

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang kepariwisataan menjadi topik utama di seluruh dunia. Isu-isu pariwisata sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat luas baik di Indonesia ataupun di negara lain. Pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi. Keberadaan sektor pariwisata mulai diperhitungkan karena mampu mendongkrak pemasukan Negara.

Beberapa negara bahkan mengandalkan sektor pariwisata sebagai pendapatan utamanya. Banyak negara termasuk Indonesia sejak beberapa tahun terakhir menggarap pariwisata dengan serius di Indonesia menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan dalam perolehan devisa dan penciptaan lapangan kerja. Devisa dari sektor pariwisata pada tahun 2016 sebesar US\$ 13, 568 miliar berada di posisi ke dua setelah CPO US\$ 15. 965 miliar. Pada tahun 2015, devisa dari sektor pariwisata sebesar US\$ 12.225 miliar atau berada di posisi ke empat di bawah Migas US\$ 18.754 miliar, CPO US\$ 16.427 miliar, dan batu bara US\$ 14.717 miliar. Persaingan pun mulai terjadi dalam industri pariwisata antanegara satu dengan negara yang lainnya. Persaingan tidak hanya terjadi dengan sesama industri domestik, namun juga dengan industri mancanegara.

Indonesia, khususnya Surabaya merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang tidak kalah dengan tempat-tempat lain. Didukung oleh letak wilayah yang strategis, sumber daya alam yang menarik dan sumber daya manusia yang produktif, menjadikan Surabaya berpotensi sebagai daerah tujuan wisata utama di dunia. Banyak wisatawan mancanegara yang mengunjungi Surabaya karena ingin melihat keindahan alam dan kekayaan budaya kota ini. Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata kota Surabaya. Pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi dikembangkan sebagai aset yang bisa menghasilkan bagi daerah.

Dengan keragaman keindahan alamnya, kota Surabaya mulai diperhitungkan dalam industri pariwisata. Dari tahun ke tahun semakin banyak wisatawan mancanegara datang menikmati daya tarik wisata yang terdapat di kota ini.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan di Surabaya
Tahun 2013-2017

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2017	108.509	7.120.671	7.229.180
2016	55.558	6.985.261	7.040.819
2015	71.692	6.780.561	6.852.253
2014	73.205	6.803.997	6.877.202
2013	68.492	5.185.259	5.253.751

Sumber : Badan Pusat Statistika Provinsi Jawa Timur, 2017

Di tahun 2015 untuk wisatawan mancanegara mengalami penurunan, akibat adanya pembatalan sejumlah penerbangan ke Bandara Internasional Juanda setelah adanya musibah kecelakaan pesawat terbang beberapa waktu yang lalu. Namun meski

mengalami penurunan, tingkat hunian kamar di hotel berbintang di Jawa Timur mengalami peningkatan karena ada banyak acara pertemuan yang mengharuskan menggunakan hotel untuk menginap. Fenomena ini juga didukung oleh aksesibilitas darat yang memungkinkan Surabaya sebagai tempat wisata.

Adapun tempat destinasi wisata yang ada di Surabaya, terbagi 3 jenis wisata, antara lain

a. Jenis wisata Sejarah

1. Kawasan Tunjungan
2. Rumah WR. Supratman
3. Gedung Balai Kota Surabaya
4. Jembatan Merah
5. Kantor Pos Besar Surabaya

b. Jenis wisata alam

1. Pantai Kenjeran
2. Hutan Mangrove Wonorejo
3. Hutan Mangrove Gunung Anyar

c. Jenis wisata kuliner

1. Penyetan Mak Yeye
2. Lontong Balap Pak Gendut
3. Semanggi Surabaya
4. Rujak Cingur Surabaya
5. Soto Ayam Lamongan Cak Har

Surabaya mempunyai banyak tempat wisata dari kenangan Soerabaja Tempo Doeloe, banyak membuat wisatawan dari mancanegara maupun wisatawan domestik ingin datang berkunjung. Jadi, perkembangan pariwisata di Kota Surabaya tidak saja ditentukan oleh atraksi alam, buatan, dan budaya serta sarana akomodasi, transportasi, dan infrastruktur yang baik, tetapi juga oleh jasa pelayanan sosial seperti *Tourist Information Center*. Tugasnya *Tourist Information Center* adalah memberikan pelayanan informasi kepada wisatawan.

Untuk memfasilitasi wisatawan mendapatkan informasi mengenai objek wisata, Pemerintah telah mendirikan *Tourist Information Center* di Kota Surabaya. Sebagaimana fungsinya desain *Tourist Information Center* tersebut terdapat beberapa *item* pendukung berisi informasi yang diperlukan oleh wisatawan berupa *pamflet*, *brochure*, buku panduan wisatawan, dan *Bis Sparkling Surabaya*. Fasilitas pelayanan informasi pariwisata ada yang didirikan dan dikelola langsung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, yakni *Tourist Information Center* yang terletak di Jl.Gubernur Suryo 15 Surabaya. Ada juga TIC yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur. Selain itu, juga ada dijumpai di beberapa tempat peran swasta travel agent yang memposisikan dirinya sekaligus sebagai TIC. TIC ini ada yang bersifat komersial dan ada yang tidak bersifat komersial. Penelitian ini fokus pada kualitas pelayanan TIC yang dikelola oleh Pemerintah Kota yang bersifat non komersial. Dalam pelayanan yang diberikan oleh *Tourist Information Center* di Kota Surabaya diduga kurang efektif dalam melayani wisatawan, sehingga para wisatawan asing maupun wisatawan domestik merasa tidak puas dengan pelayanan

yang diberikan. Hal ini ditunjukkan dengan beberapa keluhan pelanggan terkait pelayanan yang kurang memuaskan dari tahun ke tahun dari 5 tahun terakhir tingkat pelayanan meningkat rata-rata 3% per tahun (Surabaya Post, 2018).

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke TIC Kota Surabaya
Tahun 2013-2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2016	335	251.964	252.299
2015	1.611	263.264	264.875
2014	2.742	277.499	280.241
2013	2.666	290.879	293.545

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, tahun 2017

Adapun perkembangan jumlah wisatawan yang menggunakan pelayanan *Tourist Information Center* di kota Surabaya ditunjukkan pada tabel 1.2. Pada tahun 2016 tingkat kunjungan ke *Tourist Information Center* mengalami penurunan. Kontra produktif dengan penurunan jumlah kunjungan ke *Tourist Information Center* dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya di duga bisa jadi akibat perkembangan teknologi yang cerdas, cermat dan cepat dan kemudahan wisatawan dalam mengakses informasi di berbagai media yang ada pada saat ini, bisa jadi karena pengaruh mudahnya didapatkan informasi tersebut di berbagai media dan bukan satu-satunya TIC yang menjadi sumber informasi di era *disruption*. Namun demikian, TIC tetap dibutuhkan dan harus mengalami perubahan dalam kualitas pelayanannya.

Surabaya selain dikenal sebagai kota Pahlawan, juga dikenal dengan wisata sejarah, wisata belanja, dan wisata kuliner. Saat ini, Surabaya memiliki 10 destinasi

wisata terpopuler di Indonesia (sumber Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya 2017). Surabaya memiliki banyak destinasi wisata dan telah tersedia juga sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata untuk wisatawan, misalnya akomodasi, toko souvenir, rumah makan atau restoran, transportasi, biro perjalanan wisata, daya tarik wisata, organisasi kepariwisataan, dan sarana penunjang yang mampu menjadi magnet wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara untuk datang berkunjung ke Kota Surabaya. Banyaknya aset ini perlu ditinjau oleh ketersediaan dan pelayanan informasi pariwisata di Kota Surabaya yang merupakan suatu tuntutan untuk menginformasikan kepada pasar wisatawan. Ketersediaan informasi pariwisata TIC berperan sebagai alat promosi dan alat pemasaran pariwisata di sebuah destinasi wisata. TIC bermanfaat juga untuk membantu mengarahkan wisatawan. TIC dapat mencitrakan suatu daerah tujuan wisata menjadi lebih baik. TIC swasta sekaligus juga sebagaimana fungsi travel agar dapat menjual paket tour. TIC juga berperan memberikan informasi data untuk perencanaan pembangunan dan investasi pariwisata.

Namun demikian, salah satu permasalahan di Pemerintah Kota ialah kurangnya Sumber Daya Manusia yang berkompeten dalam bidang informasi, maka dari itu banyak wisatawan yang merasa masih kurang mendapatkan informasi dari petugas *Tourist Information Center* tersebut. Dari informasi yang mereka dapat, petugas *Tourist Information Center* memberikan informasi lebih dari media lain, seperti media sosial yang meliputi aplikasi *instagram*, *twitter*, *facebook*. Apapun itu, TIC tetap dibutuhkan dan harus mengalami perubahan dalam kualitas pelayanannya.

Wisatawan ingin Pemerintah Kota Surabaya, lebih memperhatikan Sumber Daya Manusia yg berkompoten di *Tourist Information Center*. Permasalahan yang kedua di *Tourist Information Center* Kota Surabaya, masih kurangnya fasilitas yang ada, seperti terbatasnya buku panduan wisata dan peta destinasi. Masih terbatasnya bus wisata, sehingga banyak wisatawan yang harus datang mendaftar dahulu sebelum naik bus wisata. Permasalahan ketiga, kurangnya penerapan digital tourism di TIC yang ditempatkan di tempat-tempat umum yang dikendalikan dari kantor pusat TIC. Hal ini sebagaimana dari Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan bahwa secara sederhana kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkatan layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan Artinya kualitas pelayanan adalah kebutuhan dan keinginan tamu atau pengunjung yang ditentukan oleh penyedia jasa. Antara *persive* (P) dan *expected* (E) harus $P \geq E$ untuk mengukurnya digunakan indikator Zeithanl, dkk. (1991) yaitu kehandalan, daya tanggap, fasilitas, empati dan jaminan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelayanan TIC semakin tinggi pula minat mencari informasi ke TIC dan semakin tinggi tingkat kunjungan wisatawannya.

Padahal bila *Smart Tourist Information Center* ini dikelola secara efisien dan efektif bisa memberikan pelayanan yang menguntungkan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan datang berkunjung ke *Tourist Information Center* Kota Surabaya. Memberikan pelayanan yang berkualitas, dibutuhkan pemahaman yang mendalam akan pelanggan dengan cara mencari tahu kebutuhan dari wisatawan, mendengarkan umpan balik mereka dan berdedikasi kepada *Continuous Improvement*. Selain itu

perlu mengembangkan mental staff *Tourist Information Center* yang penuh dengan motivasi untuk memberikan kualitas pelayanan prima kepada wisatawan baik dengan berinteraksi langsung maupun melalui digital tanpa langsung berinteraksi dengan tamu.

Dengan adanya permasalahan ini seharusnya ada upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan di *Tourist Information Center* Kota Surabaya, guna memberikan kepuasan terhadap wisatawan. Berkenan dengan hal di atas, penulis bertujuan mengkaji permasalahan *Kualitas Pelayanan Tourist Information Center (TIC) di Kota Surabaya*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah *Bagaimana Kualitas Pelayanan Tourist Information Center Di Kota Surabaya ?*

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk Menganalisis Kualitas Pelayanan *Tourist Information Center* di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Menambah jumlah karya ilmiah yang bisa digunakan sebagai acuan literatur sumber sejenis oleh para peneliti untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan untuk membuat kebijakan ataupun bisa diaplikasikan dalam praktek sehari-hari baik oleh pemerintah maupun pelaku TIC swasta.