

Pengembangan Website untuk *Digital Marketing* Promosi Tempat Wisata Bukit Kunci Desa Bangowan Kabupaten Blora

**Eva Hertnacahyani Herraprastanti¹, Retno Wahyusari², Hendri Suryanto³, Teguh Yuwono⁴,
Daniswara Yoranza Alfreda⁵**

Sekolah Tinggi Teknologi Ronggolawe
, ev.hertna@gmail.com

ABSTRACT

Bangowan Village, Jiken District, is one of the villages that has hill tourism potential in Blora Regency. Bangowan Village Pokdarwis built the Bukit Kunci tourist attraction and its management was handed over to BUMDes Bangowan Village. The problem faced by partners, namely BumDes and the Bukit Kunci management, is the lack of exposure to Bukit Kunci at the local and national level. This results in the potential for tourist visits not being optimal and having less impact on the economic development of Bangowan Village, Jiken District, Blora Regency. In addition, information regarding Bukit Kunci is not always accurate and is sometimes difficult for potential tourists to access. To overcome this problem, the STT Ronggolawe Cepu Team proposed developing an official website for Bukit Kunci, Bangowan Village, Blora Regency. This website will be the main platform for digital promotions and information related to tourist attractions. With this website, it is ensured that accurate and up-to-date information about Bukit Kunci is available to all potential visitors. Apart from that, it will also utilize social media and online marketing techniques to increase Bukit Kunci's exposure.

Keywords: *digital marketing, marketing, promotion, website*

ABSTRAK

Desa Bangowan Kecamatan Jiken merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata perbukitan di Kabupaten Blora. Pokdarwis Desa Bangowan membangun tempat wisata Bukit Kunci dan pengelolaannya diserahkan kepada BUMDes Desa Bangowan. Permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu BumDes dan pengelola Bukit Kunci, adalah kurangnya eksposur Bukit Kunci di tingkat lokal maupun nasional. Hal ini mengakibatkan potensi kunjungan wisatawan yang tidak maksimal dan kurang berdampak pada perkembangan ekonomi Desa Bangowan Kecamatan Jiken Kabupaten Blora. Selain itu, informasi terkait Bukit Kunci tidak selalu akurat dan terkadang sulit diakses oleh wisatawan potensial. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Tim STT Ronggolawe Cepu mengusulkan pengembangan website resmi untuk Bukit Kunci, Desa Bangowan, Kabupaten Blora. Website ini akan menjadi platform utama untuk promosi digital dan informasi terkait tempat wisata. Dengan website ini, dipastikan bahwa informasi yang akurat dan terkini tentang Bukit Kunci tersedia untuk semua pengunjung potensial. Selain itu juga akan memanfaatkan media sosial dan teknik pemasaran online untuk meningkatkan eksposur Bukit Kunci.

Kata Kunci: digital marketing, pemasaran, promosi, website

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting untuk pengembangan daerah. Blora merupakan Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia yang terletak sekitar 127 km sebelah timur Semarang. Bagian utara Kabupaten Blora merupakan kawasan perbukitan yang merupakan rangkaian Pegunungan Kapur Utara. Bagian selatan juga berupa perbukitan kapur yang merupakan bagian dari Pegunungan Kendeng, yang membentang dari timur Semarang hingga Lamongan (Jawa Timur). Berdasarkan kondisi geografis tersebut wilayah Kabupaten Blora memiliki dataran rendah dan perbukitan dengan ketinggian 20-280 mdpl (Blora, 2023). Wilayah perbukitan seperti di daerah-daerah lain sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata alam.

Salah satu desa yang memiliki potensi wisata perbukitan di Kabupaten Blora yaitu Desa Bangowan Kecamatan Jiken. Hanif Masadini, salah satu pengurus Karang Taruna desa setempat mewujudkan ide menjadikan Desa Bangowan sebagai Desa Wisata. Pada tahun 2019 Kepala Desa (Sudarto) membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) bernama “Bukit Kunci Asri” berdasarkan Surat Keputusan Kepala Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Blora Nomor 556/638/2019. Pokdarwis Bukit Kunci Asri ini diketuai oleh Hiyusikin dan beranggotakan 30 orang. Pokdarwis inilah yang kemudian membangun tempat wisata Bukit Kunci dan pengelolaannya diserahkan kepada BUMDes Desa Bangowan. Pendapatan dari hasil tiket tempat wisata Bukit Kunci dengan perkiraan pengunjung yang datang sekitar 600 orang yaitu sebesar Rp. 3.000.000,- ditambah pendapatan dari fasilitas *camping ground* dan penyewaan tenda sebesar Rp.300.000. Dengan demikian total pendapatan Bukit Kunci per bulan hanya Rp 3.300.000. hal ini tidak sebanding dengan biaya perawatan dan biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh pengelola Bukit Kunci.

Sehingga diperlukan promosi dan pemasaran Bukit Kunci yang optimal agar bisa menarik pengunjung yang berdampak pada peningkatan pendapatan. Adapun pemasaran dan promosi yang

pernah dilakukan masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan potensi pemasaran digital yang dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

1. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu BumDes dan pengelola Bukit Kunci, adalah kurangnya eksposur Bukit Kunci di tingkat lokal maupun nasional. Hal ini mengakibatkan potensi kunjungan wisatawan yang tidak maksimal dan kurang berdampak pada perkembangan ekonomi Desa Bangowan Kecamatan Jiken Kabupaten Blora. Selain itu, informasi terkait Bukit Kunci tidak selalu akurat dan terkadang sulit diakses oleh wisatawan potensial.

2. Solusi yang Ditawarkan

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Tim STT Ronggolawe Cepu mengusulkan pengembangan website resmi untuk Bukit Kunci, Desa Bangowan, Kabupaten Blora. Website ini akan menjadi platform utama untuk promosi digital dan informasi terkait tempat wisata (Ariyani and Kholil, 2023). Dengan website ini, akan dipastikan bahwa informasi yang akurat dan terkini tentang Bukit Kunci tersedia untuk semua pengunjung potensial. Selain itu juga akan memanfaatkan media sosial dan teknik pemasaran online untuk meningkatkan eksposur Bukit Kunci.

3. Target Luaran

Adapun target luaran yang jelas dalam pengembangan website ini antara lain :

- a. Meningkatkan Eksposur Bukit Kunci: Website ini akan menjadi alat utama untuk meningkatkan eksposur Bukit Kunci, dengan harapan menjangkau lebih banyak wisatawan potensial dari dalam dan luar daerah.
- b. Menyediakan Informasi Terkini: Website akan menjadi sumber informasi terkini tentang Bukit Kunci, termasuk jam operasional, harga tiket, fasilitas yang tersedia, dan panduan perjalanan.

- c. Interaksi dengan Pengunjung: dengan memanfaatkan media sosial dan fitur komunikasi untuk berinteraksi dengan pengunjung, menerima umpan balik, dan memberikan dukungan saat dibutuhkan.
- d. Peningkatan Pemasaran Digital: Dengan website, akan dilakukan proyek pemasaran digital yang lebih agresif, termasuk SEO, iklan online, dan promosi melalui media sosial untuk mencapai target pasar yang lebih luas.

Dengan mencapai target luaran ini, kami berharap dapat meningkatkan potensi pariwisata Bukit Kunci, memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar untuk masyarakat setempat, dan memperkuat citra pariwisata Kabupaten Blora di tingkat lokal maupun nasional.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan pengabdian dalam pembuatan website untuk promosi Bukit Kunci di Desa Bangowan, Kabupaten Blora terdiri dari beberapa tahapan. Berikut tahapan metode pengabdian ini :

1. Identifikasi Kebutuhan dan Konsultasi

Pada tahap ini tim STT Ronggolawe mengidentifikasi kebutuhan dan harapan mitra, seperti memahami visi, tujuan, dan target mitra yang diinginkan untuk website promosi Bukit Kunci.

2. Pembentukan Tim Pengabdian

Langkah selanjutnya adalah menentukan tim pengabdian yang terdiri dari ahli web development, desainer grafis, penulis konten, dan praktisi pemasaran digital yang merupakan gabungan dari tim STT Ronggolawe dan mitra.

3. Pengembangan Konsep dan Desain

Tahap berikutnya adalah membuat konsep desain website yang sesuai dengan karakter Bukit Kunci dan nilai budaya lokal, serta mendesain tata letak, warna, dan elemen visual yang menarik sesuai dengan keinginan mitra.

4. Pembuatan Konten

Suatu konten merujuk pada produk atau layanan yang mengintegrasikan grafis, teks, gambar, suara, data dan lainnya (Sugiono, 2020). Dalam hal ini tim melakukan pengumpulan informasi yang akurat dan relevan tentang Bukit Kunci, termasuk foto-foto, video, deskripsi, dan data praktis seperti harga tiket dan jam operasional. Kemudian menulis konten yang informatif dan menarik untuk halaman-halaman website.

5. Pembuatan dan pengembangan Website

Tahap selanjutnya adalah menggunakan teknologi web yang paling sesuai untuk mengembangkan website yang responsif dan mudah diakses, dan mengintegrasikan fitur-fitur yang diperlukan, seperti peta lokasi, formulir kontak, dan fitur reservasi online jika diperlukan. *Web* (Prasetyadi, 2011) merupakan kumpulan dokumen yang sangat kompleks yang berada pada computer server (*web server*). Melalui *web*, kita dapat mengakses informasi tidak hanya berupa teks, melainkan juga suara, gambar, video, dan animasi.

Pengembangan website memanfaatkan *framework Bootstrap* (Sangeorzan *et al.*, 2019). *Faramework bootstrap* digunakan untuk membuat *layout web* yang fleksibel dan responsif, sehingga tampilan web lebih menarik. Rancangan layout website dibagi menjadi beberapa bagian yaitu *header*, *navbar*, konten dan *footer*. Pada tahapan implementasi responsif website mulai menerapkan media *queries* dan *viewport* yang ada pada *framework Bootstrap*. Hal ini bertujuan agar sistem mampu secara otomatis mengenali perangkat yang digunakan dalam mengakses halaman website.

Pada web bukit kunci juga terdapat aplikasi reservasi yang mana pada bagian admin mampu mencetak data pengunjung yang melakukan reservasi. *Library* yang digunakan dalam mencetak data reservasi adalah *mpdf*, dimana *libarary* ini dapat membuat laporan dalam bentuk atau format pdf.

6. Pemasaran dan Promosi

Setelah website selesai, tim mulai melakukan pemasaran dan promosi online melalui media sosial. Yang tak kalah pentingnya juga membangun hubungan dengan influencer lokal dan media pariwisata untuk mendapatkan liputan lebih lanjut.

7. Pelatihan Pemangku Kepentingan

Selanjutnya adalah menyelenggarakan pelatihan bagi pengelola Bukit Kunci, agar mereka dapat menggunakan website dengan baik dan memberikan informasi yang akurat kepada pengunjung.



8. Pengawasan dan Evaluasi

Pengawasan dan evaluasi dilakukan melalui pemantauan kinerja website secara berkala untuk memastikan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik dan konten tetap terkini. Juga mengevaluasi dampak pengembangan website terhadap kunjungan dan promosi Bukit Kunci.

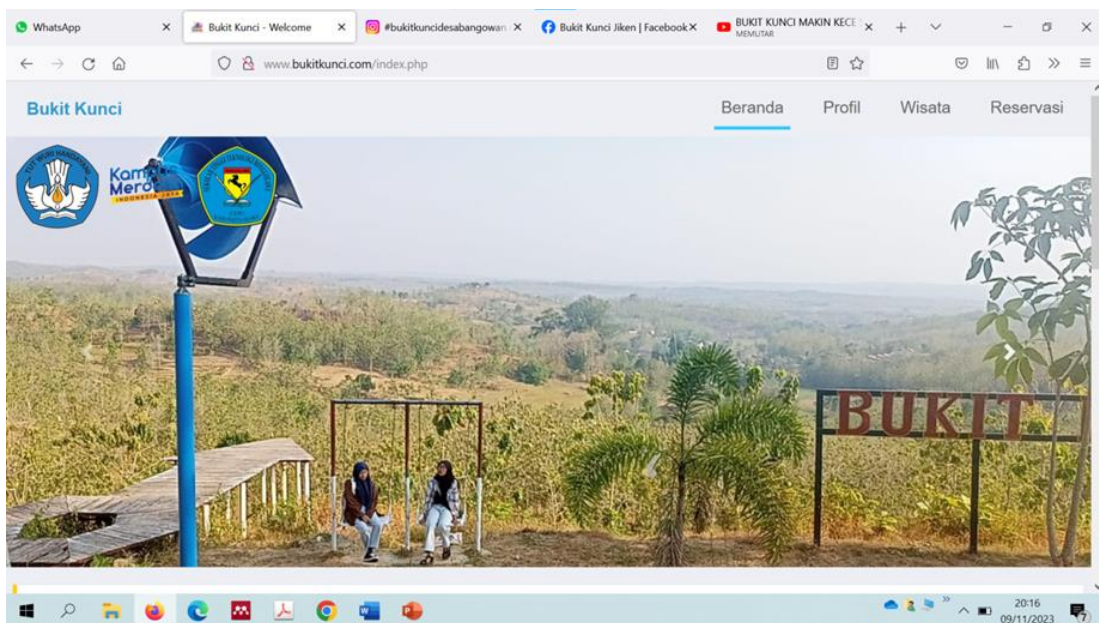
Pengabdian dalam pembuatan website untuk promosi Bukit Kunci adalah upaya kolaboratif yang memerlukan komitmen dan sinergi antara tim pengabdian, mitra, dan pemangku kepentingan.

Dengan metode yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan lokal, website ini dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan promosi dan pengembangan pariwisata di daerah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Website resmi untuk Bukit Kunci telah berhasil dibangun dan diluncurkan dengan sukses. Website ini telah melalui sejumlah tahap pengembangan, yang mencakup perencanaan, desain, pengembangan konten, dan pelaksanaan strategi pemasaran online. Berikut adalah beberapa hasil yang telah dicapai:

1. Website Responsif dan Menarik: Website dirancang dengan tampilan yang menarik dan responsif, sehingga pengunjung dapat mengaksesnya dengan baik melalui perangkat seluler, tablet, dan desktop. Website bukit kunci yang bisa diakses adalah www.bukitkunci.com

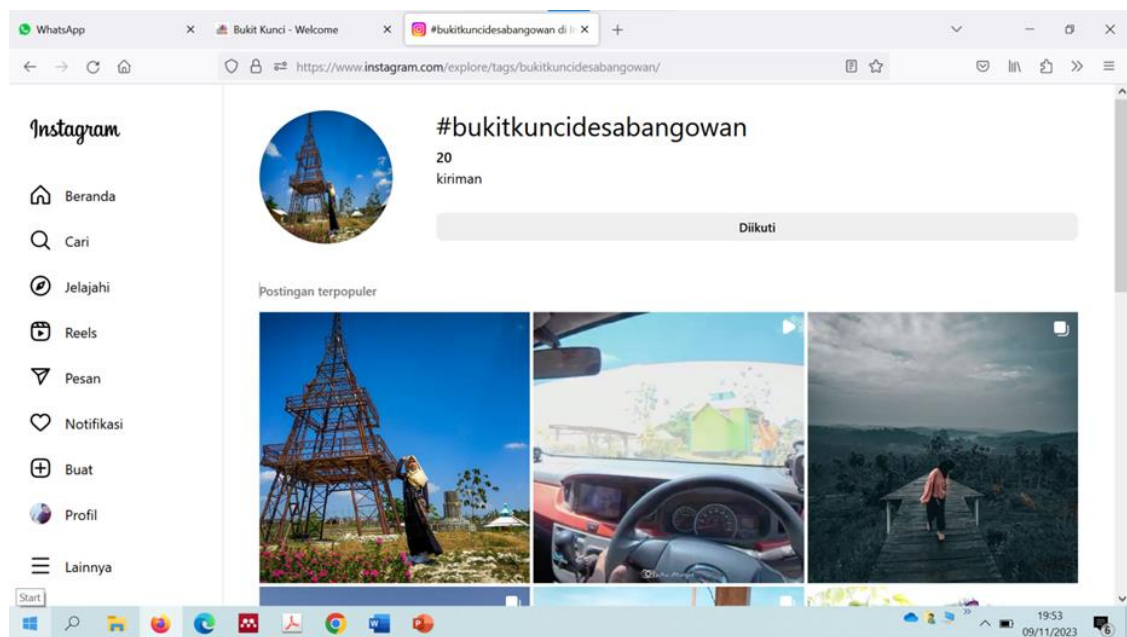


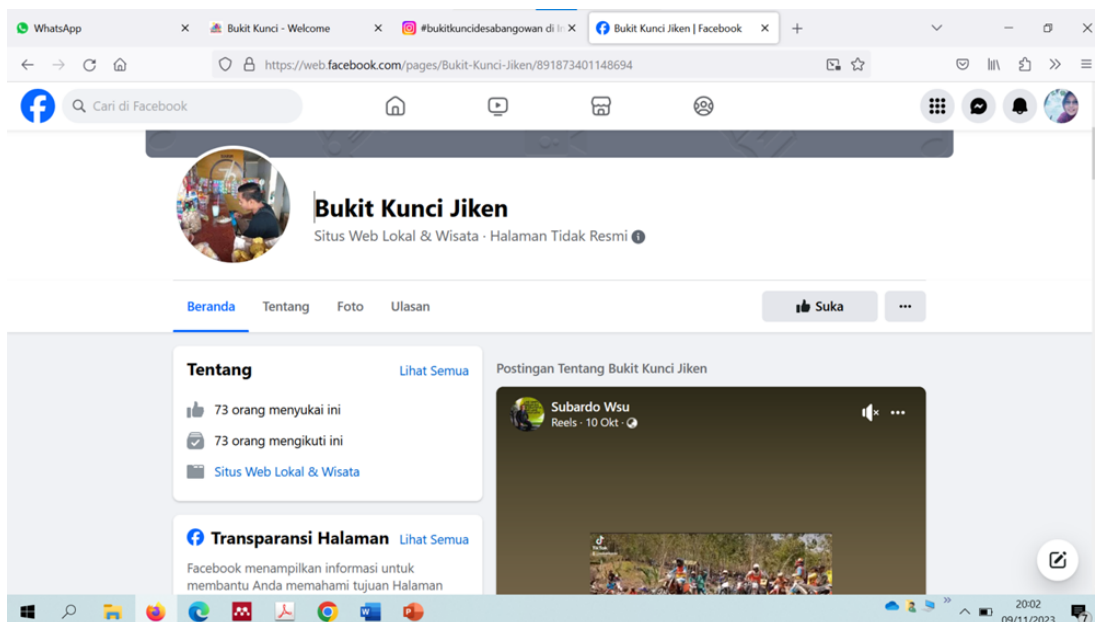
2. Informasi yang Terperinci: Website menyediakan informasi yang terperinci tentang Bukit Kunci, termasuk deskripsi yang ada pada menu Beranda, galeri foto yang ada pada menu Profil, video promosi yang terdapat dalam menu Wisata, harga tiket dan jam operasional

yang terdapat pada menu Rservasi, dan juga panduan perjalanan yang digambarkan dalam maps (peta).

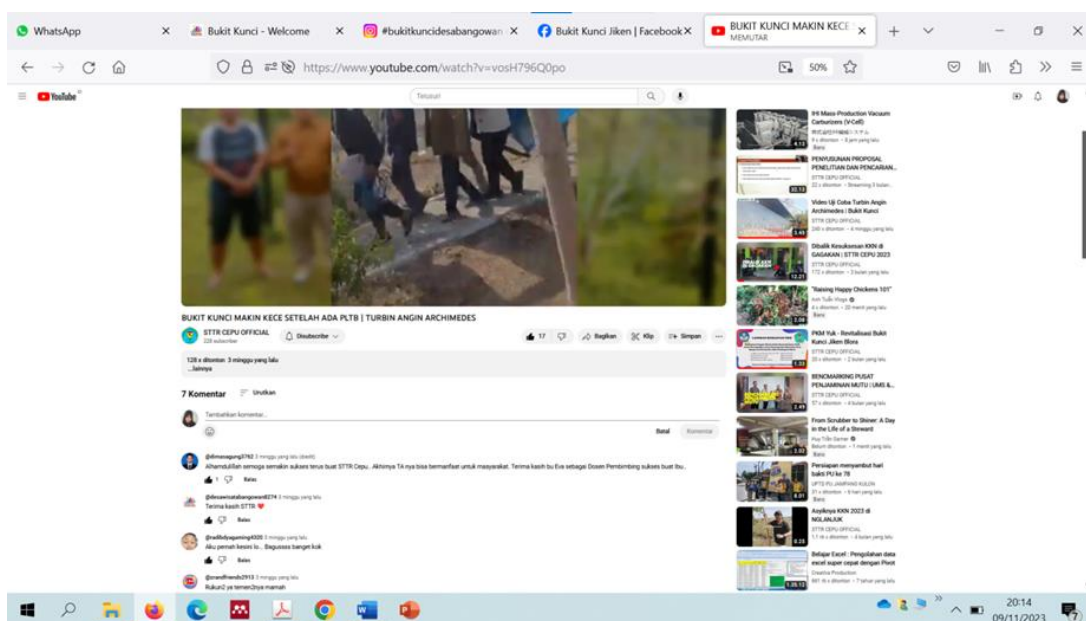


3. Pemasaran Digital: Strategi pemasaran digital telah dijalankan yaitu promosi melalui media sosial yaitu Instagram dan facebook. Hal ini telah meningkatkan eksposur Bukit Kunci.





4. Interaksi dengan Pengunjung: Melalui fitur formulir kontak dan media sosial, website memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi, memberikan umpan balik, dan mengajukan pertanyaan.



Pengembangan website Bukit Kunci telah memberikan dampak positif yang signifikan dalam promosi tempat wisata ini dan pengembangan pariwisata di Kabupaten Blora. Beberapa dampak tersebut meliputi:

1. Peningkatan Eksposur: Website telah membantu meningkatkan eksposur Bukit Kunci di tingkat nasional dan internasional. Pengunjung potensial dari berbagai tempat sekarang lebih mudah menemukan informasi tentang tempat ini.
2. Penyediaan Informasi yang Akurat: Website memastikan bahwa informasi yang disajikan kepada pengunjung selalu akurat dan terkini. Ini membantu calon pengunjung merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik.
3. Pemasaran yang Lebih Efektif: Melalui strategi pemasaran digital, website telah meningkatkan jumlah kunjungan ke Bukit Kunci. Pemasaran online telah membantu menjangkau target pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional.
4. Interaksi yang Lebih Baik: Melalui formulir kontak dan media sosial, website memungkinkan interaksi yang lebih baik dengan pengunjung. Ini memungkinkan pertanyaan dijawab dan umpan balik diterima dengan lebih baik.

PENUTUP

Simpulan

Pengembangan website untuk digital marketing promosi Tempat Wisata Bukit Kunci di Desa Bangowan, Kabupaten Blora, telah memberikan hasil positif dan dampak yang signifikan dalam memaksimalkan potensi pariwisata daerah tersebut. Website ini telah meningkatkan eksposur Bukit Kunci, memberikan informasi yang akurat kepada pengunjung, dan menciptakan peluang pemasaran yang lebih besar. Dengan dampak jangka panjang yang berkelanjutan, website ini berperan penting dalam pengembangan pariwisata dan pemberdayaan masyarakat lokal di Kabupaten Blora.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, N. and Kholil, K. (2023) 'Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Boyolayar-Kedung Ombo pada Masa Pandemi Covid-19', *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 14(2), pp. 296–302. doi: 10.26877/e-dimas.v14i2.11879.
- Blora, D. K. dan I. K. (2023)
<https://www.blorakab.go.id/index.php/public/profil/index/164#:~:text=LUAS DAN BATAS WILAYAH ADMINISTRATIF&text=sebelah barat berbatas... 1/3>.
- Prasetiadi, A. E. (2011) 'Web 3.0: Teknologi Web Masa Depan', *INDEPT*, 1(3), pp. 1–6.
- Sangeorzan, L. *et al.* (2019) 'Aspects About Integrate Responsive Websites for Cyber Defense Strategies - Bootstrap Versus W3.Css', *Scientific Research and Education in the Air Force*, 21(1), pp. 68–75. doi: 10.19062/2247-3173.2019.21.10.
- Sugiono, S. (2020) 'Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0', *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)*, 22(2), pp. 175–191.