

Digitalisasi Potensi Ekonomi Desa Lencoh melalui Pengembangan Website dan Pemetaan Supplier

Yuka Firmantio Rizkia^{1*}, Zhillanullael Gumelar², Zakky Muhammad Wildan³, Tanjung Prabawa⁴, Hana Paramesti⁵, Rania Annisa Putri Ramadhanti⁶, Indreswari Puspa Wredanti⁷, Rayo Ridho Jatmiko⁸, Lintang Hikaru Firdauza⁹, Najwa Mutiara Azzahra¹⁰, Sholihin As'ad¹¹

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia¹⁻¹¹

✉ Email Korespodensi: yukarizkia06@student.uns.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 25-09-2026

Disetujui 29-09-2026

Diterbitkan 01-10-2026

Katakunci:

Desa Lencoh;
website pariwisata;
camping ground;
supplier;
digitalisasi;
SDGs.

ABSTRAK

Desa Lencoh memiliki potensi pariwisata serta pertanian dan peternakan yang dapat dikembangkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih memerlukan penguatan dalam aspek promosi, pengelolaan informasi, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengintegrasikan tiga program, yaitu pengembangan *website* pariwisata *camping ground*, sosialisasi dan pelatihan pengelolaan *website*, serta pemetaan *supplier* hasil pertanian dan peternakan. Pengembangan *website* menyediakan informasi mengenai profil, fasilitas, akses lokasi, galeri foto, kontak pengelola, dan informasi reservasi sederhana. Pemetaan *supplier* dilakukan melalui identifikasi data komoditas, lokasi, kapasitas produksi, dan kontak yang disusun secara terstruktur untuk mendukung publikasi melalui *website* desa. Sosialisasi dan pelatihan diberikan kepada pengelola pariwisata dan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola serta memperbarui informasi secara mandiri. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat promosi pariwisata, memperluas akses informasi potensi ekonomi lokal, serta mendukung digitalisasi Desa Lencoh dalam pencapaian SDGs 8 dan SDGs 17.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Rizkia, Y. F. ., Gumelar, Z. ., Wildan, Z. M. ., Prabawa, T. ., Paramesti, H. ., Ramadhanti, R. A. P., Wredanti, I. P. ., Jatmiko, R. R. ., Firdauza, L. H., Azzahra, N. M. ., & As'ad, S. . (2026). Digitalisasi Potensi Ekonomi Desa Lencoh melalui Pengembangan Website dan Pemetaan Supplier. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(5), 3647-3655. <https://doi.org/10.63822/9hwydf55>

PENDAHULUAN

Desa memiliki berbagai potensi lokal yang dapat dikembangkan sebagai sumber penguatan ekonomi masyarakat, salah satunya melalui sektor pariwisata. Pengembangan desa wisata tidak hanya berkaitan dengan penyediaan objek wisata, tetapi juga membutuhkan keterlibatan masyarakat, pengelolaan potensi lokal, serta strategi promosi yang mampu menjangkau calon wisatawan secara lebih luas. Pendekatan berbasis masyarakat menjadi penting karena masyarakat desa merupakan pihak yang secara langsung berperan dalam mengelola dan mengembangkan potensi yang dimiliki. Pengembangan pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat juga dapat menjadi bagian dari strategi pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan (Febriandhika & Kurniawan, 2020; Sumarto et al., 2020).

Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang bagi desa wisata untuk memperluas jangkauan promosi. Pemanfaatan media digital seperti *website*, media sosial, dan aplikasi dapat membantu desa wisata dalam menyampaikan informasi mengenai daya tarik, fasilitas, lokasi, serta aktivitas wisata kepada calon pengunjung. Afina et al. (2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran desa wisata berbasis teknologi informasi dapat memanfaatkan berbagai platform digital, termasuk *website*, media sosial, dan aplikasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital menjadi salah satu bagian penting dalam strategi pemasaran desa wisata di tengah perubahan perilaku masyarakat dalam memperoleh informasi wisata.

Pemanfaatan *website* secara khusus dapat menjadi media informasi yang lebih terstruktur bagi desa wisata. Indriyanto et al. (2022) mengembangkan sistem informasi desa wisata berbasis *website* di Desa Wisata Kertalangu sebagai media penyebaran informasi pariwisata. Pengembangan tersebut menunjukkan bahwa *website* dapat digunakan sebagai sarana untuk menyediakan informasi mengenai desa wisata sekaligus mendukung penerapan teknologi informasi dalam konsep *community based tourism*. Penelitian Nurmadewi et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat menjadi strategi untuk memperluas pasar desa wisata, meskipun pemanfaatan *website* dan media sosial pada sejumlah desa wisata masih perlu diperkuat sesuai kebutuhan dan karakteristik target pasar.

Pengelolaan media digital juga tidak dapat dipisahkan dari kapasitas sumber daya manusia yang menjalankannya. Keberadaan *website* akan lebih bermanfaat apabila pengelola memiliki kemampuan untuk memperbarui informasi, mengelola konten, serta memanfaatkan media tersebut sebagai sarana promosi. Purworini et al. (2023) menunjukkan bahwa keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai strategi pemasaran dan komunikasi dapat menjadi hambatan dalam memperkenalkan potensi desa wisata. Oleh karena itu, pemberdayaan dan peningkatan kapasitas pengelola menjadi bagian penting dalam pengembangan strategi komunikasi pemasaran desa wisata.

Hal serupa ditunjukkan dalam kegiatan pendampingan pengelolaan *website* desa wisata. Vikaliana et al. (2024) menjelaskan bahwa pendampingan pengelolaan *website* diperlukan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menggunakan media digital sebagai sarana promosi pariwisata. Pendampingan dapat mencakup pengelolaan konten, pemeliharaan informasi, serta optimalisasi media digital agar dapat digunakan secara berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan teknologi perlu diikuti dengan penguatan kemampuan pengelola agar media yang telah dibangun tidak berhenti digunakan setelah program selesai.

Selain pariwisata, digitalisasi juga dapat diterapkan untuk mendukung potensi ekonomi masyarakat pada sektor pertanian dan peternakan. Keterbatasan akses pasar, informasi, dan saluran distribusi menjadi

salah satu persoalan yang dihadapi oleh pelaku pertanian. Budiastuti et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan platform digital dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan akses promosi produk pertanian. Platform digital yang mudah digunakan dapat membantu petani dalam memperkenalkan produk sekaligus menyediakan informasi yang lebih mudah diakses oleh pengguna.

Digitalisasi pemasaran hasil pertanian juga berpotensi memperluas jangkauan pasar dan mendukung keberlanjutan ekonomi desa. Maula (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital dalam pemasaran hasil pertanian dapat membantu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi ketergantungan terhadap perantara. Namun, penerapan digitalisasi tetap membutuhkan dukungan infrastruktur dan peningkatan literasi digital masyarakat agar manfaat teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan kondisi tersebut, Desa Lencoh memiliki peluang untuk mengintegrasikan potensi pariwisata dengan potensi ekonomi pertanian dan peternakan melalui pemanfaatan teknologi digital. Keberadaan *camping ground* dapat dipromosikan melalui *website*, sementara informasi mengenai *supplier* hasil pertanian dan peternakan dapat disusun secara lebih terstruktur dan dipublikasikan melalui media digital desa. Dengan demikian, teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi wisata, tetapi juga sebagai sarana penyediaan informasi mengenai potensi ekonomi masyarakat.

Desa Lencoh memiliki potensi pariwisata melalui *camping ground* serta potensi pertanian dan peternakan yang dapat dikembangkan untuk mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, potensi tersebut masih memerlukan penguatan dalam aspek dokumentasi, promosi, pengelolaan informasi, serta pemanfaatan teknologi digital. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui integrasi tiga program, yaitu pengembangan *website* pariwisata *camping ground*, sosialisasi dan pelatihan pengelolaan *website*, serta pemetaan *supplier* hasil pertanian dan peternakan.

Kegiatan ini diarahkan untuk mendukung SDGs 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta SDGs 17 tentang kemitraan untuk mencapai tujuan. Melalui pengembangan *website*, peningkatan kapasitas pengelola, dan penyediaan informasi *supplier*, diharapkan potensi Desa Lencoh dapat lebih mudah dikenal, diakses, dan dikembangkan oleh masyarakat maupun pihak luar.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui integrasi tiga program kerja yang berfokus pada digitalisasi potensi pariwisata dan ekonomi Desa Lencoh. Sasaran kegiatan meliputi pengelola *camping ground*, masyarakat Desa Lencoh, Karang Taruna, Pokdarwis, serta kelompok tani dan peternakan.

Tahap pertama dilakukan melalui observasi dan pengumpulan informasi mengenai potensi *camping ground*, fasilitas yang tersedia, akses lokasi, dokumentasi, serta informasi pendukung lainnya. Data yang diperoleh digunakan sebagai bahan dalam pengembangan *website* pariwisata Desa Lencoh. *Website* dirancang untuk memuat profil *camping ground*, informasi fasilitas, galeri foto, lokasi, kontak pengelola, serta informasi reservasi sederhana.

Tahap kedua dilakukan dengan identifikasi dan pengumpulan data *supplier* hasil pertanian dan peternakan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan memperhatikan informasi mengenai nama *supplier*, jenis komoditas, lokasi, kapasitas produksi, serta kontak yang dapat

dihubungi. Data tersebut kemudian disusun dalam bentuk basis data dan dikelompokkan berdasarkan komoditas agar lebih mudah digunakan dan dicari.

Tahap ketiga berupa integrasi informasi *supplier* ke dalam *website* desa. Informasi yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan kemudian disiapkan untuk dipublikasikan melalui media digital. Selain *website*, informasi juga dapat digunakan sebagai bahan penyampaian informasi melalui papan informasi desa.

Tahap keempat dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan pengelolaan *website*. Kegiatan ini mencakup penyampaian materi mengenai fungsi, manfaat, fitur, prosedur pengelolaan, pengisian data, pembaruan informasi, serta pemanfaatan *website* sebagai media promosi. Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara langsung dan mendapatkan pendampingan agar mampu mengoperasikan *website* secara mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Website Pariwisata *Camping Ground* Desa Lencoh

Pengembangan *website* pariwisata merupakan salah satu hasil utama kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan akses informasi dan promosi *camping ground* Desa Lencoh. *Website* dikembangkan dengan memuat informasi mengenai profil *camping ground*, fasilitas, akses lokasi, galeri foto, kontak pengelola, serta informasi reservasi sederhana. Penyediaan informasi tersebut memberikan sarana bagi calon wisatawan untuk memperoleh gambaran mengenai destinasi sebelum melakukan kunjungan.



Gambar 1. Tampilan Beranda Website

Keberadaan *website* memberikan perubahan pada cara penyampaian informasi pariwisata yang sebelumnya dapat dilakukan secara terbatas menjadi lebih mudah dijangkau melalui media digital. Informasi yang tersusun dalam satu media juga dapat membantu pengelola dalam memperkenalkan potensi *camping ground* secara lebih terarah. Galeri foto menjadi salah satu bagian penting karena dapat memberikan gambaran visual mengenai kondisi dan daya tarik lokasi kepada calon wisatawan.



Gambar 2. Tampilan Galeri Website

Pengembangan *website* juga didukung dengan pengadaan tenda wisata. Penambahan fasilitas tersebut dapat membantu meningkatkan kesiapan *camping ground* dalam memberikan fasilitas kepada wisatawan. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya berfokus pada aspek promosi, tetapi juga memberikan dukungan terhadap fasilitas yang dapat menunjang kegiatan wisata.

Secara keseluruhan, pengembangan media digital dan penambahan fasilitas wisata memberikan dampak terhadap upaya penguatan daya tarik *camping ground* Desa Lencoh. *Website* dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang berkelanjutan, sedangkan fasilitas tenda dapat mendukung kenyamanan dan kapasitas kegiatan wisata. Pengelolaan keduanya secara berkelanjutan menjadi bagian penting dalam pengembangan pariwisata Desa Lencoh.

Pemetaan Supplier Hasil Pertanian dan Peternakan

Hasil kegiatan berikutnya adalah tersusunnya informasi mengenai *supplier* hasil pertanian dan peternakan di Desa Lencoh. Kegiatan dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengumpulkan informasi terkait nama *supplier*, jenis komoditas, lokasi, kapasitas produksi, dan kontak. Data tersebut menjadi dasar untuk membangun informasi potensi ekonomi lokal yang lebih terstruktur.

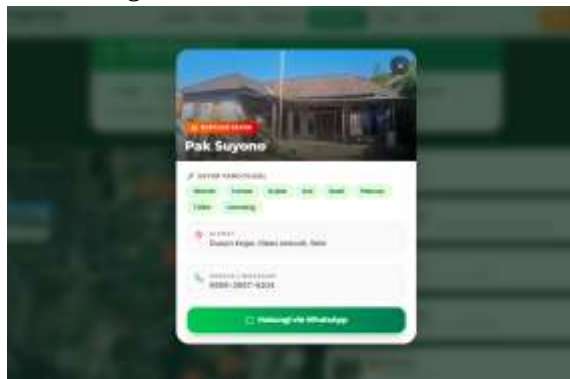


Gambar 3. Tampilan Supplier Website

Data *supplier* kemudian dikelompokkan berdasarkan komoditas. Pengelompokan ini dilakukan agar informasi lebih mudah dipahami dan dicari oleh masyarakat maupun pihak luar yang membutuhkan

produk pertanian dan peternakan. Informasi yang terstruktur juga dapat membantu memperkenalkan potensi komoditas yang dimiliki Desa Lencoh secara lebih luas.

Hasil pemetaan *supplier* selanjutnya diarahkan untuk diintegrasikan ke dalam *website* desa. Integrasi tersebut memperluas fungsi media digital desa yang tidak hanya menampilkan informasi pariwisata, tetapi juga menjadi sarana publikasi potensi ekonomi masyarakat. Dengan tersedianya informasi *supplier*, pihak yang membutuhkan komoditas tertentu dapat memperoleh informasi mengenai sumber produk dan kontak yang dapat dihubungi.



Gambar 4. Tampilan Kontak *Supplier Website*

Dampak dari kegiatan pemetaan ini adalah tersedianya dasar informasi yang dapat digunakan untuk memperluas akses pasar dan membangun peluang kerja sama. Publikasi informasi *supplier* dapat meningkatkan visibilitas produk pertanian dan peternakan sehingga berpotensi mempertemukan masyarakat dengan calon pembeli maupun mitra dari luar desa. Pengelolaan data secara berkala juga diperlukan agar informasi tetap relevan dan dapat terus dimanfaatkan.

Sosialisasi dan Pelatihan Pengelolaan Website

Pengembangan *website* kemudian dilengkapi dengan kegiatan sosialisasi dan pelatihan kepada pengelola pariwisata, Karang Taruna, Pokdarwis, dan masyarakat. Kegiatan ini dilakukan karena keberadaan media digital membutuhkan sumber daya manusia yang mampu mengelola dan memperbarui informasi secara berkelanjutan.



Gambar 5. Sosialisasi Penggunaan *Website*

Materi sosialisasi dan pelatihan mencakup fungsi dan manfaat *website*, pengenalan fitur, prosedur pengelolaan, pengisian data, pembaruan informasi, serta pemanfaatan *website* sebagai media promosi. Peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara langsung sehingga proses pembelajaran tidak hanya dilakukan melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui pengalaman dalam mengoperasikan media digital.

Kegiatan praktik dan pendampingan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pengelola dalam menjalankan *website* secara mandiri. Pengelola dapat memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pembaruan informasi sehingga media yang telah dikembangkan tidak berhenti digunakan setelah kegiatan pengabdian selesai.

Integrasi Program dan Dampak terhadap Potensi Ekonomi Desa

Ketiga program yang dilaksanakan memiliki hubungan yang saling mendukung dalam upaya digitalisasi potensi Desa Lencoh. Pengembangan *website* menyediakan media untuk menyampaikan informasi, pemetaan *supplier* menyediakan bahan informasi mengenai potensi ekonomi lokal, sedangkan sosialisasi dan pelatihan memberikan kemampuan kepada masyarakat untuk mengelola media tersebut secara berkelanjutan.

Integrasi tersebut membuat *website* memiliki fungsi yang lebih luas. Media digital tidak hanya digunakan untuk mempromosikan *camping ground*, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan potensi pertanian dan peternakan Desa Lencoh. Dengan demikian, berbagai potensi desa dapat dipromosikan melalui media yang lebih terstruktur dan mudah diakses.

Dari sisi pariwisata, keberadaan *website* dapat membantu meningkatkan visibilitas *camping ground* dengan menyediakan informasi yang dibutuhkan calon wisatawan. Dari sisi ekonomi lokal, pemetaan *supplier* dapat membantu memperkenalkan komoditas dan pelaku usaha kepada masyarakat yang lebih luas. Sementara itu, peningkatan kapasitas pengelola menjadi faktor pendukung agar seluruh hasil kegiatan dapat terus dimanfaatkan.

Integrasi program juga memperkuat hubungan antara masyarakat, pengelola wisata, kelompok tani dan peternakan, Karang Taruna, Pokdarwis, serta pemerintah desa. Keterlibatan berbagai pihak diperlukan untuk memastikan keakuratan informasi dan keberlanjutan pengelolaan. Kolaborasi tersebut sejalan dengan SDGs 17 yang menekankan pentingnya kemitraan dalam mencapai tujuan pembangunan.

Dalam kaitannya dengan SDGs 8, digitalisasi informasi pariwisata dan potensi ekonomi lokal dapat menjadi salah satu upaya untuk mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Promosi *camping ground* berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan, sedangkan publikasi *supplier* dapat memperluas peluang pemasaran produk pertanian dan peternakan. Meskipun dampak ekonomi jangka panjang masih memerlukan pengelolaan dan pemantauan secara berkelanjutan, hasil kegiatan telah menyediakan sarana dan informasi yang dapat mendukung proses tersebut.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak berupa tersedianya media digital untuk promosi, tersusunnya informasi *supplier*, bertambahnya fasilitas pendukung *camping ground*, serta meningkatnya kapasitas pengelola dalam memanfaatkan *website*. Keberlanjutan hasil tersebut sangat bergantung pada konsistensi masyarakat dan pengelola dalam memperbarui informasi, mengelola *website*, serta memanfaatkan media digital untuk mendukung pengembangan potensi Desa Lencoh.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan *website* pariwisata dan digitalisasi potensi ekonomi Desa Lencoh telah mengintegrasikan tiga program yang saling mendukung, yaitu pengembangan *website camping ground*, sosialisasi dan pelatihan pengelolaan *website*, serta pemetaan *supplier* hasil pertanian dan peternakan. Pengembangan *website* menyediakan media informasi dan promosi pariwisata, sedangkan pemetaan *supplier* membantu mendokumentasikan potensi ekonomi lokal secara lebih terstruktur.

Pelatihan dan pendampingan pengelolaan *website* menjadi bagian penting untuk mendukung keberlanjutan program agar masyarakat dan pengelola mampu memperbarui informasi secara mandiri. Pengadaan tenda juga memberikan dukungan terhadap fasilitas *camping ground*. Secara keseluruhan, integrasi program dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital dalam mempromosikan pariwisata dan potensi ekonomi Desa Lencoh serta mendukung pencapaian SDGs 8 dan SDGs 17.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Seksi Pengelola KKN, Sub. Direktorat KKN dan Ormawa, Direktorat Kemahasiswaan Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli - Agustus 2026. Kepada Pemerintah Kabupaten Boyolali, Pemerintah Kecamatan Selo, dan Kepala Desa Lencoh, serta seluruh warga desa Lencoh khususnya dusun Kajor yang telah menjadi mitra dalam pelaksanaan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina, R., Qatrunnada, H., Kirani, H. A., Kencana, W. H., Budilaksono, S., Febrianty, & Gantina, D. (2022). Strategi marketing desa wisata berbasis informasi dan teknologi. *IKRA-ITH Teknologi Jurnal Sains dan Teknologi*, 6(3), 7–17. <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v6i3.2302>
- Budiastuti, E., Ritchi, H., & Deliana, Y. (2023). Usability analysis of digital-based agricultural product marketing platform at farmers level in Region V, Bogor Regency. *Scientific Journal of Informatics*, 10(3). <https://doi.org/10.15294/sji.v10i3.44605>
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2020). Pengembangan pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat dilihat dari perspektif implementasi kebijakan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i1.2793>
- Indriyanto, B., Ariasa, I. P., Hakim, M. H., Dewantara, D., & Wulandari, R. (2022). Pengembangan dan evaluasi sistem informasi desa wisata Kertalangu berbasis website. *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, 13(1).
- Maula, I. M. (2024). Impact digital transformation in agricultural product marketing in increase sustainability economy village. *Journal of Agricultural Economy and Technology Development*, 1(1). <https://doi.org/10.59261/jaetd.v1i1.2>
- Nurmadewi, D., Yuniati, S., Firdaus, M. V., & Rachman, I. M. (2024). Digital marketing as a tourism

- village marketing strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53>
- Purworini, D., Chasana, R. R. B., Palupi, P., Setyawan, S., Triyono, A., & Yuwono, I. T. (2023). The role of community empowerment in the development of a marketing communication strategy for Kembang Kuning Tourism Village. *ASEAN Journal of Community Engagement*, 7(1), 113–126. <https://doi.org/10.7454/ajce.v7i1.1193>
- Sumarto, R. H., Sumartono, Muluk, M. R. K., & Nuh, M. (2020). Penta-helix and quintuple-helix in the management of tourism villages in Yogyakarta City. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(1), 46–57. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i1.5>
- Vikaliana, R., Irawan, A., & Iskandar, Y. A. (2024). Upaya peningkatan pemasaran digital melalui pendampingan pengelolaan website di desa wisata. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 5(2), 77–82. <https://doi.org/10.47065/jrespro.v5i2.6365>