



PEMBUATAN E-CATALOG DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM DESA BAYAN

^KAlamsyahbani¹, Bambang Priyonoto², Tedy Christiyanto³, Diky Prasetyo⁴

¹Manajemen Pendidikan Islam ,Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan , UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

²Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan , UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

³Manajemen Pendidikan Islam ,Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan , UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

⁴Manajemen Pendidikan Islam ,Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan , UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email Penulis Korespondensi/penulis pertama (^K): alamsyahbaniuinjambi@gmail.com
alamsyahbaniuinjambi@gmail.com¹, bambangdj4@gmail.com², tedyriyanto2003@gmail.com³,
ditoprasetyo1303@gmail.com⁴
(083172053789)

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bayan sebagai upaya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung promosi wisata alam yang selama ini masih terbatas pada media konvensional. Minimnya media promosi modern menjadi salah satu kendala dalam memperluas jangkauan informasi wisata kepada calon wisatawan. Kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan E-Catalog digital sebagai media promosi wisata alam Desa Bayan yang informatif dan mudah diakses. Bahan dan metode yang digunakan meliputi observasi lapangan untuk mengidentifikasi potensi wisata, pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara singkat dengan pihak terkait, serta proses perancangan, desain, dan pembuatan E-Catalog digital. E-Catalog disusun dengan memuat informasi destinasi wisata alam, fasilitas pendukung, aksesibilitas, serta dokumentasi visual sebagai daya tarik promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa E-Catalog digital mampu menjadi media promosi yang efektif, praktis, dan mudah diakses oleh masyarakat luas melalui perangkat digital. Keberadaan E-Catalog ini membantu meningkatkan ketersediaan informasi wisata alam Desa Bayan serta memperkuat citra destinasi wisata lokal. Dengan demikian, E-Catalog digital berpotensi mendukung peningkatan kunjungan wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Kata kunci : E-Catalog digital; Promosi Wisata; Desa Bayan

PUBLISHED BY :

PT. Pustakaloka Pedia Indonesia

Email :

pustakalokapedia@gmail.com

Website :

www.pustakalokapedia.com

Phone :

+ 6281354796960

Article history :

Received 15 January 2026

Received in revised form 16 January 2026

Accepted 22 January 2026

Available online 22 January 2026

Licensed by [Lisensi Internasional Creative Commons Atribusi NonKomersial-BerbagiSerupa 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) was conducted in Bayan Village as an effort to utilize digital technology to support the promotion of natural tourism, which has previously relied on conventional media. The limited availability of modern promotional media has become one of the main obstacles in expanding the dissemination of tourism information to potential visitors. This program aimed to develop a digital e-catalog as an accessible and informative promotional medium for the natural tourism potential of Bayan Village. The materials and methods included field observations to identify tourism potentials, data collection through documentation and brief interviews with relevant stakeholders, and the processes of designing and developing the digital e-catalog. The e-catalog was designed to present comprehensive information on natural tourism destinations, supporting facilities, accessibility, and visual documentation to enhance promotional appeal. The results indicated that the digital e-catalog functioned as an effective, practical, and easily accessible promotional medium for a wider audience. The availability of the e-catalog improved the dissemination of tourism information and strengthened the image of local tourism destinations. In conclusion, the digital e-catalog has the potential to increase tourist visits and support sustainable economic development in Bayan Village.

Keywords : Digital e-catalog, tourism promotion, bayan village

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan yang dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi di tingkat lokal maupun nasional (1,2). Pengelolaan pariwisata yang baik tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (3). Dalam konteks pariwisata desa, optimalisasi potensi lokal menjadi kunci dalam mendorong pembangunan berbasis masyarakat secara berkelanjutan.

Desa Bayan di Kabupaten Lombok Utara merupakan salah satu desa wisata yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Letaknya yang berada di kaki Gunung Rinjani menjadikan desa ini dianugerahi panorama alam yang indah dengan ekosistem yang relatif masih terjaga. Beberapa destinasi wisata alam unggulan yang dimiliki Desa Bayan antara lain air terjun sendang gile, air terjun tiu kelep, kolam mata air mandala, dan indragiri camp. Air terjun sendang gile dikenal dengan kejernihan air dan suasana alami yang sejuk, sementara air terjun tiu kelep menjadi salah satu ikon wisata alam Lombok yang diminati wisatawan karena keindahan serta tantangan medan yang dilalui. Selain itu, kolam mata air mandala menawarkan pengalaman wisata air alami dengan panorama pedesaan yang asri, sedangkan indragiri camp menghadirkan konsep wisata berbasis *camping ground* dengan daya tarik pemandangan matahari terbit dan terbenam di kawasan kaki gunung rinjani.

Meskipun memiliki potensi wisata alam yang besar dan beragam, pengelolaan promosi wisata di Desa Bayan belum dilakukan secara optimal. Promosi wisata selama ini masih bersifat sederhana dan cenderung mengandalkan penyebaran informasi dari mulut ke mulut serta unggahan tidak terstruktur melalui media sosial pribadi masyarakat. Akibatnya, wisatawan umumnya hanya mengenal destinasi populer seperti air terjun sendang gile dan tiu kelep, sementara destinasi

lainnya kurang terekspos. Keterbatasan akses informasi ini menjadi salah satu kelemahan dalam pengembangan desa wisata, sehingga potensi destinasi yang ada belum dikenal secara luas oleh calon wisatawan (4).

Perkembangan teknologi informasi di era digital membuka peluang besar dalam meningkatkan daya saing sektor pariwisata melalui pemanfaatan media promosi berbasis digital (5). Strategi pemasaran modern menekankan pentingnya penggunaan media digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif dan efisien. Salah satu inovasi yang dapat diterapkan dalam promosi desa wisata adalah *E-Catalog digital*, yaitu katalog elektronik yang menyajikan informasi destinasi wisata secara sistematis, menarik, dan mudah diakses. *E-Catalog digital* berfungsi tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana branding dan komunikasi antara pengelola desa wisata dengan calon pengunjung (6,7).

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memberikan solusi melalui pembuatan *e-catalog digital* wisata alam Desa Bayan. Kegiatan ini bertujuan untuk menyediakan media promosi wisata berbasis digital, meningkatkan aksesibilitas informasi destinasi wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, serta mendukung pengembangan potensi ekonomi desa melalui sektor pariwisata. Melalui *e-catalog digital* ini, diharapkan seluruh destinasi wisata alam unggulan Desa Bayan dapat terdokumentasi dan dikenal secara lebih luas, sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap pengembangan pariwisata desa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pembuatan *e-catalog digital* Wisata Alam Desa Bayan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap awal berupa observasi lapangan dengan mengunjungi langsung destinasi wisata unggulan Desa Bayan, yaitu air terjun sendang gile, air terjun tiu kelep, kolam mata air mandala, dan indragiri camp. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi daya tarik wisata, fasilitas pendukung, serta kebutuhan informasi yang perlu disajikan dalam *e-catalog digital* sebagai media promosi wisata.

Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data dan dokumentasi. Pada tahap ini, tim pengabdian mengumpulkan data berupa deskripsi destinasi wisata, informasi fasilitas pendukung seperti aksesibilitas, tiket masuk, dan sarana penunjang lainnya, serta dokumentasi visual berupa foto dan video. Selain itu, data pendukung diperoleh melalui keterangan tambahan dari masyarakat dan perangkat desa. Seluruh data yang terkumpul kemudian dipilah dan disusun secara ringkas, jelas, dan menarik agar mudah dipahami oleh calon wisatawan.

Tahap berikutnya adalah perancangan *e-catalog digital* menggunakan aplikasi Canva. *E-catalog* dirancang dengan tampilan yang sederhana, informatif, dan mudah dibaca. Struktur katalog meliputi halaman sampul dan identitas Desa Bayan, profil singkat desa, halaman khusus untuk setiap destinasi wisata unggulan, serta informasi tambahan berupa akses lokasi, peta, dan kontak yang dapat dihubungi.

Desain *e-catalog* disesuaikan dengan karakteristik wisata alam Desa Bayan agar memiliki daya tarik visual yang kuat.

Setelah proses perancangan selesai, *e-catalog digital* diunggah ke platform daring dan diintegrasikan dengan sistem barcode atau QR Code. Melalui sistem ini, wisatawan dapat mengakses *e-catalog digital* dengan mudah hanya dengan memindai QR Code menggunakan perangkat ponsel. Selanjutnya, QR Code dicetak dalam bentuk media fisik berupa akrilik dinding dan stiker, kemudian dipasang pada beberapa lokasi strategis, seperti Balai Desa Bayan, Masjid Kuno Bayan, rumah kepala desa, kolam mata air mandala, serta gerbang masuk air terjun sendang gile dan air terjun tiu kelep. Pemasangan di lokasi-lokasi tersebut bertujuan untuk memudahkan wisatawan dan masyarakat dalam memperoleh informasi wisata.

Tahap akhir kegiatan adalah uji coba dan evaluasi penggunaan *e-catalog digital* berbasis QR Code. Uji coba dilakukan bersama masyarakat dan perangkat desa untuk menilai kelancaran akses, keterbacaan informasi, serta daya tarik tampilan *e-catalog*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa *e-catalog digital* mudah diakses melalui QR Code dan pemasangan pada lokasi strategis membantu wisatawan memperoleh informasi wisata secara cepat dan praktis.

HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Bayan berupa pembuatan *e-catalog digital* untuk promosi wisata alam menghasilkan beberapa capaian yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat maupun wisatawan. Capaian tersebut meliputi produk digital, media fisik pendukung, serta respon dari masyarakat dan perangkat desa terhadap implementasi program.

Produk utama yang dihasilkan adalah *e-catalog digital* wisata alam Desa Bayan. *e-catalog* ini dirancang menggunakan aplikasi Canva dengan tampilan yang modern, rapi, dan mudah dipahami. Isi *e-catalog* mencakup profil singkat Desa Bayan sebagai desa wisata, uraian destinasi wisata alam unggulan seperti air terjun sendang gile, air terjun tiu kelep, kolam mata air mandala, dan indragiri camp, serta informasi pendukung berupa aksesibilitas, fasilitas yang tersedia, dan daya tarik utama dari masing-masing destinasi. Selain itu, *e-catalog* dilengkapi dengan dokumentasi visual berupa foto-foto destinasi wisata untuk memperkuat daya tarik promosi.



Gambar 2. Tampilan QR Code

E-Catalog digital yang telah selesai disusun kemudian diunggah secara daring dan diintegrasikan dengan barcode atau QR Code. QR Code tersebut berfungsi sebagai penghubung agar wisatawan dapat mengakses *E-Catalog* secara langsung dengan memindai menggunakan perangkat ponsel. Untuk memperluas jangkauan akses, QR Code dicetak dalam bentuk media fisik berupa akrilik dinding dan stiker.

Media fisik berupa akrilik dan stiker QR Code dipasang pada beberapa titik strategis yang sering diakses oleh wisatawan maupun masyarakat, antara lain Balai Desa Bayan sebagai pusat informasi dan aktivitas masyarakat, Masjid Kuno Bayan sebagai ikon wisata budaya, rumah kepala dusun sebagai pusat informasi lokal, Kolam Mata Air Mandala, serta gerbang masuk air terjun sendang gile dan air terjun tiu kelep. Pemasangan di lokasi-lokasi tersebut memudahkan wisatawan memperoleh informasi wisata secara praktis tanpa harus mencari sumber informasi lain di luar desa.



Gambar 3. Pemasangan Akrilik QR Code di Kantor Desa



Gambar 4. Pemasangan Akrilik QR Code di Air terjun Sendang Gile dan Tiu Kelep

Selain produk yang dihasilkan, kegiatan ini juga memperoleh respon positif dari perangkat desa, tokoh masyarakat, dan pelaku wisata setempat. Mereka menilai bahwa pemanfaatan *e-catalog digital* berbasis QR Code merupakan inovasi yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan dapat mempermudah promosi wisata Desa Bayan. Masyarakat juga menyampaikan bahwa keberadaan *e-catalog* membantu mendokumentasikan informasi wisata yang sebelumnya belum tersusun secara rapi dan terintegrasi.

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa pembuatan *e-catalog digital* merupakan solusi yang relevan dalam menjawab permasalahan promosi wisata alam di Desa Bayan. Sebelum pelaksanaan program, promosi wisata masih bersifat sederhana dan belum terintegrasi, sehingga hanya destinasi tertentu yang dikenal luas oleh wisatawan. Kondisi ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa keterbatasan akses informasi menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan desa wisata, sehingga potensi destinasi yang dimiliki tidak dikenal secara luas (8). Kehadiran *e-catalog digital* memungkinkan seluruh potensi wisata alam Desa Bayan terdokumentasi dan dipromosikan secara lebih sistematis.

Integrasi *E-Catalog* dengan QR Code memberikan kemudahan akses informasi bagi wisatawan, sejalan dengan kebutuhan promosi wisata di era digital (9). Wisatawan dapat memperoleh informasi destinasi, fasilitas, dan aksesibilitas secara cepat dan praktis hanya melalui pemindaian barcode. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan efektivitas promosi wisata desa dengan biaya yang relatif efisien.

Pemasangan media fisik QR Code pada lokasi-lokasi strategis turut memperkuat fungsi *e-catalog* sebagai media promosi. Strategi ini tidak hanya menjangkau wisatawan yang telah berada di lokasi wisata, tetapi juga mendorong pemerataan eksposur destinasi, sehingga tidak hanya air terjun sendang gile dan tiu kelep yang dikenal, tetapi juga destinasi lain seperti kolam mata air mandala dan indragiri camp. Dengan demikian, potensi wisata Desa Bayan dapat dipromosikan secara lebih merata.

Respon positif dari masyarakat dan perangkat desa menunjukkan bahwa program ini memberikan

manfaat nyata dan mudah diterima oleh mitra. Masyarakat mulai memahami pentingnya promosi digital sebagai bagian dari pengembangan desa wisata. Hal ini sejalan dengan tujuan PkM ini, yaitu tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan potensi lokal.

Meskipun dalam pelaksanaannya terdapat kendala berupa kondisi medan menuju beberapa lokasi wisata yang cukup menantang, kendala tersebut dapat diatasi melalui kerja sama dengan masyarakat dan perangkat desa. Hal ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara tim pengabdian dan mitra lokal dalam menjamin keberhasilan program. Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa *e-catalog digital* berbasis QR Code berpotensi menjadi media promosi wisata yang efektif dan berkelanjutan bagi Desa Bayan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pembuatan *e-catalog digital* untuk promosi wisata alam Desa Bayan telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu menyediakan media promosi wisata berbasis digital yang informatif, mudah diakses, dan relevan dengan perkembangan teknologi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *e-catalog digital* mampu mendokumentasikan dan menyajikan informasi destinasi wisata alam Desa Bayan secara lebih terstruktur, mencakup daya tarik wisata, fasilitas pendukung, serta aksesibilitas, sehingga memperluas jangkauan promosi yang sebelumnya masih terbatas. Integrasi *e-catalog* dengan QR Code serta pemasangan media fisik pada lokasi-lokasi strategis mempermudah wisatawan dalam memperoleh informasi wisata secara langsung di lapangan. Selain itu, respon positif dari masyarakat dan perangkat desa menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-catalog digital* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya digitalisasi dalam pengembangan desa wisata. Dengan demikian, *e-catalog digital* berpotensi menjadi sarana promosi wisata yang efektif dan berkelanjutan dalam mendukung pengembangan pariwisata dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Bayan.

Berdasarkan temuan kegiatan pengabdian ini, disarankan agar *e-catalog digital* wisata alam Desa Bayan terus dikembangkan dan diperbarui secara berkala sesuai dengan perkembangan destinasi wisata dan kebutuhan informasi wisatawan. Pemerintah desa dan pengelola wisata diharapkan dapat mengintegrasikan *e-catalog digital* ini dengan media promosi digital lainnya, seperti situs web desa dan media sosial resmi, guna memperluas jangkauan promosi secara berkelanjutan. Selain itu, diperlukan peningkatan peran serta masyarakat dalam pengelolaan dan pemanfaatan media promosi digital agar pengembangan desa wisata dapat berjalan secara partisipatif. Bagi kegiatan pengabdian dan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih lanjut dampak pemanfaatan *e-catalog digital* terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan penguatan ekonomi lokal, sehingga dapat memperkaya pengembangan konsep promosi wisata desa berbasis digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Awardee Beasiswa Indonesia Bangkit (BIB) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dan Yayasan Barakarsa Indonesia atas kolaborasi, dukungan, serta kontribusi aktif dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Bayan, perangkat desa, tokoh masyarakat, serta pengelola destinasi wisata yang telah memberikan izin, fasilitasi, dan kerja sama selama kegiatan berlangsung. Selain itu, apresiasi diberikan kepada masyarakat Desa Bayan atas partisipasi dan keterbukaannya sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi pengembangan promosi wisata alam Desa Bayan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Syahrif A. Analisis Pengaruh Kunjungan Wisatawan terhadap Perekonomian Kalimantan Selatan Melalui Penyerapan Tenaga Kerja. *JIEP J Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. 2025;8(2):418–30.
2. Salihin. Pengaruh Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Lokal di Kawasan Wisata Pantai Senggigi, Lombok. *Tour Hosp Res*. 2025;1(1):1–8.
3. Murni, Setiawati E, Novianto V. Dampak pariwisata lokal pada kehidupan sosial ekonomi masyarakat di ohoi ngilngof, kabupaten maluku tenggara. *J Sos*. 2025;20(2):120–9.
4. Isnaeni F, Yucha N. Strategi Branding Digital untuk Desa Wisata di Bayuwangi Berbasis Pendekatan Partisipatif dan Inovasi Lokal. *J Semeru*. 2025;02(01):188–96.
5. Heliawati C, Munawaroh. Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan Pariwisata Budaya dan Religi di Banten. *J Ilm Ekon Dan Manaj*. 2025;3(2):398–403.
6. Fauzi A, Utomo H, Firmansyah AR. Pengembangan E-catalogue Sebagai Media Promosi pada Platform Instagram Bank Perekonomian Rakyat Delta Artha Kencana Kabupaten Malang. *J Multidisiplin Ilmu Akad*. 2025;2(6):169–75.
7. Amelia T, Erwin TH, Widiyanti R. Perancangan E-Catalogue Sebagai Media Promosi Produk Paket Wisata PT. Ranata Air Network. *Pros Ind Res ... [Internet]*. 2022;1344–51. Available from: <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/4286>
8. Nurherawati N, Ardhiansyah A, Pekerti RD, Siddiqa H. Pengelolaan Website Desa di Desa Cikadu, Kabupaten Tasikmalaya. *J Abdimas Indonesia [Internet]*. 2025;5(4):3496–501. Available from: <https://dmi-journals.org/jai/>
9. Zahra Y, Subiyanto S, Kristiadhi F. Pengembangan Media Informasi Dengan Menggunakan QR-Code Di Kawasan Wisata Batu Karas, Kabupaten Pangandaran. *JEMSI J Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. 2025;6(3):2016–34.