

## Penerapan *E-Marketing* Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Wisata Danau Shuji Lembak Kabupaten Muara Enim

Alfiah Azizah<sup>1</sup>, Rima<sup>2</sup>, Sabita An Nafisah<sup>3</sup>, Muhammad Hafizh<sup>4</sup>, Muhammad Renaldo<sup>5</sup>, Muhammad Bariq Naufal Afif<sup>6</sup>, Leriza Desitama Anggraini<sup>\*7</sup>, Mutiara Kemala Ratu<sup>8</sup>, Endah Dewi Purnamasari<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup>Universitas Indo Global Mandiri; Jalan Jend. Sudirman No. 629 Km. 4 Palembang  
 e-mail: <sup>1</sup>[alfiahazizah04@gmail.com](mailto:alfiahazizah04@gmail.com), <sup>2</sup>[rima6133@gmail.com](mailto:rima6133@gmail.com), <sup>3</sup>[sabitaannafisah@gmail.com](mailto:sabitaannafisah@gmail.com),  
<sup>4</sup>[muhamadhafizh433@gmail.com](mailto:muhamadhafizh433@gmail.com), <sup>5</sup>[renaldoade473@gmail.com](mailto:renaldoade473@gmail.com), <sup>6</sup>[nopalapep@gmail.com](mailto:nopalapep@gmail.com),  
<sup>7</sup>[leriza@uigm.ac.id](mailto:leriza@uigm.ac.id), <sup>8</sup>[mutiarakemala.ratu@uigm.ac.id](mailto:mutiarakemala.ratu@uigm.ac.id), <sup>9</sup>[endahdps@uigm.ac.id](mailto:endahdps@uigm.ac.id)

### Abstrak

Desa Lembak memiliki potensi perekonomian yang bergerak dibidang pariwisata yaitu objek wisata alam Danau Shuji yang menjadi salah satu destinasi wisatawan lokal di daerah Sumatera Selatan. Pemanfaatan teknologi informasi sangat dibutuhkan di sektor pariwisata guna mendorong perekonomian daerah. Fasilitas yang dikembangkan pada industri pariwisata ini yaitu menggunakan sebuah konsep E-Tourism. E-Tourism adalah sebuah konsep teknologi informasi yang dikembangkan pada industri pariwisata. Tujuan dilakukan survey lokasi objek wisata Danau Shuji tidak lain untuk mengetahui icon wisata, sejarah atau pun tarif dari berbagai fasilitas yang terdapat pada Danau Shuji. Untuk menarik minat wisatawan lokal luar kota maka dibuatlah sebuah scan barcode yang bertujuan untuk memudahkan penyampaian informasi terkait sejarah, harga tiket dan hiburan serta petunjuk jalan berupa link yang terhubung pada maps. Pembuatan Blog yang di akses menggunakan scan barcode merupakan suatu bentuk pemanfaatan teknologi informasi yang akan terus berkembang.

**Kata kunci**—E-Tourism, informasi, Danau Shuji.

### Abstract

*Lembak Village has economic potential engaged in tourism, namely the natural tourist attraction of Lake Shuji which is one of the local tourist destinations in the South Sumatra area. Utilization of information technology is needed in the tourism sector to encourage the regional economy. The facilities developed in the tourism industry are using an E-Tourism concept. E-Tourism is an information technology concept developed in the tourism industry. The purpose of conducting a survey of the location of Shuji Lake's attractions is none other than to find out the tourist icon, history or tariffs of the various facilities contained in Shuji Lake. To attract local tourists from outside the city, a barcode scan was made which aims to facilitate the delivery of information related to history, ticket prices and entertainment as well as directions in the form of links connected to maps. Making a blog that is accessed using a barcode scan is a form of utilizing information technology that will continue to grow.*

**Keywords**—E-Tourism, information, Lake Shuji.

---

## 1. PENDAHULUAN

Desa Lembak merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Lembak kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Memiliki luas wilayah  $\pm$  6.000 hektar Desa Lembak memiliki sumber daya alam yang terdiri dari kebun karet, kebun sawit, sungai, rawa-rawa dan pemukiman penduduk. Selain UMKM Kerupuk dan Kemplang, Desa Lembak memiliki potensi perekonomian yang bergerak dibidang pariwisata yaitu objek wisata alam Danau Shuji yang menjadi daya tarik utama wisatawan lokal di daerah Sumatera Selatan. Namun sayangnya, dikarenakan minimnya informasi yang didapat maka masih banyak masyarakat yang belum mengenal objek wisata alam Danau Shuji.

Objek wisatamerupakan destinasi sektor wisata dengan daya tarik atau ciri khas seperti objek wisata alam Danau Shuji di Desa Lembak yang memiliki sejarah lama peninggalan Jepang. Di sektor Pariwisata, bentuk dari pemanfaatan teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk mendorong perekonomian daerah dan juga sebagai peluang usaha pada ruang lingkup masyarakat[1]. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, semua orang dengan mudah memperoleh informasi melalui internet mengenai tempat wisata di suatu daerah serta memahami nilai kebudayaan yang terkandung di dalamnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, informasi merupakan suatu proses yang menghasilkan berbagai pengetahuan. Dilihat dari sudut pandang sistem informasi, informasi merupakan data yang telah melalui tahap pengolahan yang menghasilkan sesuatu yang bernilai atau bermanfaat bagi setiap orang [2]. Sedangkan teknologi informasi merupakan teknologiyang digunakan oleh perusahaan untuk memroses, menghasilkan dan menyebar luaskan informasi. Hadirnya teknologi informasi berdampak pada kemudahan yang dirasakan manusia [3], contohnya manusia dapat memperoleh berbagai informasi mengenai objek wisata Danau Shuji melalui internet. Mulai dari sejarah terbentuknya tempat wisata tersebut, harga tiket masuk dan harga hiburansertapetunjukarah digital berupa *maps*.

Perkembangan teknologi informasi dengan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan sekaligus menjadi sarana pemasaran tentang wisata alam Danau Shuji salah satunya yaitu menggunakan *Blogger* yang diakses menggunakan *scanbarcode*. Fasilitas yang dikembangkan pada industri pariwisata ini adalah sebuah konsep *E-Tourism*.

*E-Tourism* merupakan suatu hal yang sangat potensial untuk dikembangkan. Berdasarkan tulisan yang di publikasi oleh *World Tourism Organization*, *Tourism E-Commerce* atau *E-Tourism* adalah sebuah penggunaan teknologiyang berguna untukmembantu sektor yang bergerak dibidang pariwisata agar dapat meningkatkan kemajuan bisnis serta meningkatkan hubungan pariwisata dan proses berbagi pengetahuan atau *knowledge-sharing* [4]. Selain itu juga adanya *E-Tourism* membantu para wisatawan menemukan berbagai informasi mengenai tujuan wisata dan berbagai kebutuhan pariwisata [5].

Tidak hanya *e-tourism*, istilah *e-marketing* atau *digital marketing* yangdiartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang memanfaatkan *platform online* contohnya seperti media sosial dan *smarphone* juga disebut sebagai teknologi berbasis internet. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) memperdagangkan barang atau jasa yang dikenalkan melalui internet juga disebut sebagai *e-marketing* [6].

Mengingat di era ini, sosial media sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Contohnya seperti kebiasaan masyarakat yang mempublikasikan aktivitasnya ke sosial media, maka tidak sampai hitungan jam semua teman dan pengikut sosial media tersebut akan melihat apa yang terpublikasi [7]. Dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* dianggap lebih efisien, cepat dan akurat dalam melakukan penyampaian informasi melalui jejaring sosial [8]

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu menjurus pada pembuatan rancangan sistem informasi menggunakan situs *Blogger* dan *scan barcode* yang memuat berbagai informasi seputar objek wisata Danau Shuji.

Penerapan *e-marketing* pada Danau Shuji meliputi tentang sejarah lengkap wisata Danau Shuji menggunakan situs *Blogger* dan *scan barcode* dapat dikelola secara pribadi maupun berkelompok. Dengan tersedianya berbagai fitur pada situs *blogger* dan *qrcodemaker* maka memudahkan pengerjaan pembuatan sejarah lengkap wisata Danau Shuji sebagai pemanfaatan dari teknologi informasi.

## 2. METODE

Dari pengamatan yang dilakukan ditemukan masalah berupa masih banyak wisatawan yang tidak mengetahui secara lengkap informasi mengenai Danau Shuji dan belum adanya petunjuk arah digital menuju ke Danau Shuji.

Metode yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah survey lokasi objek wisata Danau Shuji guna mengetahui *icon* wisata, sejarah ataupun tarif dari berbagai fasilitas yang terdapat pada Danau Shuji agar menjadi informasi yang dapat dicantumkan pada situs *Blogger* dan *scan barcode* yang di rancang. Kegiatan meliputi pengamatan lokasi pada tanggal 25 Juni dan wawancara pada tanggal 16 Juli yang melibatkan pengelola wisata, perangkat desa serta warga sekitar Desa Lembak.



Gambar 1 Danau Shuji, Lembak

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan pengamatan dan wawancara yang dilakukan, Danau Shuji merupakan bekas tempat dapur umum, tempat menyimpan logistik makanan dan minuman serta senjata-senjata milik tentara Jepang. Semula lahan dengan sebuah danau di tengah hutan yang terlihat dalam kondisi tidak terawat, membuat seorang pemuda asli Lembak yaitu Bob Permana mengajak banyak pemuda-

pemudi yang di PHK akibat dampak pandemi Covid-19 untuk bergotong-royong membersihkan tempat tersebut sehingga menjadi potensi pariwisata daerah Desa Lembak.



Gambar Survey lokasi Danau Shuji.

Untuk menarik minat wisatawan lokal luar kota maka dibuatlah sebuah *scan barcode* yang bertujuan untuk memudahkan penyampaian informasi terkait sejarah, harga tiket dan hiburan serta petunjuk jalan berupa link yang terhubung pada *maps*. Juga dilengkapi dengan berbagai akun media sosial *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *Youtube*.



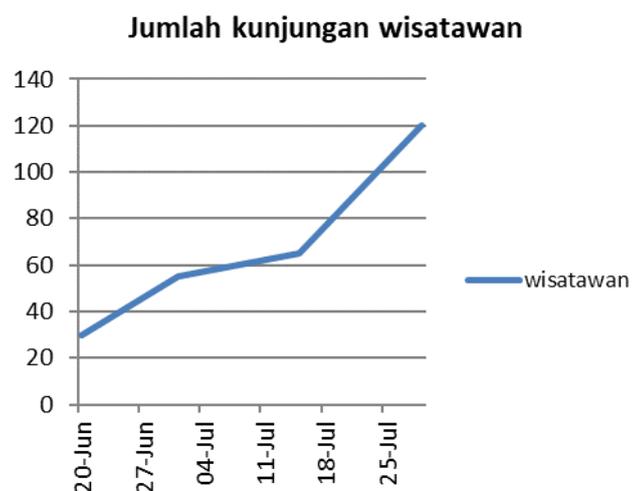
Gambar 3 Desain *scan barcode* sejarah Danau Shuji

*Scan barcode* ini di letakkan pada beberapa spot di Danau Shuji dengan tujuan agar wisatawan melihat *icon* tersebut dapat langsung mengetahui sejarahnya dengan men-*scan barcode* yang tersedia disebelah *icon* wisata tersebut. *Scan barcode* dapat di akses menggunakan berbagai perangkat elektronik salah satunya seperti *smartphone*.



Gambar 4 penempatan *scan barcode* di sebelah *icon* wisata Danau Shuji.

Adanya *scan barcode* objek wisata Danau Shuji berdampak pada meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi memiliki peran penting dalam menyampaikan dan menyebar luaskan informasi dengan sangat baik dan efektif.



Gambar 5 Grafik jumlah pengunjung objek wisata Danau Shuji.

---

Selain itu juga kenaikan jumlah pengunjung berdampak pada kenaikan pendapatan yang signifikan. Pendapatan tidak hanya diperoleh dari fasilitas-fasilitas dan hiburan yang tersedia, namun juga diperoleh dari pedagang-pedagang kecil yang menjajakan dagangan di sekitar objek wisata tersebut.

#### 4. KESIMPULAN

*E-Marketing* merupakan sebuah konsep teknologi informasi yang berkembang pada industri pariwisata era ini. Melalui jejaring sosial media, semua orang dapat dengan mudah menemukan berbagai informasi mengenai destinasi pariwisata. Mengamati permasalahan yang terdapat pada wisata alam Danau Shuji mengarah pada pemanfaatan teknologi informasi yang menjurus pada pembuatan *Blogger* yang di akses menggunakan *scan barcode*. Dengan adanya *scan barcode* mempermudah wisatawan mengetahui sejarah, harga tiket, dan *maps* tentang Danau Shuji.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah diuraikan, disarankan untuk pengelola objek wisata Danau Shuji Lembak agar lebih mengembangkan lagi fasilitas dan objek wisata yang ada di Danau Shuji yang dapat menarik sejumlah wisatawan. Kedepannya di sarankan agar dapat dibuat lebih lanjut perangkat *e-marketing* seperti *website* dan *fintech*. Disarankan juga untuk menyediakan *tourguide* di Danau Shuji yang gunanya untuk memandu dan membantu pengunjung atau wisatawan yang datang untuk memanfaatkan teknologi yang disediakan di Danau Shuji.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sari DR, Saniati, Parjito. E-tourism kebudayaan dan pariwisata kabupaten pesisir barat. J Teknol Dan Sist Inf 2021;2:62–7.
- [2] Implementation THE, Information OF, On T. Global Conference on Business and Management ( GCBM ) 2021;1:2021.
- [3] Putri Primawanti E, Ali H. Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (Ess) for Business). J Ekon Manaj Sist Inf 2022;3:267–85. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.818>.
- [4] Hoffman BL et al. Analisis Situs E-Tourism Indonesia : Studi Terhadap Persebaran Geografis, Pengklasifikasian Situs Serta Pemanfaatan Fungsi dan Fitur. Angew Chemie Int Ed 6(11), 951–952 1967:5–24.
- [5] Putra AE. Perancangan Aplikasi KopikuAsetku 2022;XV:0–8.
- [6] Saifuddin M, Soraya F. E-Marketing Dalam Pandangan Bisnis. J Bisnis Dan Teknol 2014;1:48–9.
- [7] Suardana IW, Ariani NM, Dewi NGAS, Darsana IW. Penerapan E-Marketing Dalam Peningkatan Kunjungan Dan Loyalitas Wisatawan Di Kawasan Tulamben. Bul Udayana Mengabdikan 2017;16:72–7.
- [8] Rahma AA. Jurnal Nasional Pariwisata. J Nas Pariwisata 2020;12:1–8.