

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di Indonesia mengalami banyak peningkatan dimana terdapat adanya peran serta masyarakat Indonesia sendiri dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Dalam hal ini, pemerintah juga terlibat dalam mempromosikan pariwisata Indonesia dengan mendukung dan mendidik masyarakat tentang tempat-tempat wisata secara berkelanjutan dan pemerintah juga memainkan peran penting dalam pemasaran pariwisata di Indonesia (www.nationalgeographic.grid.id 2018). Industri perjalanan adalah cara bagi pemerintah untuk meningkatkan ekonomi regional Indonesia. Berbagai tujuan wisata di Indonesia masih dikunjungi oleh wisatawan domestik dan mancanegara. Kota Surabaya adalah salah satunya. Salah satu kota terbesar dan tertua di Indonesia ialah kota Surabaya yang didirikan pada tahun 1293. Jika masyarakat ingin bepergian atau hanya ingin berjalan-jalan, kota Surabaya adalah salah satu pilihan yang tepat karena kota ini juga merupakan kota metropolitan yang nyaman dan sejuk. Kota Surabaya juga telah berkembang menjadi kota pariwisata kedua setelah kota Malang yang dituju oleh wisatawan.

Kota Surabaya memiliki merek sebagai kota wisata yang disebut *Sparkling Surabaya* yang namanya berasal dari berbagai potensi wisata yang ada di kota Surabaya dan terlihat dari segi geografis serta karakter dari tujuan wisata yang ada. Kota Surabaya sebagai kota terbaik versi Yokatta Wonderful Indonesia Tourism Awards 2018 di bidang pariwisata dinilai memiliki komitmen, kinerja, inovasi, kreativitas dan kepemimpinan dalam membangun pariwisata daerah (www.travel.kompas.com 2018).

Setelah mendapatkan predikat sebagai kota terbaik se-Indonesia bidang pariwisata tahun 2018 dari Kementerian Pariwisata, Walikota Surabaya terus berupaya menata sekaligus mempercantik tata kotanya (www.liputan6.com 2018).

Pariwisata di kota Surabaya semakin lengkap dengan kehadiran bus wisata Surabaya Shopping & Culinary Track Bus atau biasa disingkat dengan Bus SSCT. Armada bus wisata ini siap membawa para wisatawan melakukan perjalanan yang menyenangkan dan menikmati berbagai macam objek wisata di kota Surabaya. Wisatawan akan diajak berkeliling kota Surabaya menikmati berbagai atraksi wisata yang ada di kota Surabaya serta tur bus SSCT akan dipandu oleh *tour guide* yang berpengalaman (www.sparkling.surabaya.go.id).

TABEL 1
DATA PENUMPANG
SURABAYA SHOPPING & CULINARY TRACK BUS

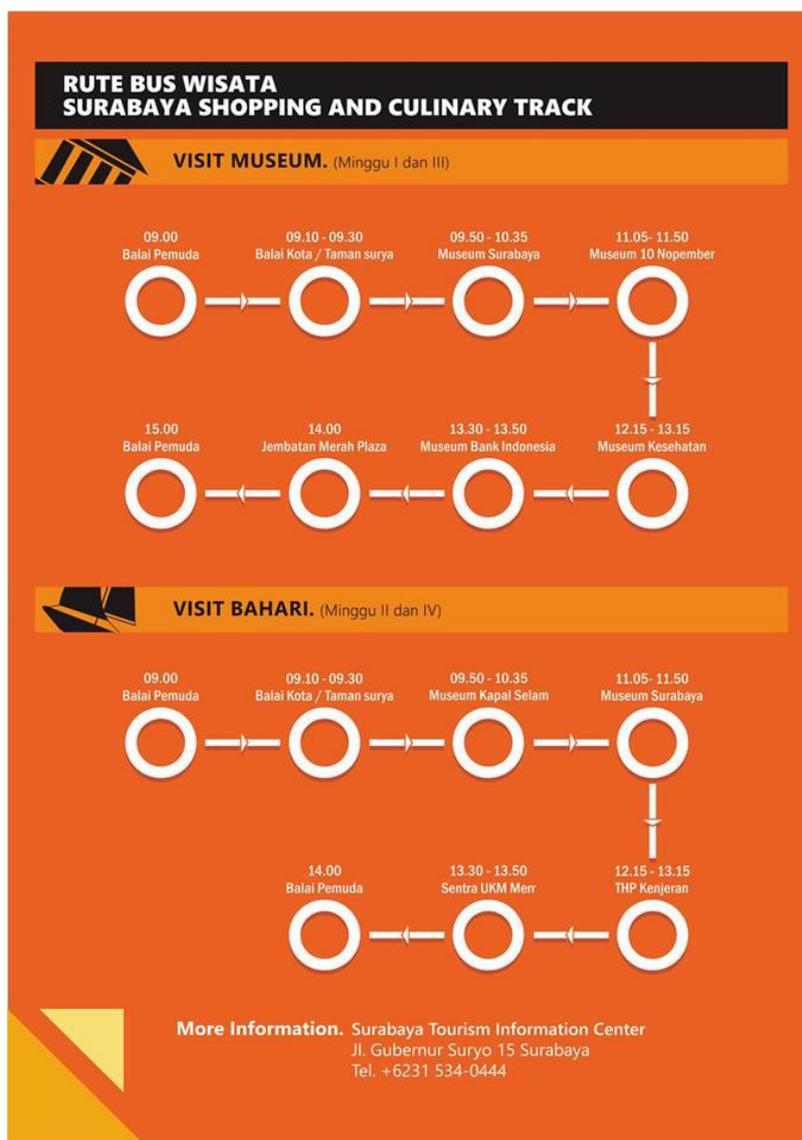
TAHUN	WISATAWAN DOMESTIK	WISATAWAN MANCANEGERA	NON REGULER	TOTAL
2016	3.140	26	1.032	4.198
2017	2.678	55	1.032	3.765
2018	4.579	25	1.500	6.104

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, 2019

Dapat dilihat pada tabel di atas merupakan data penumpang Surabaya Shopping & Culinary Track Bus tahun 2016 sampai dengan 2018. Jumlah wisatawan domestik sempat mengalami penurunan sebanyak 462 wisatawan tahun 2017 serta mengalami peningkatan kembali sebanyak 1.901 tahun 2018 dikarenakan Surabaya Shopping & Culinary Track Bus mulai mendapatkan perhatian masyarakat lokal. Begitu pula dengan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan sebanyak 29 wisatawan pada tahun 2017 dan kembali mengalami penurunan sebanyak 30 wisatawan pada tahun

2018. Dan pada wisatawan non reguler mengalami peningkatan jumlah wisatawan sebanyak 468 wisatawan pada tahun 2018.

GAMBAR 1 RUTE BUS WISATA SSCT



Sumber : Official Surabaya Tourism Information (Facebook)

Dengan jadwal dan rute perjalanan wisata yang telah disesuaikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya ini, Surabaya Shopping & Culinary Track Bus ini dijadwalkan melaksanakan tur sebanyak 3 kali dalam satu minggu yakni pada hari Selasa, Sabtu dan Minggu. Dalam satu bulan, rute Surabaya Shopping & Culinary Track Bus tebagi menjadi 2 yakni rute di

minggu ganjil merupakan Visit Museum serta minggu genap merupakan Visit Bahari. Rute perjalanannya dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Visit Museum (Minggu ke I dan III)

Berangkat dari Balai Pemuda > Balai Kota > Museum Surabaya > Museum 10 November* > Museum Kesehatan* > Museum Bank Indonesia > Jembatan Merah Plaza > kembali ke Balai Pemuda

2. Visit Bahari (Minggu ke II dan ke IV)

Berangkat dari Balai Pemuda > Balai Kota > Monumen Kapal Selam* > Pantai Kenjeran* > Sentra UKM Merr > kembali ke Balai Pemuda

Dengan catatan rute yang diberi tanda bintang (*) yakni wisatawan harus membayar tiket sendiri atau personal untuk memasuki atraksi wisata tersebut.

Menurut Brahmanto selaku peserta tur yang telah merasakan menaiki dan berkeliling dengan menggunakan Surabaya Shopping & Culinary Track Bus terdapat beberapa catatan seperti durasi waktu yang terlalu mepet dan terdapat beberapa spot atau atraksi wisata yang telah dikunjungi sebelumnya yang mengakibatkan wisatawan tidak dapat menikmati secara keseluruhan atraksi wisata yang di kunjungi (<http://brahmanto.warungfiksi.net/blusukan-surabaya-bersama-bus-shopping-and-culinary-track/>).

Dalam mengikuti kegiatan tur yang berlangsung dengan menggunakan bus SSCT, peserta tur dipandu oleh *tour guide* yakni Cak dan Ning yang telah ditunjuk oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya untuk menemani dan memberikan penjelasan tentang atraksi-

atraksi wisata yang dilalui, dimulai dari sebelum tur hingga berakhirnya tur yang dilaksanakan.

World Federation of Tour Guide Association (2003) menyatakan *“Tourist guide is a person who guide visitors in the language of their choice and interprets the cultural and natural heritage of an area which person normally possesses an area-specific qualification usually issued and/or recognized by the appropriate authority”*. Dapat diartikan menjadi pemandu wisata adalah orang yang memandu wisatawan dalam bahasa yang mereka pilih dan menginterpretasikan pariwisata dari barang-barang umum dan alami dari suatu daerah yang memiliki kualifikasi spesifik pada wilayah tertentu dan/atau diakui oleh pihak yang berwenang.

Untuk meningkatkan atau memberi kepuasan kepada pelanggan dibutuhkan evaluasi panduan pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan atau karakteristik pelayanan terkait dengan realisasi harapan dan kebutuhan pelanggan, dimana kualitas pelayanan dapat menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam hal ini kualitas terutama terkait dengan pelayanan yang baik, sebagai contoh ialah cara karyawan dalam hal melayani pelanggan atau kepuasan masyarakat (Goetsch dan Davis dalam Hardiansyah, 2011).

Menurut Crosby yang dikutip melalui Zulian Yamit (2010) menyatakan kualitas merupakan kasempurnaan dan kesesuaian dengan suatu persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peran penting dalam memasarkan suatu produk, terutama untuk banyak insdustri karena kualitas merupakan pembeda yang paling efektif bagi berbagai produk atau jasa.

Heung (2008) menyatakan bahwa kualitas pelayanan pada pemandu wisata dapat dievaluasi melalui tiga konstruksi utama, yaitu (1) penyedia layanan utama yang mengacu pada sifat dari layanan pemandu wisata yang harus diberikan oleh pemandu wisata secara konsisten, (2) orientasi pelanggan yang mencerminkan sejauh mana pemandu wisata menempatkan kebutuhan dan minat wisatawan di atas kepentingannya sendiri dalam menjamin kepuasan pelanggan kepada wisatawan, dan yang terakhir yaitu (3) efektivitas komunikasi yang melibatkan pertukaran informasi dari pemandu wisata kepada pelanggan dan merupakan fungsi penting bagi pemanduan.

Cak dan Ning merupakan sepasang sosok muda - mudi Surabaya yang berkualitas yang dipilih untuk mewakili kota Surabaya dalam pelestarian budaya daerahnya dan mampu mengemban tugas sebagai duta wisata Surabaya. Cak dan Ning yang merupakan duta wisata di kota Surabaya juga memiliki tugas utama sebagai protokoler dalam mendampingi Walikota Surabaya baik acara resmi maupun tidak resmi serta memiliki peranan lain yakni sebagai *tour guide* di Surabaya Shopping & Culinary Track Bus. Maka dari itu, Cak dan Ning yang ditunjuk sebagai *tour guide* untuk Surabaya Shopping & Culinary Track Bus juga perlu dinilai tingkat kualitas pelayanannya, layaknya *tour guide* pada umumnya.

Mengacu pada penelitian sebelumnya yang mengangkat tema serupa dengan judul “Pelayanan Publik Bus Surabaya Shopping & Culinary Track (SSCT)” peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan bus Surabaya Shopping & Culinary Track (SSCT) di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota

Surabaya melalui indikator Kepmenpan Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 berhubungan dengan prosedur pelayanan, bus SSCT memiliki prosedur standar operasional yang mengatur tentang pengoperasian bus Surabaya Shopping & Culinary Track (SSCT) tetapi masih ada ketentuan yang belum dijelaskan secara rinci mengenai tata cara pembelian tiket bus. Tiket bus dapat dibeli secara langsung dengan sistem *booking*, sehingga menyebabkan terjadinya perbedaan pendapat dari pihak dinas dan petugas *Tourism Information Center* (TIC) yang melayani pembelian tiket terkait sistem *booking*. Meski begitu prosedur yang berlaku untuk pembelian tiket saat ini sudah dipahami oleh wisatawan yang ingin membeli tiket dan dianggap cukup mudah.

Sementara Surabaya Shopping & Culinary Track (SSCT) Bus yang pada akhir tahun 2013 pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya mulai mengoperasikan bus klasik dimana bus tersebut beroperasi sebagai alat transportasi untuk berkeliling kota Surabaya sebagai bentuk pelayanan yang baru bagi masyarakat kota Surabaya sehingga lebih mudah menjangkau atraksi wisata yang ada di dalam kota.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah “**Kualitas Pelayanan Cak dan Ning sebagai *Tour Guide* di Surabaya Shopping & Culinary Track Bus**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana kualitas pelayanan Cak dan Ning sebagai *tour guide* di Surabaya Shopping and Culinary Track Bus?”

Adapun identifikasi masalah berdasarkan rumusan masalah terdiri dari beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagaimana dimensi penyedia layanan utama dalam pelayanan yang diberikan oleh *tour guide* pada saat membawakan tur?
2. Bagaimana dimensi orientasi pelanggan dalam pelayanan yang diberikan oleh *tour guide* kepada wisatawan pada saat membawakan tur?
3. Bagaimana dimensi efektivitas komunikasi dalam pelayanan yang diberikan oleh *tour guide* kepada wisatawan pada saat membawakan tur?

C. **Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Formal

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

2. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan Cak dan Ning sebagai *tour guide* di Surabaya Shopping & Culinary Track Bus.

D. **Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perjalanan wisata *city tour on bus*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan yang bermanfaat serta sebagai bahan evaluasi tentang kualitas pelayanan *tour guide* di Surabaya Shopping & Culinary Track Bus khususnya Cak dan Ning Kota Surabaya yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya.