

TRANSFORMASI LAYANAN INFORMASI PARIWISATA MELALUI APLIKASI MATIC DALAM MENDUKUNG E-GOVERNMENT KABUPATEN MALANG

M. Fahmi Saputra¹, Afifuddin², Retno Wulan Sekarsari³

*Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144 Indonesia
Email: muhammadfahmis061002@gmail.com*

ABSTRAK

Transformasi digital memaksa pemerintah daerah tidak hanya memberikan informasi pariwisata, tetapi juga harus memastikan informasi itu mudah dicari, bisa dipercaya, dan benar-benar membantu masyarakat. Penelitian ini membahas penggunaan MATIC sebagai layanan informasi pariwisata digital yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Malang. Penelitian ini berfokus pada cara aplikasi digunakan, kualitas informasi yang diberikan, tanggapan pengguna, serta kondisi yang membantu dan menghalangi perkembangannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data didapat melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan pengumpulan dokumen di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang serta dari para pengguna dan pengelola wisata. Analisis dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, sedangkan penjelasan hasil diperkuat dengan perspektif e-government, implementasi Edwards III, Technology Acceptance Model (TAM), pelayanan publik, dan smart tourism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MATIC memberikan manfaat karena menggabungkan berbagai informasi seperti destinasi wisata, desa wisata, tempat menginap, makanan khas, produk kreatif, dan acara dalam satu layanan. Namun, manfaat tersebut belum sepenuhnya diubah menjadi penggunaan yang luas. Sosialisasi masih kurang luas, pembaruan informasi dari pihak luar belum selalu teratur, akses antar perangkat belum maksimal, dan fitur interaktif serta transaksi belum tersedia secara penuh. Oleh karena itu, pengembangan MATIC harus fokus tidak hanya pada teknologi, tetapi juga pada pengelolaan data, komunikasi dengan masyarakat, kerja sama antar pihak terkait, serta evaluasi yang berdasarkan pengalaman pengguna.

Kata Kunci: E-Government; MATIC; Pelayanan Publik; Smart Tourism; Pariwisata Digital.

Pendahuluan

Perubahan cara masyarakat mencari informasi juga memengaruhi cara pemerintah memberikan layanan kepada masyarakat. Internet kini bukan hanya alat untuk berkomunikasi, tetapi juga tempat utama untuk mencari tahu berbagai informasi, membandingkan berbagai pilihan, dan membuat keputusan yang tepat. Di Indonesia, jumlah orang yang menggunakan internet telah mencapai 74,6% atau sekitar 212 juta orang pada awal tahun 2025 (Haryanto, 2025). Kondisi ini memberi kesempatan bagi pemerintah daerah untuk mengalihkan beberapa layanan publik ke dunia maya dengan cara yang lebih cepat dan lebih mudah.

Arah tersebut sesuai dengan kebijakan pemerintah nasional tentang pembangunan pemerintahan berbasis teknologi informasi. Instruksi Presiden Nomor 3 tahun 2003 menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan bagian dari upaya meningkatkan kualitas pelayanan, akses informasi, dan transparansi. Percepatan transformasi digital juga didukung oleh Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2023. Dalam pelayanan publik, digitalisasi bukan hanya soal memindahkan informasi dari media lama ke layar, tetapi juga tentang meningkatkan pengalaman masyarakat saat menggunakan layanan tersebut.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sesuai dengan pendekatan tersebut. Para wisatawan ingin tahu informasi yang mudah digunakan sebelum berangkat, seperti tempatnya, biayanya, jam buka, fasilitas yang ada, rencana kegiatannya, serta opsi penginapan dan tempat makan. Konsep *Government to Citizen* (G2C) memungkinkan pemerintah menyampaikan informasi secara langsung kepada masyarakat melalui media digital, seperti yang dijelaskan oleh Yamin et al., (2021). Di sisi lain, konsep wisata cerdas mengandalkan data dan teknologi sebagai bagian dari upaya menciptakan pengalaman wisata yang lebih terhubung dan cepat merespons (Gretzel et al., 2015).

Kabupaten Malang memiliki kemampuan besar dalam bidang pariwisata dan tersebar di berbagai area. Pada tahun 2024, total jumlah wisatawan yang berkunjung mencapai 4.073.494 orang. Potensi tersebut sangat besar, sehingga kebutuhan akan informasi yang terpusat menjadi lebih penting. Sebelum MATIC dikembangkan, informasi tentang pariwisata berada di berbagai media dan belum memiliki cara pembaruan yang sama di semua

tempat. MATIC kemudian diluncurkan pada 12 Desember 2022 sebagai pusat informasi digital yang menyatukan berbagai informasi pariwisata dalam satu sistem.

Meski begitu, adanya aplikasi belum tentu membuat pelayanan jadi sempurna. Penelitian menemukan bahwa beberapa orang belum tahu tentang MATIC, sedangkan pengguna yang sudah mengenalnya merasa aplikasi ini berguna. Masalah juga muncul dalam konsistensi pembaruan data, batasan fitur yang ada, kesulitan mengakses dari berbagai perangkat, serta belum adanya indikator penilaian yang lengkap. Oleh karena itu, pembahasan tentang MATIC perlu berubah dari pertanyaan "apakah aplikasinya sudah ada?" menjadi "seberapa baik aplikasi tersebut benar-benar berfungsi sebagai layanan publik?".

Artikel ini memberikan ulasan kembali hasil penelitian dengan fokus lebih pada pengalaman layanan yang diterima. Tujuannya adalah menjelaskan peran MATIC sebagai pusat informasi pariwisata digital, menyebutkan keuntungan serta kekurangannya bagi pengguna, serta menentukan arah pengembangan yang realistis bagi pemerintah daerah.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat cara penggunaan aplikasi MATIC sebagai contoh inovasi dalam pelayanan publik berbasis teknologi di bidang pariwisata di Kabupaten Malang. Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat seberapa besar MATIC dapat membantu masyarakat dan wisatawan dalam mendapatkan informasi pariwisata secara lebih mudah dan terintegrasi, serta mengetahui sejauh mana kualitas pengelolaan informasi yang terdapat di dalamnya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan berbagai hal yang mendorong atau menghalangi penggunaan MATIC, serta menentukan langkah-langkah pengembangan yang bisa dilakukan agar aplikasi tersebut bisa memberikan informasi pariwisata yang lebih efektif, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta para wisatawan.

Manfaat Penelitian

Dalam teori, penelitian ini diharapkan bisa membantu perkembangan studi tentang administrasi publik, terutama soal *e-government*, layanan publik yang menggunakan digital, dan pariwisata cerdas. Penelitian ini bisa menjadi acuan untuk mempelajari cara menggunakan teknologi digital dalam membantu meningkatkan pelayanan publik di bidang pariwisata daerah.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan kepada Pemerintah Kabupaten Malang, terutama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dalam mengevaluasi dan meningkatkan MATIC agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil penelitian ini bisa dipakai sebagai acuan dalam meningkatkan penyampaian informasi, mutu, serta pembaruan data, kerja sama dengan pengelola tempat wisata, dan pembuatan fitur baru di aplikasi. Untuk masyarakat, wisatawan, dan pelaku pariwisata, pembangunan MATIC diharapkan bisa memberikan akses informasi wisata yang lebih mudah, lengkap, dan terpercaya.

Tinjauan Pustaka

- ***E-Government* dan Pelayanan Publik Digital**

E-government bisa diartikan sebagai penggunaan teknologi informasi oleh pemerintah untuk memberikan informasi dan layanan dengan cara yang lebih mudah, cepat, transparan, dan efisien, seperti yang dijelaskan oleh Indrajit pada tahun 2016. Dengan pemahaman itu, tingkat keberhasilan *e-government* tidak hanya ditentukan oleh adanya aplikasi saja. Teknologi perlu membantu membuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat lebih mudah dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat (Indrajit, 2016).

Pelayanan publik adalah bentuk layanan yang tugasnya diambil alih pemerintah agar bisa memenuhi kebutuhan masyarakat (Ratminto, 2006). Perspektif SERVQUAL mengenalkan lima aspek kualitas layanan, yakni fisik, kemampuan menyelesaikan dengan tepat, responsif, keyakinan, dan empati. Dalam layanan digital, dimensi tersebut bisa diartikan sebagai tampilan dan cara akses layanan, keandalan informasi yang diberikan, kecepatan pembaruan informasi, ketepatan sumber informasi, serta kemampuan sistem dalam memahami kebutuhan pengguna.

- **Implementasi Kebijakan dan Penerimaan Teknologi**

Edwards III mengatakan bahwa cara penerapan tergantung pada komunikasi, ketersediaan sumber daya, sikap, serta sistem birokrasi yang ada (Edwards, 2007). Keempat hal tersebut membantu memahami bahwa masalah dalam sebuah aplikasi pemerintah bisa muncul dari cara berkomunikasi dengan masyarakat, kemampuan tim pengelola, tingkat komitmen organisasi, atau cara kerja sama antar pihak.

Sementara itu, Model Penerimaan Teknologi (TAM) menilai bagaimana seseorang menerima teknologi berdasarkan kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (Jogiyanto, 2008). Masyarakat biasanya menggunakan teknologi kalau merasa teknologi itu berguna dan tidak terlalu sulit digunakan. Dalam konteks MATIC, kedua aspek tersebut penting karena aplikasi yang memiliki informasi yang baik tetapi sulit ditemukan atau digunakan tetap bisa ditinggalkan oleh pengguna.

- **Smart Tourism sebagai Arah Pengembangan**

Smart tourism menggabungkan teknologi informasi, komunikasi, data, dan inovasi guna menciptakan pengalaman berwisata yang lebih efektif, efisien, interaktif, serta berfokus pada kebutuhan pengunjung (Gretzel et al., 2015). MATIC sesuai dengan konsep itu karena menghubungkan pemerintah, pengelola tempat wisata, dan masyarakat dalam satu sistem informasi yang sama. Namun, pengembangan pariwisata cerdas yang baik juga memerlukan interaksi yang baik, penggabungan layanan, serta data yang selalu diperbarui.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pendekatan itu dipilih karena penelitian ini fokus pada proses penggunaan layanan digital, pengelolaan informasi, dan pengalaman pengguna yang harus dipahami melalui situasi di lapangan, bukan hanya berdasarkan angka.

Lokasi penelitian adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, yang merupakan lembaga yang mengurus dan mengembangkan MATIC. Informan dipilih dengan cara sengaja dan terdiri dari tujuh orang yang secara langsung terlibat, yaitu dua staf yang mengelola aplikasi, satu orang yang mengelola objek daya tarik wisata dari Desa Wisata Toyomarto, serta empat orang masyarakat atau wisatawan sebagai pengguna aplikasi tersebut.

Data diperoleh melalui wawancara mendalam yang terstruktur sebagian, pengamatan langsung, dan pengecekan dokumen pada bulan Desember 2025 hingga Januari 2026. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yaitu melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperkuat dengan menggunakan berbagai sumber dan teknik. Kerangka analisis ini menggabungkan Edwards III, TAM, dan *smart tourism* untuk memahami cara MATIC diterapkan, diterima, serta perannya dalam layanan pariwisata digital.

Hasil dan Pembahasan

Dari "Pusat Informasi" Menjadi "Pintu Masuk" Pariwisata

Temuan penelitian menunjukkan bahwa MATIC mengatasi masalah yang sangat penting, yaitu informasi tentang pariwisata sebelumnya tersebar rata dan tidak terpusat dalam satu tempat yang mudah dicari. Pengelola aplikasi mengatakan bahwa sebelum MATIC, informasi tentang wisata di Kabupaten Malang masih kurang teratur dan belum ada satu tempat yang mengumpulkan semua informasinya. Munculnya MATIC kemudian mengubah pola itu dengan mengumpulkan informasi tentang destinasi, desa wisata, penginapan, kuliner, produk kreatif, serta agenda kegiatan semuanya dalam satu platform.

Perubahan ini menunjukkan bahwa fungsi pemerintahan elektronik sudah cukup jelas. Masyarakat tidak perlu mengganti sumber untuk mendapatkan gambaran awal tentang tempat tujuan. Dari pihak pemerintah, pengumpulan data dalam satu sistem juga memudahkan proses pengelolaan informasi. Oleh karena itu, MATIC sudah memiliki dasar sebagai layanan publik digital, bukan hanya sebagai sarana promosi.

Namun, posisi MATIC sebagai pintu masuk informasi masih belum terlalu kuat. Beberapa wisatawan masih lebih suka memakai Instagram, TikTok, dan Google Maps ketika mencari informasi. Ini bukan berarti MATIC tidak bermanfaat, tapi menggambarkan bahwa manfaatnya belum diiringi oleh popularitas yang cukup. Dalam layanan digital, pengguna harus tahu dulu adanya layanan tersebut sebelum bisa menilai manfaat yang ditawarkannya.

Implementasi: Teknologi sudah ada, tetapi komunikasi masih menjadi titik lemah.

Jika dilihat dari perspektif Edwards III, aspek mengenai sumber daya dan penempatan menunjukkan kondisi yang cukup kuat. Sudah sejak tahun 2025, MATIC berhasil terintegrasi dalam sistem SPBE Kabupaten Malang, sehingga pengelolaan server menjadi lebih terarah dan efisien. Pemerintah tetap memberikan bantuan dana untuk pengembangan fitur serta tampilan. Komitmen organisasi terlihat dari cara mereka mengevaluasi, memberikan pelatihan, dan merespons masukan yang diberikan oleh pengguna.

Sebaliknya, komunikasi menjadi bagian yang paling penting untuk diperkuat. Sosialisasi MATIC belum dilakukan secara luas dan terencana dengan baik. Beberapa orang bahkan pertama kali mengenal MATIC setelah mengikuti suatu acara tertentu. Temuan ini penting karena keberhasilan layanan digital sangat bergantung pada kemampuan pemerintah dalam menjelaskan manfaat layanan tersebut kepada kelompok pengguna yang dituju.

Dalam hal struktur birokrasi, adanya MIPARKA menjadi hal yang sangat penting. MIPARKA meluaskan sistem pengelolaan informasi sampai ke tingkat kecamatan dan menghubungkan pemerintah dengan pengelola wisata. Masalahnya, sistem pembaruan informasi dari pihak luar masih kurang memadai. Koordinasi dalam bentuk informal bisa menyebabkan pembaruan tidak berjalan secara rapi.

Aspek	Temuan utama	Arah penguatan
Komunikasi	MATIC belum dikenal luas	Kampanye digital terpadu dan kolaborasi komunitas

Sumber daya	Infrastruktur dan dukungan pengembangan tersedia	Penguatan kapasitas pengelola dan pengelola destinasi
Disposisi	Komitmen DISPARBUD terlihat melalui evaluasi dan pelatihan	Pertahankan evaluasi dan respons pengguna
Struktur birokrasi	MIPARKA membantu jaringan data, tetapi pembaruan belum seragam	SOP, notifikasi, dan pembagian tanggung jawab yang jelas

Manfaat MATIC terlihat, tetapi kemudahan aksesnya masih perlu diperluas.

Dari segi TAM, pengguna yang sudah tahu tentang MATIC biasanya mengakui manfaatnya. Informasi yang terpusat membuat proses pencarian lebih mudah dan memberikan kesempatan untuk mempromosikan destinasi wisata serta produk ekonomi kreatif. Bagi pemerintah, platform tersebut juga membantu dalam mengumpulkan informasi yang sebelumnya tersebar di berbagai tempat.

Persoalan muncul pada *perceived ease of use*. Beberapa orang merasa menu itu cukup gampang dipahami, tetapi susunan isi yang terlalu panjang dan tidak rapi masih jadi catatan. Akses yang belum tersedia untuk iOS juga membatasi pilihan pengguna. Dengan demikian, kemudahan tidak hanya berarti "menu mudah diklik", tetapi juga mencakup kemudahan dalam mencari, memahami, dan mengakses layanan dari perangkat yang digunakan oleh masyarakat.

Temuan ini sesuai dengan penelitian Pratama, Fahlevvi, dan Putri, (2025) yang menunjukkan bahwa evaluasi kualitas MATIC masih menemukan beberapa area yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal *usability*, *understandability*, dan *learnability*. Oleh karena itu, pengembangan berikutnya sebaiknya tidak hanya menambahkan fitur baru, tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Kualitas Data: Lengkap Belum Tentu Cukup

MATIC memiliki persyaratan data minimal, seperti nama tempat tujuan, alamat, kontak, deskripsi, produk, pemilik, dan koordinat. Standar tersebut penting sebagai fondasi. Namun, kualitas informasi pariwisata tidak hanya ditentukan oleh jumlah kolom yang terisi. Informasi juga harus benar, tepat sasaran, menyeluruh, dan diperbarui secara terus-menerus.

Dalam praktiknya, pihak internal melakukan pemeriksaan, tetapi informasi dari pihak luar tidak selalu diperbarui dengan kecepatan yang sama. Pengguna masih mengalami kesulitan menemukan informasi yang tidak akurat, seperti harga tiket yang tidak sesuai atau konten yang belum diperbarui. Temuan ini mendukung penelitian Satrya, Kaihatu, dan Budidharmanto, (2023) yang menekankan bahwa akurasi, kelengkapan, relevansi, dan konsistensi pembaruan merupakan faktor penting dalam aplikasi perjalanan digital. Kondisi itu menunjukkan bahwa masalah MATIC tidak hanya soal teknologi, tetapi juga tentang cara mengelola data. Pemerintah harus menentukan siapa yang menanggung tanggung jawab untuk setiap jenis informasi, kapan informasi tersebut harus diperbarui, serta cara sistem memberi tanda ketika data mulai tidak valid lagi.

MATIC dan Tantangan Smart Tourism

MATIC sudah memiliki beberapa karakter smart tourism. Platform ini menggunakan data digital untuk menghubungkan berbagai informasi, memberikan dashboard dan statistik tentang jumlah pengunjung, serta membangun hubungan dengan pengelola wisata melalui MIPARKA. Kondisi ini memberi dasar untuk mengambil keputusan yang didasarkan pada data.

Namun, konsep wisata cerdas ideal membutuhkan pengalaman yang lebih menarik dan terlibat. MATIC belum memiliki fitur seperti ulasan dan penilaian dari pengguna, tanya jawab langsung, memesan tiket, memesan tempat penginapan, serta pembayaran digital yang terintegrasi. Oleh karena itu, MATIC sekarang lebih tepat dianggap sebagai dasar ekosistem wisata cerdas daripada sebagai platform wisata cerdas yang sudah terintegrasi sepenuhnya. Pengembangan tidak harus dilakukan sekaligus. Pemerintah bisa menentukan fitur mana yang paling penting berdasarkan kebutuhan yang sering muncul. Langkah pertama yang bisa dilakukan adalah memperbaiki pembaruan data, navigasi, ulasan dari pengguna, dan informasi secara real time. Setelah fondasi itu sudah kuat, layanan transaksi bisa dikembangkan bertahap demi tahap.

Apa yang Mendukung dan Apa yang Menghambat?

Empat modal utama mendukung keberlanjutan MATIC. Pertama, ada dukungan kebijakan dan komitmen dari pemerintah daerah. Kedua, Kabupaten Malang memiliki kemampuan besar dalam bidang pariwisata, sehingga kebutuhan akan platform informasi yang terpadu memang sangat nyata. Ketiga, MIPARKA memiliki jaringan kerja sama hingga tingkat kecamatan. Keempat, infrastruktur digital pemerintah terus diperkuat dengan menggabungkan sistem pengelolaan berbasis elektronik.

Sebaliknya, ada lima hambatan yang saling terkait, yaitu kesadaran masyarakat yang masih rendah, fitur yang terbatas, pembaruan data eksternal yang belum konsisten, akses yang belum merata, serta belum ada indikator penilaian yang lengkap. Menariknya, hambatan tersebut bukan berdiri sendiri. Sosialisasi yang kurang baik membuat orang tidak banyak yang menggunakan layanan tersebut; jumlah pengguna yang sedikit

menyebabkan masukan atau umpan balik tidak cukup; dan kurangnya masukan ini membuat pemerintah sulit menentukan apa yang harus dikembangkan terlebih dahulu.

Oleh karena itu, penilaian MATIC harus menggunakan standar yang lebih luas daripada sekadar jumlah pengguna atau jumlah kunjungan ke situs. Pemerintah bisa mengevaluasi tingkat kepuasan pengguna, sejauh mana data terbaru, mudahnya akses promosi, kualitas pengalaman saat menggunakan layanan, serta seberapa besar kontribusi layanan tersebut dalam membantu pengambilan keputusan wisatawan.

Implikasi dan Arah Pengembangan

Temuan penelitian menyampaikan satu pesan penting: keberhasilan MATIC tidak hanya bergantung pada sejauh mana sistem itu canggih. Manfaat layanan digital pemerintah bisa dirasakan kalau teknologi, manusia, data, dan komunikasi publik bekerja sama secara harmonis. MATIC sudah memiliki dasar yang kuat, jadi strategi berikutnya sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas, bukan hanya menambah fitur.

Pertama, pemerintah harus menganggap sosialisasi sebagai bagian dari desain layanan, bukan sebagai kegiatan tambahan. Kampanye bisa dilakukan lewat media sosial yang banyak digunakan, komunitas pariwisata, pengelola tempat wisata, serta kegiatan yang melibatkan pemuda. Kedua, dibutuhkan mekanisme pembaruan data yang jelas, seperti standar operasional prosedur, pemberitahuan otomatis, dan pembagian tugas secara jelas. Ketiga, akses ke platform harus diperluas agar pengalaman pengguna tidak bergantung pada jenis perangkat yang digunakan.

Keempat, pengembangan fitur perlu menggunakan pendekatan bertahap. Fitur yang langsung memenuhi kebutuhan pengguna sebaiknya diberikan prioritas pertama, seperti informasi secara langsung, panduan arah, komentar dari pengguna, dan tanggapan. Lima, pemerintah harus membuat pengecekan yang mengukur pengaruh layanan tersebut. Dengan cara itu, MATIC bisa berkembang dari sekadar tempat penyimpanan informasi menjadi bagian dari sistem layanan publik pariwisata yang lebih cepat merespons kebutuhan pengguna.

Kesimpulan

MATIC telah membuktikan bahwa penggunaan teknologi digital bisa membantu pemerintah daerah dalam menyampaikan informasi tentang pariwisata dengan lebih baik. Platform ini berhasil mengumpulkan berbagai informasi yang sebelumnya terpisah dan memberikan manfaat bagi pengguna yang sudah mengenalnya. Dukungan dari sumber daya, komitmen pihak pengelola, integrasi SPBE, dan jaringan MIPARKA merupakan hal penting yang mendukung kelanjutan aplikasi tersebut.

Namun, penerapan MATIC belum optimal. Komunikasi dan penyampaian informasi masih kurang baik, mutu pembaruan data belum selalu terjaga, akses dari berbagai perangkat perlu lebih luas lagi, serta fitur yang bisa berinteraksi atau melakukan transaksi masih belum lengkap. Dilihat dari sudut pandang TAM, manfaat MATIC sudah terasa, tetapi kemudahan dalam penggunaannya masih perlu diperbaiki. Dari sudut pandang pariwisata cerdas, MATIC sudah memiliki dasar integrasi data dan kerja sama, tetapi belum sepenuhnya menjadi layanan wisata digital yang interaktif dan terpadu.

Oleh karena itu, prioritas pengembangan MATIC sebaiknya fokus pada tiga hal: meningkatkan penggunaan dengan komunikasi publik yang lebih baik, menjamin data tetap relevan dengan sistem pembaruan yang terstruktur, serta meningkatkan pengalaman pengguna melalui peningkatan akses dan pengembangan fitur secara bertahap. Jika ketiga aspek itu berjalan bersama, MATIC memiliki kesempatan menjadi layanan publik digital yang tidak hanya muncul dari sisi teknologi, tetapi juga benar-benar digunakan dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat serta para wisatawan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, direkomendasikan beberapa langkah strategis bagi Pemerintah Kabupaten Malang:

1. Memperkuat promosi MATIC lewat media sosial, komunitas, pengelola tempat wisata, dan acara pariwisata agar aplikasi tersebut lebih dikenal oleh masyarakat dan pengunjung wisata.
2. Meningkatkan cara pengelolaan pembaruan data dengan menentukan siapa yang bertanggung jawab, jadwal untuk memperbarui data, serta cara memeriksa informasi secara rutin. Ini penting agar informasi seperti harga tiket, jam buka, fasilitas, dan kondisi tempat wisata tetap sesuai dengan situasi di lapangan.
3. Membuat fitur sesuai dengan kebutuhan pengguna, khususnya informasi terbaru, bantuan arah, *review*, penilaian dari pengguna, serta fitur untuk memberi masukan. Pengembangan fitur sebaiknya dilakukan secara bertahap sesuai dengan hasil pengevaluasian dan masukan dari pengguna.
4. Meningkatkan kemudahan penggunaan MATIC agar bisa diakses dengan lancar di berbagai jenis perangkat dan sistem operasi, sehingga tidak membatasi siapa saja yang ingin menggunakan layanan tersebut.
5. Memperkuat kerja sama dengan MIPARKA dan pengelola tempat wisata dengan adanya standar kerja yang lebih jelas, sehingga proses pengumpulan dan pembaruan informasi bisa berlangsung lebih konsisten.
6. Melakukan pengecekan rutin dengan menggunakan beberapa acuan, di antaranya tidak hanya menghitung berapa banyak orang yang menggunakan layanan, tetapi juga memperhatikan sejauh mana pengguna merasa

puas, kualitas informasi yang diberikan, seberapa *up-to-date* data yang tersedia, tingkat kesederhanaan dalam penggunaannya, serta manfaat MATIC dalam membantu para wisatawan dalam merancang perjalanan mereka.

Daftar Pustaka

- Edwards, G. C. (2007). *Implementing Public Policy, Politics and public policy series*. Congressional Quarterly Press, 1980.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart tourism : foundations and developments*. 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Haryanto, A. T. (2025). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta di 2025*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7816040/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-212-juta-di-2025>
- Indrajit, R. E. (2016). Konsep dan Strategi Electronic Government. *Electronic Government*, 84, 1–166. https://www.academia.edu/30100450/Electronic_Government
- Jogiyanto. (2008). *Sistem informasi keperilakuan* (II). Andi Offset.
- Pratama, I., Fahlevvi, M. R., & Putri, T. S. (2025). *Evaluasi Kualitas Website Malang Kabupaten Tourism Intelligence Center (MATIC) Menggunakan Standar ISO 9126*. 4(1), 32–42.
- Ratminto, A. S. W. (2006). *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Pustaka Pelajar.
- Satrya, I. D. G., Kaihatu, T. S., & Budidharmanto, L. P. (2023). The Development Ideas for Travel Applications Featuring Three Tourism Objects in Indonesia. *Ilomata International Journal of Social Science*, 4(3), 455–465. <https://doi.org/10.52728/ijss.v4i3.867>
- Yamin, M. N., Guntur, M., Aminia, N., & Bakhtiar. (2021). GOVERNMENT TO CITIZEN (G-To-C) UPAYA PENINGKATAN PEMENUHAN KEBUTUHAN PELAYANAN DI KABUPATEN GOWA. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, Hukum, & Pengajarannya*, XVI, 140–148. [https://ojs.unm.ac.id/supremasi/article/viewFile/23375/13386#:~:text=Government To Citizen \(G-to-C\) merupakan kategori,semua layanan pemerintah kepada masyarakat.](https://ojs.unm.ac.id/supremasi/article/viewFile/23375/13386#:~:text=Government To Citizen (G-to-C) merupakan kategori,semua layanan pemerintah kepada masyarakat.)