

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Studi Literatur

Studi literatur telah dilakukan terhadap literasi penelitian-penelitian terdahulu mengenai strategi TI untuk promosi pariwisata. Studi literatur tersebut telah dibahas pada Bab II. Hasil dari studi literatur tersebut yaitu tujuh aspek yang dijadikan acuan dalam melakukan penelitian. Tujuh aspek yang dimaksud yaitu aspek potensi, aspek promosi, aspek sumber daya manusia, aspek infrastruktur, aspek teknologi informasi, aspek regulasi, dan aspek kerjasama.

4.2 Pengumpulan Informasi

Pengumpulan informasi dilakukan dengan cara wawancara kepada narasumber, yaitu Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, pengelola Kampung Wisata Dipowinatan, pengelola Kampung Wisata Kadipaten dan pengelola Kampung Wisata Sayidan. Wawancara yang dilakukan kepada narasumber tersebut merujuk terhadap aspek yang telah didapatkan dari hasil studi literatur. Jumlah pertanyaan yang diberikan adalah sebanyak 28 yang terbagi dalam tujuh aspek. Pembagian tersebut yaitu empat pertanyaan untuk aspek potensi, tiga pertanyaan untuk aspek promosi, enam pertanyaan untuk aspek sumber daya manusia, lima pertanyaan untuk aspek infrastruktur, tiga pertanyaan untuk aspek teknologi informasi, empat pertanyaan untuk aspek regulasi, dan tiga pertanyaan untuk aspek kerjasama. Daftar pertanyaan wawancara kepada narasumber dapat dilihat pada Lampiran A. Hasil dari wawancara kepada narasumber yang didasarkan pada tujuh aspek dapat dilihat sebagai berikut:

4.2.1 Aspek Potensi

Hasil dari wawancara untuk aspek potensi berdasarkan pengelola Kampung Wisata Dipowinatan adalah atraksi kehidupan sosial keseharian masyarakat dan tradisi siklus daur hidup masyarakat jawa yang di dalamnya terdapat nilai-nilai yang unik, otentik dan spesifik. Pengelola Kampung Wisata Kadipaten mempunyai situs cagar budaya dan nilai-nilai kebudayaan kesultanan keraton. Pengelola Kampung Wisata Sayidan mempunyai atraksi wisata berbasis *social eco tourism* dengan memanfaatkan daya tarik berbasis air (Sungai Code) karena lingkungan Kampung Wisata Sayidan berada di bantaran sungai. Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyatakan bahwa

kampung wisata yang berada di Kota Yogyakarta memiliki daya tarik berbasis sosial budaya dan tradisi, berbasis seni budaya, berbasis sejarah dan *heritage*, berbasis *social eco tourism*, berbasis akomodasi dan wisata belanja, berbasis *cluster* dan edukasi argo perkotaan, dan berbasis sejarah dan religi. Seluruh kampung wisata memberikan edukasi dan pengalaman kepada wisatawan yang berkunjung tentang daya tarik yang dimiliki. Hasil wawancara pada aspek potensi dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4. 1 Hasil Rangkuman Aspek Potensi

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Hasil	Atraksi kehidupan sosial dan tradisi siklus daur hidup masyarakat Jawa yang unik, otentik dan spesifik.	Situs cagar budaya dan nilai-nilai kebudayaan Kesultanan Kraton.	Atraksi wisata berbasis <i>social eco tourism</i> dan daya tarik wisata berbasis air.	Kampung wisata memiliki daya tarik, diantaranya: berbasis sosial budaya dan tradisi, berbasis seni budaya, berbasis sejarah dan <i>heritage</i> , berbasis <i>social eco tourism</i> , berbasis akomodasi dan wisata belanja, berbasis <i>cluster</i> dan edukasi argo perkotaan, dan berbasis sejarah dan religi.

4.2.2 Aspek Promosi

Hasil wawancara mengenai aspek promosi dengan pengelola Kampung Wisata Dipowinatan adalah telah digunakan *website*, *facebook* dan *e-mail* untuk melakukan promosi. Promosi dilakukan dengan memberikan paket wisata, mendeskripsikan profil kampung wisata, menampilkan dokumentasi-dokumentasi kegiatan wisatawan yang berkunjung dan program pasca kunjungan untuk berkomunikasi kepada wisatawan yang telah berkunjung serta memberitahukan kepada wisatawan terkait kegiatan yang menarik dikemudian hari.

Pengelola Kampung Wisata Kadipaten menggunakan brosur dan *website* untuk melakukan promosi. Promosi dilakukan dengan cara menyebarkan brosur yang berisi paket wisata yang ditawarkan, profil kampung wisata dan dokumentasi objek-objek wisata serta atraksi wisata yang menjadi daya tarik wisata. Namun, promosi menggunakan *website* tidak dilakukan secara maksimal dikarenakan kurangnya pengetahuan sumber daya manusia dalam pengelolaan *website*.

Pengelola Kampung Wisata Sayidan melakukan promosi menggunakan brosur dan *youtube*. Namun, promosi yang dilakukan masih belum maksimal karena promosi menggunakan brosur dan *youtube* tersebut secara tidak langsung dilakukan oleh Dinas

Pariwisata Kota Yogyakarta ataupun wisatawan yang hanya melihat Kampung Wisata Sayidan sekilas saja.

Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melakukan promosi dengan menggunakan buku wisata, pameran, travel dialog keluar kota, *website*, dan media sosial seperti *facebook*, *instagram* dan *twitter*. Promosi dilakukan dengan memberitahukan kepada wisatawan bahwa Kota Yogyakarta memiliki kampung wisata sebagai destinasi wisata dengan menampilkan profil setiap kampung wisata serta paket wisata yang ditawarkan. Namun, promosi belum dilakukan secara khusus untuk kampung wisata dikarenakan adanya dampak negatif yang diterima oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta jika kampung wisata tidak maksimal memberikan pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung. Hasil wawancara pada aspek promosi dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Hasil Rangkuman Aspek Promosi

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Hasil	Promosi dilakukan menggunakan <i>e-mail</i> , <i>facebook</i> , dan <i>website</i> dengan memberikan paket wisata, deskripsi profil kampung wisata, dokumentasi kegiatan, dan program pasca kunjungan	Promosi dilakukan menggunakan brosur dan <i>website</i> dengan memberikan paket wisata yang ditawarkan, profil kampung wisata dan dokumentasi objek-objek serta atraksi wisata.	Promosi dilakukan menggunakan brosur dan <i>youtube</i>	Promosi dilakukan menggunakan buku wisata, pameran, travel dialog keluar kota, <i>website</i> dan media sosial dengan memberikan profil setiap kampung wisata beserta paket wisata yang ditawarkan
Kebutuhan	Belum ada kebutuhan	Pelatihan pengelolaan <i>website</i> untuk promosi	Pelatihan terkait melakukan promosi	Aktif melakukan promosi secara khusus untuk kampung wisata
Kendala	Belum ada kendala	Promosi menggunakan <i>website</i> tidak dilakukan secara maksimal	Promosi tidak dilakukan langsung oleh sumber daya manusia Kampung Wisata Sayidan	Adanya dampak negatif jika melakukan promosi secara maksimal
Upaya	Tidak ada upaya	Hanya memaksimalkan promosi menggunakan brosur	Tidak ada upaya yang dilakukan	Memperbaiki manajemen dan pengelolaan setiap kampung wisata

4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Hasil wawancara mengenai aspek sumber daya manusia dengan pengelola Kampung Wisata Dipowinatan adalah adanya struktur kepengurusan terdiri dari pengurus atau pengelola, wakil pengurus atau pengelola, sekretaris, bendahara dan seksi-seksi lainnya yang dibutuhkan kampung wisata. Sebagian besar sumber daya manusia adalah masyarakat di lingkungan Kampung Wisata Dipowinatan. Sumber daya manusia yang ada memiliki kemampuan untuk menggunakan TI dan mengelolanya sebagai bagian dari promosi. Kampung Wisata Dipowinatan melakukan regenerasi pengelola atau pengurus secara rutin setiap lima tahun sekali dan selalu aktif melakukan forum komunikasi dengan pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Pengelola Kampung Wisata Kadipaten memiliki struktur kepengurusan terdiri dari pengurus atau pengelola, sekretaris, bendahara dan seksi-seksi lainnya yang membidangi kebutuhan kampung wisata. Sumber daya manusia di Kampung Wisata Kadipaten adalah masyarakat yang berada di lingkungan Kampung Wisata Kadipaten. Kemampuan sumber daya manusia Kampung Wisata Kadipaten dalam penggunaan TI dan pengetahuan tentang TI masih relatif rendah dikarenakan sumber daya manusia yang ada merupakan pekerja aktif di Kota Yogyakarta sehingga jarang untuk melakukan promosi. Kampung Wisata Kadipaten melakukan regenerasi pengelola atau pengurus kampung wisata setiap 5 tahun sekali dan melakukan forum komunikasi dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta untuk melakukan regenerasi tersebut.

Kampung Wisata Sayidan memiliki struktur kepengurusan terdiri dari pengurus atau pengelola, sekretaris, bendahara dan seksi-seksi lainnya yang membidangi kebutuhan kampung wisata. Sumber daya manusia Kampung Wisata Sayidan merupakan masyarakat yang sudah tinggal di lingkungan tersebut lebih kurang lima tahun dikarenakan adanya pendatang yang tinggal di lingkungan Kampung Wisata Sayidan dan banyak terdapat kos-kosan. Kampung Wisata Sayidan melakukan regenerasi pengelola atau pengurus kampung wisata setiap lima tahun sekali dan melakukan forum komunikasi untuk melakukan regenerasi tersebut dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Kemampuan sumber daya manusia terhadap penggunaan TI masih relatif rendah sehingga promosi dengan menggunakan TI dari Kampung Wisata Sayidan sendiri belum tersedia. Pengelola Kampung Wisata Sayidan masih membutuhkan adanya pelatihan untuk sumber daya manusia terhadap penggunaan TI.

Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyatakan berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 tentang

Penyelenggaraan Kampung Wisata bahwa setiap kampung wisata memiliki struktur yang terdiri dari pengurus atau pengelola, sekretaris, bendahara dan seksi-seksi yang dibutuhkan untuk kampung wisata dan melakukan regenerasi setiap lima tahun sekali. Sumber daya manusia di setiap kampung wisata harus berasal dari masyarakat yang berada di lingkungan kampung wisata tersebut. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melibatkan sumber daya manusia di setiap kampung wisata untuk ikut serta dalam melakukan promosi dengan cara pameran, travel dialog keluar kota, *website*, media sosial (*facebook*, *instagram*, dan *twitter*) dan pameran khusus kampung wisata. Permasalahan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta untuk kampung wisata terkait sumber daya manusia meliputi ketersediaan atau keterlibatan sumber daya manusia yang ada di kampung wisata masih sedikit, kurangnya kemampuan dalam manajemen kampung wisata, kurangnya kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan, dan kurangnya kemampuan terhadap penggunaan TI. Namun, permasalahan ini tidak di seluruh kampung wisata. Hasil wawancara pada aspek sumber daya manusia dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Hasil Rangkuman Aspek Sumber Daya Manusia

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Struktur	Pengelola, wakil pengelola, sekretaris, bendahara, dan seksi-seksi lainnya	Pengelola, sekretaris, bendahara, dan seksi-seksi lainnya	Pengelola, sekretaris, bendahara, dan seksi-seksi lainnya	Pengelola, sekretaris, bendahara, dan seksi-seksi lainnya
Regenerasi	Setiap 5 tahun sekali	Setiap 5 tahun sekali	Setiap 5 tahun sekali	Setiap 5 tahun sekali
Hasil	SDM seluruhnya berasal dari Kampung Wisata Dipowinatan. SDM memiliki kemampuan dalam penggunaan TI yang digunakan untuk pengelolaan kampung wisata dan promosi.	SDM berasal dari masyarakat di lingkungan Kampung Wisata Kadipaten	SDM berasal dari masyarakat di lingkungan Kampung Wisata Sayidan yang sudah tinggal lebih kurang 5 tahun dikarenakan banyak pendatang yang bermukim di lingkungan tersebut	SDM berasal dari masyarakat di lingkungan kampung wisata
Kebutuhan	Belum ada kebutuhan	Ketersediaan SDM dan pengembangan kemampuan SDM dalam	Adanya pelatihan penggunaan TI untuk SDM	Kesadaran SDM di setiap kampung wisata

		penggunaan TI		
Kendala	Belum ada kendala	Pengetahuan dan penggunaan TI yang masih kurang, keterlibatan SDM masih sedikit karena SDM pekerja aktif di Kota Yogyakarta	Tidak ada SDM yang menggunakan TI untuk mengelola maupun melakukan promosi Kampung Wisata Sayidan	Ketersediaan dan keterlibatan SDM masih sedikit, kurang kemampuan dalam manajemen, pelayanan dan penggunaan TI
Upaya	Belum ada upaya	Masih mencari dukungan untuk mendapatkan pengembangan SDM dalam penggunaan TI	Belum ada upaya yang dilakukan	Melibatkan SDM kampung wisata melakukan promosi

4.2.4 Aspek Infrastruktur

Hasil wawancara mengenai aspek infrastruktur dengan pengelola Kampung Wisata Dipowinatan adalah masih membutuhkan fasilitas pendukung seperti transportasi, beberapa *guest house* yang dapat menampung wisatawan dalam jumlah banyak, penambahan infrastruktur panggung utama untuk acara-acara kegiatan atraksi dan fasilitas TI khusus untuk Kampung Wisata Dipowinatan. Saat ini, Kampung Wisata Dipowinatan memiliki beberapa panggung untuk kegiatan atraksi dan beberapa *guest house* untuk wisatawan. Jika wisatawan yang berkunjung banyak dan *guest house* tidak mencukupi, maka sebagian wisatawan tinggal bersama di rumah warga dipowinatan. Kampung Wisata Dipowinatan memiliki penanda kampung wisata yang berada tepat di depan jalan masuk Kampung Wisata Dipowinatan beserta gapura Kampung Wisata Dipowinatan. Kampung Wisata Dipowinatan memiliki pelayanan khusus yaitu program komunikasi pasca kunjungan dimana pengelola dan wisatawan melakukan komunikasi setelah berkunjung serta memberikan penawaran wisata kembali ke Kampung Wisata Dipowinatan.

Kampung Wisata Kadipaten masih membutuhkan fasilitas utama yaitu *guest house* untuk wisatawan yang berkunjung dan sarana-prasarana TI. Saat ini, Kampung Wisata Kadipaten menjadi fasilitas penyangga objek wisata keraton. Fasilitas yang diberikan kepada wisatawan hanya sebatas paket wisata seperti memberikan makan siang dan malam, pertunjukan seni tari, jelajah cagar budaya, blusukan interaksi sosial, dan mencoba secara langsung membuat kerajinan yang ada di Kampung Wisata Kadipaten. Penempatan penanda Kampung Wisata Kadipaten sudah tepat berada di jalan masuk ke Kampung Wisata Kadipaten.

Kampung Wisata Sayidan masih membutuhkan fasilitas berupa penataan kawasan wisata, perbaikan infrastruktur agar lebih menarik dan pengembangan infrastruktur TI. Saat ini, fasilitas yang dimiliki hanya dua buah *guest house* untuk wisatawan. Selain itu, wisatawan juga dapat menikmati layanan fasilitas berupa makanan, fasilitas untuk bermain di Sungai Code, mencoba secara langsung pembuatan kerajinan yang ada di Kampung Wisata Sayidan. Namun, penanda kampung wisata yang dimiliki peletakkannya masih kurang tepat karena jauh dari jalan masuk Kampung Wisata Sayidan, baik dari sisi barat maupun sisi utara. Sehingga dengan kesalahan peletakan penanda kampung wisata akan berdampak pada bingungnya wisatawan yang akan berkunjung ke Kampung Wisata Sayidan. Kampung Wisata Sayidan memiliki rencana strategi untuk pengembangan infrastruktur maupun fasilitas yang dibutuhkan, tetapi belum ada dukungan dari pihak yang terlibat termasuk pemerintah.

Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyatakan bahwa masih membutuhkan pembangunan fasilitas, penanda kampung wisata, dan penyediaan aksesibilitas dan prasarana lingkungan. Walaupun tidak semua kampung wisata memiliki fasilitas, aksesibilitas dan prasarana lingkungan yang memadai. Namun fasilitas tersebut dibutuhkan oleh wisatawan yang berkunjung. Untuk penanda kampung wisata, seluruh kampung wisata di Kota Yogyakarta telah memilikinya. Namun, beberapa ada yang kurang tepat penempatannya. Wisatawan dapat menikmati pelayanan seperti *Tourist Information Center* (TIC) yang telah disediakan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, dan sapta pesona yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamahan dan kenangan saat berada di kampung wisata. Hasil wawancara pada aspek infrastruktur dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Hasil Rangkuman Aspek Infrastruktur

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Kebutuhan	Fasilitas pendukung pengembangan kampung wisata, baik TI maupun non-TI	<i>Guest house</i> untuk wisatawan, sarana TI untuk Kampung Wisata Kadipaten	Penataan kawasan wisata dan pengembangan infrastruktur	Pembangunan fasilitas, penanda kampung wisata, penyediaan aksesibilitas dan prasarana lingkungan
Hasil	Memiliki fasilitas beberapa panggung untuk kegiatan, <i>guest house</i> , penggunaan penanda kampung wisata yang sudah tepat dan gapura	Memiliki fasilitas panggung untuk pertunjukan seni, fasilitas penyangga objek wisata Keraton dan penggunaan penanda kampung	Memiliki fasilitas berupa 2 buah <i>guest house</i> , fasilitas untuk kegiatan wisata. Pemasangan penanda kampung wisata	Tidak semua kampung wisata memiliki fasilitas, aksesibilitas dan prasarana lingkungan yang memadai. Pelayanan TIC yang disediakan dapat

	Kampung Wisata Dipowinatan. Fasilitas lainnya berupa layanan khusus, yaitu program komunikasi pasca kunjungan.	wisata yang sudah tepat.	yang tidak tepat.	digunakan oleh wisatawan. Setiap kampung wisata berhak mendapatkan sapa pesona saat di kampung wisata.
Kendala	Belum ada fasilitas TI khusus untuk Kampung Wisata Dipowinatan dan masih kurang <i>guest house</i> yang dimiliki.	Tidak boleh memiliki <i>guest house</i> di wilayah Keraton	adanya rencana untuk pengembangan infrastruktur, fasilitas TI / non-TI dan penataan kawasan wisata yang belum dapat dilakukan.	Masih banyak pengembangan infrastruktur dan fasilitas yang harus dilakukan
Upaya	Menggunakan semaksimal mungkin fasilitas yang dimiliki dan wisatawan dapat tinggal bersama di rumah masyarakat Dipowinatan.	Menyediakan <i>guest house</i> kepada wisatawan diluar wilayah Keraton	Mengupayakan dukungan dari pemerintah	Diusahakan untuk dilakukan secara bertahap dalam pengembangan infrastruktur dan fasilitas.

4.2.5 Aspek Teknologi Informasi

Hasil wawancara mengenai aspek teknologi informasi dengan pengelola Kampung Wisata Dipowinatan adalah digunakan teknologi informasi seperti *website*, *facebook*, dan *e-mail*. Teknologi informasi digunakan sebagai media promosi, *update* tentang kegiatan yang akan dilakukan di Kampung Wisata Dipowinatan, menawarkan paket wisata, dan melakukan program pasca kunjungan untuk berkomunikasi dengan wisatawan serta menarik wisatawan kembali untuk berkunjung ke Kampung Wisata Dipowinatan.

Kampung Wisata Kadipaten menggunakan teknologi informasi berupa *website*. *Website* digunakan untuk promosi serta memberitahukan kepada wisatawan tentang paket wisata dan keberadaan Kampung Wisata Kadipaten. Namun, *website* yang dimiliki tidak dikelola karena minimnya pengetahuan sumber daya manusia terhadap penggunaan serta pengoperasian *website*.

Kampung Wisata Sayidan belum menggunakan teknologi informasi yang dikelola oleh sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga masih dibutuhkan keterlibatan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk penggunaan serta pengelolaan teknologi informasi dengan mendapatkan pelatihan dan pengembangan *skill* tentang penggunaan teknologi informasi.

Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyatakan bahwa menggunakan teknologi informasi berupa *website* dan media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Pemanfaatan teknologi informasi tersebut digunakan untuk mendukung promosi kampung wisata di Kota Yogyakarta. Dengan teknologi informasi yang tersedia, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mendeskripsikan profil kampung wisata. Hasil wawancara pada aspek teknologi informasi dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil Rangkuman Aspek Teknologi Informasi

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Hasil	Menggunakan TI sebagai media promosi, seperti penggunaan <i>website</i> , <i>facebook</i> , dan <i>e-mail</i>	Menggunakan TI sebagai media promosi, seperti penggunaan <i>website</i>	Tidak ada menggunakan TI	Menggunakan TI sebagai dukungan promosi kampung wisata, seperti <i>website</i> , <i>facebook</i> , <i>twitter</i> , <i>instagram</i>
Kebutuhan	Belum ada kebutuhan	Pelatihan penggunaan TI untuk pengelolaan <i>website</i>	TI yang berfungsi untuk pengelolaan dan promosi kampung wisata, pelatihan tentang penggunaan TI	Belum ada kebutuhan
Kendala	Belum ada kendala	Tidak dilakukan pengelolaan terhadap <i>website</i> , minimnya kemampuan dan pengetahuan SDM terhadap TI	Keterlibatan, kemampuan dan pengetahuan SDM yang sedikit terhadap penggunaan TI	Belum ada kendala
Upaya	Belum ada upaya	Tidak ada upaya yang dilakukan	Tidak ada upaya yang dilakukan	Belum ada upaya

4.2.6 Aspek Regulasi

Hasil wawancara mengenai aspek regulasi untuk seluruh kampung wisata di Kota Yogyakarta didasarkan pada Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata. Peraturan tersebut meliputi pembentukan kampung wisata, kelembagaan, klasifikasi kampung wisata, forum komunikasi kampung wisata dan pembinaan. Kampung Wisata Dipowinatan sudah melaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Namun, untuk klasifikasi kampung wisata, pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta baru tahun ini melakukan akreditasi kampung wisata untuk mendapatkan hasil klasifikasi kampung wisata. Sejauh ini, menurut pengelola Kampung Wisata Dipowinatan telah menjadi kampung wisata dengan klasifikasi mandiri. Ini dikarenakan

jumlah kunjungan dari wisatawan yang stabil dan selalu aktif dalam membuat kegiatan untuk wisatawan di Kampung Wisata Dipowinatan. Selain peraturan tersebut, Kampung Wisata Dipowinatan memiliki kebijakan sendiri dalam hal penentuan paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke Kampung Wisata Dipowinatan dapat menyesuaikan dengan keinginan, *budget* dan pengalaman yang ingin dirasakan oleh wisatawan.

Kampung Wisata Kadipaten melaksanakan peraturan yang telah diberlakukan walaupun dengan kondisi sedikitnya ketersediaan dan keterlibatan sumber daya manusia yang umumnya pekerja aktif di Kota Yogyakarta. Kampung Wisata Kadipaten memiliki kebijakan dari pihak keraton, yaitu peraturan tertulis dan tidak tertulis. Salah satu dari peraturan tersebut melarang untuk memiliki *guest house* di dalam lingkungan keraton. Dengan adanya kebijakan tersebut, wisatawan yang berkunjung diberikan *guest house* di luar lingkungan keraton. Sehingga membutuhkan akomodasi tambahan untuk antar jemput wisatawan dari *guest house* ke Kampung Wisata Kadipaten.

Kampung Wisata Sayidan melaksanakan sesuai dengan peraturan yang telah berlaku. Namun, untuk klasifikasi kampung wisata, pengelola merasa masih sangat jauh jika dibandingkan dengan Kampung Wisata lainnya. Kampung Wisata Sayidan masih merintis untuk menjadi kampung wisata berkembang ataupun. Sejauh ini, Kampung Wisata Sayidan belum memiliki kebijakan secara internal dari pengelola, belum dapat memberikan paket wisata untuk wisatawan yang berkunjung. Wisatawan bebas jalan-jalan di Kampung Wisata Sayidan tanpa harus dilakukan pendataan kunjungan.

Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta secara aktif melakukan evaluasi yang bertujuan untuk pengembangan setiap kampung wisata di Kota Yogyakarta. Tahun 2018, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melakukan program akreditasi kampung wisata yang bertujuan untuk secara spesifik melakukan klasifikasi kampung wisata. Program akreditasi kampung wisata menghasilkan program-program untuk pengembangan kampung wisata menjadi lebih dikenal oleh wisatawan, lebih berkualitas dalam segi pelayanan, fasilitas, sumber daya manusia, dan lebih bersaing dengan destinasi wisata lainnya. Hasil wawancara pada aspek regulasi dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Hasil Rangkuman Aspek Regulasi

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Regulasi	Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan n Kampung Wisata	Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan n Kampung Wisata	Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata.	Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata
Regulasi khusus	Memberikan penawaran paket wisata yang dapat diatur sesuai keinginan atau <i>budget</i> wisatawan yang berkunjung	Belum ada	Belum ada	Belum ada
Hasil	Mengikuti regulasi Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan n Kampung Wisata.	Dengan kondisi sedikitnya ketersediaan dan keterlibatan SDM tetapi tetap mengikuti regulasi Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan n Kampung Wisata	Mengikuti regulasi Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata. Kampung Wisata Sayidan masih merintis untuk menjadi kampung berkembang ataupun mandiri	Seluruh kampung wisata melaksanakan Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata dan melakukan evaluasi untuk pengembangan kampung wisata serta akreditasi kampung wisata pada tahun ini untuk menghasilkan program kerja baru
Kendala	Belum ada kendala	Terdapatnya peraturan tertulis dan tidak tertulis dari pihak Keraton, seperti tidak boleh memiliki <i>guest house</i>	Belum ada kendala	Belum ada kendala
Upaya	Belum ada upaya	Melaksanakan kedua peraturan tersebut dan memberikan wisatawan <i>guest house</i> diluar wilayah Keraton	Belum ada upaya	Belum ada upaya

4.2.7 Aspek Kerjasama

Hasil wawancara mengenai aspek kerjasama dengan Kampung Wisata Dipowinatan adalah hubungan kerjasama dengan Kedubes Ceko dan warga Indonesia yang berada di Ceko. Selain itu, kerjasama juga telah dilakukan dengan pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan organisasi yang bergerak di bidang pariwisata yang berada di Kota Yogyakarta. Pengembangan kerjasama dalam hal meningkatkan kunjungan wisata ke Kampung Wisata Dipowinatan, masih terbuka peluang untuk mendapatkan dukungan kerjasama dengan kedubes lainnya dan organisasi pariwisata yang berada di luar Kota Yogyakarta. Komunikasi antar pelaku wisata dibutuhkan untuk menjaga hubungan yang baik dalam meningkatkan kunjungan wisata. komunikasi tersebut dilakukan dengan cara diskusi dengan organisasi pariwisata yang telah melakukan kerjasama serta Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sebagai mediasi untuk melakukan diskusi tersebut.

Kampung Wisata Kadipaten melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Namun, pengelola Kampung Wisata Kadipaten masih membutuhkan dukungan dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta maupun organisasi pariwisata di Kota Yogyakarta dalam hal melakukan pengembangan kampung wisata, promosi dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia terhadap penggunaan TI. Keterlibatan dan ketersediaan sumber daya manusia serta *volunteer* yang berada di sekitar Kampung Wisata Kadipaten untuk dapat membantu meningkatkan kunjungan wisata. Kerjasama juga masih terbuka bagi organisasi pariwisata yang ada di Kota Yogyakarta sebagai dukungan untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Kampung Wisata Kadipaten. Komunikasi secara aktif dilakukan dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dengan cara diskusi sebagai bahan evaluasi dan pengembangan secara bertahap yang menjadikan Kampung Wisata Kadipaten lebih berkualitas.

Kampung Wisata Sayidan bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta untuk pengembangan dan membantu untuk mempromosikan Kampung Wisata Sayidan. Dalam hal kerjasama, pengelola Kampung Wisata Sayidan membutuhkan jejaring untuk mendukung pengembangan Kampung Wisata Sayidan seperti organisasi pariwisata, perhotelan, agen perjalanan dan asosiasi *tour guide*. Komunikasi antar pelaku wisata dilakukan dengan cara diskusi dengan pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Sehingga nantinya akan menghasilkan evaluasi untuk pengembangan dan promosi Kampung Wisata Sayidan.

Kepala Bidang Kampung Wisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyatakan bahwa dalam hal kerjasama pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta memberikan

dukungan pembekalan tentang manajemen kampung wisata, memberikan sosialisasi pelayanan prima saat menyambut dan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Namun, keterlibatan sumber daya manusia yang sedikit membuat dukungan ini sulit untuk disampaikan secara merata ke setiap kampung wisata. Kesadaran sumber daya manusia terhadap pengembangan kampung wisata dinilai masih kurang. Secara aktif, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mempertemukan antara Pengelola setiap kampung wisata dengan himpunan pariwisata di Kota Yogyakarta seperti ASITA dan HPI dengan melakukan diskusi. Namun, tidak semua Pengelola kampung wisata hadir dalam diskusi tersebut. Ini menjadi salah satu permasalahan terhambatnya pengembangan kampung wisata. Hasil wawancara pada aspek kerjasama dirangkum yang dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Hasil Rangkuman Aspek Kerjasama

	Kampung Wisata Dipowinatan	Kampung Wisata Kadipaten	Kampung Wisata Sayidan	Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
Hasil	Memiliki kerjasama dengan Kedubes Ceko, warga Indonesia yang berada di Ceko, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan organisasi pariwisata di Kota Yogyakarta.	Hanya memiliki kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta	Hanya memiliki kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta untuk pengembangan dan promosi kampung wisata	memberikan dukungan pembekalan tentang manajemen kampung wisata, memberikan sosialisasi pelayanan prima saat menyambut dan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Secara aktif melakukan diskusi antara <i>stakeholder</i> kampung wisata dengan himpunan pariwisata Kota Yogyakarta, seperti ASITA dan HPI
Kebutuhan	Masih terbukanya untuk mendapatkan kerjasama dengan Kedubes dan organisasi pariwisata lainnya	Masih membutuhkan kerjasama dengan pihak lainnya untuk pengembangan kampung wisata	Masih membutuhkan kerjasama untuk mendukung pengembangan kampung wisata, seperti organisasi pariwisata, perhotelan, agen perjalanan dan asosiasi <i>tour guide</i> .	Belum ada kebutuhan
Kendala	Belum ada kendala	Belum ada kendala	Belum ada kendala	Keterlibatan SDM yang sedikit menjadikan

				dukungan sulit untuk disampaikan secara menyeluruh ke setiap kampung wisata dan kesadaran SDM masih kurang untuk pengembangan kampung wisata
--	--	--	--	--

4.3 Analisis Permasalahan

Analisis permasalahan dilakukan berdasarkan hasil pengumpulan informasi yang dikelompokkan ke dalam tujuh aspek, yaitu aspek potensi, aspek promosi, aspek sumber daya manusia, aspek infrastruktur, aspek teknologi informasi, aspek regulasi dan aspek kerjasama. Analisis permasalahan dilakukan dengan menggunakan metode SWOT. Metode SWOT terdiri dari *strengths* dan *weaknesses* merupakan faktor internal serta *opportunities* dan *threats* merupakan faktor eksternal pada organisasi.

Analisis permasalahan yang dilakukan menghasilkan enam faktor *strengths* yang meliputi :

1. Setiap kampung wisata memiliki daya tarik dan kegiatan atraksi yang berbeda-beda serta memberikan edukasi dan pengalaman kepada wisatawan.
2. Teknologi informasi berbasis *website* dan media sosial dikelola secara aktif digunakan sebagai dukungan untuk melakukan promosi dengan mendeskripsikan profil kampung wisata, paket wisata, komunikasi pasca kunjungan dan update kegiatan di kampung wisata.
3. Sumber daya manusia berasal dari masyarakat di lingkungan kampung wisata.
4. Beberapa sumber daya manusia kampung wisata sudah memiliki kemampuan terhadap penggunaan TI.
5. Kampung wisata memiliki fasilitas berupa *guest house*, panggung utama untuk pertunjukan dan penanda kampung wisata.
6. Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata diberlakukan untuk mengatur diantaranya, struktur sumber daya manusia, regenerasi pengelola setiap lima tahun, dan pengelolaan kampung wisata.

Analisis permasalahan yang dilakukan menghasilkan lima faktor *weaknesses* yang meliputi:

1. Promosi menggunakan media cetak, media alternatif, dan media internet dengan cara mendeskripsikan profil kampung wisata dan paket wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Namun, promosi tidak dilakukan semaksimal mungkin

dikarenakan adanya resiko jika sumber daya manusia di kampung wisata tidak melayani wisatawan secara maksimal.

2. Keterlibatan sumber daya manusia di kampung wisata masih sedikit serta kemampuan sumber daya manusia yang masih kurang dalam hal melayani wisatawan dan pengetahuan terhadap penggunaan TI yang dapat digunakan untuk promosi kampung wisata.
3. Masih kurangnya fasilitas dan akomodasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan beberapa pemasangan penanda kampung wisata masih kurang tepat.
4. Masih kurang terhadap penggunaan TI dan difungsikannya TI untuk mendukung promosi dikarenakan kurangnya pengetahuan sumber daya manusia.
5. Masih kurang dalam melakukan pembinaan, kelembagaan, dan klasifikasi kampung wisata.

Analisis permasalahan yang dilakukan menghasilkan empat faktor *opportunities* yang meliputi :

1. Masih membutuhkan pengembangan fasilitas serta akomodasi kampung wisata.
2. Masih terbukanya kesempatan untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang membidangi pariwisata dan memberdayakan *volunteer* untuk keterlibatan dalam pengelolaan kampung wisata.
3. Paket wisata yang ditawarkan dapat diatur sesuai dengan keinginan wisatawan.
4. Masih membutuhkan program-program kerja baru untuk pengembangan kampung wisata yang didapatkan dari hasil akreditasi kampung wisata tahun ini dengan melakukan diskusi dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Analisis permasalahan yang dilakukan menghasilkan tiga faktor *threats* yang meliputi :

1. Adanya kebijakan yang menghambat dalam pengembangan kampung wisata.
2. Tidak boleh memiliki *guest house*.
3. Wisatawan lebih memilih wisata berbasis alam dibandingkan berbasis tradisi sosial dan budaya seperti kampung wisata.

Hasil empat faktor utama pada SWOT diatas dirangkum dan diberikan kata kunci, diantaranya “S” untuk faktor *strengths*, “W” untuk faktor *weaknesses*, “O” untuk faktor *opportunities* dan “T” untuk faktor *threats*. Hasil rangkuman empat faktor SWOT menggunakan kata kunci dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Hasil Rangkuman Empat Faktor SWOT

INTERNAL FACTORS	
STRENGTHS (+)	WEAKNESSES (-)
S1. Daya Tarik dan kegiatan atraksi yang berbeda S2. Teknologi informasi untuk promosi S3. SDM merupakan masyarakat kampung wisata S4. SDM memiliki kemampuan dalam penggunaan TI S5. Kampung wisata memiliki fasilitas S6. Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kampung Wisata	W.1. Promosi tidak dilakukan secara maksimal W.2. Kurangnya keterlibatan SDM dan pengetahuan penggunaan TI W.3. Kurangnya fasilitas dan akomodasi W.4. Kurangnya penggunaan TI untuk promosi W.5. Kurang melakukan pembinaan, kelembagaan dan klasifikasi kampung wisata
EXTERNAL FACTORS	
OPPORTUNITIES (+)	THREATS (-)
O1. Masih membutuhkan pengembangan fasilitas dan akomodasi O2. Masih terbukanya untuk menjalin kerjasama O3. Paket wisata dapat diatur sesuai keinginan wisatawan O4. Masih membutuhkan program kerja baru untuk pengembangan kampung wisata	T1. Terdapat kebijakan yang menghambat pengembangan kampung wisata T2. Tidak boleh memiliki <i>guest house</i> T3. Wisatawan lebih memilih wisata alam

Metode SWOT menghasilkan empat arahan strategi. Arahan strategi yang dihasilkan dalam penelitian ini berfokus untuk strategi TI, diantaranya;

Strategi *Strengths-Opportunities* (SO) diperoleh dari memanfaatkan *strengths* yang dimiliki organisasi dan menggunakan *opportunities* untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi yang dimaksud yaitu meningkatkan pengembangan fasilitas, akomodasi, penggunaan teknologi informasi dan melaksanakan program-program kerja baru di Kampung Wisata. Strategi tersebut secara spesifik dijabarkan menjadi tiga strategi SO.

Strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) diperoleh dengan berfokus mengatasi *weaknesses* yang dimiliki organisasi dan memanfaatkan *opportunities* yang ada. Strategi yang dimaksud yaitu membuat dan menerapkan pelatihan dan penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia sehingga kinerja terhadap pengelolaan dan promosi kampung wisata dapat dilakukan lebih maksimal. Strategi tersebut secara spesifik dijabarkan menjadi tiga strategi WO.

Strategi *Strengths-Threats* (ST) diperoleh dari memanfaatkan *strengths* yang dimiliki organisasi untuk mencegah dan mengatasi *threats* yang ada. Strategi yang dimaksud yaitu meningkatkan nilai bisnis dan menciptakan kemas daya tarik kampung wisata yang lebih menarik. Strategi tersebut secara spesifik dijabarkan menjadi dua strategi ST.

Strategi *Weaknesses-Threats* (WT) diperoleh dengan membangun pola berpikir untuk mengatasi *weaknesses* yang dimiliki organisasi dan mencegah *threats* yang ada. Strategi yang dimaksud yaitu penggunaan teknologi informasi, meningkatkan kesadaran sumber daya manusia dan menyelaraskan visi misi organisasi dengan perkembangan teknologi informasi. Strategi tersebut secara spesifik dijabarkan menjadi tiga strategi WT. Hasil empat arahan strategi SWOT tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Hasil Empat Arahan Strategi SWOT

Internal Eksternal	Strengths	Weaknesses
Opportunities	Strategi SO : 1. Meningkatkan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata sesuai dengan daya tarik dan kegiatan atraksi yang diberikan kepada wisatawan. (S1, S5, O1) 2. Meningkatkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan promosi kampung wisata serta mencari mitra baru untuk meningkatkan kunjungan wisata. (S2, S3, S4, O2, O3) 3. Meningkatkan pelaksanaan program-program kerja baru untuk pengembangan kampung wisata dari hasil akreditasi sesuai dengan Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 yang didukung dengan teknologi informasi. (S2, S6, O4)	Strategi WO : 1. Membuat dan menerapkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia di kampung wisata dalam penggunaan teknologi informasi untuk pengelolaan kampung wisata dan promosi, kesiapan pelayanan prima untuk mendampingi wisatawan. (W2, W3, W4, O2, O3) 2. Membuat dan menerapkan teknologi informasi untuk mendukung promosi secara aktif dan membuka kerjasama dengan pihak-pihak pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pengembangan fasilitas kampung wisata. (W1, W4, O1, O2, O4) 3. Penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam hal pembinaan, kelembagaan serta program-program kerja baru dari hasil akreditasi kampung wisata. (W5, O4)
Threats	Strategi ST : 1. Meningkatkan nilai bisnis dari koordinasi <i>stakeholder</i> yang terlibat untuk melakukan inovasi pengembangan kampung wisata yang didukung dengan teknologi informasi. (S3, S4, S5, S6, T1, T2) 2. Menciptakan kemasan daya tarik dan kegiatan atraksi kampung wisata yang menarik dan melakukan promosi secara aktif dengan dukungan teknologi informasi. (S1, S2, S4, T3)	Strategi WT : 1. Menggunakan teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan fasilitas dan kebutuhan wisatawan di kampung wisata. (W3, W4, T1, T2) 2. Meningkatkan kesadaran sumber daya manusia terhadap pentingnya penggunaan teknologi informasi dalam mendukung pengelolaan dan promosi kampung wisata. (W1, W2, W4, W5, T1, T3) 3. Menyelaraskan visi misi organisasi dengan inovasi teknologi informasi yang didasarkan dari kekuatan yang telah dimiliki. (W1, W4, W5, T1, T3)

4.4 Perumusan Draft Strategi TI

Perumusan draft strategi TI berdasarkan hasil strategi TI yang diperoleh dari analisis permasalahan dengan menggunakan metode SWOT. IT BSC digunakan untuk melakukan perumusan draft strategi TI. IT BSC memiliki empat perspektif, yaitu perspektif kontribusi perusahaan, perspektif orientasi pengguna, perspektif keunggulan operasional dan perspektif orientasi masa depan.

Perspektif kontribusi perusahaan melakukan evaluasi kinerja TI berdasarkan pandangan manajemen eksekutif untuk mencapai kontribusi bisnis organisasi terhadap investasi TI. Hasil perumusan draft strategi TI pada perspektif ini yaitu meningkatkan nilai bisnis dengan *stakeholder* yang terlibat dan menyelaraskan visi misi organisasi dengan inovasi TI. Draft strategi TI yang dikelompokkan pada perspektif ini secara spesifik dijabarkan menjadi dua strategi.

Perspektif orientasi pengguna melakukan evaluasi kinerja TI berdasarkan pandangan pengguna bisnis internal dan pelanggan. Hasil perumusan draft strategi TI pada perspektif ini yaitu membuat dan menerapkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan serta pengetahuan sumber daya manusia dalam penggunaan TI, meningkatkan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata untuk wisatawan, dan penggunaan teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan fasilitas kampung wisata dan wisatawan. Draft strategi TI yang dikelompokkan pada perspektif ini secara spesifik dijabarkan menjadi tiga strategi.

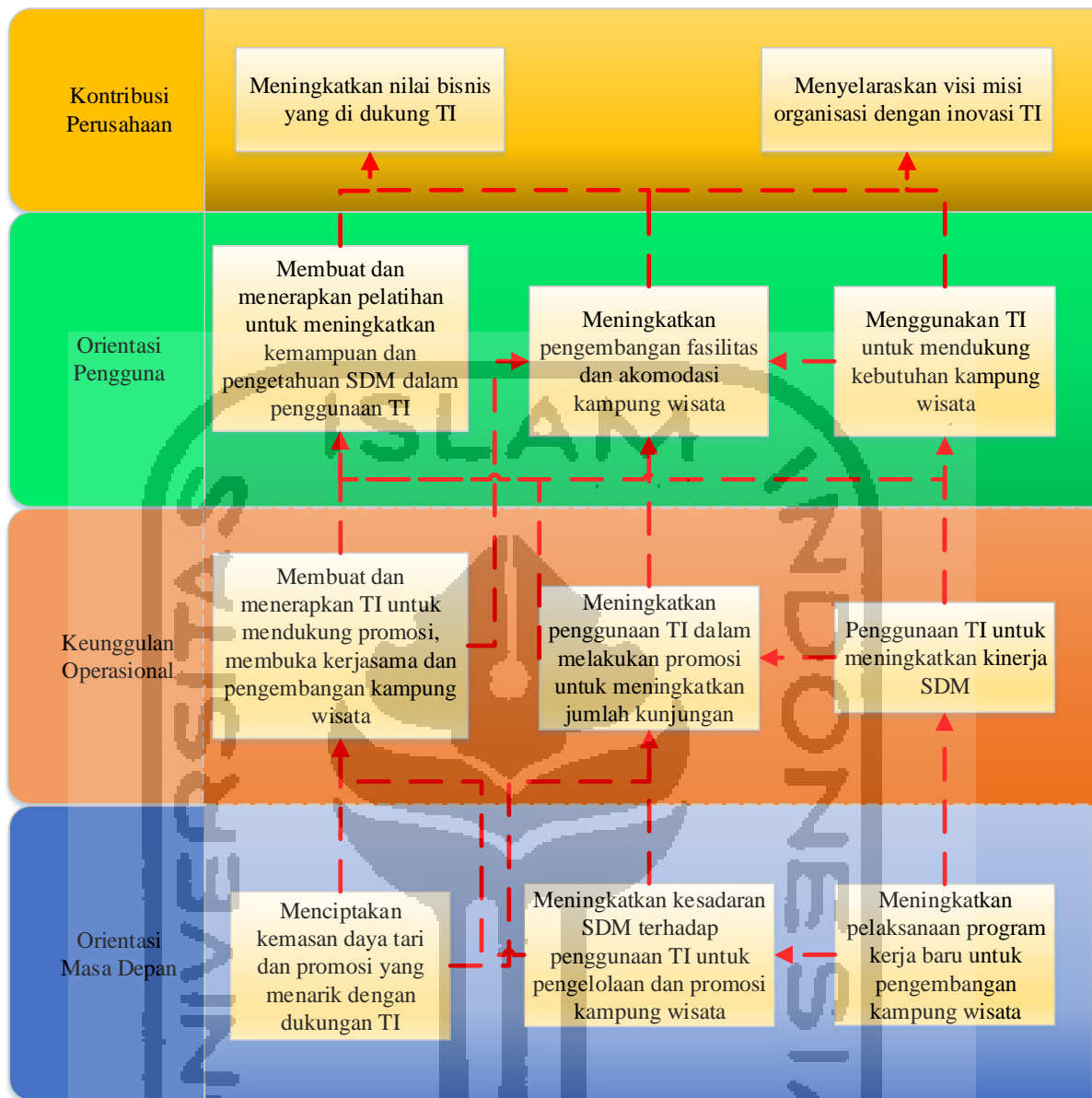
Perspektif keunggulan operasional menilai kinerja TI berdasarkan efektifitas dan efisiensi dari proses TI pada organisasi yang dinilai oleh pihak manajer, badan audit dan regulasi. Hasil perumusan draft strategi TI pada perspektif ini yaitu membuat dan menerapkan TI untuk mendukung promosi, meningkatkan penggunaan TI untuk promosi dan penggunaan TI untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia. Draft strategi TI yang dikelompokkan pada perspektif ini secara spesifik dijabarkan menjadi tiga strategi.

Perspektif orientasi masa depan menilai kinerja TI berdasarkan departemen TI di organisasi terhadap tantangan dimasa mendatang. Hasil perumusan draft strategi TI pada perspektif ini yaitu menciptakan kemasan daya tarik kampung wisata yang menarik, meningkatkan kesadaran sumber daya manusia dan meningkatkan pelaksanaan program-program kerja baru untuk pengembangan kampung wisata. Draft strategi TI yang dikelompokkan pada perspektif ini secara spesifik dijabarkan menjadi tiga strategi. Perumusan draft strategi TI yang dikelompokkan dalam setiap perspektif IT BSC dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Draf Strategi TI pada Perspektif IT BSC

Perspektif	Strategi
Kontribusi Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan nilai bisnis dari koordinasi stakeholder yang terlibat untuk melakukan inovasi pengembangan kampung wisata didukung dengan teknologi informasi 2. Menyelaraskan visi misi organisasi dengan inovasi teknologi informasi yang didasari dari kekuatan yang dimiliki.
Orientasi Pengguna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat dan menerapkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia kampung wisata dalam penggunaan TI untuk pengelolaan kampung wisata dan promosi, kesiapan pelayanan prima untuk mendampingi wisatawan. 2. Meningkatkan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata sesuai dengan daya tarik dan kegiatan atraksi yang diberikan kepada wisatawan. 3. Menggunakan teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan fasilitas serta kebutuhan wisatawan di kampung wisata
Keunggulan Operasional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat dan menerapkan TI untuk mendukung promosi secara aktif dan membuka kerjasama dengan pihak-pihak pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pengembangan fasilitas kampung wisata. 2. Meningkatkan penggunaan TI untuk melakukan promosi kampung wisata serta mencari mitra baru untuk meningkatkan kunjungan wisata. 3. Penggunaan TI untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam hal pembinaan, kelembagaan serta program-program kerja baru dari hasil akreditasi kampung wisata.
Orientasi Masa Depan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan kemasan daya tarik dan atraksi kampung wisata yang lebih menarik dan melakukan promosi secara aktif yang didukung teknologi informasi. 2. Meningkatkan kesadaran sumber daya manusia terhadap pentingnya penggunaan teknologi informasi dalam mendukung pengelolaan dan promosi kampung wisata. 3. Meningkatkan pelaksanaan program-program kerja baru untuk pengembangan kampung wisata dari hasil akreditasi sesuai dengan Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 serta didukung dengan TI.

Hasil draf strategi TI pada Tabel 4.10 dibuat peta strategi yang bertujuan untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat setiap strategi TI yang telah dikelompokkan menggunakan IT BSC. Peta strategi IT BSC dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4. 1 Peta Strategi IT BSC

4.5 Evaluasi dan Validasi Strategi TI

Evaluasi dan validasi strategi TI dilakukan pada tanggal 21 Desember 2018 jam 09.00 WIB sampai dengan jam 10.45 WIB di Ruang Rapat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Ada 11 strategi TI yang dihasilkan dari tahap perumusan draf strategi TI yang telah dilakukan sebelumnya. Strategi TI yang berjumlah 11 tersebut dilakukan evaluasi dan validasi kepada pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dengan memberikan parameter dengan penilaian 1 sampai 10 untuk setiap strategi TI. Semakin rendah nilai parameter dari strategi TI berarti strategi TI tersebut semakin tidak mungkin untuk dilakukan atau

diterapkan. Sebaliknya, semakin tinggi nilai parameter dari strategi TI berarti strategi TI tersebut semakin mungkin untuk dilakukan atau diterapkan.

Evaluasi dan validasi strategi TI dilakukan secara langsung kepada Ibu Yetti Martanti, S.SOS., M.M. selaku Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Hasil evaluasi dan validasi strategi TI yang telah dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dijelaskan sebagai berikut;

Perspektif kontribusi perusahaan, yaitu meningkatkan nilai bisnis dari koordinasi *stakeholder* yang terlibat untuk melakukan inovasi pengembangan kampung wisata didukung dengan TI. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 8. Selama ini nilai bisnis dari koordinasi *stakeholder* yang terlibat sudah dilaksanakan tetapi belum didukung dengan TI. Penggunaan TI untuk mendukung peningkatan nilai bisnis membutuhkan waktu yang cukup lama. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta telah melakukan akreditasi kampung wisata yang berfokus pada 3 aspek, yaitu produk, pelayanan dan pengelolaan. Ketiga aspek tersebut harus terlaksana dengan baik terlebih dahulu supaya penggunaan TI memiliki benefit. Sehingga, dengan adanya benefit dari penggunaan TI dapat meningkatkan nilai bisnis dan pengembangan kampung wisata.

Perspektif kontribusi perusahaan, yaitu menyelaraskan visi misi organisasi dengan inovasi teknologi informasi yang didasari dari kekuatan yang dimiliki. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 8. Sejauh ini, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sudah menggunakan teknologi informasi untuk mencapai visi misi termasuk promosi kampung wisata yang menjadi salah satu Objek Daya Tarik Wisata (ODTW). Walaupun ketersediaan sumber daya manusia yang dimiliki Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sangat terbatas, inovasi teknologi informasi selalu dilakukan untuk mendukung dalam menyelaraskan visi misi organisasi. Sehingga, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan memaksimalkan inovasi teknologi informasi untuk menyelaraskan visi misi organisasi serta pengembangan dan pemasaran pariwisata khususnya kampung wisata.

Perspektif orientasi pengguna, yaitu membuat dan menerapkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia di kampung wisata dalam penggunaan TI untuk pengelolaan, promosi dan kesiapan pelayanan prima untuk mendampingi wisatawan di kampung wisata. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 7. Sejauh ini, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta secara bertahap membuat dan menerapkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia di kampung wisata. Secara umum, pelatihan sumber daya manusia sudah dilakukan untuk pengelolaan dan pelayanan kampung wisata. Namun, pelatihan secara khusus penggunaan

TI untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia yang berguna dalam hal promosi, pelayanan dan pengelolaan belum terlaksana. Sehingga, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta masih membutuhkan waktu untuk dapat membuat dan menerapkan pelatihan dalam hal meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia di kampung wisata terhadap penggunaan TI untuk pengelolaan, promosi dan pelayanan.

Perspektif orientasi pengguna, yaitu meningkatkan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata sesuai dengan daya tarik dan kegiatan atraksi yang diberikan kepada wisatawan. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 7. Hal ini dikarenakan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata belum menjadi perhatian untuk dilaksanakan, khususnya kampung wisata. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta masih fokus dalam hal pengelolaan kampung wisata termasuk pembinaan dan kelembagaan kampung wisata. Kampung wisata merupakan objek daya tarik wisata yang berbasis masyarakat. Saat ini, masyarakat di kampung wisata masih banyak yang belum paham mengenai pengelolaan, pembinaan dan kelembagaan. Sehingga, ketika masyarakat di kampung wisata sudah mampu dalam hal tersebut, maka Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan melakukan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata.

Perspektif orientasi pengguna, yaitu menggunakan teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan fasilitas serta kebutuhan wisatawan di kampung wisata. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 7. Hal ini dikarenakan masih kurangnya ketersediaan, kesadaran, kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia di kampung wisata. Kurangnya ketersediaan dan kesadaran masyarakat kampung wisata disebabkan karena pengelolaan kampung wisata belum menjadi pekerjaan utama bagi masyarakat di lingkungan kampung wisata. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menilai kurangnya kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia terhadap penggunaan TI disebabkan karena pengelolaan dan kelembagaan disetiap kampung wisata yang belum solid. Penggunaan teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan fasilitas serta akomodasi kampung wisata akan dilaksanakan setelah kekurangan tersebut sudah terlengkapi.

Perspektif keunggulan operasional, yaitu membuat dan menerapkan TI untuk mendukung promosi secara aktif dan membuka kerjasama dengan pihak-pihak pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pengembangan fasilitas kampung wisata. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 8. Hal ini dikarenakan upaya untuk menerapkan TI dalam mendukung promosi dan membuka kerjasama merupakan indikator yang melekat dalam aspek pengelolaan dan aspek pelayanan kampung wisata dengan

tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyadari bahwa adanya ketidaksamaan kemampuan sumber daya manusia setiap kampung wisata, ada sumber daya manusia kampung wisata yang cepat dalam melakukan pengelolaan dan ada pula sumber daya manusia kampung wisata yang masih memerlukan pendampingan dalam melakukan pengelolaan. Sehingga, terlepas dari pendampingan tersebut, menerapkan TI untuk mendukung promosi secara aktif dan membuka kerjasama dengan pihak-pihak pariwisata menjadi hal yang sangat penting untuk tetap dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Perspektif keunggulan operasional, yaitu meningkatkan penggunaan TI untuk melakukan promosi kampung wisata serta mencari mitra baru untuk meningkatkan kunjungan wisata. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 7. Hal ini dikarenakan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia mengoperasikan penggunaan TI untuk melakukan promosi kampung wisata serta mencari mitra baru untuk meningkatkan kunjungan wisata masih sangat kurang dan tidak sering dilakukan secara mandiri. Hal tersebut didasarkan pada pengelolaan dan kelembagaan kampung wisata yang belum solid. Sehingga, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan selalu ikut serta untuk meningkatkan penggunaan TI dalam melakukan promosi kampung wisata.

Perspektif keunggulan operasional, yaitu penggunaan TI untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam hal pembinaan, kelembagaan serta program-program kerja baru dari hasil akreditasi kampung wisata. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 7. Hal ini dikarenakan pengelolaan, pembinaan dan kelembagaan di kampung wisata belum terlaksana dengan baik. Selain itu, kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia di kampung wisata terhadap penggunaan TI masih sangat kurang. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menyatakan bahwa jika pengelolaan, pembinaan dan kelembagaan kampung wisata telah berjalan sesuai dengan regulasi yang diberlakukan, maka setiap kampung wisata seharusnya memiliki minimal seorang admin untuk mengelola penggunaan TI dalam mendukung kinerja di kampung wisata. Sehingga, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan tetap melaksanakan penggunaan TI untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia di kampung wisata setelah pengelolaan, pembinaan dan kelembagaan terlaksana dengan baik.

Perspektif orientasi masa depan, yaitu menciptakan kemasan daya tarik dan atraksi kampung wisata lebih menarik dan melakukan promosi secara aktif yang didukung teknologi informasi. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 8. Hal ini dikarenakan setiap kampung wisata wajib untuk memberikan laporan ke Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

setiap setahun sekali terkait perkembangan produk, pelayanan dan pengelolaan yang dilakukan di setiap kampung wisata. Sehingga, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta selalu melaksanakan evaluasi dan memberikan dukungan terhadap perkembangan yang telah dilakukan di setiap kampung wisata.

Perspektif orientasi masa depan, yaitu meningkatkan kesadaran sumber daya manusia terhadap pentingnya penggunaan teknologi informasi dalam mendukung pengelolaan dan promosi kampung wisata. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 8. Hal ini dikarenakan kelembagaan yang ada di kampung wisata belum terkoordinasi dengan baik. Selain itu, kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia terhadap penggunaan teknologi informasi masih sangat kurang. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan melakukan peningkatan kesadaran sumber daya manusia di kampung wisata terhadap penggunaan teknologi informasi dalam mendukung pengelolaan dan promosi kampung wisata dengan kondisi kelembagaan yang sudah terkoordinasi dengan baik dan memberikan edukasi untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan terkait penggunaan teknologi informasi.

Perspektif orientasi masa depan, yaitu meningkatkan pelaksanaan program-program kerja baru untuk pengembangan kampung wisata dari hasil akreditasi sesuai dengan Peraturan Walikota Yogyakarta No. 115 serta didukung dengan TI. Strategi TI tersebut memperoleh nilai 9. Hal ini dikarenakan hasil akreditasi 8 kampung wisata yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta didapatkan beberapa kampung wisata telah memiliki produk dan pelayanan yang dapat dinikmati wisatawan. Kemudian, beberapa pengelolaan kampung wisata sudah sesuai dengan peraturan yang diberlakukan. Setiap setahun sekali, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melakukan evaluasi untuk pengembangan dan program kerja baru di setiap kampung wisata. Sehingga, secara bertahap Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan melaksanakan meningkatkan program kerja baru dan pengembangan kampung wisata dengan dukungan TI.

Hasil evaluasi dan validasi strategi TI yang telah dilakukan kepada Ibu Yetti Martanti, S.SOS., M.M. selaku Kepala Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan memberikan penilaian terhadap masing-masing strategi TI dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11 Hasil Evaluasi dan Validasi Strategi TI

No.	Perspektif	Strategi
1.	Kontribusi	Meningkatkan nilai bisnis dari koordinasi <i>stakeholder</i> yang terlibat untuk melakukan inovasi pengembangan kampung wisata didukung

	Perusahaan	dengan TI. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
2.		Menyelaraskan visi misi organisasi dengan inovasi teknologi informasi yang didasari dari kekuatan yang dimiliki. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
3.	Orientasi Pengguna	Membuat dan menerapkan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan sumber daya manusia kampung wisata dalam penggunaan TI untuk pengelolaan kampung wisata dan promosi, kesiapan pelayanan prima untuk mendampingi wisatawan. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
4.		Meningkatkan pengembangan fasilitas dan akomodasi kampung wisata sesuai dengan daya tarik dan kegiatan atraksi yang diberikan kepada wisatawan. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
5.		Menggunakan teknologi informasi untuk mendukung kebutuhan fasilitas serta kebutuhan wisatawan di kampung wisata. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
6.	Keunggulan Operasional	Membuat dan menerapkan TI untuk mendukung promosi secara aktif dan membuka kerjasama dengan pihak-pihak pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan pengembangan fasilitas kampung wisata. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
7.		Meningkatkan penggunaan TI untuk melakukan promosi kampung wisata serta mencari mitra baru untuk meningkatkan kunjungan wisata. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
8.		Penggunaan TI untuk meningkatkan kinerja sumber daya manusia dalam hal pembinaan, kelembagaan serta program-program kerja baru dari hasil akreditasi kampung wisata. 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 Tidak Akan Dilakukan Sangat Akan Dilakukan
9.	Orientasi Masa Depan	Menciptakan kemasan daya tarik dan atraksi kampung wisata yang

