

Pemberdayaan Masyarakat melalui Implementasi Website EcoRise sebagai Sarana Promosi Wisata Berkelanjutan di Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor

Naziha Afsi*, Abel Gandhy, Delta Hadi Purnama

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pakuan Kota Bogor

*Penulis korespondensi : naziha5544@gmail.com

Dikirim : 29 Mei 2026

Direvisi : 29 Juni 2026

Diterima : 30 Juni 2026

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi wisata berkelanjutan melalui implementasi website EcoRise. Program ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya literasi digital masyarakat, terbatasnya media promosi wisata, serta belum optimalnya pengelolaan potensi Wisata Curug Mutiara sebagai destinasi ekowisata berbasis masyarakat. Metode yang digunakan adalah Participatory Action and Learning System (PALS) dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan pengelola wisata, Karang Taruna, pelaku UMKM, dan masyarakat setempat. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi lapangan, Focus Group Discussion (FGD), pengembangan website EcoRise, sosialisasi, serta pelatihan pengelolaan website dan media sosial sebagai media promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam mengelola informasi destinasi wisata, mempromosikan paket wisata, serta memasarkan produk UMKM secara digital. Website EcoRise berhasil menjadi media promosi yang terintegrasi dengan informasi destinasi, paket wisata, sistem reservasi, dan kampanye wisata ramah lingkungan. Selain meningkatkan visibilitas Wisata Curug Mutiara, program ini juga memperkuat branding destinasi, mendorong partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata, serta membuka peluang pengembangan ekonomi lokal yang lebih berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kata kunci: Curug Mutiara, pemberdayaan masyarakat, promosi digital, website EcoRise

Abstract: This community service program aimed to enhance the capacity of the community in Karang Tengah Village, Babakan Madang District, Bogor Regency, in utilizing digital technology as a tool for sustainable tourism promotion through the implementation of the EcoRise website. The program was initiated in response to the low level of digital literacy among local residents, limited tourism promotion media, and the underutilized potential of Curug Mutiara Tourism as a community-based ecotourism destination. The method employed was the Participatory Action and Learning System (PALS), using a participatory approach that involved tourism managers, youth organizations, local MSMEs, and community members. The activities consisted of field observations, Focus Group Discussions (FGDs), development of the EcoRise website, socialization, and training on website and social media management as digital promotion tools. The results indicated an improvement in participants' understanding and skills in managing tourism information, promoting tourism packages, and marketing local MSME products through digital platforms. The EcoRise website successfully

functioned as an integrated promotional platform containing destination profiles, tourism packages, reservation features, and environmentally friendly tourism campaigns. In addition to increasing the visibility of Curug Mutiara Tourism, the program strengthened destination branding, encouraged community participation in tourism management, and created opportunities for more sustainable local economic development through the utilization of digital technology.

Keywords: *community empowerment, Curug Mutiara, EcoRise website, digital promotion*

1. Pendahuluan

Wisatawan modern cenderung mencari informasi destinasi secara daring sebelum menentukan tujuan perjalanan mereka, sehingga ketiadaan platform digital yang memadai dapat menjadi hambatan serius bagi perkembangan potensi wisata yang sesungguhnya telah ada. Perubahan perilaku konsumen di era digital menunjukkan bahwa masyarakat cenderung memilih layanan yang memiliki akses informasi cepat, praktis, dan mudah dijangkau melalui platform digital (Gandhy dkk., 2023). Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pariwisata. Di era digital seperti saat ini, keberadaan platform berbasis internet seperti *website* bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan utama dalam strategi promosi destinasi wisata. Wisatawan modern cenderung mencari informasi destinasi secara daring sebelum menentukan tujuan perjalanan mereka, sehingga ketiadaan platform digital yang memadai dapat menjadi hambatan serius bagi perkembangan potensi wisata yang sesungguhnya telah ada. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa digitalisasi pariwisata merupakan salah satu faktor penentu daya saing destinasi di tingkat regional maupun nasional (Mumtaz & Karmilah, 2021). Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, pariwisata tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas rekreasi, melainkan telah bertransformasi menjadi instrumen strategis penciptaan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan yang saling terintegrasi (Maak dkk., 2022).

Pemberdayaan masyarakat melalui sektor pariwisata menjadi salah satu pendekatan yang dinilai efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal. Ekowisata sebagai salah satu bentuk pariwisata berkelanjutan menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan destinasi, sehingga manfaat ekonomi dapat dirasakan secara langsung oleh warga setempat. Dalam pengelolaan ekowisata yang baik, partisipasi masyarakat tidak hanya sebatas sebagai objek penerima manfaat, tetapi juga sebagai subjek yang aktif terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program (Tisnawati dkk., 2024). Di sisi lain, pelaku UMKM lokal di sekitar kawasan wisata memiliki peran strategis dalam

memperkuat ekosistem ekonomi desa, khususnya melalui pengembangan produk makanan, minuman, dan suvenir ramah lingkungan yang menjadi bagian tak terpisahkan dari pengalaman wisata itu sendiri (Sa'adah dkk., 2024). Pendekatan pemberdayaan berbasis potensi lokal juga terbukti mampu meningkatkan keterampilan masyarakat serta membuka peluang peningkatan pendapatan melalui pengembangan produk bernilai tambah yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat desa (Amelia dkk., 2024).

Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata alam yang cukup besar, khususnya pada kawasan Wisata Curug Mutiara. Kawasan ini menawarkan berbagai daya tarik alam seperti curug alami, jalur *trekking*, area *camping*, dan panorama pegunungan yang berpotensi dikembangkan menjadi destinasi ekowisata berkelanjutan. Namun demikian, potensi tersebut belum dikelola secara optimal, terutama dari sisi promosi digital. Minimnya eksposur digital dan belum tersedianya platform informasi berbasis website menjadi kendala utama yang menyebabkan kawasan ini belum mampu menjangkau pasar wisatawan yang lebih luas. Kondisi serupa juga ditemukan dalam berbagai kajian, di mana banyak desa wisata di Indonesia yang memiliki potensi besar namun terhambat oleh keterbatasan kapasitas digital dalam pengelolaan dan pemasaran destinasinya (Kanha dkk., 2024). Selain itu, masyarakat lokal khususnya pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami bagaimana memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi produk dan layanan yang mereka tawarkan kepada wisatawan (Arumsari dkk., 2022).

Melalui program pengabdian masyarakat ini, mahasiswa berperan aktif dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Karang Tengah melalui implementasi *website* EcoRise sebagai sarana promosi wisata yang dapat dikelola secara mandiri oleh masyarakat lokal. Kunci untuk mewujudkan keberlanjutan program ini terletak pada penguatan kapasitas digital masyarakat, khususnya kemampuan dalam mengelola informasi destinasi, mempromosikan produk UMKM lokal, serta menyampaikan nilai-nilai wisata edukasi lingkungan kepada calon wisatawan secara efektif dan berkelanjutan. Kehadiran *website* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai wujud nyata transformasi digital yang mampu memperluas jangkauan promosi destinasi hingga ke pasar wisatawan Jabodetabek dan sekitarnya (Sulistyanto dkk., 2022). Selain itu, pengembangan potensi lokal juga perlu didukung melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang adaptif agar mampu menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan. Nurrohman dkk. (2025) menjelaskan bahwa

pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dapat meningkatkan keterampilan, wawasan, dan pendapatan masyarakat melalui pengembangan produk inovatif yang memiliki nilai jual lebih tinggi, termasuk melalui pemasaran digital secara *online* maupun *offline*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pemberdayaan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya lokal, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar, sehingga penguatan literasi digital menjadi langkah penting dalam mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat desa berbasis ekowisata dan UMKM lokal.

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat lokal dalam pengelolaan promosi digital, serta menumbuhkan kemandirian ekonomi bagi pelaku UMKM di sekitar kawasan Wisata Curug Mutiara melalui pemanfaatan platform digital yang terstruktur dan berkelanjutan. Pendekatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pengembangan potensi lokal dinilai mampu meningkatkan keterampilan, menciptakan nilai tambah produk, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan (Reziannisa dkk., 2025). Penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan dinilai penting untuk menciptakan pengelolaan usaha yang lebih profesional, terstruktur, dan berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal berbasis potensi desa (Andri dkk., 2024). Oleh karena itu, diharapkan program pemberdayaan ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan memperkuat ekosistem ekonomi desa melalui pengelolaan ekowisata berbasis digital yang memberikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan secara nyata dan terukur bagi seluruh lapisan masyarakat Desa Karang Tengah (Putri dkk., 2022).

2. Metode

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Karang Tengah dilaksanakan menggunakan pendekatan *Participatory Action and Learning System* (PALS), yaitu metode pemberdayaan masyarakat yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat melalui proses penyadaran, peningkatan kapasitas, pendampingan, serta penguatan kelembagaan secara berkelanjutan. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong masyarakat untuk berpartisipasi secara langsung dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, hingga evaluasi hasil yang dicapai. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat (*beneficiaries*),

tetapi juga sebagai pelaku utama (*active stakeholders*) yang berkontribusi dalam merumuskan solusi dan mengelola program sesuai dengan potensi serta kebutuhan lokal. Penerapan metode PALS menjadikan proses pemberdayaan berlangsung secara partisipatif, kolaboratif, dan berbasis pada pengalaman belajar masyarakat, sehingga setiap kegiatan yang dilaksanakan tidak bersifat *top-down*, melainkan berkembang melalui dialog, kerja sama, dan kesadaran kolektif masyarakat Desa Karang Tengah. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola promosi wisata berbasis digital sekaligus memperkuat kemandirian kelembagaan desa dalam mewujudkan pengembangan ekowisata yang berkelanjutan.

Tahap awal kegiatan diawali dengan observasi lapangan guna memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi kawasan Wisata Curug Mutiara. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai potensi wisata yang belum dimanfaatkan secara maksimal, keterbatasan dalam akses digital, serta kebutuhan masyarakat terhadap media promosi wisata yang lebih representatif. Dalam pelaksanaannya, beberapa pihak turut dilibatkan, antara lain pengelola objek wisata, pelaku UMKM setempat, anggota Karang Taruna, serta Pemerintah Desa Karang Tengah sebagai pemangku kepentingan utama. Selain observasi, kegiatan juga dilengkapi dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang berfungsi sebagai wadah diskusi bersama masyarakat untuk mengidentifikasi permasalahan, menentukan kebutuhan prioritas, dan merumuskan arah pengembangan *website* EcoRise sebagai media promosi wisata yang akan diterapkan. Kegiatan sosialisasi sekaligus pelatihan penggunaan website dilaksanakan di Aula Agro Curug Mutiara, Kampung Wangun, Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, pada 14 Mei 2026 pukul 07.00–12.00 WIB.

Dalam kegiatan tersebut, mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan pendamping teknis pada proses sosialisasi maupun pelatihan pengelolaan website EcoRise. Materi yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai fungsi dan manfaat website sebagai media promosi destinasi wisata, pengelolaan informasi digital, serta pemanfaatan platform daring untuk memperluas pemasaran produk UMKM lokal kepada wisatawan. Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui pembagian peserta ke dalam beberapa kelompok kecil. Setiap kelompok memperoleh pendampingan langsung dari mahasiswa agar peserta mampu memahami sekaligus mempraktikkan penggunaan website secara mandiri, terarah, dan efektif.

3. Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat melalui implementasi *website* EcoRise di Desa Karang Tengah menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan ekowisata berbasis pemberdayaan masyarakat. Program ini tidak hanya berfokus pada pembuatan media promosi wisata, tetapi juga diarahkan untuk membangun kapasitas masyarakat dalam mengelola destinasi wisata secara lebih modern, terstruktur, dan berkelanjutan. Kegiatan utama yang dilaksanakan meliputi observasi lapangan, *Focus Group Discussion* (FGD), sosialisasi program, pengembangan *website* EcoRise, serta pelatihan pengelolaan *website* dan *branding* digital kepada masyarakat lokal. Pendekatan tersebut dilakukan sebagai upaya menjawab permasalahan utama Desa Karang Tengah yang selama ini mengalami keterbatasan dalam aspek digitalisasi promosi, kapasitas sumber daya manusia, serta sistem pengelolaan wisata berbasis komunitas. Kondisi tersebut juga diperkuat dalam proposal Karang Tengah EcoRise yang menyebutkan bahwa rendahnya eksposur digital dan belum adanya sistem promosi terintegrasi menjadi hambatan utama pengembangan Wisata Curug Mutiara sebagai destinasi ekowisata berkelanjutan.

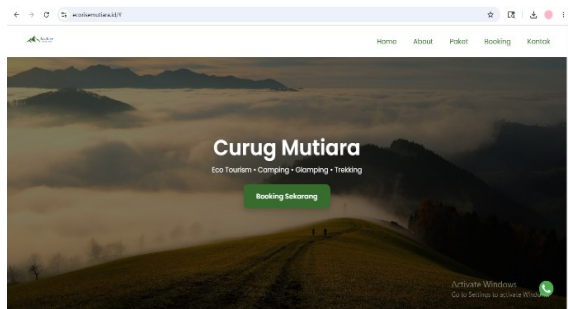
Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi dan diskusi bersama masyarakat, pengelola wisata, serta perangkat desa untuk mengidentifikasi kondisi aktual kawasan Wisata Curug Mutiara. Hasil observasi menunjukkan bahwa kawasan tersebut memiliki potensi wisata alam yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi destinasi ekowisata unggulan di Kabupaten Bogor. Potensi tersebut terlihat dari keberadaan curug alami, jalur *trekking*, area *camping*, sungai dengan aliran air yang masih jernih, serta panorama pegunungan yang mendukung konsep wisata alam berbasis edukasi lingkungan. Selain itu, lokasi Desa Karang Tengah yang berada di kawasan dataran tinggi dan dikenal sebagai “Desa Sejuta Wisata” menjadi nilai tambah dalam pengembangan sektor pariwisata desa. Namun demikian, potensi tersebut sebelumnya belum dikelola secara sistematis sehingga belum mampu memberikan dampak ekonomi yang optimal bagi masyarakat sekitar. Sistem promosi wisata masih dilakukan secara sederhana melalui komunikasi dari mulut ke mulut dan media sosial yang belum dikelola secara konsisten. Akibatnya, jangkauan promosi wisata menjadi terbatas dan belum mampu menjangkau pasar wisatawan secara lebih luas, khususnya wisatawan dari wilayah Jabodetabek. Kondisi tersebut sejalan dengan hasil identifikasi kebutuhan dalam proposal EcoRise yang menekankan pentingnya digitalisasi dan penguatan *branding* destinasi melalui pengembangan *website* dan optimalisasi media sosial.

Selain persoalan promosi wisata, hasil diskusi bersama masyarakat menunjukkan bahwa sebagian besar warga masih memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam pengelolaan promosi wisata dan pemasaran produk UMKM lokal. Rendahnya tingkat pendidikan masyarakat turut memengaruhi kemampuan masyarakat dalam memahami sistem digital berbasis website maupun media sosial sebagai sarana pengembangan ekonomi desa. Dalam proposal EcoRise dijelaskan bahwa sebagian besar penduduk Desa Karang Tengah masih didominasi lulusan sekolah dasar dan jumlah lulusan perguruan tinggi kurang dari satu persen dari total penduduk desa. Kondisi tersebut berdampak pada keterbatasan kemampuan manajerial, *digital marketing*, serta pengelolaan wisata berbasis keberlanjutan. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya diarahkan pada pembangunan sistem digital semata, tetapi juga difokuskan pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan penggunaan website EcoRise secara langsung.

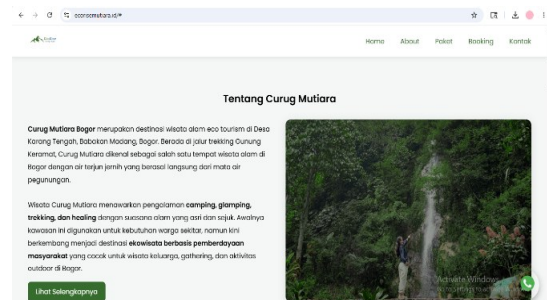
Sebagai bentuk solusi terhadap permasalahan tersebut, tim pengabdian mengembangkan *website* EcoRise sebagai media promosi wisata digital yang memuat berbagai informasi mengenai destinasi Wisata Curug Mutiara. *Website* ini dirancang sebagai pusat informasi wisata yang terintegrasi dengan konsep digital-based tourism management sebagaimana dijelaskan dalam proposal program EcoRise. *Website* memuat profil destinasi wisata, informasi jalur *trekking*, paket wisata, sistem reservasi sederhana, informasi area *camping*, edukasi lingkungan, serta promosi produk UMKM lokal. Selain itu, *website* juga dilengkapi dengan tampilan visual yang menonjolkan konsep wisata alam dan kampanye wisata ramah lingkungan agar mampu memperkuat *branding* destinasi Curug Mutiara sebagai kawasan ekowisata berbasis keberlanjutan.

Pengembangan *website* EcoRise juga dirancang untuk memberikan pengalaman akses informasi yang lebih mudah dan informatif bagi wisatawan. Wisatawan dapat memperoleh informasi mengenai lokasi wisata, harga paket wisata, fasilitas kawasan, hingga edukasi konservasi lingkungan melalui satu platform digital yang terintegrasi. Pada tampilan utama *website* terdapat slogan “Merawat Alam, Menggerakkan Kehidupan” yang menjadi identitas *branding* EcoRise sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Selain itu, *website* juga dilengkapi dengan fitur visitor *capacity control*, *booking experience*, dan informasi paket wisata yang bertujuan untuk mendukung pengelolaan destinasi secara lebih terstruktur. Prototipe *website* EcoRise yang dikembangkan dapat dilihat pada Gambar 1.

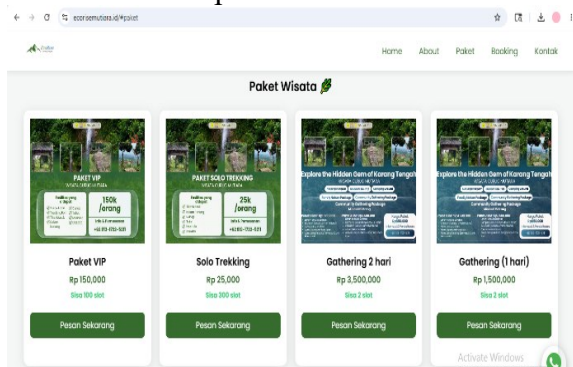
Setelah proses pengembangan *website* selesai dilakukan, kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan penggunaan *website* kepada masyarakat Desa Karang Tengah. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di Aula Agro Curug Mutiara dengan melibatkan pengelola wisata, anggota Karang Taruna, pelaku UMKM lokal, serta perangkat desa. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan *Participatory Action and Learning System* (PALS) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pengembangan program. Pendekatan partisipatif dipilih agar masyarakat tidak hanya menerima materi secara teoretis, tetapi juga terlibat secara langsung dalam praktik penggunaan *website* dan pengelolaan konten digital secara mandiri.



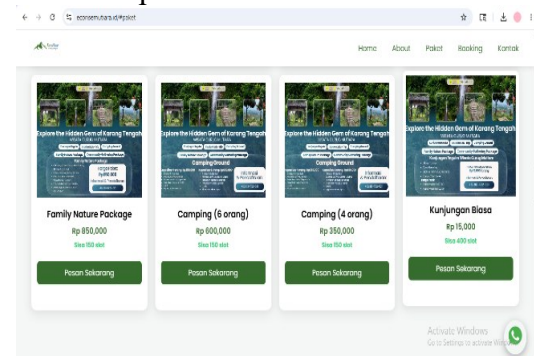
Tampilan Home Website



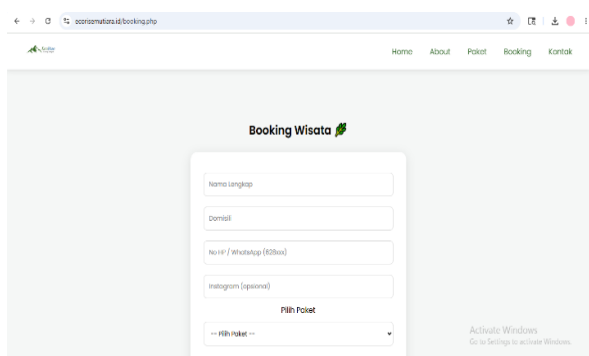
Tampilan Halaman About Website



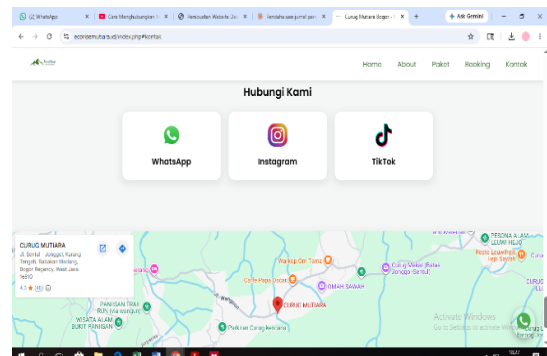
Tampilan Halaman Paket Wisata Website



Tampilan Halaman Paket Wisata Website



Tampilan Halaman Booking Website



Tampilan Halaman Kontak Website

Gambar 1. Tampilan *Website* EcoRise Wisata Curug Mutiara

Pada tahap sosialisasi, seperti diperlihatkan dalam Gambar 2, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan wisata desa serta peran media digital dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata. Tim pengabdian menjelaskan bahwa perubahan perilaku wisatawan modern cenderung bergantung pada informasi digital sebelum menentukan tujuan wisata. Oleh karena itu, keberadaan *website* dan media sosial menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata desa. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai konsep *branding* destinasi wisata, pengelolaan konten digital, serta strategi promosi berbasis media sosial untuk menjangkau pasar wisatawan yang lebih luas.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara interaktif melalui pembagian peserta ke dalam kelompok-kelompok kecil. Setiap kelompok memperoleh pendampingan langsung dari mahasiswa agar peserta dapat memahami penggunaan *website* secara lebih efektif. Materi pelatihan meliputi cara mengunggah informasi wisata, mengelola foto dan konten destinasi, memperbarui informasi paket wisata, serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi digital. Pendampingan dilakukan secara bertahap karena sebagian peserta masih belum terbiasa menggunakan sistem digital berbasis *website*. Pendekatan pendampingan langsung tersebut terbukti membantu peserta dalam memahami penggunaan *website* secara lebih praktis dan mudah diterapkan.

Hasil pelaksanaan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pengembangan wisata dan pemasaran produk lokal. Pengelola wisata mulai memahami pentingnya penyajian informasi destinasi secara menarik dan terstruktur untuk meningkatkan minat wisatawan. Sementara itu, pelaku UMKM lokal mulai menyadari bahwa produk makanan, minuman, dan suvenir yang mereka miliki dapat dipromosikan secara lebih luas melalui platform digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi *website* EcoRise tidak hanya berdampak pada peningkatan promosi wisata, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan literasi digital dan kemampuan pemasaran berbasis teknologi.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan *Website* EcoRise

Selain meningkatkan kapasitas masyarakat, implementasi *website* EcoRise juga memberikan dampak terhadap penguatan identitas *branding* destinasi Wisata Curug Mutiara. Sebelumnya, destinasi wisata ini belum memiliki identitas visual dan konsep promosi yang terarah. Setelah adanya *website* EcoRise, promosi wisata menjadi lebih terintegrasi dengan konsep wisata ramah lingkungan dan edukasi konservasi. *Branding* tersebut diperkuat melalui penyajian konten visual mengenai kawasan wisata, informasi pengelolaan sampah berbasis 3R, penggunaan *refill station*, serta edukasi konservasi lingkungan bagi pengunjung. Konsep ini sejalan dengan pendekatan *eco-sustainable tourism* yang diangkat dalam proposal EcoRise, yaitu integrasi antara pengembangan wisata, pemberdayaan masyarakat, dan keberlanjutan lingkungan dalam satu sistem pengelolaan wisata berbasis digital.

Dari aspek sosial dan ekonomi, program ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Pemuda desa mulai terlibat dalam pengelolaan media sosial, dokumentasi wisata, dan pengembangan konten digital destinasi. Keterlibatan tersebut membuka peluang pengembangan keterampilan baru di bidang digital marketing dan teknologi informasi. Selain itu, pelaku UMKM memperoleh peluang lebih besar untuk memperkenalkan produk lokal kepada wisatawan melalui media digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi wisata dapat menjadi salah satu strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang berkelanjutan.

Meskipun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala, terutama terkait keterbatasan kemampuan digital sebagian masyarakat serta akses internet yang belum sepenuhnya stabil di kawasan wisata. Beberapa peserta masih memerlukan pendampingan lanjutan dalam penggunaan fitur-fitur *website* dan pengelolaan media sosial secara konsisten. Selain itu, keberlanjutan pengelolaan *website* juga memerlukan komitmen masyarakat agar informasi wisata dapat terus diperbarui secara berkala. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan dan penguatan kapasitas digital masyarakat menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan program EcoRise di masa mendatang.

Secara keseluruhan, implementasi *website* EcoRise sebagai sarana promosi wisata berkelanjutan di Desa Karang Tengah menunjukkan bahwa digitalisasi mampu menjadi instrumen strategis dalam mendukung pengembangan ekowisata berbasis masyarakat. Kehadiran *website* tidak hanya meningkatkan visibilitas destinasi Wisata Curug Mutiara, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat dalam pengelolaan promosi digital, memperluas peluang ekonomi UMKM lokal, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan

wisata berkelanjutan. Program ini membuktikan bahwa integrasi antara teknologi digital, pemberdayaan masyarakat, dan pengelolaan wisata berbasis keberlanjutan dapat menciptakan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang saling terhubung dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Karang Tengah.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui implementasi website EcoRise sebagai sarana promosi wisata berkelanjutan di Desa Karang Tengah telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis digital. Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan penggunaan website, masyarakat mulai memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi destinasi wisata, pengelolaan paket wisata, serta pemasaran produk UMKM lokal secara lebih luas dan terstruktur. Program ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas Wisata Curug Mutiara melalui media digital, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif masyarakat, khususnya pemuda desa, pengelola wisata, dan pelaku UMKM, dalam membangun ekosistem ekowisata berbasis pemberdayaan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Kehadiran website EcoRise menjadi bentuk transformasi pengelolaan wisata dari sistem manual menuju sistem digital yang lebih modern, efektif, dan mudah diakses sehingga mampu memperkuat *branding* destinasi sekaligus membuka peluang peningkatan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada PT Kalimantan Prima Persada selaku penyelenggara KPP Mining Youth in Action 2, Universitas Pakuan, dan Dosen Pembimbing. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak Manajemen Sentul City, khususnya Bapak Budi Pruwanto dari Divisi Land Sentul City, Pemerintah Desa Karang Tengah yang diwakili oleh Ibu Ade Dahlia selaku Kasi Pemerintahan, Bapak Uday selaku Ketua RW 10 sekaligus perwakilan Perhutani, Bapak Boim selaku Ketua RT 01 RW 10, Ketua Gapoktan Bapak Hj. Entib, Bapak Ahmad Royani selaku pemilik dan pengelola Wisata Curug Mutiara, serta seluruh masyarakat dan peserta pelatihan yang telah memberikan bantuan, informasi, dan kerja sama sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Referensi

- Amelia, S., Adriani, A., Gandhi, A., & Anggraini, D. (2024). Pelatihan Pembuatan Selai Jambu Kristal Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Petani Jambu Kristal di Desa Bantarsari. *UNRI Conference Series: Community Engagement*, 6, 200-204. <https://conference.unri.ac.id/index.php/unricsce/article/view/507>
- Andri, A., Marwansyah, M., Irawan, T., Arsyelan, F., & Donawati, D. (2024). Pelatihan Program Pembuatan Laporan Keuangan UMKM Ikan Asin W = R Family. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 3(2), 33-40. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v3i2.132>
- Arumsari, N.R., Lailiyah, N. & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92-101. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Gandhy, A., Karmila, J.T., Pakpahan, R., & Hardini, S.Y.P. (2023). Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 175–184. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1731>
- Kanha, I.G.N., Wijaya, I.N.Y.A., & Putra, I.G.J.E. (2024). Pembuatan Website Desa Wisata Sebagai Media Promosi Potensi Wisata di Desa Sebatu. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(3), 658-667. <https://doi.org/10.35870/jpni.v5i3.1030>
- Maak, C.S., Muga, M.P.L., & Kiak, N.T. (2022). Strategi Pengembangan Ekowisata Terhadap Ekonomi Lokal Pada Desa Wisata Fatumnasi. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 102-115. <https://doi.org/10.15642/oje.2022.6.2.102-115>
- Mumtaz, A.T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1-15. <https://dx.doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Nurrohman, M., Gandhi, A., & Syafaat, F. (2025). Inovasi Produk Turunan Jambu Kristal Soft Candy sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Bantarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(3), 1097-1108. <https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.920>
- Putri, E.D.H., Yulianto, A., Wardani, D.M. & Saputro, L.E. (2022). Dampak Ekonomi, Sosial dan Lingkungan Terhadap Ekowisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(3), 317-327. <https://doi.org/10.30647/jip.v27i3.1632>
- Reziannisa, R., Gandhi, A., & Syafaat, F. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Bantarsari dalam Pemanfaatan Tanaman Jambu Kristal Melalui Pelatihan Produk Teh Daun Jambu Kristal Guna Menambah Nilai Produk. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(3), 1138-1150. <https://doi.org/10.26874/jakw.v6i3.916>
- Sa'adah, A., Permadi, D.F.H., & Zen, B.P. (2024). Penerapan Digitalisasi Dan Teknologi Branding Untuk Meningkatkan Potensi Wisata Dan Daya Saing UMKM. *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)*, 4(2), 65–71. <https://doi.org/10.47709/dst.v4i2.4070>

- Sulistyanto, A., Muhamad, P., Dwinarko, D. & Sjafrizal, T. (2022). Pemberdayaan dan Pendampingan Masyarakat Desa dalam Transformasi Digital Pelayanan Publik Berbasis Website. *Jurnal Abdira*, 2(3), 117–128.
<https://doi.org/10.31004/abdira.v2i3.173>
- Tisnawati, E., Saputra, R.A., Mujahidin, M.U., Mulyandri, H., Nur'aziah, S., Primandani, D. L., ... Zamrudin, Z. (2024). Pengembangan Kawasan Ekowisata Berbasis Partisipatoris di Dusun Santan Kabupaten Bantul. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 570–579. <https://doi.org/10.24036/abdi.v6i3.771>