

Pengembangan *Website* Desa Wisata Sebagai Media Promosi Digital di Kabupaten Sumba Timur

Augustina Asih Rumanti¹, Aloysius Adya Pramudita², Muhammad Almaududi Pulungan¹, Mohammad Deni Akbar¹, Artamevia Salsabila Rizaldi*¹, Mia Amelia¹

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Telkom University, Jalan Telekomunikasi No.1, Terusan Buah Batu, Kota Bandung 40257, Indonesia

²Program Studi Doktorat Teknik Elektro, Fakultas Teknik Elektro, Telkom University, Jalan Telekomunikasi No.1, Terusan Buah Batu, Kota Bandung 40257, Indonesia

Article Info

Abstract

Article history:

Received
6 Januari 2026

Accepted
3 Februari 2026

Keywords:

Digitalisasi
Pariwisata, Sumba
Timur,
Website Desa Wisata

The tourism sector plays a strategic role in driving economic growth and empowering local communities. East Sumba Regency, categorized as a Disadvantaged, Outermost, and Frontier (3T) region, has high potential for natural and cultural tourism, such as Tanggedu Waterfall, Walakiri Beach, Wunga Traditional Village, and the Hamba Praing and Mondu tourist villages. However, tourism development in this region still faces various obstacles, particularly limited access to information, minimal digital promotion, and low technology utilization by tourism village managers. This Community Service activity aims to improve the accessibility of information and the attractiveness of tourist villages through the development and mentoring of digital-based tourism village websites. The implementation method is carried out through the website design stage. The activity was carried out over two days in Hamba Praing and Mondu Villages, involving tourism village managers and the local community. The results of the activity showed an increase in partners' understanding of the function of websites as a medium for information, destination promotion, and local product marketing, as well as an increase in managers' readiness to manage digital content. The developed tourism village websites have the potential to support tourism promotion, community economic empowerment, and local cultural preservation. Thus, the integration of digital technology through the tourism village website is a strategic step in supporting the development of sustainable tourism in East Sumba.

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia mempunyai peranan penting dalam memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Pariwisata telah menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan, menyediakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan merangsang berbagai sektor ekonomi (Indah *dkk.*, 2023). Sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap PDB tetapi juga berperan strategis dalam pembangunan nasional dengan mengatasi permasalahan ekonomi dan sosial.

Kabupaten Sumba Timur adalah wilayah Indonesia yang termasuk dalam katagori daerah Tertinggal, Terluar dan Terdepan (3T). Namun demikian, Kabupaten Sumba Timur memiliki potensi wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan, sehingga perlu dimajukan untuk mencapai optimalisasi dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal (Jocom *dkk.*, 2021). Wilayah ini kaya akan destinasi wisata alam dan budaya yang unik, seperti Air Terjun Tanggedu, Pantai Walakiri, dan Kampung Adat Wunga. Potensi ini belum sepenuhnya dieksplorasi dan dimanfaatkan, padahal memiliki nilai jual yang tinggi

*Corresponding author. Artamevia Salsabila Rizaldi
Email address: artameviasalsabila@gmail.com

jika dikelola dengan baik dan berkelanjutan. Meskipun infrastruktur dasar seperti jalan menuju objek wisata sudah cukup baik, masih terdapat kendala signifikan dalam hal amenities dan fasilitas pendukung lainnya (Jocom *dkk.*, 2021). Fasilitas seperti papan informasi, toilet umum, dan layanan kesehatan di lokasi wisata masih terbatas, mengurangi kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Selain itu, akomodasi di sekitar objek wisata utama juga belum memadai, sehingga wisatawan sering kali harus kembali ke Kota Waingapu untuk menginap (Jocom *dkk.*, 2021).

Jumlah kunjungan Wisatawan dari tahun 2022 Jumlah 46.298 orang, dimana Wisatawan Nusantara sebanyak 44.896 orang dan Wisatawan Mancanegara 1.402 orang. Pada Tahun 2023 sebesar 38.854 orang, dimana Wisatawan Nusantara 35.814 orang dan Wisatawan Mancanegara 3.040. Berdasarkan Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara, pada Tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 1.998 orang Wisman yaitu 3.040 wisman, Tahun 2022 sebanyak 1.402 orang Wisman. Wisatawan Nusantara (Wisnu) mengalami penurunan pada Tahun 2023 sebesar 9.082 orang Wisnu. Berdasarkan analisis data pariwisata, penurunan Jumlah Wisatawan disebabkan kurangnya Festival dan Event (Event Wisata Daerah Sebagai Daya Tarik Wisatawan).

Desa Hamba Praing dikenal sebagai destinasi wisata budaya yang menonjol, terutama karena produksi tenun ikat tradisional Sumba yang memiliki nilai seni tinggi dan telah mendapat pengakuan nasional maupun internasional (Killa & Tawa, 2024). Kain ikat dari desa ini tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan, menarik minat wisatawan yang tertarik pada kerajinan lokal dan budaya tradisional) (Ballo & Tiwu, 2021). Keberlanjutan teknik tenun tradisional yang dijaga oleh masyarakat setempat memastikan pengalaman wisata yang autentik dan memperkaya pemahaman tentang warisan budaya Sumba (Killa & Tawa, 2024). Selain kerajinan tangan, Desa Hamba Praing masih memegang teguh adat istiadat, termasuk ritual keagamaan dan upacara budaya, yang memperkaya pengalaman wisatawan (Abidin *dkk.*, 2023). Ritual-ritual ini tidak hanya memperlihatkan identitas budaya masyarakat Sumba tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan di komunitas lokal serta memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi wisatawan (Ballo & Tiwu, 2021).

Desa Mondu di Nusa Tenggara Timur dikenal karena lanskap alamnya yang indah dan warisan budayanya yang kaya. Topografinya yang terdiri dari perbukitan hijau dan lingkungan alami yang masih asri menjadikannya destinasi ekowisata yang potensial) (Ballo & Tiwu, 2021). Wisatawan tertarik ke Mondu karena keindahan alamnya serta kesempatan untuk merasakan gaya hidup tradisional masyarakat (Killa & Tawa, 2024). Salah satu daya tarik utama desa ini adalah tradisi berburu kuda liar, yang mencerminkan hubungan erat masyarakat dengan alam serta keanekaragaman hayati. Tradisi ini tidak hanya menjadi bagian dari budaya lokal, tetapi juga memiliki potensi sebagai atraksi wisata berkelanjutan. Selain itu, tarian perang khas Sumba yang berkaitan dengan perburuan kuda menambah daya tarik budaya bagi pengunjung (Killa & Tawa, 2024).

Pengembangan potensi wisata di Desa Mondu dan Hamba Praing dihadapkan pada tantangan aksesibilitas yang menjadi faktor pendorong penting bagi pengunjung. Akses menuju kedua desa ini masih minim, yang mengakibatkan ketidakmampuan bagi wisatawan untuk menjangkau lokasi secara nyaman. Selain itu, kurangnya informasi terkait potensi yang ada di desa menjadi kendala lain. Wisatawan sering kali tidak mengetahui apa yang dapat dilihat dan dilakukan di daerah tersebut, sehingga memengaruhi keputusan untuk berkunjung (Wadu & Mbana, 2023).

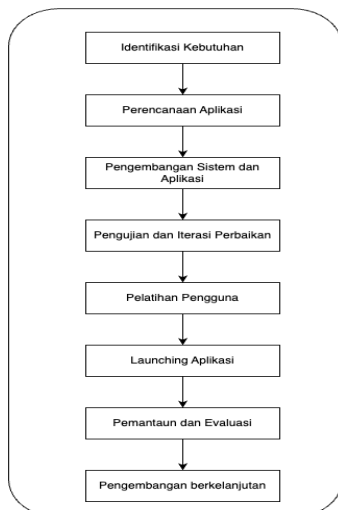
Menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan pariwisata di Sumba Timur,

dibutuhkan sebuah sistem yang dapat meningkatkan aksesibilitas dan informasi bagi wisatawan. Memasukkan digitalisasi ke dalam desa wisata dapat mengefektifkan proses pemasaran dan mempermudah akses informasi bagi wisatawan (Andari & Yuniawati, 2023). Dengan mengintegrasikan strategi promosi melalui *website*, desa wisata dapat meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di mata calon pengunjung (Dwiningwarni dkk., 2021). Terlebih lagi, keterlibatan masyarakat lokal dalam menarik kunjungan wisatawan sangat menentukan keberhasilan desa wisata (Afifa & Nugroho, 2022).

Pembuatan *website* desa wisata merupakan solusi yang efektif untuk membantu wisatawan mendapatkan informasi yang akurat dan terkini mengenai destinasi wisata di Sumba Timur. *Website* ini dapat menyediakan berbagai informasi penting seperti deskripsi objek wisata, fasilitas yang tersedia, akses transportasi, pilihan akomodasi, serta kalender acara dan festival. Dengan adanya *website*, wisatawan dapat merencanakan perjalanan mereka dengan lebih mudah dan efisien. Wisatawan dapat mengetahui lokasi-lokasi wisata yang menarik, mengatur jadwal kunjungan, serta mendapatkan informasi tentang budaya dan tradisi setempat yang akan mereka temui. Selain itu, *website* juga dapat menjadi platform untuk mempromosikan produk-produk lokal seperti kerajinan tenun ikat, makanan khas, dan souvenir lainnya, sehingga memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat setempat. *Website* juga dapat berfungsi sebagai media komunikasi antara wisatawan dan penyedia layanan wisata, memungkinkan adanya reservasi online untuk penginapan, tur, dan kegiatan lainnya. Hal ini akan meningkatkan kenyamanan wisatawan dan mengurangi ketidakpastian dalam perjalanan mereka. Selain itu, fitur interaktif seperti ulasan dan testimoni wisatawan dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik wisata di Sumba Timur.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada 30 Juni hingga 1 Juli 2025, bertempat di Desa Hamba Praing dan Desa Mondu, Kabupaten Sumba Timur, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pengabdian kepada masyarakat dalam merancang aplikasi melibatkan proses yang mendukung masyarakat untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan mereka melalui pengembangan teknologi aplikasi. Gambar 1 menunjukkan tahapan-tahapan dalam pengabdian kepada masyarakat melalui perancangan sistem *website*.



Gambar 1.
Metode Penelitian

1. Mengidentifikasi masalah atau kebutuhan yang ingin dipecahkan oleh aplikasi. Proses ini melibatkan interaksi dengan masyarakat atau pengguna yaitu pengelola Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing untuk memahami tantangan dan kebutuhan yang ada.
2. Merencanakan fitur dan fungsi aplikasi berdasarkan hasil penelitian dan kebutuhan masyarakat. Tahapan ini mencakup pemilihan teknologi yang akan digunakan serta perancangan antarmuka pengguna agar mudah diakses oleh pengelola Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing.
3. Pengembangan sistem mengacu pada proses merancang, membangun, dan mengimplementasikan teknologi informasi dalam mengatasi masalah atau memenuhi kebutuhan Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing dalam mengelola informasi wisata, promosi, serta layanan reservasi.
4. Mengujikan *website* dengan pengguna dan mendapatkan umpan balik untuk perbaikan. Prototipe akan diperbaiki berdasarkan masukan dari masyarakat dan pengelola Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing. Proses ini dapat diulang beberapa kali untuk memastikan aplikasi berjalan optimal.
5. Memberikan pelatihan kepada pengguna yaitu pengelola Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing. Pelatihan ini bertujuan agar mereka dapat menggunakan aplikasi dengan baik dalam mengelola informasi, menerima reservasi, serta memperbarui konten *website*.
6. Meluncurkan aplikasi kepada pengguna yaitu pengelola dan masyarakat di Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing. Peluncuran melibatkan demo aplikasi serta sosialisasi kepada seluruh pengguna agar mereka dapat memanfaatkan teknologi ini secara maksimal.
7. Melacak penggunaan aplikasi dan mengukur sejauh mana aplikasi memenuhi kebutuhan pengguna. Umpan balik dari masyarakat dan pengelola Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing akan digunakan untuk meningkatkan fungsionalitas *website*.
8. Memperbarui dan mengembangkan aplikasi sesuai dengan perubahan kebutuhan pengguna dan perkembangan teknologi. Pengelola Desa Wisata Mondu dan Desa Wisata Hamba Praing akan mendapatkan dukungan dalam memperbarui konten dan memperbaiki sistem agar tetap relevan dengan perkembangan wisata di daerah mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada 30 Juni 2025, kegiatan difokuskan pada sosialisasi dan pendampingan awal *website* desa wisata di Desa Hamba Praing melalui pemaparan fungsi *website* sebagai media informasi, promosi destinasi, dan pemasaran produk lokal. Kegiatan ini disertai dengan diskusi interaktif, observasi kesiapan pengelola desa wisata, serta pengumpulan masukan awal sebagai dasar penyempurnaan fitur dan konten *website*. Selanjutnya, pada 1 Juli 2025, kegiatan dilaksanakan di Desa Mondu dengan fokus pada sosialisasi dan pendampingan penggunaan *website*, yang meliputi demonstrasi pengelolaan konten, pembaruan informasi destinasi, serta pengunggahan konten visual. Pada tahap ini juga dilakukan observasi lapangan dan pengumpulan umpan balik awal untuk mendukung proses evaluasi dan pengembangan *website* secara berkelanjutan. Meskipun kegiatan pendampingan intensif dilaksanakan selama dua hari, keberlanjutan program telah dirancang sejak awal. Pengelolaan *website* desa wisata diserahkan kepada pemuda desa dan pengelola desa wisata sebagai admin utama, sehingga pembaruan informasi, promosi destinasi, dan pemasaran produk lokal dapat dilakukan secara mandiri setelah kegiatan PKM selesai. Untuk mendukung hal tersebut, tim pengabdian menyediakan *guidebook* penggunaan *website*

sebagai panduan praktis dalam pengelolaan konten dan dokumentasi kegiatan wisata. Selain itu, struktur *website* dirancang sederhana dan *user-friendly* agar mudah dioperasikan oleh pengelola dengan tingkat literasi digital yang beragam. Keberadaan fitur promosi produk UMKM dan paket wisata juga memberikan insentif ekonomi langsung bagi masyarakat, sehingga mendorong pengelola untuk menjaga *website* tetap aktif dan dimanfaatkan secara optimal. Dengan pendekatan ini, *website* tidak hanya menjadi luaran kegiatan, tetapi berfungsi sebagai platform digital yang berkelanjutan untuk promosi, komunikasi, dan pengembangan desa wisata dalam jangka panjang.

3.1 Tahap Identifikasi Kebutuhan

Tahap identifikasi kebutuhan dilakukan melalui interaksi langsung dengan pengelola desa wisata dan masyarakat di Desa Mondu dan Desa Hamba Praing. Ketua Desa Wisata berperan sebagai mitra utama dalam proses identifikasi kebutuhan. Partisipasi mitra mencakup penyediaan data dan informasi terkait potensi destinasi wisata, budaya lokal, serta produk unggulan desa yang akan ditampilkan dalam *website* desa wisata. Selain itu, dilakukan observasi dan diskusi untuk memahami kondisi eksisting pengelolaan pariwisata, kesiapan sumber daya manusia, serta kebutuhan pengembangan konten digital, sehingga *website* yang dikembangkan selaras dengan visi pengembangan pariwisata lokal dan kebutuhan masyarakat setempat.



Gambar 1.

Diskusi Tim Peneliti dengan Perwakilan Masyarakat Desa Hambapraing



Gambar 2.

Diskusi Tim Peneliti dengan Perwakilan Masyarakat Desa Mondu

Hasil tahapan ini menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi desa wisata adalah keterbatasan akses informasi, belum optimalnya promosi destinasi dan produk lokal, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan pariwisata. Berdasarkan identifikasi permasalahan ini, diperlukan solusi berbasis *website* yang mampu

mengintegrasikan informasi wisata, promosi budaya, serta produk UMKM lokal dalam satu platform digital yang mudah diakses.

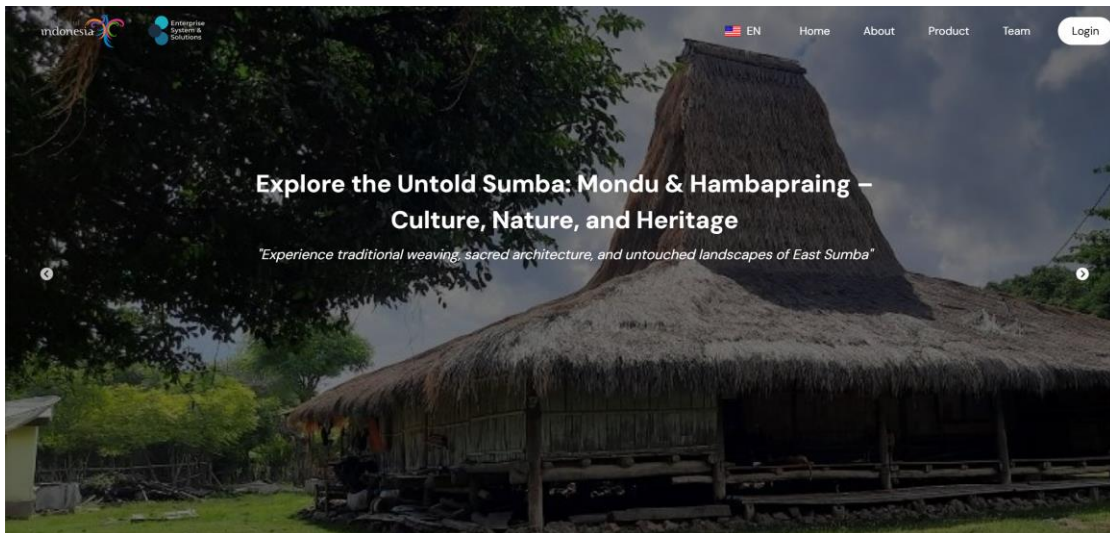
3.2 Tahap Perancangan Aplikasi

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, dilakukan perancangan aplikasi *website* desa wisata dengan mempertimbangkan kemudahan penggunaan, kesesuaian konten dengan karakteristik lokal, serta kesiapan sumber daya manusia desa. Perancangan mencakup struktur menu, fitur informasi desa, destinasi wisata, produk UMKM, penginapan, dan sistem pengelolaan konten (admin). Tahapan ini memastikan bahwa desain *website* tidak hanya memenuhi aspek teknis, tetapi juga relevan dengan kebutuhan pengelola dan masyarakat desa.

3.3 Tahap Pengembangan Sistem dan Aplikasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Hamba Praing dan Desa Mondu menghasilkan beberapa capaian utama yang selaras dengan tujuan program, yaitu peningkatan aksesibilitas informasi pariwisata, penguatan kapasitas pengelola desa wisata, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.

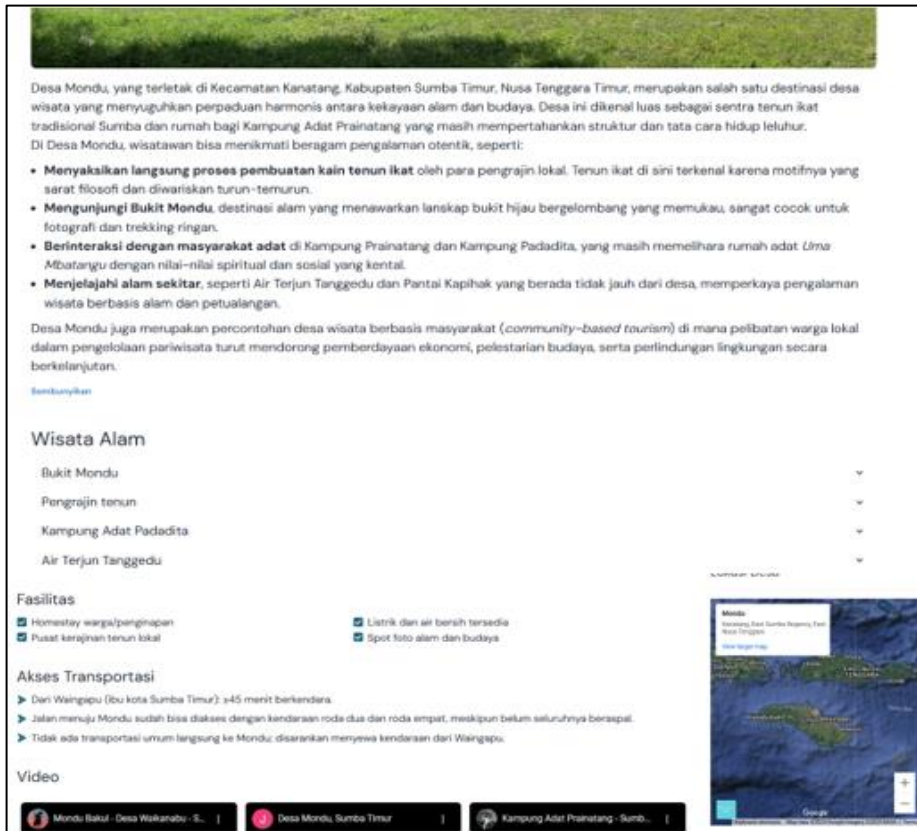
Hasil utama dari kegiatan ini adalah tersosialisasikannya *website* desa wisata kepada pengelola dan masyarakat di kedua desa. *Website* yang dikembangkan berfungsi sebagai platform informasi dan promosi yang memuat profil desa wisata, potensi destinasi alam dan budaya, galeri visual, serta informasi pendukung lainnya. Melalui kegiatan sosialisasi, mitra memperoleh pemahaman mengenai peran *website* dalam meningkatkan visibilitas desa wisata serta kemudahan akses informasi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Gambar 4 memperlihatkan tampilan awal (*landing page*) dari prototipe *website* desa wisata Mondu dan Hambapraing.



Gambar 3.

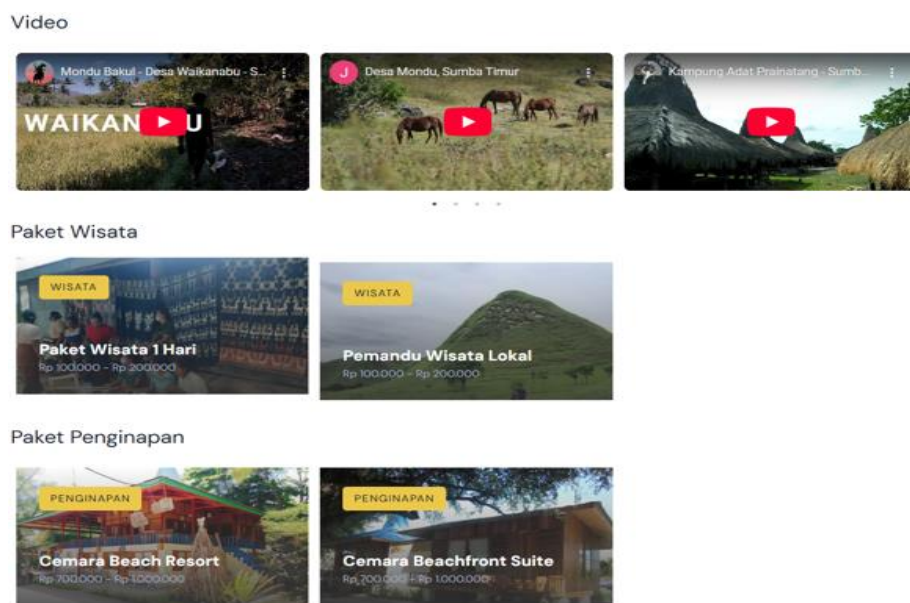
Tampilan Awal *Landing Page Website* Desa Wisata (<https://visitdesasumba.com/>)

Gambar 5 menampilkan deskripsi mendalam tentang Desa Mondu, termasuk informasi mengenai lokasi geografis, atraksi budaya, serta aktivitas wisata berbasis komunitas. Beberapa kegiatan yang ditawarkan kepada wisatawan antara lain menyaksikan proses pembuatan tenun ikat secara langsung, mengunjungi bukit alam, serta berinteraksi dengan masyarakat adat. Informasi tambahan seperti fasilitas, akses transportasi, dan peta lokasi juga disediakan untuk membantu wisatawan merencanakan perjalanan secara lebih matang.



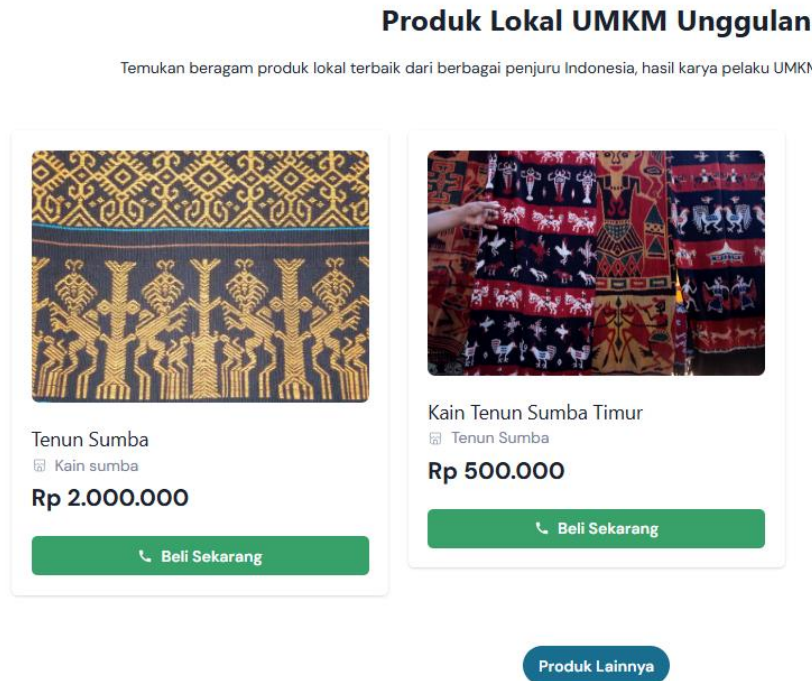
Gambar 4.
Tampilan Halaman Informasi Desa Mondu

Gambar 6 menunjukkan fitur interaktif dari halaman desa Mondu yang mencakup integrasi video dokumenter, paket wisata, dan informasi penginapan. Pengunjung dapat menonton cuplikan visual dari desa, memilih paket wisata (seperti tur 1 hari atau pemandu lokal), dan melakukan pemesanan penginapan. Fitur ini dirancang untuk mendorong pengalaman wisata yang lebih terstruktur dan mudah diakses, sekaligus meningkatkan profesionalisme layanan desa wisata.



Gambar 5.
Fitur Interaktif Halaman Website Desa Mondu

Gambar 7. menampilkan etalase digital untuk produk-produk lokal unggulan hasil karya UMKM di Desa Mondu dan Hambapraing. Produk seperti kain tenun ikat khas Sumba ditampilkan lengkap dengan harga, deskripsi singkat, dan tombol pemesanan. Fitur ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar bagi pelaku UMKM lokal serta mendukung ekonomi masyarakat melalui digitalisasi penjualan produk budaya.



Gambar 6.

Etalase Digital Produk Hasil Karya UMKM

3.4. Tahap Pengujian Dan Iterasi Perbaikan

Pengujian *website* dilakukan dengan melibatkan pengguna langsung, yaitu pengelola desa wisata dan perwakilan masyarakat. Berdasarkan hasil pengujian, didapatkan bahwa *website* dapat dioperasikan dengan baik, namun masih diperlukan beberapa penyesuaian pada konten dan navigasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Masukan yang diperoleh pada tahap ini digunakan sebagai dasar untuk melakukan iterasi perbaikan, sehingga *website* menjadi lebih informatif, mudah digunakan, dan kontekstual dengan kondisi desa.

3.5. Tahap Pelatihan Pengguna

Tahap pelatihan pengguna dilakukan untuk memastikan pengelola desa wisata memiliki kemampuan dalam mengoperasikan dan mengelola *website* secara mandiri. Pelatihan difokuskan pada pengelolaan konten, pembaruan informasi destinasi, pengunggahan produk UMKM, serta pemanfaatan fitur admin. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman dan kepercayaan diri pengelola desa, khususnya pemuda desa, dalam menggunakan *website* sebagai alat promosi dan pengelolaan pariwisata digital. Gambar 8 menunjukkan fitur admin yang dapat digunakan untuk memantau daftar produk secara rinci, termasuk nama produk, jenis UMKM, harga, dan kontak yang dapat dihubungi oleh calon pembeli.

Halo, Admin Logout

Produk Wisata Penginapan

Daftar Produk + Tambah

Total: 2

NO	NAMA PRODUK	TOKO/UMKM	HARGA	NO WA	AKSI
1	Tenun Sumba	Kain sumba	Rp 2.000.000	822173656366	
2	Kain Tenun Sumba Timur	Tenun Sumba	Rp 500.000	08221736563	

< 1 >

Gambar 7.

Fitur Admin untuk Menambahkan Produk, Wisata, dan Penginapan

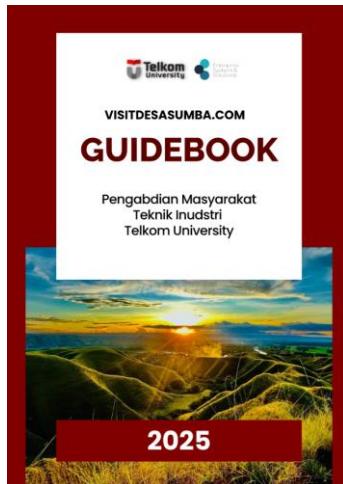
Website desa wisata yang dikembangkan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini akan dikelola secara langsung oleh pemuda desa, baik di Desa Hamba Praing maupun Desa Mondu. Pelibatan pemuda desa sebagai pengelola utama *website* dilakukan sebagai strategi keberlanjutan program sekaligus upaya pemberdayaan generasi muda dalam pengembangan pariwisata berbasis digital.

Pemuda desa dipandang memiliki kapasitas dan potensi yang besar dalam mengadopsi teknologi informasi, mengelola konten digital, serta memanfaatkan media online sebagai sarana promosi destinasi wisata dan produk lokal. Melalui proses sosialisasi dan pendampingan, pemuda desa dibekali pemahaman mengenai pengelolaan konten *website*, pembaruan informasi destinasi, dokumentasi kegiatan wisata, serta pemanfaatan *website* sebagai media komunikasi dengan wisatawan.

Pengelolaan *website* oleh pemuda desa diharapkan dapat menciptakan rasa kepemilikan terhadap platform digital yang telah dikembangkan, sehingga *website* tidak hanya berfungsi sebagai luaran kegiatan, tetapi juga sebagai sarana yang terus dimanfaatkan dan dikembangkan secara mandiri. Selain itu, keterlibatan pemuda desa mendorong terbentuknya peran aktif generasi muda dalam mendukung promosi pariwisata, pelestarian budaya lokal, serta peningkatan ekonomi masyarakat desa.

Website desa wisata dikelola oleh pemuda desa di Desa Hamba Praing dan Desa Mondu sebagai admin utama untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan dan pembaruan konten setelah kegiatan pendampingan selesai. Keberlanjutan ini didukung melalui pembekalan keterampilan teknis selama sosialisasi, penyediaan guidebook penggunaan *website*, serta desain *website* yang sederhana dan mudah dioperasikan. Kendala yang dihadapi pemuda desa meliputi keterbatasan pengalaman awal dalam pengelolaan konten digital, perbedaan tingkat literasi digital, keterbatasan waktu, serta akses perangkat dan internet yang belum sepenuhnya optimal. Efektivitas kegiatan sosialisasi dan pendampingan diukur melalui kemampuan pemuda desa dalam mengoperasikan *website* secara mandiri, melakukan pembaruan konten selama kegiatan, serta umpan balik peserta yang menunjukkan peningkatan pemahaman dan kesiapan dalam memanfaatkan *website* sebagai media promosi desa wisata.

Dengan menjadikan pemuda desa sebagai pengelola *website*, program ini diharapkan mampu menciptakan keberlanjutan jangka panjang, memperkuat kapasitas sumber daya manusia lokal, serta memastikan bahwa pengembangan desa wisata berbasis digital dapat berjalan secara adaptif dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan dan dinamika desa. Gambar 9 menunjukkan *guidebook* yang dapat dipelajari dalam penggunaan *website*.

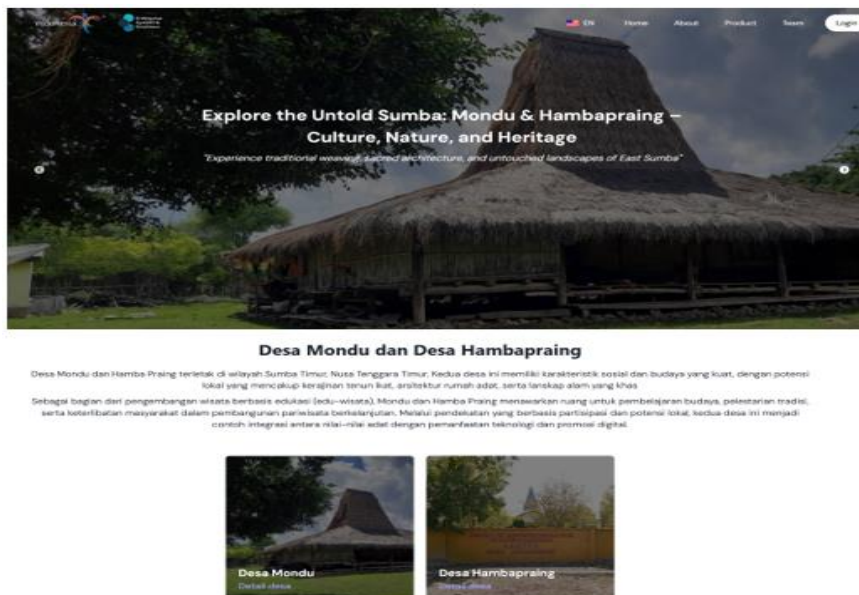


Gambar 8.
Guidebook Penggunaan Website

Guidebook penggunaan *website* VisitDesaSumba.com ini berfungsi sebagai panduan praktis bagi pengelola desa wisata, khususnya pemuda desa, dalam mengoperasikan, mengelola, dan memanfaatkan *website* secara optimal sebagai media informasi dan promosi pariwisata. Isi *guidebook* mencakup penjelasan mengenai fungsi utama *website*, struktur menu dan fitur, serta langkah-langkah teknis dalam pengelolaan konten, seperti pembaruan informasi destinasi wisata, pengunggahan foto dan dokumentasi kegiatan, serta penyajian informasi pendukung bagi wisatawan.

3.6. Tahap Launching Aplikasi

Launching aplikasi dilakukan melalui kegiatan sosialisasi *website* kepada masyarakat dan pengelola desa wisata di Desa Hamba Praing dan Desa Mondu. Pada tahap ini, *website* diperkenalkan sebagai platform resmi informasi dan promosi desa wisata. Kegiatan *launching* disertai dengan demonstrasi penggunaan *website* dan diskusi terbuka, yang menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan pariwisata desa. Gambar 10 menunjukkan hasil implementasi *website* desa wisata VisitDesaSumba.com.



Gambar 9.
Implementasi Website Desa Wisata

3.7. Tahap Pemantauan Dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana *website* memenuhi kebutuhan pengguna dan mendukung pengelolaan desa wisata. Hasil umpan balik dari masyarakat menunjukkan tingkat penerimaan yang sangat tinggi terhadap *website* dan kegiatan pendampingan yang dilakukan. Evaluasi ini menegaskan bahwa *website* memiliki potensi besar untuk diadopsi secara berkelanjutan sebagai media promosi dan pengelolaan pariwisata berbasis digital. Tabel 1 menunjukkan hasil evaluasi dari implementasi *website* desa wisata dari tujuh peserta.

Tabel 1.

Hasil Umpan Balik Implementasi Website Desa Wisata

No	Pertanyaan	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	0%	0%	0%	100%	0%
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	0%	0%	0%	85,71%	14,29%
3	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	0%	0%	0%	57,14%	42,86%
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	0%	0%	0%	100%	0%
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	0%	0%	0%	100%	100%

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju

Hasil umpan balik menunjukkan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat memiliki tingkat penerimaan dan relevansi yang sangat tinggi di kalangan mitra dan masyarakat desa. Tingginya persentase persetujuan pada seluruh indikator mengindikasikan bahwa pendekatan sosialisasi dan pendampingan *website* yang dilakukan telah sesuai dengan kebutuhan nyata pengelola desa wisata serta konteks lokal masyarakat. tingkat persetujuan yang tinggi terhadap keberlanjutan kegiatan menegaskan bahwa program ini tidak hanya dipandang sebagai kegiatan sesaat, tetapi sebagai fondasi awal bagi pengembangan desa wisata berbasis digital. Hal ini membuka peluang bagi penguatan kapasitas sumber daya manusia lokal, peningkatan promosi potensi wisata dan produk lokal, serta perluasan dampak ekonomi dan sosial bagi masyarakat desa.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Hamba Praing dan Desa Mondu, Kabupaten Sumba Timur, berhasil mengimplementasikan *website* desa wisata sebagai media informasi dan promosi berbasis digital. Melalui kegiatan sosialisasi, pendampingan, dan observasi partisipatif, pengelola desa wisata dan masyarakat setempat memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan *website* untuk memperkenalkan potensi wisata alam dan budaya, serta memasarkan produk lokal. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesiapan dan kapasitas pengelola desa wisata dalam mengelola konten digital, memperbarui informasi destinasi, dan memanfaatkan *website* sebagai sarana komunikasi dengan wisatawan. *Website* desa wisata yang dikembangkan berpotensi meningkatkan aksesibilitas informasi, memperluas jangkauan promosi, serta mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pelestarian budaya lokal. Dengan demikian,

integrasi teknologi digital melalui *website* desa wisata dapat menjadi langkah strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di wilayah Sumba Timur.

Untuk keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan terkait pengelolaan media digital, pemasaran daring, dan analisis data pengunjung agar *website* dapat dimanfaatkan secara maksimal. Dukungan dari pemerintah daerah dan pemangku kepentingan terkait juga diperlukan, terutama dalam penyediaan infrastruktur pendukung dan penguatan kapasitas sumber daya manusia. Ke depan, pengembangan *website* desa wisata dapat diperluas dengan integrasi sistem reservasi, promosi lintas desa wisata, serta kolaborasi dengan pelaku usaha pariwisata untuk memperkuat ekosistem pariwisata berkelanjutan di Sumba Timur

5. DAFTAR PUSTAKA

1. Abidin, A. N., Safar, M., Muhammad, A., Taufan Asfar, I., Muhamad, A., Asfar, I. A., Nurannisa, A., Handira, A., & Azis, M. N. (2023). Analysis of the Symbolic Meaning and Philosophy Behind the Ritual Stages of Mappogau Sihanua. *Proceeding 3rd International Conference on Communication Science (ICCS 2023)*, 3(1), 60 – 66.
2. Afifa, P. N. A., & Nugroho, M. S. (2022). Peran Masyarakat Dalam Menarik Minat Kunjungan Wisatawan: Studi Di Kampung Adat Prailiu Kabupaten Sumba Timur. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 1(1), 1–12.
3. Andari, R., & Yuniawati, Y. (2023). Potential and obstacles in the implementation of digitalization in tourism villages (case studies in Banceuy Traditional Villages). *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(1), 14–21. <https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.9132>
4. Ballo, F. W., & Tiwu, M. I. H. (2021). Analysis Of The Synergy Development Of The Creative Economy And Tourism Sector Of East Sumba Regency. *Eduvest*, 1(12), 1521–1532.
5. Dwiningwarni, S. S., Indrawati, M., Ali, M., Yuli, S., & Andari, D. (2021). Development of Tourism Village Based on Promotion Integration Through *Website*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 468–479.
6. Indah, S., Triuspita, F., Rahmah Rahayu, F., & Firmansyah, M. A. (2023). Pengembangan Kawasan Wisata Bromo Dengan Pembangunan Proyek Gerbang Wisata Bromo Tengger Semeru Di Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Teknik (JURRITEK)*, 2(1), 167–180. <https://doi.org/10.55606/jurritekv2i1.955>
7. Jocom, H., Kameo, D. D., Utami, I., & Laiskodat, V. B. (2021). Rantai Nilai Pariwisata Sumba Timur dan Sumba Barat Daya. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 1–21. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.23>
8. Killa, M. F., & Tawa, A. T. (2024). Model for Small Enterprises Innovation on Climate Change and Tourism Industry: Learning from the Traditional Weaving Industry in Sumba. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i1.2939>
9. Wadu, J., & Mbana, F. R. L. (2023). Strategi Pengembangan Desa Wisata Mondu Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Sumba Timur. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(2), 133–142. <https://doi.org/10.37149/jia.v9i2.1125>