

ABSTRAK

Website Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan sebuah situs untuk memperkenalkan produk dan layanan yang dimiliki oleh bisnis. Desa Wisata Lamajang, salah satu desa di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung memanfaatkan *website* www.desawisatalamajang.com untuk strategi pemasaran potensi wisata desa melalui manajemen *website marketing*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses manajemen *website marketing* pada Desa Wisata Lamajang sebagai strategi pemasaran potensi desa. . Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian ini adalah Desa Wisata Lamajang dan subjek penelitian utama sebanyak 3 orang. Data dikumpulkan melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi lalu dianalisis menggunakan Teknik Miles, Sadana, dan Huberman.

Hasilnya, penerapan manajemen *website marketing* dengan menggunakan teknik POAC (*Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*) dinilai mampu untuk membantu menaikkan eksistensi Desa Wisata Lamajang. Pengelolaan *website* dilakukan oleh pihak pengelola yang terdiri dari Kepala Desa, Ketua dan Anggota Pokdarwis, serta Tim Pengelola *Website Marketing*.

Kata Kunci : Manajemen, *Website Marketing*, Desa Wisata