



# ANALISIS SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA KOMUNITAS BARBERSHOPS MENGGUNAKAN FRAMEWORK COBIT 5 DOMAIN DELIVER SERVICE AND SUPPORT (DSS) (Studi Kasus : Kec, Tanjung Bintang)

Muhammad Jasmin<sup>1</sup>, Faruk Ulum, S.T., M.T.I.<sup>2</sup> Muhtad Fadly, S.E., M.B.A.<sup>3</sup>

Affiliation<sup>1</sup> (e.g. Universitas Teknokrat Indonesia)

Affiliation<sup>2</sup> (e.g. Universitas Bina Nusantara )

Affiliation<sup>3</sup> (e.g. Universitas Teknokrat Indonesia)

Universitas Teknokrat Indonesia, Jl. H. ZA. Pagar Alam No.9-11 Kedaton ,(0721) 702022

Bandar Lampung

email \*[hafisalbaq@gmail.com](mailto:hafisalbaq@gmail.com)

**Received:** (date month year) **Accepted:** (date month year) **Published:** (date month year )

## Abstract

The online social media Facebook and the community have been widely used by various parties as an alternative means of marketing, including in services. In Facebook's online media, there are features that can be used to create a forum for the community. Like creating pages, groups and marketplaces. This feature can be used for the community to introduce and market their business fields. The community that will be driven in this Facebook online marketing research is a barber service business, or commonly known as a haircut. Solution to the problem that is running, the researcher will analyze the marketing process using social media Facebook at the Barbershop in Tanjung Bintang. The analysis tool used in this study is the COBIT 5 Framework with the domain Deliver, Service and Support (DSS) 01 on Information System Operations Management as a reference for the questionnaire which will be calculated using a Likert scale to see the feasibility value of marketing via Facebook.

Of the 8 questions contained in the questionnaire, the questions that get responses and produce a normal graphic form do not reach half of the number of questions. Of the 8 questions on the COBIT 5 Framework questionnaire, most of them produced graphs that had not run normal graphical forms. Normal graph shows that Facebook can be used as a marketing medium in the Barbershops community, Tanjung Bintang District. Graphs that have not shown normal show notifications from the Barbershop community to the public regarding the Facebook account / fanpage of the Barbershops community in Tanjung Bintang District, and must be more consistent in the Barbershops community fanpage.

**Keywords:** Barbershops, COBIT 5 Framework, Community, Marketing, Information Systems

## Abstrak

Media sosial online Facebook dan komunitas telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak sebagai sarana alternatif potensial dalam bidang pemasaran termasuk dalam layanan jasa. Didalam media online Facebook terdapat fitur – fitur yang bisa digunakan untuk membuat wadah bagi para komunitas. Seperti membuat halaman, grup, dan marketplace. Fitur ini dapat digunakan bagi para komunitas untuk memperkenalkan dan memasarkan bidang usaha yang mereka miliki. Komunitas yang akan digerakan dalam penelitian pemasaran online Facebook ini adalah usaha pelayanan jasa Barbershops, atau yang biasa dikenal dengan sebutan pangkas rambut. Solusi masalah yang berjalan maka peneliti akan menganalisis mengenai proses pemasaran menggunakan media sosial Facebook pada Barbershops di Tanjung Bintang berjalan. Tools analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu Framework COBIT 5 dengan domain Deliver, Service and Support (DSS) 01 tentang Manajemen Operasi sistem informasi sebagai acuan kuesioner yang akan dihitung menggunakan skala likert untuk mengetahui nilai kelayakan mengenai media pemasaran melalui Facebook.

Dari 8 pertanyaan yang terdapat pada kuesioner, pertanyaan yang mendapatkan tanggapan dan menghasilkan bentuk grafik normal tidak mencapai setengah dari jumlah pertanyaan. Dari 8 pertanyaan pada kuesioner Framework COBIT 5, lebih banyak menghasilkan grafik yang belum mendekati bentuk grafik normal. Grafik normal yang terbentuk menunjukkan bahwa Facebook telah dapat digunakan sebagai media pemasaran pada komunitas Barbershops Kecamatan Tanjung Bintang. Grafik-grafik yang belum mendekati normal menunjukkan kurangnya pemberitahuan dari

komunitas *Barbershops* kepada Masyarakat mengenai adanya akun Facebook/*fanpage* komunitas *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang, serta harus lebih konsisten dalam mengelola *fanpage* komunitas *Barbershops*.

**Kata kunci:** *Barbershops, Framework COBIT 5, Komunitas, Pemasaran, Sistem Informasi*

**To cite this article:**

Authors. (Year). Title of the article. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, Vol (1), Page-Page.

## 1. PENDAHULUAN

Keberadaan media sosial online Facebook dan komunitas telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak sebagai sarana alternatif potensial dalam bidang pemasaran termasuk dalam layanan jasa. jejaring sosial tidak saja menjadi sekedar media komunikasi dan informasi, bahkan mulai mempengaruhi budaya komunikasi masyarakat dalam keseharian maupun bisnis.

Menurut Prasetiawan, H. (2016) Facebook adalah media yang dibangun atas dasar model berbagi informasi pribadi untuk membangun komunitas. Facebook telah menjadi tempat yang paling populer untuk membangun relasi, terutama diantara teman – teman. Hal ini dapat mendorong komunitas penyedia layanan jasa untuk memperluas relasi dalam bidang pemasaran.

Komunitas dalam konteks pemasaran yang dibahas dalam artikel ini secara umum adalah komunitas yang terdiri atas konsumen yang membangun pada sektor pelayanan jasa.

Kehadiran komunitas sebagai bagian dari sosial masyarakat menjadi salah satu alternatif pemasaran. Komunitas memiliki beberapa keunggulan mulai dari jumlah anggota yang bisa terus bertambah, jaringan antar komunitas yang sejenis dan bisa diedukasi (Gusti Ayu Wulandari, 2015).

Pemasaran merupakan cara untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen baik secara tatap muka maupun secara *online*. Pemasaran tatap muka yang mengharuskan adanya proses bertemu antara penjual dan pembeli, sedangkan seiring perkembangan teknologi saat ini, pemasaran bergeser kepada pemasaran *online* atau yang disebut dengan *internet marketing*. Pemasaran *online* biasanya didukung dengan keberadaan *website* atau media sosial (facebook, instagram, whatasapp, line, dan lain-lain). Hal ini memberi peluang bagi para pemula maupun pemilik usaha baru untuk mencoba memasarkan barang atau jasa secara *online* (Dhini Ardianti, 2018).

*Barbershops* atau yang biasa dikenal dengan sebutan pangkas rambut sekarang ini telah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan masyarakat modern khususnya bagi kaum pria. Penggunaan pangkas rambut sendiri sudah berkembang menjadi suatu kebutuhan untuk merapihkan rambut. Pangkas rambut menjadi salah satu penunjang agar penampilan terlihat menarik dan rapih (Amin, 2014).

Dalam perusahaan jasa, pelanggan merupakan input. Jasa atau pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa tidak dapat dilaksanakan tanpa kehadiran pelanggan sebagai input pelayanan tersebut. Kepemilikan jasa juga

hanya dapat dirasakan oleh pelanggan. Selain itu, informasi sebagai input juga diperlukan dalam perusahaan jasa untuk meningkatkan pelayanan pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM) (Dr. Dorothea Wahyu Ariani, S.E., M.T.,2009).

*Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi yang digunakan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kebutuhan dan sifat pelanggan dalam mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. CRM juga dapat diartikan sebagai fungsi terintegrasi dan strategi penjualan, pemasaran dan pelayanan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan. Selain itu CRM juga berkaitan dengan pelanggan dalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan akses yang lebih cepat dan kualitas dari suatu proses bisnis yang melibatkan beberapa bidang yaitu bidang pemasaran (*marketing*), bidang pemesanan (*order*), dan pelayanan konsumen (*customers service*) (Buttle, Francis and Stan, 2015).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di wilayah Kecamatan Tanjung Bintang Kabupaten Lampung Selatan, belum terdapat *Barbershops* yang menerapkan media sosial Facebook sebagai pemasaran. Sehingga pelanggan masih kesulitan mencari informasi *Barbershops*, dikarenakan tidak semua penyedia jasa *Barbershops* di Tanjung Bintang memiliki akun Facebook, oleh karena itu penyedia jasa perlu membuat komunitas didalam media online untuk memperluas pasar agar dapat memberi informasi lengkap seperti, harga, jasa yang ditawarkan, dan lokasi.

Agar penerapan pemasaran menggunakan media sosial Facebook pada *Barbershops* di Tanjung Bintang berjalan sesuai yang diinginkan, maka *Barbershops* harus mulai menjalankan dan menggunakan prinsip-prinsip cara kerja tata kelola teknologi informasi dalam melakukan pemasaran. Kemudian *tools* yang akan digunakan yaitu Frame Work COBIT 5 dengan domain *Delivery, Service and Support* (DSS) 01 tentang mengelola operasi sebagai acuan kuesioner yang akan dibuat. Hasil dari kuesioner DSS01 akan dihitung menggunakan skala likert untuk mengetahui nilai kelayakan mengenai media pemasaran melalui Facebook.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini akan digunakan lima tinjauan pustaka yang nantinya dapat mendukung penelitian,

berikut ini merupakan tinjauan studi yang diambil dapat dilihat pada tabel 2.1.

1. Suryono, Darwis and Gunawan (2018), melakukan penelitian tentang Audit Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan *Framework* Cobit 5 (Studi Kasus: Balai Besar Perikanan Budidaya Laut Lampung). Kegiatan tata kelola keamanan informasi belum dilakukan secara maksimal. Untuk mengantisipasi terjadinya kendala seperti sumber daya manusia yang kurang memahami aplikasi e-SKP sehingga berpotensi terjadinya error pada aplikasi. Hasil nilai aktual dan nilai ekspektasi yang ditentukan, penulis mendapatkan gap dari analisis kesenjangan di atas.
2. Liana (2010), meneliti tentang Analisa Strategi *E-Marketing* Dan Implementasinya (Studi Kasus: Perusahaan Retail Garment), Marketing saat ini telah menjadi tren untuk melakukan promosi, meningkatkan jumlah pelanggan baru untuk memperluas pasar, dan mempertahankan *loyalitas* pelanggan lama untuk meningkatkan *volume* penjualan perusahaan. Dengan bantuan teknologi informasi yang sesuai, kegiatan marketing dapat diubah menjadi kegiatan yang sangat menguntungkan perusahaan karena dengan teknologi informasi, hambatan tempat dan waktu dapat diminimalisasi. Kegiatan marketing dengan bantuan teknologi informasi sering disebut dengan istilah *e-marketing*. Selain itu, *e-marketing* dilakukan untuk meningkatkan *brand image* perusahaan karena membuat perusahaan selalu diingat oleh pelanggannya (*top of mind*). Analisis strategi ini bertujuan menghasilkan sistem yang dapat membantu perusahaan dalam melayani pelanggan dengan memberikan kemudahan dalam mengakses informasi melalui fasilitas yang ada sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan untuk tetap menggunakan produk perusahaan. Setelah dianalisa, strategi *e-marketing* ini akan diimplementasikan pada perusahaan yang memiliki jenis usaha *retail garment*.
3. Wihanda (2010), meneliti tentang Aplikasi Multimedia Sebagai Sarana Informas Pemasaran *Pet Shop Ring Road* Utara No 7 Yogyakarta, pemasaran dipergunakan pada satu komputer atau *notebook* saja (belum dapat dijalankan melalui jaringan), dengan itu akan menggunakan CD *interaktif* ini berisi tentang promosi *Pets Shop* melalui media multimedia. Tampilan animasi yang bergerak dengan obyek yang berpindah dari posisi satu ke posisi lainnya, perubahan warna atau bentuk (*morphing*), namun tetap mengutamakan promosi sebagai materi utamanya dan CD interaktif ini berbasis multimedia ini dapat di gunakan sebagai media yang menyampaikan informasi atau promosi dengan tujuan untuk memajukan usaha *Pets Shop* seperti mempromosikan produk jasa maupun produk makanan dengan mengutamakan kualitas dan kepuasan pelanggan.
4. Rudy (2010), meneliti tentang Perancangan *E-Marketing* Bagi Pemasaran Produk Kecantikan, Saat ini strategi pemasaran yang digunakan oleh CV. IMA dalam memasarkan produk-produk *Menard* hanya melalui sales perusahaan, penawaran melalui telepon atau *faksimil*. Sehingga promosi dan penyebaran informasinya kurang efektif dan terbatas hanya pada penyalur ataupun beberapa pelanggan yang ditawarkan secara langsung oleh CV. IMA. Untuk mendukung kemajuan perusahaan maka CV. IMA melakukan pembaharuan dalam strategi pemasarannya dengan melakukan langkah aktif melalui pemanfaatan teknologi internet yaitu memanfaatkan sarana pemasaran *online* berbasis web (*e-marketing*) yang nantinya diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar yang telah dimiliki pada saat ini. Dengan memanfaatkan keunggulan faktor pemasaran berbasis internet ini maka diharapkan penjualan produk kecantikan CV. IMA dapat meningkat, memiliki pangsa pasar yang lebih luas serta dapat bersaing dengan produk-produk kecantikan lainnya di Indonesia.
5. Andry *et al.* (2017), meneliti tentang Audit Tata Kelola Ti Pada PT. Porto Indonesia Sejahtera Menggunakan Cobit Pada Domain Po. Masalah utama yang ditemui adalah manajemen belum memahami arti pentingnya investasi pada bidang teknologi informasi, manajemen risiko yang belum dikelola dengan baik, dan kemampuan SDM yang masih kurang. Sehingga mengakibatkan kontrol teknologi menjadi lemah, biaya teknologi informasi yang tinggi tidak disertai dengan nilai balik dalam meningkatkan efektifitas, efisiensi dan keuntungan buat investasi perusahaan di kemudian hari. Hasil pengolahan data akan digunakan untuk mencari kelemahan-kelemahan yang terdapat pada domain COBIT 4.1.

## 2.2. Pengertian Analisis

Menurut Sugiyono (2016) mengatakan bahwa analisis adalah sebuah tujuan kegiatan yang menghasilkan informasi sesuai kebutuhan yang dicapai dalam penelitian selain itu analisis merupakan kerangka kerja yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan.

Analisis adalah kegiatan mengurai suatu pokok masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) dan menghasilkan sebuah susunan dalam bentuk sesuatu yang diuraikan yang jelas dan menghasilkan maksud sesuai dengan perkara masing-masing (Satori and Komariyah, 2017).

Berdasarkan beberapa pertanyaan maka dapat disimpulkan bahwa analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan

cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas.

### 2.3. Konsep Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:11) konsep pemasaran adalah:

“Pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik dari pada pesaing”.

Konsep pemasaran terdapat lima konsep alternatif yang mendasari langkah-langkah organisasi dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran, sebagai berikut:

#### 1. Konsep Produksi

Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan harganya terjangkau. Karena itu manajemen harus berfokus pada peningkatan efisiensi produksi dan distribusi.

#### 2. Konsep Produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik.

#### 3. Konsep Penjualan

jualan, yang menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali jika produk itu dijual dalam skala penjualan dan usaha promosi yang besar.

#### 4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik daripada pesaing.

#### 5. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Konsep pemasaran berwawasan sosial mempertanyakan apakah konsep pemasaran murni sudah memperhatikan kemungkinan konflik antara keinginan jangka pendek konsumen dan kesejahteraan jangka panjang konsumen.

### 2.4. COBIT

Menurut ISACA (2012) COBIT 5 merupakan tahapan generasi terbaru dari sebuah panduan ISACA yang berisikan tata laksana dan manajemen IT. COBIT 5 dibuat berdasarkan pengalaman penggunaan COBIT selama lebih dari 15 tahun oleh banyak perusahaan dan pengguna dari bidang bisnis, komunitas IT, risiko, asuransi, dan keamanan.

COBIT 5 dikembangkan untuk mengatasi kebutuhan-kebutuhan penting seperti:

1. Membantu *stakeholder* dalam menentukan apa yang mereka harapkan dari informasi dan teknologi terkait seperti keuntungan apa, pada

tingkat risiko berapa, dan pada biaya berapa dan bagaimana prioritas mereka dalam menjamin bahwa nilai tambah yang diharapkan benar-benar tersampaikan.

2. Beberapa pihak lebih menyukai keuntungan dalam jangka pendek sementara pihak lain lebih menyukai keuntungan jangka panjang. Beberapa pihak siap untuk mengambil risiko tinggi sementara beberapa pihak tidak. Perbedaan ini dan terkadang konflik mengenai harapan harus dihadapi secara efektif. *Stakeholder* tidak hanya ingin terlibat lebih banyak tapi juga menginginkan transparansi terkait bagaimana ini akan terjadi dan bagaimana hasil yang akan diperoleh.
3. Membahas peningkatan ketergantungan kesuksesan perusahaan pada perusahaan lain dan rekan IT, seperti *outsourc*e, pemasok, konsultan, klien, *cloud*, dan penyedia layanan lain, serta pada beragam alat internal dan mekanisme untuk memberikan nilai tambah yang diharapkan.
4. Mengatasi jumlah informasi yang meningkat secara signifikan. Bagaimana perusahaan memilih informasi yang relevan dan kredibel yang akan mengarahkan perusahaan kepada keputusan bisnis yang efektif dan efisien? Informasi juga perlu untuk dikelola secara efektif dan model informasi yang efektif dapat membantu untuk mencapainya.
5. Mengatasi IT yang semakin meresap ke dalam perusahaan. IT semakin menjadi bagian penting dari bisnis. Seringkali IT yang terpisah tidak cukup memuaskan walaupun sudah sejalan dengan bisnis. IT perlu menjadi bagian penting dari proyek bisnis, struktur organisasi, manajemen risiko, kebijakan, kemampuan, proses, dan sebagainya. Tugas dari CIO dan fungsi IT sedang berkembang sehingga semakin banyak orang dalam perusahaan yang memiliki kemampuan IT akan dilibatkan dalam keputusan dan operasi IT. IT dan bisnis harus diintegrasikan dengan lebih baik.
6. Menyediakan panduan lebih jauh dalam area inovasi dan teknologi baru. Hal ini berkaitan dengan kreativitas, penemuan, pengembangan produk baru, membuat produk saat ini lebih menarik bagi pelanggan, dan meraih tipe pelanggan baru. Inovasi juga menyiratkan perampangan pengembangan produk, produksi dan proses *supply chain* agar dapat memberikan produk ke pasar dengan tingkat efisiensi, kecepatan, dan kualitas yang lebih baik.
7. Mendukung perpaduan bisnis dan IT secara menyeluruh, dan mendukung semua aspek yang mengarah pada tata kelola dan manajemen IT

perusahaan yang efektif, seperti struktur organisasi, kebijakan, dan budaya.

8. Mendapatkan kontrol yang lebih baik berkaitan dengan solusi IT.
9. Memberikan perusahaan:
  - a. Nilai tambah melalui penggunaan IT yang efektif dan inovatif,
  - b. Kepuasan pengguna dengan keterlibatan dan layanan IT yang baik,
  - c. Kesesuaian dengan peraturan, regulasi, persetujuan, dan kebijakan internal,
  - d. Peningkatan hubungan antara kebutuhan bisnis dengan tujuan IT.
10. Menghubungkan dan bila relevan, menyesuaikan dengan *framework* dan standar lain seperti ITIL, TOGAF, PMBOK, PRINCE2, COSO, dan ISO. Hal ini akan membantu *stakeholder* mengerti bagaimana kaitan berbagai *framework*, berbagai standar antar satu sama lain, dan bagaimana mereka bisa digunakan bersama-sama.
11. Mengintegrasikan semua *framework* dan panduan ISACA dengan fokus pada COBIT, Val IT, dan Risk IT, tetapi juga mempertimbangkan BMIS, ITAF, dan TGF, sehingga COBIT 5 mencakup seluruh perusahaan dan menyediakan dasar untuk integrasi dengan *framework* dan standar lain menjadi satu kesatuan *framework*.

## 2.5. COBIT 5

COBIT 5 (*Control Objectives For Information and Related Technology*) merupakan generasi terbaru dari panduan ISACA dibuat berdasarkan pengalaman penggunaan COBIT selama lebih dari 15 tahun oleh banyak perusahaan dan penggunaan dari bidang bisnis, komunitas, IT, risiko, asuransi, dan keamanan. COBIT 5 mendefinisikan dan menjelaskan secara rinci sejumlah tata kelola dan manajemen proses. COBIT 5 menyediakan kerangka kerja yang komprehensif yang membantu perusahaan dalam mencapai tujuan mereka untuk tata kelola dan manajemen aset informasi perusahaan dan teknologi (IT). Secara sederhana, membantu perusahaan menciptakan nilai yang optimal dari IT dengan menjaga keseimbangan antara mewujudkan manfaat dan mengoptimalkan tingkat risiko dan penggunaan sumber daya. COBIT 5 menggunakan praktik tata kelola dan manajemen untuk menjelaskan tindakan praktik yang baik untuk efek tata kelola dan manajemen lebih perusahaan IT. COBIT 5 tidak dimaksudkan untuk menggantikan salah satu kerangka kerja atau standar lainnya, tetapi untuk menekankan tata kelola dan manajemen serta mengintegrasikan praktik pengelolaan terbaik pada perusahaan (ISACA, 2012).

COBIT 5, memiliki kriteria informasi asli yaitu : Efisiensi, Efektivitas, Kerahasiaan, Integritas, Ketersediaan, Kepatuhan, dan Keandalan.

## 2.6. Prinsip Dasar COBIT 5

COBIT 5 (*Control Objectives Information and Related Technology*) secara umum memiliki 4 prinsip dasar yaitu :

### a. *Stakeholder Drivers Influence Stakeholder Needs*

Kebutuhan pemangku kepentingan dipengaruhi oleh sejumlah pendorong, mis., Perubahan strategi, lingkungan bisnis dan peraturan yang berubah, dan teknologi baru.

### b. *Stakeholder Needs Cascade to Enterprise Goals*

Kebutuhan pemangku kepentingan dapat dikaitkan dengan serangkaian tujuan umum perusahaan. Tujuan perusahaan ini telah dikembangkan menggunakan dimensi balanced scorecard (BSC) 1, dan mereka mewakili daftar tujuan yang umum digunakan yang dapat ditentukan oleh perusahaan untuk dirinya sendiri. Meskipun daftar ini tidak lengkap, sebagian besar tujuan khusus perusahaan dapat dipetakan dengan mudah ke satu atau lebih tujuan perusahaan generik. Tabel kebutuhan pemangku kepentingan dan tujuan perusahaan disajikan dalam lampiran D.

### c. *Enterprise Goals Cascade to IT-related Goals*

Pencapaian tujuan perusahaan membutuhkan sejumlah hasil terkait TI, 2 yang diwakili oleh tujuan terkait TI. IT terkait singkatan untuk informasi dan teknologi terkait, dan tujuan terkait IT disusun sepanjang dimensi IT balanced scorecard (IT BSC). COBIT 5 mendefinisikan 17 tujuan terkait TI, yang tercantum dalam gambar 6. Tabel pemetaan antara sasaran terkait TI dan sasaran perusahaan dicantumkan dalam lampiran B, dan ini menunjukkan bagaimana setiap sasaran perusahaan didukung oleh sejumlah sasaran terkait TI.

### d. *IT-related Goals Cascade to Enabler Goals*

Mencapai tujuan yang berhubungan dengan IT membutuhkan aplikasi yang sukses dan penggunaan sejumlah enabler. Konsep enabler dijelaskan secara rinci dalam bab 5. Enabler mencakup proses, struktur organisasi, dan informasi, dan untuk setiap enabler, serangkaian tujuan spesifik yang relevan dapat didefinisikan untuk mendukung tujuan terkait TI. Proses adalah salah satu faktor pendukung, dan lampiran C berisi pemetaan antara tujuan terkait TI dan proses COBIT 5 yang relevan, yang kemudian berisi tujuan proses terkait

## 2.7. Proses COBIT 5

Dalam COBIT 5 *framework* terdapat 5 domain proses yang dapat dirancang bertujuan sebagai tata kelola dan manajemen TI perusahaan. Lima domain yang ada

pada COBIT 5 penelitian menggunakan proses *Delivery, Service and Support* (DSS), berikut adalah penjelasan dari masing-masing proses:

- a) *Evaluate, Direct and Monitor* (EDM), proses pengelolaan yang berhubungan dengan pengelolaan sasaran stakeholder, nilai pengiriman, optimisasi resiko dan sumber daya, termasuk praktek dan aktivitas yang ditujukan pada pengevaluasian pilihan strategi, memberikan pengarahan IT dan pemantauan *outcome*.
- b) *Align, Plan, and Organize* (APO), domain ini meliputi penyelarasan, perencanaan, dan pengaturan agar IT dapat berkontribusi untuk mencapai tujuan bisnis
- c) *Build, Acquire, and Implement* (BAI), domain ini meliputi membangun, memperoleh, dan mengimplementasikan sistem yang mendukung proses bisnis.
- d) *Delivery, Service and Support* (DSS), meliputi mengirimkan, layanan, dan dukungan atau memberi pelayanan yang aktual bagi bisnis, termasuk manajemen data dan proteksi informasi yang berhubungan dengan proses bisnis.
- e) *Monitoring, Evaluation and Assess* (MEA), domain ini terdiri dari pengawasan, evaluasi dan penilaian manajemen tentang pengendalian proses-proses, oleh lembaga monitoring independen yang berasal dari dalam dan luar organisasi atau lembaga alternatif lainnya.

Peneliti menggunakan proses *Delivery, Service and Support* (DSS) Berikut adalah penjelasan domain proses DSS pada COBIT 5 yang digunakan peneliti sebagai proses IT terdapat pada Tabel 2.2 berikut:

**Tabel 2.1** Proses Domain *Deliver, Service, and Support*

Kode Proses	Practice
DSS1	Mengelola operasi
DSS2	Mengelola bantuan layanan dan insiden
DSS3	Mengelola masalah
DSS4	Mengelola kelangsungan layanan
DSS5	Memastikan keamanan sistem
DSS6	Mengelola dan mengontrol proses bisnis

(DSS) COBIT 5

## 2.8. Tahapan Dalam Menggunakan COBIT 5

Menurut ISACA (2012), tujuh tahap yang terdapat dalam siklus hidup implementasi COBIT 5 adalah:

- a. Tahap 1 – Apa penggeraknya?  
Tahap 1 mengidentifikasi penggerak perubahan dan menciptakan keinginan untuk berubah di level manajemen eksekutif, yang kemudian diwujudkan berupa kasus bisnis.
- b. Tahap 2- Di mana kita sekarang?

Tahap 2 membuat agar tujuan IT dengan strategi dan risiko perusahaan sejajar, dan memprioritaskan tujuan perusahaan, tujuan IT, dan proses IT yang paling penting. COBIT 5 menyediakan panduan pemetaan tujuan perusahaan terhadap tujuan IT terhadap proses IT untuk membantu penyelesaian.

- c. Tahap 3 – Di mana kita ingin berada?

Tahap 3 menetapkan target untuk peningkatan, diikuti oleh analisis selisih untuk mengidentifikasi solusi potensial. Tugas jangka panjang perlu dipecah menjadi bagian-bagian yang lebih mudah untuk diselesaikan.

- d. Tahap 4 – Apa yang harus dilakukan?

Tahap 4 merencanakan solusi praktis yang layak dijalankan dengan mendefinisikan proyek yang didukung dengan kasus bisnis yang bisa dibenarkan, dan mengembangkan rencana perubahan untuk implementasi.

- e. Tahap 5 – Bagaimana kita sampai kesana?

Tahap 5 mengubah solusi yang disarankan menjadi kegiatan hari per hari dan menetapkan perhitungan dan sistem pemantauan untuk memastikan kesesuaian dengan bisnis tercapai dan kinerja dapat diukur.

- f. Tahap 6 – Apakah kita sampai kesana?

Tahap 6 berfokus dalam transisi berkelanjutan dari pengelolaan dan praktik manajemen yang telah ditingkatkan ke operasi bisnis normal dan pemantauan pencapaian dari peningkatan menggunakan metrik kinerja dan keuntungan yang diharapkan.

- g. Tahap 7 – Bagaimana kita menjaga momentumnya?

Tahap 7 mengevaluasi kesuksesan dari inisiatif secara umum, mengidentifikasi kebutuhan tata kelola atau manajemen lebih jauh, dan meningkatkan kebutuhan akan peningkatan secara terus-menerus. Tahap ini juga memprioritaskan kesempatan lebih banyak untuk meningkatkan GEIT.

## 2.9. COBIT Process Assessment Model

Baker mengemukakan bahwa, “COBIT PAM menyediakan dasar bagi setiap tahapan penilaian proses IT perusahaan terhadap COBIT 4.1 dan memungkinkan penilaian kapabilitas proses untuk mendukung sebuah peningkatan.

Menurut ISACA (2011), COBIT 4.1 PAM dibuat berdasarkan COBIT 4.1 dan *International Organization for Standardization(ISO) / International Electrotechnical Commission(IEC) 15504*. Model ini digunakan sebagai dokumen basis referensi untuk menilai performa capabilitas IT organisasi serta :

1. Mendefinisikan kebutuhan-kebutuhan *minimum* untuk melakukan penilaian(output-output yang dibutuhkan)
2. Mendefinisikan proses kapabilitas dalam 2 dimensi, process dan kapabilitas
3. Menggunakan indikator proses kapabilitas dan proses performa untuk menentukan apakah atribut proses telah dipenuhi

4. Mengukur performa proses berdasarkan sebuah urutan praktik dasar dan aktivitas-aktivitas untuk memenuhi work product.
5. Mengukur proses kapabilitas melalui pencapaian atribut berdasarkan bukti spesifik(level 1) dan generic(level yang lebih tinggi) *practices* dan *work products*.

**2.10. Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan sebuah alat ukur untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2017).

**2.11. Skala Likert**

Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur penilaian, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017).. Dengan menggunakan skala Likert untuk dijadikan titik tolak untuk membuat butir instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.

Skala *likert* menyediakan item untuk respon dengan kategori yang berjenjang, dan biasanya memiliki jenjang lima, yaitu: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Setiap kategori tersebut diberi nilai atau skor. Pernyataan pada skala Likert terdiri dari pernyataan positif dan pernyataan negatif. Contoh lima jenjang dalam skala Likert dapat dilihat pada tabel 2.7

**Tabel 2.2** Jenjang dalam skala *likert*

Pernyataan positif	Nilai	Pernyataan Negatif	Nilai
Sangat setuju	5	Sangat setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Ragu-ragu (Netral)	3	Ragu-ragu (Netral)	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak setuju	5

( Sumber: Sugiyono, 2016)

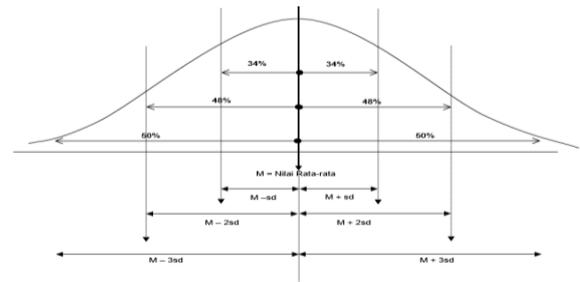
**2.12. Normalisasi**

Croxtion (1960) Statistik adalah kegiatan untuk “mengerjakan” atau “memanipulasi” data kuantitatif berupa angka-angka tersebut agar “bernilai”.

Nilai sentral adalah nilai-nilai yang menjadi pusat suatu distribusi data, atau disebut “tendensi sentral”.

1. *Mean* = Rata-rata data
2. Modus = Data yang sering muncul
3. Median = Data titik tengah

Berikut adalah gambaran Grafik Statistika, dapat dilihat pada Gambar 2.2



**2.1** Grafik Statistika

**2.13. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data menurut Sugiyono (2016) yang bisa dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat sebagai berikut :

1. Wawancara (*Interview*)  
Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Wawancara dapat dilakukan dengan tatap muka maupun melalui telpon.
2. Pengamatan (*Observation*)  
Pengumpulan data dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.
3. Dokumentasi (*Documentation*)  
Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang.
4. Tinjauan Pustaka (*Library Research*)  
Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

**2.14. Metode Slovin**

Metode Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari populasi tidak diketahui secara pasti (Sugiyono,2011).

Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \cdot e^2))}$$

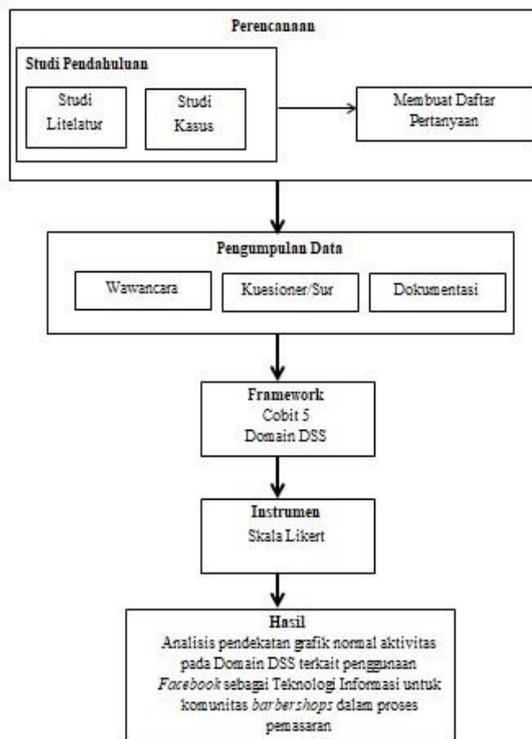
Keterangan:

- n : Jumlah Sampel
- N : Jumlah Populasi
- e : Total jumlah butir yang gagal

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Kerangka Penelitian

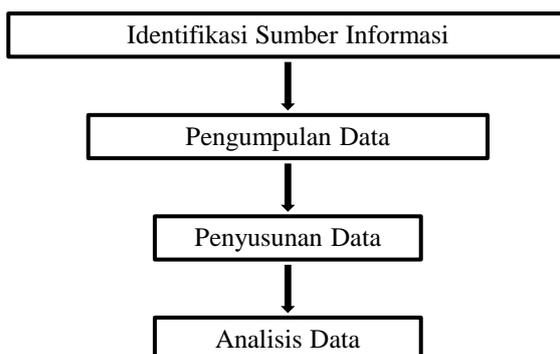
Penelitian yang akan dilakukan pada bab ini menjelaskan bahwa metodologi diperlukan sebagai panduan dalam proses alur analisis. Berikut kerangka penelitian dapat dilihat pada gambar 3.1:



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian

#### 3.2 Tahapan Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian yang telah dibuat maka metode atau tahapan penelitian yang sumber data didapat berasal dari peneliti, institusi, dan organisasi lain, (McCaston, 2005). Berikut ini penulis paparkan tahapan penelitian yang dilakukan.



#### Gambar 3.2 Tahapan Penelitian

Sumber: (Foundation, 2009)

Penjelasan dari tahapan penelitian yang telah

dibuat pada gambar 3.2 adalah sebagai berikut:

1. **Identifikasi Sumber Data**  
Proses menentukan sumber data yang akan digunakan, data yang digunakan oleh penulis adalah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terkait analisis pada Domain DSS.
2. **Pengumpulan Data**  
Pengumpulan dari sumber data dilakukan dengan *hardcopy* berupa *handout* kuesioner yang kemudian dikumpulkan dan disatukan menjadi *softcopy*.
3. **Penyusunan Data**  
Penyusunan data yang dilakukan adalah menyusun jawaban dari pertanyaan kuesioner sesuai dengan aktivitas-aktivitas pada Domain DSS.
4. **Analisis Data**  
Analisis data dilakukan dengan melakukan pembentukan grafik dari setiap pertanyaan lalu dibandingkan dengan grafik normal.

#### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Tahap awal pelaksanaan audit ini adalah pengumpulan data, untuk mendukung penilaian, evaluasi lapangan dan juga untuk mengetahui kondisi nyata dari kegiatan *babershops* terhadap audit yang dilakukan.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan survey lapangan. Dalam pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara ini dilakukan berdasarkan pengamatan yang sudah dipetakan. Berikut adalah pengumpulan data yang dilakukan :

##### 3.3.1 Kuesioner

Pada tahap ini, dilakukannya kuisisioner untuk mencari tanggapan- tanggapan dari para responden mengenai kondisi terkini yang ada pada *Babershops* dengan domain DSS (*Deliver, Service and Support*). Kuisisioner ini berisikan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan proses-proses yang ada pada Domain DSS (*Deliver, Service and Support*).

##### 3.3.2 Wawancara

Pada tahap wawancara ini, dilakukan untuk mengkroscek/mencari kebenaran dari tanggapan-tanggapan pada kuisisioner yang telah di dapat, dan juga untuk memperoleh bukti -bukti yang terkait dengan domain DSS (*Deliver, Service and Support*). Wawancara dilakukan secara *face to face* dengan responden dengan bukti dokumentasi.

**3.3.3 Observasi/ Survei**

Pengumpulan data dengan mengamati atau *observation* yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat langsung kegiatan yang terjadi pada proses pemasaran *Barbershops*.

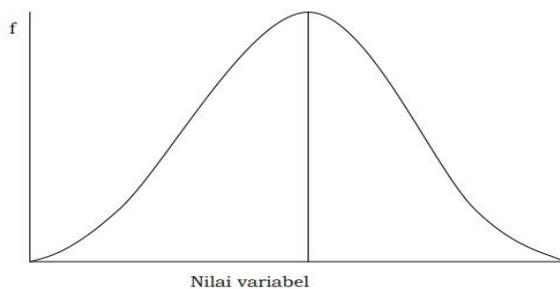
**3.4. Instrumen Pengolahan Data**

Data yang digunakan untuk melakukan penelitian berupa persepsi terhadap sikap dan aktivitas individu atau lembaga. Oleh karena itu, pengolahan data tidak dapat berupa nilai pasti seperti penelitian kuantitatif, sehingga alat pengolah data yang digunakan untuk penelitian deskriptif kualitatif (seperti penelitian yang sedang berlangsung) adalah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala atau ukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial, (Sugiyono, 2012). Berikut ini adalah tabel dari skala penilaian Skala *Likert*:

**Tabel 3.1** Penilaian Skala *Likert*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Selain penggunaan Skala *Likert*, penulis menggunakan pendekatan grafik normal sebagai identifikasi hasil analisis yang dilakukan. Identifikasi grafik normal dilakukan untuk melihat bentuk grafik dari setiap pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner. Dimana semakin mirip bentuk grafik dari setiap pertanyaan dengan grafik normal, maka semakin baik aktivitas yang berjalan dari hasil pertanyaan kuesioner yang disebarakan. Gambar 3.6 dibawah ini adalah bentuk dari grafik normal.



**Gambar 3.3** Grafik Normal

Sumber: (Suharyadi and Purwanto, 2009)

**3.5. Rancangan Kuesioner**

Untuk dapat melakukan analisis terhadap penggunaan media *online* Facebook dalam proses pemasaran pada komunitas *barbershops*, maka dibuat kuesioner berdasarkan *framework COBIT 5* dengan

menggunakan Skala *Likert*. Tabel 3.2 berikut ini adalah daftar pertanyaan untuk kuesioner Domain DSS:

**Tabel 3.2** Rancangan Pertanyaan Kuesioner DSS

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>DSS01 Manage Operations</b>						
1	Saya melihat fanpage Barbershop's Tanjung Bintang didalam akun facebook saya					
2	Saya mengikuti/menyukai fanpage Babershop's Tanjung Bintang					
3	Saya pernah membaca postingan yang dibagikan akun Facebook barbershop's Tanjung Bintang					
4	Saya pernah membagikan tautan informasi dari postingan barbershop's Tanjung Bintang					
5	Saya pernah memberikan komentar pada salah satu postingan dari akun Facebook barbershop's Tanjung Bintang					
6	Barbershop's Tanjung Bintang pernah memberikan tanggapan/jawaban pada pertanyaan yang dberikan pada postingan barbershop' Tanjung Bintang					
7	Akun facebook <i>Barbershops</i> Tanjung Bintang mengundang teman untuk mengunjungi/menyukai fanpage Barbershop's Tanjung Bintang					
8	Akun facebook <i>Barbershops</i> Tanjung Bintang Pernah mempromosikan fanpage Barbershop's Tanjung Bintang					

**3.6. Sampel Penelitian Menggunakan Metode Sovlin**

Peneliti melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner kepada penduduk wilayah tanjung bintang. Tahap pertama pengambilan sampel adalah pemilihan bagian dari populasi yang sesuai kriteria (*purposive sampling*), dimana kriteria tersebut yang dijadikan sampel harus yang telah mengaplikasikan sistem informasi. Tahap kedua adalah penentuan sampel responden adalah pengguna sistem. Besarnya sampel dalam penelitian ini dihitung minimalnya dengan menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2016) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dengan menggunakan margin *error tolerance* sebesar 5%, dari jumlah populasi 39366 jumlah penduduk laki-laki di wilayah tanjung bintang rekayasa perangkat lunak, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$\begin{aligned} N &= \frac{39.366}{1+(39.366 \times 0,05^2)} \\ &= \frac{39.366}{1+98.415} \\ &= 399,99 \end{aligned}$$

Sampel minimal menggunakan 399,99 responden. Data penelitian atau pengolahan data yang kemudian diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 responden terkait dengan jumlah penduduk laki-laki.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Kuesioner

Kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai Service Facebook pada komunitas *barbershops* dengan didasarkan pada *domain DSS framework COBIT 5*. Berikut ini adalah hasil dari kuesioner yang merupakan tanggapan dari kuesioner yang telah disebar ke Masyarakat Kecamatan Tanjung Bintang.

#### 4.1.1 Hasil Tanggapan Responden

Hasil tanggapan responden pada masing-masing pertanyaan pada Tabel 4.1 dibawah ini di representasikan berdasarkan bobot nilai yang digunakan pada Skala Likert berikut ini.

Tabel 4.1 Bobot Nilai Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Berikut ini merupakan hasil representasi tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner *domain DSS* yang diberikan oleh penulis.

Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden

#### 4.1.2 Bentuk Statistik Deskriptif

Berdasarkan jenis penelitian pada penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mana kuesioner yang disebar merupakan kuesioner yang berisi pertanyaan untuk meminta tanggapan. Maka representasi hasil tanggapan responden pada tabel 4.2 yang berisi bobot nilai dari masing-masing pertanyaan tidak dapat dijumlahkan atau dioperasikan untuk dicari nilainya. Dalam hal ini dari masing masing pertanyaan hanya dapat di representasikan kedalam bentuk persentase Statistik Deskriptif dari masing-masing pertanyaan. Tabel 4.3 berikut ini merupakan representase masing-masing pertanyaan.

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P1	400	50%	26%	5%	19%	1%
P2	400	25%	38%	15%	23%	1%
P3	400	19%	39%	18%	25%	0%
P4	399	16%	24%	31%	29%	1%
P5	398	18%	24%	14%	42%	2%
P6	399	14%	25%	29%	32%	1%

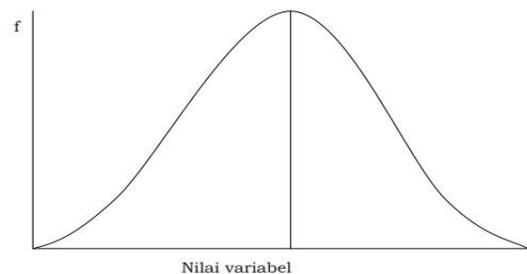
Tabel 4.3 Representase Statistik Deskriptif (Lanjutan)

P7	400	24%	33%	18%	25%	1%
P8	398	19%	28%	22%	28%	3%

Tabel 4.3 Representase Statistik Deskriptif

#### 4.2 Pembahasan Hasil Kuesioner

Setelah mendapatkan hasil representasi berupa persentase Statistik Deskriptif dari masing-masing pertanyaan maka selanjutnya dibuat bentuk grafik yang akan dilakukan pendekatan terhadap grafik normal dibawah ini.



Gambar 4.1 Grafik Normal

Sumber: (Suharyadi and Purwanto, 2009)

Berikut ini merupakan pembentukan grafik yang dilakukan untuk mencari grafik yang terdekat dengan bentuk grafik normal.

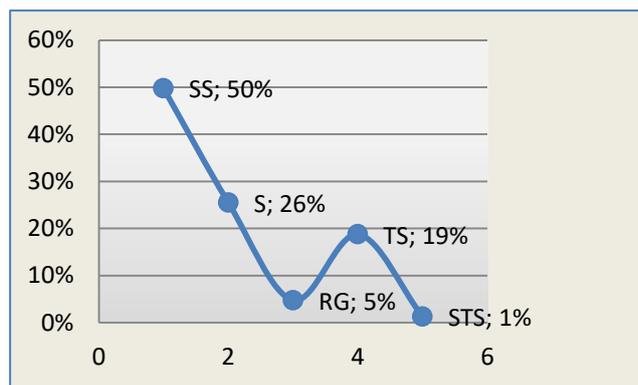
**4.2.1 Pembahasan Pertanyaan Nomor 1**

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 1 yaitu: “Saya melihat fanpage Barbershop’s Tanjung Bintang didalam akun facebook saya”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan mengenai masyarakat yang mengetahui adanya akun Facebook *barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang. Berdasarkan tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 1 sebagai berikut:

**Tabel 4.4** Representase P1

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P1	400	50%	26%	5%	19%	1%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 1 (P1) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4.2** Grafik P1

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada Q1 masih sangat jauh dari grafik normal. Maka dapat dikatakan kegiatan yang terkait dengan pertanyaan Nomor 1 belum memenuhi bentuk normal dari kegiatan *Management Operation* pada *domain DSS Cobit*.

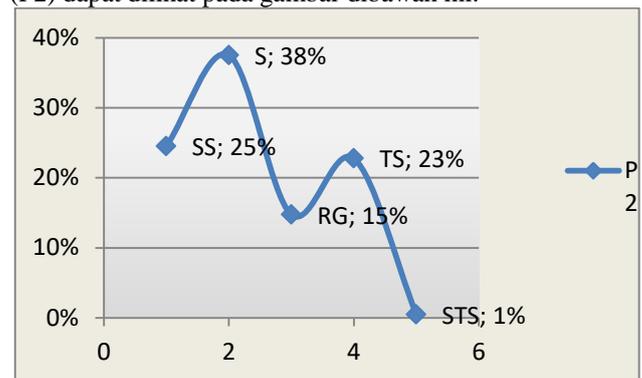
**4.2.2 Pembahasan Pertanyaan Nomor 2**

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 2 yaitu: “Saya mengikuti/menikmati fanpage Babershop’s Tanjung Bintang”. Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 2 sebagai berikut:

**Tabel 4.5** Representase P2

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P2	400	25%	38%	15%	23%	1%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 2 (P2) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4.3** Grafik P2

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P2 masih sangat jauh dari grafik normal. Maka dapat dikatakan kegiatan yang terkait dengan pertanyaan Nomor 2 belum memenuhi bentuk normal dari kegiatan *Management Operation* pada *domain DSS Cobit*.

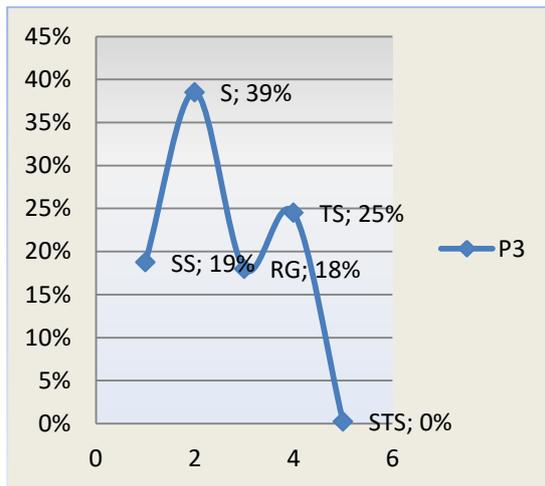
**4.2.3 Pembahasan Pertanyaan Nomor 3**

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 3 yaitu: “Saya pernah membaca postingan yang dibagikan akun Facebook *barbershop’s* Tanjung Bintang”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan mengenai masyarakat yang pernah membaca postingan akun Facebook *barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang. Berdasarkan tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 3 sebagai berikut:

**Tabel 4.6** Representase P3

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P3	400	19%	39%	18%	25%	0%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 3 (P3) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.4 Grafik P3

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P3 masih sangat jauh dari grafik normal. Maka dapat dikatakan kegiatan yang terkait dengan pertanyaan Nomor 3 belum memenuhi bentuk normal dari kegiatan *Management Operation* pada domain *DSS Cobit*.

#### 4.2.4 Pembahasan Pertanyaan Nomor 4

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 4 yaitu: “Saya pernah membagikan tautan informasi dari postingan barbershop’s Tanjung Bintang”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan mengenai masyarakat yang pernah membagikan tautan informasi dari akun Facebook *barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang. Berdasarkan tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 4 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Representasi P4

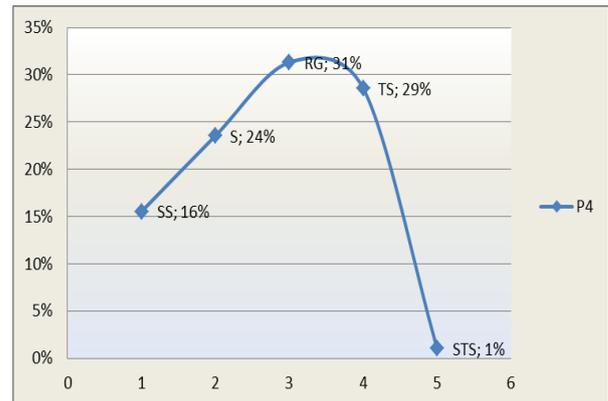
Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P4	399	16%	24%	31%	29%	1%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 4 (P4) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 4.5 Grafik P4

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P4 dapat dikatakan sudah mendekati bentuk normal. Maka dapat dikatakan bahwa kegiatan yang terkait pertanyaan Nomor 4 telah

mendekati normal atau baik dari kegiatan *Management Operation* pada domain *DSS Cobit*.



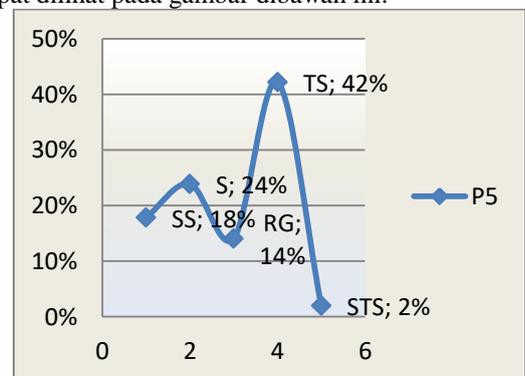
#### 4.2.5 Pembahasan Pertanyaan Nomor 5

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 5 yaitu: “Saya pernah memberikan komentar pada salah satu postingan dari akun Facebook barbershop’s Tanjung Bintang”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan mengenai masyarakat yang pernah meninggalkan respon berupa “Komentar” pada salah satu postingan akun Facebook *barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang. Berdasarkan tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 5 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Representase P5

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P5	398	18%	24%	14%	42%	2%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 5 (P5) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.6 Grafik P5

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P5 masih sangat jauh dari grafik normal. Maka dapat dikatakan kegiatan yang terkait dengan pertanyaan Nomor 5 belum memenuhi

bentuk normal dari kegiatan *Management Operation* pada *domain DSS Cobit*.

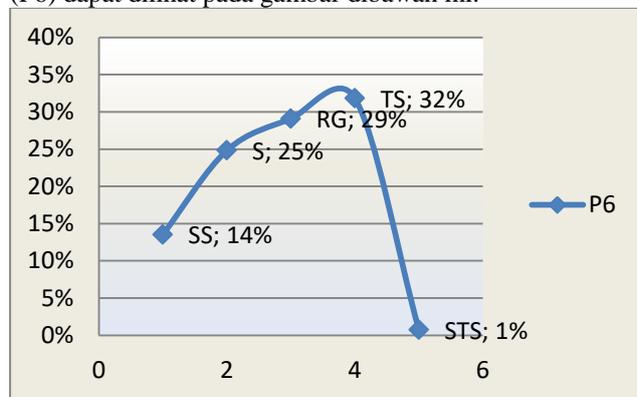
**4.2.6 Pembahasan Pertanyaan Nomor 6**

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 6 yaitu: “*Barbershops* Tanjung Bintang pernah memberikan tanggapan/jawaban pada pertanyaan yang diberikan pada postingan *barbershops* Tanjung Bintang”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan dari masyarakat apakah *barbershops* pernah menjawab pertanyaan yang diajukan. Berdasarkan tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 6 sebagai berikut:

**Tabel 4.9** Representase P6

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P6	399	14%	25%	29%	32%	1%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 6 (P6) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4.7** Grafik P6

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P6 dapat dikatakan sudah mendekati bentuk normal. Maka dapat dikatakan bahwa kegiatan yang terkait pertanyaan Nomor 6 telah mendekati normal atau baik dari kegiatan *Management Operation* pada *domain DSS Cobit*.

**4.2.7 Pembahasan Pertanyaan Nomor 7**

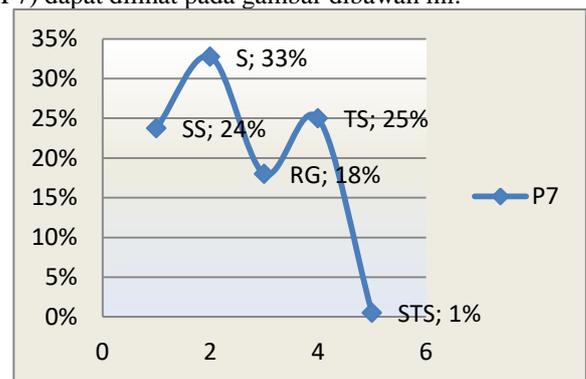
Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 7 yaitu: “Akun facebook *Barbershops* Tanjung Bintang mengundang teman untuk mengunjungi/menikmati fanpage *Barbershops* Tanjung Bintang”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan kepada masyarakat, apakah *barbershops* pernah mengundang untuk mengunjungi/menikmati postingan dari akun Facebook *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang. Berdasarkan

tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 7 sebagai berikut:

**Tabel 4.10** Representase P7

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P7	400	24%	33%	18%	25%	1%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 7 (P7) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 4.8** Grafik P7

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P7 masih sangat jauh dari grafik normal. Maka dapat dikatakan kegiatan yang terkait dengan pertanyaan Nomor 7 belum memenuhi bentuk normal dari kegiatan *Management Operation* pada *domain DSS Cobit*.

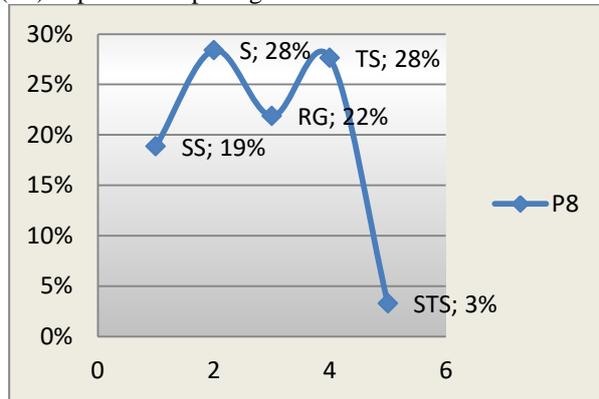
**4.2.8 Pembahasan Pertanyaan Nomor 8**

Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner pada Nomor 8 yaitu: “Akun facebook *Barbershops* Tanjung Bintang Pernah mempromosikan fanpage *Barbershops* Tanjung Bintang”. Tujuannya diajukan pertanyaan ini untuk mendapatkan tanggapan kepada masyarakat, apakah akun Facebook *Barbershops* pernah mempromosikan fanpage Komunitas *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang. Berdasarkan tabel Representase Statistik Deskriptif maka di dapat data pada pertanyaan nomor 8 sebagai berikut:

**Tabel 4.11** Representase P8

Pertanyaan	Total	SS	S	RG	TS	STS
P8	398	19%	28%	22%	28%	3%

Dari nilai persentase masing-masing bobot tersebut maka dibentuk grafik untuk dapat dilakukan pendekatan kepada grafik normal. Grafik dari pertanyaan nomor 8 (P8) dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.9 Grafik P8

Melihat bentuk grafik yang dihasilkan, dan setelah dilakukan pendekatan kepada grafik normal didapat bahwa bentuk grafik pada P8 dapat dikatakan belum mendekati bentuk normal. Maka dapat dikatakan bahwa kegiatan yang terkait pertanyaan Nomor 8 belum dapat dikatakan normal atau baik dari kegiatan *Management Operation* pada domain DSS Cobit.

#### 4.3 Hasil Pembahasan

Dengan terbentuknya ke-8 grafik berdasarkan tanggapan masyarakat terhadap ke-8 pertanyaan pada kuesioner dan dilakukan pendekatan kepada grafik normal maka didapatkan hasil bahwa terdapat kegiatan yang telah mendekati normal kurang dari setengah pertanyaan kuesioner yang diajukan, dengan kata lain lebih banyak kegiatan yang belum mendekati normal. Hal ini menunjukkan perlu adanya peningkatan dari beberapa kegiatan terkait pertanyaan yang diajukan.

##### 4.3.1 Pertanyaan yang Mendekati Grafik Normal

Suatu kegiatan dapat dikatakan baik atau telah mendekati normal apabila bentuk grafik tersebut telah mendekati grafik normal. Berikut ini pertanyaan pada kuesioner yang mendapat tanggapan dan menghasilkan bentuk grafik yang mendekati normal.

- 1) P4 dengan pertanyaan "Saya pernah membagikan tautan informasi dari postingan *barbershops* Tanjung Bintang".
- 2) P6 dengan pertanyaan "*Barbershops* Tanjung Bintang pernah memberikan tanggapan/jawaban pada pertanyaan yang diberikan pada postingan *barbershops* Tanjung Bintang".

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tersebut, dapat dikatakan bahwa Service pada Facebook telah menyediakan layanan untuk komunitas *Barbershops* dalam memberikan Layanan Publik kepada Masyarakat.

##### 4.3.2 Pertanyaan yang Belum Mendekati Grafik Normal

Sebaliknya apabila grafik dari suatu kegiatan belum mendekati atau bahkan jauh dari grafik normal maka kegiatan tersebut belum dapat dikatakan normal atau baik. Berikut ini pertanyaan kuesioner yang mendapatkan tanggapan dan menghasilkan bentuk grafik yang belum mendekati bentuk grafik normal.

- 1) P1 dengan pertanyaan "Saya melihat Fanpage *barbershops* Tanjung Bintang didalam akun facebook saya".
- 2) P2 dengan pertanyaan "Saya mengikuti/menikmati Fanpage *Barbershops* Tanjung Bintang".
- 3) P3 dengan pertanyaan "Saya pernah membaca postingan yang dibagikan akun Facebook *Barbershops* Tanjung Bintang".
- 4) P5 dengan pertanyaan "Saya pernah memberikan komentar pada salah satu postingan dari akun Facebook *Barbershops* Tanjung Bintang".
- 5) P7 dengan pertanyaan "Akun facebook *Barbershops* Tanjung Bintang mengundang teman untuk mengunjungi/menikmati fanpage *Barbershops* Tanjung Bintang".
- 6) P8 dengan pertanyaan "Akun Facebook *Barbershops* Tanjung Bintang Pernah mempromosikan Fanpage *Barbershops* Tanjung Bintang".

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan diatas yang mana bentuk grafiknya belum mendekati normal, dapat dilihat bahwa pertanyaan tersebut meliputi pengetahuan masyarakat terhadap adanya komunitas *Barbershops* didalam media online Facebook. Sebaiknya dilakukan peningkatan terhadap hal-hal dibawah ini guna memperbaiki dan menjaga kelangsungan akun Facebook komunitas *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang sebagai salah satu media Pelayanan Publik. Hal-hal yang harus ditingkatkan adalah sebagai berikut:

- 1) Penyuluhan atau pemberitahuan kepada masyarakat mengenai fungsi dari dibuatnya akun Facebook komunitas *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang.
- 2) Pemberian respon yang tanggap terhadap tanggapan-tanggapan atau pertanyaan-pertanyaan baik berupa komentar ataupun pesan secara langsung yang dikirimkan Masyarakat.

Bentuk grafik belum mendekati normal dapat disebabkan oleh tingkat error yang digunakan pada perhitungan penentuan jumlah responden belum 0%, maka masih terdapat pertanyaan-pertanyaan yang belum mendekati grafik normal. Untuk ke depannya hal ini dapat ditanggulangi dengan mengecilkan tingkat error pada saat perhitungan jumlah responden menggunakan rumus slovin. Hal ini akan menyebabkan peningkatan

jumlah responden secara signifikan, namun semakin mengecilkan tingkat error pada suatu analisis.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB I sampai dengan BAB IV pada penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Penerapan *framework COBIT 5* pada *domain DSS* dapat dilakukan untuk menganalisis *Management Operation* pada komunitas *Barbershops* sebagai salah satu media pemasaran *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang.
- 2) Dari 8 pertanyaan yang terdapat pada kuesioner, pertanyaan yang mendapatkan tanggapan dan menghasilkan bentuk grafik normal tidak mencapai setengah dari jumlah pertanyaan. Dari 8 pertanyaan pada kuesioner *framework COBIT 5*, lebih banyak menghasilkan grafik yang belum mendekati bentuk grafik normal. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

**Tabel 5.1** Hasil Bentuk Pendekatan Grafik Normal

Mendekati Grafik Normal	Belum Mendekati Grafik Normal
P4	P1
P6	P2
	P3
	P5
	P7
	P8

- 3) Grafik normal yang terbentuk menunjukkan bahwa Facebook telah dapat digunakan

sebagai media pemasaran pada komunitas *barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang.

- 4) Grafik-grafik yang belum mendekati normal menunjukkan kurangnya pemberitahuan dari komunitas *Barbershops* kepada Masyarakat mengenai adanya akun Facebook/fanpage komunitas *Barbershops* Kecamatan Tanjung Bintang, serta harus lebih konsisten dalam mengelola fanpage komunitas *Barbershops*.

## Daftar Pustaka

- Andry, J. F. *Et Al.* (2017) 'Audit Tata Kelola Ti Pada Pt . Porto Indonesia Sejahtera Menggunakan Cobit Pada Domain Po', Iii(3), Pp. 192–200.
- Croxton, C. (1960) *Practical Business Statistic*. Newyork: 3rd. Ed.
- Isaca (2012) *Cobit 5 Implementation*. Usa: Isaca.
- Kotler Dan Armstrong. 2008. *Prinsip Perinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Liana. 2010. *Analisa Strategi E-Marketing Dan Implementasinya (Studi Kasus: Perusahaan Retail Garment)*. Internasional Journal Of Embedded System An Applications (Ijesa) Vol.2. No.1
- Rudy. 2010. *Perancangan E-Marketing Bagi Pemasaran Produk Kecantikan*. Online
- Satori And Komariyah (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, R. R., Darwis, D. And Gunawan, S. I. (2018) 'Audit Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Framework Cobit 5 ( Studi Kasus : Balai Besar Perikanan Budidaya Laut Lampung )', *Jurnal Teknoinfo*, 12(1), Pp. 16–22.
- Wihanda. 2010. *Aplikasi Multimedia Sebagai Sarana Informas Pemasaran Pet Shop Ring Road Utara No 7 Yogyakarta*. Online

**BIOGRAFI PENULIS (11 PT)**

	<p>NAMA : Faruk Ulum, S.T., M.T.I. NIK : 021060907 NIDN : 0218058202 Pendidikan S1 : S1 Teknik Mesin (Universitas Lampung) S2 : S2 Teknik Informatika (Universitas Bina Nusantara) Email : faruk.ulum@teknokrat.ac.id</p>
	<p>NAMA : Muhtad Fadly, S.E., M.B.A. NIK : 022130906</p>
	<p>NAMA : Muhammad Jasmin NPM : 15311715 Pendidikan S1 : S1 Sistem Informasi (Universitas Teknokrat Indonesia) Email : hafisalbaq@gmail.com</p>



