



Penerapan Sistem Digitalisasi Teknologi Informasi dalam Pengelolaan serta Promosi Potensi Desa Bayem Melalui Matic

Mohammad Rezza Fahlevvi^{1*}, Achmat Maulana²

^{1,2}Prodi Teknologi Rekayasa Informasi Pemerintahan, Fakultas Manajemen Pemerintahan, Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Indonesia.

e-mail: rezza@ipdn.ac.id^{1*}, achmatmaulana79@gmail.com²

Abstract

Bayem Village, located in Kasembon Subdistrict, Malang Regency, possesses rich natural and cultural potential that is highly promising for tourism development. However, the promotion and management of these resources remain suboptimal, thus limiting their contribution to the local community's welfare. This community service program aims to optimize the use of the MATIC platform (Malang Regency Tourism Intelligence Center) as a digital and data-driven tool for promoting and managing tourism destinations in Bayem Village. The activities are carried out through a series of training sessions for local residents and tourism managers, covering skills such as tourism data management, creative promotional content creation, and digital marketing strategies to attract more visitors. Additionally, the program includes the formulation of data-based promotional strategies, updating of tourism information on the MATIC platform, and ongoing technical assistance. Through the utilization of this information technology, it is expected that there will be an increase in tourist visits, strengthening of community capacity in tourism management, and the realization of sustainable destination management in Bayem Village.

Keywords: *Matic Platform, Digital Tourism Management, Bayem Village Tourism, Data Driven Promotion*

Abstrak

Desa Bayem, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, memiliki potensi alam dan budaya yang sangat menarik untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Namun, promosi dan pengelolaan potensi tersebut masih kurang optimal, sehingga belum mampu memberikan kontribusi maksimal terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Untuk itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan penggunaan platform MATIC (Malang Kabupaten Tourism Intelligence Center) sebagai sarana promosi dan pengelolaan destinasi wisata Desa Bayem secara digital dan berbasis data. Kegiatan ini dilaksanakan melalui serangkaian pelatihan yang diberikan kepada masyarakat dan pengelola wisata, meliputi keterampilan pengelolaan data wisata, pembuatan konten promosi kreatif, serta teknik pemasaran digital untuk menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, kegiatan ini juga mencakup penyusunan strategi promosi berbasis data, pembaruan informasi wisata yang ada di platform MATIC, serta pendampingan teknis secara berkelanjutan. Dengan pemanfaatan teknologi informasi ini, diharapkan terjadi peningkatan kunjungan wisatawan, penguatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, serta terciptanya pengelolaan destinasi yang berkelanjutan di Desa Bayem

Kata Kunci: Platform MATIC, Manajemen Pariwisata Digital, Pariwisata Desa Bayem, Promosi Berbasis Data

Pendahuluan

Desa Bayem, yang terletak di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, memiliki potensi wisata yang cukup besar, baik dari segi alam maupun budaya. Lanskap pegunungan yang asri, areal persawahan yang luas, aliran sungai yang jernih, serta tradisi masyarakat yang masih lestari seperti kegiatan budaya lokal dan kearifan lokal menjadi daya tarik tersendiri bagi pengembangan ekowisata dan wisata budaya. Desa ini juga memiliki akses ke beberapa jalur alternatif yang strategis menuju kawasan wisata lain di Malang Raya, sehingga menjadikannya titik singgah potensial dalam paket wisata terpadu. Namun demikian, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal, terutama dalam hal promosi, pengelolaan destinasi, dan integrasi dengan sistem informasi pariwisata digital. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Bayem masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan desa-desa wisata lain di wilayah tersebut (Disparbud Malang, 2023). Rendahnya angka kunjungan ini tidak hanya berdampak pada pemanfaatan sumber daya wisata yang kurang optimal, tetapi juga menghambat pertumbuhan ekonomi lokal yang sebenarnya dapat berkembang melalui sektor pariwisata. Potensi pendapatan dari usaha homestay, kuliner lokal, dan produk unggulan masih belum tergarap dengan baik karena terbatasnya akses informasi oleh calon wisatawan serta kurangnya promosi yang terintegrasi dengan platform digital. Dengan kata lain, potensi besar yang dimiliki Desa Bayem belum sepenuhnya dikonversi menjadi manfaat sosial dan ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

Beberapa faktor utama penyebab rendahnya kunjungan tersebut antara lain adalah minimnya akses informasi yang dapat diakses secara luas oleh calon wisatawan serta kurangnya keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi. Selain itu, pengelolaan wisata masih dilakukan secara konvensional, tanpa adanya sistem pendataan dan pemantauan berbasis teknologi. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh tim pengabdian, sebanyak 60% pengelola wisata di Desa Bayem menyatakan mengalami kesulitan dalam mempromosikan potensi lokal dan dalam pengelolaan data pengunjung.

Sebagai solusi terhadap permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan platform Malang Kabupaten Tourism Intelligence Center (MATIC). Platform ini dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Malang sebagai pusat informasi dan promosi pariwisata berbasis digital yang memungkinkan integrasi data wisata, penyajian konten promosi, serta pemantauan kunjungan. Kegiatan akan difokuskan pada pelatihan masyarakat dan pengelola wisata dalam pembuatan konten, strategi pemasaran digital, serta pengelolaan data berbasis teknologi. Harapannya, masyarakat akan mampu memperbarui informasi di platform MATIC secara mandiri dan berkelanjutan.

Keandalan penggunaan teknologi promosi digital telah dibuktikan melalui berbagai penelitian, yang menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan interaksi dengan audiens, serta mendorong pertumbuhan sektor pariwisata, termasuk di wilayah desa. Menurut Kamenparekraf RI/Baparekraf RI, *Digital tourism* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam mempromosikan berbagai destinasi dan potensi pariwisata Indonesia melalui berbagai *platform*. Artinya, *digital tourism* tidak hanya sekadar mengenalkan, namun juga menyebar keindahan pariwisata secara luas untuk meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia serta sinergi antar lembaga dalam membangun pariwisata Indonesia, sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas, dan promosi pariwisata yang efektif juga memainkan peran penting. Untuk mengembangkan pariwisata diperlukan strategi marketing yang akurat Pelaksanaan marketing digital merupakan salah satu cara yang tepat dilakukan mengelola Destinasi wisata untuk menyuguhkan perjalanan

yang berbeda dari sebelumnya. (Fatmawati & Sulisty, 2022). Smartphone dan platform media sosial berperan penting dalam perubahan signifikan pemasaran digital. (Yaqin et al., 2023).

Penelitian ini diinisiasi oleh adanya kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi informasi yang belum optimal di tingkat desa, khususnya dalam pengelolaan dan promosi potensi lokal. Desa-desanya sering kali kurang tersentuh oleh kemajuan teknologi yang bisa membantu meningkatkan efisiensi dan visibilitas potensi mereka. Oleh karena itu, implementasi sistem digitalisasi menjadi krusial untuk mengatasi ketimpangan ini dan meningkatkan daya saing Desa Bayem dalam skala yang lebih luas.

Pengabdian ini mengusung novelty dengan memadukan teknologi digital dan promosi melalui *Motor All-Terrain Vehicle* (Matic), yang merupakan pendekatan baru dalam memperluas jangkauan promosi desa. Penggunaan Matic tidak hanya mempermudah akses ke berbagai lokasi di desa, tetapi juga menarik perhatian masyarakat luas terhadap potensi yang ada di Desa Bayem. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menghadirkan solusi teknologi informasi, tetapi juga strategi promosi inovatif yang relevan dengan kondisi lokal.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Bayem dalam mengelola dan mempromosikan pariwisata secara digital serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Manfaat yang diharapkan antara lain adalah peningkatan literasi digital masyarakat, terbentuknya sistem promosi berbasis data, peningkatan kunjungan wisatawan, serta kontribusi positif terhadap perekonomian desa melalui sektor pariwisata yang lebih maju dan berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Bayem dilakukan dengan pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) dan berbasis pendampingan intensif. Kegiatan difokuskan pada aksi nyata dalam optimalisasi promosi wisata melalui pemanfaatan platform Malang Kabupaten Tourism Intelligence Center (MATIC), tanpa melalui tahapan pelatihan formal atau workshop. Dengan demikian, diharapkan dengan adanya program ini dapat menjadi bekal serta wawasan baru bagi masyarakat Desa Bayem terkait pengoptimalan platform MATIC bagi potensi wisata yang ada di sekitar serta beberapa produk unggulan yang dapat dipromosikan dalam platform tersebut. Maka dari itu demi tercapainya hasil yang maksimal maka ada beberapa metode yang digunakan untuk mewujudkan hal tersebut :

1. Survey awal dan mapping desa, tahap pertama adalah melakukan observasi lapangan untuk memetakan potensi wisata di Desa Bayem. Fokus utama adalah pada identifikasi objek wisata alam, budaya lokal, dan produk unggulan desa yang berpotensi untuk dipromosikan. Survey ini dilaksanakan melalui observasi langsung, dokumentasi, serta wawancara dengan perangkat desa, pengelola wisata, dan masyarakat setempat. Informasi yang diperoleh menjadi dasar penyusunan konten promosi dan strategi pengelolaan wisata berbasis digital.
2. Pembuatan serta pengelolaan konten digital, bersama masyarakat dan pengelola wisata, tim pengabdian menginisiasi pembuatan berbagai konten digital berupa foto berkualitas, video pendek promosi, dan narasi deskriptif mengenai destinasi wisata. Konten ini dikurasi secara langsung untuk memastikan kelayakan publikasi, kemudian dipersiapkan untuk diunggah di platform MATIC serta media sosial pendukung.

Pengunggahan dan pembaruan data serta konten di website MATIC, Tahap berikutnya adalah melakukan proses pengunggahan konten baru serta pembaruan data destinasi wisata yang telah ada sebelumnya di website MATIC. Beberapa data

lama yang dinilai kurang akurat diperbaiki dan dilengkapi agar informasi yang disajikan lebih valid dan menarik bagi calon wisatawan. Pembaruan ini juga mencakup penyempurnaan deskripsi destinasi, penambahan rute akses, serta informasi fasilitas yang tersedia.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan praktek lapangan atau kegiatan pengabdian ini sangat bermanfaat bagi praja maupun masyarakat, terutama dalam hal transfer knowledge maupun sharing mengenai kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat. Selain itu, ini adalah bentuk praktek atau implementasi teori/pembelajaran yang didapatkan di dalam kampus.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini mengambil tema pengoptimalan teknologi digital bagi masyarakat, mengingat perkembangan teknologi digital semakin pesat dan juga didukung oleh potensi dari Desa Bayem yang meliputi potensi wisata, hasil alam dan juga budaya yang masih terjaga. Beberapa wisata yang menarik dan berpotensi menarik wisatawan adalah wisata rafting dan juga wisata edukasi candi sapto. Dikarenakan kurangnya dalam hal promosi, maka 2 wisata tersebut jarang diketahui oleh banyak orang dan juga terhitung hanya sedikit wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu, ada beberapa cara yang dapat dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu :

1. Survey Awal dan Mapping Desa

Survey dan dokumentasi potensi lokal menjadi tahap krusial dalam merancang strategi promosi berbasis kekuatan daerah, sekaligus memperkaya narasi destinasi untuk pasar wisata digital.(Rahmawati, N., 2021). Pemetaan potensi wisata berbasis data digital menjadi keharusan dalam pengembangan destinasi, karena meningkatkan akurasi perencanaan dan memudahkan integrasi dengan platform promosi daring.(Wulandari, A., & Nugroho, P., 2022). Hasil observasi lapangan dan wawancara dengan perangkat desa serta pengelola wisata menunjukkan bahwa Desa Bayem memiliki beragam potensi wisata yang belum sepenuhnya terekspos. Beberapa potensi yang berhasil diidentifikasi meliputi:

- a. Wisata alam, berupa jalur trekking ke perbukitan sekitar, Desa Bayem dikelilingi oleh panorama perbukitan yang sangat indah dan akses mencapai bukit terbilang cukup mudah, hanya saja untuk saat ini belum dikembangkan menjadi wisata. Pemandangan sawah bertingkat, dengan mayoritas penduduk sebagai petani tentu menjadikan Desa Bayem sangat asri dan hijau yang dikelilingi oleh lahan sawah dari para petani, menjadikan pemandangan terasering sawah yang sangat indah . Dan sungai alami yang memiliki potensi untuk kegiatan ekowisata, kegiatan ekowisata yang telah dijalankan adalah wisata rafting dan tubing dengan memanfaatkan aliran sungai yang cukup deras serta adanya beberapa batuan di daerah sungai menjadikannya sebagai salah satu tempat rafting terfavorit. Wisata rafting di Desa Bayem ditunjuk sebagai venue cabang olahraga rafting ajang pekan Pekan Olahraga Provinsi Jawa Timur yang akan dilaksanakan pada bulan Juni-Juli.
- b. Wisata budaya, seperti tradisi panen raya, seni pertunjukan rakyat seperti kesenian bantengan, warisan budaya bantengan di Desa Bayem ini masih dilestarikan secara baik. Desa Bayem sendiri dikenal sebagai pemrakarsa kesenian “bantengan cilik” atau kesenian bantengan yang pemainnya adalah anak-anak, bantengan ini telah tampil di berbagai acara dan puncaknya mereka pernah diundang secara resmi oleh Bupati Malang untuk tampil dalam sebuah acara. Dan ada juga wisata budaya serta sejarah, yaitu Candi Sapto, candi ini merupakan peninggalan sejarah yang berupa sekumpulan

arca yang berkumpul dan membentuk setengah lingkaran serta menghadap ke arah Gunung Kelud.

- c. Produk lokal, termasuk pertanian organik, hasil hortikultura, pengolahan beberapa bahan dasar menjadi produk unggulan desa, serta hasil ternak yang cukup melimpah. Produk unggulan masyarakat Desa Bayem adalah susu sapi segar dan kerupuk pertulo dengan berbahan dasar singkong.

Mapping potensi ini mengungkapkan bahwa kendala utama selama ini adalah minimnya dokumentasi dan promosi digital serta minimnya kesadaran masyarakat akan potensi daerahnya yang menyebabkan informasi tentang potensi wisata belum banyak diketahui di luar lingkungan lokal. Data hasil survei memperlihatkan bahwa 70% responden dari kalangan pengelola wisata merasa bahwa promosi yang ada belum maksimal, terutama dalam platform daring.

2. Pembuatan dan pengelolaan konten digital

Sebagai tindak lanjut dari pemetaan potensi wisata, dilakukan kegiatan pembuatan dan pengelolaan konten digital promosi wisata. Proses ini melibatkan partisipasi aktif masyarakat Desa Bayem, khususnya para pengelola wisata dan pelaku ekonomi lokal. Tujuan utama kegiatan ini adalah menghasilkan konten visual dan naratif yang mampu merepresentasikan daya tarik wisata desa secara menarik dan informatif di media digital. Beberapa hasil yang dicapai adalah:

- a. Produksi 10 foto destinasi wisata utama, memperlihatkan panorama alam, kegiatan budaya, dan keunikan produk lokal.
- b. Pembuatan video pendek yang meliputi potensi desa dengan durasi 1–2 menit, yang menonjolkan pengalaman wisata secara visual dinamis.



Gambar 1. Candi Sapto



Gambar 2. Panorama alam



Gambar 3. Pertunjukan Budaya Kesenian Bantengan

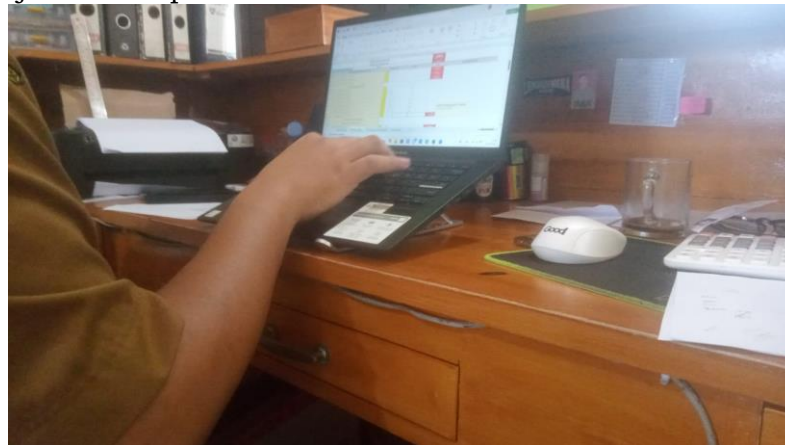
Semua konten dikurasi untuk memastikan kualitas visual yang baik, narasi komunikatif, serta kesesuaian dengan data faktual di lapangan. Hasil evaluasi

menunjukkan bahwa konten berbasis visual lebih efektif dalam menarik minat wisatawan, terutama di media sosial dan platform digital. Hal ini sejalan dengan temuan Putra dan Sari (2022), yang menyatakan bahwa promosi berbasis media visual mampu meningkatkan engagement audiens hingga 35% lebih tinggi dibandingkan promosi teks biasa. Lebih lanjut, Rakhmadi dan Pratiwi (2021) menekankan bahwa kehadiran konten digital yang representatif mampu membentuk citra positif destinasi, sehingga meningkatkan kemungkinan kunjungan wisatawan dalam jangka panjang.

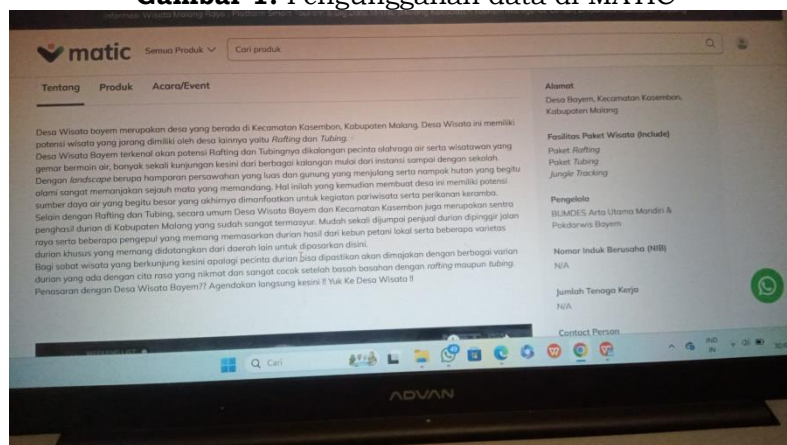
3. Pengunggahan dan pembaruan data di MATIC

Setelah konten digital selesai diproduksi dan dikurasi, tahap selanjutnya adalah proses pengunggahan ke platform MATIC (Malang Kabupaten Tourism Intelligence Center). Selain itu, dilakukan pula pembaruan data dan informasi destinasi wisata yang sebelumnya telah tersedia di platform namun belum akurat dan kurang terstruktur. Beberapa bentuk pembaruan meliputi:

- a. Penyempurnaan titik lokasi objek wisata dalam peta digital, sehingga navigasi pengunjung lebih akurat.
- b. Revisi informasi fasilitas wisata, seperti ketersediaan area parkir, warung makan, dan jalur transportasi umum



Gambar 1. Pengunggahan data di MATIC



Gambar 2. Pembaruan data di MATIC

Kegiatan ini penting untuk menjamin bahwa informasi yang tersedia di platform MATIC bersifat aktual dan representatif. Menurut Santosa (2023), akurasi dan kemutakhiran informasi destinasi di platform digital merupakan faktor kunci dalam pengambilan keputusan wisatawan sebelum melakukan perjalanan. Dengan pembaruan ini, profil digital Desa Bayem menjadi lebih kompetitif, meningkatkan peluang desa dalam menarik kunjungan wisatawan, serta memperkuat daya saing destinasi di tingkat regional.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Bayem berhasil mengidentifikasi dan memetakan potensi wisata lokal, baik alam, budaya, maupun produk unggulan desa. Melalui observasi langsung dan kolaborasi dengan masyarakat serta pengelola wisata, ditemukan bahwa kurangnya promosi digital dan pengelolaan berbasis teknologi menjadi kendala utama dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Pemanfaatan platform MATIC sebagai media promosi dan pengelolaan informasi wisata terbukti cukup efektif dalam meningkatkan visibilitas digital Desa Bayem. Pembuatan dan pembaruan konten digital yang informatif, visual, dan terstruktur berhasil memperkuat identitas destinasi serta meningkatkan aksesibilitas informasi wisata bagi calon pengunjung. Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan pariwisata berbasis data dan teknologi. Diharapkan, langkah awal ini dapat menjadi fondasi untuk pengembangan pariwisata desa yang lebih berkelanjutan serta berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Selain berdampak pada promosi wisata, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan informasi dan data secara mandiri dan berkelanjutan. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan maka dapat diberikan rekomendasi, yaitu pemeliharaan dan pengelolaan konten digital. Kemudian pentingnya menjalin konektivitas dengan pihak luar serta menunjang infrastruktur sekitar, seperti akses jalan, koneksi internet sekitar dan juga fasilitas umum lainnya

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Bayem, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, atas kerja sama dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pengelola wisata dan masyarakat Desa Bayem yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Tidak lupa, penulis mengapresiasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang atas keterbukaan data serta dukungan dalam pemanfaatan platform MATIC sebagai media promosi wisata desa. Kegiatan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan moral, teknis, dan logistik. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Bayem.

Referensi

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang. (2023). *Laporan tahunan pengembangan desa wisata Kabupaten Malang tahun 2023*. Malang: Disparbud Malang.
- Fatmawati, N., & Sulistyono, B. (2022). Strategi digitalisasi dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Sosial*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.1234/jpmts.v4i1.2022>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Panduan pengembangan desa wisata berkelanjutan*. Jakarta: Kemenparekraf RI/Baparekraf.
- Rahmawati, N. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pengelolaan desa wisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pemberdayaan dan Pariwisata*, 3(2), 78–86. <https://doi.org/10.5678/jpp.v3i2.2021>.

- Wulandari, A., & Nugroho, P. (2022). Optimalisasi media sosial dalam promosi pariwisata desa. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(1), 101–110. <https://doi.org/10.4321/jkd.v6i1.2022>.
- Yaqin, M., Lestari, S., & Handoko, R. (2023). Penerapan teknologi informasi untuk promosi desa wisata berbasis komunitas. *Jurnal Inovasi dan Teknologi untuk Pengabdian*, 2(1), 34–42. <https://doi.org/10.7890/jitp.v2i1.2023>.
- Putra, R. A., & Sari, D. M. (2022). Pengaruh konten visual terhadap efektivitas promosi destinasi wisata berbasis media sosial. *Jurnal Pariwisata Digital*, 4(1), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jpd.v4i1.001>.
- Rakhmadi, B., & Pratiwi, L. (2021). Peran narasi visual dalam pembentukan citra destinasi wisata lokal. *Tourism Communication Journal*, 3(2), 89–100. <https://doi.org/10.5678/tcj.v3i2.889>.
- Santosa, H. D. (2023). Strategi pemutakhiran data wisata berbasis platform digital. *Jurnal Teknologi dan Informasi Wisata*, 5(2), 112–121. <https://doi.org/10.9012/jtiw.v5i2.2023>.