

Pemberdayaan Desa Leuwimalang melalui Pengembangan Website Pariwisata dan Pemesanan Homestay

**Nining Latianingsih¹, Iis Mariam², Yanita Ella N. Chandra³, Arizal P. Pratama⁴,
Irfan R. Triyanto⁵**

^{1,2,3,4,5}Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia
nining.latianingsih@bisnis.pnj.ac.id

Received : Sep' 2025 Revised : Oct' 2025 Accepted : Oct' 2025 Published : Nov' 2025

ABSTRACT

Leuwimalang Village, located in Cisarua District, Bogor Regency, possesses significant natural and cultural tourism potential; however, its utilization remains limited due to the lack of information and digital-based promotion. This community service activity aims to develop the village website as an information and promotional medium, particularly for homestay booking services and tour packages. The implementation method included field observation, problem identification in collaboration with village partners, and website content management. The results of the activity produced a digital platform containing structured information on tourism potential, homestay packages, travel guides, and the village profile. This website facilitates tourists in accessing information and making bookings, while also supporting homestay owners to promote their services. The application of this innovation is expected to enhance Leuwimalang Village's competitiveness as a tourist village and contribute positively to the local community's economy.

Keywords : *Digitalization; Homestay; Tourism Promotion; Tourist Village; Website.*

ABSTRAK

Desa Leuwimalang, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar, namun pemanfaatannya masih terbatas karena minimnya informasi dan promosi berbasis digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan website desa sebagai media informasi dan promosi, khususnya untuk layanan pemesanan homestay dan paket wisata. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, identifikasi permasalahan bersama mitra desa, dan implementasi pengelolaan konten website. Hasil kegiatan menunjukkan tersedianya platform digital yang memuat informasi potensi wisata, paket homestay, panduan wisata, dan profil desa secara terstruktur. Website ini mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi dan melakukan pemesanan, dan mengajak pemilik homestay untuk terlibat dalam melakukan promosi pada layanannya. Penerapan inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Desa Leuwimalang sebagai desa wisata dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat setempat.

Kata Kunci : *Desa Wisata; Digitalisasi; Homestay; Promosi Pariwisata; Website.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam meningkatkan perekonomian daerah, termasuk di wilayah pedesaan yang memiliki potensi alam, budaya, dan kearifan lokal. Desa Leuwimalang di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, termasuk menjadi kategori desa wisata [1]. Terletak di ketinggian 700 – 800

meter diatas permukaan laut, desa Leuwimalang menawarkan panorama alam yang indah, udara sejuk serta keramahan penduduknya. Kecamatan Cisarua sendiri, merupakan daerah wisata yang sering dikunjungi wisatawan dalam dan luar kota. Salah satu destinasi wisata yang sering dikunjungi ialah Taman Safari Indonesia dan Taman Wisata Matahari.

Kecamatan Cisarua dengan jumlah penduduk mencapai 132 ribu pada tahun 2024 dan luas daerah 72 km², maka kepadatan penduduk sekitar 1.833 penduduk per km² [2]. Di Desa Leuwimalang sendiri, memiliki tempat wisata, salah satunya yaitu Curug Cilember[3]. Desa Leuwimalang memiliki permasalahan tersendiri, yaitu rendahnya akses informasi terkait info yang terkait dengan wisata dan usaha penginapan di media daring, disebabkan promosi dan pengelolaan potensi desa ini masih dilakukan secara tradisional, sehingga belum dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Di situs Jadesta Kemenparekraf, tidak terdapat informasi yang cukup yang menjelaskan Desa Leuwimalang sebagai Desa Wisata[1]. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha *homestay* dan wisata belum optimal dalam menjangkau wisatawan, terutama wisatawan di luar daerah.

Tren promosi wisata melalui media digital seperti media sosial maupun *website* memberikan peluang bagi desa untuk memasarkan potensi wisata secara lebih efektif. Digitalisasi promosi pariwisata melalui media sosial, website, dan pemesanan daring dapat meningkatkan visibilitas destinasi, mempermudah akses informasi bagi wisatawan, serta membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan masyarakat Desa Leuwimalang melalui inovasi dan pemanfaatan platform digital agar potensi wisata yang ada dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan. Pengelolaan obyek wisata yang baik berdampak pada roda perekonomian masyarakat luas, terutama yang berada di dekat obyek tersebut [4], [5]. Hal ini masih sesuai dengan Undang-Undang RI no. 23 tahun 2014 bahwa pemerintah pusat memberi kewenangan kepada pemerintah daerah untuk meningkatkan dan mengembangkan wisata secara mandiri [6].

Seiring dengan tujuan untuk mendukung pengembangan sektor pariwisata di Desa Leuwimalang, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan digitalisasi informasi wisata di Desa Leuwimalang tersebut. Penggunaan media digital pada pariwisata adalah salah satu langkah tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata[7]. Media digital pada desa diperlukan untuk memudahkan pertukaran informasi karena sebelumnya warga harus mendatangi kantor desa untuk mendapatkan informasi [7]. Sehingga peran digitalisasi pada desa, terutama desa wisata menjadi penting.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di desa Leuwimalang dalam bentuk pembuatan website desa. Tujuan dibuatnya website adalah sebagai media promosi kepada masyarakat, baik bagi warga desa maupun seluruh kalangan masyarakat yang berkepentingan dengan desa [8]. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat mengajak warga untuk terlibat dalam pengelolaan konten,

memperbarui informasi serta melayani secara langsung. Pendekatan ini dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata.

METODE

Dalam melakukan pengembangan halaman website desa Leuwimalang dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu :

1. Observasi; yang dilakukan dengan mengunjungi kondisi lapangan. Dalam hal ini, yang dilakukan adalah dengan observasi fenomena di lapangan, yaitu di Desa Leuwimalang. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan pihak dari Asosiasi Desa Wisata. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian dapat memahami kebutuhan, terutama aspek promosi wisata dan pengelolaan *homestay*.
2. Identifikasi; proses identifikasi kendala yang dihadapi yaitu dengan berbicara langsung kepada mitra desa di Leuwimalang. Dalam hal ini, yang menjadi mitra adalah ketua asosiasi desa wisata Kabupaten Bogor. Hasil identifikasi menunjukkan kurang nya promosi melalui media digital dan kurang nya kemampuan dalam melakukan pengelolaan konten.
3. Pelaksanaan; dalam tahap pelaksanaan, pengembangan website desa Leuwimalang dilakukan dengan pengelolaan website sebagai media informasi desa. Admin ditugaskan sebagai tim pelaksana mengambil alih penulisan konten berita desa dan juga melakukan kurasi konten yang akan dimasukkan ke website. Melalui pemberitaan yang diunggah lewat website Desa Leuwimalang ini, informasi mengenai potensi yang ada di Desa Leuwimalang dapat tersampaikan kepada masyarakat luas.

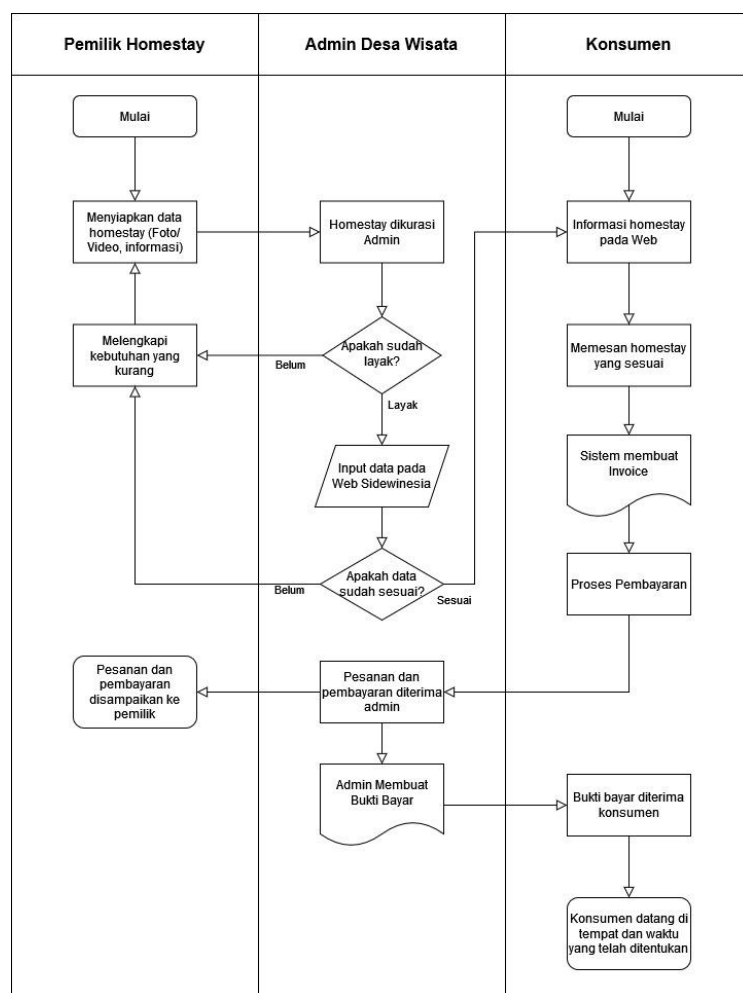
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan website di desa Leuwimalang dilakukan bersama dengan Asosiasi Desa Wisata. Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian Masyarakat merupakan bantuan dalam mengelola website yang dapat digunakan untuk mengenalkan desa Leuwimalang. Kegiatan dilakukan dengan mengunjungi Desa Leuwimalang untuk melakukan observasi dan identifikasi dengan mitra kerjasama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan dari asosiasi desa wisata kabupaten bogor, beliau sangat mendukung program kerja yang disusun salah satunya yaitu pengembangan website desa sebagai sarana informasi. Faktor pendukung diadakannya program kerja tersebut adalah belum adanya sistem informasi. Apabila kondisi sudah terpenuhi, pihak desa wisata dapat memaksimalkan promosi yang dilakukan.

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan pelaksanaan pembuatan website dimana dengan menunjukkan diagram alir. Pemilik *homestay* menyiapkan data yang diperlukan untuk melakukan publikasi di website seperti foto *homestay*, fasilitas, tarif sewa, serta deskripsi singkat. Semua data ini dikemas dengan cara yang menarik dan informatif. Data yang dikirimkan akan dikurasi oleh Admin melakukan kurasi konten yang dibuat pemilik *homestay*. Tujuan dilakukan nya kurasi untuk menjaga konsistensi dengan standar konten yang diterapkan oleh

konten desa wisata. Apabila hasilnya sudah baik, maka konten yang dibuat oleh pemilik *homestay* akan ditampilkan di *website* desa wisata. Informasi akan ditampilkan di *website* Sidewinesia yang akan ditujukan kepada konsumen yang membuka *website* nya. Konsumen melakukan pemesanan melalui *website* tersebut dan melakukan pembayaran yang akan ditujukan ke admin, lalu ditujukan kepada pemilik. Diagram alir pemesanan *homestay* ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir website pemesanan *homestay*

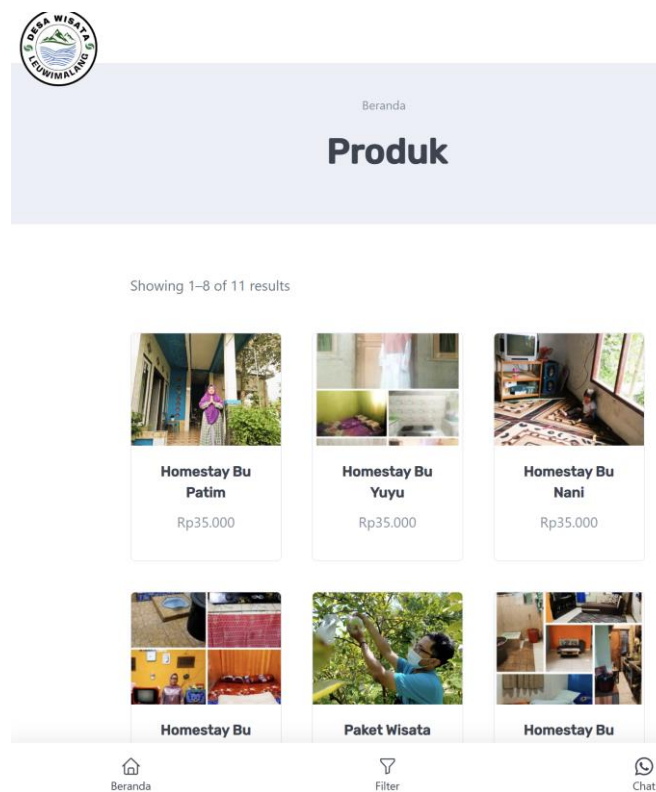
Berdasarkan hasil pembuatan *website* yang dilakukan, berbagai macam fitur tersedia dalam situs ini yang digunakan untuk memudahkan pemesanan *homestay* dan juga promosi. Fitur *website* terdiri sebagai berikut :

1. *Home* atau beranda; Berisi halaman muka yang terdiri dari paket wisata, pemandu lokal, galeri desa wisata, dan tautan alamat desa wisata. Bagian ini memiliki *header* paket wisata, panduan wisata dan tentang.



Gambar 2. Tampilan *home* atau beranda *website*

2. Paket wisata; berisi sub halaman yang terdiri dari produk yang ditawarkan, yaitu homestay dan paket wisata petik buah di desa Leuwimalang.



Gambar 3. Tampilan sub halaman paket wisata

- Panduan wisata; berisi sub halaman yang terdiri dari berita atau blog dari website ini. Salah satu dari blog tersebut memiliki judul Potensi Edukasi di Desa Wisata Leuwimalang.



Gambar 4. Tampilan Sub halaman panduan wisata

- Tentang; berisi sub halaman yang terdiri dari pengenalan desa Leuwimalang, sejarah dan asal usul, keindahan alam dan wisata, aktivitas dan penagalaman, komitmen kami, kontak kami dan lokasi desa Leuwimalang yang dapat diakses menggunakan google maps.



Gambar 5. Tampilan sub halaman tentang kami

PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan *website* Desa Leuwimalang berhasil menghasilkan *website* yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana informasi dan promosi desa wisata. *Website* ini memuat beragam informasi mulai dari paket wisata, layanan homestay, panduan wisata, hingga profil desa, sehingga memudahkan wisatawan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Website yang kami buat ini telah mengajak sebanyak 8 warga pemilik homestay untuk terlibat, dan 2 warga pemilik wisata di desa Leuwimalang. Untuk tarif homestay yang ditawarkan yaitu Rp35.000, sedangkan untuk paket wisata, mulai dari Rp 150.000 untuk paket wisata agro hingga Rp250.000 untuk paket wisata edukasi.

Dengan adanya *website* ini, diharapkan promosi potensi wisata Desa Leuwimalang menjadi lebih efektif dan jangkauannya semakin luas serta mendorong keterlibatan yang semakin besar dari warga desa Leuwimalang. Keberlanjutan program memerlukan peran aktif dari pemerintah desa dan pelaku usaha lokal dalam mempromosikan wisata secara konsisten serta admin yang terus bekerja untuk melakukan promosi website.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Leuwimalang, Asosiasi Desa Wisata Kabupaten Bogor, dan para pelaku usaha homestay yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Politeknik Negeri Jakarta dan Kemdikbudristek yang telah mendukung pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tim Kemenparekraf, "Desa Wisata Leuwimalang," Jadesta Kemenparekraf. Accessed: Aug. 15, 2025. [Online]. Available: https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/_leuwimalang
- [2] BPS Kabupaten Bogor, *KECAMATAN CISARUA DALAM ANGKA*, 34th ed. Kabupaten Bogor: BPS Kabupaten Bogor, 2024.
- [3] Lucky Lukman Nul Hakim, "Hidden Gem di Puncak Bogor, Liburan di Desa Wisata Leuwimalang Bisa Mandi di Curug Cilember yang Dipercaya Bikin Awet Muda hingga Obati Penyakit," Radar Bogor. Accessed: Aug. 15, 2025. [Online]. Available: <https://radarbogor.jawapos.com/wisata/2475534575/hidden-gem-di-puncak-bogor-liburan-di-desa-wisata-leuwimalang-bisa-mandi-di-curug-cilember-yang-dipercaya-bikin-awet-muda-hingga-obati-penyakit>
- [4] T. A. Mekonen, "The role of media in tourism promotion: A case study in Ethiopia," *Journal of Hospitality Management and Tourism*, vol. 7, no. 5, pp. 50-56, Oct. 2016, doi: 10.5897/JHMT2016.0177.

- [5] Sabon, Perdana, Koropit, and Pierre, . "Strategi peningkatan kinerja sektor pariwisata Indonesia pada ASEAN economic community," *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol. 8, no. 2, pp. 163–176, 2018.
- [6] I. Rahadi, B. R. Nursaly, B. S. Handini, and H. Murcahyanto, "Penguasaan Bahasa Inggris Masyarakat dan Partisipasinya dalam Pengembangan Desa Wisata," *Journal of Education and Instruction (JOEAI)*, vol. 4, no. 2, pp. 486–494, Dec. 2021, doi: 10.31539/joeai.v4i2.2827.
- [7] A. Tsurayya Mumtaz, M. Karmilah -, D. Wisata di Desa Wisata, M. Karmilah, P. Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, and U. Islam Sultan Agung, "Digitalisasi Wisata di Desa Wisata," 2021. [Online]. Available: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr>
- [8] Beta Hanan Yuliansa, Dhian Satria Yudha Kartika, Edi Sugiyanto, S. I. A. Rianto, and Talitha Edina Sakhi, "Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Sarana Sistem Informasi Potensi Wisata Desa," *Journal of Community Service (JCOS)*, vol. 1, no. 3, pp. 127–136, Jul. 2023, doi: 10.56855/jcos.v1i3.460.