BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Desa Wisata Lamajang

Desa Lamajang terletak di Kabupaten Bandung, Kecamatan Pangalengan. Batas wilayah Desa Lamajang adalah Sebelah Utara Desa Sukamaju, Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Pulosari, Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sukamaju dan Mekarsari dan Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Cikalong dan Tribaktimulya. Luas wilayah Desa Lamajang adalah 4016,091 Ha dengan ketinggian 900-1.200 Meter dpl. Curah hujan rata-rata 1000-2500 mm/tahun, suhu udara rata-rata 30 derajat hingga 30 derajat. Terdiri dari 4 Dusun, 23 RW dan 92 RT. Penggunaan lahan adalah untuk pertanian lahan kering 1001 Ha, perkebunan seluas 1.730 Ha, permukiman seluas 2006 Ha, kolam seluas 4 Ha dan untuk fasilitas desa lainnya seluas 2.145 Ha.

Desa Lamajang berpenduduk sebanyak 10.153 jiwa terdiri dari laki-laki 5.103 jiwa dan perempuan 5.050 jiwa. Dari jumlah itu yang aktif bekerja sebanyak 4779 jiwa atau 47 %, sisanya adalah usia belum bekerja (anak-anak) dan di atas 60 tahun sedangkan yang belum bekerja (usia produktif) kurang lebih 30%. Adapun jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan adalah; TK sebanyak 156 jiwa, SD sebanyak 3.536 jiwa, SLTP sebanyak 141 jiwa, SLTA sebanyak 135 jiwa, PT sebanyak 57 jiwa, pesantren sebanyak 92 jiwa, belum Sekolah sebanyak 415 jiwa, tidak sekolah sebanyak 55 jiwa, dan tidak tamat SD sebanyak 136 jiwa.

Sebagian besar masyarakat Desa Lamajang, berpropesi sebagai petani, hal tersebut didukung dengan luasnya areal pertanian baik sawah maupun lahan kebun dan tentu saja kesemuanya dengan tersedianya pengairan yang memadai baik dari sungai (7 sungai yang ada) ataupun dari air pembuangan Kolam Tando PLTA Cikalong. Sebagian lagi masyarakat Desa Lamajang berprofesi sebagai

buruh, pegawai swasta, PNS, pedagang dll. yang kesemuanya mendukung kestabilan kehidupan di masyarakat dan menahan angka pengangguran.

1.1.2 Visi dan Misi Desa

A. Visi Desa Lamajang

"Terbangunya Tata Kelola Pemerintahan Desa Lamajang Yang Baik Dan Lamajang Guna Mewujudkan Kehidupan Masyarakat Desa Sehat,Adil Makmur Sejahtra Dan Berahlak'".

B. Misi Desa Lamajang

Guna mewujudkan Visi Desa Lamajang Kabupaten Bandung menetapkan misi-misi sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pemerintahan yang bersih dari korupsi,kolusi dan nepotisme
2. Menyelenggaran urusan pemerintahan desa secara terbuka,dan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang undangan.
3. Meningkatkan kesejahtraan kesehatan masyarakat melalui penyedian sara kendaran oprasional kesehatan,pemberdayaan PSM dan Kader.
4. Meningkatakan perekonomian masyarakat melalui pendapingan berupa penyuluhan khusus kepada UKM,Wiraswasta dan petani
5. Meningkatakan kesejahtraan desa dengan mewujudkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan program lain untuk membuka lapangan kerja bagi masyarakat desa
6. Meningkatkan olahraga melalui pembinaaan dan pelatihan serta penyediaan sarana dan prasarana olahraga
7. Meningkatkan sarana dan prasarana dari segi FISIK ,Ekomoni, pendidikan,kesehatan dan kebudayaan di desa.

1.1.3 Logo dan Makna Logo

Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat non visual dari suatu instansi atau lembaga, misalnya budaya perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual. Logo juga berfungsi untuk membentuk citra suatu lembaga dan menjadi *branding* lembaga.

GAMBAR 1. 1
Logo Kabupaten Bandung

Sumber : Arsip Internal Desa Lamajang, 2023

Lambang berbentuk perisai terbagi atas empat bagian, yaitu :

1. Bagian kanan atas berlatar kuning emas

   Dengan gambar gunung (Gb. Tangkuban Perahu) berwarna hijau, melambangkan bahwa Kabupaten Bandung termasyhur karena tanahnya yang subur di daerah bergunung-gunung, dan sebagai ciri memiliki gunung Tangkuban Perahu yang sangat terkenal dengan legenda Sangkuriang.
2. Bagian melintang bergerigi

   Merupakan bentuk bendungan kokoh kuat berwrna hitam. Melambangkan masyarakat Kabupaten Bandung memiliki pendirian yang kokoh dan kuat, baik secara fisik dalam membendung hawa nafsu.
3. Pohon kina berwarna hijau dan berlatar belakang merah

Melambangkan di Kabupaten Bandung kaya akan air, baik air maupun air danau. Kabupaten Bandung di lintasi oleh sungai Citarum, sungai Cikapundung, dab sungai-sungai kecil lainnya. Kabupaten Bandung danau/situ Patengang, Situ Cileunca, Situ Lembang, Situ Ciburuy, dan danau-danau lainnya.

4. Dibawah perisai tertulis dalam pita kuning dengan bertuliskan:
   REPEH RAPIH KERTARAHARJA, Artinya :

a. REPEH, menggambarkan suasana kehidupan yang aman dan tentram.
b. RAPIH, menggambarkan suasana kehidupan yang rukun dan tertib dalam lingkungan yang bersih, sehat dan asri.
c. KERTARAHARJA, menggambarkan tatanan kehidupan yang sejahtera lahir dan batin secara seimbang, serasi adil dan merata.

1.1.4 Struktur Pemerintahan Desa Lamajang

Berikut adalah struktur pemerintahan Desa Wisata Lamajang :

GAMBAR 1. 2
Struktur Pemerintahan Desa Wisata Lamajang

Sumber : Arsip Internal Desa Lamajang, 2023

1.1.5 Produk/ Layanan

Desa Wisata Lamajang ialah sebuah desa wisata yang terletak di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat dengan potensi dan atraksi wisata sebagai berikut:

1. Situs Rumah Adat Cikondang
2. Situs Batu Eon
3. Arung Jeram Sungai Cisangkuy
4. Curug Ceret
5. Curug Cimalawindu
6. Makam Embah Dalem Lamajang
7. Bumi Perkemahan Gunung Tilu
8. Pertanian
9. Perikanan
10. Peternakan
11. Kerajinan
12. Kuliner
13. Pasar Minggu
14. Seni Budaya
15. Bale-bale Desa Wisata

Dengan potensi-potensi wisata ini Desa Lamajang tentu saja memanfaatkannya untuk kesejahteraan masyarakat setempat. Maka, masyarakat di Desa Lamajang juga ikut terlibat dalam mengelola pariwisata di Desanya. Adapun fasilitas dan akomodasi yang tersedia di Desa Wisata Lamajang ini antara lain:

1. Home Stay
2. Villa

3. Sewa Arena Out Bond
4. Sewa Soun System
5. Tour Guide Lokal
6. Sewa Aula
7. Paket Atraksi Wisata

Adapun atraksi wisata yang ditawarkan oleh Desa Wisata Lamajang kepada para turis lokal maupun mancanegara adalah sebagai berikut:

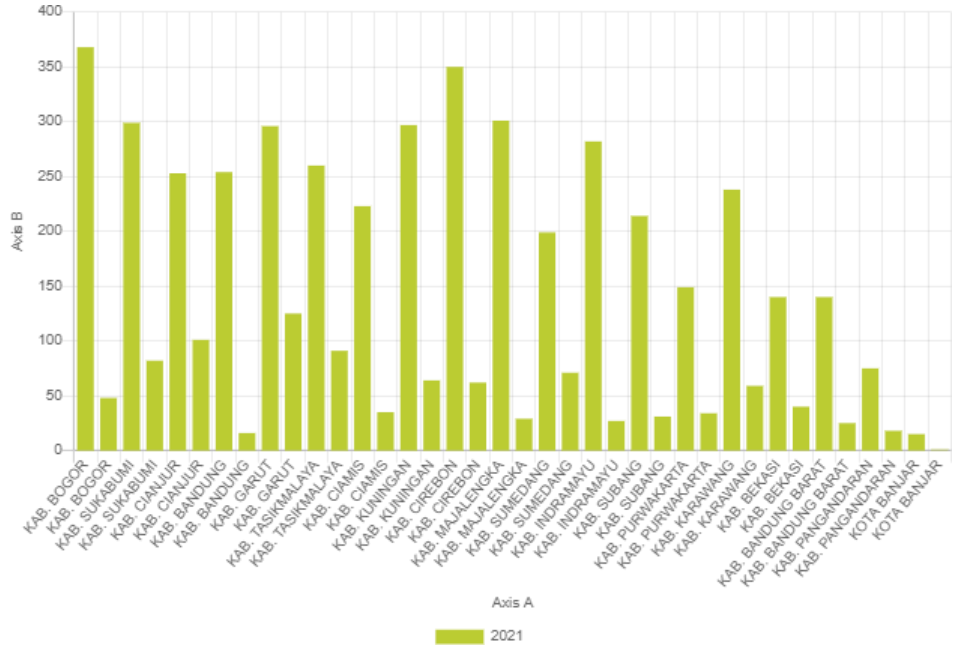
1. Kunjungan Obyek Pertanian / Perkebunan
2. Atraksi Bajak Sawah / Tanam Padi
3. Atraksi Dibuwat (Panen Padi)
4. Tracking, hiking, petualangan
5. Outbond
6. Atraksi Peternakan
7. Atraksi Seni dan Budaya
8. Penyambutan / Upacara Adat
9. Seni Jaipongan
10. Belajar Gamelan
11. Belajar Tari
12. Paket Atraksi Kuliner
13. Atraksi Ronda Malam

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi menjadi salah satu penyokong utama dalam berbagai sektor di Indonesia, terutama untuk pedesaan. Penggunaan internet untuk menunjang kemajuan desa-desa di Indonesia menjadi perhatian penuh oleh pemerintah, karena pemanfaatan IT (*Information Technology*) yang mumpuni akan memberikan dampak positif bagi daya saing bangsa dan dapat menjadi momentum untuk semua masyarakat dapat

memanfaatkan fasilitas dan infrastruktur pemerintah (dikutip dari kominfo.go.id, 2017).

Sejak tahun 2018, pemerintah gencar untuk memeratakan perkembangan internet di seluruh desa di Indonesia. Salah satu provinsi yang memiliki perkembangan internet desa cukup signifikan adalah Jawa Barat. Seiring berjalannya waktu, per tahun 2021, jumlah desa yang memiliki akses internet kini meningkat sebesar 2,37% dari tahun sebelumnya. (dikutip dari jabarprov.go.id, 2023).



GAMBAR 1. 3
Akses Internet di Seluruh Desa di Jawa Barat

Sumber: Open Data-Ekosistem Data Jabar, 2023

Berdasarkan data dari Open Data–Ekosistem Data Jabar, sebanyak 80% atau 4.353 dari 5.312 desa di Jabar sudah memiliki akses internet per tahun 2021. Sedangkan sisanya sebanyak 20% atau 959 dari 5.312 desa belum memiliki akses

internet. Kabupaten Bogor memiliki jumlah desa terbanyak dengan konektivitas dan akses internet mencapai 368 desa, sedangkan Kota Banjar memiliki jumlah desa dengan konektivitas dan akses internet paling rendah yakni hanya sejumlah 15 desa (dikutip dari jabarprov.go.id, 2023).

Hal tersebut memberikan dampak positif bagi masyarakat desa. Masyarakat jadi lebih mudah dalam mengakses informasi, berkomunikasi, hingga dapat membantu proses pengembangan potensi bisnis di pedesaan melalui pemasaran *digital*. Salah satu sektor yang kini gencar dipromosikan oleh desa-desa di Jawa Barat adalah sektor pariwisata. Pariwisata merupakan perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi (Prayogo, 2018; dalam Trenggono, *et al.*, 2022:245).

Pariwisata sendiri memiliki banyak jenis, tergantung pada motif dari wisatawan dalam melakukan wisata tersebut. Menurut Spillane (1987) dalam Annisa (2020:15), jenis wisata dapat dibedakan menjadi 6 (enam), yakni *Pleasure Tourism* (Pariwisata untuk menikmati perjalanan), *Recreation Tourism* (Pariwisata untuk rekreasi), *Cultural Tourism* (Pariwisata untuk kebudayaan), *Sports Tourism* (Pariwisata untuk olahraga), *Business Tourism* (Pariwisata untuk urusan usaha dagang), dan *Convention Tourism* (Pariwisata untuk berkonvensi).

Menurut Yoeti (2009) dalam Harira (2020:13), suatu daerah dapat dikatakan memiliki daya tarik pariwisata apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Daerah itu harus memiliki kegiatan wisata yang dapat dilakukanataudisaksikan oleh wisatawan (*something to do*).
2. Daerah itu harus memiliki sesuatu yang dapat dibeli wisatawan sebagai souvenir khas seperti kerajinan tangan penduduk lokal (*something to buy*).

3. Daerah itu harus memiliki keunikan yang khusus dan serta berbeda dari daerah lainnya (*something to see*).

Suatu desa yang telah memenuhi kriteria di atas dapat dikategorikan sebagai desa wisata. Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik yang khas (baik berupa daya tarik/keunikan fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan), yang dikelola dan dikemas secara alami dan menarik dengan pengembangan fasilitas pendukung wisata dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga daya tarik pedesaan tersebut mampu menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta menumbuhkan aktifitas ekonomi pariwisata yang meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Hamada & Puspitasari, 2022:386).

Salah satu desa wisata di Jawa Barat yang memiliki banyak atraksi wisata adalah Desa Lamajang yang terletak di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Desa ini sendiri memiliki potensi wisata budaya yang disebabkan oleh kearifan lokal masyarakatnya yang terjaga dengan sangat baik. Desa Lamajang telah menjadi desa wisata sejak kurang atau lebih dari 15 tahun yang lalu .

Dengan kearifan lokal yang terjaga baik dan sejarah budayanya yang panjang, Desa Lamajang memiliki banyak potensi wisata yang sangat baik, seperti Situs Rumah Adat Cikondang, Situs Batu Eon, Arung Jeram Sungai Cisangkuy, Curug Ceret, Curug Cimalawindu, Makam Embah Dalem Lamajang, Bumi Perkemahan Gunung Tilu, serta kehidupan warga lokal Desa Lamajang seperti Pertanian, Perikanan, Peternakan, dan karya Kerajinan (dikutip dari Profil Desa Lamajang, 2023).

GAMBAR 1. 4
Daya Tarik Desa Wisata Lamajang

Sumber : Arsip Internal Desa Lamajang, 2023

Potensi wisata Desa Lamajang dapat dilihat melalui data yang didapatkan dari profil desa di bawah ini.

TABEL 1. 1
Potensi Wisata Desa Lamajang

Lokasi/ Tempat/ Area Wisata	Luas (Ha)	Tingkat Pemanfaatan (✓= Aktif)
1. Laut (Wisata Pulau, Taman Laut, Situs Sejarah Bahari, Pantai dll)	-	-
2. Danau (Wisata Air, Hutan Wisata, Situs Purbakala, dll)	-	-
3. Gunung (wisata Hutan, Taman Nasional, Bumi Perkemahan, dll)	-	-
4. Agrowisata	-	-
5. Hutan Khusus	-	-
6. Goa	-	-
7. Cagar Budaya	2	√
8. Arung Jeram	1	√
9. Situs Sejarah, dan museum	1	√
10. Air Terjun	-	-
11. Padang Savana (wisata Padang Savana)	-	-
12.		

Sumber : Arsip Internal Desa Lamajang, 2023

Jika dilihat dari jenis pariwisatanya, Desa Lamajang termasuk ke dalam jenis *Recreation and Cultural Tourism* karena desa ini menawarkan daya tarik wisata untuk rekreasi melalui situs-situs budaya dan potensi alam yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisata. Daya tarik wisata ini juga dilengkapi dengan akomodasi lain yang menunjang kegiatan wisata supaya lebih nyaman yakni fasilitas penginapan berupa villa dan *homestay* yang merupakan usaha milik masyarakat lokal. Faktor akomodasi menjadi pertimbangan wisatawan ketika membuat keputusan untuk mengunjungi suatu lokasi wisata karena akomodasi berkaitan dengan ketersediaan akan tempat (Supraptini & Supriyadi, 2020:122).

Di Kabupaten Bandung, terdapat banyak sekali desa wisata yang juga bertajuk *Recreation and Cultural Tourism*. Seluruh desa wisata ini memiliki potensi masing-masing yang ditawarkan pada wisatawan. Berikut merupakan data desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung beserta potensi wisatanya:

TABEL 1. 2
Data Kompetitor Desa Wisata

No.	Nama Desa Wisata	Lokasi	Potensi Wisata
1.	Desa Wisata Panundaan	Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung	River Tubing, Happy Farm, Edukasi Perikanan, Kesenian dan Budaya Wisata Offroad, Wisata Religi.
2.	Desa Wisata Margaluyu	Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung	Camping Ground, Seni Penca Karuhun, Campervan, Edukasi Perkebunan Kopi, Keliling Danau, Edukasi Peternakan Sapi Perah, Edukasi Perkebunan Teh, Edukasi Peternakan Lebah Madu, Edukasi Aktivitas Nelayan, Edukasi Pertanian Sayur.
3.	Desa Wisata Lamajang	Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung	Situs Kebudayaan, Curug,Arung Jeram, Bumi Perkemahan, Edukasi Pertanian & Peternakan,

Bersambung…

Sambungan…

			Wisata Religi, Event Tahunan Desa.
4.	Desa Wisata Jelekong	Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung	Eco-Museum, Galeri Seni, Workshop Kerajinan.
5.	Desa Wisata Terpadu Bumiwangi	Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung	Paralayang Bukit Cula, Ekowisata, Pelestarian Alam.
6.	Desa Wisata Cibiru Wetan	Kecamatan Cileunyi, Kabupaten Bandung	Wisata Tangga Seribu, Dusun Terbang, Camping Ground, Sakola Desa, Terbangan.
7.	Desa Wisata Fortuna	Kecamatan Tanjunglaya, Kabupaten Bandung	Wisata Alam
8.	Desa Wisata Kendan	Kecamatan Nagreg, Kabupaten Bandung	Situs Budaya Kerajaan, Kerajinan Tangan, Mini Soccer, Curug, Hiking, Tebing Teras, Batu Tapak, Workshop, Pertunjukan Seni, Kaulinan Barudak.
9.	Desa Wisata Tenjolaya	Kecamatan Pasir Jambu, Kabupaten Bandung	Agrowisata, Edukasi Pertanian, Sentra oleh-oleh, Curug, Camping Ground, Pertunjukan Seni.
10.	Desa Wisata Ciherang	Kecamatan Ciherang, Kabupaten Bandung	Kolam Renang dan Playground
11.	Desa Wisata Patengan	Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung	Camping Ground, Penangkaran Rusa, Perkebunan The, Ecopark, Pemandian Air Panas, Curug, Suspension Bridge
12.	Desa Wisata Tarumajaya	Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung	Biogas Ternak Sapi Perah, Inovasi Tani Irit Lahan, Pertunjukan Seni, Wisata Alam, Camping Ground, Hiking, Tea Work, Kedai Kopi, Outbond.
13	Desa Wisata Mekarlaksana	Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung	Pertunjukan Seni, Edukasi Peternakan, Jungle Tracking, Terasering, Edukasi Pertanian, Hajat Buruan, Edukasi Kopi.

Sumber: JADESTA Jabar – Kemenparekraf, 2023

Salah satu desa wisata yang lokasinya berdampingan dengan desa wisata Lamajang adalah Desa Wisata Margaluyu. Desa Margaluyu memiliki dua buah situ peninggalan jaman Belanda yang usianya diperkirakan sudah mencapai angka 100 tahun. Masyarakat Desa Margaluyu sebagian besar berprofesi sebagai petani sayur mayur dan peternak sapi perah. Desa Margaluyu dikelilingi oleh perkebunan teh milik PTPN VIII Pasirmalang yang berbatasan juga dengan Perhutani (jadesta.kemenparekraf.go.id, 2022).

GAMBAR 1. 5
Daya Tarik Desa Wisata Margaluyu

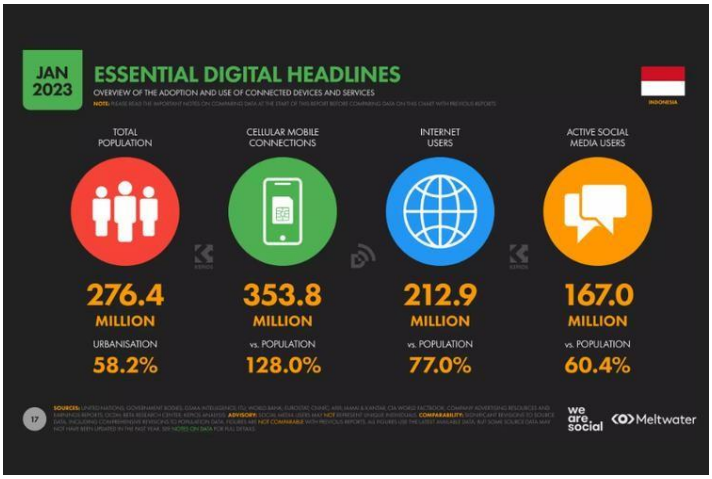
Sumber: JADESTA – Kemenparekraf, 2023

Jika ditelusuri lebih jauh, Desa Wisata Margaluyu memiliki opsi wisata dan akomodasi yang lebih beragam. Dilansir dari *website* jadesta.kemenparekraf.go.id (2022), informasi mengenai atraksi wisata di Desa Margaluyu tersedia dengan lengkap mulai dari potret wisata, lokasi, hingga tarif yang harus dibayarkan wisatawan untuk tiap atraksi wisata. Berbeda dengan Desa Lamajang, pada

website jadesta.kemenparekraf.go.id belum ada informasi lengkap mengenai daya tarik wisata yang ada.

Desa wisata memberikan kebebasan pada masyarakat setempat untuk mengelola kampung halamannya sesuai dengan keotentikan desa. Masyarakat lokal pada pengembangan desa wisata memiliki peranan yang cukup besar, dimana masyarakat yang mengoperasikan dan mengontrol berjalannya pengembangan desa wisata baik dari penentuan produk hingga manfaat yang diterimanya (Masitah, 2019:46).

Dalam mengelola desa wisata, dibutuhkan beberapa faktor pendukung yang dapat menunjang keberhasilan masyarakat untuk menarik atensi wisatawan. Salah satunya adalah melalui kegiatan pemasaran yang berbasis internet atau *digital marketing*. Tidak dapat dipungkiri, saat ini pengguna internet di Indonesia dapat dikatakan meningkat dari tahun ke tahun karena hampir seluruh sektor mulai menerapkan *digital*isasi. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (year-on-year/yoy).



GAMBAR 1. 6
Pengguna Internet di Indonesia Per Januari 2023

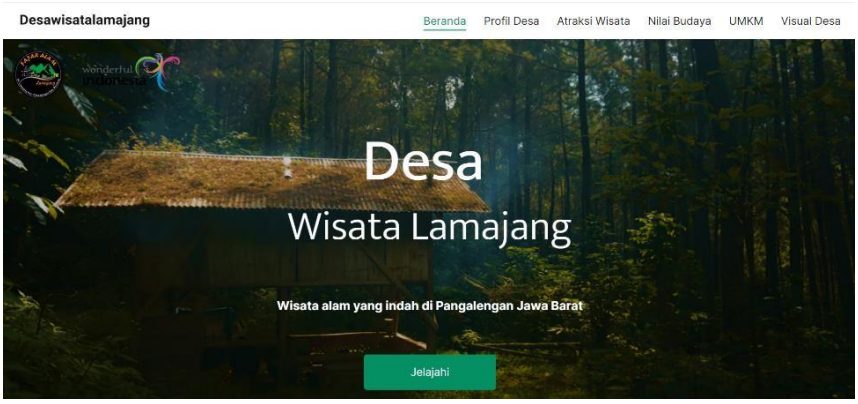
Sumber: We Are Social, 2023

Ketersediaan teknologi informasi dan komunikasi serta internet mendorong pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan efisiensi dan merekayasa ulang strategi komunikasi mereka (O'Çonnor, 2005; dalam Sujana, *et al*, 2023). Desa Lamajang dapat memanfaatkan digitalisasi untuk menunjang sarana komunikasi pemasaran mereka guna menarik minat wisatawan. Digitalisasi desa wisata dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan tentunya dapat mengurangi biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan. Salah satu caranya adalah melalui *website marketing*.

Website Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan sebuah situs untuk memperkenalkan produk dan layanan yang dimiliki oleh bisnis. *Website Marketing* adalah bagian dari *Electronic Marketing*, dimana menurut Kotler dan Armstrong (2018), *e-Marketing* adalah suatu bentuk usaha dari perusahaan yang bertujuan untuk memasarkan produk dan jasanya dan juga untuk membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui

internet. *Website Marketing* dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan *branding* serta memberikan informasi penting pada target konsumen. Berdasarkan fungsi tersebut, jenis pemasaran ini memiliki titik fokus pada peningkatan jumlah pengunjung yang nantinya menjadi prospek untuk transaksi (dikutip dari https://zeka*digital*.com/ pada 12 Oktober 2023).

Desa Wisata Lamajang sendiri memiliki *website* desa yang memuat beberapa informasi mengenai desa secara keseluruhan yaitu www.desawisatalamajang.com. *Website* ini dikelola oleh Pemerintah Desa Lamajang untuk membagikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan desa melalui unggahan artikel yang diperbarui secara berkala. *Website* ini juga memuat informasi mengenai potensi wisata yang ada di Desa Lamajang, sehingga wisatawan dapat mengakses informasi yang dibutuhkan saat akan berwisata ke Desa Lamajang.



GAMBAR 1. 7
***Website* Desa Wisata Lamajang**

Sumber: desawisatalamajang.com, 2023

Upaya pemasaran melalui *digital marketing* memang penting untuk meningkatkan popularitas dan kunjungan wisatawan ke desa wisata. Namun terkadang upaya pemanfaatan media *digital* saja tidak cukup untuk menarik minat wisatawan. Diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan terintegrasi dengan

aktivitas di desa wisata tersebut agar lebih efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Nurmadewi, 2023:387).

Pemanfaatan internet yaitu *website* sudah menjadi trend diera modern yang serba teknologi saat ini. Perusahaan yang belum mempunyai *website* dinilai sudah ketinggalan jaman dan kurang mampu bersaing dengan lawan bisnisnya (Wahyuni, *et al*., 2022:347). Dahulu *website* hanya *trend* digunakan oleh perusahaan sebagai media promosi dan perluasan pemasaran mereka, tetapi saat ini *website* sudah menjadi kebutuhan bagi pemerintahan, pendidikan dan pariwisata. *Website* memiliki jangkauan waktu dan ruang yang tak terbatas. Untuk memperoleh *website* sebagai media efektif dalam menyampaikan informasi, diperlukan penerapan strategi tertentu sehingga kegiatan promosi *website* yang dilakukan mencapai hasil yang maksimal (Surentu, 2020:4).

Melalui penggunaan *website,* destinasi wisata akan membuat masyarakat dan para wisatawan lebih mudah memperoleh data mengenai objek wisata (Budianto, *et al*., 2022). Namun, pengelolaan *website marketing* di Desa Wisata Lamajang dinilai kurang optimal karena masih ada beberapa informasi yang belum tersedia bagi wisatawan. Selain itu, *website* pendukung seperti *website* milik Kemenparekraf yang memuat informasi mengenai Desa Lamajang yakni Jadesta Kemenparekraf (https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/lamajang) juga tidak memuat informasi yang lengkap mengenai Desa Lamajang. Padahal, apabila potensi wisata yang dimiliki oleh desa dikelola dengan baik secara fisik maupun dari segi informasi, hal itu akan lebih memudahkan wisatawan dan tentunya memiliki peluang lebih besar untuk menarik wisatawan.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi (2022) pada Desa Wisata Pujon Kidul, strategi *digital marketing* memainkan peran penting dalam meingkatkan minat kunjungan di desa wisata. Konsep periklanan dan promosi melalui berbagai platform seperti *website* dan *web banner* memudahkan

wisatawan untuk menemukan informasi mengenai Desa Wisata Pujon Kidul. Hal yang sama juga disampaikan oleh Asriningtyas (2021) dalam penelitiannya di Wisata Kampung Coklat Blitar, strategi *digital marketing* melalui *website* dapat meningkatkan minat kunjungan karena dengan adanya platform seperti *website* memudahkan pengelola untuk melakukan komunikasi dengan wisatawan dan menyajikan informasi lengkap mengenai potensi wisata.

Merujuk pada permasalahan yang telah dipaparkan di atas, peneliti ingin menganalisa tentang penerapan dan pengelolaan *website* sebagai media pemasaran bagi Desa Wisata Lamajang serta mendalami permasalahannya untuk menemukan solusi bagi manajemen *website* Desa Wisata Lamajang melalui penelitian dengan judul **"Implementasi Manajemen *Website Marketing* Desa Wisata Lamajang Kabupaten Bandung Tahun 2024"**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, peneliti merumuskan beberapa masalah yang akan menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah tersebut antara lain:

1. Bagaimana perencanaan konten *website marketing* pada desawisatalamajang.com?
2. Bagaimana pengelolaan konten *website marketing* pada desawisatalamajang.com?
3. Bagaimana aktualisasi konten *website marketing* pada desawisatalamajang.com?
4. Bagaimana kontrol atau pengawasan terhadap konten *website marketing* pada desawisatalamajang.com?
5. Bagaimana dampak *output* yang dihasilkan dari manajemen *website marketing* desawisatalamajang.com terhadap Desa Lamajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan peneliti ini berupaya untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana konsep perencanaan *website marketing* pada desawisatalamajang.com.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan *website marketing* pada desawisatalamajang.com.
3. Untuk mengetahui bagaimana aktualisasi dari konten *website marketing* pada desawisatalamajang.com.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengawasan atau pemantauan terhadap konten *website marketing* pada desawisatalamajang.com.
5. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang diberikan melalui mnajemen *website marketing* pada desawisatalamajang.com terhadap Desa Lamajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah:

1. Manfaat Praktisi
   a. Manfaat bagi Mahasiswa

      Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan sumber referensi baik bagi mahasiswa maupun penelitian-penelitian yang akan datang agar bisa menambah *insight* dan pengetahuan sebagai dasar pengujian sejauh mana teori-teori yang didapat bisa diimplementasikan di lapangan terutama teori mengenai *pariwisata*, *digital marketing*, dan *website marketing.*

   b. Manfaat bagi Pihak Desa Wisata

      Pihak Desa Wisata Lamajang dapat menjadikan penelitian ini sebagai tolok ukur intensitas minat kunjungan dari wisatawan sehingga dapat

menilai efisiensi dan efektivitas penggunaan *website marketing* serta mendapatkan *treatment* pengelolaan *website* yang baik untuk kegiatan pemasaran desa wisata. Kemudian, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan positif bagi pihak pengelola untuk bisa menjangkau lebih banyak wisatawan lagi.

c. Manfaat bagi Pemerintah

Pemerintah setempat dapat memperoleh gambaran mengenai minat berkunjung wisatawan ke Desa Lamajang untuk kemudian memanfaatkan peluang yang ada dengan memaksimalkan pengelolaan strategi pemasaran *online* melalui *website* secara efektif agar dapat menunjang kesejahteraan masyarakat setempat.

2. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan bukti empiris mengenai topik terkait minat berkunjung desa wisata melalui pemanfaatan *website* pemasaran. Manfaat lain bagi akademisi adalah bertambahnya jumlah terbitan berkala di jurnal yang dapat membantu mereka mengajukan akreditasi di universitas, program gelar, dan jurnal ilmiah.

1.6 Batasan Penelitian

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Terdapat beberapa batasan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Objek pada penelitian ini adalah Desa Wisata Lamajang.
2. Variabel bebas atau X dalam penelitian ini adalah *Website Marketing* dan variable terikat atau Y dalam penelitian ini adalah Minat Berkunjung.
3. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Januari 2024

1.7 Sistematika Penulisan Laporan

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas Laporan Proyek Akhir (PA) :

a. BAB I PENDAHULUAN

   Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum Desa Wisata Lamajang, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

   Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik penelitian yakni Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran, Pariwisata, Desa Wisata, *Electronic Marketing,* dan *Website Marketing,* untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

c. BAB II METODE PENELITIAN

   Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

   Hasil penelitian dan pembahasannya harus diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistematika pembahasan ini akan lebih tampak jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya apabila disajikan dalam sub-judul tersendiri.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

   Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.