

**“STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KOTA
YOGYAKARTA BERDASARKAN PENDEKATAN BOSTON CONSULTING
GROUP (BCG) SELAMA MASA PANDEMI COVID-19”**

Laporan Tugas Akhir Magang

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Dosen Pengampu

Agus Abdurrahman, Drs., M.M.



Disusun Oleh:

Nama : Jawed Annisa Salsabila

NIM : 18311294

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta Berdasarkan Pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) Selama Masa Pandemi Covid-19

TUGAS AKHIR MAGANG

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Jawed Annisa Salsabila
Nomor Mahasiswa : 18311294
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam laporan magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai ketentuan yang berlaku”

Yogyakarta, 11 Juli 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote is partially visible, showing the number '10000' and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and 'MERDEKA BERKUALITAS'. The signature is written in a cursive style.

Jawed Annisa Salsabila

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG

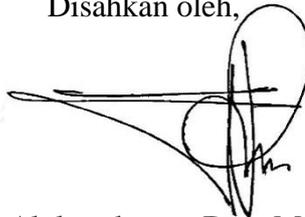
Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta Berdasarkan Pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) Selama Masa Pandemi Covid-19

Nama	: Jawed Annisa Salsabila
Nomor Mahasiswa	: 18311294
Program Studi	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Pemasaran
Dosen Pembimbing Magang	: Agus Abdurrahman, Drs., M. M.
Tempat Magang	: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Telah disetujui dan disahkan untuk ujian Tugas Akhir-Strata 1

Yogyakarta, 25 Juni 2022

Disahkan oleh,



Agus Abdurrahman, Drs., M. M.

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala kemudahan yang telah diberi serta kelancaran dalam penyusunan laporan magang ini, sehingga laporan magang ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan laporan magang ini dipersembahkan kepada :

1. Agus Abdurrahman, Drs., M. M. Selaku dosen pembimbing tugas akhir magang yang sudah membantu memberikan pengarahan selama mengerjakan laporan magang kepada penulis untuk penyelesaian laporan magang ini.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan selalu untuk kelancaran penulis agar dapat diberikan kemudahan sampai menyelesaikan laporan magang dengan baik.
3. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan selama pembuatan laporan magang ini dengan dukungan serta motivasi sehingga laporan magang dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahill'abamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan keberkahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan maporan magang ini yang berjudul **“Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta Berdasarkan Pendekatan *Boston Consulting Group (BCG)* Selama Masa Pandemi Covid-19.”** Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa laporan magang masih jauh dari kata sempurna dan juga terselesainya penulisan laporan magang ini tidak lepas dari doa, motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT atas ijin-Nya, ridho-Nya dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan diberi kemudahan dan kelancaran. Dan penulis dapat menuntun laporan magang ini ke jalan yang benar.
2. Prof. Jaka Sriyana, SE., MSi., PhD selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia serta kepada Awan Setya Dewanta, Drs .,M.Ec.Dev selaku dosen pembimbing laporan magang penulis dengan banyak kebaikan dan kesabaran yang telah berkenan untuk meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan laporan magang serta pengarahan untuk penulis menyelesaikan ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmunya selama duduk dibangku perkuliahan.

4. Kepada keluarga penulis tercinta yaitu orang tua penulis, Bapak Asmoro Hadi dan Ibu Dwi Handayani serta adik kandung penulis Jawed Iqbal Al-Faruqy yang selalu mendoakan penulis serta memberikan dukungan, semangat, dan motivasi untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan magang tepat waktu.
5. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang hingga akhir meskipun banyak naik turun selama masa pengerjaan. Jawed *you have done the best*.
6. Spesial kepada Albert Dahril Munandar, yang selalu menemani dan mendukung dalam segala kondisi, yang selalu mendoakan penulis dengan tulus dan tak pernah putus.
7. Terimakasih teman-teman seperjuangan bangku kuliah yaitu Zahra, Lita, Dina, Fadia, Adel yang selalu membantu dan mendukung penulis selama menyelesaikan laporan magang.
8. Terimakasih teman-teman magang selama di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Wanda, Amri, Ria, Edza, Nando yang selalu menemani dan memotivasi penulis selama pengerjaan laporan magang.
9. Terimakasih kepada pembimbing lapangan Bu Dian dan Bu Aan yang membantu penulis selama magang di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.
10. Serta untuk seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan banyak terima kasih. Semoga seluruh kebaikan dan keridhoan diterima oleh Allah SWT.

Semoga seluruh doa, bimbingan serta dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang sepadan oleh Allah SWT. Mohon maaf jika terdapat kesalahan yang tidak didasari oleh penulis dalam menyelesaikan laporan ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam magang ini dan semoga laporan magang ini dapat berguna untuk semua yang membacanya Aamiinn Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 25 Juni 2022

Penulis,



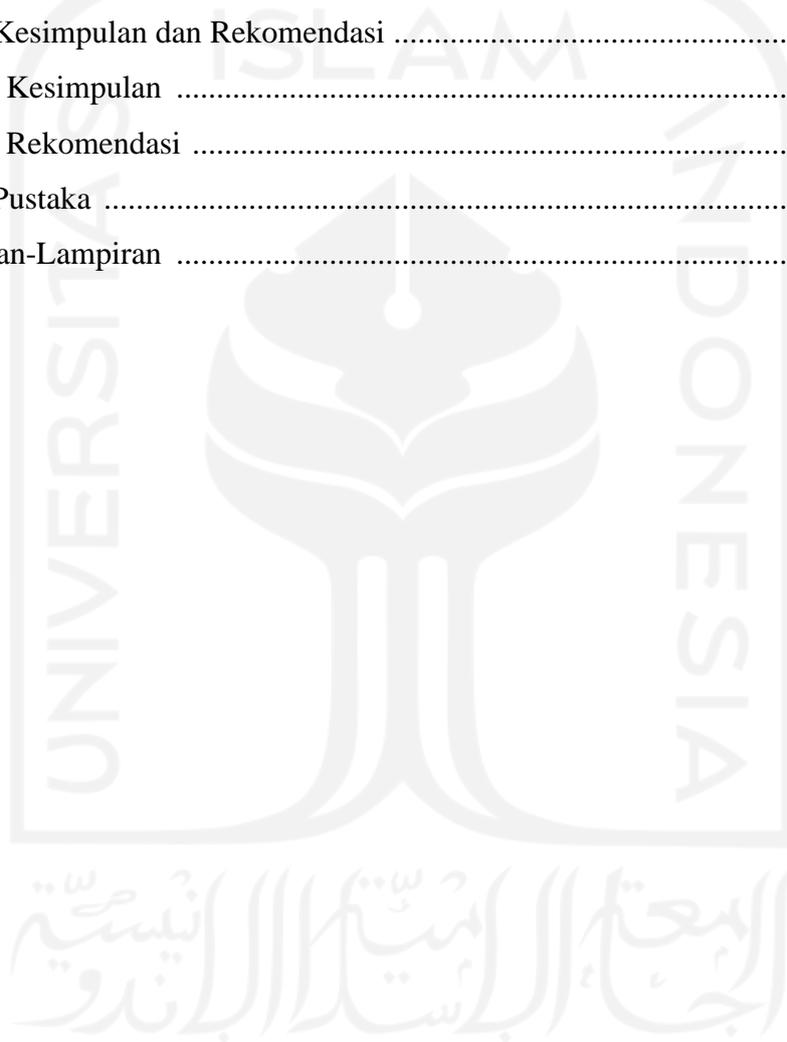
Jawed Annisa Salsabila



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Plagiarisme	ii
Lembar Pengesahan	iii
Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Magang	5
1.5 Manfaat Magang	6
Bab II Landasan Teori	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Desain Portofolio Bisnis	8
2.3 Pariwisata	9
2.4 Enam Destinasi di Daerah Kota Yogyakarta	9
2.5 Kerangka Kerja	18
Bab III Metode Penelitian Laporan Magang	20
3.1 Pendekatan	15
3.2 Unit Analisis	22

Bab IV Hasil Pelaksanaan Program dan Diskusi	24
4.1 Hasil Temuan Lapangan	24
4.2 Faktor-Faktor Pendukung Pelaksanaan Program Magang	28
4.3 Faktor-Faktor Penghambat Pelaksanaan Program Magang	28
Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi	30
5.1 Kesimpulan	30
5.2 Rekomendasi	30
Daftar Pustaka	32
Lampiran-Lampiran	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1	8
Gambar 2.4.2	9
Gambar 2.4.3	10
Gambar 2.4.4	11
Gambar 2.4.5	12
Gambar 2.4.6	13
Gambar 2.3.1	14
Gambar 3.1	20
Gambar 4.1	27

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
الجامعة الإسلامية
الاستد بالاندو

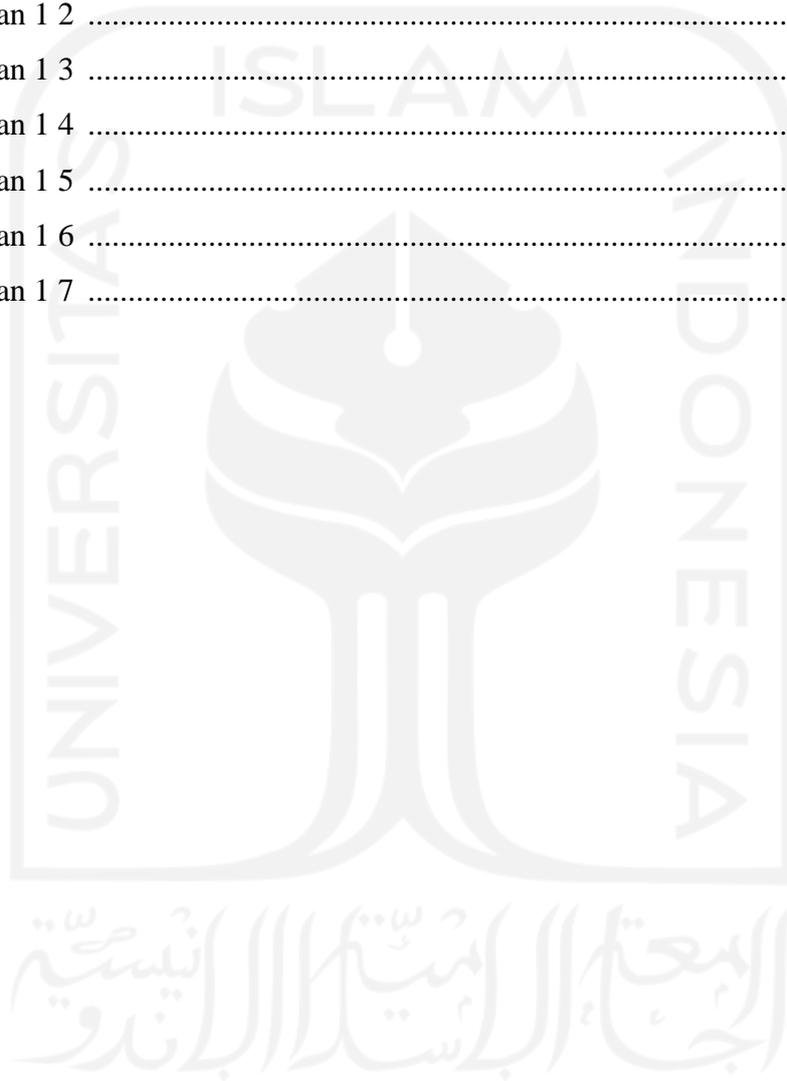
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1	36
Lampiran 1 2	37
Lampiran 1 3	38
Lampiran 1 4	39
Lampiran 1 5	40
Lampiran 1 6	41
Lampiran 1 7	55



ABSTRAK

Covid-19 merupakan virus yang cukup mematikan, bukan hanya pada tubuh manusia akan tetapi terhadap pertumbuhan ekonomi diantaranya pada sektor pariwisata terutama enam destinasi pariwisata Kota Yogyakarta yaitu Kraton Yogyakarta, Museum Sonobudoyo, Museum Benteng Vredeburg, Gembira Loka, Taman Pintar dan Hotel sekitar kawasan. Destinasi-destinasi tersebut terus mengalami penurunan kunjungan sehingga berimbas terhadap perekonomian sekitar. Oleh karena itu, tujuan dibuatnya laporan magang ini untuk mengetahui pangsa pasar dan pertumbuhan industri mana yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan melalui hasil analisis BCG Matrix. Laporan magang ini menggunakan metode studi kasus kuantitatif dan analisis BCG Matrix, mengambil data sekunder yaitu data kunjungan wisatawan tahun 2019-2020. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hotel berada pada posisi pasar *Star*, karena memiliki *market share* terbesar dengan jumlah 60%, destinasi kunjungan ini juga memiliki penurunan *market growth* paling rendah yaitu sebesar -93,26%. Tingkat kunjungan per tahun dari destinasi ini juga yang paling tinggi yaitu sebesar 1.480.342. Meskipun adanya pandemi Covid-19 tidak banyak mempengaruhi tingkat pertumbuhan. Kraton Yogyakarta, Gembira Loka, Taman Pintar, Museum Benteng Vredeburg, dan Museum Sonobudoyo berada diposisi *Dog*, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 sehingga menyebabkan penurunan *market growth* yang cukup tajam juga. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak penerima magang yaitu Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mengembangkan dan meningkatkan destinasi pariwisata melalui pemasaran.

Kata kunci: *BCG Matrix, Destination Development, Market Share, Market Growth*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

Berdirinya Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yaitu berdasarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 5 Tahun 2016. Berlokasi di Gedung Dwisatawarsa Jl. Pekapalan Alun-Alun Utara Yogyakarta, lalu pada 1 Juli tahun 2017 Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dipindahkan ke Jl. Suroto No. 11 Kota Yogyakarta hingga saat ini.

Bangunan yang digunakan sebagai kantor merupakan Bangunan Cagar Budaya (BCB) dan masuk kedalam Kawasan Cagar Budaya (KCB). Sebelum menjadi Dinas Pariwisata, Dinas Pariwisata sendiri telah mengalami perubahan nama sebanyak tiga kali hingga pada tahun 2008, Dinas Pariwisata ditetapkan dengan nama Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta hingga saat ini berdasarkan peraturan Daerah No. 10 Tahun 2008.

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta merupakan instansi yang bergerak pada bidang pemasaran informasi terutama pada bidang pariwisata, dan kuliner yang ada di Kota Yogyakarta melalui media sosial dan peta-peta atau brosur yang disebar luaskan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Selain itu, Dinas Pariwisata juga bertanggung jawab untuk mengoptimalkan pemasaran destinasi yang ada di Kota Yogyakarta

Berikut merupakan visi dan misi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta :

Visi:

"Terwujudnya Kota Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata terkemuka yang bertumpu pada kekuatan dan keunggulan pariwisata lokal serta mampu memperkokoh jati diri, memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat, serta dapat menjadi lokomotif pembangunan Kota Yogyakarta secara menyeluruh".

Misi:

1. Mengoptimalkan potensi obyek dan daya tarik wisata yang ada di Kota Yogyakarta sebagai aset utama kepariwisataan.
2. Membuat perencanaan pembangunan pariwisata Kota Yogyakarta secara komprehensif, terpadu dan berkelanjutan dengan tetap mengedepankan prinsip pelestarian dan pengembangan pariwisata lokal.
3. Membangun kemitraan yang kondusif antara pemerintah, masyarakat, dan swasta/pengusaha dalam mengembangkan pariwisata Kota Yogyakarta.
4. Meningkatkan peran aktif dan apresiasi masyarakat serta swasta/pengusaha dalam memajukan pariwisata Kota Yogyakarta.
5. Meningkatkan kualitas dan profesionalisme sumberdaya manusia bidang pariwisata.
6. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya pariwisata bagi Kota Yogyakarta.
7. Menumbuhkan sikap sadar wisata pada semua komponen masyarakat Yogyakarta.
8. Memberikan pelayanan prima dan menyiapkan system informasi pariwisata yang memadai.
9. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat Yogyakarta baik secara material maupun sosial (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2017).

1.2 Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang kental akan budaya dan destinasi wisatanya, salah satunya destinasi-destinasi yang terdapat di Kota Yogyakarta yaitu; Kraton Yogyakarta, merupakan bangunan tempat tinggal keluarga kerajaan, bangunan dengan arsitektur Jawa yang agung dan elegan terletak di tengah Kota Yogyakarta (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2019a).

Gembira Loka, berawal dari keinginan Sri Sultan Hamengku Buwono VIII akan sebuah taman hiburan yang menyehatkan atau dapat memberi wawasan, kemudian didirikanlah sebuah kebun binatang dan museum satwa yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan-pengetahuan untuk masyarakat akan tetapi dibalut dengan hiburan dan rekreasi (Gembira Loka, no date).

Museum Benteng Vredeburg, merupakan bangunan cagar budaya yang berlokasi di utara Kraton Yogyakarta dibangun pada tahun 1765 oleh Pemerintah Belanda. Museum Benteng Vredeburg memiliki beberapa koleksi antara lain; diorama perjuangan bangsa Indonesia sebelum proklamasi sampai dengan orde baru, benda-benda bersejarah mengenai perjuangan bangsa Indonesia, bangunan-bangunannya yang berupa arsitektur peninggalan Belanda (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2019b).

Museum Sonobudoyo, merupakan unit daerah yang berfungsi untuk mengumpulkan, mengelola, dan merawat benda-benda museum yang memiliki nilai budaya ilmiah. Museum Sonobudoyo berlokasi di pusat Kota Yogyakarta selain itu, kawasan Museum Sonobudoyo terletak pada lingkungan pusat budaya (Museum Sonobudoyo, 2022b).

Taman Pintar, adalah wahana wisata yang terdapat pada pusat Kota Yogyakarta. Taman Pintar merupakan wujud dari kepedulian terhadap dunia pendidikan, didirikannya Taman Pintar bertujuan untuk memberi edukasi dibalut dengan hiburan dan bermain sehingga wisatawan yang berkunjung tidak akan bosan (Taman Pintar, 2018).

Hotel di Daerah Kota Yogyakarta, Yogyakarta terkenal akan budaya dan pariwisatanya tentunya banyak pengusaha-pengusaha yang mendirikan hotel untuk wisatawan yang berkunjung, hotel dengan nuansa unik dan fasilitas yang memadai membuat wisatawan nyaman, adanya hotel membantu para wisatawan

yang berwisata ke Yogyakarta tak perlu memikirkan tempat tinggal ketika ingin berlama-lama berlibur di Yogyakarta.

Dewasa ini, enam destinasi di Kota Yogyakarta (Kraton Yogyakarta, Museum Sonobudoyo, Museum Benteng Vredenburg, Gembira Loka, Taman Pintar, dan Hotel) memiliki hubungan yang berkaitan dan berkesinambungan satu dengan yang lain, hal ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang menurun pada tahun 2019-2020, jumlah tersebut berkurang dikarenakan pandemi Covid-19, sehingga beberapa destinasi terpaksa tutup dan berimbas kepada penurunan pendapatan pada usaha seperti hotel.

Di masa pandemi ini analisis BCG Matrix terhadap kawasan destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta penting untuk dilakukan. BCG Matrix atau *Boston Consulting Group* merupakan analisis portofolio produk yang diciptakan oleh Henderson yang bertujuan untuk membantu menganalisis posisi strategis pasar produk dan membantu merumuskan strategi yang tepat untuk alokasi sumber daya. Analisis portofolio produk sendiri digunakan untuk mengidentifikasi posisi strategis pasar, guna pengambilan keputusan mana yang harus menerima lebih banyak atau lebih sedikit investasi.

Oleh sebab itu, penulis menggunakan alat analisis yaitu BCG Matrix yang bermanfaat untuk merumuskan keputusan guna mengidentifikasi alokasi sumber daya destinasi pariwisata mana yang optimal dan menguntungkan bagi pemerintah kota dan para pelaku. Untuk itu perlu dilakukan laporan magang yang berjudul “Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta Berdasarkan Pendekatan *Boston Consulting Group* (BCG) Selama Masa Pandemi Covid-19” untuk menentukan portofolio produk atau jasa guna meningkatkan keuntungan bagi organisasi. Karena enam destinasi ini mampu untuk saling bersinergi dan mendukung satu sama lain, guna mencapai keberhasilan dan peningkatan.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah laporan magang ini adalah:

1. Bagaimana pangsa pasar serta pertumbuhan industri pada Enam Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta melalui BCG Matrix?
2. Bagaimana posisi kawasan-kawasan yang ada di Enam Destinasi Kota Yogyakarta dalam BCG Matrix?
3. Bagaimana pengembangan Enam Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta yang mampu memberikan gambaran posisi kawasan dalam kepentingan pengembangan kepariwisataan?

1.4 Tujuan Magang

a) Tujuan Umum

1. Meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai penerapan teori pemasaran dalam bentuk praktik sehingga menjadi bekal bagi mahasiswa untuk terjun ke masyarakat.
2. Mengembangkan wawasan serta pengalaman mengenai strategi dalam bidang pemasaran.

b) Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pangsa pasar serta pertumbuhan industri Enam Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta melalui BCG Matrix.
2. Untuk mengetahui posisi kawasan-kawasan yang ada di Enam Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta dalam BCG Matrix.
3. Untuk mendapatkan pengembangan mengenai Enam Destinasi pariwisata Kota Yogyakarta agar dapat memberikan gambaran untuk kepentingan pariwisata.
4. Untuk mengetahui kendala-kendala kerja yang terjadi di bidang pemasaran, serta membantu perusahaan dengan memberikan solusi.

5. Meningkatkan hubungan kerja sama yang baik antara perguruan tinggi dan perusahaan.

1.5 Manfaat Magang

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi semua pihak terutama mahasiswa, perguruan tinggi, serta perusahaan atau instansi.

a) Bagi Mahasiswa

1. Merupakan sarana atau latihan secara langsung dan merupakan media penerapan ilmu pengetahuan bidang pemasaran yang telah dipelajari selama perkuliahan.
2. Mengembangkan dan menggali potensi serta ketrampilan mahasiswa.
3. Memperluas pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai strategi dalam pemasaran guna bekal sebelum terjun ke masyarakat.

b) Bagi Perguruan Tinggi

1. Dengan adanya program magang, diharapkan dapat membangun kerja sama yang baik dan saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan perusahaan.
2. Melalui hasil dari laporan magang mahasiswa, perguruan tinggi dapat mengambil evaluasi bagi kurikulum mendatang.

c) Bagi Perusahaan atau Instansi

1. Dengan adanya mahasiswa magang, diharapkan melalui inovasinya dapat memberikan gambaran untuk kepentingan strategi pemasaran pariwisata.
2. Adanya mahasiswa magang, diharapkan dapat membantu perusahaan mengembangkan pangsa pasar dan pertumbuhan industri.
3. Dengan adanya mahasiswa magang, diharapkan dapat membantu memberi solusi untuk kendala-kendala dan membantu memberi inovasi mengenai strategi pemasaran.

4. Perusahaan mendapatkan referensi dalam merekrut tenaga kerja yang memiliki kualitas dan kredibilitas.
5. Menjadi penyambung hubungan yang baik antara perusahaan dan perguruan tinggi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran ialah perumusan keputusan yang dilakukan organisasi atau perusahaan mengenai produk, pasar, kegiatan pemasaran, dan sumber daya pemasaran yang akan digunakan organisasi untuk menawarkan nilai produk atau jasa kepada pelanggan untuk mencapai tujuan (Morgan *et al.*, 2019).

Konsumen merupakan pasar atau pusat yang menjadi objek keputusan manajerial pemasaran, tujuannya untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan. Strategi pemasaran secara logis yaitu menciptakan nilai untuk pelanggan guna mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayani (*segmentation and marketing target*) dan bagaimana caranya (*differentiation and positioning*) (Philip Kotler, 2018).

2.2 Desain Portofolio Bisnis

Bisnis portofolio merupakan kumpulan bisnis dan produk yang mewakili perusahaan, bisnis portofolio yang optimal ialah yang paling sesuai dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan peluang pada lingkungan bisnis. Sebagian besar perusahaan memiliki portofolio yang kompleks mengenai bisnis dan *brand*. Terdapat dua langkah sebelum perencanaan portofolio bisnis. Pertama, perusahaan perlu melakukan analisis portofolio bisnisnya saat ini dan memastikan bisnis mana yang harus menerima investasi lebih banyak, lebih sedikit, atau tidak sama sekali. Kedua, ia harus membuat portofolio untuk masa yang akan datang dengan mengembangkan strategi (Philip Kotler, 2018).

2.3 Pariwisata

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah “Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha”. Pariwisata merupakan industri terbesar nomor dua setelah industri dari kelapa sawit (Wijaya, 2018).

Pariwisata di Indonesia memikat minat banyak wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara, hal ini dikarenakan destinasi di Indonesia sangat unik dan budaya yang masih. Salah satu destinasi di Indonesia yang banyak diminati ialah Yogyakarta. Yogyakarta merupakan daerah yang masih kental dengan budayanya, selain itu Yogyakarta memiliki bermacam-macam destinasi wisata antara lain; wisata alam bahkan wisata pembelajaran. Dewasa ini, salah satu destinasi yang terkenal di Yogyakarta ialah Kota Yogyakarta sendiri, hal tersebut dikarenakan Kota Yogyakarta salah satu pusat budaya terbesar di Yogyakarta.

2.4 Enam destinasi di Daerah Kota Yogyakarta

2.4.1 Kraton Yogyakarta

Kraton Yogyakarta merupakan istana atau kediaman dari Kesultanan Ngayogyakarta Hadiningrat. Kraton Yogyakarta berfungsi sebagai tempat tinggal untuk para raja/sultan yang sampai saat ini menjalani tradisi kesultanan. Pembangunan Kraton Yogyakarta sendiri dilakukan oleh Sultan Hamengkubuwono I pada 9 Oktober 1755. Pembangunan Kraton Yogyakarta dilakukan dalam kurun waktu satu tahun. Pada saat pembangunan Kraton Yogyakarta Sultan Hamengkubuwono I sementara tinggal di *Pesanggrahan Ambar Ketawang*. Sultan Hamengkubowono resmi tinggal dikraton Yogyakarta pada 7 Oktober 1756 (Kraton Yogyakarta, 2022a).

Kompleks bangunan Kraton Yogyakarta dijadikan objek wisata sejarah dan kebudayaan di Kota Yogyakarta. Kompleks bangunan Kraton Yogyakarta terdiri dari tiga kompleks yang membujur dari utara ke selatan. Pada kompleks pertama terdiri dari Alun-alun Utara, Pagelaran, Siti Hinggil Utara, Kemandungan Utara, dan Sri Manganti. Selanjutnya pada kompleks kedua yaitu kedaton atau kompleks bangunan penting seperti Bangsal Prabeyaksa, Bangsal Kencana, Gedong Purworetno, Gedong Jene, Trajutrismo, Bangsal Manis, Kasatriyan, Keputren, Kedaton Wetan, dan Kedaton Kilen.

Dan yang terakhir yaitu kompleks ketiga dimana pada kompleks ini berisikan Magangan, Siti Hinggil, Kemandhungan Selatan, dan Alun-alun Selatan. Selain tiga kompleks tersebut, disekitar Kraton Yogyakarta juga terdapat destinasi seperti Taman Sari, Kadipaten Benten Baluwerti (Kraton Yogyakarta, 2022b).



Gambar 2.4.1: (Sumber: Website Kraton Yogyakarta)

2.4.2 Museum Sonobudoyo

Museum Sonobudoyo merupakan museum yang memiliki karakteristik yang identik dengan kebudayaan Jawa dan berarsitektur Jawa klasik. Museum Sonobudoyo juga menyimpan barang-barang bersejarah yang berasal dari Jawa, Madura, Bali, dan Lombok.

Museum ini juga menyimpan keramik pada zaman Neolitik dan perunggu dari abad ke-8, dan beberapa macam bentuk wayang kulit, serta senjata kuno seperti keris, kapak dari batu.

Museum Sonobudoyo merupakan Unit Daerah pada Dinas Kebudayaan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki tugas sebagai pengelola benda-benda bersejarah. Yang meliputi koleksi pengembangan dan bimbingan edukatif kultural yang memiliki nilai ilmiah. Dan untuk tugasnya sendiri yaitu mengumpulkan, merawat, pengawetan, melaksanakan penelitian, pelaksana pustaka, memberikan edukasi kultural serta menyajiakan benda-benda bersejarah Museum Sonobudoyo (Museum Sonobudoyo, 2022a).

Museum Sonobudoyo merupakan museum yang berada ditengah Kota Yogyakarta. Museum Sonobudoyo memiliki beberapa ruang pameran yaitu Ruang Pengenalan, Ruang Prasejarah, Ruang Klasik, Ruang Batik, Ruang Wayang Kulit, Ruang Wayang Golek, Ruang Topeng, Ruang Jawa Tengah, Ruang Senjata, Ruang Dolanan Anak, dan Ruang Bali. Keunikan dari ruang-ruang yang ada dimuseum ini yaitu Ruang Dolanan Anak karena dalam ruang ini secara tidak langsung dapat dilihat adanya mainan pada saat masa kerajaan dulu seperti dakon (congklak), ketapel, kasti. Dan ada beberapa lukisan atau foto yang terpajang pada dinding (Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2019).



Gambar 1.4.2: (Sumber: Website Museum Sonobudoyo)

2.4.3 Museum Benteng Vredeburg

Museum Benteng Vredeburg merupakan museum sekaligus cagar budaya yang sebelumnya dijadikan benteng pertahanan pada zaman penjajahan Belanda. Museum ini dibangun oleh Sultan Hamengkubuwono I atas permintaan pihak Belanda. Benteng ini dibangun pada tahun 1760, museum ini dibangun sebenarnya untuk mengawasi kegiatan kraton Yogyakarta yang dilakukan oleh pihak Belanda dan berdalih untuk keamanan pihak kraton Yogyakarta.

Benteng dibangun pertama kali dalam keadaan yang masih sangat sederhana, seperti bagian tembok saja terdiri dari tanah yang diperkuat dengan kayu pohon kelapa dan aren sebagai tiang-tiang penyangga, dan didalam bangunannya terdiri dari bambu dan kayu lalu ilalang sebagai atapnya, dibangun dengan bentuk bujur sangkar, yang di keempat sudutnya dibuat tempat penjagaan yang disebut seleka atau bastion. Setiap sudut diberi nama yaitu *Jaya Wisesa* (sudut barat laut), *Jaya Purusa* (sudut timur laut), *Jaya Prakosaningprang* (sudut barat daya), dan *Jaya Prayitna* (sudut tenggara) oleh Sultan keempat.

Koleksi dalam Benteng ini terdiri dari empat koleksi yaitu koleksi yang pertama koleksi bangunan yang terdiri dari selokan atau parit, tembok (benteng), jembatan, Bangunan-bangunan dalam benteng, pintu

tengah, Monumen Serangan Umum 1 Maret 1949. Kedua yaitu koleksi Realia yang merupakan koleksi-koleksi berupa benda bersejarah yang merupakan benda asli bukan replika digunakan dalam peristiwa bersejarah tersebut. Seperti; senjata, naskah, peralatan rumah tangga, pakaian, dan lain sebagainya.

Koleksi ketiga yaitu koleksi foto, maniatur, replika, lukisan, dan atau benda hasil visualisasi lainnya. Dan koleksi yang terakhir yaitu koleksi adegan peristiwa bersejarah dalam bentuk diorama yang terdiri dari diorama I terdiri dari 11 buah diorama yang menggambarkan peristiwa sejarah yang terjadi sejak periode Perang Diponegoro sampai masa pendudukan Jepang di Yogyakarta (1825-1942), diorama II terdiri dari 19 buah diorama yang menggambarkan peristiwa sejarah sejak Proklamasi atau awal kemerdekaan sampai dengan Agresi Militer Belanda I (1945-1947), diorama III terdiri dari 18 buah diorama yang menggambarkan peristiwa sejarah sejak adanya Perjanjian Renville sampai dengan pengakuan kedaulatan RIS (1948-1949), dan diorama IV terdiri dari 7 buah diorama yang menggambarkan peristiwa sejarah periode Negara Kesatuan Republik Indonesia sampai Masa Orde Baru (1950-1974) (Museum Indonesia, 2020).



Gambar 2.4.3: (Sumber: Website Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta)

2.4.4 Gembira Loka

Gembira loka merupakan kebun raya dan kebun binatang yang didirikan atas keinginan dari Sri Sultan Hamengkubuwono VIII pada tahun 1933 yang diperuntukan sebagai tempat hiburan, dan selanjutnya diberikan nama Kebun Rojo, tetapi hal tersebut terealisasi pada masa jabatan Sri Sultan Hamengkubuwono IX dan dibantu oleh Ir. Karsten yang merupakan seorang arsitek kebangsaan dari Belanda.

Gembira Loka merupakan kebun binatang yang terletak di Yogyakarta. Loka yang berarti tempat, Gembira artinya gembira. Hampir setengah abad yang lalu Sri Sultan Hamengku Buwono IX mewujudkan keinginan pendahulunya untuk mengembangkan 'Bonraja' tempat memelihara satwa kelengkapan raja menjadi suatu kebun binatang publik. Terdapat lebih dari 100 spesies satwa diantaranya 61 spesies flora.

Tujuan utama berdirinya Gembira Loka adalah sarana rekreasi alam yang mana terdapat berbagai jenis tumbuhan dan hewan yang dikumpulkan, dipelihara dan diperagakan untuk umum guna mendidik dan mengembangkan budaya masyarakat dalam memelihara keseimbangan dan kelestarian lingkungan hidup (Gembira Loka, no date).

Gembira loka merupakan tempat wisata umum untuk masyarakat yang ingin mengetahui hewan dan flora. Tidak cuman itu dalam gembira loka itu sendiri memiliki wisata mainan juga seperti boad pada telaga yang ada pada ditelaga dapat jadi tempat bermain dengan keluarga, maupun pasangan.



Gambar 2.4.4: (Sumber: Website Gembira Loka)

2.4.5 Taman Pintar

Taman Pintar berlokasi pada pusat Kota Yogyakarta, Taman Pintar merupakan wujud kepedulian terhadap pendidikan, sejak terjadinya ledakan perkembangan sains terutama pada teknologi informasi menuntut manusia untuk mengikuti perubahan menuju era tanpa batas. Oleh karena itu, didirikanlah Taman Pintar guna membantu masyarakat menghadapi perkembangan zaman.

Taman Pintar diperuntukkan untuk semua jenjang usia, kawasan ini berisikan 35 zona dengan 3.500 alat permainan yang edukatif dimana tentunya zona-zona ini akan memberi edukasi yang sangat bermanfaat untuk wisatawan yang berkunjung selain belajar wisatawan juga dapat bermain sehingga tidak akan membosankan. Selain sains Taman Pintar juga menghadirkan zona sejarah dimana terdapat baju adat maupun sejarah-sejarah yang terjadi di Indonesia (Taman Pintar, 2018).



Gambar 2.4.5: (Sumber: Website Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta)

2.4.6 Hotel Kawasan Kota Yogyakarta

Menurut Widanaputra, A.A. et al (2009) hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada untuk menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta jasa yang lainnya dimana fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang ingin menginap.

Sedangkan menurut Ikhsan (2008) pengertian hotel ialah suatu institusi yang menyediakan tempat menginap untuk para tamu, dimana para tamu dapat menginap, makan, minum dan menikmati fasilitas yang lainnya dengan melakukan transaksi pembayaran. Dari pengertian hotel diatas dapat disimpulkan pengertian hotel adalah sebuah layanan jasa diperuntukan untuk tamu menginap disuatu bangunan dan menyediakan fasilitas seperti fasilitas yang ada pada bangunan itu, makanan, nuansa pada lingkungan bangunan tersebut, dan lain sebagainya (Jeklin, 2016).

Beberapa hotel dikawasan Kota Yogyakarta memiliki hubungan kerjasama dengan berbagai destinasi wisata di Kota Yogyakarta. Oleh karena itu banyak sekali hotel yang dibangun didaerah Kota Yogyakarta dengan fasilitas-fasilitas yang dapat memuaskan kemauan dari pengunjung hotel. Tipe hotel yang disuguhkan mulai dari penginapan

berbintang bahkan tidak berbintang dengan keunikan tersendiri, adanya hotel dapat mempermudah pengunjung mencari hotel terdekat dengan destinasi kunjungan mereka.

Dewasa ini, pemesanan hotel dapat dilakukan secara online atau *platform*, dapat juga secara offline dengan reservasi langsung ke pihak hotel. Hal ini tentunya sangat mempermudah pengunjung dalam melakukan pemesanan kapanpun atau dimanapun dengan pembayaran yang tergolong mudah dan cepat. Setiap *platform* biasanya memberikan promo penawaran untuk pengunjung.

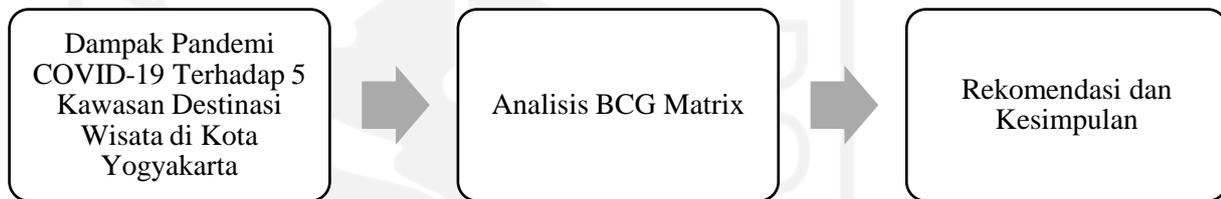


Gambar 2.4.6: (Sumber: Pegipegi.com)

2.5 Kerangka Kerja

Kerangka kerja berikut dibuat untuk memahami strategi pengembangan destinasi pariwisata Kota Yogyakarta melalui BCG Matrix selama masa pandemi Covid-19

Gambar 2.3.1 dibawah ini menjelaskan kerangka kerja:



Gambar 2.5 Kerangka Kerja

BAB III

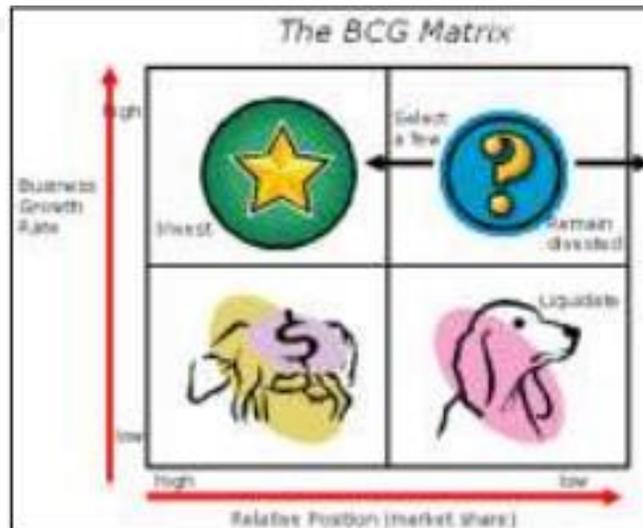
METODE PENELITIAN LAPORAN MAGANG

3.1 Pendekatan

Laporan magang ini menggunakan metode pendekatan sebagai berikut, yaitu:

- Metode studi kasus kuantitatif adalah metode penelitian yang menganalisis subjek tunggal dengan memberikan kerangka kerja kuantitatif dan implementasi terhadap suatu teori.
- BCG Matrix atau *Boston Consulting Group* merupakan analisis portofolio produk yang diciptakan oleh Henderson yang bertujuan untuk membantu menganalisis posisi strategis pasar produk dan membantu merumuskan strategi yang tepat untuk alokasi sumber daya. Analisis portofolio produk sendiri digunakan untuk mengidentifikasi posisi strategis pasar, guna pengambilan keputusan mana yang harus menerima lebih banyak atau lebih sedikit investasi (Maulana, Sukamdani and Sulistyadi, 2018). Dewasa ini, terdapat empat pilihan alokasi sumber daya, yang membantu menerapkan empat kategori posisi produk yaitu: (a) Membangun Strategi: Melakukan investasi lebih lanjut untuk Membangun Pangsa Pasar (misalnya, untuk mempertahankan status **Star** atau ubah **Question Mark** menjadi **Star**; (b) Strategi Bertahan: Pertahankan status *quo*/tetap (tidak melakukan apa-apa) untuk mempertahankan pangsa pasar; (c) Strategi Panen: Kurangi investasi (nikmati arus kas positif dan maksimalkan keuntungan dari **Star** atau **Cash Cow**; (d) Strategi Divestasi: Untuk menjual atau melikuidasi bisnis karena sumber daya dapat digunakan dengan lebih baik di tempat lain. Misalnya, singkirkan **Dog**, dan

gunakan modal untuk berinvestasi dalam **Star** dan beberapa **Question Mark** (Ma *et al.*, 2010).



Gambar 3.1: Sumber gambar: Maulana, Sukamdani and Sulistyadi (2018)

- Boston Consulting Group secara grafis menunjukkan perbedaan antara berbagai divisi dalam posisi pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan. Terdapat 4 kuadran yang menggambarkan posisi suatu unit bisnis yang dikaji dari segi pertumbuhan pasar dan *share* pasar, antara lain:

Kategori Dog/Anjing: Unit bisnis yang berada pada kategori ini memiliki *market share* yang relatif rendah dengan tingkat pertumbuhan rendah, sehingga kontribusi yang diberikan tidak signifikan terhadap pengembangan unit secara keseluruhan. Unit bisnis pada posisi ini umumnya di likuidasi, divestasi, atau dipangkas dengan *retrenchment*. Ketika produk diposisi ini, *retrenchment* dapat menjadi strategi yang

baik untuk dijalankan dengan memangkas biaya dan aset, menjadi bisnis yang mampu bertahan.

Kategori Question Mark (Pertanyaan Mark): Unit bisnis yang berada pada posisi ini memiliki *market share* yang relatif rendah, akan tetapi memiliki pertumbuhan tinggi. Pada posisi ini, biasanya unit bisnis membutuhkan biaya atau investasi yang cukup besar, agar dapat Menyusun sebuah strategi yang mampu meningkatkan *market share* dari unit bisnis pada posisi ini.

Kategori Star (Bintang): Unit bisnis yang berada diposisi ini memiliki *market share* yang tinggi dan tingkat pertumbuhan tinggi. Hal ini merupakan potensi besar bagi suatu unit bisnis agar dikembangkan untuk jangka Panjang

Kategori Cash Cow (Sapi Perah): Unit bisnis yang berada pada kondisi ini memiliki *market share* yang relatif tinggi akan tetapi memiliki pertumbuhan kecil. Dinamakan sapi perah karena menghasilkan pendapatan yang melebihi dari apa yang dibutuhkan dan memiliki *market share* yang relatif tinggi namun pertumbuhannya lambat.

Terdapat 5 (lima) langkah yang dilakukan untuk dapat menghasilkan BCG matrix, antara lain:

Langkah 1. Menggunakan Matriks BCG untuk menganalisis unit bisnis yang dipilih, produk sebagai unit terpisah.

Langkah 2. Mengkategorikan pasar merupakan salah satu langkah penting untuk analisis ini. Apabila salah dalam mengkategorikan pasar dapat mengakibatkan kesalahan dalam hasil analisis.

Langkah 3. Menghitung pangsa pasar yang relatif. Pangsa pasar relatif (*relative market share*) dapat dihitung berdasarkan pendapatan atau pangsa pasar. Berikut rumus pangsa pasar relatif.

Pangsa Pasar Relatif:

$$= \frac{\text{Total Aspek Penjualan}}{\text{Total Penjualan}} \times 100\%$$

Langkah 4. Menghitung tingkat pertumbuhan pasar. Berikut merupakan rumus pertumbuhan pasar

Pertumbuhan Pasar:

$$= \text{Logaritma Natural} \left(\frac{\text{Tahun 2020}}{\text{Tahun 2019}} \right)$$

Langkah 5. Menggambar lingkaran pada matriks.

- Penulis menggunakan alat analisis yaitu BCG Matrix karena BCG Matrix bermanfaat untuk merumuskan keputusan guna mengidentifikasi alokasi sumber daya destinasi pariwisata mana yang optimal dan menguntungkan bagi pemerintah kota dan para pelaku.

3.2 Unit Analisis

Penulis memfokuskan unit analisis dengan pengukuran BCG Matrix dengan sasaran objek kawasan wisata dikota Yogyakarta yang diuraikan sebagai berikut:

- Objek 1: Kraton Yogyakarta, merupakan bangunan istana atau kediaman dari Kesultanan Ngayogyakarta, berada dipusat Kota Yogyakarta diantara Alun-Alun Selatan dan Alum-Alun Utara.
- Objek 2: Museum Sonobudoyo, museum ini didirikan untuk pembelajaran dan wisata sejarah, berisi tentang sejarah mulai dari pra-sejarah hingga sejarah-sejarah Kerajaan Yogyakarta.

- Objek 3: Museum Vredeburg, merupakan tempat bersejarah bekas peninggalan benteng pertahanan yang didirikan oleh Belanda, dijadikan museum untuk mengenang perjuangan Bangsa Indonesia melawan Belanda.
- Objek 4: Gembiraloka, didirikan dengan harapan dapat membantu pembelajaran sambil berwisata sehingga pengunjung tidak bosan, selain kebun binatang terdapat juga museum hewan langka.
- Objek 5: Taman Pintar, bangunan yang didirikan sebagai bentuk wujud kepedulian akan dunia pendidikan, bertujuan untuk memberi edukasi untuk pelajar dimana pelajar bisa belajar sambil bermain atau berwisata.
- Objek 6: Hotel kawasan Kota Yogyakarta, hotel merupakan penunjang kawasan destinasi utama Wisata Kota Yogyakarta, adanya hotel mempermudah pengunjung yang ingin berlama-lama berwisata.

BAB IV

LAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI

4.1 Hasil Temuan Lapangan

Penulis menemukan bahwa lingkungan program kerja lapangan (magang) pada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta cukup nyaman akan tetapi deskripsi pekerjaan disana kurang teratur, menurut Sudaryono (2015) deskripsi pekerjaan merupakan hal tertulis yang menguraikan informasi mengenai tugas dan tanggung jawab, kondisi pekerjaan, hubungan pekerjaan, dan aspek-aspek pekerjaan pada suatu jabatan dalam organisasi (Dharma *et al.*, 2020). Dewasa ini, beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh magang tidak sesuai dengan topik yang dituju. Dewasa ini, selain lingkungan magang penulis juga menemukan bahwa lingkungan pada enam destinasi pariwisata Kota Yogyakarta yaitu:

1. Kraton Yogyakarta, selama masa pandemi berlangsung mengalami penurunan.
2. Museum Sonobudoyo, selama masa pandemi berlangsung mengalami penurunan yang paling tinggi dibandingkan 5 destinasi lainnya.
3. Museum Benteng Vredeburg, selama masa pandemi berlangsung mengalami penurunan.
4. Gembiraloka, selama masa pandemi berlangsung mengalami penurunan.
5. Taman Pintar, selama masa pandemi berlangsung mengalami penurunan.
6. Hotel, selama masa pandemi berlangsung mengalami penurunan paling rendah dibandingkan 5 destinasi lainnya.

Kemudian, adapun hasil analisis temuan lapangan dengan pemodelan BCG Matrix adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Analisis Pasar

No	Destinasi Kunjungan	Market Share	Market Share Kompetitor Terbesar	Relative Market Share	Market Growth Rate %	Jumlah Kunjungan/Tahun
1	HOTEL	60,00%	60,00%	1	-93,26%	1.480.342
2	KRATON YOGYAKARTA	15,24%	60,00%	0,25	- 157,60%	300.855
3	TAMAN PINTAR	8,56%	60,00%	0,14	- 124,49%	426.744
4	GEMBIRA LOKA	11,88%	60,00%	0,2	- 144,02%	564.282
5	MUSEUM BENTENG VREDEBURG	3,21%	60,00%	0,05	- 145,22%	77.517
6	MUSEUM SONOBUDOYO	1,12%	60,00%	0,02	- 157,73%	29.154

Tabel 4.1: Sumber: Data Sekunder, Diolah Microsoft Excel (2022)

Adapun interpretasi dari hasil analisis pada tabel 4.1 adalah sebagai berikut:

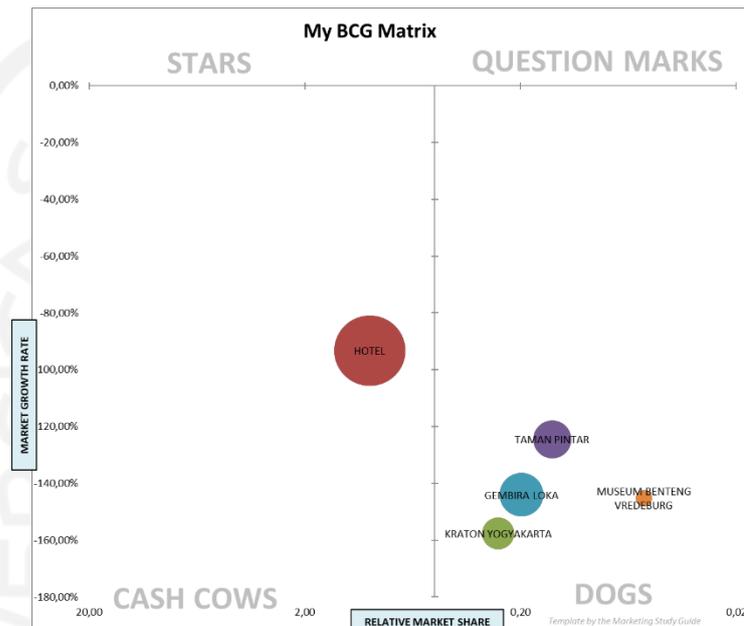
- Hotel, memiliki *market share* terbesar dengan jumlah 60%, destinasi kunjungan ini juga memiliki penurunan *market growth* paling rendah yaitu sebesar -93,26%. Tingkat kunjungan per tahun dari destinasi ini juga yang paling tinggi yaitu sebesar 1.480.342

- Museum Sonobudoyo memiliki *market share* terkecil dengan jumlah 1,12%, destinasi kunjungan ini juga memiliki penurunan *market growth* paling tinggi yaitu sebesar -157,73%. Tingkat kunjungan per tahun dari destinasi ini juga yang paling tinggi yaitu sebesar 29.154.
- Destinasi kunjungan wisata lainnya mengalami penurunan *market growth* yang cukup tajam juga, hal ini juga diakibatkan pengaruh pandemi Covid-19.



Hasil perhitungan dari hasil analisis ini selanjutnya divisualisasikan dalam bentuk BCG Matrix:

Gambar 4.1 Posisi Pasar



Gambar 4.1: Sumber: Data Sekunder, Diolah Microsoft Excel (2022)

Interpretasi:

- Hotel berada pada posisi pasar *Star*, memiliki tingkat pertumbuhan yang rendah akan tetapi tidak serendah lima destinasi lainnya, dengan pangsa pasar relatif yang sedang.
- Kraton Yogyakarta, Taman Pintar, Gembiraloka, Museum Benteng Vredeborg, dan Museum Sonobudoyo berada pada posisi pasar *Dog*, memiliki tingkat pertumbuhan yang rendah dengan pangsa pasar relatif yang rendah.

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta perlu menerapkan kebijakan strategi intensif untuk meningkatkan posisi pasar Kraton Yogyakarta, Taman Pintar,

Gembiraloka, Museum Benteng Vredeburg, dan Museum Sonobudoyo, yaitu; 1) Mencari pangsa pasar yang lebih besar melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih baik. 2) Perkenalan produk atau jasa kepada masyarakat luas melalui berbagai media baik secara digital atau non-digital. 3) Perbaikan serta pengembangan produk atau jasa (Ahsan, 2019). Khususnya untuk Museum Benteng Vredeburg dan Museum Sonobudoyo ada baiknya untuk pihak Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan pihak pengelola museum bergabung dalam merumuskan ide-ide yang dapat memperkuat pemasaran sehingga dapat mendatangkan banyak pengunjung.

4.2 Faktor-Faktor Pendukung Pelaksanaan Program Magang

Selama penulis melaksanakan program magang telah dihadapi sejumlah faktor-faktor pendukung, sebagai berikut:

1. Lingkungan kerja yang cukup nyaman dengan arahan dan bimbingan yang baik dari pembimbing lapangan.
2. Penulis diberi tugas yang meyangkut dengan topik laporan magang yaitu;
 - 1) Merakapitulasi data kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta.
 - 2) Membantu mengolah data kunjungan wisatawan Kota Yogyakarta.
- Membantu membuat dan meningkatkan promosi untuk *social media* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

4.3 Faktor-Faktor Penghambat Pelaksanaan Program Magang

Selama penulis melaksanakan program magang telah dihadapi sejumlah faktor-faktor penghambat, sebagai berikut:

3. Data jumlah kunjungan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta masih sangat mentah sehingga diperlukan *pre-processing* dan *adjustement* lebih lanjut. *Pre-processing* dan *data adjustment* ini dilakukan dengan

merekapitulasi hitung ulang pada kolom kunjungan destinasi wisatawan.

4. Lingkungan kerja cukup nyaman namun dalam pemberian *job desc* kurang sesuai dan terstruktur.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penulis menemukan bahwa terdapat beberapa faktor, baik faktor pendukung maupun penghambat lingkungan program kerja lapangan, sehingga hal ini mempengaruhi proses selama dibuatnya laporan magang. Selain itu, penulis menemukan bahwa;

1. Hotel berada pada posisi pasar *Star*, karena memiliki *market share* terbesar dengan jumlah 60%, destinasi kunjungan ini juga memiliki penurunan *market growth* paling rendah yaitu sebesar -93,26%. Tingkat kunjungan per tahun dari destinasi ini juga yang paling tinggi yaitu sebesar 1.480.342 Meskipun adanya pandemi Covid-19 tidak banyak mempengaruhi tingkat pertumbuhan.
2. Kraton Yogyakarta, Gembiraloka, Taman Pintar, Museum Benteng Vredeburg, dan Museum Sonobudoyo berada diposisi *Dog*, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 sehingga menyebabkan penurunan *market growth* yang cukup tajam juga.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan hasil di atas, maka penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut;

1. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta perlu menerapkan kebijakan strategi intensif untuk meningkatkan posisi pasar Kraton Yogyakarta, Taman Pintar, Gembiraloka, Museum Benteng Vredeburg, dan Museum Sonobudoyo, yaitu; 1) Mencari pangsa pasar yang lebih besar melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih baik. 2) Perkenalan produk atau jasa kepada

masyarakat luas melalui berbagai media baik secara digital atau non-digital.

3) Perbaiki serta pengembangan produk atau jasa (Ahsan, 2019).

2. Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan di atas bahwa hotel memiliki pangsa pasar relatif yang sedang dengan pertumbuhan pasar yang rendah, penulis merekomendasikan agar sebaiknya hotel memperluas pemasaran dengan menggunakan promo-promo menarik karena adanya pandemi Covid-19 menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung.
3. Sedangkan untuk Kraton Yogyakarta, Gembiraloka, Taman Pintar, dan juga untuk Museum Benteng Vredeburg, Museum Sonobudoyo. Penulis merekomendasikan sebaiknya memperbaiki dan mengembangkan upaya-upaya pemasaran dalam berbagai bidang promosi selain itu perlu untuk mengupayakan program generasi pecinta museum dengan diadakannya berbagai acara di museum, menyesuaikan sistem pengelolaan sesuai dengan era saat ini dan juga ada baiknya untuk saling bekerja sama dengan wisata lainnya contoh penggunaan transportasi keliling (Bis Thole) yang siap mengantarkan dan membimbing perjalanan dapat digunakan sebagai kerja sama dalam pengembangan produk atau jasa.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsan, M. (2019) 'Analisis Matriks Bcg (Boston Consulting Group) Dalam Strategi Mempertahankan Pangsa Pasar Pada Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Pt. Samsung Elektronik Indonesia Tahun 2019) Analysis', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.

Atmoko, T. P. H. (2018) 'Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta', *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), pp. 83–96. doi: 10.17509/jithor.v1i2.13769.

Cornellia, A. H. and Hermawan, H. (2020) 'UPAYA MENINGKATKAN ANGKA KUNJUNGAN MUSEUM MELALUI SOCIAL MEDIA MARKETING-STUDI PENDAHULUAN An Effort to Improve Museum Visit through Social Media Marketing-A Preliminary Study', 14(1). Available at: www.icom-cc.org.

Dharma, E. *et al.* (2020) 'Pengaruh Deskripsi Pekerjaan Dan Koordinasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pusat Gereja Kristen Protestan Simalungun (Gkps) Pematangsiantar', *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), pp. 54–63. doi: 10.37403/mjm.v6i1.135.

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta (2017) *Profil Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta*, Pemerintah Kota Yogyakarta. Available at: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/page/index/7> (Accessed: 27 February 2022).

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta (2019a) *Kraton Yogyakarta*, Pemerintah Kota Yogyakarta. Available at: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/346> (Accessed: 27 February 2022).

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta (2019b) *Museum Benteng Vredenburg, Pemerintah Kota Yogyakarta*. Available at: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/317> (Accessed: 27 February 2022).

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta (2020) 'Kajian Jumlah Kunjungan Wisata Kota Yogyakarta Tahun 2020', *Laporan Akhir*, pp. 1–183. Available at: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/resources/download/laporan-kunjungan-wisatawan-2020-75.pdf>.

Gembira Loka (no date) *Sejarah Gembira Loka Zoo, Gembira Loka Zoo*. Available at: <https://gembiralokazoo.com/page/sejarah.html> (Accessed: 27 February 2022).

Ikhsan, A. (2008) *Akuntansi Sumber Daya Manusia*. 1st edn. Grha Ilmu.

Jeklin, A. (2016) 'Definisi Hotel', (July), pp. 1–23.

Kraton Yogyakarta (2022a) *Cikal Bakal: Kraton Yogyakarta, Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat*. Available at: <https://www.kratonjogja.id/cikal-bakal>.

Kraton Yogyakarta (2022b) *Raja-Raja: Kraton Yogyakarta, Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat*. Available at: <https://www.kratonjogja.id/raja-raja>.

Ma, J. *et al.* (2010) *Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing 2010: Preface, Studies in Computational Intelligence*.

Maulana, A., Sukamdani, B. and Sulistyadi, K. (2018) 'Strategi Pengembangan Destinasi Kepulauan Seribu Berdasarkan Pendekatan Boston Consulting Group (BCG)', *Jurnal Gaung Informatika*, 2(50), pp. 103–122. Available at: <http://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/GI/article/view/279/233>.

Morgan, N. A. *et al.* (2019) 'Research in marketing strategy', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), pp. 4–29. doi: 10.1007/s11747-018-0598-1.

Museum Indonesia (2020) *Sejarah Singkat Museum Benteng Vredeborg Yogyakarta, Museum Indonesia*. Available at: https://www.museumindonesia.com/museum/96/1/Museum_Benteng_Vredeborg_Yogyakarta_Yogyakarta.

Museum Sonobudoyo (2022a) *Sejarah Museum Sonobudoyo, Museum Sonobudoyo*. Available at: <https://www.sonobudoyo.com/id/museum/sejarah> (Accessed: 27 February 2022).

Museum Sonobudoyo (2022b) *Sekilas Profil Museum Sonobudoyo, Museum Sonobudoyo*. Available at: <https://www.sonobudoyo.com/id/museum/sekilas> (Accessed: 27 February 2022).

Ningsih, M. I. and S, S. M. B. (2021) 'Perancangan Promosi Museum Galeri Bahari Banuraja', 8(3), pp. 1163–1170.

Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (2019) *Museum Sonobudoyo, Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta*. Available at: <https://jogjaprovo.go.id/artikel/detail/63-museum-sonobudoyo> (Accessed: 27 February 2022).

Philip Kotler, G. A. (2018) *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.

Sari, W. A. (2018) 'Analisis Potensi Taman Pintar Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi di Yogyakarta'. Available at: <http://repository.ampta.ac.id/id/eprint/501>.

Sudaryono (2015) *Pengantar Bisnis Teori Dan Contoh Kasus*. 1st edn, Cv Andi

Offsite. 1st edn. Andi Yogyakarta.

Sujarwo, S., Samsi, I. and Wibawa, L. (2017) 'Desain model wisata belajar di Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta sebagai laboratorium luar kampus', *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), p. 90. doi: 10.21831/jppm.v4i1.12535.

Taman Pintar (2018) *Sejarah Taman Pintar, Taman Pintar*. Available at: <https://tamanpintar.co.id/sejarah> (Accessed: 7 April 2022).

Widanaputra (2009) *Akuntansi Perhotelan pendekatan sistem informasi*. Grha Ilmu.

Wijaya, W. (2018) 'Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Peran Komunitas Lgbt Dalam Mendukung Pariwisata Di Bali - Studi Kasus Di Kelurahan Seminyak, Kuta', pp. 1–6. doi: 10.31227/osf.io/wguqj.

Wijayanti, A. (2022) 'Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan Di Kota Yogyakarta', *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(8), pp. 597–606.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 1

Surat Keterangan Magang dari Pihak Perguruan Tinggi.

	FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA	Gedung Prof. Dr. Ace Paratahredja Kingsad Utara, Condong Catur, Depok Sleman, Yogyakarta 55283 T. (0274) 885346, 883987, 885376; F. (0274) 882389 E. feynali@iainid W. feynali.iainid
Nomor	: 2948/WD2/10/Div.URT/XII/2021	
Hal	: Permohonan Ijin Magang	
Kepada Yth Pimpinan Kantor Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Jl. Suroto No.11, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta		
<i>Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh</i>		
Diberitahukan dengan hormat, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah institusi pendidikan yang memiliki tujuan menciptakan lulusan profesional di bidangnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak atau Ibu memberikan ijin mahasiswa kami dalam melaksanakan magang di perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:		
Nama	: Jawed Annisa Salsabila	
NIM	: 18311294	
Alamat	: Krajan, Wedomartani, Nglempak, Sleman, Yogyakarta	
Tempat/Tgl. Lahir	: Magetan / 15 April 2000	
Program Studi	: Manajemen	
Jenjang	: Strata 1 (S1)	
Periode Magang	: 15 Desember 2021 - 15 Maret 2022	
Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih. <i>Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh</i>		
Yogyakarta, 08 Desember 2021 Wakil Dekan Bidang Keagamaan, Kemahasiswaan, dan Alumni,		
 Dfa. Siti Nursyamsiah, M.M. NIK: 885110107		

LAMPIRAN 1 2

Surat Penerimaan Mahasiswa Program Kerja Lapangan


PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA
DINAS PARIWISATA
വിനയാനന്ദി വിനയാനന്ദ

Jl. Suroto No. 11 Yogyakarta Kode Pos : 55224 Telp. (0274) 588025,
515865, 562682 Fax (0274) 588025
EMAIL: pariwisata@iogjakota.go.id
HOTLINE SMS: 08122780001 HOTLINE EMAIL: upik@iogjakota.go.id
WEBSITE: www.iogjakota.go.id

Yogyakarta, 15 Maret 2022

Nomor : 070/118
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Konfirmasi Magang

Kepada Yth.
Dra. Siti Nursyamsiah, M.M
Wakil Dekan Bidang Keagamaan,
Kemahasiswaan, dan Alumni
Universitas Islam Indonesia
di-
Yogyakarta

Dengan hormat,

Memperhatikan surat dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (UII) Nomor : 2948/WD2/10/Div.URT/XII/2021 tanggal 8 Desember 2021, perihal tersebut pada pokok surat, bahwa :

No	Nama	NIM	Periode
1	Jawed Annisa Salsabila	18311294	15 Desember 2021 – 15 Maret 2022

Mengajukan permohonan izin praktek magang.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka kami **memberikan ijin sebagai lokasi kerja praktek** dari mahasiswa tersebut di atas pada tanggal 15 Desember 2021 – 15 Maret 2022.

Demikian surat ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya di ucapkan terima kasih.


KEPALA DINAS
DINAS PARIWISATA
WAHYU HENDRATMORO, S.E., M.M.
NIP. 197411021998031004

LAMPIRAN 1 3
Surat Pernyataan

	PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA DINAS PARIWISATA <i>เมืองท่องเที่ยว</i>
	<small>Jl. Suroto No. 11 Yogyakarta Kode Pos : 55224 Telp. (0274) 588025. 515865, 562682 Fax (0274) 588025 EMAIL: pariwisata@yogyakarta.go.id HOTLINE SMS: 08122780001 HOTLINE EMAIL: yooh@yogyakarta.go.id WEBSITE: www.yogyakarta.go.id</small>
<hr/>	
Nomor : 070/194	Yogyakarta, 11 April 2022
Sifat : Biasa	Kepada Yth.
Lampiran : -	Drs. Agus Abdurrahman, M.M.
Hal : Surat Pernyataan	Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia di- Yogyakarta
<p>Dengan hormat menyatakan, bahwa saudara dibawah ini :</p> <p>Nama : Jawed Annisa Salsabila NIM : 18311294 Jurusan : SI Manajemen</p> <p>Bersama ini kami sampaikan bahwa saudara yang bersangkutan telah terlibat dalam membantu berjalannya proses pembuatan strategi portofolio BCG selama periode program kerja lapangan (magang) pada Bidang Pemasaran di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.</p> <p>Demikian surat ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.</p>	
	 ANDRINI WIRAWATI, S.Sn. NIP. NIP.1981051998032010

Lampiran 1 4
Sertifikat Magang

SERTIFIKAT

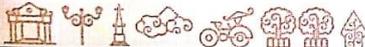
Diberikan kepada :



Jawed Annisa Salsabila

Dengan ini dinyatakan bahwa :

Mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia Program Studi S1 Manajemen angkatan 2018, telah melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mulai pada tanggal 15 Desember 2021 - 15 Maret 2022 dengan predikat "Baik".



Yogyakarta, 5 April 2022
Kepala Dinas Pariwisata
Kota Yogyakarta



WAHYU HENDRATMOKO S.E., M.M.
NIP. 197411021998031004

LAMPIRAN 1 5**Data Penelitian**

ASPEK	KUNJUNGAN WISATAWAN 2019			KUNJUNGAN WISATAWAN 2020		
	NUSANTARA	MANCANEGARA	Total	NUSANTARA	MANCANEGARA	Total
HOTEL	1.751.016	373.556	2.124.572	814.619	21.493	836.112
KRATON YOGYAKARTA	397.674	100.923	498.597	84.819	18.293	103.112
TAMAN PINTAR	662.663	0	662.663	190.825	0	190.825
GEMBIRALOKA	911.291	1.139	912.430	215.927	207	216.134
MUSEUM BENTENG VREDEBURG	107.396	18.233	125.629	28.688	716	29.404
MUSEUM SONOBUDOYO	42.642	5.684	48.326	9.330	651	9.981
TOTAL	3.872.682	499.535	4.372.217	1.344.208	41.360	1.385.568

LAMPIRAN 1 6
Laporan Kegiatan Harian

Bulan Desember		
No.	Hari Tanggal	Uraian Singkat Kegiatan
1	Rabu, 15 Desember 2021	Pengenalan dan pengarahan mengenai ruangan, lingkungan, dan pekerjaan
2	Kamis, 16 Desember 2021	Membantu mengarsipkan data SPJ (Surat Petanggung Jawaban) tahun 2021 bagian industri
3	Jum'at, 17 Desember 2021	Membantu mengarsipkan data SPJ tahun 2021 dan menjadi notulensi dalam rapat bagian industri dan izin serta pamit untuk pindah bagian.
4	Senin, 20 Desember 2021	Pindah ke bagian pemasaran serta pengenalan dan pengarahan <i>job desc</i> kerja.
5	Selasa, 21 Desember 2021	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2021.

6	Rabu, 22 Desember 2021	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2021.
7	Kamis, 23 Desember 2021	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2021.
8	Jum'at, 24 Desember 2021	Izin tidak masuk karena sedang mengikuti ujian untuk kelengkapan tutup teori yaitu tes TOEFL dari Cilacs UII
	Senin, 27 Desember 2021	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2021 dalam bentuk persentase.
10	Selasa, 28 Desember 2021	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan nusantara tahun 2021.
11	Rabu, 29 Desember 2021	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan nusantara tahun 2021.
14	Kamis, 30	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan nusantara tahun 2021.

	Desember 2021	
15	Jumat, 31 Desember 2021	Membantu membereskan dan merapikan perpindahan kantor serta perpisahan dengan anak magang lama.



Bulan Januari		
No.	Hari Tanggal	Uraian Singkat Kegiatan
1	Senin, 3 Januari 2022	Perkenalan dan membantu anak magang baru dalam melakukan pekerjaan
2	Selasa, 4 Januari 2022	Merekapitulasi data kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara tahun 2021 lalu mengolahnya dalam bentuk Excel untuk dilampirkan kepada BPS
3	Rabu, 5 Januari 2022	Membuat data semua anak magang bidang pemasaran
4	Kamis, 6 Januari 2022	Merumuskan strategi-strategi pemasaran untuk membantu Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam menarik wisatawan
5	Jum'at, 7 Januari 2022	Mendata semua anak magang untuk pembuatan <i>id card</i>
6	Senin, 10	Membuat list tempat destinasi untuk konten promosi di media sosial Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan membuat <i>id card</i>

	Januari 2022	
7	Selasa, 11 Januari 2022	Merumuskan ide-ide untuk konten Reels Instagram dan TikTok terkini untuk promosi destinasi Daerah Kota Yogyakarta lalu mencari vendor untuk mencetak <i>id card</i>
8	Rabu, 12 Januari 2022	Membuat konten Reels Instagram dan TikTok di “Soto Ayam Lenthok” untuk promosi Daerah Kota Yogyakarta
9	Kamis, 13 Januari 2022	Membantu mengarsipkan SPJ tahun 2021 dari Januari-Desember 2021 serta merekapitulasi data SPJ dalam bentuk Excel lalu melakukan survey lokasi (Taman Budaya) untuk mencari tau tentang event yang sedang digelar guna membantu promosi.
10	Jumat, 14 Januari 2022	Membantu merekapitulasi data kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara yaitu LoS (Length of Stay) tahun 2021 melalui Excel
11	Sabtu, 15 Januari 2022	Melakukan liputan event untuk promosi “Guyub Tresno” di Taman Budaya Yogyakarta
12	Senin, 17	Izin tidak masuk dikarenakan sakit

	Januari 2022	
13	Selasa, 18 Januari 2022	Mengolah data rincian anggaran per kegiatan melalui Excel
14	Rabu, 19 Januari 2022	Mengolah data rincian anggaran per kegiatan melalui Excel serta membuat konten di tempat cagar budaya yaitu Toko Buku Nathan di Kotagede Yogyakarta
15	Kamis, 20 Januari 2022	Membuat konten promosi “Yang terdalam” untuk diupload di media sosial yaitu Instagram resmi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
16	Jum’at, 21 Januari 2022	Membantu mengarsipkan SPJ tahun 2021
17	Senin, 24 Januari 2022	Membantu merekapitulasi Plotting Anggaran
18	Selasa, 25 Januari 2022	Membantu merekapitulasi Plotting Anggaran serta membagikan video promosi “Kota Yogyakarta-Kota Surakarta” kepada mitra Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

19	Rabu, 26 Januari 2022	Membagikan video promosi “Kota Yogyakarta-Kota Surakarta” kepada mitra Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
20	Kamis, 27 Januari 2022	Membantu fotokopi untuk data angket permintaan data kunjungan terhadap beberapa tempat wisata yang ada di Kota Yogyakarta
21	Jum’at, 28 Januari 2022	Melakukan liputan serta wawancara untuk Museum Sonobudoyo unit II dan persewaaan baju adat dari FH Production kedepannya
22	Senin, 31 Januari 2022	Melakukan <i>editing</i> video liputan dan mengunggahnya di sosial media Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

Bulan Februari		
No	Hari Tanggal	Uraian Singkat Kegiatan
1	Selasa, 1 Februari 2022	Libur Imlek
2	Rabu, 2 Februari 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Menyebarkan angket permintaan data kunjungan wisatawan tahun 2021 ke destinasi-destinasi terkait - Mencetak undangan untuk <i>event</i> Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
3	Kamis, 3 Februari 2022	Merekapitulasi hasil rekapitan angket data kunjungan wisatawan tahun 2021 melalui Excel
4	Jum'at, 4 Februari 2022	Izin tidak masuk karena positif terkena Covid-19
5	Senin, 7 Februari 2022	Izin tidak masuk karena positif terkena Covid-19
6	Selasa, 8 Februari	Izin tidak masuk karena positif terkena Covid-19

	2022	
7	Rabu, 9 Februari 2022	Izin tidak masuk karena positif terkena Covid-19
8	Kamis, 10 Februari 2022	Izin tidak masuk karena positif terkena Covid-19
9	Jum'at, 11 Februari 2022	Izin tidak masuk karena positif terkena Covid-19
10	Senin, 14 Februari 2022	Diberlakukannya WFH karena banyaknya yang terjangkit Covid-19 dengan mengerjakan inventaris sosial media
11	Selasa, 15 Februari 2022	Diberlakukannya <i>system Hybrid</i> atau <i>shift</i> harian karena banyaknya yang terjangki Covid-19 Datang ke kantor membantu merapikan dan merorganisir <i>newsletter</i>
12	Rabu, 16 Februari 2022	WFH, Mendata inventaris sosial media

13	Kamis, 17 Februari 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan liputan dan wawancara untuk acara kampung wisata di Desa Wisata Warugboto - Mengambil permintaan data angket kunjungan wisatawan dari sdestinasi terkait
14	Jum'at, 18 Februari 2022	WFH, Mendata inventaris sosial media
15	Senin, 21 Februari 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Apel pagi - Membantu mengantar berkas ke Balaikota Yogya
16	Selasa, 22 Februari 2022	WFH, Mendata inventaris sosial media
17	Rabu, 23 Februari 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Anak magang sudah diwajibkan masuk semua - Membantu mengarsipkan SPJ
18	Kamis, 24 Februari 2022	Membuat konsep untuk liputan ke Taman Pintar untuk Channel Youtube Pinarak Jogja
19	Jum'at, 25 Februari	Melakukan liputan ke Taman Pintar serta membuat video promosi

	2022	
20	Senin, 28 Februari 2022	Membantu mengarsipkan SPJ tahun 2021



Bulan Maret		
No.	Hari Tanggal	Uraian Singkat Kegiatan
1	Selasa, 1 Maret 2022	Libur Isra Mi'raj Nabi Muhammad SAW
2	Rabu, 2 Maret 2022	Menghubungi pihak hotel untuk menanyakan perihal penayangan video promosi Clara dan Kota Yogyakarta Kota Surakarta
3	Kamis, 3 Maret 2022	Libur Hari Raya Nyepi
4	Jum'at, 4 Maret 2022	Menghubungi pihak hotel lagi untuk menanyakan perihal penayangan video promosi Clara dan Kota Yogyakarta Kota Surakarta karena terdapat beberapa hotel yang tidak membalas
5	Senin, 7 Maret 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Apel pagi - Membantu mengarsipkan SPJ tahun 2021 dan mengarsipkan plotting anggaran untuk acara
6	Selasa, 8 Maret 2022	Izin tidak masuk dikarenakan sakit

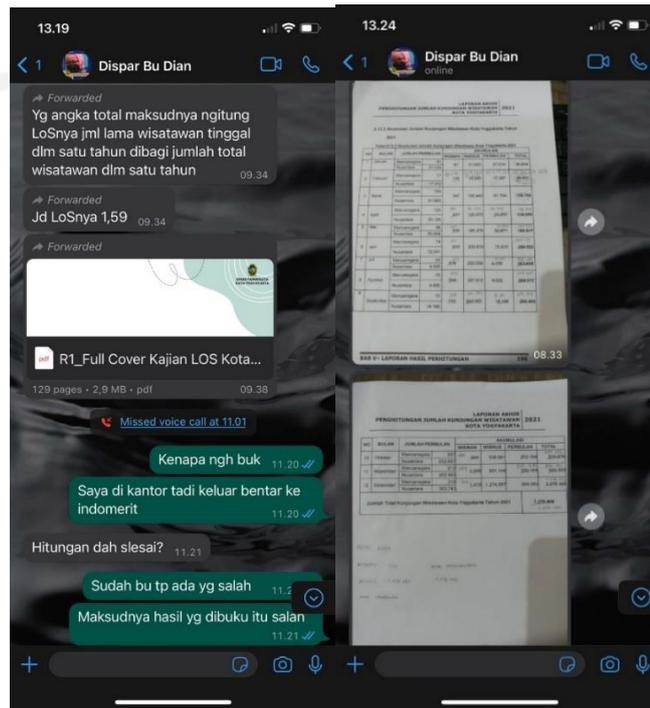
7	Rabu, 9 Maret 2022	Liputan dan wawancara untuk acara kampung wisata di Desa Rejowinangun Kota Yogyakarta
8	Kamis, 10 Maret 2022	Mendata anak magang pemasaran untuk jadwal berjaga di TIC (Tourist Information Center)
9	Jum'at, 11 Maret 2022	Liputan, wawancara dan membuat video promosi Es Gosrok dekat Stadion Kridosono untuk Reels Instagram Pariwisata Kota Jogja
10	Senin, 14 Maret 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan wawancara serta membuat video promosi untuk Si Thole (bus untuk mengantar wisatawan ke destinasi yang ada di perjalanan) - Mengecek data kunjungan wisatawan.
11	Selasa, 15 Maret 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Perpanjang masa magang untuk menggantikan yang kosong - Membuat dan mencetak <i>id card</i> untuk anak magang baru - Menjaga ruang TIC bersama Tenaga Teknis
12	Rabu, 16 Maret 2022	Mengedit video liputan <i>Workshop</i> Pelaku UKM Wiasata
13	Kamis, 17	<ul style="list-style-type: none"> - Perintah Upacara - Liputan dan wawancara untuk acara <i>Workshop</i> - Membantu merekapitulasi data RKA Pelayanan Informasi

	Maret 2022	<p>melalui Excel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjaga ruang TIC bersama Tenaga Teknis
14	Jumat, 18 Maret 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Membantu merapikan data ke Excel - Liputan, wawancara, dan membuat video Cafe Tugu Lor serta Editing video promosi untuk Reels Instagram - Perpisahan dengan anak magang



LAMPIRAN 1 7

Bukti Magang



**LAPORAN AKHIR
PENGHITUNGAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
KOTA YOGYAKARTA 2021**

5.13.3 Akumulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta Tahun 2021

Tabel 5.13.3 Akumulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta 2021

NO	BULAN	JUMLAH PERBULAN	AKUMULASI		
			WISMAN	WISNUS	TOTAL
1	Januari	Mancanegara 81	81	21.533	21.614
		Nusantara 21.533			21.614
2	Februari	Mancanegara 77	158	38.843	39.001
		Nusantara 17.310		17.387	
3	Maret	Mancanegara 189	347	100.448	100.795
		Nusantara 61.605		61.794	
4	April	Mancanegara 123	470	135.675	136.045
		Nusantara 35.126		35.250	
5	Mei	Mancanegara 88	558	186.378	186.917
		Nusantara 50.804		50.871	
6	Juni	Mancanegara 74	632	258.919	259.532
		Nusantara 72.541		72.615	
7	Juli	Mancanegara 85	717	263.009	263.688
		Nusantara 4.090		4.155	
8	Agustus	Mancanegara 16	733	267.615	268.310
		Nusantara 4.606		4.622	
9	September	Mancanegara 15	748	285.785	286.494
		Nusantara 18.169		18.185	

BAB V - LAPORAN HASIL PERHITUNGAN 190

LAPORAN AKHIR 2021
PENGHITUNGAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KOTA YOGYAKARTA

5.13.3 Akumulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta Tahun 2021

Tabel 5.13.3 Akumulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Yogyakarta 2021

NO	BULAN	AKUMULASI			
		JUMLAH PERBULAN	WISMAN	WISNUS	PERBULAN TOTAL
1	Januari	Mancanegara	81	21.533	21.614
		Nusantara	21.533		
2	Februari	Mancanegara	77	35.843	36.613
		Nusantara	17.310		
3	Maret	Mancanegara	189	100.448	101.637
		Nusantara	61.905		
4	April	Mancanegara	123	135.675	136.903
		Nusantara	35.126		
5	Mei	Mancanegara	68	186.378	187.058
		Nusantara	50.804		
6	Juni	Mancanegara	74	258.919	260.000
		Nusantara	72.541		
7	Juli	Mancanegara	65	263.000	263.655
		Nusantara	4.090		
8	Agustus	Mancanegara	10	267.615	268.625
		Nusantara	4.606		
9	September	Mancanegara	15	285.785	286.800
		Nusantara	18.169		

BAB V- LAPORAN HASIL PERHITUNGAN 190

