

SISTEM INFORMASI CINDERAMATA IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK PENGEMBANGAN DESA WISATA SENDANGASRI KABUPATEN REMBANG

Muhammad Tahwin¹⁾, Dian Ayu Liana Dewi²⁾, Fajar Sodik³⁾
Universitas YPPI Rembang^{1), 2), 3)}

tahwinm@yahoo.co.id, dianayu.lianadewi@gmail, fajaryppi@gmail.com^{1), 2), 3)}

Abstrak

Desa Sendangasri merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Rembang Jawa Tengah. Sebagai desa wisata, Desa Sendangasri memiliki berbagai macam produk kerajinan dan kuliner yang dapat dikembangkan untuk mendukung pengembangan desa wisata. Hasil observasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian menemukan fakta bahwa pemasaran produk-produk kerajinan dan kuliner tersebut bersifat manual, yaitu masyarakat atau wisatawan harus datang langsung ke Desa Sendangasri. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Tim Pengabdian maka dapat diketahui permasalahan yang dihadapi oleh Desa Wisata Sendangasri adalah: (1) Minimnya pengetahuan pengelola desa wisata tentang e-commerce, (2) Sumber daya manusia yang kurang terampil mengelola sistem informasi sebagai media pemasaran produk-produk Desa Wisata Sendangasri, (3) Belum adanya sistem informasi yang melayani masyarakat atau calon wisatawan berbelanja secara online. Solusi yang ditawarkan adalah implementasi e-commerce berupa Sistem Informasi Cinderamata dan pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan pengelola desa wisata dalam melayani transaksi secara online. Hasil pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Sendangasri adalah pengelola desa wisata telah mampu menggunakan Sistem Informasi Cinderamata untuk mendukung perkembangan Desa Wisata Sendangasri.

Kata Kunci : *ecommerce*, sistem informasi cinderamata, pengembangan

IMPLEMENTATION OF SOUQUENT INFORMATION SYSTEM *E-COMMERCE* FOR DEVELOPMENT OF VILLAGE TOURISM SENDANGASRI REMBANG DISTRICT

Abstract

Sendangasri Village is one of the tourist villages in Rembang Regency, Central Java. As a tourism village, Sendangasri Village has a variety of handicraft and culinary products that can be developed to support the development of a tourism village. The results of observations made by the Service Team found the fact that the marketing of these handicraft and culinary products was manual, that is, the public or tourists had to come directly to Sendangasri Village. Based on the analysis conducted by the Service Team, it can be seen that the problems faced by the Sendangasri Tourism Village are: (1) The lack of knowledge of the tourism village manager about e-commerce, (2) Human resources who lack skills in managing information systems as a Products marketing media on Sendangasri Tourism Village, (3) There is no information system that serves the public or potential tourists to shop online. The solution offered is the implementation of e-commerce in the form of a Souvenir Information System and training that can improve the skills of tourism village managers in serving online transactions. The result of community service in the Sendangasri Tourism Village is that the tourism village manager has been able to use the Souvenir Information System to support the development of the Sendangasri Tourism Village.

Keyword : *ecommerce, souvenir information system, development*

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan aset dan kekayaan yang dimiliki oleh setiap daerah yang turut serta mendukung pertumbuhan perekonomian di daerah itu sendiri (Ginting et al., 2020). Banyak daerah yang mempromosikan wilayahnya sebagai salah satu daerah wisata sehingga sektor pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan utama. Desa wisata merupakan salah satu bentuk wisata alternatif. Pengembangan desa wisata bertujuan untuk memberikan model pembangunan pariwisata yang bersinergi dengan pengembangan budaya setempat, mendukung konsep pembangunan yang berkelanjutan, dan mengakomodasikan potensi-potensi pariwisata serta meningkatkan keterampilan sumber daya manusia yang ada di desa setempat (Prasiasa et al., 2019).

Demikian juga dengan Kabupaten Rembang yang masuk dalam wilayah Propinsi Jawa Tengah. Pada Tahun 2022 Pemerintah Kabupaten Rembang menetapkan sebanyak 28 desa sebagai desa wisata. Desa Sendangasri sebagai salah satu desa wisata memiliki berbagai macam produk yang dapat dikembangkan untuk mendukung pengembangan desa wisata seperti batik tulis lasem, kerajinan bambu, kerajinan tali, serta kuliner khas Desa Sendangasri egroll cassava, dumbeg pelangi, jamu rempah dan pangsit cassava.

Kondisi yang terjadi saat ini di banyak desa wisata, pemasaran produk wisata yang ditawarkan oleh desa wisata sebagian besar masih bersifat manual yaitu dari mulut ke mulut sehingga informasi produk yang didapat oleh wisatawan terkadang kurang lengkap (Prasiasa et al., 2019). Kondisi tersebut juga terjadi pada Desa Wisata Sendangasri. Hasil observasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas YPPI Rembang menemukan fakta bahwa pemasaran produk-produk kerajinan dan kuliner yang ada di Desa Wisata Sendangasri masih bersifat manual, yaitu masyarakat atau wisatawan harus datang langsung ke Desa Sendangasri yang menjual produk-produk kerajinan tersebut. Selain itu transaksi jual beli hanya bisa dilakukan pada jam-jam tertentu. Dengan kondisi seperti ini, maka proses jual beli serta promosi produk yang ada di Desa Wisata Sendangasri saat ini dirasakan kurang efektif serta kurang mendukung pengembangan desa wisata.

Melihat kondisi tersebut, merupakan indikator bahwa pelaku usaha di Desa Wisata Sendangasri memerlukan perhatian lebih untuk mengembangkan potensi yang dimiliki. Salah satu cara yang tepat adalah dengan mengelola penjualan produk masyarakat dengan memanfaatkan *e-commerce* dan menyusun strategi yang tepat untuk mengenalkan wisata yang ada dengan menggunakan media *online* (Ambarwati & Murdiyanto, 2021). *E-commerce* atau perdagangan elektronik merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, www, atau jaringan komputer lainnya (Prasiasa et al., 2019). *E-commerce* dapat diimplementasikan dalam bentuk sistem informasi. Sistem informasi merupakan sekumpulan komponen yang saling berhubungan, mendapatkan, memproses, menyimpan, dan

mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi (Sidabutar et al., 2021). Data yang dikelola menggunakan sistem akan disimpan kedalam *database* agar dapat lebih mudah diakses ketika dibutuhkan dan dapat menjaga ketersediaan data.

Hasil observasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian juga menemukan fakta bahwa pengelola Desa Wisata Sendangasri juga belum memiliki SDM yang terampil memanfaatkan teknologi informasi khususnya tentang *e-commerce*. Dalam upaya mengembangkan potensi wisata membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang terampil untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki (Zainal et al., 2023). Sehingga perlu langkah-langkah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola Desa Wisata Sendangasri. Pengelola merupakan aktor utama dalam kegiatan wisata yang harus ditingkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam penguasaan teknologi informasi. Hal inilah yang mendasari untuk memudahkan pemasaran produk-produk desa wisata yang secara langsung mendukung pengembangan desa wisata harus diimplementasikan *e-commerce* dalam bentuk sistem informasi.

Hasil penelitian (Kartini & Silitonga, 2017) sistem informasi mampu menunjang proses pemasaran lebih merata dan terjangkau tanpa terbatas ruang dan waktu dan membantu pengusaha memperkenalkan usahanya untuk mendukung perkembangan desa wisata. Selain itu untuk mengembangkan desa wisata maka perlu dilakukan pembinaan inovasi pemasaran sebagai upaya *branding* dan inisiasi pengembangan (Worokinasih et al., 2022)). *Branding* sangat dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata, termasuk pemahaman atas keunikan produk yang dimiliki. Dengan demikian *brand* yang dilihat oleh konsumen akan merangsang keputusan membeli. Oleh karena itu, *brand* desa wisata yang diciptakan haruslah memiliki kekuatan, salah satunya berasal dari produk yang dihasilkan UMKM. Adapun (Ginting et al., 2020) dalam kegiatan pengabdiannya untuk mengoptimalkan peran UMKM dalam mendukung perkembangan kawasan wisata adalah dengan membuat *digital marketing*.

Berangkat dari pemikiran tersebut, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan harus dapat mendorong Desa Wisata Sendangasri mengimplementasikan dan memanfaatkan teknologi informasi *e-commerce* dalam bentuk sistem informasi yang mengakomodasi kepentingan dan kebutuhan pengelola desa wisata, pelaku usaha pariwisata serta wisatawan. Melalui sistem informasi diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk wisata sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Sendangasri. Bagi calon wisatawan sistem informasi sangat diperlukan karena banyak calon wisatawan belum mengetahui tentang produk-produk yang ada di Desa Wisata Sendangasri. Dengan adanya sistem informasi, diharapkan dapat membantu memudahkan calon wisatawan dalam menemukan dan membeli produk-produk tersebut.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas YPPI Rembang maka dapat diketahui permasalahan yang dihadapi oleh Desa Wisata Sendangasri adalah:

1. Minimnya pengetahuan pengelola desa wisata tentang *e-commerce*.
2. Sumber daya manusia yang kurang terampil mengelola sistem informasi sebagai media pemasaran produk-produk Desa Wisata Sendangasri.
3. Belum adanya sistem informasi yang melayani masyarakat atau calon wisatawan berbelanja secara *online*.

Berdasarkan permasalahan dan kesepakatan dengan mitra, maka masalah yang menjadi fokus untuk segera diselesaikan adalah penerapan teknologi informasi *e-commerce* di Desa Wisata Sendangasri. Maka solusi yang ditawarkan adalah implementasi *e-commerce* berupa Sistem Informasi Cenderamata dan pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan pengelola desa wisata dalam melayani transaksi secara *online*. Sistem Informasi Cenderamata bertujuan untuk membantu wisatawan atau masyarakat dalam melakukan pemesanan produk desa wisata dengan mudah dan cepat. Sistem tersebut juga akan membantu pengelola desa wisata mempromosikan cenderamata Desa Wisata Sendangasri yang akan dijual.

Dengan demikian tujuan pengabdian pada masyarakat di Desa Wisata Sendangasri ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan pengelola desa wisata terkait *e-commerce* melalui Sistem Informasi Cenderamata. Adapun target luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Sistem Informasi Cenderamata (SIMATA).

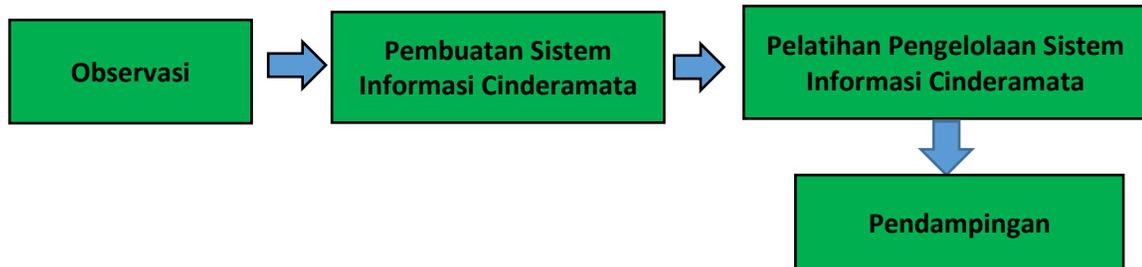
Sistem informasi yang dikembangkan akan terintegrasi dengan *Website* Desa Wisata Sendangasri. Sistem Informasi Cendermata akan memberikan kemudahan bagi calon pembeli dan pengelola desa wisata dalam transaksi secara *online*. Calon pembeli dapat melakukan aktivitas memilih produk dan melakukan transaksi/pembelian secara *online*. Pengelola desa wisata juga mendapatkan kemudahan dalam melayani calon pembeli serta dapat selalu meng*update* informasi tentang data produk data produk, data *customer*, transaksi, laporan penjualan.

Dengan demikian hasil pengabdian kepada masyarakat ini adalah Sistem Informasi Cenderamata yang akan meningkatkan pelayanan kepada calon wisatawan atau masyarakat yang akan melakukan pembelian produk-produk Desa Wisata Sendangasri. Semakin banyaknya transaksi pada Sistem Informasi Cenderamata secara otomatis akan berdampak pada semakin dikenalnya Desa Wisata Sendangasri. Apabila hal ini terjadi maka akan mendorong meningkatnya wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Sendangasri.

2. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola desa wisata tentang Sistem Informasi Cenderamata sebagai implementasi *e-commerce*.

B. METODE

Metode pengabdian yang dilaksanakan mengikuti alur/tahapan sebagaimana pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur/Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

1. Observasi.

Kegiatan observasi dilakukan oleh Tim Pengabdian dengan melakukan kunjungan ke Desa Wisata Sendangasri dengan tujuan untuk mengetahui kondisi mitra serta melakukan analisis untuk mendapatkan gambaran solusi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi Mitra. Kegiatan observasi Tim Pengabdian bertemu dengan *stakeholder* terkait yaitu kepala desa, pengelola desa wisata dan pelaku usaha di Desa Sendangasri.

Tahapan observasi ini dimaksudkan untuk menggali lebih lanjut informasi tentang (1) Produk-produk Desa Sendangasri yang dapat dijadikan oleh-oleh atau cinderamata wisata; (2) Kelemahan serta mendapatkan permasalahan yang terjadi; (3) Potensi yang dimiliki pelaku usaha dan pengelola desa wisata.

Hasil observasi dikaji bersama oleh Tim Pengabdian bersama dengan pengelola desa wisata untuk menyimpulkan permasalahan utama yang terjadi dan harus dicarikan solusi. Dari tahapan ini disetujui permasalahan-permasalahan yang akan diangkat yaitu perlunya peningkatan promosi produk desa wisata serta Sistem Informasi Cideramata. Selanjutnya, ditetapkan solusi yang tepat yaitu pemasaran yang efektif untuk produk-produk desa wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi atau *e-commerce*.

Ada dua rencana utama yang akan dilaksanakan, pertama pembuatan Sistem Informasi Cideramata sebagai implementasi *e-commerce* untuk mempermudah transaksi *online* produk-produk desa wisata serta menjadi media promosi. Selain itu direncanakan kegiatan pelatihan untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pengelola desa wisata dalam mengelola Sistem Informasi Cideramata

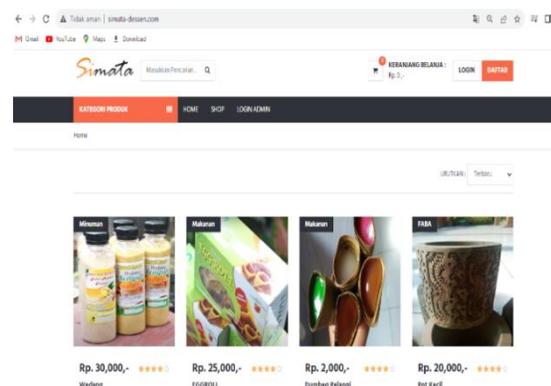


Gambar 2. Observasi dan Diskusi Tim Pengabdian Bersama Mitra

2. Pembuatan Sistem Informasi Cinderamata (SIMATA).

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi mitra, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan solusi pada aspek (1) Pemanfaatan teknologi informasi *e-commerce* (2) Promosi dan Pemasaran Produk Wisata, (3) Kemudahan transaksi.

Pada tahap ini difokuskan pada pembuatan Sistem Informasi Cinderamata sebagai implementasi *e-commerce* untuk meningkatkan layanan pada calon pembeli dan meningkatkan daya tarik wisata yang ada di Desa Sendangasri. Sistem Informasi Cinderamata ini dinamakan SIMATA. Adapun URL Sistem Informasi Cinderamata (SIMATA) Desa Wisata Sendangasri adalah: <http://simata-dessen.com/>. Sistem Informasi Cinderamata yang dibangun memberikan tampilan menarik dan informasi yang lengkap agar menarik bagi calon konsumen dan wisatawan serta memberikan layanan lengkap. Pengunjung sistem dapat melakukan aktivitas memilih produk dan menambahkan ke daftar belanja, melakukan transaksi dan memberi bukti transaksi. Admin dapat melakukan aktivitas menambah dan *update* data produk, menghapus data produk setelah terjadi transaksi. rekap transaksi penjualan dan laporan penjualan



Gambar 3. Tampilan Beranda Sistem Informasi Cinderamata (SIMATA)

3. Pelatihan Pengelolaan Sistem Informasi Cinderamata.

Pelatihan dilaksanakan selama dua hari pada tanggal 3 Agustus dan 5 Agustus 2023. Kegiatan pelatihan melibatkan 15 pengelola desa wisata dan 5 orang pelaku usaha sebagai peserta. Pengelola desa wisata nantinya akan bertugas sebagai administrator dengan melakukan manajemen seluruh menu pada Sistem Informasi Cinderamata.

Pelatihan dilakukan untuk memberikan informasi kepada mitra tentang pemanfaatan Sistem Informasi Cinderamata. Peserta pelatihan juga diberikan pengetahuan tentang pengelolaan Sistem Informasi Cinderamata untuk transaksi *online* untuk meningkatkan layanan pada masyarakat maupun calon wisatawan. Pelatihan ini juga bertujuan untuk peningkatan promosi produk desa wisata sehingga dapat mendukung keberadaan Desa Wisata Sendangasri.

Pelatihan berjalan dengan lancar dengan antusias peserta memberikan komentar dan pertanyaan. Pemateri menyampaikan tentang Sistem Informasi Cinderamata tahap demi tahap agar peserta dapat memahami dan mengoperasikan sistem dengan lancar. Penyampaian materi hari pertama yaitu pengenalan dan pengelolaan Sistem Informasi Cinderamata (SIMATA) termasuk juga menu-menu serta *dashboard* yang ada pada sistem. Peserta juga diberikan pemahaman tentang *e-commerce*. Pemateri memberikan studi kasus tentang implementasi *e-commerce* melalui sistem informasi agar penjualan produk desa wisata meningkat. Tidak lupa pemateri memberikan pemaparan penggunaan Sistem Informasi Cinderamata sebagai sarana promosi produk desa wisata untuk menarik minat wisatawan berkunjung. Untuk lebih meningkatkan keterampilan pengelola desa wisata, maka diberikan juga arahan tentang menu atur pesanan sehingga akan memudahkan pengelola desa wisata melakukan pengaturan pesanan produk yang ditawarkan.

Pelatihan hari kedua disampaikan materi mengenai *template* SIMATA agar mitra mengetahui dan memahami arti, fungsi, kegunaan serta manfaat *template* tersebut. Peserta juga dibekali dengan kemampuan untuk *upload* dan *download template*. Penyampaian materi juga dilakukan dengan adanya praktik dari materi yang dilakukan oleh peserta pelatihan dibantu oleh mahasiswa. Hasil dari pengerjaan praktik tersebut mendapatkan pengarah dan evaluasi lanjutan oleh Tim.

Dalam pelatihan ini peserta sangat antusias menyimak materi maupun berdiskusi secara langsung terkait dengan materi yang disampaikan. Pada tahap akhir pelatihan dilakukan sesi diskusi secara khusus terkait dengan kondisi dan rencana pengembangan sistem informasi di masa mendatang.

Hasil dari kegiatan pelatihan dirasakan sekali manfaatnya oleh pengelola desa wisata yaitu peningkatan keterampilan pengelola mengoperasikan dan mengelola Sistem Informasi Cinderamata sebagai sarana promosi produk dan layanan pada calon konsumen/wisatawan.



Gambar 4. Pelatihan Digitalisasi Desa Wisata Seni dan Budaya Sendangasri

4. Pendampingan

Semua tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilaksanakan dengan lancar dan baik atas dukungan pengelola desa wisata, pelaku usaha dan perangkat Desa Sendangasri yang telah membantu dari segi sarana dan prasarana. Tahapan pendampingan sangat dirasakan oleh pengelola desa wisata sehingga dapat memahami Sistem Informasi Cinderamata sebagai layanan pada calon konsumen, serta sarana promosi produk desa wisata. Sehingga harapannya akan mendorong peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Sendangasri.

Pengelola desa wisata memberikan tanggapan positif terhadap pelaksanaan pengabdian masyarakat. Hal ini terlihat dari semangat dan optimisme pengelola yang sangat senang dengan dibuatnya Sistem Informasi Cinderamata. Pengelola desa wisata dan pelaku usaha merasa terbantu dengan adanya Sistem Informasi Cinderamata. Pengelola merasa lebih mudah dalam melayani calon pembeli secara *online* dan mempromosikan produk-produk desa wisata. Pengelola juga dapat merekap transaksi penjualan serta melihat laporan keuangan penjualan secara cepat.

Mengacu pada kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh (Murti et al., 2022) untuk meningkatkan hasil pengabdian pada masyarakat maka dilakukan diskusi dengan mitra. Maka pada kegiatan pendampingan pengabdian masyarakat di Desa Sendangasri juga dilaksanakan diskusi antara antara Tim dengan pengelola Desa Wisata dan pelaku usaha Desa Sendangasri. Hasil dari diskusi adalah adanya masukan untuk perbaikan sistem terkait data kategori produk pada admin untuk lebih disederhanakan karena ada yang sudah muncul pada menu data produk. Selain itu pengelola yang melakukan simulasi sebagai konsumen merasa Sistem Informasi Cinderamata belum 'familier' apabila diakses menggunakan *handphone*. Masukannya adalah sistem diperbaiki sehingga lebih mudah juga ketika diakses menggunakan *handphone*



Gambar 5. Pendampingan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

C. PEMBAHASAN DAN HASIL

Kegiatan pengabdian dilakukan dalam empat tahapan. Tahapan pertama adalah observasi mengenai kondisi mitra. Dari tahapan ini disetujui permasalahan-permasalahan yang akan diangkat yaitu perlunya peningkatan promosi produk desa wisata serta Sistem Informasi Cideramata. Pada tahapan kedua, tim pengabdian memfokuskan pada pembuatan Sistem Informasi Cideramata sebagai implementasi *e-commerce* untuk meningkatkan layanan pada calon pembeli dan meningkatkan daya tarik wisata yang ada di Desa Sendangasri. Tahapan ketiga, yaitu kegiatan pelatihan pengelolaan Sistem Informasi Cideramata. Pelatihan dilakukan untuk memberikan informasi kepada mitra tentang *e-commerce* dan Sistem Informasi Cideramata. Tahap pendampingan dilaksanakan untuk lebih meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengelola desa wisata mengoperasikan Sistem Informasi Cideramata.

Sistem Informasi Cideramata yang dihasilkan memiliki menu yang sudah sangat lengkap mencakup data kategori produk, data produk, memilih produk, menu transaksi, Hal tersebut dilakukan sebagai upaya peningkatan promosi dan penjualan produk untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Sendangasri. Khusus untuk admin pada sistem Informasi Cideramata juga dilengkapi dengan menu data *customer*, transaksi/pemesanan, laporan penjualan serta data admin.

Secara umum, kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari pengelola desa wisata. Pengelola bahkan menyatakan bahwa selama ini kurang mengenal *e-commerce* dan sistem informasi. Melalui kegiatan PKM ini informasi tentang produk desa wisata dapat diakses secara global melalui Sistem Informasi Cideramata sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan langsung.

Melalui Sistem Informasi Cideramata, pengelola desa wisata dapat memberikan informasi tentang produk-produk Desa Sendangasri sehingga dapat lebih aktif berinteraksi dengan masyarakat maupun calon wisatawan yang ingin mendapatkan informasi. Dalam pelaksanaannya

Sistem Informasi Cinderamata dapat lebih efektif karena masyarakat atau calon wisatawan dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai produk desa wisata, dan dapat langsung melakukan transaksi secara *online*.

Dalam manajemen Sistem Informasi Cinderamata, pengeloa desa wisata bertugas sebagai administrator dengan melakukan manajemen seluruh menu pada sistem untuk promosi produk dan transaksi *online*. Dengan Sistem Informasi Cinderamata maka pengelola mempunyai *database* konsumen. *Database* merupakan sekumpulan data yang tersusun sesuai dengan aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan serta saling terkait sehingga memberikan kemudahan pengguna untuk mengelolanya (Tamrin et al., 2022). Dengan demikian pengelola Desa Wisata Sendangasri dapat melakukan analisis karakteristik berdasarkan *database* pada Sistem Informasi Cinderamata yaitu produk yang dibeli, alamat, no hp, surel dan alamat. Analisis tersebutnya nantinya akan berfungsi untuk merumuskan strategi pemasaran berikutnya. Tidak hanya itu, adanya Sistem Informasi Cinderamata yang terintegrasi dengan *Website* desa wisata dan sistem informasi wisata akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas layanan pada wisatawan.

Untuk melihat tingkat keberhasilan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat, pada umumnya menggunakan tiga indikator yaitu: pengetahuan, sikap dan kesadaran serta keterampilan (Bargandini & Arsawati, 2022). Hal yang sama juga dilakukan oleh Tim Pengabdian untuk melihat keberhasilan pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan tiga indikator tersebut. Pada indikator pengetahuan, pengelola desa wisata sudah mengetahui pentingnya sistem informasi untuk menunjang promosi dan penjualan produk-produk desa wisata. Pada indikator sikap dan kesadaran, pengelola sudah aktif untuk melakukan *update* informasi produk-produk desa wisata. Pada indikator. keterampilan, pengelola sudah memahami alur Sistem Infromasi Cinderamata dan dapat mengelola sistem informasi untuk transaksi *online* Lebih terperinci dapat dilihat adanya perubahan pada pengeloa desa wisata sebelum dan sesudah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1 Analisis Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kriteria	Analisis	
	Sebelum PKM	Sesudah PKM
Pengetahuan	Pengelola desa wisata kurang mengetahui pentingnya sistem informasi sebagai implementasi <i>e-commerce</i> .	Pengelola desa wisata sudah mengetahui pentingnya sistem informasi untuk menunjang promosi dan penjualan produk-produk desa wisata
Sikap Dan Kesadaran	Pengelola desa wisata kurang aktif <i>update</i> informasi produk-produk desa wisata.	Pengelola desa wisata sudah aktif untuk melakukan update informasi produk-produk desa wisata
Keterampilan	Pengelola desa wisata kurang memahami sistem informasi	Pengelola Desa Wisata memahami alur sistem informasi

cinderamata untuk transaksi cinderamata dan dapat mengelola sistem informasi untuk transaksi *online*.

D. Simpulan dan Saran

Sistem Informasi Cinderamata (SIMATA) ini dapat memberikan nilai tambah bagi Desa Wisata Sendangasri dalam mengimplementasikan *e-commerce* untuk meningkatkan layanan pada masyarakat umum dan calon wisatawan serta memberikan informasi yang lengkap dan menarik produk-produk desa wisata. Hal ini memberikan keuntungan dan akan mendorong minat kunjungan wisatawan ke Desa Sendangasri yang membuat perekonomian Desa Sendangasri juga akan meningkat. Sistem Informasi Cinderamata (SIMATA) juga mempermudah tugas administrasi pengelola desa wisata dalam mengelola data penjualan.

Kegiatan pengabdian di Desa Wisata Sendangasri dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan pengelola desa wisata terkait Sistem Informasi Cinderamata sebagai implementasi *e-commerce*. Sistem ini tentunya mempermudah pelayanan terhadap konsumen dan calon wisatawan serta tugas pengelola desa wisata untuk melakukan transaksi *online* dan promosi. Dengan demikian kegiatan pengabdian telah dapat terpenuhi sesuai target dimana pengelola desa wisata dinilai telah mampu menggunakan Sistem Informasi Cinderamata untuk mendukung perkembangan Desa Wisata Sendangasri.

Saran yang dapat diberikan untuk keberlanjutan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan manajemen dan kualitas SDM pengelola desa wisata terkait *e-commerce* agar lebih terampil dan berkompeten dalam mengelola Sistem Informasi Cinderamata.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktur Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, Rektor Universitas YPPI Rembang, Ketua LPPM Universitas YPPI Rembang, Kepala Desa Sendangasri, pengelola Desa Wisata Sendangasri, pelaku usaha serta masyarakat Desa Sendangasri yang telah telah membantu, mendukung serta bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, D., & Murdiyanto, E. (2021). Optimalisasi Peran UMKM dan Pokdarwis pada Wisata Sumber Banteng dengan Media Digital Marketing dan Marketplace. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/10.55506/arch.v1i1.7>
- Bargandini, A. A. I. S., & Arsawati, N. N. J. (2022). Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi

- Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.30656/ka.v4i1.3107>
- Ginting, I. V., Utami, D. D., & Prahadianto, W. (2020). the Role of Itx As E-Marketplace in Toba Lake Area. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 254–264. <https://doi.org/https://doi.org/10.32659/tsj.v5i2.96>
- Kartini, E., & Silitonga, P. (2017). Sistem Informasi Wisata Kuliner di KOta Medan Berbasis Web. *MEANS (Media Informasi Analisa Dan Sistem)*, 2(2), 139–145.
- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.24002/jai.v2i1.5395>
- Prasiasa, D. P. O., Widari, D., & ... (2019). Pemasaran Produk Wisata Pada Desa Wisata Di Provinsi Bali Berbasis Electronic–Commerce Dewa Putu Oka Prasiasa¹, Dewa Ayu Diyah Sri Widari. ... *Nasional Aplikasi Iptek ...*, 21–29. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/view/762%0Ahttps://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/SINAPTEK/article/download/762/663>
- Sidabutar, J. C., Rajagukguk, E., & Naibaho, J. F. (2021). Penerapan Marketplace Penjualan Cenderamata Khas Batak Di Destinasi Wisata Kabupaten Samosir Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.46880/methosisfo.v1i1.14>
- Tamrin, I., Simanjuntak, D., & Afriza, L. (2022). Digitalisasi Tata Kelola Desa Wisata Kertayasa sebagai Implementasi E-Tourism. *JUSTIN (Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 10(1), 34–39. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i1.45477>
- Worokinasih, S., Asmoro, P. S., Aini, E. K., & Nurlaily, F. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Sulam sebagai Objek Wisata Edukasi Berbasis Kearifan Lokal. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(4), 650–660. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v13i4.11421>
- Zainal, M., Yanis, M., & Putra, R. A. (2023). Peningkatan Manajemen Wisata Berbasis Teknologi Informasi di Desa Iboih, Kota Sabang. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v7i1.5452>