

Redesain Website Desa Wisata Branjang Menggunakan Metode *Design Thinking*

Arnandhia Fatimah Azzahra

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Corresponding author*

E-mail: arnandhiaaz@gmail.com

Article History:

Received: Januari 2023

Revised: Januari 2023

Accepted: Januari 2023

Abstract: Website Desa Wisata Branjang merupakan sebuah website yang diperuntukkan bagi calon wisatawan untuk memesan tiket masuk pada Desa Branjang. Namun, fitur pada website Desa Wisata Branjang belum mencukupi kebutuhan pengguna. Pada penelitian ini dilakukan peninjauan ulang untuk mengetahui permasalahan dan penyempurnaan kebutuhan website Desa Wisata Branjang. Metode penelitian bersifat deskriptif kualitatif yang didukung dengan metode design thinking. Pendekatan design thinking melalui beberapa tahapan, yaitu empathize, define, ideate, prototype dan test. Berdasarkan hasil analisis design thinking, informan menginginkan website dengan tampilan menarik serta mampu mempromosikan Desa Branjang. Hasil penelitian ini berupa model perancangan website berupa prototype. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan tahapan design thinking hanyasampai pada prototype karena program studi independen yang bekerja sama pada PT Amati Indonesia menyusun kurikulum tidak sampai dilakukan uji test terhadap pengguna. Meskipun demikian, penggunaan metode design thinking merupakan proses yang berurutan untuk mendapatkan solusi yang dihadapi oleh masyarakat.

Keywords:

Design Thinking, Website, Prototype

Pendahuluan

Indonesia memiliki banyak destinasi wisata yang menarik dengan didukung kondisi geografis sebagai negara kepulauan yang memiliki iklim tropis. Penggunaan media digital dalam promosi pariwisata terus berkembang seiring bertambahnya pengguna media digital di Indonesia (Benyamin et al., 2021). Pada era serba digital ini wisatawan mencari dan menelusuri informasi, lalu memesan paket wisata yang diminati untuk membayar secara daring (Sufi & Sabri, 2020)). Promosi merupakan kegiatan yang penting dilakukan dalam mengembangkan dan mengenalkan potensi desa ke khalayak umum, terutama desa yang memiliki potensi alam dan kental dengan budayanya (Silvia et al., 2022).

Desa Branjang berlokasi di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan menjadi sebuah tujuan wisata. Desa Branjang memiliki pemandangan alam yang indah, sawah berundak yang kaya akan sumber daya yang dapat diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual, dan keragaman budaya yang ada juga dapat dikembangkan menjadi potensi unggulan desa (Tutik et al., 2021). Desa Branjang masuk dalam kategori Desa Wisata Perintis yang mana membutuhkan pengembangan yang lebih untuk menuju desa wisata yang maju dan mandiri. Desa Wisata Branjang membutuhkan kehadiran sebuah sistem website yang mempermudah desa untuk mempromosikan serta memasarkan produk wisata. Hal ini sangat penting karena dengan adanya *website* dapat membantu dalam pemasaran khususnya dalam bidang promosi dan memberikan informasi detail produk dan harga kepada konsumen.

Desa Branjang telah membuat *website* yang bernama Deswita Branjang. Akan tetapi, *website* belum berjalan maksimal dan tampilan *website* masih sederhana. Diperlukan pengkajian ulang untuk mengetahui apa saja kebutuhan yang diperlukan dalam menyebarkan informasi lebih luas mengenai Desa Wisata Branjang. Oleh karena itu, peneliti melalui melakukan redesain menggunakan metode *design thinking* agar *website* Desa Wisata Branjang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan gambaran ide inovasi yang telah dibuat. Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2016) adalah metode untuk meneliti keadaan objek yang alamiah dengan peneliti sebagai alat kuncinya. Kelebihan dari penelitian ini adalah peneliti juga menggunakan pemikiran desain (*design thinking*) sebagai metode untuk mengumpulkan informasi mengenai permasalahan dan kebutuhan pengguna.

Pemikiran desain (*design thinking*) merupakan metodologi yang memberikan pendekatan berdasarkan solusi kreatif interdisipliner, menggabungkan pemikiran analitis, pemikiran kreatif, dan keterampilan praktis (Rosyda & Sukoco, 2020). *Design Thinking* merupakan proses berpikir yang terintegrasi untuk mencari solusi sesuai permasalahan yang ada. Tahapan *Design Thinking* dimulai dari proses *empathize* (empati) yang membutuhkan observasi dan wawancara untuk memahami konteks sebuah produk yang akan direncanakan. Kemudian ada tahapan *Define* (penetapan) pada tahapan yang dilakukan dalam proses ini adalah pemahaman dan mampu menganalisa dari proses empati. Tahap ketiga adalah *Idea* (idea), pada tahap ini

perumusan masalah sudah beralih ke pemecahan masalah, dan selanjutnya akan dijadikan acuan untuk pembuatan *prototype*. Tahap selanjutnya adalah pembuatan prototipe atau pembuatan desain produk awal. Tahapan terakhir yaitu *test* yang berguna mengetahui respon dan umpan balik terhadap produk yang dirancang.

Hasil

Pada bagian ini dibahas mengenai penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini yaitu rancangan desain website berupa prototype. Hasil tersebut akan dijelaskan sesuai dengan tahapan *design thinking* yaitu *empathize, define, ideate, prototype* dan *test*.

Emphatize

Tahap *empathize* dilakukan untuk mengetahui apa yang dirasakan sasaran pengguna terkait Desa Branjang. Terdapat sepuluh informan yang merupakan pengelola Desa Wisata Branjang dan wisatawan yang pernah berkunjung pada Desa Wisata Branjang. Permasalahan yang berkaitan pada Desa Branjang adalah minimnya informasi dan publikasi yang ada di Desa Branjang, membuat para wisatawan kurang mengetahui apa saja destinasi yang ada di Desa Branjang. Ada beberapa wisatawan Desa Branjang yang mengaku mendesain paket wisata sendiri dikarenakan pilihan paket wisata yang tersedia tidak sesuai yang diinginkan. Pengelola wisatawan mengaku selama ini pelayanan pembelian tiket masih konvensional dan layanan pemesanan via Whatsapp. Kondisi tersebut memunculkan masalah sering lupanya calon wisatawan untuk membayar dan mengingat tanggal reservasi tiket.

Define

Pada tahapan ini penulis mendefinisikan kebutuhan informan. Pengelola wisata menginginkan promosi desa yang mudah dan dapat dijangkau luas. Sedangkan, wisatawan membutuhkan pemesanan paket wisata yang bermacam-macam, maka dari untuk menjawab kebutuhan informan perlu dibuat sebuah website.

Ideate

Tahapan *ideate* penulis mengumpulkan data sebagai pendukung untuk menciptakan produk dengan nilai yang sesuai harapan informan. Penulis memberikan solusi dengan optimalisasi pusat informasi yang dikemas dalam sebuah *website* dengan pembaharuan tampilan yang lebih menarik. Inovasi *website* Deswita Branjang merupakan platform berupa *website* yang dapat digunakan wisatawan

untuk memesan tiket wisata di Desa Wisata Branjang. Selain itu, wisatawan juga dapat merencanakan wisata di Desa Wisata Branjang sesuai *budget* yang dimiliki wisatawan dan melihat artikel-artikel seputar Desa Wisata Branjang. Tujuan dibuatnya Deswita Branjang adalah sebagai mempermudah pemesanan tiket wisata di Desa Wisata Branjang dengan adanya platform terintegrasi, dan mudah dijangkau. Memperluas pemasaran wisata dengan memberikan informasi potensi desa melalui wisata dan *di highlight* pada *website* Desa Branjang. Adanya *website* Desa Branjang diharapkan dapat mempermudah pengunjung menggunakan *website* untuk pemesanan tiket wisata, hadirnya artikel memberikan informasi seputar kegiatan desa Branjang, dan menarik perhatian masyarakat.

Prototype

Pada tahapan *prototype*, penulis membuat rancangan desain yang sesuai keinginan dan kebutuhan informan. *Prototype* yang dibuat oleh penulis adalah *prototype website* Desa Branjang. Melalui *website* memungkinkan untuk menghadirkan informasi yang mudah, efisien serta menarik, dengan begitu akan dapat meningkatkan wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Wisata Branjang. Berikut ini merupakan hasil diskusi penelitian dalam bentuk *prototype* :

- a. Tampilan beranda yang dibuat telah disederhanakan dari tampilan yang ada pada *website* sebelumnya, dengan tampilan yang lebih sederhana namun tetap menonjolkan potensi desa yang ada.



Gambar 1. Tampilan Beranda

- b. Pada halaman kegiatan desa akan termuat seluruh kegiatan yang akan dan telah dilakukan di Desa Branjang sebagai informasi. Selain itu, juga akan ada artikel yang dimuat sebagai informasi tambahan mengenai Desa Branjang.



Gambar 2. Tampilan Headline Kegiatan

- c. *Headline* artikel menunjukkan artikel-artikel yang telah ter-publish dan yang artikel yang menjadi *highlight* pada *website* tersebut. Sehingga pengguna dapat mengetahui keberadaan artikel dengan mudah.



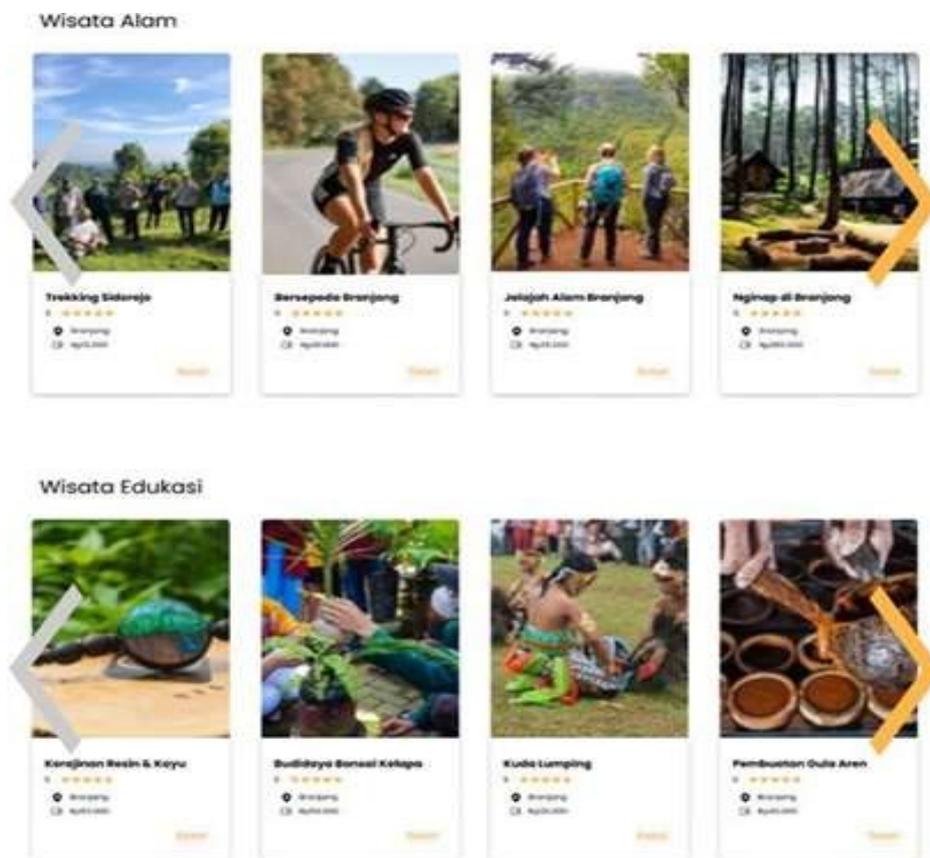
Gambar 3. Tampilan Headline Artikel

- d. Kontak disediakan pada bagian bawah *website*. Hal ini diadakan dengan tujuan agar ketika ingin mengetahui Desa Branjang lebih lanjut, atau ingin melakukan kustomisasi pemesanan bisa langsung menghubungi kontak yang telah tersedia dengan mudah.



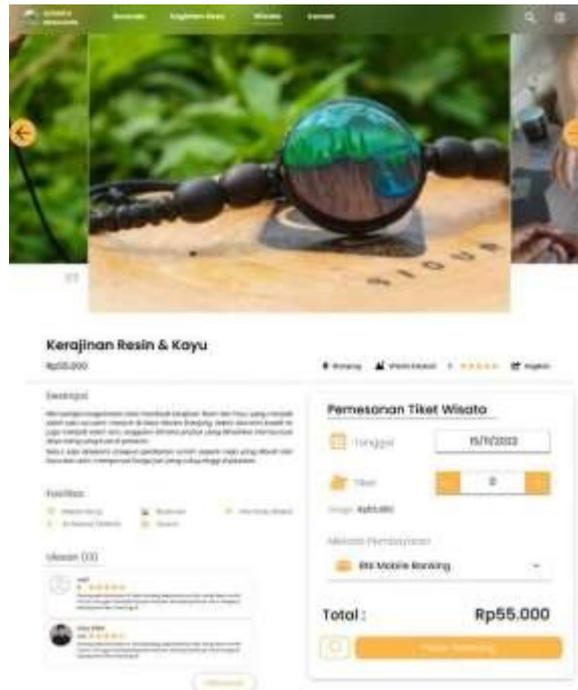
Gambar 4. Kontak

- e. Wisata yang ditampilkan pada halaman wisata telah dibagi menjadi beberapa pilihan seperti wisata alam dan edukasi, disesuaikan dengan fungsinya. Sehingga pengguna dapat memilih pilihan wisata yang cocok untuknya.



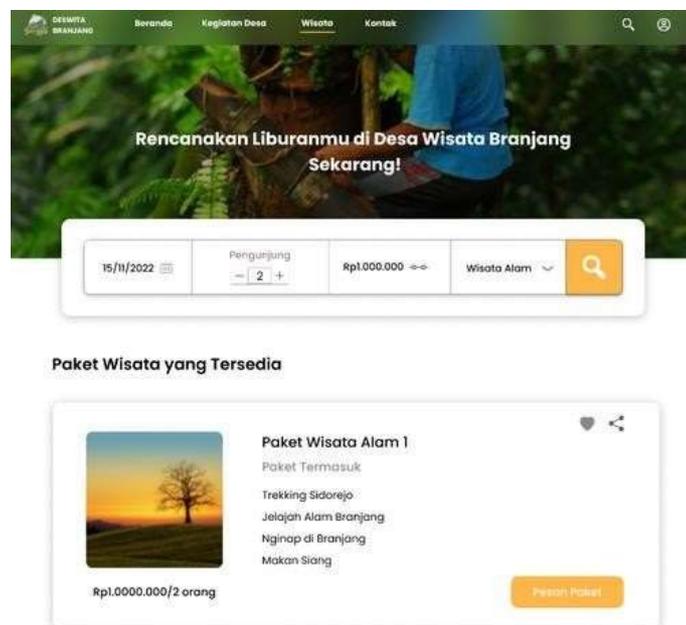
Gambar 5. Wisata Branjang

- f. Ketika pengguna menekan wisata yang ingin dikunjungi, maka akan muncul detail wisata tersebut, mulai dari lokasi, ulasan, deskripsi, harga, dan lain-lain. Hal ini untuk mempermudah pengguna mempertimbangkan wisata yang ingin dipilih.



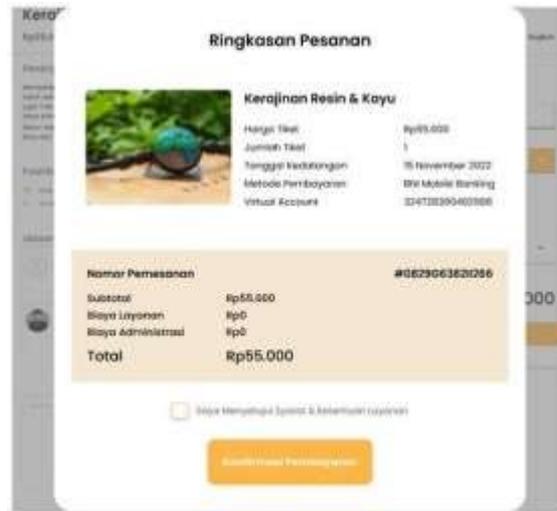
Gambar 6. Detail dan Pemesanan Tiket Wisata

- g. Selain wisata yang dipilih secara satuan juga menyediakan filter untuk paket wisata yang dapat diatur tanggal keberangkatannya, jumlah pengunjungnya, pilihan wisatanya, dan juga *budgetnya*.



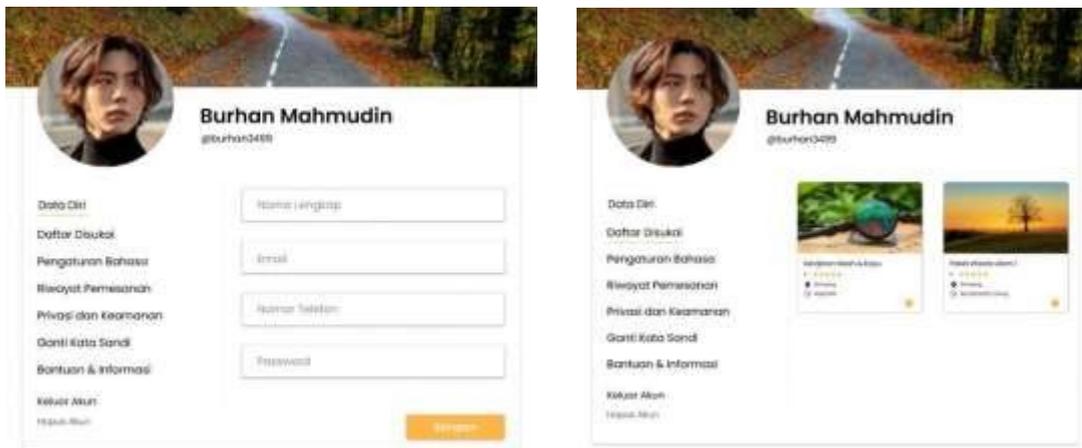
Gambar 7. Paket Wisata

- h. Setelah pembeli melakukan *checkout* pemesanan, maka akan muncul detail pembayaran mulai dari total harga, jumlah tiket, tanggal keberangkatan, metode pembayaran, dan juga nomor *virtual account* untuk melakukan transfer pembayaran.



Gambar 8. Detail Pembayaran

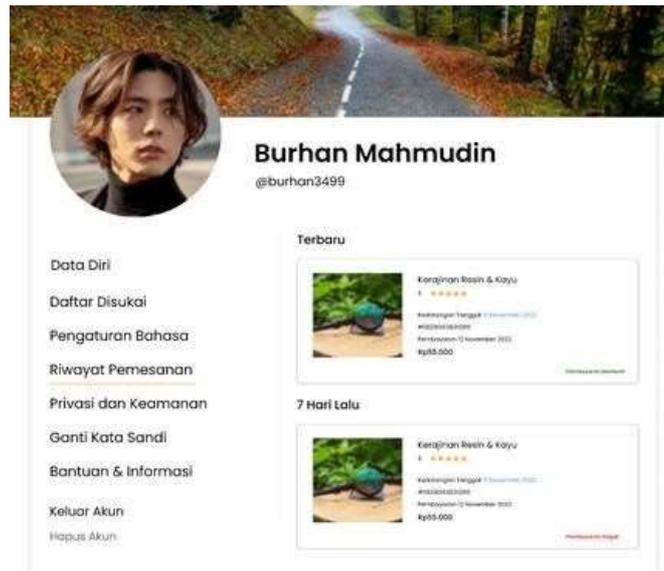
- i. Terdapat detail profil pengguna yang dapat memudahkan pengguna untuk mengakses *website*. Dengan adanya profil, maka pengguna dapat menyimpan wisata yang ingin dikunjungi, serta terdapat riwayat pembelian, dan juga fitur lainnya.



Gambar 9. Profil Pengguna

- j. Riwayat pemesanan tiket dapat digunakan pengguna untuk melihat kembali wisata mana saja yang sudah pernah dikunjungi, serta bisa melakukan

pengecekan ulang apabila terdapat hal yang salah dalam wisata yang dibelinya.



Gambar 10. Riwayat Pemesanan Tiket

Penulis memberikan informasi kepada pihak pengelola desa wisata Branjang dan wisatawan terkait pembaharuan desain melalui *prototype*. Pada saat penulis mempresentasikan desain produk, informan menjawab dengan senang mendapat inovasi redesain *website*. Selain itu, informan mengatakan bahwa produk tersebut menjawab permasalahan yang ada pada Desa Branjang. Pengelola Desa Branjang mengaku desain tampilan menarik dan memiliki nilai jual yang dapat dipromosikan kepada pengunjung.

Test

Pada tahap tes, penelitian ini tidak dilanjutkan dengan mempraktikkan hasil *prototype website* menjadi nyata. Penelitian ini tidak dapat mengetahui hasil *prototype*-nya dapat menangani permasalahan pengguna secara realita. Terlepas dari itu, *design thinking* ini sangat bagus diterapkan dalam pengabdian masyarakat melalui program studi independen. Sering kali kegiatan pembuatan ide inovasi tanpamenggunakan proses empati sehingga pembuatan ide inovasi tidak dapat berlangsung secara berkelanjutan dan tidak sesuai kebutuhan masyarakat.

Diskusi

Dari penelitian ini telah dilaksanakan telah dilaksanakan redesain *website* dalam bentuk *prototype* melalui *design thinking*. Desain *website* yang telah dihasilkan memiliki konsep dengan segmentasinya yaitu wisatawan. Hasil *prototype* telah dipresentasikan secara daring kepada pihak pengelola Desa Branjang dan Studi

Independen di PT. Amati Indonesia. Pihak pengelola Desa Branjang menilai desain *website* yang dibuat sangat menarik. Dengan adanya desain *website* ini diharapkan mampu meningkatkan promosi wisata. Penelitian ini dapat menjadi pembaharuan baru *website* dengan tampilan, penataan yang lebih menarik dilengkapi fitur yang memudahkan pengguna.



Gambar 11. Presentasi Hasil Penelitian

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian redesain *website* Desa Branjang menggunakan metode *design thinking*, terdapat beberapa hal yang bisa disimpulkan antara lain :

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* dikarenakan pendekatan melibatkan pengguna dalam proses pemecahan masalah.
2. *Website* Desa Branjang yang merupakan sebuah *website* untuk memperluas informasi dan memesan tiket masuk telah dilakukan redesain dengan metode *design thinking* berdasarkan kebutuhan pengguna.
3. Setelah dilakukannya *redesain*, penelitian ini telah menghasilkan prototipe *website* Desa Branjang dengan fitur pilihan wisata yang tersedia dilengkapi fitur pencarian yang dapat memfilter sesuai kebutuhan pengguna, fitur profil, dan fitur kegiatan wisata.
4. Dengan adanya *website* Desa Branjang dengan tampilan sederhana diharapkan dapat menarik minat masyarakat luas untuk mengunjungi *websitedan* memesan paket wisata.

Pengakuan/Acknowledgements

Saya selaku peneliti dan penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM), Program Studi Independen pada PT Amati Indonesia dan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur atas dukungan dan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan ini. Saya mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sheidy Yudiasta, S.Pd., M.Par. selaku dosen pembimbing penulis selama program studi independen. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada Desa Wisata Branjang dan seluruh pengelola wisata Desa Branjang yang telah bersedia menjadi lokasi penelitian selama program ini berjalan.

Daftar Referensi

- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, 12(2), 108. <https://doi.org/10.36080/comm.v12i2.1505>
- Rosyda, S. S., & Sukoco, I. (2020). Model Design Thinking pada Perancangan Aplikasi Matengin Aja. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i1.69>
- Silvia, D., Asror, A. Z. A., Asy'ari, M. H., Bintang, S. M., Syauqi, M., & Srigati, S. A. (2022). Optimalisasi Website dalam Mempromosikan Desa Wisata Sejarah Desa Kamal, Kecamatan Arjasa, Jember. *Jurnal Dedikasi*, 3(1), 60–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.31479/dedikasi.v3i1.204>
- Sufi, S., & Sabri, J. (2020). Perwujudan Industri Pariwisata 4.0 Melalui Implementasi Digital Tourism Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 1(1), 79. <https://doi.org/10.29103/jspm.v1i1.3015>
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Tutik, T., Krisnatalia, H., Satato, Y. R., Solichoel, S., & Hadi, S. (2021). Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital Rintisan Desa Wisata Branjang. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 973. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.4900>