

Pengembangan *Website* Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat untuk Penguatan Promosi dan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Desa Banjarsari

Nungki Selviandro, Nur Ghaniaviyanto Ramadhan*,

Kemas Muslim Lhaksmana, Bayu Erfianto

Telkom University, Bandung, Indonesia

*Penulis korespondensi: nuruer@telkomuniversity.ac.id

Dikirim : 19 Januari 2026

Direvisi : 28 Februari 2026

Diterima : 1 Maret 2026

Abstrak: *Pengembangan desa wisata berbasis digital menjadi strategi penting dalam memperkuat promosi destinasi dan mendorong penguatan ekonomi lokal. Desa Wisata Banjarsari memiliki potensi wisata alam dan budaya yang beragam, namun pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi masih belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan website desa wisata berbasis partisipasi masyarakat guna meningkatkan visibilitas destinasi wisata serta mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui Participatory Action Research (PAR) yang dikombinasikan dengan prinsip Community-Based Tourism (CBT) dan pemberdayaan digital. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan pemetaan potensi, perencanaan partisipatif, pelatihan dan pendampingan pengelolaan konten digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya pengelola BUMDes, pemuda desa, dan pelaku UMKM, mampu terlibat aktif dalam pengelolaan website desa wisata. Website yang dikembangkan berfungsi sebagai pusat informasi wisata dan etalase digital produk lokal. Kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan promosi digital serta membuka peluang penguatan ekonomi lokal berbasis pariwisata.*

Kata kunci: *desa wisata, ekonomi lokal, partisipasi masyarakat, pengabdian masyarakat, website desa*

Abstract: *The development of digitally based tourism villages has become an important strategy to strengthen destination promotion and support local economic empowerment. Banjarsari Tourism Village has diverse natural and cultural tourism potential; however, the utilization of digital technology for promotion remains limited. This community service program aims to develop a community-based tourism village website to enhance destination visibility and support local economic empowerment. The program applied a participatory approach using Participatory Action Research (PAR), combined with Community-Based Tourism (CBT) principles and digital empowerment. Activities were conducted through stages of potential mapping, participatory planning, training and mentoring on digital content management, as well as monitoring and evaluation. The results indicate that local stakeholders, including village-owned enterprise managers, youth groups, and micro-business actors, were actively involved in managing the tourism village website. The developed website functions as a centralized tourism information platform and a digital showcase for local products. This program contributes to improving community capacity in digital promotion*

management and creates opportunities for strengthening the local economy through tourism-based activities.

Keywords: *community participation, community service, local economy, tourism village, village website*

1. Pendahuluan

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu strategi pemberdayaan masyarakat yang dinilai efektif dalam meningkatkan perekonomian lokal berbasis potensi wilayah dan partisipasi masyarakat (Setiadi & Pradana, 2022). Desa wisata tidak hanya diposisikan sebagai destinasi rekreasi, tetapi juga sebagai ruang sosial-ekonomi yang mampu mendorong diversifikasi mata pencaharian, penguatan usaha mikro, serta pelestarian lingkungan dan budaya lokal (Suryawan & Mahagangga, 2024). Dalam konteks pembangunan desa, pendekatan berbasis partisipasi masyarakat menjadi kunci agar pengembangan pariwisata tidak bersifat eksploitatif, melainkan berkelanjutan dan inklusif (Singgalen & Prasadja, 2025).

Desa Banjarsari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, memiliki potensi alam dan sosial yang mendukung pengembangan desa wisata, antara lain lanskap pegunungan, perkebunan teh, kawasan hutan, serta tradisi dan budaya lokal yang masih terjaga. Potensi tersebut sejatinya dapat menjadi daya tarik wisata berbasis alam dan edukasi yang bernilai ekonomi. Namun, berbagai kajian menunjukkan bahwa potensi wisata di wilayah Pangalengan, termasuk Desa Banjarsari, belum dikelola secara optimal dan belum memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat (Maulana, 2024; Kurniawan, 2020).

Salah satu permasalahan utama dalam pengembangan desa wisata di Desa Banjarsari adalah keterbatasan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis komunitas serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Sebagian besar masyarakat masih bergantung pada sektor pertanian dan perkebunan sebagai sumber pendapatan utama, sementara potensi wisata dan ekonomi kreatif belum terintegrasi dalam sistem pengelolaan yang berkelanjutan. Kondisi ini diperkuat oleh minimnya media promosi resmi desa, belum adanya platform digital terpadu, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM dan pengelola desa wisata.

Di era digital, *website* desa wisata memiliki peran strategis sebagai pusat informasi, promosi, dan komunikasi antara desa dengan wisatawan. *Website* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi destinasi, tetapi juga sebagai etalase produk lokal, paket wisata, serta sarana

penguatan identitas desa. Namun demikian, pengembangan *website* desa wisata tidak akan efektif tanpa keterlibatan aktif masyarakat sebagai pengelola utama konten dan layanan wisata. Oleh karena itu, pendekatan partisipatif menjadi sangat penting agar masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, melainkan subjek yang memiliki kapasitas, rasa memiliki, dan tanggung jawab terhadap keberlanjutan desa wisata (Latianingsih dkk., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pengembangan *website* desa wisata berbasis partisipasi masyarakat sebagai upaya untuk memperkuat promosi dan mendorong penguatan ekonomi lokal di Desa Banjarsari. Kegiatan pengabdian dipilih dalam bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan karena dinilai mampu meningkatkan kapasitas masyarakat secara bertahap dan berkelanjutan. Melalui pelatihan pengelolaan desa wisata, pendampingan digitalisasi promosi, serta keterlibatan langsung masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan *website*, diharapkan tercipta sistem promosi wisata yang mudah dikelola secara mandiri oleh desa.

Kondisi awal Desa Banjarsari menunjukkan bahwa promosi wisata masih bersifat sporadis, belum terintegrasi, dan bergantung pada pihak eksternal. Setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan, kondisi yang diharapkan adalah terbangunnya *website* desa wisata yang aktif, informatif, dan dikelola secara partisipatif oleh masyarakat, khususnya pemuda dan pengelola BUMDes. Selain itu, *website* diharapkan mampu menjadi sarana promosi produk UMKM lokal, paket wisata, serta kegiatan budaya desa sehingga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dan penguatan identitas Desa Banjarsari sebagai desa wisata yang berkelanjutan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan. Menurut Zunaidi (2024), pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa program yang dirancang benar-benar sesuai dengan kebutuhan, potensi, dan kapasitas masyarakat Desa Banjarsari, serta memiliki peluang keberlanjutan setelah kegiatan pengabdian berakhir.

Metode utama yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) yang dikombinasikan dengan prinsip *Community-Based Tourism* (CBT) dan pemberdayaan digital (*digital empowerment*). Pendekatan PAR memungkinkan terjadinya proses refleksi bersama antara tim pengabdian dan masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, merumuskan solusi,

melaksanakan aksi, serta mengevaluasi hasil kegiatan secara berkelanjutan (Suhara dkk., 2025). Sementara itu, pendekatan CBT diterapkan untuk memastikan bahwa pengembangan desa wisata dilakukan dengan melibatkan masyarakat lokal sebagai pengelola, pengambil keputusan, dan penerima manfaat utama dari kegiatan pariwisata (Syarifah & Rochani, 2021).

Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini meliputi Pemerintah Desa Banjarsari, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Karang Taruna, kelompok pelaku UMKM, serta perwakilan masyarakat setempat. Pemerintah desa berperan sebagai mitra strategis yang mendukung pelaksanaan kegiatan melalui fasilitasi lokasi, koordinasi peserta, serta integrasi program dengan rencana pembangunan desa. BUMDes dan Karang Taruna terlibat aktif sebagai calon pengelola utama desa wisata dan pengelola platform digital, khususnya *website* desa wisata yang dikembangkan dalam kegiatan ini. Pelaku UMKM dan kelompok masyarakat lainnya berperan sebagai peserta pelatihan, penyedia konten lokal, serta aktor utama dalam pemanfaatan *website* untuk promosi produk dan layanan wisata.

Bentuk keterlibatan mitra dilakukan secara aktif melalui diskusi kelompok terarah, pelatihan, pendampingan teknis, serta keterlibatan langsung dalam proses pengembangan dan pengelolaan *website* desa wisata. Pola kemitraan ini dirancang untuk memperkuat rasa memiliki (*sense of ownership*) masyarakat terhadap hasil kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Seperti pada Gambar 1, pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Tahap awal diawali dengan pemetaan potensi dan permasalahan desa melalui observasi lapangan dan diskusi kelompok terarah bersama masyarakat dan perangkat desa. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi wisata, kondisi promosi yang telah berjalan, serta kesiapan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata

berbasis digital.

Tahap selanjutnya adalah perencanaan partisipatif, yaitu penyusunan rencana aksi pengembangan desa wisata dan *website* desa wisata secara bersama-sama dengan mitra. Pada tahap ini dilakukan penentuan kebutuhan fitur *website*, pembagian peran pengelolaan, serta penyesuaian konten dengan karakter dan identitas Desa Banjarsari.

Tahap implementasi dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Kegiatan meliputi pelatihan pengelolaan desa wisata berbasis komunitas, pelatihan pengelolaan konten digital, serta pendampingan teknis dalam pengembangan dan pengoperasian *website* desa wisata. Masyarakat, khususnya pemuda dan pengelola BUMDes, dilibatkan secara langsung dalam proses pembuatan konten, pengunggahan informasi, dan pengelolaan fitur *website*.

Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara partisipatif untuk menilai efektivitas kegiatan, tingkat partisipasi masyarakat, serta potensi keberlanjutan *website* desa wisata sebagai media promosi dan penguatan ekonomi lokal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Banjarsari, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama kurang lebih enam bulan, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan program, hingga evaluasi dan penyusunan rekomendasi tindak lanjut. Rentang waktu tersebut dinilai memadai untuk memastikan proses pendampingan berjalan secara optimal dan memberikan ruang bagi masyarakat untuk beradaptasi dengan pengelolaan desa wisata berbasis digital.

3. Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Banjarsari difokuskan pada pendampingan pengembangan dan pengelolaan *website* desa wisata sebagai media promosi digital yang terintegrasi. Pendampingan dilakukan secara bertahap dan partisipatif dengan melibatkan perangkat desa, pengelola BUMDes, pemuda desa, serta pelaku UMKM yang berkaitan langsung dengan aktivitas wisata.

Pada tahap implementasi, masyarakat didampingi dalam proses penyusunan dan pengelolaan konten *website* desa wisata yang mencakup informasi destinasi wisata, profil desa, produk UMKM, serta informasi layanan wisata. Proses ini dilakukan melalui pelatihan pengelolaan konten digital dan praktik langsung pengunggahan materi ke dalam *website*. Pendekatan *learning by doing* diterapkan agar masyarakat tidak hanya memahami konsep,

tetapi juga memiliki keterampilan teknis dalam mengelola *website* secara mandiri.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa *website* desa wisata mulai berfungsi sebagai pusat informasi wisata Desa Banjarsari. Konten yang ditampilkan tidak hanya berfokus pada daya tarik alam, tetapi juga menampilkan aktivitas wisata, potensi budaya, serta produk lokal yang dapat diakses oleh calon wisatawan. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pengelolaan *website* disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pengelolaan *website* Desa Wisata

Untuk memberikan gambaran hasil konkret dari pendampingan digital yang dilakukan, capaian pengembangan konten *website* desa wisata disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Capaian pengembangan konten *Website* Desa Wisata Banjarsari

Jenis Konten <i>Website</i>	Uraian Konten	Status Setelah Pendampingan
Profil desa wisata	Informasi umum desa dan konsep wisata	Tersedia dan terbaharui
Destinasi wisata	Deskripsi objek wisata alam dan edukasi	Tersedia dan terstruktur
Produk UMKM lokal	Kuliner dan produk pendukung wisata	Mulai ditampilkan
Galeri foto kegiatan wisata	Dokumentasi aktivitas dan daya tarik wisata	Tersedia
Informasi kontak & layanan	Kontak pengelola dan akses lokasi	Tersedia

Tabel 1 menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan

website secara teknis, tetapi juga mendorong tersusunnya konten wisata yang lebih terstruktur dan informatif. *website* mulai dimanfaatkan sebagai media promosi yang merepresentasikan potensi wisata dan ekonomi lokal Desa Banjarsari secara lebih komprehensif.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pengembangan *website* desa wisata berbasis partisipasi masyarakat merupakan strategi yang relevan untuk memperkuat promosi wisata desa. Keterlibatan langsung masyarakat dalam pengelolaan konten *website* berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas digital sekaligus memperkuat rasa memiliki terhadap platform promosi yang dikembangkan. Temuan ini sejalan dengan pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya pariwisata (Putra dkk., 2025).

Dari sisi promosi, keberadaan *website* desa wisata memberikan ruang bagi Desa Banjarsari untuk menyampaikan informasi secara lebih luas dan terkontrol dibandingkan promosi yang bersifat sporadis melalui media sosial pribadi. *Website* berfungsi sebagai hub informasi yang mengintegrasikan destinasi wisata, aktivitas desa, serta produk UMKM lokal dalam satu platform. Hal ini penting karena wisatawan cenderung mencari informasi yang lengkap dan kredibel sebelum melakukan kunjungan.

Selain itu, integrasi produk UMKM ke dalam *website* desa wisata menunjukkan potensi penguatan ekonomi lokal melalui keterkaitan langsung antara sektor pariwisata dan usaha masyarakat. Promosi produk lokal melalui *website* tidak hanya meningkatkan visibilitas UMKM, tetapi juga membuka peluang terciptanya rantai nilai ekonomi berbasis wisata desa. Dengan demikian, *website* desa wisata tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Namun demikian, hasil pendampingan juga mengindikasikan bahwa keberlanjutan pengelolaan *website* masih memerlukan perhatian khusus, terutama terkait konsistensi pembaruan konten dan pembagian peran pengelola. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan pengelola desa wisata serta pendampingan lanjutan menjadi faktor penting agar *website* dapat terus berfungsi secara optimal sebagai media promosi dan penguatan ekonomi lokal Desa Banjarsari.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Banjarsari menunjukkan bahwa pengembangan *website* desa wisata berbasis partisipasi masyarakat merupakan strategi yang relevan dan efektif untuk memperkuat promosi destinasi sekaligus mendukung penguatan ekonomi lokal. Pendampingan yang dilakukan secara bertahap melalui sosialisasi, pelatihan, dan praktik langsung mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola platform digital sebagai media informasi dan promosi wisata desa.

Hasil kegiatan memperlihatkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat, khususnya pengelola BUMDes, pemuda desa, dan pelaku UMKM, berkontribusi terhadap tersusunnya konten *website* yang lebih terstruktur dan representatif terhadap potensi wisata Desa Banjarsari. *website* desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi destinasi, tetapi juga sebagai etalase digital produk dan layanan lokal yang berpotensi mendorong keterkaitan antara sektor pariwisata dan ekonomi masyarakat desa.

Meskipun demikian, keberlanjutan pengelolaan *website* desa wisata masih memerlukan penguatan, terutama dalam hal konsistensi pembaruan konten, pembagian peran pengelola, dan peningkatan literasi digital masyarakat. Oleh karena itu, tindak lanjut kegiatan pengabdian direkomendasikan dalam bentuk pendampingan lanjutan, penguatan kelembagaan pengelola desa wisata, serta integrasi pengelolaan *website* dengan program pembangunan desa agar platform digital yang telah dikembangkan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat Desa Banjarsari.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah Desa Banjarsari, pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), serta seluruh masyarakat Desa Wisata Banjarsari yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pemuda desa dan pelaku UMKM yang terlibat secara langsung dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan pengelolaan *website* desa wisata. Selain itu, penulis mengapresiasi dukungan dari pihak-pihak terkait yang telah membantu kelancaran kegiatan, baik dalam bentuk fasilitasi tempat, koordinasi kegiatan, maupun kontribusi pemikiran selama proses pengabdian berlangsung. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Telkom University dengan nomor kontrak 0873/ABD07/PPM-JPM/2025.

Daftar Referensi

- Kurniawan, A.R. 2020. Tantangan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Era Digital di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Pangalengan), *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 2(2), 10-16.
- Maulana, R. 2024. Strategi Pemerintah Desa Dalam Mengembangkan Desa Wisata di Desa Banjarsari Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Skripsi*, Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bale Bandung.
- Latianingsih, N., Mariam, I., Pratama, A.P., & Chandra, Y.E.N. 2025. Desa Wisata Digital: Inovasi, Pemberdayaan, dan Masa Depan Berkelanjutan. Penerbit Qriset Indonesia.
- Putra, A.G.I., Hermanto, B., & Winoto, Y., 2025. Strategi Keberlanjutan Desa Wisata Bandasari melalui Community-Based Tourism dan Pendekatan Sociopreneurship. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(2), 353-367. <https://doi.org/10.37253/altasia.v7i2.10371>.
- Syarifah, R. & Rochani, A. 2021. Studi Literatur: Pengembangan Desa Wisata Melalui Community Based Tourism Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 109-129.
- Setiadi, M.B. & Pradana, G.W., 2022. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Genilangit (Studi di Desa Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan). *Journal Publika*, 10(3), 881–894.
- Singgalen, Y.A. & Prasadja, H. 2025. Pariwisata Berbasis Komunitas. *Penerbit Widina Media Utama*.
- Suhara, A. dkk. 2025. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat: Teori dan Praktik. Penerbit *Widina Media Utama*.
- Suryawan, I.B. & Mahagangga, I.G.O. 2024. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perencanaan Desa Wisata. *Penerbit Adab*.
- Zunaidi, A., 2024. Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas. *Yayasan Putra Adi Dharma*.