

ANALISIS SISTEM INFORMASI PEMASARAN PARIWISATA

**(Studi pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan
Poncokusumo Kabupaten Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**EVATUL JANNAH
NIM. 125030800111011**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI PARIWISATA
MALANG
2018**

MOTTO

“No body has a perfect life

Every body has their own problems

Some people just know how to deal with it in a perfect way”

“Don’t expect to get what you give

Not everyone has a heart like you”



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Sistem Informasi Pemasaran (Studi Pada Lembaga
Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten
Malang)

Disusun oleh : Evatul Jannah

NIM : 125030800111011

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

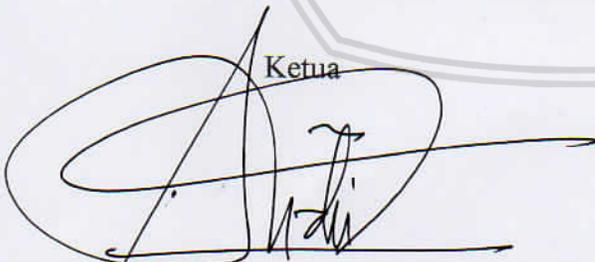
Konsentrasi : Pariwisata (Destinasi Pariwisata)

Malang, 15 Mei 2018

Komisi Pembimbing

Ketua

Anggota


Andriani Kusumawati, S. Sos, M. Si., DBA
NIP. 19760414200212 2 002


Rizki Yudhi Dewantara, S. Sos., MPA
NIP. 19770502200212 1 003

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu

Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 11 Juli 2018

Jam : 12:30

Skripsi atas nama : Evatul Jannah

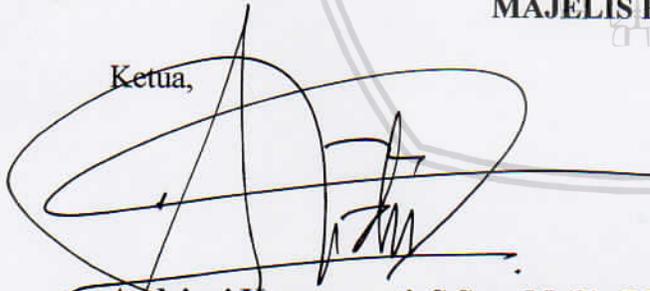
Judul : Analisis Sistem Informasi Pemasaran Pariwisata (Studi
Pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kec.
Poncokusumo Kab. Malang)

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Andriani Kusumawati, S.Sos., M. Si., DBA
NIP. 19760414200212 2 002

Anggota,



Rizki Yudhi Dewantara, S. Sos, MPA
NIP. 19770502200212 1 003

Anggota,



Prof. Drs. Achmad Fauzi DH, MA
NIDK. 8813940017

Anggota,



Drs. Heru Susilo, MA
NIP. 19591210198601 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya ilmiah yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Malang, 25 Mei 2016



Evatul Jannah
125030800111011

RINGKASAN

Evatul Jannah, 2018. **Analisis Sistem Informasi Pemasaran (Studi pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang)**, Andriani Kusumawati, S.Sos., M. Si., DBA. Rizki Yudhi Dewantara, MPA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran sistem informasi pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dan menganalisa permasalahan terhadap sistem saat ini sehingga dapat mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam pengembangan selanjutnya.

Penelitian ini dilakukan dibagian pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yang berlokasi di Desa Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. jenis yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sumber yang digunakan adalah metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang telah menggunakan sistem informasi pemasaran berbasis teknologi informasi dalam bentuk *website* namun masih terdapat berbagai permasalahan yang membuat sistem informasi pemasaran tersebut bekerja tidak maksimal. *Website* yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini kurang memenuhi syarat untuk dijadikan pedoman para calon wisatawan karena isi yang ada pada *website* tidak sama dengan yang ada dilapangan. Kekurangan ini disebabkan oleh kurang kompetennya anggota Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam pengelolaan sistem informasi pemasaran berbasis teknologi informasi terutama pada *website*. dengan mengetahui berbagai permasalahan yang ada pada sistem informasi pemasaran ini maka akan mempermudah Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam mengambil keputusan tentang apa yang akan dilakukan yang dapat menunjang pertumbuhan wisatawan.

Kata Kunci: Sistem Informasi Pemasaran, Teknologi Informasi, Website

SUMMARY

Evatul jannah, 2018. **Analysis Marketing Information System** (Study at tourism organization in Gubugklakah, District Poncokusumo, Malang), Andriani Kusumawati, S.Sos., M. Si., DBA. Rizki Yudhi Dewantara, S. Sos., MPA.

The purpose of this research is to understand about the description of marketing information system that is applied in tourism organization in Gubugklakah District Poncokusumo, Malang and to analyze the problem of current system to get to know about what the system needs for next development.

This research was conducted in the marketing departement of tourism organization that located in the Gubugklakah village, District Poncokusumo, Malang. The type of this research is qualitative research. The source of data used are primary data and sacondary data, obtained by using data collection method such as observation, interview, and documentary.

Based on the research that has been done, it was found that tourism organization in Gubugklakah District Poncokusumo, Malang is already used marketing information system based on information technology in website form but still had some problems that made the marketing information system works not really good. Website that owned by tourism organization in Gubugklakah District Poncokusumo, Malang is does not qualify to be a guide for potential tourists because the content on the website is not the same as the real Gubugklakah. The deviciency is caused by the lack of competent member of tourism organization in Gubugklakah to manage the marketing information system based on information technology marketing especially on the website. By knowing the problems of their marketing information system can make it easier for tourism organization in Gubugklakah District Poncokusumo, Malang to taking decisions about something that they should do to support their tourist visitation.

Keyword: Marketing Information System, Information Technology, Website

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, petunjuk, dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Sistem Informasi Pariwisata (studi pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah)”. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pihak-pihak yang membantu baik secara moril, materil, masukan, diskusi, dan saran dalam rangka menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Bambang Supriyono, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Drs. Mochammad Al Musadieq, MBA, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Ibu Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi ini
4. Bapak Rizki Yudhi Dewantara, S. Sos, MPA sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi ini
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Administrasi, khususnya dosen jurusan Administrasi Bisnis yang selama ini telah membimbing dan menularkan kajian keilmuannya kepada peneliti selama proses perkuliahan maupun diluar perkuliahan.

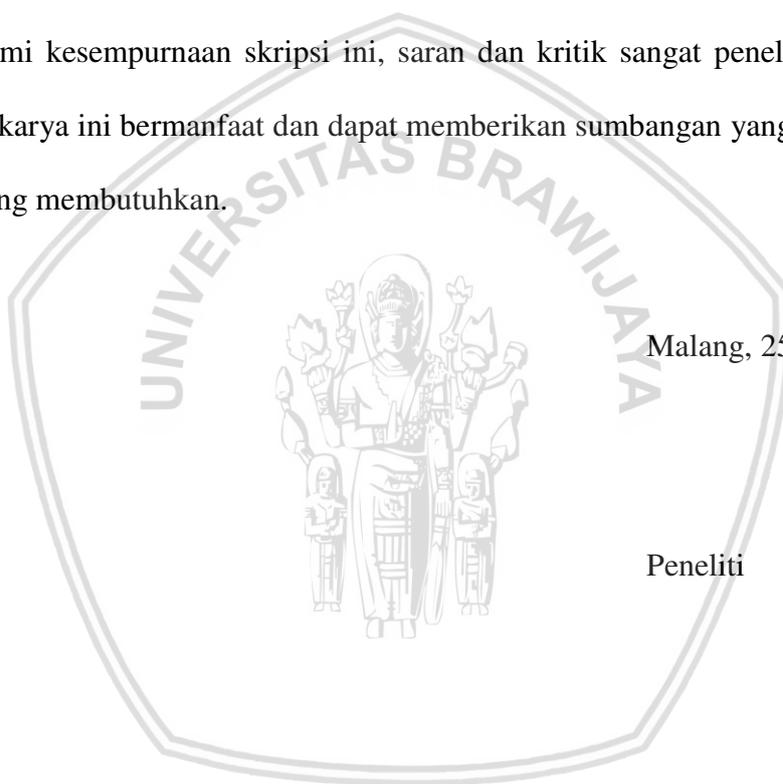


6. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang khususnya bapak Heri Siswoyo selaku Ketua Devisi Pemasaran Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yang membantu dalam lancarnya skripsi ini hingga selesai.
7. Semua sahabat pada masa perkuliahan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan warna dan dukungan selama ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik sangat peneliti harapkan. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 25 Mei 2018

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teoritis	13
1. Pariwisata	13
a. Pengertian Pariwisata.....	13
b. Destinasi Pariwisata.....	13
c. Desa Wisata	17
d. Wisatawan.....	19
2. Pemasaran Pariwisata	21
a. Pengertian Pariwisata.....	21
b. Pemasaran Pariwisata	23
3. Sistem Informasi Manajemen	25
a. Pengertian Sistem Informasi Manajemen	25

b. Teknologi Informasi	26
1) <i>Hardware</i>	26
2) <i>Software</i>	29
3) Manajemen Sumber Data	32
4) Telekomunikasi dan Jaringan	34
5) Sumber Daya Manusia.....	36
4. Sistem Informasi Pemasaran	38
5. <i>World Wide Web</i>	39
6. Kerangka Berfikir.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
B. Fokus Penelitian.....	44
C. Pemilihan Lokasi Penelitian	44
D. Sumber Data	45
E. Pengumpulan Data	45
F. Instrumen Penelitian.....	46
G. Metode Analisis Data	47
H. Keabsahan Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	50
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	50
a. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	50
b. Daya Tarik Wisata Desa Gubugklakah.....	52
c. Visi dan Misi Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	57
d. Struktur Organisasi	58
2. Sistem Informasi Pemasaran Desa Wisata Gubugklakah	59
a. Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	61
b. Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	63
c. Manajemen Sumber Data	64
d. Telekomunikasi dan Jaringan.....	65
3. Evaluasi Sistem Informasi Pemasaran Pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	67
a. Kekuatan.....	67
b. Kelemahan	75
B. Pembahasan Sistem Informasi Pemasaran Pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	93



DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	99



DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Profil Desa Wisata Gubugklakah	5
2.	Terminologi <i>World Wide Web</i>	40
3.	Kerangka Berfikir.....	42
4.	Komponen pada Analisis Data.....	48
5.	Lambang Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	52
6.	Struktur Organisasi Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	58
7.	TIC Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	60
8.	<i>Facebook</i> Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	71
9.	<i>Instagram</i> Lembaga Desa Wisata Gubugklakah	72
10.	Gambar Destinasi Wisata Lokasi Penelitian.....	104



DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Gubugklakah Tahun 2011-2016.....	74



DAFTAR LAMPIRAN

No Judul

1. Pedoman Wawancara	99
2. Hasil Wawancara	100
3. Gambar Destinasi Wisata Lokasi Penelitian dan Wawancara	104
4. <i>Curriculum Vitae</i>	107



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu industri yang diandalkan oleh negara berkembang untuk menaikkan perekonomian. Negara berkembang yang dimaksud salah satunya adalah Indonesia. Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah yang seharusnya dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam industri pariwisata. Sektor industri pariwisata Indonesia menempati urutan ke empat dalam menyumbang produk domestik bruto negara (Nurmayanti 2016, <http://bisnis.liputan6.com/>), walaupun begitu, penilaian dunia menyatakan bahwa dalam sektor pariwisata, Indonesia saat ini baru menduduki peringkat 130 dari 144 negara di dunia (Antara 2016, <http://m.tempco.co/>). Melihat peringkat tersebut, Kementerian Pariwisata menggalakkan promosi pariwisata Indonesia ke berbagai negara dengan target kunjungan 12 juta wisatawan mancanegara dan 260 juta wisatawan nusantara pada 2016 dengan sepuluh prioritas destinasi yaitu Borobudur, Mandalika, Labuhan Bajo, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Kepulauan Seribu, Danau Toba, Wakatobi, Tanjung Lesung, Morotai dan Tanjung Kelayang (Afri 2016, <http://www.bkn.go.id/>). Salah satu dari prioritas destinasi tersebut terdapat kawasan cagar biosfer yang diakui oleh UNESCO pada tanggal 9 Juni 2015 (<http://bromotenggersemeru.org/>).

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru secara administratif terletak di empat wilayah kabupaten, yaitu: Malang, Pasuruan, Probolinggo, Lumajang

(<http://bromotenggersemeru.org/>). Letak Taman Nasional Bromo Tengger Semeru tersebut memberikan manfaat yang sangat besar pada daerah sekitarnya, salah satunya yaitu Desa Gubugklakah yang sekarang menjadi desa wisata. Pernyataan tersebut dikemukakan oleh Rendra selaku bupati Malang yang menyatakan desa Gubugklakah sudah dikenal di Indonesia sebagai salah satu desa wisata terbaik (Agasshi 2016, <http://m.timesindonesia.co.id/>). Desa Wisata Gubugklakah terletak di jalur Taman Nasional Bromo Tengger Semeru dengan Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki potensi dan daya tarik wisata berupa wisata alam, wisata minat khusus, dan wisata budaya. Daya tarik alam yang dimiliki Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah bentang alam dan *landscapenya* yang indah dengan dilengkapi perkebunan apel dan sayuran. Terdapat coban-coban atau yang disebut dengan air terjun, diantaranya adalah Coban Pelangi, Coban Trisula. Daya tarik wisata minat khusus di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menyajikan wisata yang memacu adrenalin seperti perkemahan, *out bond*, *rafting*, *tubing*, *tracking*, dan *trail*. Daya tarik wisata budaya Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang antara lain yaitu campur sari, hadrah, wayang kulit, kuda lumping, pencak silat, bantengan dan selamatan desa atau yang biasa disebut dengan grebeg desa.

Daya tarik wisata yang sangat beragam yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menyebabkan

desa wisata tersebut harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Cara memanfaatkan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu dengan cara membuat daya tarik tersebut menjadi wisata yang diminati oleh berbagai wisatawan, hal tersebut sudah dilakukan oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki lembaga yang menaungi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kemajuan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menghimpun penduduk desa untuk berkegiatan membangun desa gubugklakah menjadi desa wisata. Lembaga ini memiliki beberapa divisi yang mendukung dalam kemajuan desa, salah satunya yaitu marketing yang pada dasarnya sangat dibutuhkan oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Divisi Marketing yaitu divisi yang berkegiatan memasarkan produk Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang agar dapat mendatangkan wisatawan. Pemasaran yang paling dibutuhkan oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang saat ini adalah publikasi. Publikasi yang dilakukan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada saat ini yaitu dengan *word of mouth*, brosur, mengikuti beberapa acara yang diadakan oleh pemerintah dan masih banyak lagi, hal tersebut dikemukakan oleh Ketua Divisi Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo

Kabupaten Malang. Salah satu publikasinya juga dilakukan juga melalui sistem informasi berbasis teknologi.

Teknologi saat ini sangatlah berkembang pesat, maka dari itu suatu lembaga juga harus mengikuti alur perkembangan teknologi untuk mengembangkan kegiatannya. Terdapat banyak jenis teknologi yang dapat mendukung kegiatan suatu lembaga, salah satunya yaitu teknologi informasi. Teknologi informasi adalah bagian dari sistem informasi yang dapat membantu setiap orang untuk mendapatkan dan mengolah informasi. Sistem informasi seringkali diterapkan pada aktivitas bisnis dalam bidang pemasaran, akuntansi, manajemen sumber daya manusia, dan keuangan. Dukungan sistem informasi yang berhubungan dengan publikasi adalah sistem informasi pemasaran.

Sistem informasi pemasaran memberikan kemudahan pada bidang pemasaran agar suatu lembaga dapat dikenal secara luas yang membuat produk atau jasa yang dikeluarkan juga dapat dikenal oleh publik. Ketika suatu produk dikenal oleh publik, tidak menutup kemungkinan produk atau jasa tersebut akan digemari oleh pasar jika dengan dukungan kualitas dari produk atau jasa tersebut. Sistem informasi pemasaran menyediakan informasi yang digunakan untuk untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran dan menyediakan informasi yang diperlukan oleh pelaku bisnis dan calon konsumen. Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah tentang sesuatu yang harus dilakukan kemudian hari untuk mengembangkan bisnisnya, adapun calon konsumen memanfaatkan sistem informasi pemasaran ini untuk mengambil keputusan dalam hal pembelian



yang dilakukan dengan pilihan iya dan tidak untuk melakukan pembelian. Sistem informasi pemasaran ini seperti sistem informasi lainnya yang memanfaatkan berbagai macam teknologi informasi untuk menjalankan fungsinya. Teknologi informasi pemasaran yang digunakan oleh suatu lembaga dapat berupa *website*.

Website memiliki peranan penting dalam dunia bisnis. Semakin banyak lembaga, baik lembaga kecil maupun besar memanfaatkan *website* untuk menjalankan bisnisnya terutama dalam hal publikasi perusahaan beserta produk dan jasanya. *Website* merupakan salah satu bentuk keberadaan atau cara mendapatkan pengakuan oleh suatu lembaga agar dapat dikenal oleh para publik yang dituju. Go Mudik adalah salah satu usaha pemerintah yang berhasil meningkatkan target kunjungan wisatawan, hal itu menandakan bahwa publikasi pariwisata sangat cocok untuk dilakukan dengan memanfaatkan dan menggunakan sistem informasi pemasaran.



Gambar.1.1 Profil Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

Sumber: desawisatagubugklakah.com

Lembaga yang mengerti akan kegunaan dan cara kerja *website* tidak akan tertinggal oleh perusahaan modern yang lainnya, namun masih banyak

lembaga atau organisasi kecil yang belum mengerti cara menggunakan *website* sehingga tidak menutup kemungkinan lambat laun lembaga tersebut akan tertinggal, hal tersebut adalah masalah yang dialami oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki sistem informasi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, namun terdapat beberapa kendala yaitu Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki *website* yang kurang informatif. Telihat pada info yang pada *website* Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang <http://www.gubugklakah.com/locations/gubugklakah/>. Terlihat pada gambar 1.1 yang membuktikan bahwa informasi tentang desa wisata masih minim dan perbaruan konten yang dilakukan yaitu 15 bulan yang lalu.

Melihat permasalahan sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yang telah dipaparkan, maka hal yang paling dibutuhkan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah sistem informasi pemasaran. Berbagai pertimbangan telah dilakukan sehingga membuat peneliti ingin melakukan penelitian mengenai sistem informasi pemasaran. Penelitian yang dilakukan yaitu dengan judul **“Analisis Sistem Informasi Pemasaran Pariwisata (Studi Pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dibuat perumusan masalah yaitu

1. Bagaimana gambaran sistem informasi pemasaran saat ini pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang?
2. Bagaimana analisis tentang sistem informasi pemasaran pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka dari tujuan penelitian ini yaitu

1. Mengetahui gambaran sistem informasi pemasaran saat ini pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang
2. Mengetahui analisis sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

D. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Akademis

Kontribusi akademis dari penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang ilmu pemasaran serta menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai sistem informasi pemasaran.

2. Kontribusi Praktis

Kontribusi praktis dari penelitian ini dapat menjadi saran atau masukan bagi obyek yang diteliti yaitu Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang mengenai sistem informasi pemasaran untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan diperlukan untuk membantu memperjelas dalam memahami isi penelitian karena berisi tentang langkah-langkah dalam proses penyusunan penelitian yang dilakukan. adapun susunannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang yang menjadikan penelitian ini dilaksanakan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika yang menggambarkan isi dalam penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan bagaimana teori yang mendukung untuk dijadikan landasan ilmiah yang berkaitan dengan keseluruhan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, metode pendekatan, dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam proses dilakukannya penelitian ini

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian dan pengolahan data penelitian serta mengemukakan pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan atau temuan studi dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Kajian empiris merupakan penelitian terdahulu yang relevan dengan tema dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu diharapkan dapat membantu mengarahkan pelaksanaan penelitian ini. Fungsi lainnya yaitu sebagai pedoman, dasar pertimbangan, maupun perbandingan dalam upaya memperoleh arah dan kerangka berfikir yang jelas. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini adalah:

1. Queros and Braudio (2014)

Penelitian yang dilakukan oleh Queros dan Braudio pada tahun 2014 yang berjudul "*Benefit of The Marketing Information System in Clothing Retail Business*". Penelitian ini bertujuan untuk melihat kebiasaan sistem informasi pemasaran pada bisnis retail. Objek pada penelitian ini diambil dengan mewawancarai dua pihak yaitu ketua manajemen dan salah satu pegawai dari divisi pemasaran dari perusahaan besar Brazil di bidang tersebut.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini bahwa sistem informasi pemasaran sangat berguna untuk banyak hal dalam meningkatkan daya saing dengan perusahaan lainnya. Manfaat sistem informasi pemasaran menurut penelitian ini diantaranya adalah menganalisis pelanggan dan pasar dengan memperkuat hubungan mereka dengan para pelanggan. Sistem informasi pemasaran juga merupakan salah satu alat pendukung

untuk mengurangi resiko dalam pengambilan keputusan dengan berbagai cara.

Persamaan antara penelitian pada jurnal dengan penelitian ini adalah dengan menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif dengan wawancara yang dilakukan. Selain itu, pada penelitian jurnal ini meneliti tentang sistem informasi pemasaran pada suatu lembaga dengan melihat apa yang akan didapatkan dalam menjalankan sistem informasi tersebut. Perbedaan dari penelitian ini yaitu bidang yang diteliti berbeda, pada jurnal ini yaitu retail dan pada penelitian yang akan dilakukan adalah pariwisata dengan produk jasa.

2. Ying and Mike (2011)

Penelitian yang dilakukan oleh Ying dan Mike pada tahun 2011 yang berjudul "*Setting Up Tourism Engineering Marketing Information System Of China.*" Penelitian ini dilakukan berdasarkan kesadaran peneliti tentang pentingnya sistem informasi pemasaran untuk pariwisata pada saat ini. penelitian ini dilakukan untuk memajukan negara Cina yang pada tahun tersebut mendapati pariwisatanya semakin berpotensi. Pada tahun penelitian ini dilakukan, pariwisata yang ada di Cina belum memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan maka dari itu sistem informasi pemasaran dipilih untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan.

Penelitian ini memutuskan untuk mengadopsi sistem informasi pemasaran Austria untuk menjadi acuan karena Austria dianggap negara yang berhasil dalam mengolah sistem informasi pemasaran pada

pariwisatanya. Proses yang dilakukan yaitu dengan membandingkan sistem pariwisata dari segala aspek yang ada di Cina dengan pariwisata yang ada di Austria. Ditemukan beberapa kesalahan pada sistem informasi pariwisata Cina sehingga harus mengkonstruksi ulang semua sistem yang ada. Hasilnya yaitu sistem informasi pemasaran pariwisata Cina harus mencakup dengan indikator pasokan wisata dan permintaan pariwisata dengan merujuk standar internasional. Terdapat beberapa survei yang harus yang dilakukan selanjutnya yaitu laporan berkala mengenai hotel yang ada di Cina dan survei sampel. Survei sampel yang dititik beratkan yaitu pada pasar dalam negeri karena lebih berpotensi saat ini.

Persamaan penelitian pada jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu melihat keadaan sistem informasi pemasaran pada masing-masing objek untuk melihat apa yang kurang dalam sistem informasi pemasaran objek. Perbedaannya yaitu terdapat pada cara penelitian pada jurnal ini melihat dari segi perbedaan sistem informasi pemasaran di Cina dengan Austria, sedangkan penelitian yg dilakukan oleh peneliti yaitu berdasarkan sistem informasi yang sedang berjalan.

3. Hosami, Farshad *et all*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hosami dkk pada tahun 2013 yang berjudul "*Marketing Information System in Organization Processes*". Penelitian ini bertitik berat pada peran teknologi informasi sebagai pendukung sistem informasi pemasaran. Melalui penelitian dalam jurnal ini berharap adanya peningkatan kinerja. Teknologi informasi dianggap

sangat berperan penting dalam mengikuti perkembangan persaingan pada masa ini.

Penelitian dalam jurnal ini menyatakan bahwa dalam pemasaran, interaksi dengan konsumen dan kesuksesan perusahaan sangatlah penting. Teknologi informasi yang semakin mumpuni dan berubah secara cepat adalah tantangan yang sangat nyata yang harus dikejar untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Ditemukan bahwa ada beberapa komponen yang menyebabkan perubahan yaitu variabel bauran pemasaran, perubahan ukuran dan struktur departemen, yang terakhir yaitu kemampuan untuk menangani *volume* tinggi dan informasi pemasaran yang sangat kompleks.

Persamaan jurnal ini dengan penelitian yang dilakukan adalah melihat teknologi informasi yang sangat berpengaruh pada sistem informasi pemasaran pada sebuah perusahaan atau organisasi. Menggunakan wawancara dan observasi untuk menjadi dasar dalam penelitian. Perbedaannya yaitu dalam jurnal ini menggunakan kuesioner dalam penelitiannya sedangkan untuk penelitian yang dilakukan peneliti tidak menggunakan kuesioner.

B. Kajian Teoritis

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sangsekerta yaitu kata *pari* yang berarti banyak dan *wisata* yang memiliki arti perjalanan (Hadiwijoyo, 2012:41).

“Pariwisata adalah ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan menghimpun pengunjung termasuk di dalamnya berbagai akomodasi dan catering yang dibutuhkan dan diminati oleh pengunjung” (Mc. Intosh dan Goelder)

“Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu” (James J Spillane). Kedua pengertian pariwisata tersebut terdapat dalam Hadiwijoyo (2012:41-42)

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh para pemangku kepentingan (undang-undang nomor 10 tahun 2009). Pariwisata memiliki peranan penting dalam peningkatan devisa pada saat ini terutama pada negara berkembang. Pariwisata memiliki beberapa komponen pokok menurut *World Tourism Organization* (1995 dalam Pitana dan Diarta (2009:46)) yaitu:

- 1) *Traveler* adalah setiap orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.
- 2) *Visitor* adalah orang yang melakukan perjalanan keluar dari daerah tempat tinggalnya kurang dari 12 bulan.
- 3) *Tourist* adalah bagian dari visitor yang menghabiskan waktu di daerah yang dikunjungi, paling tidak 24 jam.

b. Destinasi Pariwisata

Destinasi adalah suatu tempat yang menjadi tempat tujuan untuk berkunjung dengan waktu yang relatif lebih lama dari pada perjalanan yang dilaluinya. Pitana dan Diarta (2009:128) menggolongkan destinasi pariwisata sebagai produk pariwisata. produk pariwisata pada dasarnya tidak terlihat karena produk pariwisata adalah

berbentuk jasa atau layanan. Produk pariwisata memiliki karakteristik tersendiri, adapun karakteristik produk pariwisata menurut Pitana dan Diarta (2009:128-129) yaitu:

1) *Intangibility*

Intangibility adalah sesuatu yang tidak dapat dicium aromanya, tidak dapat didengar, tidak dapat dilihat, tidak dapat dirasakan. Produk yang bersifat *intangibility* adalah produk yang hanya dapat dirasakan pada saat pembelian selesai, kemudian yang dapat dibawa oleh konsumen yang disebut dengan wisatawan hanyalah kenangan.

2) *Inseparability*

Inseparability adalah ketika keberadaan sebuah produk disebabkan oleh pihak yang menyediakannya seperti *travel agents* atau *tour operator*.

3) *Variability*

Variability adalah karakteristik produk yang tidak dapat diperkirakan hasil akhir atau pelayanannya. Setiap kali produk dipesan, penyedia layanan wisata tidak dapat memprediksikan kualitas pelayanannya kepada setiap pelanggan karena hal tersebut tergantung pada situasi dan kondisi saat pelayanan dilakukan.

4) *Perishability*

Perishability adalah ketika produk tidak dapat disimpan dengan wujud, namun hanya dapat dirasakan dan diceritakan sebagai kenangan.

Hal di atas adalah karakteristik yang dimiliki oleh destinasi pariwisata sebagai produk pariwisata. Selain karakteristik, destinasi pariwisata juga memiliki beberapa komponen pembentuknya. Menurut Pitana dan Diarta (2009:130-131) komponen destinasi pariwisata adalah:

1) Atraksi destinasi

Atraksi destinasi adalah suatu yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu destinasi wisata. Atraksi destinasi dapat bermacam-macam seperti seni, budaya, bentang alam dan lain sebagainya yang dapat dinikmati oleh pengunjung suatu destinasi wisata.

2) Fasilitas destinasi

Fasilitas destinasi adalah berbagai sarana dan prasarana yang dapat mendukung pengunjung untuk menikmati atraksi dan tinggal lebih lama. Beberapa contoh dari fasilitas tersebut adalah penginapan, rumah makan, pelayanan informasi, dan lain sebagainya.

3) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah tentang bagaimana akses untuk menuju ke suatu destinasi pariwisata.

4) Citra

Citra adalah kepercayaan atau anggapan yang dimiliki berbagai orang termasuk wisatawan mengenai suatu destinasi pariwisata.

Citra sering terbentuk dari beberapa kejadian, pengalaman atau rumor-rumor yang berpengaruh.

5) Harga

Harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh pengunjung untuk membayar beberapa atau seluruh fasilitas yang ada di suatu destinasi pariwisata.

Suatu tempat dapat dikatakan sebagai destinasi pariwisata jika memenuhi karakteristik dan komponen seperti yang disebutkan di atas. Karakter-karakter didatas dapat meningkatkan kunjungan wisatawan jika diperhatikan dengan baik.

c. Desa Wisata

Desa wisata adalah suatu desa yang menjadi daerah tujuan wisata yang menyajikan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan dari berbagai aspek yang disajikan dalam bentuk atraksi, akomodasi, makanan, minuman, dan kebutuhan wisata yang lainnya (Hadiwijoyo, 2012:68). Desa wisata sekarang ini sedang digalakkan oleh pemerintah Indonesia. Pernyataan tersebut dibuktikan pada situs pemerintah yang mengunggah sebuah konten tentang sosialisasi desa wisata untuk dalam rangka pemberdayaan masyarakat (<http://humas.kutaikartanegarab.go.id/>), selain itu juga dibuktikan pada unggahan (Muliata 2011, <http://www.voaindonesia.com>) yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia maka wisata yang berbasis pedesaan harus

dimaksimalkan, hal tersebut juga didukung oleh *United Nation World Tourism Organization*.

Sebuah desa dapat dikatakan sebagai desa wisata menurut Hadiwijoyono (2012:69) jika memenuhi persyaratan:

- 1) Aksesibilitas baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi. Kemudahan tersebut membuat wisatawan akan dengan mudah memutuskan untuk pergi ke suatu destinasi wisatawan jika segala aksesnya dengan mudah dijangkau.
- 2) Memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata.
- 3) Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberi dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
- 4) Keamanan yang terjamin.
- 5) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
- 6) Beriklim sejuk atau dingin.
- 7) Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.
- 8) Atraksi-atraksi yang khas pedesaan yang dapat disuguhkan dan dinikmati oleh para pengunjung desa wisata.

Unsur-unsur yang telah disebutkan di atas adalah unsur yang dapat membuat sebuah desa wisata mendekati kata sempurna, adapun jika salah satu dari unsur tersebut tidak terpenuhi namun masih terdapat atraksi dan akomodasi, sarana-prasarana maka suatu desa dapat dikatakan desa wisata.

d. Wisatawan

Wisatawan adalah pengunjung suatu destinasi wisata yang bertujuan untuk bersenang-senang. Wisatawan adalah seorang atau sekelompok orang yang berkunjung dalam arti tidak menetap kesuatu daerah atau destinasi wisata bertujuan untuk menikmati atraksi dan mengeluarkan sejumlah uang pada daerah yang dikunjungi (Hadinoto, 1996:44-45). Pengertian lain wisatawan dengan konsep *heuristic* Pitana dan Diarta (2009:37-38), wisatawan dalam konteks perilaku yang dapat diterima secara luas pada dasarnya memiliki empat atribut penting. Pertama, wisatawan adalah orang yang bepergian jauh keluar dari negaranya (jika ini diterima di masyarakat maka seseorang tidak pernah menjadi wisatawan di negaranya sendiri).

Kedua, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dengan durasi waktu tertentu yang bersifat sementara, tidak bertujuan untuk menetap selamanya dan durasi waktu diperuntukkan untuk membedakan wisatawan dengan penglaju. Ketiga, wisatawan adalah orang yang muncul disaat senggang untuk menikmati harinya. Keempat, orang yang berkunjung kesuatu tempat yang memiliki karakteristik tertentu atau karakteristik yang dibutuhkan oleh

wisatawan. Keragaman pengertian wisatawan tersebut dikarenakan setiap orang memiliki persepsi tentang pengertian wisatan yang berbeda. Terdapat dua jenis wisatawan yang mengunjungi desa wisata menurut Hadiwijoyono (2012:70-71) yaitu sebagai berikut:

1) Wisatawan domestik

- a) Wisatawan atau pengunjung rutin yang tinggal di daerah dekat desa wisata tersebut.
- b) Wisatawan dari luar daerah (luar kota atau luar provinsi), yang transit atau lewat dengan motivasi membeli kerajinan khas setempat.
- c) Wisatawan domestik yang sengaja mengunjungi suatu tempat ke suatu daerah yang masih di dalam negerinya dengan tujuan bersenang-senang menikmati suasana pedesaan.

2) Wisata mancanegara

- a) Wisatawan yang suka berpetualang dan berminat khusus pada kehidupan dan kebudayaan pedesaan. Umumnya wisatawan ini tidak ingin bertemu dengan wisatawan lainnya dan berusaha mengunjungi kampung atau desa yang tidak memiliki banyak wisatawan asing
- b) Wisatawan yang pergi dalam *group*. Pada umumnya mereka tidak tinggal lama di dalam desa dan hanya tertarik pada hasil produk asli pedesaan tersebut.

- c) Wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan hidup dalam desa dengan motivasi merasakan kehidupan yang dijalani setiap harinya.

2. Pemasaran Pariwisata

a. Pengertian pemasaran

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, diberikan batasan mengenai pemasaran kepariwisataan Indonesia yakni Pemasaran pariwisata bersama, terpadu dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam membangun Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing. Menurut Kotler (1996:4) pemasaran merupakan fungsi manajemen yang mengatur dan mengarahkan semua kegiatan usaha berdasarkan hasil penilaian terhadap kebutuhan pembeli dan menyesuaikan daya beli orang untuk menjadi permintaan yang efektif terhadap suatu produk atau jasa, serta mengalirkan produk atau jasa tersebut ke konsumen atau pengguna akhir dalam mencapai target keuntungan atau tujuan lain yang ditetapkan perusahaan atau organisasi.

Merujuk pada definisi umum pemasaran yang diberikan oleh Kotler, manakala diterapkan pada aspek kepariwisataan, maka

kegiatan-kegiatan pokok yang harus dilakukan dalam program pemasaran pariwisata paling tidak akan meliputi:

- 1) Memahami kebutuhan pasar wisatawan dengan baik.
- 2) Mengembangkan produk wisata yang mempunyai nilai superior dimata pasar wisatawan tersebut.
- 3) Mendistribusikan informasi produk wisata ke wisatawan secara tepat dan menarik.
- 4) Mempromosikan produk wisata dengan efektif.

Kerangka pemahaman pemasaran pariwisata seperti yang telah diuraikan di atas, pada dasarnya keseluruhan produk wisata yang dikembangkan hendaknya dilihat dalam kaitannya dengan keinginan dan harapan wisatawan. Sebagai pembeli, wisatawan harus dapat memahami keseluruhan produk wisata yang ada di destinasi. Menurut Sunaryo (2013:179), secara umum dapat disimpulkan bahwa esensi pemahaman dari pemasaran pariwisata (*tourism marketing*) adalah suatu proses pertukaran (*exchange*).

Secara industrial merupakan sebuah sistem yang ada di dalamnya mencakup proses untuk mencapai pertukaran antara dua pelaku (pihak) yang berbeda yaitu: a) Konsumen atau wisatawan; yang membeli atau menggunakan produk wisata yang ada di destinasi; b) Destinasi (otoritas organisasi produksi) yang memasok dan menjual produk wisata kepada wisatawan.

Berdasarkan berbagai pemaparan tentang pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa suatu kegiatan yang merupakan salah satu kegiatan manajemen yang di dalamnya terdapat proses pertukaran. Elemen yang terdapat dalam pemasaran yakni konsumen atau dalam konteks ini adalah wisatawan, pemasok atau penyedia jasa pariwisata dan produk wisata. Adapun tujuannya yakni untuk memenuhi kebutuhan pasar, mengembangkan produk, mendistribusikan produk wisata dan memasarkan produk wisata.

b. Pemasaran Pariwisata

Pemasaran adalah salah satu fungsi dari sebuah organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai pada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan melalui berbagai cara yang dapat menguntungkan bagi organisasi atau pemangku kepentingan, hal tersebut dikemukakan oleh *American Marketing Association* (AMA) dalam (Kotler dan Keller, 2009). Terdapat pengertian lain dari (Kotler dan Keller, 2009: 5) bahwa pemasaran adalah sebuah proses antara individu dan kelompok yang berinteraksi dengan tujuan menciptakan, menawarkan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masing-masing. Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah inti dari terkenalnya suatu produk karena pemasaran menyajikan suatu penawaran,

pengantaran, dan informasi yang dicakup dalam komunikasi tentang suatu produk kepada publik.

Pemasaran parwisata pada dasarnya menggunakan teori sama seperti pemasaran lainnya, sehingga bauran pemasarannyapun menggunakan teori Kotler yang digunakan untuk pemasaran pada produk jasa yaitu 7P (*product, price, promotion, place, participant, process, physical evidence*) (Bungin, 2015:20). *Product* (produk) adalah keseluruhan dari suatu konsep atau proses yang dapat memberikan nilai bagi para pelanggan. *Price* (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan kepada penjual. *Place* (tempat) adalah lokasi produksi maupun penjualan suatu produk barang atau jasa.

Promotion (promosi) adalah aktivitas untuk mengkomunikasikan produk barang atau jasa kepada publik. *people* (orang) adalah setiap orang yang berpartisipasi dalam pembuatan ataupun penjual belian suatu produk barang atau jasa, contoh dalam pariwisata yaitu orang yang menyediakan tempat wisata, penjual paket wisata dan wisatawan. *Process* (proses) adalah metode dalam pengoprasian atau langkah-langkah keseluruhan untuk menghasilkan produk dan proses jual belinya. *Physical evidence* (bukti fisik) adalah fisik dari tempat jasa diciptakan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan atau dalam pariwisata yang dinamakan tempat wisata yang langsung dapat berinteraksi dengan wisatawan.

3. Sistem Informasi Manajemen

a. Pengertian Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen adalah sebuah perkembangan sistem informasi yang masih menjadi perdebatan mengenai definisinya. Definisi menurut beberapa ahli tentang sistem informasi manajemen dalam Taufiq (2013:15-16) yaitu sebagai berikut:

- 1) Azar Susanto (2007) mendefinisikan sistem informasi manajemen adalah kumpulan dari berbagai sub sistem yang memiliki hubungan dengan yang lainnya, kemudian bekerja sama untuk mencapai sebuah tujuan dengan pengolahan data yang dijadikan sebuah informasi bermanfaat oleh manajemen dalam proses pengambilan keputusan saat melaksanakan fungsinya.
- 2) Raymon Mc Load (2007) mendefinisikan sistem informasi adalah sebuah sistem berbasis komputer yang membuat informasi tersedia bagi para pengguna yang memiliki kebutuhan serupa.
- 3) Abdul Kadir (2002) mendefinisikan sistem informasi manajemen adalah sebuah sistem penyajian informasi yang digunakan untuk mendukung operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan oleh suatu organisasi.

Penjelasan di atas disimpulkan bahwa sistem informasi manajemen adalah sebuah sistem modern yang dapat mengolah data kemudian menyajikannya dalam bentuk sebuah informasi yang dapat dimanfaatkan dalam membuat keputusan oleh suatu organisasi atau

yang memerlukannya. Sistem informasi memiliki beberapa kriteria supaya dapat dikatakan sukses, adapun kriteria tersebut adalah tingkat penggunaan yang tinggi (*high level of system use*), kepuasan pengguna terhadap sistem (*user satisfaction on system*), sikap positif (*favorable attitude*) pengguna terhadap sistem, tercapainya tujuan system informasi (*achieved objective*), dan imbal balik keuangan (*financial payoff*) (Laudon dan Jane, 2000:31). Sistem informasi memiliki beberapa unsur. Unsur-unsur sistem informasi adalah aplikasi bisnis, tantangan manajemen, proses pengembangan, konsep dasar dan teknologi informasi (O'Brien dan Marakas, 2014:7).

b. Teknologi Informasi

Teknologi informasi adalah gabungan dari perangkat keras dan perangkat lunak. Teknologi dikembangkan cenderung menuju ke ukuran yang lebih kecil namun memiliki kapasitas yang tinggi (Nuryanto, 2012:3). Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah berbagai data dengan berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya (Nuryanto, 2012:23). Menurut ulasan di atas dapat diartikan bahwa Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang selalu berkembang dan dapat memberikan informasi dari data yang diolahnya sehingga dapat berguna bagi pihak yang memang membutuhkan informasi tersebut. Menurut O'Brien dan Marakas (2014: ix) teknologi informasi memiliki beberapa unsur atau komponen yaitu:

1) *Hardware* (Perangkat Keras)

Hardware adalah suatu komponen fisik yang menyusun suatu komputer secara utuh. *Hardware* terdiri dari computer system dan computer peripheral yang digunakan untuk memproses dan menghasilkan informasi. Adapun jenis-jenis sistem komputer menurut O'brien dan Marakas (2014: 86-93) dibagi menjadi tiga. Pertama, sistem komputer mikro adalah komputer yang biasa disebut dengan komputer pribadi yang memiliki daya komputasi dari komputernya melebihi *mainframe* dari generasi komputer sebelumnya yang sebagian kecil tentang biaya. Sistem komputer mikro ini juga merupakan katagori terpenting dalam sistem komputer untuk pelaku usaha dan konsumen. contoh dari sistem ini adalah PC yang dapat digenggam, *notebook*, *laptop*, *tablet*.

Kedua yaitu midrange, komputer dengan sistem ini memiliki biaya rendah yang merupakan server jaringan kelas atas dan server berjenis lain yang mampu menangani pengolahan dari banyak aplikasi bisnis berskala besar. Komputer dengan sistem midrange ini dikenal sebagai server jaringan penuh yang digunakan untuk mengkoordinasi komunikasi dan mengelola pembagian sumber daya dalam pengaturan jaringan untuk membantu pengaturan situs internet besar, internet perusahaan, ekstranet, dan jaringan lainnya. Ketiga adalah sistem komputer *mainframe* bertenaga penuh yang sangat cepat dengan ukuran

yang sangat besar. Komputer dengan sistem ini memiliki kapasitas penyimpanan memori utama dari ratusan *gigabyte* sampai dengan *terabyte* dan dapat mengolah ribuan hingga jutaan instruksi per detik.

Melihat berbagai macam sistem komputer, pada dasarnya fungsi dari perangkat keras adalah sama dan teratur seperti berikut:

- a) Masukan, perangkat masukan dari sebuah sistem komputer termasuk papan ketik, layar sentuh, pena, tetikus, pemindai optik, dan seterusnya. Perangkat ini mengubah data menjadi bentuk elektronik, untuk catatan langsung atau melalui sebuah jaringan telekomunikasi ke sebuah sistem komputer.
- b) Pengolahan, *central processing unit* (CPU) merupakan komponen pengolahan utama dari sebuah sistem komputer. Secara konseptual, sirkuit CPU dapat dibagi menjadi dua sub-unit: unit aritmatik logis dan unit kendali. Sirkuit elektronik (dikenal sebagai daftar) dari unit aritmatik logis melakukan fungsi aritmatik dan logis yang dibutuhkan untuk menjalankan instruksi perangkat lunak.
- c) Keluaran, perangkat keluaran dari sebuah sistem komputer termasuk unit tampilan video, pencetak, unit respon audio, dan seterusnya. Perangkat ini mengubah informasi elektronik yang diproduksi oleh sistem komputer menjadi bentuk yang dapat dimengerti manusia untuk presentasi kepada pengguna akhir.
- d) Penyimpanan. Fungsi penyimpanan dari sistem komputer terjadi di sirkuit penyimpanan unit penyimpanan utama komputer, atau memori, didukung oleh perangkat penyimpanan sekunder, seperti cakram magnetis dan penggerak cakram optik. Perangkat ini menyimpan data dan instruksi perangkat lunak yang dibutuhkan selama pengolahan. Prosesor komputer juga dapat memasukkan sirkuit penyimpanan yang disebut memori rahasia untuk kecepatan tinggi, penyimpanan sementara dari instruksi dan elemen data.
- e) Pengendali. Unit pengendali CPU merupakan komponen pengendali dari sistem komputer. Ia mendaftarkan dan sirkuit lainnya menginterpretasikan instruksi perangkat lunak dan mengirimkan petunjuk yang mengendalikan aktivitas dari komponen lainnya di sistem komputer. (O'Brien dan Marakas 2014:98)

2) *Software* (Perangkat Lunak)

Menurut O'Brien dan Marakas (2014:138) *software* adalah setiap program yang digunakan untuk pengoperasian dan manipulasi komputer beserta perangkat periferalnya. Pengertian lain dari *software* adalah perangkat lunak yang menjadi tempat interaksi antara manusia dengan komputer beserta sistemnya (Muttaqien dan Kusmayadi, 2009: 2). Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *software* adalah komponen yang berupa program pengatur cara kerja komputer dan terdiri dari berbagai perintah yang harus dijalankan oleh *hardware*. *Software* sangatlah membantu kehidupan manusia karena tanpa adanya *software*, perangkat keras atau yang sering disebut dengan *hardware* juga tidak memiliki fungsi. Menurut O'Brien dan Marakas (2014:138-141) perangkat lunak memiliki penggolongan tersendiri yaitu:

- a) Perangkat lunak biasa adalah perangkat lunak yang dibuat disebuah organisasi dan digunakan oleh organisasi itu sendiri
- b) Perangkat lunak COTS (*commercial of the self*) adalah perangkat lunak yang dikembangkan sengaja dijual dan biasanya dalam salinan berganda untuk mendapatkan keuntungan
- c) Perangkat lunak sumber data (*open resources software*) adalah inovasi perangkat lunak terbaru dengan mengkolaborasikan pengembangan sebuah aplikasi yang

berstandar pemograman dan memungkinkan semua orang dapat berkontribusi.

Menurut penggolongan perangkat lunak tersebut, yang sekarang banyak digunakan yaitu perangkat lunak sumber data karena memungkinkan banyak orang untuk berkontribusi. Perangkat lunak sumber data ini memiliki manfaat yang bisa dirasakan oleh banyak orang. terdapat pembahasan perangkat lunak yang dikenal oleh banyak orang yaitu aplikasi dan operasi (Suyanto, 2007:107)

a) Aplikasi adalah sekumpulan perintah program yang dibuat untuk melaksanakan pekerjaan-pekerjaan tertentu berdasarkan tujuan awal dibuatnya aplikasi tersebut (Hendayudi, 2009:143). Aplikasi dapat dioperasikan sama dengan pada penggolongan perangkat lunak. Aplikasi dapat dibuat dan digunakan disebuah organisasi, aplikasi juga dapat diperjual belikan, dan aplikasi juga dapat digunakan oleh banyak orang. adapun salah satunya adalah perangkat lunak aplikasi berbasis *web*. Perangkat lunak berbasis *web* dibagi menjadi tiga yaitu:

1) *Macromedia flash* yang merupakan perangkat lunak untuk merancang animasi pada *web*. Keberadaan *micromedia flash* membuat *website* semakin menarik. *Micromedia flash* saat ini dikembangkan menjadi *micromedia flash MX* semakin cepat dalam pembuatan aplikasi dan isi

internet yang kaya dengan *Return On Investment* (ROI) yang lebih baik.

- 2) *Microsoft front page* adalah alat bantu perancangan web, adapun yang sekarang banyak digunakan oleh personal atau tim adalah *front page 2002*. *Front page 2002* merupakan perangkat lunak aplikasi yang merancang web dari *microsoft* yang memiliki berbagai fasilitas untuk menciptakan *web page* dan *web site*. *Front page 2002* adalah lembar kerja yang memudahkan dalam *copy-paste* informasi, menyisipkan gambar pada halaman web hingga fasilitas *voice dictation*, *commands*, memungkinkan untuk membuat halaman web dalam WYSIWYG atau kode dalam HTML. Fasilitas yang disediakan oleh *front page 2002* sangatlah banyak, dapat mempercantik halaman *web* seperti *layout*, memberi deskripsi. Selain itu *front page 2002* juga memberikan *link bar* yang mempermudah akses pada email dan jenis ini juga dapat menganalisis *traffic* situs setiap hari, minggu, ataupun bulan. Fasilitas *publishing* yang disediakan memungkinkan anda melakukan *drag file* dan *folder* diantara sumber dan tujuan *web*.
- 3) *Macromedia dreamweaver* merupakan perangkat lunak *web design* yang menawarkan cara mendesain *website*

dengan dua langkah dalam satu waktu yaitu mendesain dan memprogram (Suyanto, 2005:235-245).

b) Operasi sistem adalah sistem dari program terintegrasi yang mengatur operasi CPU, mengendalikan masukan, keluaran, penyimpanan sumber daya serta aktivitas dari sistem komputer, serta menyediakan berbagai layanan pendukung saat komputer melaksanakan program aplikasi dari pengguna. Tujuan utama dari operasi sistem adalah mengoperasikan sistem dengan cara yang paling efisien dengan harapan mendapatkan hasil yang maksimal. terdapat lima fungsi dari operasi sistem yang menunjang dalam mendapatkan hasil akhir yang maksimal, fungsi tersebut adalah menyediakan antar muka bagi pengguna, manajemen sumber daya manajemen tugas, manajemen arsip, layanan utilitas dan dukungan. Contoh dari operasi sistem adalah sistem operasi *MS-DOS (Microsoft Disk Operating System)*, *microsoft windows*, *Windows CE*, *PalmOS*, *Macintosh (Mac) OS*, *OS/2 Warp*, *UNIX*, *Linux*, *Utility Program*, dan *Device Driver* (Suyanto, 2007: 119-128)

3) Manajemen Sumber Data

Data adalah sesuatu yang penting bagi sebuah organisasi dengan memiliki kedudukan setara dengan aset bisnis lain yang dimiliki (O'Brien dan Marakas, 2014:205). Pentingnya sebuah data membuat suatu organisasi mengatur data tersebut dengan

sangat hati-hati dan teliti supaya tidak terjadi suatu hal yang tidak didinginkan. Manajemen sumber data adalah mengatur data yang diperlukan oleh pengguna (O'Brien dan Marakas 2014:187). Informasi sekecil apapun harus dianalisis untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk keuntungan yang kompetitif. Adapun jenis-jenis basis data menurut O'Brien dan Marakas (2014:205-210). Pertama adalah basis data operasional atau area basis data subyek, basis data transaksi, dan basis data produksi yang menyimpan data secara terperinci untuk mendukung proses bisnis dan operasi perusahaan. Contoh dari basis data ini adalah basis data pelanggan, basis data sumber daya manusia, basis data persediaan, dan data lainnya yang berisi data olahan bisnis. Kedua adalah basis data eksternal, basis data didapatkan dengan mudah karena banyaknya sumber atau sistus yang menyediakan baik berbayar maupun tidak. Data eksternal yang dimaksud adalah data dengan bentuk statistik atas aktivitas ekonomi dan demografi dari bank data statistis, atau dapat ditampilkan dan diunduh salinan abstrak atau lengkap dari ratusan koran, majalah, buletin, makalah penelitian, dan materi terbitan lain dan terbitan berkala mulai dari biografi sampai basis data teks.

Ketiga yaitu basis data hipermedia yaitu basis data yang menampilkan halaman tautan multimedia (teks, grafis, dan tampilan foto, klip video, segmen audio, dan lain-lain). setelah

mengetahui berbagai macam basis data maka amat sangat mudah untuk mengatur data tersebut. Pada dasarnya manajemen sumber data yang baik akan menghasilkan suatu yang sangat menguntungkan bagi suatu organisasi karena hal tersebut memungkinkan akan dapat memenangkan persaingan dengan kompetitor. Kemenangan dalam persaingan akan berdampak pada keuntungan yang akan didapatkan oleh suatu organisasi yang menjalankannya.

4) Telekomunikasi dan Jaringan

Telekomunikasi adalah segala bentuk pertukaran informasi, baik suara, video, teks, audio, data, ataupun tampilan di seluruh jaringan (O'Brien dan Marakas, 2014:239). Jaringan adalah suatu rantai, kelompok, atau sistem yang saling terkoneksi atau terhubung yang dapat menjembatani suatu telekomunikasi (O'Brien dan Marakas, 2014:232). Berdasarkan pengertian dari telekomunikasi dan jaringan, keduanya tidak dapat dipisahkan karena jaringan memiliki peranan penting dalam lancarnya sebuah telekomunikasi, begitupun dengan tanpa ada telekomunikasi maka jaringan tidak berguna. Ketika membicarakan tentang telekomunikasi dan jaringan maka kita tidak bisa memisahkan dengan internet karena internet menjadi pusat tindakan dalam hal ini.

Internet mengacu pada jaringan fisik yang menghubungkan komputer diseluruh dunia. Internet terdiri dari infrastruktur

jaringan server dan komunikasi yang saling berhubungan untuk menyimpan dan mengirim informasi antara komputer *client* dan *web server* (Chaffey, 2009:109). Pada masa ini semua orang dapat mengakses internet dengan mudah dengan menggunakan komputer ataupun *mobile device* melalui layanan yang disediakan oleh *Internet Service Provider* (ISP). ISP adalah organisasi komersial dengan memiliki koneksi permanen ke internet yang menjual koneksi internet berlangganan kepada pelanggan (Laudon dan Jane, 2012:257). Tidak semua internet dapat diperoleh dengan mudah oleh publik biasa, adapun internet tersebut yaitu internet2. Internet2 adalah jaringan yang berkinerja tinggi dengan menggunakan infrastruktur yang berbeda secara keseluruhan dibanding dengan internet publik yang biasa kita ketahui (O'Brien dan Marakas 2014:238). Jaringan internet2 pada dasarnya tidak akan terbuka untuk umum dan mungkin hanya akan pada domain universitas, pusat penelitian, dan pemerintah.

Jaringan telekomunikasi pada dasarnya memiliki peranan penting dalam dunia bisnis. Penggunaan internet, intranet, ekstranet, dan jaringan telekomunikasi lainnya sangat dibutuhkan dalam memangkas biaya, yang mempersingkat jeda waktu dan waktu respons, mendukung perdagangan komersial, meningkatkan kolaborasi kelompok kerja, membangun proses operasional *online*, membagi sumber daya, mengunci pelanggan

dan pemasok, dan mengembangkan produk dan layanan yang baru. Penggunaan jaringan internet memiliki nilai dalam sebuah bisnis ketika dijalankam. Adapun nilai-nilainya menurut O'Brien dan Marakas (2014:244) adalah sebagai berikut:

- a) Menghasilkan penerimaan baru dari penjualan *online*.
- b) Mengurangi biaya transaksi melalui penjualan *online* dan dukungan pelanggan.
- c) Menarik pelanggan baru melalui pemasaran dan iklan situs, serta penjualan *online*.
- d) Meningkatkan loyalitas dari pelanggan saat ini melalui layanan dan dukungan situs pelanggan yang ditingkatkan.
- e) Mengembangkan saluran pemasaran dan distribusi berbasis situs baru untuk produk yang sudah ada.

Mengembangkan produk baru berbasis informasi yang dapat diakses di situs.

5) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia ini adalah bagian terpenting karena tanpa adanya manusia maka sistem tidak akan berjalan karena manusia merupakan penggerak sistem, maka dari itu diperlukan adanya kesinambungan antara sistem yang tersedia dengan sumber daya manusia yang kompeten dalam hal tersebut.

Sumber daya manusia dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- a) Pengguna Akhir

Pengguna akhir dapat disebut dengan klien atau pengguna sistem. Pengguna akhir ini adalah orang yang menggunakan sistem informasi atau yang menggunakan informasi yang telah dihasilkan. Pengguna terakhir ini dapat berupa pelanggan, tenaga penjualan, atau manajer dan semua tingkat organisasi. Pengguna akhir pada dunia bisnis adalah pekerja dengan pengetahuan yaitu orang-orang yang menghabiskan banyak waktu untuk berkomunikasi dan bekerja sama dalam tim atau kelompok kerja dan menciptakan, menggunakan dan mendistribusikan informasi.

b) Spesialis Sistem Informasi (SI)

Spesialis SI adalah orang-orang yang mengoperasikan dan mengembangkan sistem informasi, diantaranya yaitu analisis sistem, pengembangan perangkat lunak, operator sistem dan manajerial lainnya, teknisi, dan tenaga administrasi sistem informasi. Analisis sistem merancang sistem informasi berdasarkan persyaratan informasi dari pengguna akhir, pengembangan perangkat lunak menciptakan program komputer berdasarkan spesifikasi dari analisis sistem dan operator sistem membantu mengawasi dan mengoperasikan sistem dan jaringan yang benar. Pada dasarnya semua bergantung satu sama lain agar sistem informasi dapat berjalan maksimal dan lebih baik (O'Brien dan Marakas, 2014: 33)

Sumber daya manusia sangat dibutuhkan dalam pengoperasian sistem informasi, dengan kualitas SDM tertentu diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan (Rochaety dkk, 2013: 133). Kesuksesan atau kegagalan dari sebuah lembaga dengan layanan informasi tergantung pada kualitas sumber daya manusianya, jika sumber daya manusia pada suatu lembaga adalah baik maka layanan informasinya pun akan menjadi baik dan begitu juga sebaliknya (O'Brien dan Marakash, 2014: 264).

4. Sistem Informasi Pemasaran

Sistem informasi pemasaran (*marketing information system-MKIS*) adalah sebuah sistem yang memberikan informasi yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran (Jogiyanto, 2008:15). Sistem informasi pemasaran terdiri dari orang, peralatan dan prosedur yang bertujuan untuk mengumpulkan, memilih, menganalisa, mengevaluasi dan mendistribusikan informasi yang dibutuhkan dengan tepat waktu dan akurat kepada para pengambil keputusan (Kotler dan Armstrong, 2001:152). Banyak yang mengatakan sistem pemasaran adalah sebuah sistem yang kompleks dan rumit namun sistem ini dapat menghubungkan dunia luar dengan para eksekutif dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Sistem informasi pemasaran memiliki beberapa elemen pembentuknya, adapun elemen sistem informasi pemasaran menurut Suyanto (2007:35-37) adalah:

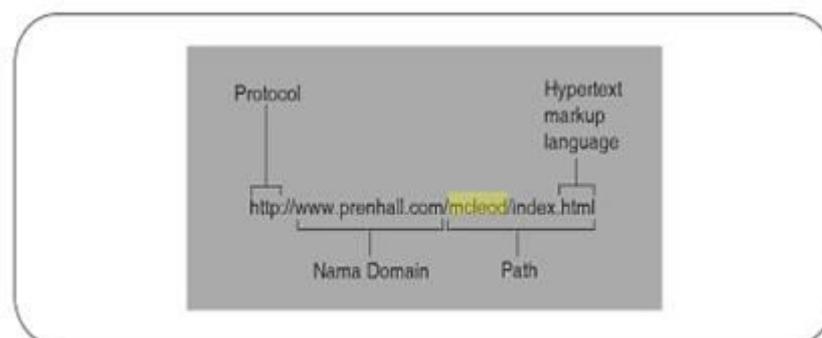
- a) Sistem *database* internal adalah sistem yang menyediakan data akhir serta data yang diperoleh dari bagian riset dan pengembangan.
- b) Sistem intelijen pemasaran adalah sistem yang menyiapkan informasi harian tentang perkembangan dunia pemasaran eksternal. Subsistem ini pada dasarnya membutuhkan berbagai tenaga ahli seperti tenaga penjual terlatih, petugas intelijen khusus, membeli data dari sumber-sumber profesional untuk dapat menyajikan informasi yang berkualitas.
- c) Sistem riset pemasaran adalah sistem yang menghimpun berbagai informasi relevan bagi permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh perusahaan ataupun organisasi. Terdapat beberapa langkah dalam sistem informasi riset ini, yang pertama yaitu menetapkan permasalahan dan tujuan riset, mengembangkan perencanaan riset, mengumpulkan informasi, menganalisis informasi dan pada akhirnya yaitu menyajikan informasi.
- d) Sistem *database* eksternal adalah *database* eksternal yang terdiri dari sejumlah besar informasi yang dapat digunakan dalam membuat keputusan pemasaran yang tersedia dalam bentuk *database* eksternal.

5. *World Wide Web*

World wide web (www) adalah salah satu yang sering kita temui ketika mengakses internet. Awal mula www muncul dari seorang ilmuwan komputer yang kemudian digunakan berkomunikasi yaitu

dengan menggabungkan *hypertext* atau dokumen-dokumen elektronik yang saling terkait. *World wide web* (www) adalah informasi yang dapat diakses melalui internet dengan dokumen-dokumen *hypermedia* (*file-file* komputer) disimpan dan kemudian diambil dengan cara-cara yang menggunakan metode penentuan alamat yang unik (Jr dan George, 2008:78).

Menurut Boone dan Kurtz (2007:331) *world wide web* adalah kumpulan sumber atau informasi yang berada dalam internet dan memiliki akses mudah ke teks, grafis, audio dan video, serta *hypertext link* ke dokumen-dokumen lainnya. Chaffey (2009:124) “*world wide web* adalah teknik yang paling umum digunakan untuk menerbitkan informasi di internet, diakses melalui *web page* yang tersusun dari gambar yang menempel (*embedded*) dan kode teks HTML/XML”. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *world wide web* adalah suatu yang dapat kita temui di internet yang berupa sekumpulan informasi dalam bentuk aplikasi yang berisikan teks, grafis, audio, video, maupun *hypertext* ke sebuah dokumen lain yang bertujuan untuk memberikan nilai kepada para pengguna *website*. Adapun terminologi dari *world wide web* adalah sebagai berikut:

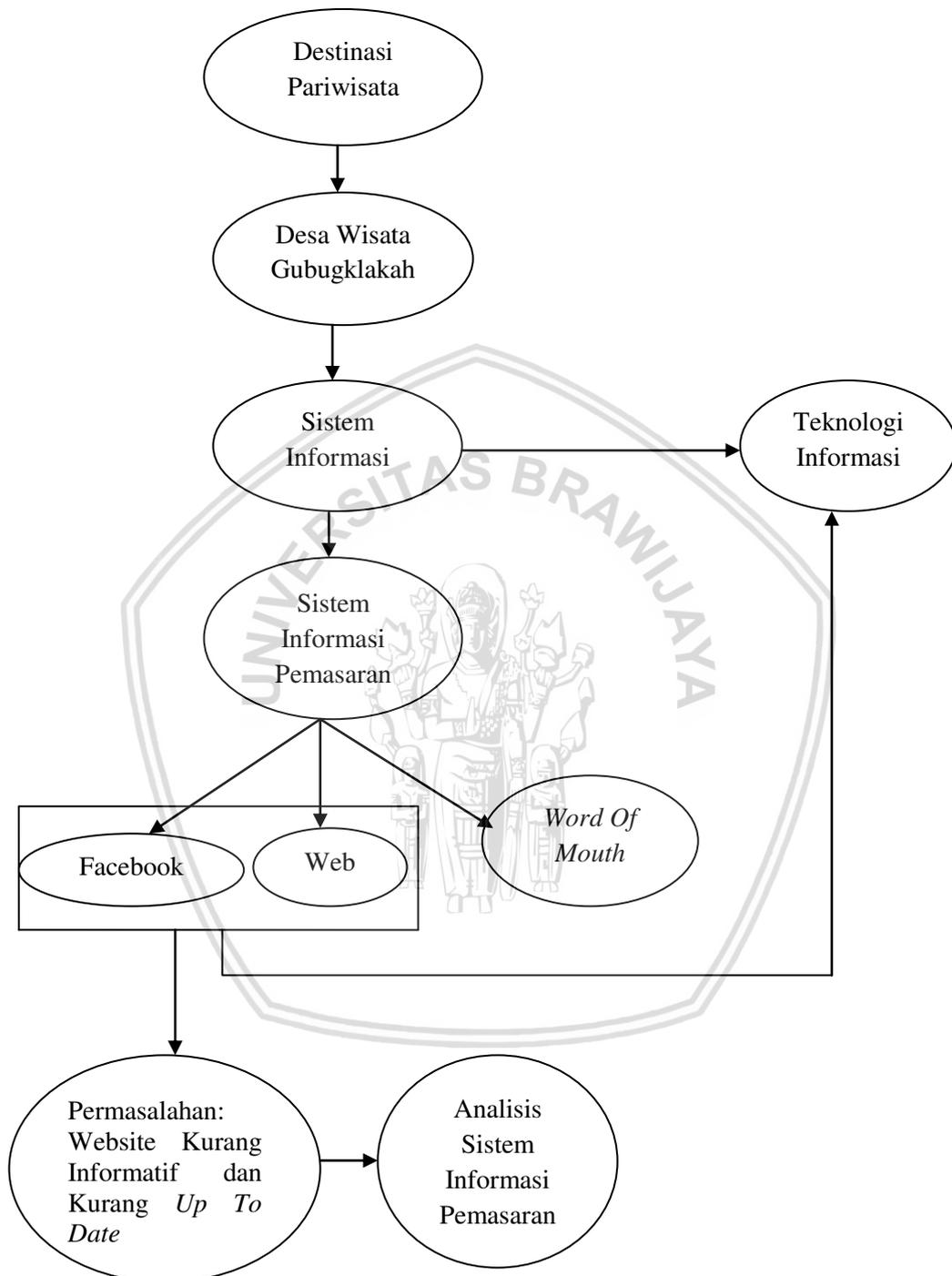


Gambar 2.1 Terminologi *World Wide Web*

Sumber: Sistem Informasi Manajemen (Jr dan George, 2008: 78)

- a. Situs *web* adalah sekumpulan halaman web (biasanya terdapat pada satu komputer) yang terhubung dengan internet dan menyimpan file-file *hypermedia* yang dapat diakses dari komputer lain di dalam jaringan melalui *link hypertext*.
- b. *Link hypertext* adalah suatu petunjuk yang terdiri atas teks atau grafik yang digunakan untuk mengakses *hypertext* yang disimpan di semua alamat situs *web*
- c. Halaman *web* adalah suatu *file hypermedia* yang tersimpan di semua alamat situs *web* yang unik
- d. *Home page* adalah halaman situs *web*. Halaman-halaman situs yang lain akan dapat dijangkau dari *home page*
- e. *Browser* adalah peranti lunak yang dirancang untuk menemukan dan membaca *file-file* di internet yang ditulis dalam bahasa *hypertext (hypertext markup language – HTML)*
- f. *Universal local locator (URL)* adalah alamat unik situs *web*
- g. Protokol adalah sekumpulan standar yang mengatur komunikasi data. HTTP (*hypertext transport protokol*) adalah protokol untuk *hypertext*. Protokol umum *web* lainnya adalah FTP (*file transfer protokol*). Di dalam suatu URL, nama protokol akan diikuti oleh tanda titik dua (:) dan dua garis miring (//).
- h. Nama domain adalah alamat di situs *web* pada sebuah halaman *web* disimpan.
- i. *Path* adalah direktori/subdirektori dan *file* tertentu di situs *web*. HTML (atau HTM) adalah akhiran untuk kode program yang mengacu pada *file hypertext*. (McLeod dan George, 2008:78)

6. Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, karena penelitian ini berusaha untuk menganalisis sistem informasi pemasaran yang ada di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2012:6). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, Menurut Nazir (2005:54), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Metode deskriptif ini dijalankan dengan cara melakukan survei di lokasi penelitian dengan berbagai data yang dibutuhkan.

Metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Nazir, 2005:56). Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007:4), Peneliti menggunakan pendekatan ini agar dapat menemukan pemecahan masalah yang tepat dalam memperbaiki atau menyempurnakan sistem informasi pemasaran pada Desa Wisata

Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian mempunyai fungsi untuk membatasi studi dalam penelitian yang dilakukan khususnya terhadap obyek penelitian agar tidak terlalu luas dan menjadi layak. Keberadaan fokus penelitian akan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan. Fokus dalam penelitian ini adalah analisis sistem informasi pemasaran pariwisata yang meliputi:

1. Deskripsi tentang sistem informasi pemasaran yang berjalan saat ini pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.
2. Analisis sistem informasi pemasaran pada Lembaga Desa wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

C. Pemilihan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang mengusung tema ekowisata dan budaya pada pengelolaannya. Pertimbangan pemilihan lokasi di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini merupakan desa wisata yang sudah memiliki *Tourism Information Center* (TIC) (www.disbudpar.malangkab.go.id), selain itu tercatat dalam catatan Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang bahwa Desa Wisata Gubugklakah

Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga peraih juara nasional kategori konsep stan terbaik di *Majapahit Travel Fair* (MTF) pada tahun 2013 yang diselenggarakan oleh Pemerintah Povinsi Jawa Timur. Gubugklakah memiliki data yang dibutuhkan dan mendukung berjalannya penelitian yang dilakukan oleh peneliti

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara kepada pihak terkait yang berhubungan dengan fokus penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari literatur, arsip dan dokumen yang sesuai dengan penelitian.

E. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah yang meliputi usaha membatasi penelitian, mengumpulkan informasi melalui wawancara, observasi, dokumentasi, materi visual serta usaha merancang protokol untuk merekam atau mencatat informasi baik yang terstruktur maupun tidak (Creswell, 2012:266). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung suatu aktivitas yang sedang terjadi. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang fleksibel karena penelitian dapat

berpartisipasi maupun hanya sekedar mengamati saja suatu aktivitas tertentu.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung atau tatap muka dengan narasumber untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Hasil wawancara akan digunakan sebagai salah satu dasar dalam analisis berbagai permasalahan

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mengumpulkan data yang berasal dari berkas atau dokumen, arsip, catatan untuk keperluan penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mencari data dan informasi tentang permasalahan yang diteliti oleh peneliti (Sugiyono, 2011:222). Instrumen dalam penelitian ini yaitu:

1. *Interview Guide*, seperangkat daftar pertanyaan yang tersusun secara terstruktur untuk diwawancarakan kepada informan kunci.
2. *Recorder*, alat yang digunakan peneliti untuk merekam jawaban yang diberikan oleh narasumber saat wawancara.
3. Pedoman Dokumentasi, berupa data yang diperoleh dari perusahaan berupa profil perusahaan & struktur organisasi, berita yang berkaitan mengenai fokus penelitian.
4. Peneliti sendiri, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas semuanya.

G. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan (Sugiyono, 2011: 245). Miles *and* Huberman (2013:11) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data collection*, *data condensation*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Pengumpulan data berupa data yang diperoleh di lapangan, rangkuman wawancara, dokumen-dokumen pendukung melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. *Data Condensation* (Kondensasi Data)

Data kondensasi mengacu pada proses pemilihan, fokus, menyederhanakan abstrak, dan/atau mengubah data yang muncul dalam rangka pemikiran dari catatan yang ditulis di lapangan, wawancara transkrip, dokumen, dan bahan empiris lainnya. Berdasarkan perihal tersebut, maka kondensasi akan membuat data semakin kuat.

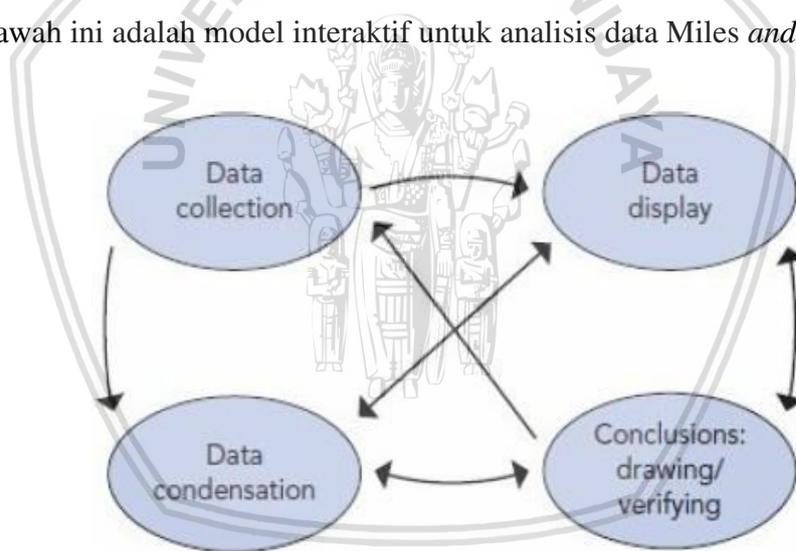
c. *Data Display* (Penyajian Data)

Penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Penyajian data akan memahami apa yang terjadi dan kemudian merencanakan kerja selanjutnya yang telah dipahami tersebut.

d. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan untuk penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

Penggunaan model metode analisis interaktif dari Miles *and* Huberman dipilih untuk penelitian ini karena bersifat terus menerus. Sifat terus menerus dapat dicontohkan dengan, ketika melakukan wawancara namun jawaban yang diperoleh kurang memuaskan, maka penelitian akan diteruskan dengan mengajukan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu sampai memperoleh data yang kredibel. Analisis data ini diharapkan dapat bersifat sistematis. Gambar di bawah ini adalah model interaktif untuk analisis data Miles *and* Huberman.



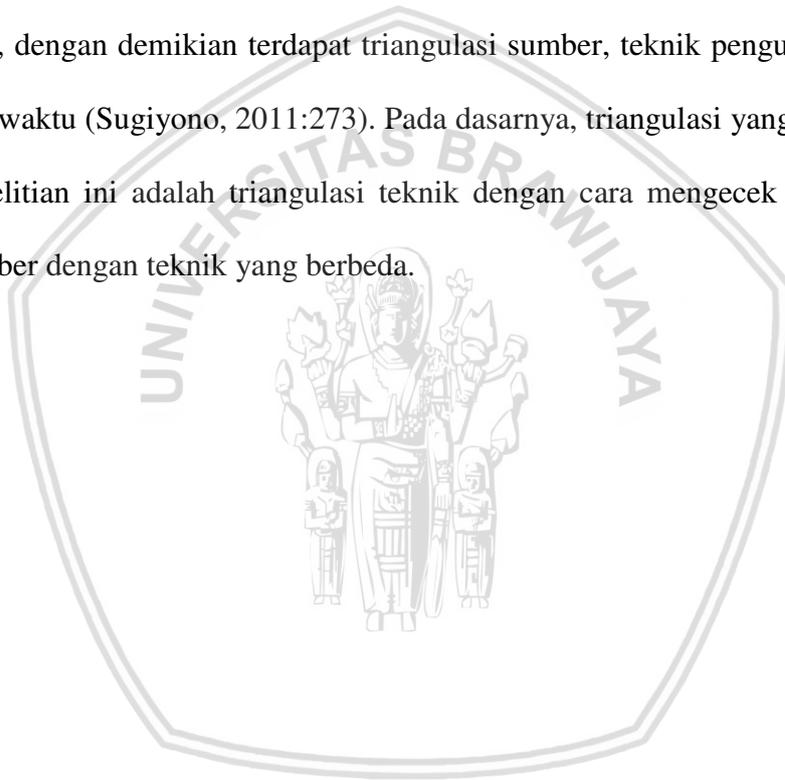
Gambar 3.1 Komponen pada Analisis Data (*interactive model*)
 Sumber: Miles *and* Huberman dalam (Sugiyono. 2008: 91-99)

H. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif memerlukan uji keabsahan data dengan teknik pemeriksaan yang didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Uji keabsahan data atau uji validitas ini mutlak dilakukan sehingga penelitian tersebut benar-

benar dapat dipertanggung jawabkan (Moleong, 2012:3). Wahyuni (2012:36-43) mengungkapkan bahwa kriteria diantaranya adalah kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu dan berbagai cara, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, teknik pengumpulan data dan waktu (Sugiyono, 2011:273). Pada dasarnya, triangulasi yang dipilih oleh penelitian ini adalah triangulasi teknik dengan cara mengecek data kepada sumber dengan teknik yang berbeda.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian (Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang)

a. Deskripsi Lokasi Penelitian

Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki 3.734 jiwa penduduk dengan satu dusun. Jumlah penduduk tersebut di atas apabila dibedakan berdasarkan jenis kelamin diketahui 1.906 jiwa penduduk laki-laki dan 1.828 penduduk perempuan. Total keseluruhan Kepala Keluarga (KK) adalah 962 KK dengan Rumah Tangga Miskin (RTM) sebanyak 172 KK. Desa Wisata Gubugklakah adalah salah satu desa wisata di Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang yang merupakan salah satu akses menuju kawasan Gunung Bromo dan Gunung Semeru. Keberadaannya di daerah pegunungan menjadikan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki hawa yang sejuk dengan suhu udara berkisar antara 20⁰C hingga 22⁰C. sedangkan rata-rata kelembapan nisby 20% dengan curah hujan 2000 mm/ tahun. Adapun batas-batas wilayah Desa Gubugklakah adalah sebagai berikut :

Utara : Desa Duwet – Kecamatan Tumpang

Timur : Desa Ngadas – Kecamatan Poncokusumo

Selatan : Desa Poncokusumo – Kecamatan Poncokusumo

Barat : Desa Wringinanom – Kecamatan Poncokusumo

Keberadaan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang di daerah pegunungan juga memengaruhi pola penggunaan lahan di Desa Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang untuk lahan terbangun hanya sekitar 384 ha dari seluruh pola penggunaan lahan yang ada. Sisanya merupakan lahan yang belum terbangun. Hal ini disebabkan karena wilayah Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sebagian besar merupakan kawasan dengan topografi yang cenderung berbukit, sehingga penggunaan lahan didominasi oleh perkebunan dan pertanian.

Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang mencoba mengembangkan konsep pariwisata berkelanjutan sejak tahun 2010. Tahun 2010 Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dikelola oleh suatu lembaga yang beranggotakan masyarakat pariwisata di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga tersebut diberi nama Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang disingkat menjadi Ladesta Gubugklakah. Pengelolaan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tersebut tidak lepas dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang sebagai *stakeholder* dari pemerintah bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata dan kegiatan pembinaan sumber daya manusia. Kerjasama yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang telah menghasilkan beberapa kegiatan pengembangan yang berfungsi untuk

meningkatkan kualitas sumberdaya manusia pariwisata yang ada di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Kegiatan pengembangan tersebut dilakukan untuk mempersiapkan sumber daya manusia pariwisata yang siap mencari, menerima, serta melayani wisatawan yang nantinya akan berkunjung ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Dampak yang diharapkan dari kegiatan pengembangan tersebut dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan yang datang sehingga wisatawan merasa dapat bergabung dalam atmosfer desa Gubugklakah.



**Gambar 4.1 Lambang Lembaga Desa Wisata Gubugklakah
Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang**
Sumber: Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan
Poncokusumo Kabupaten Malang, 2016

Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang merupakan lembaga yang bertugas menyalurkan aspirasi masyarakat, melakukan pembinaan, pengabdian serta pengembangan dalam berbagai aspek sumber daya manusia, alam dan buatan dalam konteks pariwisata, menciptakan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan, melakukan fungsi koordinasi dengan pihak-pihak luar yang berkepentingan

dengan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki peran memenuhi kebutuhan wisatawan akan pengembangan pariwisata yang memberikan kenyamanan serta kemudahan dalam melakukan kegiatan wisata. Selain itu, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga berperan mendatangkan profit atau pendapatan bagi masyarakatnya dari kegiatan berbisnis pariwisata guna tercapainya kesejahteraan dari kegiatan kepariwisataan.

Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam mengatur jalannya bisnis pariwisata, telah melakukan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak terkait pengembangan infrastruktur, seperti dengan Perhutani untuk mengelola Coban Pelangi dan Pemerintah Provinsi untuk memperbaiki *rest area* Poncokusumo. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga merupakan satu-satunya lembaga di Desa Wisata Gubugklakah yang memegang peranan mengelola pendapatan dari berbagai kegiatan kepariwisataan di desa. Pendapatan tersebut didistribusikan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang kepada masyarakat yang terlibat dari berbagai aktivitas kegiatan kepariwisataan. Selain itu Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga menjalankan peran dalam berbisnis pariwisata dengan menjalin kerjasama dengan *travel agent* untuk mendatangkan wisatawan. Sampai Februari 2017, tercatat 58 *travel agent*

sudah melakukan kerjasama dan mendatangkan wisatawan ke Desa Wisata Gubuklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.

b. Daya Tarik Wisata Desa Gubuglakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

1) Wisata Air Terjun Coban Pelangi

Coban Pelangi adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Coban Pelangi begitu terkenal di Malang, selain terkenal Coban Pelangi adalah wisata yang murah. Akses menuju Coban Pelangi begitu mudah. Coban Pelangi juga merupakan salah satu tempat yang cocok bagi wisatawan yang ingin beristirahat sebentar untuk melanjutkan perjalanan ke Gunung Bromo dan yang lainnya.

Obyek wisata Coban Pelangi merupakan zona konservasi alam di bawah perlindungan Perum Perhutani air terjun menakjubkan itu, berjarak ± 10 km dari kecamatan Tumpang dan ± 32 km dari kota Malang. Coban Pelangi berada di kawasan pegunungan bertopografi terjal dengan kemiringan di atas 45% dan berada di ketinggian 1200-1400 Mdpl. Area pintu masuk Coban Pelangi berada di atas tebing setinggi sekitar 100 meter. Ketika masuk area wisata alam ini, pengunjung membayar Rp 8.000,00 per orang di loket masuk. Tarif murah tersebut, wisata alam Coban Pelangi bisa dinikmati oleh wisatawan

2) Wisata Alam ledok

Salah satu tujuan wisata alam lain di desa Gubuglakah adalah Alam Ledok. Ledok berarti waduk alami. Untuk menuju Alam Ledok

dibutuhkan waktu 20-30 menit melewati agrowisata kebun apel dan hutan pinus. Objek wisata ledok ini lebih direkomendasikan kepada wisatawan dewasa karena akses jalan menuju Alam Ledok yang cukup menantang dan semakin membuat *tracking* ini tepat untuk dijadikan tujuan *outbond*. Nama Ledok merupakan cikal bakal nama sungai Ledok Amprong. Sungai Ledok Amprong juga dijadikan sebagai daya tarik untuk melakukan kegiatan wisata *tubing* dan *rafting*.

3) Wisata Air Terjun Coban Trisula

Coban Trisula berjarak sekitar 35 km dari pusat kota Malang. Memakan waktu perjalanan sekitar 1 jam jika dihitung dari alun-alun kota. Coban ini masih berada dalam wilayah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Dinamakan Trisula karena air terjun ini jatuh ke sungai sebanyak tiga tingkat, yang terbentuk dari satu aliran sungai, dimulai dari yang paling atas, kemudian air turun membentuk air terjun kedua, dan aliran turun lagi membentuk air terjun yang paling bawah. Perjalanan mencapai air terjun harus melewati jalan setapak dan berliku-liku melewati hutan. Perjalanan sekitar 45 menit menapaki jalan sepanjang kurang lebih 900 meter dan dikelilingi jurang. Wisatawan yang berkunjung ke coban trisula tidak lebih banyak dari pada wisatawan pada Coban Pelangi dikarenakan aksesnya yang memang lebih menantang dari pada akses jalan menuju Coban Pelangi. Meskipun demikian, pemandangan yang indah dan eksotis merupakan konsep kembali ke alam yang membuat pengunjung betah berlama-lama di tempat ini.

4) Agrowisata Apel

Desa Gubugklakah merupakan salah satu sentra desa penghasil mayoritas apel yang ada di Malang. Apel yang dihasilkan di Gubugklakah ada bermacam macam, yaitu ada apel Manalagi , apel Australia, apel Merah dan apel Ana. Salah satu keunggulan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah kebun wisata dengan beragam jenis apel, wisatawan dapat mengelilingi kebun apel yang luas dengan latar belakang pegunungan yang indah, melihat aktivitas petani apel memetik apel dengan tiket masuk Rp 25.000,- dengan puas makan di tempat dan mendapat oleh oleh apel dengan harga petani. Adapun cinderamata yang dapat diperoleh dari agrowisata apel ini adalah apel kaligrafi yang belum pernah ada di Indonesia yang dapat diperoleh dengan harga Rp 15.000,- per buahnya.

5) Agrowisata Sayur

Sebagian besar bidang lahan yang ada di Desa Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang digunakan sebagai ladang oleh masyarakat, maka dari itu komoditi sayur di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang bisa cukup banyak seperti, kol, kubis, sawi, wortel, tomat sampai jamur. Lahan pertanian yang dikelola oleh warga ini menjadi sarana wisata edukasi pertanian untuk wisatawan. Wisata ini adalah suatu wisata yang berbasis pendidikan terhadap cara-cara bertani seperti cara merawat sayur, memanen sayur serta cara membasmi hama.

6) Agro Susu Perah Nusa Pelangi

Agro Susu Perah Nusa Pelangi merupakan daya tarik wisata baru bagi Desa Wisata Gubugklakah. Letaknya strategis, yaitu tepat berada di sebelah kanan setelah Gapura Selamat Datang Desa Gubugklakah. Agro Susu Perah Nusa Pelangi merupakan agrowisata yang baru dikembangkan oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Agro Wisata Susu Perah Nusa Pelangi memiliki dayatarik wisata yang menawarkan edukasi mengenai proses pemerahan susu sapi sampai menjadi produk susu yang layak minum. Agro susu perah juga sama dengan agro apel yang kamu dapat membeli oleh-oleh susu dengan harga peternak.

c. Visi dan Misi Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

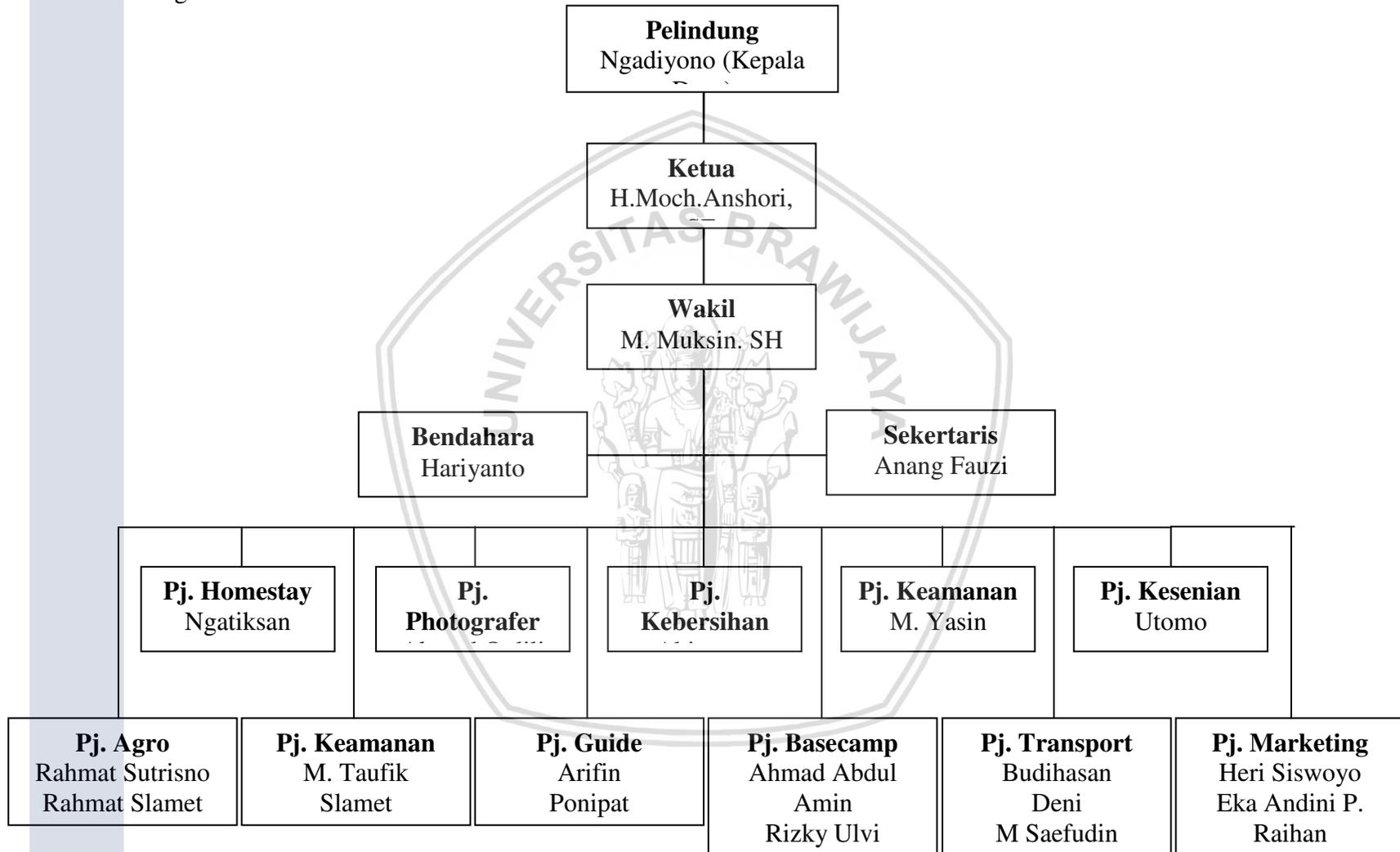
1) Visi

Menjadikan desa Gubugklakah sebagai desa agrowisata yang bisa memanfaatkan dan mengembangkan semua potensi yang ada dengan baik.

2) Misi

- a) Meningkatkan taraf hidup masyarakat
- b) Membuka lapangan pekerjaan
- c) Mensukseskan program pemerintah Malang dalam Meningkatkan potensi wisata
- d) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia desa Gubugklakah

d. Struktur Organisasi



Gambar 4. 2. Struktur Organisasi Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

Sumber: Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan

2. Sistem Informasi Pemasaran Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah salah satu desa wisata yang memiliki lembaga tersendiri dalam mengatur segala permasalahan termasuk pemasaran Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Melalui proses pemasaran, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menerapkan sistem informasi pemasaran berbasis teknologi informasi. Hal ini didasari atas kesadaran dari lembaga bahwa teknologi informasi sangat dibutuhkan sebagai penunjang kinerja para anggota dalam mengolah Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Adapun tulisan di atas berdasarkan oleh pernyataan kepala Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sebagai berikut:

“...lembaga kami ini menggunakan sistem informasi untuk meningkatkan kinerja dalam mengolah desa kami karena ya bagaimanapun juga kita tidak bisa memungkiri bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi yang apa-apa serba teknologi, ya jadi sistem informasi yang kita pilih untuk membuat desa kami semakin unggul..” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

Berdasarkan wawancara di atas, ternyata terdapat korelasi yang nyata antara pernyataan dari Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dengan hasil lapangan yang dapat. Terdapat ruangan yang di dalamnya terletak banyak komputer yang aktif digunakan. Setelah diulas lebih dalam ternyata komputer tersebut adalah pemberian dari Pemerintah Kabupaten Malang kepada Lembaga Desa Wisata

Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yang dengan sengaja untuk meningkatkan pariwisata yang ada di desa.

“...komputer-komputer ini pemberian dari pemerintah kepada kami karena pemerintah juga menyadari bahwa selain memperbaiki infrastruktur, untuk memajukan Desa Wisata Gubugklakah ini juga membutuhkan teknologi yang memadai..” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)



Gambar 4.3 TIC Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2017

Selain Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, pihak pemerintah juga menyadari akan pentingnya sistem informasi berbasis teknologi informasi, maka dari itu Pemerintah Kabupaten Malang memberikan fasilitas berupa komputer di *Tourism Information Center* (TIC) yang diserahkan pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Dilihat dari namanya sudah

dapat ditebak kegunaan TIC ini adalah sebagai segala sumber informasi wisatawan tentang Desa Wisata Gubugklakah baik *offline* maupun *online*. Wisatawan dapat mengunjungi TIC langsung ketika berada di Desa Wisata Gubugklakah dan wisatawan juga dapat mendapatkan beberapa informasi secara *online* jika wisatawan berada pada jangkauan yang jauh dari desa, adapun sumbernya teta dari TIC yang ada di Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Kegunaan lain dari TIC ini yaitu sebagai pembelajaran mengenai komputer kepada para penduduk desa Gubugklakah terutama anak-anak dan pusat berbagi informasi dan diskusi yang dilakukan oleh para anggota Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.

Teknologi informasi adalah teknologi yang memiliki beberapa komponen pendukungnya yaitu *hardware*, *software*, manajemen sumber data, telekomunikasi dan jaringan.

a. Perangkat keras (*hardware*)

Perangkat keras memiliki peranan penting dalam teknologi informasi, tanpa adanya perangkat keras maka kegiatan yang berbasis teknologi informasi tidak dapat berjalan. Begitupun dalam pelaksanaan kegiatan berbasis teknologi informasi pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga menggunakan perangkat keras yang berbentuk komputer dan *laptop* yang termasuk dalam sistem komputer mikro. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki delapan komputer dengan kondisi layak pakai. Pada bagian-bagian komputer terdapat

komputer periferan yang merupakan perangkat terpisah yang dihubungkan melalui CPU untuk teknologi masukan, teknologi keluaran, dan penyimpanan sekunder.

Komponen perangkat keras yang digunakan untuk teknologi masukan pada perangkat petunjuk yaitu menggunakan papan ketik yang dapat mengeluarkan perintah, membuat pilihan dan merespon tampilan *prompt* pada layar. Selain papan ketik (*keyboard*) juga terdapat tetikus elektrik (*electronic mouse*) beserta dengan komponennya yaitu bola pelacak, panah penunjuk yang menggerakkan kursor pada layar dan bantalan sentuh untuk alas mempermudah pergerakan tetikus elektronik. Teknologi keluaran yang ada pada perangkat keras komputer Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu berupa video dan untuk printer menggunakan pencetak tinta percik. Printer biasanya digunakan untuk mencetak hal-hal penting mengenai surat menyurat, proposal, dan data yang diperlukan Pada penyimpanan sekunder menggunakan beberapa *hard disk* dan *flashdisk* yang jika disatukan berjumlah lebih dari satu terra, piringan DVD juga digunakan jika diperlukan. Penjelasan di atas berdasarkan pernyataan pada wawancara berikut:

“kita memiliki *laptop* yang mudah dibawa kemana-mana dan juga delapan komputer yang pastinya layak pakai yang ada di TIC. Untuk komputernya pasti ya banyak perangkat-perangkat pendukung juga seperti CPU, *keyboard*, *mouse* juga bisa dilihat lah di TIC. Kita juga punya *printer* untuk mencetak apa saja yang diperlukan seperti pada saat mengeluarkan surat, proposal, dan banyak data yang membutuhkan *hard copy*. Kita memiliki beberapa alat penyimpanan seperti *hard disk* dan *flashdisk* dan banyak alat penyimpanan lainnya.” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah

Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

b. Perangkat lunak (*Software*)

Perangkat lunak adalah bagian dari komputer yang menjalankan fungsi dari perangkat keras. Perangkat lunak pada komputer yang tersedia di TIC Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu menggunakan perangkat lunak dasar yang digunakan komputer pada umumnya yaitu seperti *microsoft office* yang di dalamnya terdapat *microsoft word* sebagai pengolah kata, *excel* sebagai pengolah angka-angka, *power point* sebagai media presentasi, *access*, dan *out look*. Adapun untuk pengolahan gambar menggunakan *photoshop* dan *corel draw*.

Komputer memiliki banyak komponen, salah satunya yaitu perangkat lunak penjelajah situs atau yang biasa disebut dengan *web browser*. *Web browser* yang ada dalam komputer Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah *Internet Explorer*, *Google Chrome*, dan *Mozilla*. Walaupun internet explorer tersedia didalam komputer lembaga namun *web browser* tersebut jarang atau hampir tidak pernah digunakan. *Web browser* pada komputer lembaga desa Gubugklakah lebih banyak digunakan untuk mencari informasi terbaru yang berkaitan atau hal-hal yang berpengaruh terhadap Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Tidak kalah pentingnya *web browser* digunakan untuk mengatur perangkat lunak aplikasi berupa *website* yang dapat diakses dengan

www.gubugklakah.com, selain itu juga digunakan untuk mengoperasikan berbagai media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*.

Ulasan di atas berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada pihak Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sebagai berikut:

“kalau perangkat lunak ya bisa langsung dilihat dikomputernya, kita menggunakan perangkat lunak standar yang memang biasa digunakan oleh banyak orang seperti *microsoft office*, *photoshop*, *corel draw* yang sering kami gunakan, kami juga memiliki *website*, *Facebook* dan *Instagram*.” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

c. Manajemen sumber data

Manajemen sumber data sangat diperlukan dalam membangun sebuah bisnis, begitupun dengan bisnis pariwisata di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memenejemen semua data dengan berbagai cara yaitu dengan cara manual dan berbasis teknologi informasi. Pengaturan sumber data berbasis teknologi informasi ini menggunakan komputer yang ada pada TIC. Terdapat data yang dihimpun yaitu mulai dari data dasar seperti profil lembaga, *job description* tiap anggota, sampai dengan pemasukan dan pengeluaran keuangan yang termasuk dengan gaji atau bagi hasil antar anggota, untuk kas lembaga ataupun alokasi dana untuk perbaikan infrastruktur desa Gubugklakah. data yang dihimpun oleh lembaga tidak serta merta setiap hari namun setiap bulan terdapat ulasan data yang dianggap penting untuk

dijadikan ulasan tahunan seperti jumlah wisatawan dan pemasukan uang tiap tahunnya.

Ulasan di atas berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pihak Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sebagai berikut:

“manajemen data ini ya kita lakukan dengan menghimpun beberapa dokumen secara manual maupun elektronik dengan di himpun datanya di komputer TIC. Datanya ya seperti profil lembaga, *job description* para anggota, pemasukan, pengeluaran keuangan yang termasuk dalam gaji atau bagi hasil antar anggota yang ikut membantu dalam mengelola desa.” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

d. Telekomunikasi dan jaringan

Telekomunikasi dan jaringan adalah sesuatu yang sangat dibutuhkan dalam proses berbisnis, begitupula dalam bisnis pariwisata pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Telekomunikasi yang dilakukan oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah telekomunikasi manual maupun berbasis teknologi informasi. Telekomunikasi yang ada pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu komunikasi dengan sesama anggota lembaga, *partner*, dan telekomunikasi dengan para wisatawan maupun calon wisatawan. Telekomunikasi yang dilakukan antar anggota lembaga dilakukan untuk berbagi pendapat tentang keadaan, permasalahan dan sampai pada pemecahan permasalahan yang berhubungan dengan bagaimana cara memajukan pariwisata desa. Telekomunikasi yang dilakukan dengan *partner*, yang dimaksud adalah dengan *travel agent* yang

bekerja sama dengan Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam mendatangkan wisatawan yaitu komunikasi dengan memberikan informasi tentang keadaan yang sedang terjadi di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang beserta paket-paket yang disediakan. Informasi tersebut termasuk kondisi, cuaca, perubahan pelayanan, dan harga. Adapun telekomunikasi yang dilakukan dengan para calon wisatawan atau wisatawan adalah komunikasi yang menitik beratkan pada promosi, dan beberapa informasi yang dibutuhkan oleh para wisatawan.

Telah dijelaskan pada teori sebelumnya bahwa telekomunikasi berbasis teknologi informasi membutuhkan jaringan untuk mengakses internet yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain pada jarak yang tak terhingga. Adapun jaringan yang digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu ada dua internet yang biasa ketahui kebanyakan orang. Jaringan yang pertama yaitu disediakan dari Devirless dengan biaya Rp. 100.000 tiap bulan yang dibiayai oleh kas lembaga yang telah dikumpulkan dari perolehan keuntungan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Kedua yaitu jaringan yang disediakan dari pemerintahan yang tidak diketahui penyedia jaringannya. Kedua jaringan yang digunakan memiliki kecepatan yang dianggap sangat bisa membantu dalam penggunaan internet.

Keterangan di atas berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dan melalui observasi lapangan sebagai berikut:

“untuk telekomunikasi ini kita ya hampir sama seperti yang saya katakan sebelumnya tentang kegunaan TIC, telekomunikasi yang kita jalin yaitu komunikasi dengan berbagai pihak, mulai dari anggota, partner, dan para calon wisatawan. Anggota disini ya sharing apa aja yang terjadi selama ini di Desa Wisata Gubugklakah, permasalahan apa saja yang sedang ada sampai pada solusi yang harus dipecahkan bersama. Telekomunikasi dengan partner ini juga kami bangun dengan cara saling memberikan informasi mengenai kondisi Desa Wisata Gubugklakah mulai dari kondisi, cuaca, perubahan pelayanan, harga dan masih banyak lainnya yang sekiranya dapat berpengaruh pada paket yang para partner butuhkan. Telekomunikasi dengan para wisatawan atau calon wisatawan lebih menitik beratkan pada promosi penjualan yang sekiranya dapat menarik mereka untuk datang ke Desa Wisata Gubugklakah.” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017).

3. Evaluasi sistem informasi pemasaran pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

a. Kekuatan

Sistem informasi pemasaran adalah salah satu sistem berbasis komputer yang digunakan pada suatu perusahaan atau organisasi. Saat menjalankan sistem informasi pemasaran, maka dibutuhkan komputer dan berbagai perangkat pelengkapanya agar sistem informasi pemasaran dapat berjalan maksimal. Ketika membicarakan tentang mamaksimalkan kerja sebuah sistem, maka akan ada beberapa kekuatan yang perlu diulas. Dilihat dari sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, Pemerintahan Kabupaten Malang merupakan salah satu kekuatan. Pemerintah Kabupaten Malang adalah salah satu pemerintah yang sedang mengembangkan pariwisata daerahnya. Kesempatan ini adalah salah satu kekuatan dalam sistem informasi pemasaran Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang karena dengan kesadaran pemerintah

membuat Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang merasa lebih mudah untuk mengembangkan potensi-potensi wisata.

Kesadaran pemerintah memiliki dampak yang bagus pada Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Salah satu dampak kesadaran pemerintah akan pengembangan pariwisata adalah beberapa fasilitas yang disediakan untuk lembaga desa wisata dalam pengembangan daerah secara gratis. Fasilitas yang disediakan oleh pemerintah dalam menunjang sistem informasi pemasaran Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah *Tourism Information Center* (TIC).

Terbentuknya TIC yang berada di sekretariat Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini memiliki banyak manfaat dalam menjalankan sistem informasi pemasaran. TIC memiliki banyak komputer, hal tersebut merupakan salah satu faktor terbesar dalam keberlangsungan sebuah sistem informasi pemasaran dalam suatu organisasi. Semua komputer pada TIC Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dapat dioperasikan dengan baik. Beberapa komputer dilengkapi dengan perangkat pendukung seperti *printer*, *sound system* dan lain sebagainya untuk meningkatkan kinerja komputer sebagai bagian terpenting dalam sistem informasi pemasaran. Selain perangkat keras, perangkat lunak yang dimiliki oleh komputer TIC ini merupakan perangkat lunak yang biasa digunakan komputer pada umumnya dan memiliki kegunaan yang

digunakan oleh perusahaan atau organisasi pada umumnya. Hal tersebut membuat Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dapat mengikuti perkembangan pada saat ini. TIC yang disediakan oleh pemerintah Malang juga menyediakan jaringan wifi gratis yang dapat digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang untuk memaksimalkan kinerja TIC. Jaringan yang disediakan memiliki kualitas yang dapat dianggap bagus karena memiliki kecepatan normal dengan sambungan kebanyak perangkat. Terdapat dua jaringan yang dimiliki Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, jaringan yang lainnya yaitu jaringan yang dibayar dari kas lembaga setiap bulannya. Jaringan kedua ini juga memiliki kecepatan normal ketika disambungkan ke banyak perangkat.

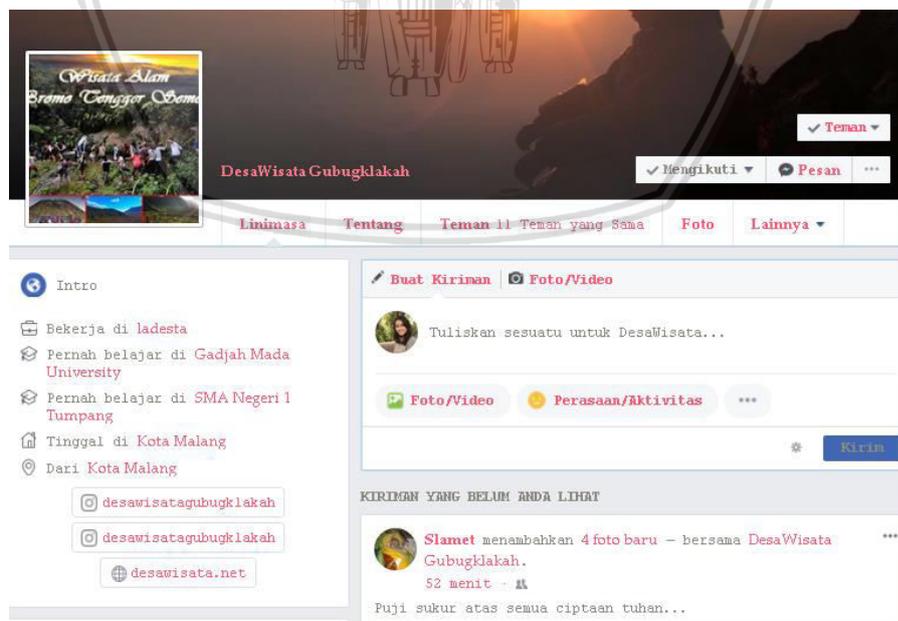
Kekuatan yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah *partner*. *Partner* ini adalah para *travel agent* yang menyediakan layanan wisata ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *Travel agent* dianggap penting dalam berjalannya sistem informasi pemasaran dikarenakan mereka memiliki peran dalam menyebarkan informasi tentang Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang melalui internet. Para *travel agent* tersebut menjual paket wisata mereka yang termasuk Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada sistem informasi pemasaran *travel agent* mereka. Penjualan yang dilakukan oleh para *travel agent* melalui internet tersebut

merupakan salah satu perluasan pemasaran yang sangat menguntungkan. Semakin banyak partner yang memiliki sistem informasi pemasaran, maka semakin cepat pula penyebaran informasi mengenai Desa Wisata Gubugklakah. Ketika penyebaran semakin cepat dan luas maka harapan terbesar pastinya tentang keuntungan dari banyaknya orang yang akan berminat untuk menggunakan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sebagai alternatif liburan. penjelasan-penjelasan di atas berdasarkan wawancara yang dilakukan sebagai berikut:

“ya ada beberapa hal yang mendukung dalam pengembangan sistem informasi pemasaran Desa Wisata Gubugklakah. terbesar yaitu pemerintah dan partner yang merupakan *travel agent* yang bekerja sama dengan lembaga dengan menjual paket wisata yang berupa perjalanan ke desa Gubugklakah salah satunya. Pemerintah memberikan fasilitas yang sangat membantu dalam perkembangan Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, salah satunya ya dalam perkembangan sistem informasi pemasaran. TIC adalah bentuk bantuan pemerintah yang berkaitan dengan sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. TIC sendiri adalah kepanjangan dari *Tourism Information Center*. TIC memiliki beberapa komputer yang layak untuk digunakan dengan *software* yang memang biasa digunakan oleh orang-orang jadi ya kita rasa komputer disini bisa dioperasikan secara baik dan dapat mengikuti perkembangan publik pada umumnya. Selain mengenai komputernya tersebut juga ada beberapa pelengkap nya juga seperti *printer*, *speaker*, dan pelengkap lainnya. Selanjutnya ini, kan ada partner ya, partner disini juga memiliki andil yang cukup dengan semakin banyak *travel agent* yang menyediakan paket wisata, semakin banyak juga wisatawan yang datang. para *travel agent* tersebut bisa memasukkan paket perjalanan wisata ke desa Gubugklakah dalam promosinya, baik dalam bentuk promosi manual ataupun disebar kan lewat internet dengan sosial media yang mereka miliki. (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

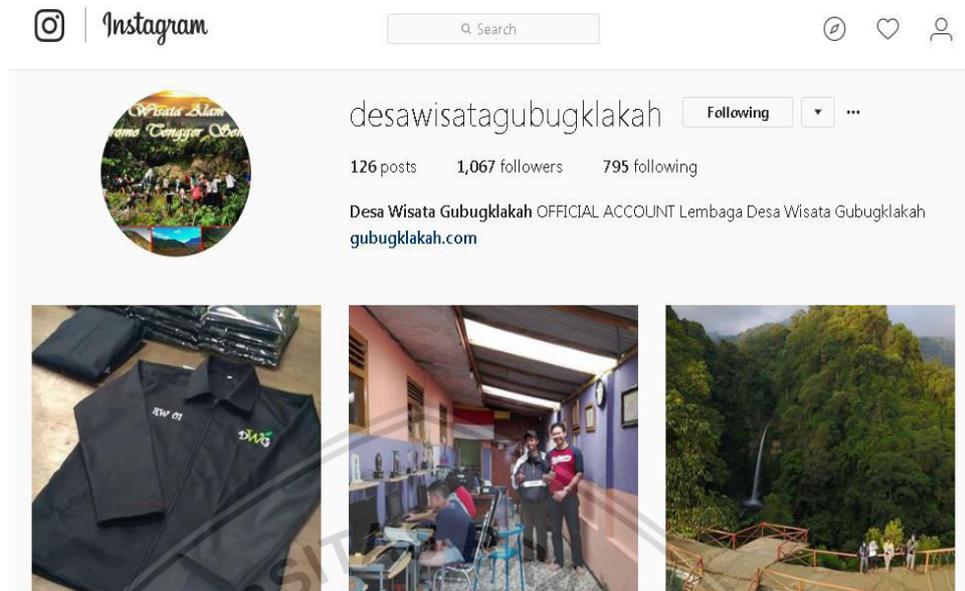
Kekuatan yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak hanya hal-hal yang telah disebutkan di atas. Kekuatan yang lain pada sistem informasi

pemasaran yaitu media sosial yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yang berupa *Facebook* dan *Instagram*. Akun *Facebook* lembaga desa wisata adalah akun *Facebook* yang bisa dikatakan aktif dan akun *Facebook* ini sudah lama dimiliki. Isi dari akun *Facebook* yaitu lebih kepada aktifitas yang sedang dilakukan dan terkadang ada pemberitaan tentang pembukaan paket wisata. Akun lainnya yaitu *Instagram* yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah juga dapat dikatakan lama, namun pada akhir-akhir ini mulai kembali aktif kembali dengan berusaha untuk merambah pemilik akun *Instagram* agar mengetahui tentang Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Kedua dari sosial media tersebut diharapkan dapat membantu dalam menunjukkan keberadaan atau eksistensi dari Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.



Gambar 4.4 Facebook Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2017



Gambar 4.5 Instagram Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2017

Gambar di atas adalah akun sosial media yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yang berupa *Facebook* dan *Instagram*. Kedua gambar tersebut diambil pada tanggal 13 Januari 2017 dengan pembaharuan status pada *Facebook* diketahui tanggal 6 Januari 2017 namun terdapat tautan dari wisatawan pada hari 13 Januari 2017. Hal tersebut membuktikan bahwa akun *Facebook* yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah akun yang aktif dan memiliki hubungan yang baik dengan para wisatawan. Begitu pula dengan akun *Instagram* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang di atas, akun *Instagram* kembali aktif dioperasikan kembali dan terakhir diperbaharui yaitu tanggal 6 Januari 2017. Jika dilihat bagian *tag* akan terlihat terdapat beberapa

tanda dari para wisatawan yang telah menggunakan jasa dari Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa aktifnya akun *Instagram* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki hubungan yang baik dengan para wisatawan.

Penjelasan tersebut berdasarkan observasi lapang dan wawancara yang dilakukan sebagai berikut

“..selain beberapa hal sebelumnya, kita juga memiliki akun sosial media, yang kita pilih pastinya *Facebook* dan kemudian *Instagram*. Dari keduanya itu kita sudah lama punya terutama *Facebook*. Untuk *Instagram* ini kita baru mulai aktif kembali, dulu sih nggak begitu aktif. *Facebook Instagram* bisa dilihat isinya ya informasi kegiatan-kegiatan desa Gubugklakah dan keduanya digunakan untuk menjalin hubungan baik dengan para wisatawan dan di *Facebook* juga kadang kita memberikan informasi kalau lagi ada *open trip* gitu..” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

Sistem informasi pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang bermanfaat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Hal ini dapat dirasakan oleh para anggota lembaga desa wisata namun masih ada kekurangan dan banyak keinginan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Uraian sebelumnya berdasarkan wawancara yang dilakukan dan dokumen pendukungnya. Berdasarkan wawancara yaitu sebagai berikut:

“Manfaat yang dirasakan ya banyak, adanya ini sangat memudahkan kami dalam melakukan beberapa hal mulai dari susunan-susunan data kami menjadi lebih tertata, menjalankan kegiatan transaksi lebih mudah, melakukan promosi lebih mudah dan tidak harus menggunakan manual seperti pamflet atau brosur, jadi lebih ke elektronik yang disebarkan melalui beberapa sosial media. Hal tersebut juga sangat

bermanfaat untuk eksistensi desa Gubugklakah jadi lebih banyak orang yang tau dengan begitu saya rasa sistem informasi pemasaran ini juga menyumbang dalam kenaikan kunjungan wisatawan ke desa kami....” (Wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

Adapun untuk dokumen penunjang yang lain yaitu diperoleh dari dokumen Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang Tahun 2011-2016

Tahun	Wisatawan nusantara (orang)	Wisatawan mancanegara (orang)
2011	98	-
2012	1.540	50
2013	3.734	212
2014	5.074	306
2015	5.587	347
Jumlah	16.033	915

Sumber: Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, 2016

Tabel 4.1 diperoleh mulai dari tahun 2011 – 2016 karena data untuk 2016 dan 2017 belum dihimpun. Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa semakin tahun pengunjung Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang semakin meningkat, namun hal tersebut tidak membuat lembaga desa wisata puas dan pihak lembaga masih ingin memaksimalkan kinerja sistem informasi pemasarannya. Salah satu yang diinginkan adalah mengaktifkan kembali *website* yang telah tidak aktif

dalam kurun waktu yang sangat lama. Ketika *website* aktif kembali, pihak Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang meyakini itu akan membantu dalam eksistensi atau keberadaannya makin diakui oleh wisatawan.

b. Kelemahan

Umumnya ketika terdapat kekuatan pasti terdapat kelemahan-kelemahan. Pada sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini pula memiliki kelemahan yang dapat menghambat berkembangnya sistem informasi pemasaran tersebut. Kelemahan yang ada pada sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang lebih bertitik pada sumber daya manusianya. Sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting untuk melakukan sistem informasi pemasaran karena sumberdaya manusia ini yang berfungsi melakukan dan mengoperasikan kerangkat-perangkat yang dibutuhkan oleh sistem informasi pemasaran. Tanpa adanya sumber daya manusia, maka komputer sebagai alat dalam berjalannya sistem informasi pemasaran ini tidak akan ada manfaatnya untuk kemajuan yang diinginkan. Saat menjalankan berbagai sistem untuk kemajuan suatu usahapun dibutuhkan sumber daya manusia yang kompeten, begitu pula dengan sistem informasi pemasaran.

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dirasa kurang memadai untuk menjalankan sistem informasi pemasaran secara maksimal.

Pengolahan data dan penggunaan fasilitas internet masih kurang profesional. Penyusunan *data base* yang dilakukan tidak secara berkala dengan per periode namun penyusunan biasa dilakukan ketika suatu data akan dibutuhkan. Adapun ketika penyusunan data tersebut dilakukan, terkadang dokumen-dokumen yang dibutuhkanpun sulit untuk dicari karena penyimpanan yang masih acak dan kurang teratur. Perihal ini membuat proses dalam pengambilan keputusan menjadi memakan lebih banyak waktu, begitupun dengan pendistribusian informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan menjadi terhambat.

Proses sistem informasi salah satunya yaitu pendistribusian informasi seperti yang telah dijelaskan pada teori. pendistribusian informasi dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu cara untuk mendistribusikan informasi tentang suatu produk ke konsumen yaitu dengan media sosial. telah dijelaskan sebelumnya bahwa lembaga desa wisata menggunakan beberapa sosial media sebagai salah satu penunjang sistem informasi pemasaran. Selain sosial media, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga memiliki halaman web yaitu <http://www.gubugklakah.com>. *Website* yang dimiliki Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dapat dikatakan tidak aktif karena perbaharuan yang dilakukan terakhir yaitu pada pertengahan tahun di bulan juli 2015. Tanggal tersebut dirasa sangat lama dan tidak relevan untuk dijadikan referensi ketika akan berkunjung ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Informasi yang ada pada *website* tersebut tidak sesuai dengan apa

yang telah ada di lapangan, jadi *website* yang dimiliki oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini sudah tidak dapat dijadikan acuan oleh para calon wisatawan karena pada dasarnya Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada saat ini sudah semakin baik dari pada ketika terakhir diperbaharui.

Keluhan yang sangat dirasakan tentang sumber daya manusia yang kurang baik dalam pengaturan data yaitu anggota Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga masih sangat kurang bisa mengoperasikan *website* sebagai salah satu alat untuk menjalankan sistem informasi pemasaran. Anggota dari Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak pernah mendapatkan pengajaran tentang bagaimana cara mengoperasikan *website*. Hal tersebut menjadikan *website* yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak ada manfaatnya karena tidak ada sumber daya manusia yang dapat memasukkan data atau informasi pada *website* tersebut. Permasalahan dalam pengadaan sumberdaya yang kompeten adalah perihal biaya, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang belum mampu untuk membayar tenaga ahli dalam mengoptimalkan sistem informasinya. Membayar tenaga ahli dirasa terlalu mahal dan menghabiskan banyak biaya yang seharusnya dapat dialokasikan ke tempat yang lainnya.

Ulasan di atas berdasarkan pernyataan pada wawancara yang dilakukan berikut ini:

“untuk kelemahannya ini kita lebih ke sumber daya manusianya, sumber daya manusia disini kurang baik dalam penataan data, data biasanya susun rapi pas memang lagi dibutuhkan, kalau pas lagi tidak dibutuhkan ya biasanya masi berserakan tempatnya masih kurang rapi dalam penataan. Begitu pula dengan *website*, kami memiliki websita namun dari sumber daya manusianya masih belum bisa mengoperasikannya dengan baik jadi sampai sekarang ya masih terbengkalai begitu saja. Begitupun kalau mau membayar tenaga ahli itu membutuhkan biaya terlalu banyak dan kami belum siap akan lah tersebut” (wawancara dengan Heri Siswoyo, Marketing Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada tanggal 2 Maret 2017)

B. PEMBAHASAN ANALISIS SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA LEMBAGA DESA WISATA GUBUGKLAKAH KECAMATAN PONCOKUSUMO KABUPATEN MALANG

Desa Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah salah satu desa di kaki Gunung Semeru yang yang aktif beroperasi sebagai desa wisata. Pariwisata adalah penyumbang terbesar ekonomi desa Gubugklakah sehingga desa Gubugklakah juga mencoba untuk berusaha maksimal dalam menekuni bidang ini. Salah satu wujud dari usaha desa Gubugklakah dalam pariwisata yaitu dibentuknya lembaga wisata yang bernama Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang atau sering disebut dengan DWG. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini memiliki Devisi Marketing yang bekerja untuk mengurus segala kepentingan pemasaran yang salah satunya adalah menjalankan sistem informasi pemasaran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, sistem informasi pemasaran Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sudah menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan kerja

sistem informasi pemasarannya. Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki ruangan yang disebut dengan *Tourism Information Center* (TIC). TIC berisi beberapa komputer dan peralatan pelengkap yang digunakan untuk meningkatkan kinerja terutama dalam bidang sistem informasi pemasaran. penemuan peneliti tersebut sesuai dengan teori Raymon Mc Leod (2007: 13) yang menyatakan bahwa sistem informasi adalah sebuah sistem berbasis komputer yang membuat informasi tersedia bagi para pengguna yang memiliki kebutuhan serupa.

Sistem informasi pemasaran yang saat ini dijalankan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah atas kesadaran dari pihak anggota lembaga maupun pemerintah kabupaten malang. Kesadaran dari pemerintah sangat bermanfaat bagi Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam mengembangkan program sistem informasi pemasaran. kesadaran pemerintah ini sudah diwujudkan dengan cara meresmikan TIC yang berisikan komputer secara cuma-cuma kepada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. TIC pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki banyak kegunaan selain digunakan untuk keperluan sistem informasi pemasaran. Kegunaan lainnya yaitu sebagai tempat pembelajaran mengenai komputer kepada para penduduk desa Gubugklakah terutama anak-anak, sebagai pusat informasi wisatawan dan diskusi yang dilakukan oleh para anggota Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.

Sistem informasi pemasaran yang digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu sistem informasi berbasis teknologi informasi. Berdasarkan teori dari O'Brien dan Marakas (2014: ix) Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki beberapa kriteria yaitu memiliki perangkat keras berupa sistem dan perangkat peripheral. Sistem dapat didapatkan dari komputer dan perangkat periperal yang dimiliki yaitu seperti *keyboard, mouse electric*. Selain itu juga memiliki *printer* untuk mencetak berbagai hal yang diperlukan. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menggunakan sistem komputer mikro karena Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menggunakan *laptop* dan komputer sederhana. Teori yang bersinanggungan dengan penemuan peneliti ini adalah teori dari O'Brien dan Marakas (2014: 86-93) yang menyatakan bahwa sistem komputer mikro adalah komputer yang biasa disebut dengan komputer pribadi yang memiliki daya komputasi dari komputernya melebihi sistem *mainframe*, salah satu contohnya yaitu PC yang dapat dapat digenggam, *notebook, laptop, tablet*, selain itu juga sama dengan teori O'Brien dan Marakas (2014: 98) yang telah dijabarkan pada tinjauan teori.

Hardware yang digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tentunya memiliki *software* atau perangkat lunak. Perangkat lunak yang digunakan yaitu perangkat lunak jenis biasa karena digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah

Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang untuk keperluan lembaga sendiri. Perangkat lunak biasa seperti pada O'Brien dan Marakas (2014: 138-141) yang menyatakan bahwa perangkat memiliki beberapa penggolongan yang salah satunya adalah perangkat lunak yang dibuat di sebuah organisasi dan digunakan oleh organisasi itu sendiri. Berdasarkan penemuan peneliti, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menggunakan perangkat lunak aplikasi yaitu berupa *website* yang dapat diakses melalui www.gubugklakah.com pada *browser*. Penemuan perangkat lunak aplikasi ini berdasarkan (Hendayudi, 2009:143) yang menyatakan bahwa aplikasi adalah sekumpulan perintah program yang dibuat untuk melaksanakan pekerjaan tertentu berdasarkan tujuan awal dibuatnya aplikasi tersebut. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang membuat *website* ini memiliki tujuan untuk pemasarannya, dengan adanya *website* diharapkan dapat mempermudah berbagai pihak untuk mengetahui Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang lebih banyak terutama calon wisatawan. Aplikasi berbasis *web* yang digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah *microsoft front page* sesuai dengan teori (Suyanto, 2005:107) yang menyatakan bahwa *microsoft* jenis ini membantu dalam perancangan *web* dari *microsoft* yang memiliki fasilitas sama dengan *web* yang dijalankan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Aplikasi ini memudahkan dalam *copy-paste* informasi, menyisipkan gambar, *voice distation*, sampai dengan analisis *traffic* situs.

Pembuatan aplikasi *web* ini pada dasarnya membutuhkan berbagai data untuk mengisi berbagai konten yang akan diinformasikan kepada khalayak ramai melalui *web*. Data dapat didapatkan dengan manajemen sumber data yang merupakan salah satu komponen teknologi informasi dalam sistem informasi. Data adalah suatu yang penting bagi sebuah organisasi, maka dari itu harus diatur dengan sedemikian rupa agar data dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pengguna data, hal ini juga dibutuhkan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Penerapan manajemen sumber data yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu dengan mengumpulkan data internal seperti wisatawan, sumber daya manusia dan berbagai destinasi beserta hal-hal yang berkaitan. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menghimpun beberapa data media seperti video, foto dan audio untuk dokumentasi. Berdasarkan penemuan yang didapatkan, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang lebih ke pada basis data operasional atau area data subyek dan basis data hipermedia menurut O'Brien dan Marakas (2014: 205-210) yang telah dijelaskan pada kajian teori. Pada dasarnya basis data eksternal juga dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang namun hal tersebut hanya untuk menunjang data internal, sebagai contoh untuk menentukan berbagai keperluan seperti penetapan harga destinasi yang masuk dalam basis data internal.

Pengumpulan data yang telah dilakukan pastinya tidak akan disia-siakan dan akan dimanfaatkan dengan baik. Komponen dari teknologi informasi yaitu berkaitan dengan telekomunikasi dan jaringan. Data yang telah dikumpulkan oleh suatu lembaga akan disalurkan keberbagai pihak, salah satunya yaitu digunakan untuk ajang pemasaran dan dikomunikasikan kepada khalayak ramai. Telekomunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara dengan bermacam-macam media. Menurut (O'Brien dan Marakas, 2014:239) telekomunikasi adalah segala bentuk pertukaran informasi, baik suara, video, teks, audio, data, ataupun tampilan di seluruh jaringan. Pengertian telekomunikasi tersebut sesuai dengan yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam memperkenalkan desa Gubugklakah kepada publik. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang melakukan telekomunikasi ini dengan berbagai cara dan media seperti teori di atas terutama teks.

Telekomunikasi melalui teks ini dilakukan oleh lembaga desa wisata kepada berbagai pihak, tidak hanya calon wisatawan namun juga dengan para *partner* yang termasuk *travel agent*. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menginformasikan berbagai macam informasi kepada para *travel agent* yang menggunakan jasa desa Gubugklakah. Informasi yang diberikan yaitu mengenai detail berbagai paket yang disediakan oleh Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, mengenai kondisi, cuaca, perubahan pelayanan maupun harga terbaru. Komunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata

Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dengan calon wisatawan adalah berupa promosi paket-paket wisata dan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh calon wisatawan untuk berkunjung ke desa Gubugklakah.

“Telekomunikasi adalah satu paket dengan jaringan, jadi jaringan memiliki peranan penting dalam menjembatani jalannya telekomunikasi” (O’Brien dan Marakas, 2014:232). Telekomunikasi yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga menggunakan Jaringan untuk menjembatani proses telekomunikasi yang dilakukan. jaringan yang digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang adalah jaringan dengan internet publik yang dapat diakses oleh semua orang atau semua instansi. Seperti yang dikatakan oleh Chaffey (2009:109) bahwa “internet terdiri dari infrastruktur jaringan *server* dan komunikasi yang saling berhubungan untuk menyimpan dan mengirim informasi kepada *client* dan *web server*”. “Untuk mengakses internet maka harus menggunakan *internet servise provider* yang memiliki arti organisasi komersial dengan kepemilikan koneksi permanen ke internet yang menjual koneksi internet kepada pelanggan” (Laudon, 2012:257). Berdasarkan teori dari Laudon tersebut sesuai dengan Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menggunakan jaringan internet yang diadakan oleh lembaga sendiri yaitu dengan *provider Devirless* dan biaya yang dikeluarkan yaitu Rp. 100.000 tiap bulannya. Terdapat jaringan internet yang lain didapatkan dari pemerintah. Jaringan yang digunakan oleh Lembaga Desa

Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki kecepatan yang dianggap sudah mampu membantu dalam melancarkan proses telekomunikasi.

Teknologi informasi yang digunakan oleh lembaga desa wisata dapat dikatakan baik dengan berbagai katagori yang telah dijabarkan. Terdapat beberapa hal yang menjadi penunjang Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang semakin dapat melakukan kegiatan sistem informasi pemasarannya. Perihal lain yang dimaksud yaitu seperti para *partner* lembaga desa wisata yang berupa *travel agent*. *Travel agent* memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan dan berhubungan dengan sistem informasi pemasaran karena para *travel agent* yang menggunakan jasa Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang akan menyebarkan informasi tentang Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Informasi yang mereka sebarakan tentunya melalui banyak media termasuk pada sistem informasi pemasaran mereka. Semakin bertambahnya *travel agent* yang menggunakan jasa Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, maka semakin banyak juga sistem informasi pemasaran yang ikut membantu dalam penyebaran informasi mengenai Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang.

Berhubungan dengan sistem informasi pemasaran, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menggunakan *Facebook* dan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi dan menjalin

hubungan baik dengan para calon wisatawan ataupun wisatawan yang telah berwisata di Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sangat yakin menggunakan *Facebook* sebagai sosial media untuk beberapa fungsi yang berkaitan dengan wisatawan terutama tentang interaksi dan menjalin hubungan. *Facebook* membantu untuk mempermudah dalam menyalurkan informasi kepada para wisatawan tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Interaksi yang dilakukan Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang pada akun *Facebook* berjalan dengan baik terbukti dengan adanya beberapa *feedback* atau timbal balik oleh para pengikut akun *Facebook* yang dimiliki. Pengikut akun *Facebook* yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu dari banyak kalangan baik wisatawan yang telah berkunjung ataupun calon wisatawan yang belum pernah sama sekali berkunjung ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang, selain itu juga ada para pemilik *travel agent*. Timbal balik yang dapat dilihat pada akun *Facebook* yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang yaitu berupa banyaknya *photo tag* atau tanda yang ditujukan pada akun Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dari para wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Desa Wisata Gubugklakah. Akun yang

digunakan mendapatkan beberapa timbal balik dari pengikutnya dalam bentuk komentar pada unggahan yang dilakukan oleh akun tersebut.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan akun *Facebook* lembaga desa wisata memiliki andil dalam menjalin interaksi seperti fungsi perangkat lunak pada umumnya. Hal di atas berkaitan dengan teori tentang perangkat lunak dari O'Brien dan Marakas (2014:138) yang menyatakan bahwa perangkat lunak adalah setiap program yang digunakan untuk pengoperasian dan manipulasi komputer beserta perangkat periferalnya. Tidak hanya *Facebook*, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga memiliki media sosial lain yang digunakan yaitu *Instagram*. Kedua media sosial tersebut sudah dimiliki oleh lembaga desa wisata sejak lama namun intensitas keaktifan yang banyak dilakukan oleh *Facebook*, maka dari itu *Facebook* lebih mendapatkan banyak respon dari pada *Instagram*. *Instagram* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memang tidak seaktif *Facebook* namun *Instagram* juga menjalankan fungsi interaksi, *Instagram* juga mendapatkan timbal balik dari para pengikutnya dilihat dari beberapa *tag* atau foto wisatawan yang ditandai pada akun *Instagram* tersebut. Berbagai cara yang dilakukan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memang meningkatkan kunjungan wisatawan tiap tahunnya namun dari pihak Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang masih merasa belum puas dengan pencapaian tersebut, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah

Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang menginginkan peningkatan yang lebih lagi dengan cara lain.

Perangkat lunak yang digunakan oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang untuk menyebarkan informasi tidak hanya *Facebook* dan *Instagram*, namun juga dengan *website*. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki *website* sudah lama namun tidak digunakan dengan baik, terlihat dari *update* konten yang dilakukan terakhir yaitu pada pertengahan tahun 2015. Tanggal pertengahan 2015 adalah waktu yang sangat lama dan hal tersebut termasuk dalam kategori tidak efisien dan tidak dapat digunakan sebagai para calon wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Isi konten dari *website* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang sudah tidak relevan dengan apa yang terjadi pada lapangan dan juga tidak ada interaksi yang berarti dengan berbagai belah pihak. Interaksi seperti yang ada pada *Facebook* dan *Instagram* dalam bentuk timbal balik dari publik. Berdasarkan uraian *website* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang maka *website* tersebut fungsinya kurang sesuai dengan pengertian perangkat lunak pada teori yang telah dijelaskan pada teori. Berdasarkan teori Laudon dan Jane (2000:31) yang telah dijelaskan pada kajian teori menunjukkan bahwa *website* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak berjalan dengan baik atau tidak sesuai dengan kegunaannya.

Pada tingkat penggunaan (*high level of system use*), *website* tersebut tidak memilikinya. Pada kepuasan pengguna terhadap sistem (*user satisfaction on system*) tidak didapat karena antara konten pada *website* dan keadaan lapangan tidak sama sehingga membuat para pengguna tidak dapat menjadikan *website* tersebut menjadi acuan keputusan kunjungan. Sikap positif (*favorable attitude*) pengguna terhadap sistem tersebut tidak dapat dilihat karena tidak adanya *feedback* dari pengguna. Tercapainya tujuan sistem informasi (*achieved objective*) ini tidak terealisasikan karena memang tidak terlihat adanya kemajuan yang berbuah dari *website*. Imbal balik keuangan (*financial payoff*), wisatawan datang ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak dikarenakan oleh *website* yang dikelola, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada *financial payoff* oleh *website* tersebut.

Interaksi pada *website* adalah salah satu pembuktian bahwa sumber daya dalam sistem informasi pemasaran berjalan dengan baik. Sumber daya manusia pada sistem informasi pemasaran terbagi menjadi dua yaitu pengguna akhir dan spesialis SI. Pengguna akhir menurut O'Brien dan Marakas (2014: 33) adalah orang yang menggunakan sistem informasi yang telah dihasilkan. Pada industri pariwisata, pengguna akhir ini dapat berupa wisatawan, calon wisatawan, *travel agent*, manajer dan berbagai pihak yang menggunakan hasil olahan sistem informasi tersebut. Hasil olahan sistem informasi yaitu bermacam-macam yang salah satu contohnya adalah *website*. Pada *website* dapat dilihat berapa banyak pengunjung dan interaksinya seperti komentar yang ada pada *website* dapat dijadikan tolak ukur apakah *website*

tersebut memiliki pengguna terakhir yang cukup atau tidak. Pengguna terakhir ini harus dipastikan ada karena untuk melihat apakah informasi yang telah dihasilkan ini bermanfaat atau tidak, setelah itu maka dapat menentukan keputusan selanjutnya tentang apa yang akan dilakukan yang tentunya juga dengan pendukung lainnya. Pada *website* yang dikelola oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki masalah pada pengguna terakhir. Telah dijelaskan sebelumnya bahwa interaksi yang ada pada *website* Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak berjalan dengan baik atau lebih pada tidak berjalan sama sekali dengan beberapa masalah yang ada.

Masalah yang ada pada *website* Gubugklakah tersebut sangat berpengaruh pada pengguna terakhir. Pengguna terakhir pada *website* yang dikelola oleh lembaga desa wisata Gubugklakah sangatlah kurang dan dibutuhkan pembaharuan-pembaharuan agar *website* tersebut dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan. Pembaharuan-pembaharuan pada *website* akan terlaksana jika spesialis SI pada *website* tersebut terpenuhi. Menurut O'Brien dan Marakas (2014: 33) spesialis Sistem Informasi (SI) adalah orang-orang yang mengoperasikan dan mengembangkan sistem informasi. Memperbaharui sebuah sistem tidaklah mudah, maka dari itu dibutuhkan tenaga ahli agar hasil dari olahan sistem informasi dapat berguna bagi banyak orang terutama berguna bagi target yang informasi tuju.

Pengertian spesialis SI menunjukkan bahwa spesialis SI dibutuhkan oleh semua kalangan yang sedang mengembangkan sistem informasi untuk membantu berbagai kegiatan mereka. Berdasarkan penelitian yang telah

dilakukan, Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang juga membutuhkan tenaga ahli atau spesialis SI untuk mengembangkan sistem informasinya. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak memiliki tenaga ahli yang dapat mengoperasikan sistem informasi dengan baik sehingga sistem informasinya tidak dapat berjalan dengan baik terutama *website* yang dimiliki dapat dikatakan tidak berjalan. Tenaga ahli atau spesialis SI bisa didapatkan melalui berbagai cara salah satunya yaitu dengan menyewa tenaga ahli dari luar anggota Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Kemungkinan yang lain juga dapat memberikan pendidikan kepada salah satu anggota Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tentang sistem informasi pemasaran. Saat wawancara yang telah dilakukan ternyata Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang tidak memiliki anggaran untuk melakukan hal tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kelebihan dari sistem informasi pemasaran Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini bertitik berat pada kesadaran pemerintah dan aset yang berupa partner *travel agent*. Pemerintah yang sadar akan pengaruh teknologi dalam pemasaran saat ini memberikan beberapa fasilitas penunjang yang berupa komputer layak pakai kepada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Komputer tersebut dihimpun di sekretariat dan dijadikan *Tourism Information Center* (TIC). TIC tersebut memiliki berbagai fungsi selain menjadi pusat sistem informasi yaitu juga untuk pelatihan komputer terutama bagi anak-anak desa, menjadi tempat adu pendapat dengan para anggota, dan sebagai tempat dimana para wisatawan mendapat informasi di sekretariat tentang Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang memiliki aset berupa *travel agent* yang bekerja sama dengan Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang dalam menyediakan paket wisata ke Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Semakin banyak *travel agent* yang menyediakan paket wisata ke desa Gubugklakah, semakin banyak pula yang menyebarkan informasi kepada publik dan Desa Wisata

Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang semakin dikenal.

2. Kekurangan yang dimiliki oleh Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang bersumber dari internal lembaga yaitu sumber daya manusia yang kurang kompeten dalam mengatur sistem informasi pemasaran yang ada pada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Keluhan yang paling dirasa penting yaitu anggota lembaga belum bisa mengoperasikan *website* dengan baik dan membuat *website* yang sudah ada menjadi tidak bermanfaat. *Website* dapat meningkatkan kepercayaan para calon wisatawan untuk membuat keputusan dengan berakhir pada kunjungan yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa sistem informasi pemasaran sangat membantu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Hal tersebut karena dapat mempermudah beberapa aspek kinerja sebelum menggunakan sistem informasi pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil melalui wawancara ataupun observasi peneliti, berikut adalah saran yang dapat diusulkan

1. Usulan kepada Lembaga Desa Wisata Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang
 - a. Admin media penyebaran informasi kepada para publik (*Facebook*, *Website*) harus diperjelas.
 - b. Menyewa tenaga ahli perihal sistem informasi pemasaran yang dilakukan.

- c. Pengadaan Keuangan melalui pengajuan proposal kepada pemerintah
2. Untuk penelitian selanjutnya
 - a. Perlu dilakukan penelitian lanjut tentang website yang tepat untuk desa wisata gubugklakah kemudian melakukan pembentukan atau perbaruan *website* yang lebih mudah dimengerti oleh para calon wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Boone, Louis E dan David L. Kurtz. 2007. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat. Diakses pada tanggal 11 September 2016 Melalui
<https://books.google.co.id/books?id=atmwtFiCiHwC&pg=PA330&dq=internet+adalah&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi7uuuY9rvPAhVCM48KHWsFB644FBD0AQgZMAA#v=onepage&q=internet%20adalah&f=false>
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata-Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana
- Chaffey, D. 2009. *E-Business And E-Commerce Management (4th Ed)*. Harlow England: Prentice Hall.
- Creswell, John W. 2012. *Research Design – Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Terjemahan oleh Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Ui Press.
- Hadiwijoyo, Suyo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Hendayudi. 2009. *VB 2008 Untuk Berbagi Keperluan Pemrograman*. Jakarta. Elex Media Komputindo Diakses pada tanggal 13 September 2016 Melalui
<https://books.google.co.id/books?id=PagaPBvWk6EC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Jogiyanto, Hartono. 2008. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta. Andi
- Jr, Reymon McLeod dan George P. Cshell. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto, Afia R dan Fitriana. Jakarta. Salemba Empat
- Kotler, Phillip. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran*. Terjemahan oleh Alexander Sindoro dan Benyamin. Jakarta. PT. Prenhallindo
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan oleh Alexander Sindoro. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- Laudon, Kenneth C dan Jane P Laudon. 2012. *Manajemen Sistem Informasi: Mengelola Perusahaan Digital*. Terjemahan oleh Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat



- Laudon, Kenneth C, Jane P. Laudon. (2000). *“Organization and Technology in The Network Enterprise” Manajemen Information System*, Six Edition, International Edition. www.prenhall.com/laudon
- McLeod, Raymond. 1995. *Sistem Informasi Manajemen*. Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto dan Afia Fitriati. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muttaqien, M. Zain dan Eka Kusmayadi. 2009. *Dasar-dasar Teknologi Infomasi*. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Nazir, Mohammad. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Nuryanto, Hery. 2012. *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta. Balai Pustaka.
- O’Brien, James A. dan George M. Marakas. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Terjemahan oleh Liza Nurbani Puspitasari dan Hirson Kurnia. Jakarta Selatan. Salemba Empat.
- Pitana, I Gede dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Offset
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung:Alfabeta
- Sunaryo. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta. Gava Media.
- Suyanto,M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset. Diakses pada tanggal 11 September 2016 Melalui https://books.google.co.id/books?id=IBnV0DKk_gYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false
- Taufani, Mohammad Khafid, 2016. *Analisis dan Desain Sistem Informasi Pemasaran*. Malang. Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. *Skripsi tidak dipublikasikan*

WEB

- Afri. 2016. Menteri Pariwisata: 2016, Target Kunjungan 12 Juta Wisatawan Mancanegara Dan 260 Juta Wisatawan Nusantara. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2016 Melalui <http://www.bkn.go.id/berita/menteri-pariwisata-2016-target-kunjungan-12-juta-wisatawan-mancanegara-dan-260-juta-wisatawan-nusantara>

- Agasshi, Hafiz. 2016. Bupati Malang Meresmikan Agrowisata Sapi Perah. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2016 Melalui <http://m.timesindonesia.co.id/read/126346/20160601/201728/bupati-malang-resmikan-agrowisata-sapi-perah/> Gubugklakah Sebagai Desa Wisata 17/10/2016 Jam 9:23
- Antara. 2016. *Pembangunan Pariwisata, Indonesia Ranking Ke 130*. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2016 Melalui <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/21/203772889/pembangunan-pariwisata-indonesia-ranking-ke-130>
- Biro Hukum Dan Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata dan Tim Komunikasi Pemerintah Kemkominfo. *Sambut Liburan, Kementerian Pariwisata Luncurkan #Pesonalebaran*. diakses pada tanggal 9 Oktober 2016 Melalui (https://kominfo.go.id/content/detail/7803/sambut-liburan-kementerian-pariwisata-luncurkan-pesonalebaran/0/artikel_gpr)
- Humas Kabupaten Kutai Karta Negara, 2014. *Disbudpar Gelar Sosialisasi Desa Wisata*. diakses pada tanggal 12 Oktober 2016 Melalui <http://humas.kutaikartanegarakab.go.id/read/news/2014/8016/disbudpar-gelar-sosialisasi-desa-wisata.html>
- Muliarta. 2011. *Indonesia Harus Maksimalkan Pengembangan Desa Wisata*. diakses pada tanggal 12 Oktober 2016. <http://www.voaindonesia.com/a/indonesia-harus-maksimalkan-pengembangan-desa-wisata-135821073/102280.html>
- Nurmayanti. 2016. *KEIN Harap Sektor Pariwisata Genjot Ekonomi Tumbuh di atas 10%*. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2016 Melalui <http://bisnis.liputan6.com/read/2536827/kein-harap-sektor-pariwisata-genjot-ekonomi-tumbuh-di-atas-10>
- Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Profil. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2016 melalui <http://bromotenggersemeru.org/statis-23-profil.html>
- Desa Wisata Gubugklakah. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2016 Melalui <http://www.gubugklakah.com/locations/gubugklakah/>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Malang. 2015. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2016 Melalui <http://disbudpar.malangkab.go.id/berita-461.html>

JURNAL

- Hosami, Farshad, Kaveh Tahvildari, Meherdad Moradi, Ahmadreza Taheri, Alireza Hosseini Nasab, Nader Khodadadi Lazar Jan . 2013. Marketing Information System in Organization Processes. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. 4 (11), 720-724
- Queiros and Braulio. 2014. Benefit of Marketing Information System in The Clothing Retail Business. *Journal Of System and Technology Management*. 11(1) 153-168

Ying *and* Mike. 2011. Setting Up The Tourism Engineering Marketing Information System Of China. *System Engineering Procedia*. 1, 301-308

