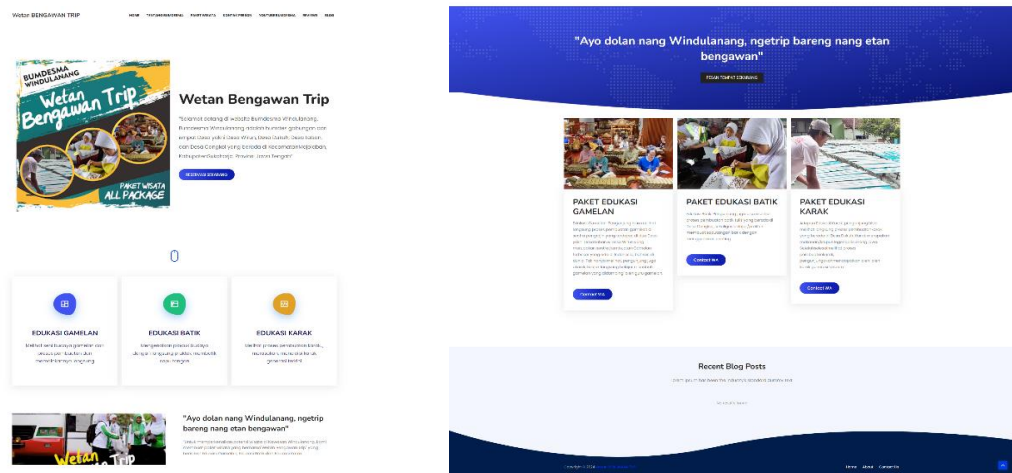
c. WhatsApp Chat Support

Digunakan untuk menambahkan tombol chat ke Whatsapp Admin.

d. 3D Flipbook

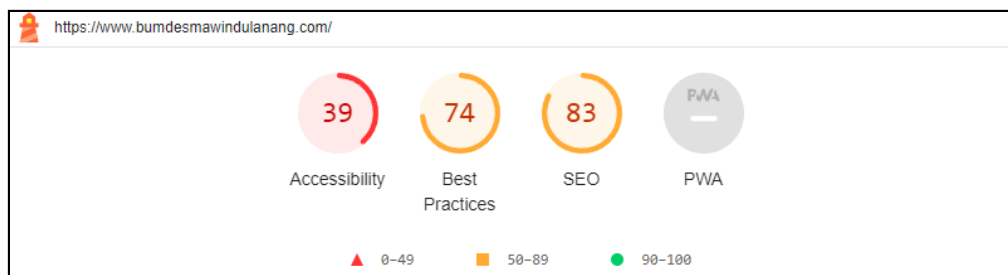
Digunakan untuk menampilkan guidebook dengan animasi perpindahan halaman yang serupa dengan ketika membuka sebuah halaman buku di dunia nyata.

Berikut merupakan perbandingan performa dan juga tampilan dari Situs web yang lama dengan Situs web yang baru tersaji pada gambar 3.



Gambar 3. Tampilan Situs Web Wetan Bengawan Trip yang lama

Dapat dilihat pada Gambar 3 situs web Wetan Bengawan Trip yang lama hanya berupa tampilan statis serta terdapat beberapa bagian yang masih template (Lorem Ipsum dst).



Gambar 4. Hasil Uji Performa menggunakan Light House

Pada gambar 4. dapat dilihat bahwa aksesibilitas termasuk dalam kategori rendah, dimana dengan aksesibilitas yang rendah dapat menyebabkan setiap orang termasuk orang distabilitas sulit untuk memahami, menavigasi, dan berinteraksi dengan situs web. Lalu untuk *best practice* serta SEO (*Search Engine Optimization*) termasuk dalam kategori sedang, yang menurut tim pelaksana masih dapat ditingkatkan karena, *best practice* yang rendah dapat menyebabkan kinerja yang buruk, keamanan yang rentan, serta masalah aksesibilitas. SEO juga berdampak pada jumlah pengunjung yang berkunjung ke situs, dan kemudahan dalam pencarian situs di internet.



Gambar 5. Tampilan depan bagian atas yang baru

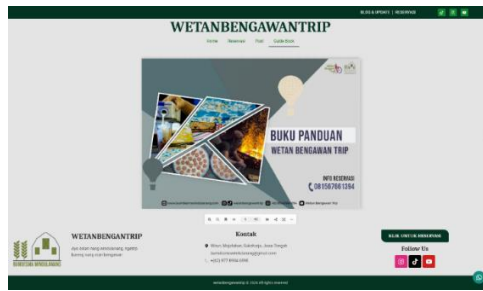


Gambar 6. Tampilan depan bagian bawah yang baru

 The screenshot shows the reservation form on the WETANBENGAWANTRIP website. The form is titled "Selamat Datang di Form Reservasi Tibet Wisata Wetan Bengawan Trip". It contains input fields for "Nama" (Name), "Email", "Pilih Paket" (Select Package), and "Pesan" (Message). A "Daftar Sekarang" (Register Now) button is located at the bottom of the form. The footer of the page includes the website's logo, contact information, and social media links.

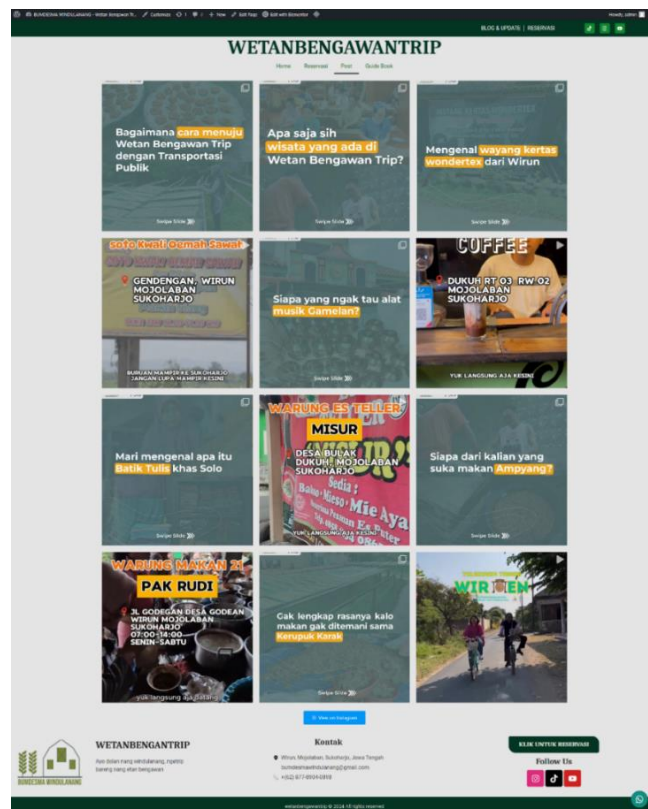
Gambar 7. Tampilan Form Reservasi yang baru

Pada gambar 7 menampilkan tampilan dari form reservasi tentang paket wisata yang ada di Wetan Bengawan Trip, berisi tentang nama, email, pilihan paket, dan pesan yang ingin disampaikan.



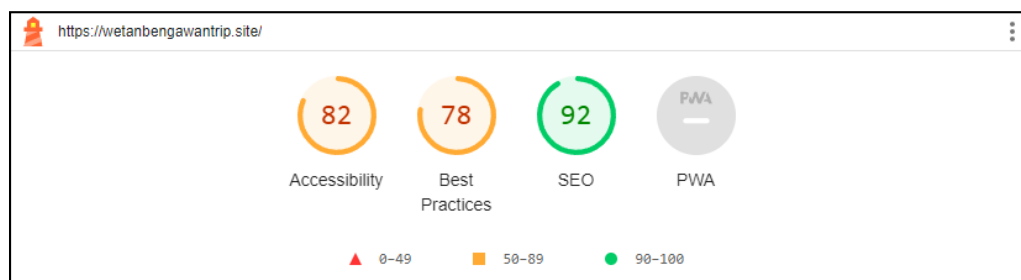
Gambar 8 Tampilan Halaman Guidebook yang baru

Pada gambar 8 menampilkan tampilan dari Guidebook tentang paket wisata yang ada di Wetan Bengawan Trip, berisi tentang penjelasan detail tentang wisata dan UMKM yang ada di Wetan Bengawan Trip.



Gambar 9 Tampilan Halaman Post yang baru

Gambar 5 sampai dengan gambar 9 merupakan tampilan halaman utama dari situs web yang baru, dimana tata letak yang lebih modern dan menggunakan tema dengan warna yang sesuai objek wisata yang dipromosikan.



Gambar 10. Hasil Uji Performa menggunakan Light House

Dapat dilihat pada gambar 10 bahwa pada situs web yang baru bahwa nilai seluruh kategori yang diuji mengalami kenaikan signifikan khususnya pada nilai aksesibilitas dan SEO. Aksesibilitas yang naik menandakan bahwa situs web mudah untuk diakses oleh siapa pun baik orang normal maupun disabilitas. Lalu dengan nilai SEO yang tinggi menandakan bahwa situs web relevan dengan kata kunci yang dicari, serta dapat meningkatkan traffic website.

IV. KESIMPULAN

Situs web Wetan Bengawan Trip yang baru berhasil menyajikan informasi wisata secara informatif, menarik, dan optimal. Struktur konten yang disusun mencakup halaman utama, destinasi, paket wisata, panduan, gambaran objek wisata dan kuliner. Desain antarmuka pengguna menerapkan prinsip responsif untuk memberikan pengalaman yang konsisten di berbagai perangkat. Fungsionalitas utama seperti navigasi, formulir kontak, dan gambaran destinasi berjalan dengan baik berdasarkan hasil pengujian. Secara keseluruhan, pengembangan situs web Wetan Bengawan Trip menggunakan WordPress telah berhasil menciptakan platform manajemen konten wisata yang dinamis, informatif, dan optimal. Dibuktikan dengan naiknya nilai aksesibilitas dari 39 menjadi 82, nilai *Best Practice* dari 74 menjadi 78, dan nilai SEO meningkat dari 83 menjadi 92 berdasarkan hasil pengujian menggunakan *Light House*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] O. A. Yoety, *Ekonomi pariwisata: introduksi, informasi, dan aplikasi*. Penerbit Buku Kompas, 2008. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=xJDn_EfA1woC
- [2] A. Lubis, E. B. Nababan, and S. Wahyuni, "PENINGKATAN SDM PROMOSI DINAS PARIWISATA SAMOSIR MELALUI PELATIHAN WEBSITE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 6, no. 6, p. 4576, Dec. 2022, doi: 10.31764/jmm.v6i6.10932.
- [3] Djoni, R. Yunis, and S. Ariwibowo, "Penguatan Promosi Melalui Media Website pada Hotel Alvina Pematangsiantar," *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 3, Jun. 2021, doi: 10.31849/dinamisia.v5i3.6287.
- [4] Y. Pradana, "Pengembangan Website Dinamis Sebagai Pengenalan Budaya Kuliner Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Multi Media dan IT*, vol. 5, no. 2, Dec. 2021, doi: 10.46961/jommit.v5i2.444.
- [5] B. Stangl, D. C. Ukpabi, and S. Park, "Augmented Reality Applications: The Impact of Usability and Emotional Perceptions on Tourists' App Experiences," in *Information and Communication Technologies in Tourism 2020*, J. Neidhardt and W. Wörndl, Eds., Cham: Springer International Publishing, 2020, pp. 181–191.
- [6] S. K. Pande, S. K. Panda, and S. Das, "Dynamic service migration and resource management for vehicular clouds," *J Ambient Intell Humaniz Comput*, vol. 12, no. 1, pp. 1227–1247, 2021, doi: 10.1007/s12652-020-02166-w.
- [7] "IMPLEMENTASI SAPTA PESONA SEBAGAI UPAYA DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN PRIMA PADA WISATAWAN DI DESA WISATA PENTINGSARI," *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, vol. 2, no. 2, Jun. 2020, doi: 10.7454/jabt.v2i2.98.
- [8] A. Kurnia Prihastha, "PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA WISATA KAKI LANGIT PADUKUHAN MANGUNAN," 2020.
- [9] A. Tsurayya Mumtaz, M. Karmilah -, D. Wisata di Desa Wisata, M. Karmilah, P. Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, and U. Islam Sultan Agung, "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata," 2021. [Online]. Available: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>

- [10] 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)”.