

INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk membahas profil dari Dinas Pariwisata DIY dan menganalisa strategi dan pendekatan yang dilakukan oleh divisi pemasaran sebagai salah satu bentuk dari manajemen kinerja untuk meningkatkan kinerja karyawan. Tugas akhir ini menggunakan dua metode yaitu studi lapangan dan studi pustaka. Studi lapangan dilakukan saat praktek kerja lapangan dan wawancara dengan Kepala Bidang dan Kepala Divisi bidang pemasaran di Dinas Pariwisata DIY dari tanggal 14 Januari 2019 sampai 22 Maret 2019. Beberapa referensi, jurnal, dan buku, serta sumber terkait dianalisa untuk membantu proses deskripsi profil, strategi dan pendekatan yang dijalankan di Dinas Pariwisata DIY.

Manajemen kinerja adalah salah satu cara perusahaan atau organisasi dalam mengelola organisasinya untuk mencapai target melalui sebuah pendekatan dan penjelasan, fokus utama manajemen kinerja adalah karyawan atau anggota organisasi yang berpartisipasi dalam mencapai target perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dan pendekatan yang digunakan oleh Divisi Pemasaran di Dinas Pariwisata DIY adalah penetapan tujuan sebagai yang paling utama, perencanaan, lalu ada strategi memutuskan, membahas dan bertindak, pendekatan dengan cara hubungan antar pribadi, lalu yang terakhir adalah belajar dan memperbaiki. Strategi dan pendekatan yang sudah digunakan oleh divisi pemasaran memberikan efek yang baik bagi divisi pemasaran juga staf didalamnya, dan bisa menjadi contoh untuk manajemen kinerja pada organisasi lain. Efek yang didapat dari menggunakan manajemen kinerja diantaranya adalah peningkatan kinerja pegawai, terciptanya lingkungan kerja yang baik dan keefektifan pekerjaan dalam mencapai target perusahaan.

Kata Kunci: Strategi dan Pendekatan, Manajemen Kinerja, dan Dinas Pariwisata DIY.

ABSTRACT

This study aims to describe the profile of the Yogyakarta Tourism Authority and analyze the strategies and approaches conducted by the Marketing Division to improve employee performance. This final project uses two methods: a field study and a literature study. The field study was conducted during the internship and interviews with the Head of Marketing Division at Yogyakarta Tourism Authority from January 14th 2019 to March 22nd 2019. Several references, journals, and books and related sources were analyzed to help the process of profile description, strategy, and the approach used by the Marketing Division in Yogyakarta Tourism Authority.

Performance management is one of the ways a company or organization manages its organization in pursuing the target through approaches and explanations, the main focus of performance management is employees or members of the organization that take part in achieving company targets. The results of this study shows that the strategies and approaches used by the Marketing Division at the Yogyakarta Tourism Authority is goal setting as the most important strategy, planning, then there is also decide, discuss and act strategy, approaches by interpersonal relationship, and then the last is learn and improve. The strategies and approaches that have been used by the Marketing Division is good for the Marketing Division and the staff in it. All strategies can be an example of performance management for other organizations. The good effects and benefits obtained from the use of performance management are the improvement of employee performance, the creation of a good work environment and the effectiveness of work in achieving the targets.

Keywords: Strategies and Approaches, Performance Management, and Yogyakarta Tourism Authority.