



PENINGKATAN KAPASITAS DIGITAL DESA WISATA ALAM ENDAH KABUPATEN BANDUNG MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENGELOLAAN WEBSITE

Increasing The Digital Capacity of Endah Natural Tourism Village, Bandung District Through Training and Website Management Assistance

Resista Vikaliana^{1*}, Ade Irawan², Yelita Anggiane Iskandar¹

¹Teknik Logistik Universitas Pertamina Jakarta, ²Ilmu Komputer Universitas Pertamina Jakarta

Jl. Teuku Nyak Arief, Simprug, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12220

*Alamat Korespondensi : resista.vikaliana@universitaspertamina.ac.id

(Tanggal Submission: 13 November 2024, Tanggal Accepted : 20 Mei 2025)



Kata Kunci :

Kapasitas Digital, Desa Wisata, Pengelolaan Web

Abstrak :

Desa Wisata Alamendah (Dawala) telah mengembangkan berbagai produk dan paket wisata berbasis aktivitas lokal, seperti bertani, membuat kerajinan, hingga bersepeda keliling desa, yang menarik kunjungan lebih dari 2.500 orang per semester pada 2019. Saat ini, Dawala dikategorikan sebagai desa wisata maju, dan pada 2021 meraih juara 2 dari Kemenparekraf. Namun, Dawala menargetkan menjadi desa wisata mandiri yang diakui secara internasional melalui penerapan konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dan inovasi digital. Kegiatan difokuskan pada identifikasi potensi digital Dawala, pengembangan konten website interaktif, serta peningkatan kapasitas pengelola dalam pemasaran dan pemeliharaan website untuk pariwisata berkelanjutan. Metode pelaksanaan mencakup identifikasi potensi Dawala, perancangan konten website interaktif, serta penyusunan modul dan pelatihan pengelolaan website. Kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dan pendampingan untuk meningkatkan kapasitas digital mitra. Kegiatan ini menghasilkan solusi atas dua permasalahan utama mitra, yaitu pengembangan website interaktif dan peningkatan keterampilan pengelolaan website. Website interaktif mempermudah reservasi dan memperkuat promosi wisata. Pelatihan web maintenance meningkatkan pengetahuan mitra agar dapat mengelola konten secara mandiri dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga memperbaiki struktur organisasi pengelolaan web. Hasilnya mendukung terciptanya pariwisata berkelanjutan di Dawala melalui digitalisasi yang tepat guna dan partisipatif. Kegiatan ini meningkatkan kapasitas digital dan tata kelola Dawala,

mendukung terwujudnya desa wisata mandiri menuju pariwisata berkelanjutan dan berdaya saing global.

Key word :

*Digital
Capacity,
Tourism Village,
Web
Management*

Abstract :

Alamendah Tourism Village (Dawala) has developed various products and tour packages based on local activities, such as farming, craft making, and cycling around the village, which attracted more than 2,500 people per semester in 2019. Currently, Dawala is categorised as an advanced tourism village, and in 2021 won second place from the Ministry of Tourism and Creative Economy. However, Dawala aims to become an internationally recognised independent tourism village through the application of sustainable tourism concepts and digital innovation. Activities focused on identifying Dawala's digital potential, developing interactive website content, and increasing the capacity of managers in marketing and website maintenance for sustainable tourism. The implementation method includes identification of Dawala's potential, interactive website content design, as well as module development and website management training. The activity was followed by socialisation and mentoring to increase the digital capacity of partners. This activity resulted in solutions to two main problems of the partners, namely the development of an interactive website and improving website management skills. The interactive website facilitates reservations and strengthens tourism promotion. The web maintenance training improved partners' knowledge to manage content independently and sustainably. This activity also improved the organisational structure of web management. The results support the creation of sustainable tourism in Dawala through appropriate and participatory digitalisation. This activity improves the digital capacity and governance of Dawala, supporting the realisation of an independent tourism village towards sustainable tourism and global competitiveness.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

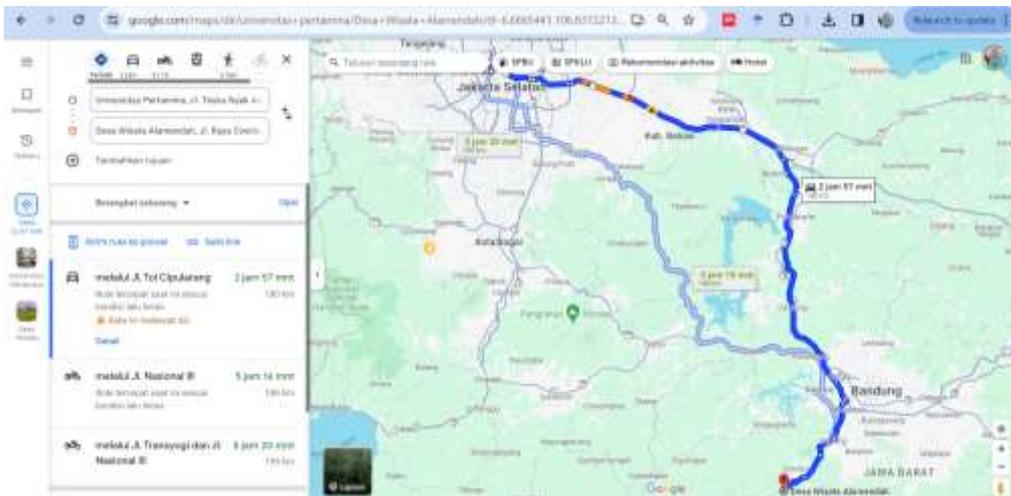
Vikaliana, R., Irawan, A., & Iskandar, Y. A. (2025). Peningkatan Kapasitas Digital Desa Wisata Alam Endah Kabupaten Bandung Melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Website. *Jurnal Abdi Insani*, 12(5), 2275-2287. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i5.2244>

PENDAHULUAN

ANALISIS SITUASI DAN PERMASALAHAN MITRA

Desa Alamendah atau disingkat dengan nama Dawala, merupakan salah satu dari 5 desa di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa ini dikenal dengan daya tarik wisata alam, religi, dan agrowisatanya. Secara umum Dawala merupakan desa agronomi atau berbasis pertanian. Lokasi mitra berjarak sekitar 180 km dari kampus Tim Pelaksana, seperti ditampilkan pada Gambar 1.





Gambar 1. Jarak Lokasi Mitra dengan Institusi Pengusul

Dawala ditetapkan sebagai desa wisata melalui Keputusan Bupati Bandung No. 556.42/kep.71-Dispopar/2011 pada tanggal 02 Februari 2011. Awalnya, Dawala belum memiliki produk dan paket wisata yang dapat ditawarkan pada calon wisatawan. Sehingga, pada 2019, Pengelola Dawala mulai berfokus pada pengembangan produk dan paket wisata dengan memanfaatkan potensi yang ada di desa. Paket yang ditawarkan mulai dari bertani, membuat makanan dan souvenir, berlatih pencak silat, menyaksikan pertunjukan seni karinding, pemerah susu sapi, mempelajari pengolahan kopi, hingga bersepeda berkeliling Dawala.

Produk dan paket wisata tersebut sebetulnya merupakan kebiasaan dan aktivitas masyarakat lokal ini mampu menjadi daya tarik wisata yang unik (Kementerian Pariwisata, 2015). Sehingga pada semester kedua tahun 2019, kunjungan dari berbagai institusi ataupun masyarakat umum mencapai lebih dari 2.500 orang, menurut catatan kunjungan dari pengelola Dawala.

Sebuah desa dapat disebut desa wisata bila memenuhi berbagai unsur, mulai dari keberadaan objek wisata alam, budaya, buatan, dan didukung dengan atraksi, akomodasi, serta fasilitas penunjang (Suansri & Ricards, 2012). Tentunya, desa wisata perlu mengangkat unsur kearifan lokal (Nugraha *et al.*, 2017; Singsomboon, 2014; Suansri & Ricards, 2012). Kolaborasi dalam pengembangan desa wisata idealnya dilakukan secara terintegrasi dan berkelanjutan antara pengelola desa dengan pemerintah dan pihak wisata (Anggraini, 2019; Suansri & Ricards, 2012).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), desa wisata memiliki empat klasifikasi, mulai dari rintisan, berkembang, maju, dan mandiri, dengan indikator antara lain berupa jumlah kunjungan, jenis industri pariwisata yang berkembang, kesiapan keterampilan dan sumber daya manusia (SDM), diversifikasi produk dan aktivitas wisata, serta amenities pariwisata. Dawala sendiri saat ini sudah dapat dikategorikan desa maju, yakni desa wisata yang masyarakatnya sadar akan potensi wisata yang ada di daerahnya. Dawala telah mendapat pengakuan dari Kemenparekraf, sebagai juara 2 kategori desa wisata pada tahun 2021.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pengelola Dawala, diketahui Dawala memiliki target menjadi desa kategori mandiri. Dalam hal ini, desa dengan kategori mandiri harus memiliki inovasi dalam pengembangan potensi desa menjadi unit kewirausahaan mandiri dan menerapkan konsep berkelanjutan (*sustainability*) yang diakui dunia. Selain itu, anugerah desa wisata mandiri dapat diberikan apabila desa wisata memiliki sarana dan prasarana yang menerapkan standar internasional, minimal ASEAN, serta pengelolaannya dijalankan secara kolaboratif melalui pentahelix yaitu melibatkan berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah dan akademisi (Carayannis *et al.*, 2012; Koven & Strother, 2010; Mulyana & Sutapa, 2016). Desa wisata mandiri sebaiknya juga

memanfaatkan dana desa untuk kegiatan inovasinya. Pengembangan dan inovasi bisnis termasuk digitalisasi (McCabe *et al.*, 2012; Vikaliana *et al.*, 2024), selain mengejar target menjadi desa wisata mandiri, dapat menjadi alternatif promosi wisata desa (Vikaliana *et al.*, 2023, 2024).

Upaya digitalisasi sudah ditempuh Dawala melalui sosial media seperti Instagram dan *website*. Namun, *website* Dawala belum bersifat interaktif: <https://sites.google.com/view/desawisataalamendah/paket-desawisata>.

Di *website* tersebut sudah terdapat tautan *googleform* untuk reservasi, namun belum ada fitur komunikasi dengan pengelola. Selain itu, belum ada fitur pembayaran paket secara terpusat ataupun terkoneksi otomatis. Gambar 2 menunjukkan tampilan depan *website* Dawala.



Gambar 2. Tampilan Depan *Website* Dawala

Di *website* itu juga belum terdapat pilihan bahasa yang digunakan selain Bahasa Indonesia. Sedangkan untuk mencapai kategori desa wisata mandiri, perlu internasionalisasi dengan tersedianya Bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa dunia. Selain kurang interaktifnya *website* Dawala, kendala lain yang dihadapi oleh pengelola Dawala adalah dalam hal *website maintenance*. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola menyatakan belum memahami cara melakukan *website maintenance*.

Berdasarkan pemaparan di atas yang dikonfirmasi melalui wawancara dengan pengelola Dawala, dapat dirumuskan Permasalahan Mitra, seperti berikut ini:

1. Belum optimal dan interaktifnya konten *website* Dawala.
2. Belum optimalnya fungsi *website* dalam mendukung operasional Dawala.
3. Masih minimnya pengetahuan pengelola dalam melakukan *website maintenance* yang ada saat ini.

Sedangkan Tujuan Pelaksanaan Kegiatan adalah:

1. Mengidentifikasi potensi digital Dawala menuju *sustainable tourism*.
2. Menentukan prioritas potensi digital untuk pengembangan konten *website*.
3. Menerapkan teknologi melalui pembuatan rancangan digital melalui konten pada *website* interaktif.
4. Mengadakan sosialisasi dan pendampingan terkait konten *website* interaktif termasuk *maintenance*-nya.

Berdasarkan pemaparan di atas yang dikonfirmasi melalui wawancara dengan pengelola Dawala, dapat dirumuskan 2 Permasalahan Prioritas Mitra, yakni: Aspek Manajemen Usaha dan Aspek Pemasaran Digital.

Upaya melakukan identifikasi potensi digital diharapkan dapat mengoptimalkan Dawala menjadi *sustainable tourism*. Sedangkan dari aspek pemasaran digital, terdapat permasalahan berikut:

1. Belum optimalnya konten *website* dan juga belum interaktif.
2. Belum optimalnya fungsi *website* dalam mendukung operasional Dawala.
3. Masih minimnya pengetahuan pengelola dalam melakukan *website maintenance*.

Permasalahan, Solusi, dan Indikator Keberhasilan dalam kegiatan PkM ini digambarkan dalam Tabel 1:

Tabel 1. Permasalahan Mitra, Solusi, dan Indikator Keberhasilan Kegiatan PkM

Permasalahan	Solusi	Indikator Keberhasilan
Aspek Manajemen Usaha		
Identifikasi potensi digital dapat mengoptimalkan Dawala menjadi desa dengan <i>sustainable tourism</i> .	Melakukan identifikasi potensi dan penentuan potensi digital Dawala.	Terdapat daftar komponen digital Dawala.
Aspek Pemasaran Digital		
Belum optimalnya konten <i>website</i> serta belum interaktif.	Membuat rancangan digital <i>website</i> interaktif.	Terdapat sebuah rancangan digital <i>website</i> interaktif.
Belum optimalnya fungsi <i>website</i> dalam mendukung operasional Dawala.	Membuat rancangan digital <i>website</i> interaktif.	Terdapat sebuah rancangan digital <i>website</i> interaktif.
Masih minimnya pengetahuan pengelola dalam melakukan <i>website maintenance</i> .	Mengadakan sosialisasi dan pendampingan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tersusun modul manual mengoperasikan konten <i>website</i>. 2. Tersusun modul manual <i>website maintenance</i>. 3. Terlaksananya sosialisasi. 4. Terlaksananya pendampingan untuk operasional berkesinambungan dan mandiri ke depannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi digital Dawala, pengembangan konten *website* interaktif, serta sosialisasi dan pendampingan pemeliharaan *website*.

METODE KEGIATAN

Metode Pelaksanaan dilakukan dengan merujuk pada 2 aspek permasalahan mitra, yaitu aspek manajemen usaha dan aspek pemasaran digital. Kegiatan PkM dilakukan selama kurang lebih 8 bulan dengan peserta kegiatan adalah pengelola Dawala, yaitu 8 orang peserta. Berikut ini adalah metode pelaksanaan PkM di Dawala:

1. Mengidentifikasi potensi Dawala.
Kegiatan PkM diawali dengan kunjungan dan observasi langsung ke lokasi mitra dengan tujuan berdiskusi terkait kebutuhan digitalisasi yang riil.
2. Menentukan prioritas potensi yang dapat dijadikan domain digitalisasi.
Penentuan potensi yang telah diidentifikasi dan menentukan prioritas yang dapat dijadikan domain digitalisasi. Selain itu mengidentifikasi potensi yang paling potensial meningkatkan promosi pariwisata dan pengembangan desa wisata
3. Membuat rancangan digital dalam konten *website* interaktif.
Membuat konten *website* interaktif yang berisi informasi tentang desa wisata, seperti produk wisata, fasilitas, paket-paket wisata, dan lainnya
4. Membuat modul pengelolaan *web* interaktif dan *web maintenance* untuk persiapan sosialisasi dan pendampingan
 - Membuat modul pengelolaan *web* interaktif yang memungkinkan pengelola desa wisata untuk meng-*update* konten dan mengelola *website* secara efektif.

- Membuat modul *website maintenance* untuk memastikan *website* tetap berfungsi dengan baik.

5. Melakukan sosialisasi.

Tahapan ini mencakup pemaparan materi dasar terkait strategi pemasaran produk dan promosi secara digital kepada mitra sebagai peserta pelatihan melalui metode ceramah langsung di Dawala. Sosialisasi adalah proses penyampaian informasi atau pemahaman awal kepada masyarakat atau kelompok sasaran mengenai suatu program, kebijakan, atau isu tertentu, dengan tujuan agar mereka mengenal, memahami, dan bersiap berpartisipasi (Kasmir, 2016; Latunreng *et al.*, 2021; Suansri & Ricards, 2012). Berdasarkan pengertian tersebut, maka sosialisasi dilakukan untuk membantu pengelola Dawala pengelola *website* yang memasarkan paket dan produk wisata serta berkomunikasi dengan pengunjung *website* secara interaktif.

6. Melakukan pendampingan.

Pendampingan merupakan proses bimbingan berkelanjutan setelah pelatihan, di mana fasilitator atau mentor membantu peserta menerapkan ilmu atau keterampilan dalam praktik nyata, serta memecahkan masalah yang dihadapi (Latunreng *et al.*, 2021; Tanudirjo *et al.*, 2003). Tujuan dilakukannya tahap pendampingan dalam kegiatan ini adalah melakukan pemantauan dan pembinaan pemeliharaan *website* yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas dan kapasitas masyarakat Dawala terkait digitalisasi. Selain itu, melalui pendampingan berupa praktik langsung maka akan terbuka pula kesempatan diskusi langsung dengan mitra untuk menangkap kemungkinan perbaikan dan pengembangan *website* sesuai kebutuhan ke depannya.

Untuk melaksanakan PkM ini, pada Tabel 2 dideskripsikan peran ketua dan masing-masing anggota pengusul, kemudian kompetensi dan tugas masing-masing.

Tabel 2. Peran, Kompetensi, dan Tugas Tim PkM

No.	Peran	Kompetensi	Tugas
1	Ketua Tim Pengusul	Aspek Manajemen Usaha Bidang Keilmuan: Manajemen Operasi Teknik Logistik, khususnya: Manajemen Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoordinasi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat. 2. Bersama anggota tim pengabdian masyarakat melaksanakan setiap tahapan kegiatan PkM sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. 3. Memastikan luaran kegiatan sesuai dengan yang direncanakan.
2	Anggota Pengusul 1	Aspek Pemasaran Digital Bidang Keilmuan: Ilmu Komputer (<i>website</i> , digitalisasi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan Ketua Tim dan anggota tim lain dalam melaksanakan setiap tahapan kegiatan pengabdian masyarakat ini. 2. Bertanggung jawab pada tahap rancangan <i>website</i> interaktif dan pengembangan konten <i>website</i> Dawala. 3. Berpartisipasi aktif pada kegiatan sosialisasi dan pendampingan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.



No.	Peran	Kompetensi	Tugas
3	Anggota Pengusul 2	Aspek Manajemen Usaha Bidang Keilmuan: Teknik Logistik, khususnya Manajemen Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan Ketua Tim dan semua anggota untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini. 2. Bertanggung jawab atas terlaksananya tahap pengidentifikasian potensi Dawala dan penentuan potensi desa yang layak untuk didigitalisasi. 3. Berpartisipasi aktif pada kegiatan sosialisasi dan pendampingan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Kegiatan ini melibatkan 2 orang mahasiswa. 1 orang mahasiswa dari Teknik Logistik dan 1 orang mahasiswa lainnya dari Ilmu Komputer. Tabel 3 di bawah ini menunjukkan tugas masing-masing mahasiswa dan rekognisi SKS-nya.

Tabel 3. Peran dan Tugas Mahasiswa dalam Kegiatan PkM serta Rekognisi SKS Mahasiswa

No.	Peran	Tugas	Rekognisi SKS
1	Mahasiswa 1	Membantu sosialisasi dan kegiatan pendampingan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Proyek 2 SKS 2. Manajemen Organisasi Logistik 2 SKS 3. Analisis Estimasi dan Biaya Logistik 2 SKS Total = 6 SKS
2	Mahasiswa 2	Membantu dalam pengembangan konten <i>website</i> interaktif	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Web Developer</i> 3 SKS 2. Desain UI/ UX 3 SKS Total = 6 SKS

Partisipasi mitra dalam kegiatan PkM ini adalah berperan aktif dalam memberikan informasi terkait manajemen usaha dan pemasaran digital, kemudian mengikuti sosialisasi serta aktif selama pendampingan. Pendampingan bertujuan membantu pengelola dan masyarakat Dawala, dalam menentukan keberhasilan program digitalisasi yang dijalankan. Peran pendampingan umumnya mencakup dua hal, yaitu fasilitator dan pendidik, yang berkaitan dengan pemberian motivasi, kesempatan, dan dukungan bagi masyarakat, serta memberikan masukan positif dan direktif berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya (Filia & Alfirdaus, 2020; Vikaliana, 2021).

Pada kegiatan ini, ditransformasi berupa solusi dari permasalahan mitra, yakni:

1. Peningkatan pemasaran digital melalui *website* interaktif (aspek pemasaran digital)
Dengan konten *website* yang lebih interaktif diharapkan memudahkan calon pengunjung untuk melakukan reservasi. Hal ini akan meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Dawala. Gambaran tampilan *website* interaktif ditampilkan pada Gambar 3 dan 4 di bawah ini. Misalnya, pada Gambar 3 terdapat sapaan “selamat datang” menunjukkan interaksi, kemudian ada tombol “info selengkapnya” untuk informasi yang lebih terperinci terkait paket wisata dan lainnya. Lalu Gambar 4 menunjukkan paket-paket wisata yang apabila ditekan tombolnya dapat langsung melakukan reservasi.

2. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra tentang *website maintenance*
 Dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang *website maintenance*, diharapkan *website* interaktif secara berkelanjutan dimanfaatkan dengan optimal. Pada akhirnya hal ini akan mendukung terwujudnya *sustainable tourism*.



Gambar 3. Gambaran Tampilan Awal *Website* Interaktif Dawala



Gambar 4. Gambaran Tampilan Reservasi Paket - Paket Wisata di Dawala

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 1, berikut ini merupakan pemaparan dari permasalahan, solusi dan penjelasan ketercapaian indikator keberhasilannya.

ASPEK MANAJEMEN USAHA

Identifikasi potensi digital dapat mengoptimalkan Dawala menjadi desa dengan *sustainable tourism*. Solusi : Melakukan identifikasi potensi dan penentuan potensi digital Dawala. Sedangkan Indikator Keberhasilan: Terdapat daftar komponen digital Dawala (Tabel 4). Berdasarkan hasil diskusi melalui daring sebanyak 2 kali, yakni tanggal 23 Juli 2024 dan tanggal 26 Agustus 2024 (dapat dilihat pada Gambar 5 dan 6 berikut).



Gambar 5. Zoom Diskusi Digital Web Dawala Pada 23 Juli 2024



Gambar 6. Zoom Penyeepakatan Komponen Digital Web Dawala Pada 26 Agustus 2024

Maka, diperoleh daftar komponen digital pada web Dawala yang sudah ada dan belum ada, yang dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini. Komponen yang belum ada ini yang diperbaiki melalui persiapan dan pelatihan pada kegiatan PkM ini.

Tabel 4. Komponen Digital *Website* Desa Wisata Alamendah Pada Saat Kondisi Eksisting

Nomor	Komponen Digital	Keterangan
1	Header: Bagian paling atas <i>website</i> yang berisi judul, logo, dan menu navigasi	Ada
2	Navigasi bar: Berisi menu dan sub menu	Belum Ada
3	Kotak postingan: Berisi postingan - postingan	Belum Ada
4	Side bar: Berisi <i>widget</i> - <i>widget</i> menu	Belum Ada
5	Footer: Berisi keterangan-keterangan <i>footer</i>	Ada
6	Konten: Elemen penting dalam <i>website</i>	Ada
7	Layout: Bagian penting dalam pengembangan <i>website</i> , khususnya pada tahap pembuatan desain	Ada
8	Desain responsif	Belum Ada
9	Visual yang menarik: Elemen penting dalam <i>website</i>	Belum Ada
10	Navigasi yang mudah: Elemen penting dalam <i>website</i>	Belum Ada
11	Aksesibilitas: Elemen penting dalam <i>website</i>	Belum Ada
12	Home page: Elemen penting dalam <i>website</i>	Ada, tapi tidak lanjut berlangganan
13	Branding: Elemen penting dalam <i>website</i>	Ada

Berdasarkan daftar komponen digital pada Tabel 4 di atas, Tim PkM mencoba memperbaiki komponen tersebut dalam pengembangan web interaktif. Pengembangan web interaktif ini dilakukan dengan cara mengaktifkan kembali domain Dawala dan melakukan komunikasi dengan pengelola Dawala terkait kesesuaian pengembangan web interaktif yang diharapkan dengan tetap mengacu pada Tabel 2.

ASPEK PEMASARAN DIGITAL

Permasalahan 1

Belum optimalnya konten *website* serta belum interaktif dan kebutuhan *website* dalam mendukung operasional Dawala, ini diberikan solusi dengan membuat rancangan digital web interaktif. **Indikator keberhasilan:** Terdapat sebuah rancangan digital *website* interaktif.



Permasalahan 2:

Masih minimnya pengetahuan pengelola dalam melakukan *website maintenance*, diberikan solusi dengan mengadakan sosialisasi dan pendampingan.

Indikator keberhasilan:

1. Terdapat sebuah rancangan digital *website* interaktif.
2. Tersusun modul pengoperasian konten *website*.
3. Tersusun modul manual *website maintenance*.
4. Terlaksananya sosialisasi.
5. Terlaksananya pendampingan untuk operasional berkesinambungan dan mandiri ke depannya.

Sosialisasi dan pelatihan web interaktif dilaksanakan di Dawala pada tanggal 23 Oktober 2024. Kegiatan ini dihadiri oleh 8 orang peserta, yang merupakan pengelola Dawala. Berikut ini merupakan tampilan presensi kehadiran pelatihan (Gambar 7) dan suasana pelatihan (Gambar 8).



No	NAMA	Alamat/Instansi	Tanda Tangan
1.	Agus, Agus	0811111111	[Signature]
2.	[Name]	[Address]	[Signature]
3.	[Name]	[Address]	[Signature]
4.	[Name]	[Address]	[Signature]
5.	[Name]	[Address]	[Signature]
6.	[Name]	[Address]	[Signature]
7.	[Name]	[Address]	[Signature]
8.	[Name]	[Address]	[Signature]
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			

Gambar 7. Presensi Kehadiran Sosialisasi dan Pelatihan Web Interaktif



Gambar 8. Suasana Pelatihan Web Interaktif di Dawala

Untuk menyelesaikan permasalahan mitra, selain pelatihan web interaktif, diselenggarakan pelatihan *web maintenance*. Pelatihan *web maintenance* diselenggarakan di Dawala pada 24 Oktober 2024. Pelatihan ini dihadiri oleh 8 orang peserta, yang merupakan pengelola Dawala. Tampilan presensi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 9 dan suasana pelatihan dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 9. Presensi Kehadiran Sosialisasi dan Pelatihan *Web Maintenance*

Setelah pelatihan, dilakukan foto bersama antara tim pelaksana pengabdian masyarakat dan pengelola Dawala sebagai peserta pelatihan.



Gambar 10. Suasana Pelatihan *Web Maintenance* di Dawala

Secara umum, kegiatan pelatihan, baik pelatihan web interaktif maupun *web maintenance*, berlangsung dengan baik dan lancar. Hal ini terlihat dari respon peserta pada kuesioner evaluasi pelatihan, Tabel 5 berikut ini hasil kepuasan peserta pelatihan dan interpretasinya

Tabel 5. Hasil Evaluasi Pelatihan

Nomor	Indikator Penilaian	Nilai Rata - Rata	Kategori
1.	Materi PkM sesuai dengan kebutuhan Anda	4.6	Sangat Baik
2.	Kegiatan PkM yang dilaksanakan sesuai harapan Anda	4.8	Sangat Baik
3.	Anda mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan PkM yang dilaksanakan	4.8	Sangat Baik
4.	Pendapat, rekomendasi, atau pertanyaan Anda ditanggapi dengan baik oleh Tim PkM Universitas Pertamina	4.4	Sangat Baik
5.	Secara umum, Anda puas dengan kegiatan PkM yang dilaksanakan ini	4.8	Sangat Baik

Nomor	Indikator Penilaian	Nilai Rata - Rata	Kategori
6.	Anda akan mendukung atau mengikuti kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh Universitas Pertamina berikutnya	4.8	Sangat Baik

Selain itu, respons positif peserta terhadap kegiatan pelatihan ini, terlihat pada testimoni pengelola Dawala yang terekam dalam video yang diunggah di Youtube (tautan: https://youtu.be/vLOebbcFTso?si=m1OfhIV71HW_BSY9)

Pada kegiatan ini, ditransformasi berupa solusi dari permasalahan mitra, yakni:

1. Peningkatan pemasaran digital melalui *website* interaktif (aspek pemasaran digital) Hasil Pelaksanaan Kegiatan menunjukkan adanya pengembangan web interaktif. Hal ini dapat dilihat pada tautan web Dawala: <http://www.wisataalamendah.com/> .
2. Terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra tentang *web maintenance*. Pada mitra, terdapat pengetahuan tentang mengelola konten dan pengetahuan tentang *web maintenance*. Hal ini dibuktikan pada saat pelatihan dan pada pengisian kuesioner evaluasi kegiatan.
3. Selain itu, terdapat tata organisasi yang lebih baik, khususnya pada pengelolaan web Dawala. Dengan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang *website maintenance*, diharapkan *website* interaktif secara berkelanjutan dimanfaatkan dengan optimal. Pada akhirnya hal ini akan mendukung terwujudnya *sustainable tourism*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi digital Desa Wisata Alamendah (Dawala), mengembangkan konten *website* interaktif, serta melakukan sosialisasi dan pendampingan pemeliharaan *website* bagi pengelola desa. Melalui upaya ini, pengelola Dawala dapat lebih optimal dalam mengelola potensi wisata digitalnya untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pengelola desa dalam manajemen dan pemeliharaan *website* interaktif serta perbaikan tata kelola organisasi, sehingga mendukung pencapaian Dawala sebagai desa wisata mandiri yang diakui secara internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih sebesar-besarnya disampaikan kepada DRTPM-Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Ditjen Dikti) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, atas pendanaan yang diberikan melalui Hibah Pengabdian Masyarakat Tahap 2, skema Pemberdayaan kepada Masyarakat/ PkM, pada tahun 2024.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada DPPM- Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pertamina atas dukungan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, O. (2019). The Partnership of Tourism Stakeholders In Increasing Tourism Competitiveness In Bantul District. *ICSTIAMI*, 4431, 2–9.
- Carayannis, E. G., Barth, T. D., Campbell, D. F. J., Leydesdorff, L., Simona Cavallini, Leydesdorff, L., González de la Fe, T., Salamanca, M. De, Junta de Extremadura, ONU, Espinoza, G., ONU, Malerba, F., & Desarrollo, B. I. De. (2012). Using the Quadruple Helix Approach to Accelerate the Transfer of Research and Innovation Results to Regional Growth. *Annual Review of Information Science and Technology*, CLXXXV(738), 739–755. <https://doi.org/10.2863/408040>
- Grace Filia, P., & Khalid Alfirdaus, L. (2020). Stakeholder Analysis in the CSR-BUMN Program: Balkondes (Balai Ekonomi Desa) Borobudur, Magelang. *Journal of Politic and Government Studies*, 9(3), 1–13.



- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Koven, S., & Strother, S. (2010). Public–Private Partnerships in Developing Countries. *Encyclopedia of Public Administration and Public Policy, Second Edition (Print Version)*, 1669–1673. <https://doi.org/10.1201/noe1420052756.ch341>
- Latunreng, W., Arifin, A. L., & Vikaliana, R. (2021). *Budaya Organisasi*. Bogor: IPB Press.
- McCabe, S., Sharples, M., & Foster, C. (2012). Stakeholder Engagement in the design of Scenarios of Technology-enhanced Tourism Services. *Tourism Management Perspectives*, 4, 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.04.007>
- Mulyana, M., & Sutapa, S. (2016). Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(3), 304–321. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.3.5>
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). *Kearifan Lokal*. 9, 231–240.
- Singsomboon, T. (2014). Tourism Promotion and the Use of Local Wisdom Through Creative Tourism Process. *IJBTS International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(2), 32–37.
- Suansri, P., & Ricards, P. (2012). Community Based Tourism Handbook. In *Community Based Tourism Handbook*. cbt-i.org
- Tanudirjo, D. A., Arkeologi, J., Ilmu, F., Universitas, B., Mada, G., Kilas, Y. I., Pengelolaan, B., Budaya, W., & Indonesia, D. (2003). Warisan Budaya Untuk Semua: Arah Kebijakan Pengelola Warisan Budaya Indonesia Di Masa Mendatang. *Kongres Kebudayaan V*. file:///C:/Users/ASUS PC/Desktop/Pelestarian 1.pdf
- Vikaliana, R. et al. (2021). *Pendampingan UKM Masa Pandemi “Institut Stiami Berbagi untuk UKM.”* Media Sains Indonesia.
- Vikaliana, R., Irawan, A., & Iskandar, Y. A. (2024). Upaya Peningkatan Pemasaran Digital melalui Pendampingan Pengelolaan Website di Desa Wisata. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 5(2), 77–82. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v5i2.6365>
- Vikaliana, R., Iskandar, Y. A., Rahmawati, N. L., Lusiani, M., & Candra, A. (2023). *Peningkatan Daya Saing Desa Wisata Alam Endah melalui*. 4(2), 64–70. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v4i2.4439>

