

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengumpulan data, pengolahan data, analisis dan interpretasi data maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi 22 atribut pelayanan jasa wisata Yukbanyuwangi berdasarkan kelima dimensi SERVQUAL. Atribut tersebut adalah *tour leader* berpenampilan menarik dan sopan, kenyamanan dan kebersihan fasilitas transportasi, kenyamanan dan kebersihan hotel, kebersihan ruang bilas, peralatan *snorkeling* bagus dan terawat, peralatan dokumentasi yang modern, menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan, dapat diandalkan dalam menangani masalah, kesesuaian *itinerary*, memberi informasi yang tepat dan perlu, ketepatan waktu, pelayanan administrasi yang cepat, profesional dalam memberikan pelayanan, menerima komplain dengan baik, memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan, makanan yang disediakan baik dan enak, *tour leader* berwawasan luas, pelayanan yang jujur sepanjang *tour*, memahami kebutuhan wisatawan, sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan wisatawan, memberikan perhatian individual kepada wisatawan, dan mengenal wisatawan secara individu dengan baik.
2. Berdasarkan hasil perhitungan nilai tingkat kepuasan (persepsi) dan nilai tingkat harapan wisatawan didapatkan nilai *gap* bernilai negatif sebanyak 12 atribut pelayanan. Nilai *gap* negatif tertinggi adalah atribut kesesuaian *itinerary* sebesar -1,471.
3. Keseluruhan *gap* yang bernilai negatif dijadikan sebagai *customer needs* (*whats*) untuk dilakukan perbaikan. *Customer needs* (*whats*) pada penelitian ini adalah kesesuaian *itinerary*, kebersihan ruang bilas, memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan, kenyamanan dan kebersihan hotel, memahami kebutuhan wisatawan, makanan yang disediakan baik dan enak, pelayanan administrasi yang cepat, *tour leader* berwawasan luas, peralatan *snorkeling* bagus dan terawat, kenyamanan dan kebersihan fasilitas transportasi, peralatan dokumentasi yang modern, dan ketepatan waktu.

4. Berdasarkan perhitungan matriks perencanaan dapat diketahui nilai *normalized raw weight* tertinggi, dimana nilai tersebut menunjukkan besarnya perbaikan pelayanan yang harus dilakukan penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi yaitu pada atribut kesesuaian *itinerary* sebesar 0,116.
5. Berdasarkan *customer needs (whats)* yang sudah diketahui maka penyedia jasa wisata Yukbanyuwangi memberikan 13 respon teknis terhadap kebutuhan wisatawan seperti menyusun *itinerary* dengan baik, menambahkan petugas kebersihan ruang bilas, memberikan jaminan asuransi kepada wisatawan, merekomendasikan hotel yang baik dan bersih, memahami kebutuhan wisatawan dengan baik, menambahkan menu makan khas banyuwangi, meningkatkan kecepatan dalam proses pelayanan administrasi, meningkatkan wawasan *tour leader*, mengganti alat *snorkeling* yang rusak dengan yang baru, menyediakan alat transportasi yang aman dan bersih, menambahkan kamera *drone*, meningkatkan ketepatan waktu, memberikan *welcome drink*.
6. Berdasarkan perhitungan matriks *whats* dan *hows* maka didapatkan nilai *normalized contribution* tertinggi yaitu pada respon teknis memahami kebutuhan-kebutuhan kecil wisatawan dengan baik seperti memberikan peralatan mandi, membawakan barang bawaan ke hotel, memberikan snack dan minuman yaitu sebesar 0,170, dimana respon teknis tersebut menjadi prioritas paling utama untuk dilakukan perbaikan.

6.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

6.2.1 Saran Untuk Perusahaan

1. Perusahaan melakukan perbaikan pelayanan berdasarkan kebutuhan teknis yang didapatkan pada penelitian ini.
2. Perbaikan kinerja pelayanan harus dilakukan secara berkala agar kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang diberikan dapat optimal.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan *benchmarking* sebagai perbandingan kualitas pelayanan pada jasa wisata yang lain.

2. Disarankan untuk menganalisis lebih dalam tentang jawaban responden yang menyimpang jauh berada dibawah maupun diatas rata-rata jawaban. Contohnya adalah pada nilai kepuasan atribut “kesesuaian *itinerary*” dengan jumlah 2,914 dan pada nilai harapan atribut “makanan yang disediakan baik dan enak” dengan jumlah 4,571.
3. Objek penelitian tidak hanya wisatawan domestik saja tetapi juga wisatawan mancanegara.
4. Dapat melanjutkan *House of Quality* (HOQ) pada fase selanjutnya.