

## 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](http://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**