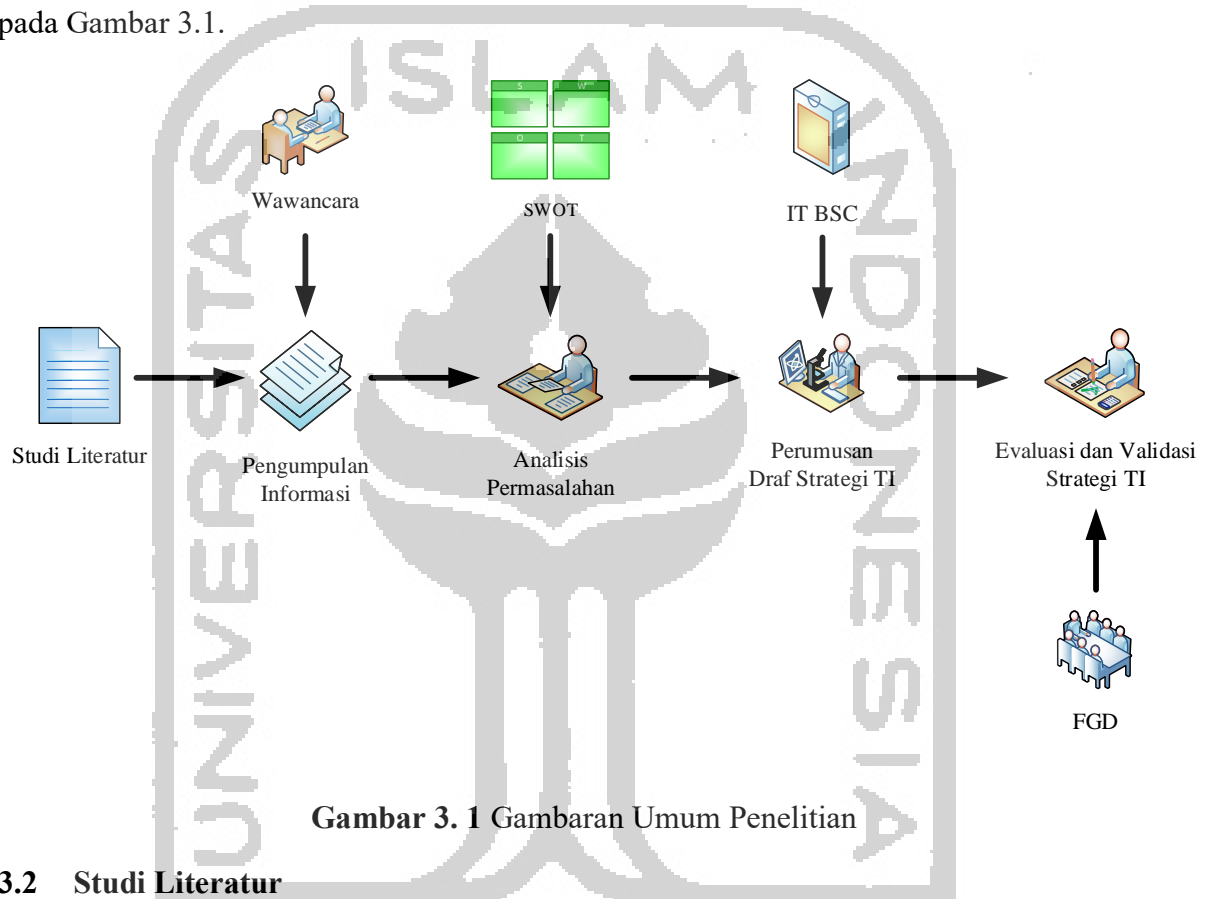


## BAB 3 METODOLOGI

### 3.1 Gambaran Umum

Gambaran umum menjelaskan kerangka konsep penelitian yang dilakukan dengan mendeskripsikan setiap langkah-langkah secara sistematis sehingga dipergunakan sebagai pedoman untuk menyelesaikan permasalahan. Gambaran umum penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



**Gambar 3. 1** Gambaran Umum Penelitian

### 3.2 Studi Literatur

Pada studi literatur dilakukan literasi terhadap sumber dan penelitian mengenai strategi TI untuk promosi pariwisata, diantaranya buku, penelitian-penelitian, perundang-undangan, peraturan atau kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan strategi TI, promosi atau kepariwisataan. Studi literatur yang diperoleh dapat digunakan sebagai konsep dasar untuk melakukan pengumpulan informasi.

### 3.3 Pengumpulan Informasi

Informasi dikumpulkan dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan Pengelola kampung wisata. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sebagai organisasi perangkat daerah yang membidangi kepariwisataan di wilayah Kota Yogyakarta termasuk kampung wisata.

Dinas tersebut bertanggung jawab terhadap eksistensi kampung wisata. Pengelola kampung wisata bertanggung jawab untuk melakukan pengelolaan potensi dan daya tarik wisata yang bercirikan unik, otentik, spesifik, dan bersifat kearifan lokal menjadi sebuah paket wisata yang menarik dan layak jual; menyiapkan atraksi sesuai rutinitas kehidupan masyarakat; menyiapkan masyarakat sebagai pelaku wisata; dan menyiapkan fasilitas dan sarana prasarana yang sudah ditetapkan. Fungsi Pengelola diantaranya perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan program kegiatan kampung wisata; melaporkan hasil pelaksanaan program dan kegiatan kepada pemerintah, kelurahan dan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Pengumpulan informasi kampung wisata ditekankan pada pemanfaatan TIK untuk promosi kepariwisataan di wilayah Kota Yogyakarta. Eksplorasi pengumpulan informasi bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara langsung terhadap Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan Pengelola Kampung Wisata. Data sekunder diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta berupa data jumlah kunjungan wisata tahun 2017 dan 2018 serta borang penilaian akreditasi kampung wisata.

Wawancara terhadap pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dilakukan kepada Kepala Bidang Kampung Wisata. Wawancara langsung juga dilakukan terhadap Pengelola Kampung Wisata. Wawancara dilakukan terhadap tiga Pengelola Kampung Wisata, yaitu Kampung Wisata Dipowinatan, Kampung Wisata Kadipaten, dan Kampung Wisata Sayidan. Ketiga kampung wisata tersebut dipilih sebagai sampel dari 17 kampung wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Pemilihan sampel menerapkan metode *purposive sampling* yaitu metode untuk memilih sampel berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu terkait dengan tujuan penelitian (Marshall, 1996). Pertimbangan pemilihan kampung wisata sebagai sampel yaitu berdasarkan klasifikasi kampung wisata. Klasifikasi kampung wisata terdiri dari tiga jenis, yaitu mandiri, berkembang dan rintisan. Kampung wisata mandiri terdiri dari satu kampung, yaitu Kampung Wisata Dipowinatan. Kampung wisata berkembang terdiri dari tujuh kampung wisata. Dari tujuh kampung wisata berkembang tersebut dipilih Kampung Wisata Kadipaten sebagai sampel karena Kampung Wisata Kadipaten merupakan penyangga objek wisata Kraton Kesultanan Yogyakarta. Kampung wisata rintisan yang dipilih sebagai sampel adalah Kampung Wisata Sayidan.

### **3.4 Analisis Permasalahan**

Kampung wisata memiliki struktur kepengurusan yang tidak seperti sebuah organisasi atau perusahaan. Sehingga, kampung wisata yang merupakan sekumpulan komunitas masyarakat belum memiliki tanggung jawab yang jelas terhadap pengelolaannya. CRM dapat digunakan untuk membantu menghubungkan kampung wisata dengan pengunjung kampung wisata. Penggunaan CRM dapat mempermudah pengelolaan kampung wisata dalam hal pendataan jumlah kunjungan wisata, melakukan promosi kepada wisatawan, dan pelaporan setiap kampung wisata kepada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yang didukung dengan teknologi informasi.

Salah satu permasalahan yang ada pada kampung wisata adalah belum adanya strategi TI untuk promosi kampung wisata yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan pengelola kampung wisata. Dukungan untuk memperluas promosi kampung wisata kepada wisatawan dengan implementasi CRM akan membutuhkan investasi TI yang besar tetapi diharapkan menghasilkan output yang menguntungkan bagi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Dengan pemanfaatan TI dalam CRM, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan memenuhi kebutuhan informatif dan komunikatif dalam suatu organisasi yang menggabungkan TI, promosi dan layanan.

Pada kasus dalam penelitian ini, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sebagai institusi pemerintah yang bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan Kampung Wisata. Sedangkan pelanggan adalah para wisatawan yang berkunjung ke Kampung Wisata. Penerapan CRM dalam penelitian ini memerlukan dukungan dari bagian operasional, analitik dan kolaboratif. Bagian operasional, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menggunakan CRM untuk membantu dalam hal meningkatkan proses pemasaran untuk meningkatkan okupansi kunjungan, pengelolaan sumber daya, dan layanan Kampung Wisata. Pada bagian analitik akan membantu Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mendapatkan, memproses, dan menggunakan data kunjungan wisatawan yang diperoleh dari bagian operasional CRM. Data ini dapat digunakan sebagai acuan dalam menentukan strategi peningkatan pemasaran Kampung Wisata. Terakhir, bagian kolaboratif akan mengakomodasi komunikasi dengan wisatawan berguna untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan Kampung Wisata. Dalam pengembangan strategi TI diperlukan adanya informasi mengenai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi organisasi. Secara umum, penyusunan strategi dapat dilakukan dengan metode SWOT. Dasar alasan mengadopsi metode SWOT karena metode SWOT merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan perencanaan strategi bagi organisasi

yang berfokus pada orang yang terlibat didalam organisasi dengan memprioritaskan terhadap empat faktor dalam SWOT. Keuntungan penggunaan metode SWOT adalah kesederhanaan yang dapat digunakan secara berkesinambungan pada organisasi dalam melakukan perencanaan strategi (Phadernrod, Crowder, & Wills, 2016).

Analisis permasalahan dilakukan dengan menggunakan metode SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Metode SWOT adalah metode yang digunakan untuk menganalisis serta memposisikan sumberdaya dan lingkungan dalam organisasi yang berfokus pada empat faktor, yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats* (Phadernrod et al., 2016). *Strengths* dan *weaknesses* berasal dari faktor internal pada organisasi. *Strengths* merupakan sumberdaya atau kapasitas yang memberikan implikasi positif untuk mewujudkan tujuan organisasi, sedangkan *weaknesses* merupakan keterbatasan dan kesalahan yang memberikan implikasi negatif sehingga merugikan organisasi dan menghambat terwujudnya tujuan organisasi (FME, 2013). *Opportunities* dan *threats* berasal dari faktor eksternal pada organisasi. *Opportunities* merupakan segala kemungkinan bersumber dari lingkungan diluar organisasi yang memiliki implikasi positif dan dapat menguntungkan bagi organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi, sedangkan *threats* merupakan segala kondisi dari lingkungan luar organisasi yang memiliki implikasi negatif sehingga dapat merugikan bagi organisasi dan merusak perencanaan strategi organisasi (FME, 2013).

Analisis permasalahan dengan empat faktor SWOT yang telah dilakukan dikelompokkan kedalam empat arahan strategi. Menurut Jasiulewicz-Kaczmarek (2016), Metode SWOT menghasilkan empat arahan strategi dari empat faktor utamanya. Pertama, *strengths-opportunities* merupakan arahan strategi yang memanfaatkan *strengths* yang dimiliki organisasi dan menggunakan *opportunities* dari lingkungan eksternal organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara maksimal. Kedua, *weaknesses-opportunities* merupakan arahan strategi yang berfokus untuk mengatasi *weaknesses* yang dimiliki organisasi dengan memanfaatkan *opportunities* dari lingkungan eksternal organisasi. Ketiga, *strengths-threats* merupakan arahan strategi yang menggunakan *strengths* secara maksimal yang dimiliki organisasi untuk mengatasi dan mencegah *threats* yang terjadi di lingkungan eksternal organisasi. Keempat, *weaknesses-threats* merupakan arahan strategis yang membangun pola berpikir untuk mengatasi *weaknesses* secara maksimal di lingkungan internal organisasi sehingga dapat mencegah kerusakan dari *threats* yang

muncul dari lingkungan eksternal organisasi. Empat arahan strategis SWOT dapat dilihat menggunakan matrik SWOT pada Gambar 3.2.

Internal Factors	Strengths	Weaknesses
External Factors	SO Strategies	WO Strategies
Opportunities	SO Strategies	WO Strategies
Threats	ST Strategies	WT Strategies

**Gambar 3. 2** Matrik SWOT (Dyson, 2004)

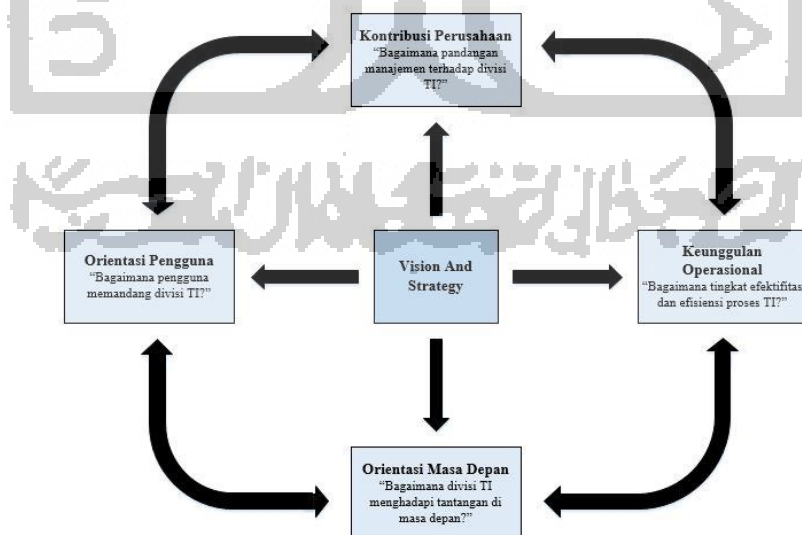
### 3.5 Perumusan Draft Strategi TI

Hasil analisis permasalahan menggunakan metode SWOT menghasilkan empat arahan strategi yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal kampung wisata. Konsep CRM digunakan untuk menghubungkan kampung wisata dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam menghasilkan strategi TI untuk promosi yang bermula dari komunitas masyarakat menjadi strategi TI untuk promosi yang dapat diterapkan oleh organisasi. Dengan penggunaan konsep CRM, pengembangan strategi TI untuk organisasi dilakukan dengan menggunakan metode *IT Balanced Scorecard (IT BSC)*.

Hasil analisis permasalahan menjadi dasar dalam melakukan perumusan draft strategi TI dengan mengadopsi metode *IT Balanced Scorecard (IT BSC)*. *IT BSC* merupakan suatu metode pengukuran kinerja pada departemen TI di organisasi atau perusahaan yang digunakan untuk melakukan evaluasi yang menghasilkan gambaran secara menyeluruh dan sesuai dengan tujuan bisnis. *IT BSC* akan memberikan kerangka kerja secara keseluruhan kepada para eksekutif, dimana visi dan strategi bisnis dapat disesuaikan dengan visi dan strategi TI yang ada di organisasi atau perusahaan. *IT BSC* memiliki empat perspektif, yaitu perspektif kontribusi perusahaan, perspektif orientasi pengguna, perspektif keunggulan operasional dan perspektif orientasi masa depan (Van Grembergen & Bruggen, 1997).

Perspektif kontribusi perusahaan dalam *IT BSC* melakukan evaluasi kinerja TI berdasarkan pandangan manajemen eksekutif, direktur dan pemegang saham. Perspektif ini bertujuan untuk mencapai kontribusi bisnis organisasi atau perusahaan terhadap investasi

TI. Hal-hal yang dibahas dalam perspektif ini antara lain, keselarasan TI dengan bisnis, nilai bisnis pada proyek TI, manajemen investasi TI dan kemampuan strategis dalam menyinergikan antar organisasi atau perusahaan. Pada perspektif orientasi pengguna, *IT BSC* melakukan evaluasi kinerja TI berdasarkan pandangan pengguna bisnis internal (pegawai TI) dan pelanggan. Perspektif ini berfokus pada biaya kompetitif, kinerja pengembangan layanan, kinerja layanan operasional dan kepuasan pelanggan. Pada perspektif keunggulan operasional, *IT BSC* menilai kinerja TI berdasarkan efektifitas dan efisiensi dari proses TI dalam organisasi atau perusahaan yang dinilai oleh pihak manajer serta badan audit dan regulasi. Kontribusi perspektif ini memiliki keunggulan terhadap kualitas pelayanan dan penekanan biaya TI. Fungsi TI harus memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada para pengguna dengan biaya seminimal mungkin. Perspektif keunggulan operasional berfokus terhadap kemampuan proses pengembangan, kemampuan proses operasional serta proses kematangan dan manajemen arsitektur perusahaan. Terakhir, perspektif orientasi masa depan pada *IT BSC* menilai kinerja TI berdasarkan departemen TI di organisasi atau perusahaan itu sendiri terhadap kemungkinan tantangan di masa mendatang. Kesiapan organisasi atau perusahaan untuk menghadapi tantangan di masa mendatang harus direncanakan dari sekarang. Organisasi atau perusahaan harus mengetahui kemajuan TI di masa mendatang dan mengantisipasinya terlebih dahulu dengan memberikan pelatihan TI untuk meningkatkan keahlian TI para pegawainya (Van Grembergen & Bruggen, 1997; Van Grembergen & De Haes, 2008; Van Grembergen, Saull, & De Haes, 2003). Empat perspektif pada *IT BSC* dapat dilihat pada Gambar 3.3.



**Gambar 3.3** Empat Perspektif *IT Balanced Scorecard* (Van Grembergen & Bruggen, 1997)

### 3.6 Evaluasi dan Validasi Strategi TI

Evaluasi dan validasi strategi TI dilakukan dengan cara *Focus Group Discussion* (FGD) kepada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Kegiatan yang dilakukan pada FGD, yaitu pemaparan, tanya jawab dan diskusi. Kegiatan pemaparan menjelaskan strategi pemanfaatan TIK untuk promosi kampung wisata di Yogyakarta didasarkan pada hasil perumusan draf strategi TI. Setelah melakukan pemaparan, kemungkinan ada hal-hal yang perlu untuk dipertanyakan atau dijelaskan. Mempertanyakan, menjawab dan menjelaskan merupakan rangkaian dari kegiatan tanya jawab. Kegiatan diskusi merupakan pembahasan untuk mencari solusi atau menyatukan perbedaan persepsi terhadap strategi pemanfaatan TIK yang telah dipaparkan. Kegiatan evaluasi dan validasi strategi TI dengan cara FGD di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dilakukan kepada Kepala Bidang Pemasaran dan Pengembangan Pariwisata terkait dengan promosi kampung wisata.

