

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Tourist Information Center* di Surabaya belum memberikan pelayanan yang baik dan belum optimal memberikan kepuasan kepada wisatawan mengenai pelayanan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja staff TIC belum melakukan standar mutu pelayanan yang memuaskan ataupun pelayanan prima.
2. Permasalahan keterbatasan informasi bahasa, dilakukan dengan cara menyediakan buku-buku referensi mengenai pariwisata Indonesia dan menyediakan brosur-brosur yang menggunakan bahasa asing untuk mempermudah wisatawan mancanegara dalam mengenal wisata Kota Surabaya, serta menyediakan *Smart Tourism* di kantor TIC yang bertujuan menciptakan wisata yang inovatif melalui infrastruktur teknologi dan menjamin keberlanjutan pengembangan kawasan wisata yang ada di Kota Surabaya. Namun demikian, ada hal yang lebih penting dari hanya sekedar infrastruktur, fasilitas dan diklat kompetensi, yaitu faktor motivasi yang mempengaruhi *reliability, responsivness, dan assurance*.
3. *Tourist Information Center* melalui kelima dimensi tersebut berperan dalam mempromosikan dari menjual semua obyek-obyek wisata di Indonesia pada umumnya dari Kota Surabaya pada khususnya. Selain itu, TIC di pelayanan

prima berperan sebagai pusat atau sumber informasi bagi wisatawan Kota Surabaya untuk mendorong tingkat kunjungan wisatawan ke Surabaya di era milenial menuju *Smart Tourism*

B. Saran

Adapun saran – saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Mengingat pentingnya Tourist Information Center di Surabaya, maka staff perlu mencari solusi-solusi permasalahan di lapangan dan melakukan inovasi agar efisien dan efektif dalam menjalankan SOP (Standar Operating Procedure).
2. Untuk menuju pelayanan prima TIC Surabaya perlu membangun motivasi terhadap etos kerja karyawannya, meningkatkan kemampuan dalam menguasai berbagai bahasa asing, melengkapi perlatan infrastruktur, diklat keterampilan, dan mengembangkan inovasi kearah *Smart Tourism*.
3. TIC berperan utama sebagai alat promosi dan basis untuk pengembangan produk pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2009. Wisata Kuliner Sebagai Penyelamat PKL di Kota Surabaya. Makalah Universitas Widya Kartika Surabaya: Surabaya Tourism Promotion Board
- Dimensi Dan Cara Mengukurnya*. Ciputrauceo.net/blog/2016/2/08/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya. (Diakses pada 5 Oktober 2017).
- Edwin. 2016. *Analisa Faktor Type Hedonic Shopping Motivaion dan Faktor Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper di Surabaya*. Makalah Universitas Kristen Petra: Program studi Ekonomi. www.surabaya.go.id
- Hakim Abdul. 2006. *Analisa Pengaruh Motivasi, Komitmen Organisasi, dan Iklim Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai*, *JRBI (2) : 2*, 165-180.
- Hardiansyah, 2011 *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta : Gava Media.
- Industri Pariwisata Indonesia* www.Indonesia-investments.com (Diakses pada 18 Agustus 2017).
- Jasfar, 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Juran, J. M. (1992). *Juran Quality By Design*, New York : Free Press.
- Kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Timur turun akibat pembatalan penerbangan*. www.beritasatu.com/industri-perdagangan/319283-kunjungan-wisman-ke-jatim-turun-akibat-pembatalan-penerbangan.html (Diakses pada 26 Agustus 2017)
- Marpaung, Happy 2002. *Pengetahuan Kepariwisata Bandung* : Alfabeta.
- Maslow, Frederick Herzberg, dan David Mc Clelland (2005). *Job Satisfaction Theory*.
- Mill, Robert Christie. Alih bahasa oleh Tri Budi Satrio. (2000). *Tourism The International Business*. Jakarta ; Penerbit Raja Grafindo.
- Moenir, 2002. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Pentingnya penerapan smart tourism dalam industri pariwisata di Indonesia* <https://blog.gamatechno.com/pariwisata-indonesia/>
- Peran Smart Tourism dalam Industri Pariwisata* <https://indonesiafuturecity.com/news-article/peran-smart-tourism-dalam-industri-pariwisata>

- Peraturan Walikota Surabaya Nomor 65 tahun 2016. 2016. *Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya*. Surabaya: Perwali
- Smart Tourism. <https://www.slideshare.net/msyani/smart-tourism-54213427>
- Sunyoto, D. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta.
- Tjiptono, 2002, *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Winardi (2004) *Motivasi dan Pemoivation dalam Manajemen* PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yoeti. A. Oka. 1999. *Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi Bandung* : Penerbit Angkasa.
- Zeithaml, V.a., Bitner, M.J., Gremler, DD (2009). *Service Marketing (5th ed)*. Singapore : The Mc Graw-Hill Companies, Inc.