

**PENERAPAN DIMENSI KUALITAS LAYANAN PADA BIDANG SEKRETARIAT
DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA**

LAPORAN MAGANG



المعهد الإسلامي
الاستدرا الأندونيسي

Teddy Firmansyah

18211010

Program Studi Manajemen

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2021

**PENERAPAN DIMENSI KUALITAS LAYANAN PADA BIDANG SEKRETARIAT
DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA**

Laporan Magang

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Teddy Firmansyah

18211010

Program Studi Manajemen

Program Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2021

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN MAGANG**

**PENERAPAN DIMENSI KUALITAS LAYANAN PADA BIDANG SEKRETARIAT
DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA**



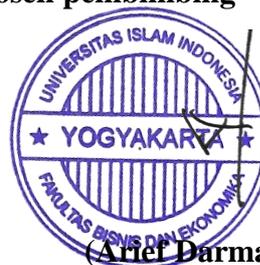
Disusun Oleh:

Nama : Teddy Firmansyah
No. Mahasiswa : 18211010
Program Studi : Manajemen

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal: 6 September 2021

Dosen pembimbing



(Arief Darmawan, SE., MM.)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukum/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 6 September 2021

Penulis



Teddy Firmansyah

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayahnya kepada kita semua sehingga penulis dapat menjalankan kehidupan ini sesuai dengan ridhonya. Syukur Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas magang ini sesuai dengan rencana. Tugas akhir ini diberi judul “Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Pada Bidang Sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta” dengan tujuan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Terselesaikannya dalam laporan magang ini tentunya tidak lepas bantuan dari banyak pihak, sehingga dalam kesempatan kali ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan sehingga dapat terselesaikannya laporan magang ini. Terutama penulis memberikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan nikmat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik tanpa melalai kan perintah-Nya.
2. Kepada Bapak Sabarudin dan Alm Ibu Markhamah selaku orang tua dari penulis serta sanak keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat.
3. Ibu Dra. Sri Mulyati, M.Si. selaku ketua program studi manajemen perusahaan yang selalu meluangkan waktunya dan membantu dalam kegiatan akademik.
4. Ibu RR Siti Muslikhah, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu mendukung disetiap kegiatan akademik penulis selama kuliah.

5. Bapak Arief Darmawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membantu selama kegiatan magang serta memberikan arahan kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.
 6. Bapak dan Ibu Dosen Diploma III Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Program Studi Manajemen Perusahaan yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
 7. Wahyu Hendratmoko, S.E., M.M. selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan Nur Ichsanto Anwar, S.H. selaku mentor atau pembimbing magang khususnya Bidang Sekretariat yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, dukungan serta menerima penulis dengan baik seperti keluarga, memberikan banyak ilmu, banyak bantuan serta bimbingan kepada penulis selama kegiatan magang.
 8. Kepada teman-teman perkuliahan khususnya prodi manajemen kelas A Angkatan 2018 yang sudah menjadi bagian cerita selama penulis berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
 9. Kepada sahabat-sahabat karib penulis Icha, Diro, Yogi, Didik dan Avin yang telah banyak dukungan support untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan dorongan penuh semangat.
 10. Kepada teman-teman penulis di tempat magang Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yang telah menambah relasi dan mendukung penulis selama magang.
- Dengan pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Akhir kata, penulis ucapkan syukur *Alhamdulillah* dan terima kasih sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang Maha Kuasa. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini banyak memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Semoga Allah SWT meridhoi penyusunan laporan magang ini, sehingga dapat membawa manfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 6 September 2021

Penulis



Teddy Firmansyah



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN MAGANG	iii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Dasar Pemikiran	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Target Magang.....	3
1.4 Bidang Magang	3
1.5 Lokasi Magang	4
1.6 Jadwal Magang.....	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Manajemen Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Pelayanan	8
2.2.1 Pengertian Pelayanan.....	8
2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	10

2.3 Jasa.....	12
2.3.1 Pengertian Jasa.....	12
2.3.2 Karakteristik Jasa	13
BAB III ANALISIS DESKRIPTIF.....	16
3.1 Data Umum	16
3.1.1 Sejarah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	16
3.1.2 Sejarah Bangunan.....	17
3.1.3 Kontak	17
3.1.4 Visi dan Misi.....	18
3.1.5 Struktur Organisasi.....	19
3.1.6 Tugas dan Wewenang.....	20
3.2 Data Khusus	23
3.2.1 Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Pada Bidang Sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	23
3.2.2 Kendala Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Pada Bidang Sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.....	26
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	29
4.1 Kesimpulan.....	29
4.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta	22
Gambar 2 Ruang Kerja	24
Gambar 3 Meja Informasi	25



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan Magang	5
Tabel 2 Sejarah Bangunan.....	17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Foto Dokumentasi	34
Lampiran 2 Sertifikat Magang	35
Lampiran 3 : Foto Bersama Team	36



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran

Bisnis pada era digital di masa kini dirasa semakin maju dan berkembang pesat karena didukung oleh teknologi yang selalu baru. Dengan teknologi yang semakin canggih dan selalu baru memberikan dampak baik terutama di dunia bisnis. Dampak baik yang diberikan salah satunya adalah bisnis semakin mudah dikendalikan serta efektif dan efisien dalam produksinya.

Dalam dunia bisnis terdapat berbagai jenis bidang. Salah satu bidang yang terdapat di dunia bisnis bidang pariwisata. Menurut A.J Burkat dalam Damanik (2006) mengemukakan, bahwa Pariwisata merupakan sekumpulan orang untuk melakukan suatu perpindahan aktivitas sementara dalam jangka waktu yang pendek ke tujuan tertentu di luar tempat tersebut dimana mereka akan terbiasa hidup dan melakukan kegiatan dan juga aktivitas-aktivitas selama tinggal di suatu tempat tersebut. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 dengan Pasal 1 berkaitan dengan bidang Pariwisata adalah beraneka macam kegiatan atau aktivitas wisata yang didukung oleh banyak pihak dengan berbagai macam fasilitas publik serta pelayanan yang telah disediakan oleh kelompok masyarakat, wiraswasta, pemerintah, dan pemerintah desa.

Bisnis pariwisata membutuhkan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran berfungsi untuk meningkatkan produktifitas dalam bisnis tersebut. Kotler (2014) mendefinisikan Pemasaran merupakan serangkaian aktivitas dari proses untuk mewujudkan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai lebih kepada konsumen serta menjaga baik hubungan dengan antar konsumen agar dapat mencapai target bersama untuk memenuhi

kebutuhan manusia dan sosial. Kegiatan pemasaran dapat meningkatkan hiburan dan kreativitas pada industri pariwisata.

Kegiatan pemasaran terdapat berbagai jenis antara lain; pelayanan, penjualan serta pemasaran. Fandy (2014) Pelayanan yaitu merupakan suatu perilaku kegiatan yang sangat penting dalam bidang pariwisata sedangkan kualitas pelayanan adalah suatu tingkatan yang paling utama dan diharapkan untuk memenuhi sebuah layanan tersebut. Dengan pelayanan yang baik memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Meningkatnya mutu pelayanan di suatu industri pariwisata karena tercapainya dimensi kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2011) mendefinisikan, bahwa terdapat lima dimensi dalam kualitas layanan yang terdiri dari dapat dipercaya (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*). Lima dimensi tersebut harus dipenuhi untuk menjamin kualitas pelayanan yang baik dan prima. Perusahaan harus selalu mengevaluasi dimensi kualitas pelayanan untuk menjaga kepuasan layanan.

Pada Industri sektor pariwisata terutama di kota Yogyakarta dapat dikatakan bertumbuh sangat cepat seiring dengan jalannya waktu. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah tingakt para wisatawan yang berkunjung di kota Jogja yang tiap tahunnya melonjak naik sangat pesat terhitung dari tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2020 tercatat sebanyak 1.385.781 wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Dari jumlah total wisatawan domestik sebanyak 1.344.221 wisatawan dan sebanyak 40.570 wisatawan mancanegara. Pada masa pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi berdampak sekali pada sektor pariwisata terlebih pada jumlah pengunjung para wisatawan, bahkan di kota Yogyakarta ini yang sebagai kota wisata terhitung penurunan yang signifikan hingga lima puluh persen lebih pada tahun 2020. Pada

tahun 2020 jumlah kunjungan ke Kota Yogyakarta menurun dibandingkan dua tahun sebelumnya, mencapai hingga angka 4 juta pengunjung disetiap tahunnya.

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta adalah salah satu dinas di Kota Yogyakarta yang unggul dalam menerapkan sektor pariwisatanya yang telah dikenal oleh banyak pihak dari luar daerah. Dari uraian diatas penulis tertarik melakukan kegiatan magang pada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan Menyusun laporan tugas akhir dengan judul **“Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Pada Bidang Sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta”**.

1.2 Tujuan Magang

1. Menganalisis penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.
2. Menganalisis kendala-kendala dalam penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

1.3 Target Magang

1. Mampu menganalisis penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.
2. Mampu menganalisis kendala-kendala dalam penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

1.4 Bidang Magang

Kegiatan program magang telah dilaksanakan selama 2 bulan terlaksana pada 15 Maret – 7 Mei 2021 dijadwalkan 5 hari dalam seminggu pada Bidang Sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dengan menjalankan protokol kesehatan untuk mencegah virus di masa pandemi Covid-19 ini.

1.5 Lokasi Magang

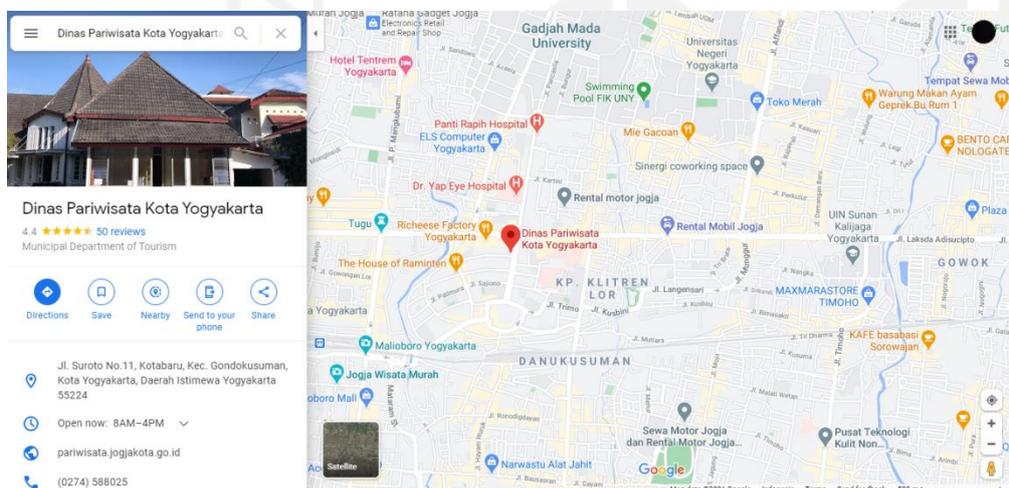
Tempat : Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Alamat : Jl Suroto No. 11 Kotabaru Yogyakarta 55224

Telp/Fax : (0274) 588025

Email : pariwisata@jogjakota.go.id

Usul/saran : upik@jogjakota.go.id



Gambar 1.1 Peta Lokasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Sumber: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/>

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan membagi dalam 4 bab yaitu antara lain, bab 1 menjelaskan pendahuluan, bab 2 berkaitan landasan teori, bab 3 seputar analisis data, dan bab 4 menjealskan kesimpulan dan saran.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang dan sistematika penulisan magang.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab dua ini, penulis menjelaskan tentang landasan teori yang berdasarkan teori untuk memecahkan masalah dalam penelitian dan menjadi acuan dalam penulisan laporan tugas akhir.

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF

Bab tiga seorang penulis menjelaskan uraian pembahasan tentang pembahasan serta analisis data yang diperoleh selama kegiatan magang. Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Pembahasan difokuskan untuk mengetahui bidang Sekretariat dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta serta penjelasan dmensi kualitas pelayanan yang terdapat pada bidang sektariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjabarkan kesimpulan hasil analisis dan bab-bab sebelumnya di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta serta saran yang dibuat untuk perkembangan dan kemajuan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Djaslim & Achmad (2010) Manajemen pemasaran mengartikan bahwa suatu sistem organisasi dan bentuk kegiatan dalam bisnis yang didesain untuk menyatukan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan konsumen untuk mencapai target yang akan dituju sesuai dengan target suatu organisasi.

Buchari Alma (2004) Manajemen pemasaran adalah sesuatu yang merancang, arahan dan pengamatan untuk seluruh kegiatan dalam pemasaran perusahaan ataupun kegiatan di bagian pemasaran.

Shimp (2014) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah serangkaian kegiatan bisnis atau organisasi menciptakan nilai bagi pelanggan untuk memperoleh nilai dari pelanggan tersebut.

Hasan (2013), mengemukakan bahwa pemasaran adalah sebuah proses indentifikasi, menciptakan, dan mengkomunikasikan serta memelihara hubungan yang bertujuan memuaskan pelanggan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam buku (Priansa, 2017:4), mengartikan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses manusia untuk menggapai hasil perubahan yang menarik dan menciptakan hubungan yang sangat erat dengan konsumen yaitu dengan cara yang bermanfaat untuk perusahaan.

Sumarni (2014), menerangkan bahwa manajemen pemasaran adalah penjabaran, rancangan, perwujudan dan pengelolaan atas strategi yang dirancang untuk mewujudkan, melancarkan dan menjelaskan perubahan yang menguntungkan diantara sasaran organisasi.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran adalah alat untuk menganalisis, menerapkan, menjabarkan dan mengorganisasikan strategi yang telah dirancang untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yaitu mewujudkan, merencanakan, mematuhi dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran pasar dalam memberikan produk dan mencapai tujuan utama dalam perusahaan.

2.2 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Agus Dwiyanto (2006) mengemukakan bahwa manajemen pelayanan merupakan manajemen yang harus membedakan kebutuhan sebagai kekayaan dan sumber inspirasi untuk mengembangkan sebuah inovasi dalam pengembangan manajemen pelayanan.

Menurut Nina Rahmayanty (2013) Manajemen pelayanan adalah suatu kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan dan mengendalikan proses pelayanan dengan standar operasional yang sangat baik untuk memuaskan konsumen agar tujuan perusahaan tercapai.

Tjiptono (2011) mendefinisikan, bahwa pelayanan adalah rangkaian proses kegiatan yang tidak berwujud atau kejadian saat berinteraksi antara konsumen dengan karyawan pelayanan atau jasa, sehingga menghasilkan sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai suatu solusi untuk masalah konsumen.

Lovelock dan Gummesson (2011) mengemukakan, bahwa pelayanan merupakan bentuk kegiatan dimana pelanggan bisa mendapatkan dan memperoleh manfaat melalui nilai dari jasa yang diharapkan.

Berdasarkan pengertian pelayanan yang didefinisikan oleh para ahli maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu proses rangkaian kegiatan yang diberikan

kepada suatu pihak yang sifat tidak berwujud serta cepat hilang dapat dirasakan oleh konsumen.

2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang mencapai ekspektasi konsumen secara langsung didukung oleh kualitas pelayanan yang terpenuhi. Kualitas pelayanan yang baik dapat diketahui dengan membandingkan persepsi dari para pelanggan melalui kritik dan saran atas pelayannya yang telah diberikan sesuai atas pelayanan yang diterapkan oleh masing-masing standar pelayanan perusahaan.

Lupiyoadi (2013) mengemukakan, bahwa kualitas jasa merupakan suatu kombinasi antara sifat dengan karakteristik sehingga dapat menentukan pengeluaran yang dapat memenuhi persyaratan kebutuhan dari pelanggan.

Aryobimo (2012) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah factor yang terpenting bagi perusahaan karena sebagai bahan evaluasi yang diberikan oleh pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan perusahaan.

Wijaya (2011) mengatakan kualitas layanan merupakan suatu bentuk dari gabungan karakteristik yang diberikan dari pemasaran serta pemeliharaan konsumen yang dapat membuat produk dan jasa dapat digunakan untuk memenuhi suatu ekspektasi dari konsumen.

Lewis & Booms dalam buku Tjiptono (2011) mengemukakan, bahwa kualitas pelayanan merupakan tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang mampu diberikan serta sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Berdasarkan pengertian yang diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu faktor pendukung pelayanan yang menggabungkan antara karakteristik dan sifat

untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan.

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam mencapai pelayanan yang tinggi mutu serta kepuasan pelanggan yang terpenuhi terdapat faktor pendukung yaitu tercapainya dimensi pelayanan. Di dalam dimensi pelayanan terdapat 5 indikator antara lain berwujud (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Kepastian (*Assurance*). Berikut di bawah ini dimensi kualitas pelayanan yang dipaparkan oleh para ahli:

Philip Kotler (2011) mengemukakan, bahwa Dimensi kualitas pelayanan terdapat 5 indikator antara lain:

1. Berwujud (*Tangibles*)

Prasarana fisik serta penampilan fisik yang harus bisa diandalkan dan lingkungan disekitar organisasi atau perusahaan yang sebagai pemberi jasa sehingga membuat pelanggan merasa puas dan senang.

2. Keandalan (*Reability*)

Keandalan merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang tepat, akurat dan terpercaya yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan pelayanan yang diberikan konsisten.

3. Empati (*Empathy*)

Empati adalah sebuah perhatian atau kepedulian yang diberikan kepada pelanggan sebagai upaya dalam memberikan pelayanan yang ramah dan baik yang diterapkan oleh sebuah perusahaan atau organisasi.

4. Kepastian (*Assurance*)

Merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam melaksanakan pelayanan secara cepat dan tepat serta dapat menjamin kinerja yang sesuai dengan visi misi perusahaan sehingga dapat memberikan dan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen.

5. Tanggapan (*Responsiveness*)

Tanggapan merupakan kemampuan perusahaan untuk menyediakan pelayanan kepada konsumen yang tepat dan sesuai.

Parasuraman dalam kutipan (Tjiptono, 2011) terdapat 5 dimensi pokok dalam kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

1. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kemampuan yang berhubungan dengan ketersediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu serta merespon permintaan pelanggan. Dapat menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.

2. Reabilitas (*Reability*)

Berhubungan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan dan menyampaikan jasa dengan apa adanya yang berasal dari pelayanan perusahaan untuk konsumen.

3. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan kemampuan perusahaan memahami permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dan bertindak demi kepentingan konsumen. Perusahaan memberikan perhatian personal kepada konsumen dan memiliki jam operasional yang nyaman.

4. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan perilaku karyawan yang diberikan kepada konsumen untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan atau organisasi. Menumbuhnya kepercayaan konsumen dapat menciptakan dan membangun rasa aman bagi konsumen.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkaitan dengan fasilitas, peralatan, penampilan karyawan yang baik, serta material yang disediakan oleh perusahaan untuk menunjang kepuasan dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan pemaparan kelima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur, dipahami, dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan meningkatkan kualitas pelayanan dalam perusahaan yang diberikan kepada konsumen. Mulai konsumen yang pertama kali maupun pelanggan setia yang sudah berulang-ulang menggunakan jasa tersebut.

2.3 Jasa

2.3.1 Pengertian Jasa

Kotler dalam buku Lupiyoadi (2014) Jasa merupakan suatu aktivitas atau tindakan yang mampu diusulkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan dari kepemilikan apapun.

Zethaml & Bitner dalam buku Lupiyoadi (2014) pengertian jasa merupakan rangkaian proses aktivitas perusahaan atau organisasi menghasilkan tidak berwujud fisik. Umumnya diwujudkan dan dikonsumsi bersamaan sehingga memberikan nilai tambah kepada konsumen atau pelanggan.

Lupiyoadi (2014) mengemukakan bahwa jasa adalah rangkain kegiatan yang memberikan hasil akhir tidak berupa barang atau produk, dan umumnya dikonsumsi pada saat itu sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi yang menggunakannya.

Fandi (2014) bahwa jasa merupakan suatu tindakan menawarkan kepada suatu pihak dengan sifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan suatu kepemilikan.

Sunyoto (2012) mendefinisikan, bahwa jasa merupakan aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa. Pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan merupakan barang tetapi jasa merupakan proses atau aktivitas yang tidak terwujud.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas dapat dijelaskan bahwa jasa adalah sebuah kegiatan ekonomi dengan menghasilkan keluaran tidak berwujud yang diusulkan dari fasilitas jasa yaitu perusahaan kepada para pengguna jasa atau konsumen.

2.3.2 Karakteristik Jasa

Dalam jasa terdapat karakteristik yang dapat membedakan dari produk manufaktur. Terlebih dibagian produk jasa karena memiliki karakteristik yang dapat membedakan dengan produk fisik.

Kotler (2013) mendefinisikan karakteristik jasa terdapat empat karakteristik jasa utama antara lain sebagai berikut:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Sejatinya sangat berbeda signifikan antara barang fisik, jasa bersifat tidak berwujud yang biasanya merupakan suatu tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha yang bersifat abstrak. Jasa lebih cenderung dirasakan dampaknya pada saat itu dan tidak dapat dimiliki. Jasa memiliki sifat *intangibility* yang dimanapun tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau pun dicium serta dikonsumsi.

2. Variabilitas (*Variability*)

Terdapat bermacam-macam layanan sehingga kualitas tergantung pada pelaku yang menyediakn jasa untuk pelanggan atau konsumen serta kapan dan dimana kualitas layanan yang disediakan. Berbagai macam kualitas layanan yang terjadi secara waktu bersamaan sehingga membatasi control kualitas tersebut.

3. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Produk harus diproduksi terlebih dahulu, lalu diperjualkan, lalu dapat dikonsumsi. Sedangkan pada bidang jasa pada dasarnya dijual terlebih dahulu, kemudian produksi dan konsumsi dilaksanakan secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dengan pelanggan adalah ciri khusus dalam pemasaran jasa yang terkait serta merupakan efektivitas pada layanan. Tercapainya pelayanan yang baik tergantung oleh kemampuan masing-masing perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pelayanan kepada konsumen.

4. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Perishability merupakan sifat yang terdapat pada jasa yang bersifat tidak dapat bertahan lama, dan tidak dapat disimpan untuk pemakaian kedua kalinya dalam jangka waktu yang lama. Permintaan konsumen terhadap jasa juga bersifat fluktuasi dan cepat berubah, oleh karena itu perusahaan harus selalu mengevaluasi secara berkala.

Dalam buku Tjiptono (2011) bahwa karakteristik jasa terdapat empat karakteristik utama dalam menentukan karakteristik jasa antara lain:

1. Bervariasi (*Variability*)

Jasa terdapat banyak sekali macam bentuk variasi disebabkan setiap perusahaan memiliki cara masing-masing dalam menyediakan jasa, serta dimana dan kapan akan disediakan oleh perusahaan kepada konsumen.

2. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Tidak Berwujud dan tidak ada sama sekali bentuk produk fisik (produk) merupakan sifat jasa. Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dilihat, dan didengar sebelum melakukan transaksi pembelian. Pihak penyedia jasa akan memberi tanda atau bukti dari kualitas jasa untuk mengurangi tingkat ketidakpastian yang dirasakan oleh konsumen, dengan cara menyediakan tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol, dan harga yang konsumen akan lihat.

3. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama dan daya suatu jasa tidak menimbulkan masalah bila jika jumlah permintaan selalu ada setiap saat, karena menghasilkan jasa mudah akan tetapi jika permintaan fluktuatif maka akan menimbulkan masalah yang sulit.

4. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya barang diproduksi terlebih dahulu kemudian dijual, dan terakhir dikonsumsi. Sedangkan jasa dijual terlebih dahulu kemudian produksi dan dikonsumsi dilakukan secara bersamaan waktu yang sama. Interaksi yang terjadi antara perusahaan penyedia jasa dengan konsumen merupakan ciri khusus dalam kegiatan pemasaran jasa. Efektivitas individu merupakan unsur penting dalam menyampaikan jasa.

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta yang ditetapkan Nomor 5 Tahun 2016. Lokasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta berlokasi di Gedung Dwisatawarsa Jalan Pekapalan Alun-Alun Utara Yogyakarta. Pada 1 Juli Tahun 2017 dipindahkan hingga sampai sekarang yang berlokasi di Jalan Suroto No. 11 Yogyakarta

Bangunan kantor Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, merupakan salah satu Bangunan Cagar Budaya (BCB) dan masuk dalam Kawasan Cagar Budaya (KCB). Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor : PM.07 / PW.007 / MKP / 2010, Gedung Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dilindungi oleh UU RI Nomor 5 Tahun 1992.

Dinas Pariwisata telah mengalami tiga kali perubahan nama antara lain Dinas Pariwisata yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 1996 dengan nama Dinas Pariwisata Kota Madya Daerah Tingkat II Yogyakarta, selanjutnya pada tahun 2000 pemerintah mengubah menjadi Dinas Pariwisata Seni dan Budaya berdasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2000, dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta berdasarkan Peraturan Daerah No. 10 Tahun 2008.

3.1.2 Sejarah Bangunan

Tabel 2 Sejarah Bangunan

NO REGISTRASI NASIONAL	RNCB.220100108.02.000180
SK Penetapan	Surat Keterangan Menteri Nomor PM.07 / PW.007 / MKP / 2010
Peringkat Cagar Budaya	
Kategori Cagar Budaya	Bangunan
Kabupaten/Kota	Kota Yogyakarta
Provinsi	D.I Yogyakarta
Nama Pemilik	
Nama Pengelola	

Bangunan tersebut dikaitkan dengan rute Gerilya Jenderal Sudirman yang merupakan rute terakhir setelah 7 bulan bergerilya. Sempat menjadi tempat tinggal Jenderal Urip Sumoharjo (Sumber: <http://cagarbudaya.kemdikbud.go.id>)

3.1.3 Kontak

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

- Alamat : Jl Suroto No. 11 Kotabaru Yogyakarta 55224
- Telp/Fax : (0274) 588025
- Email : Pariwisata@jogjakota.go.id
- Usul/Saran : upik@jogjakota.go.id

3.1.4 Visi dan Misi

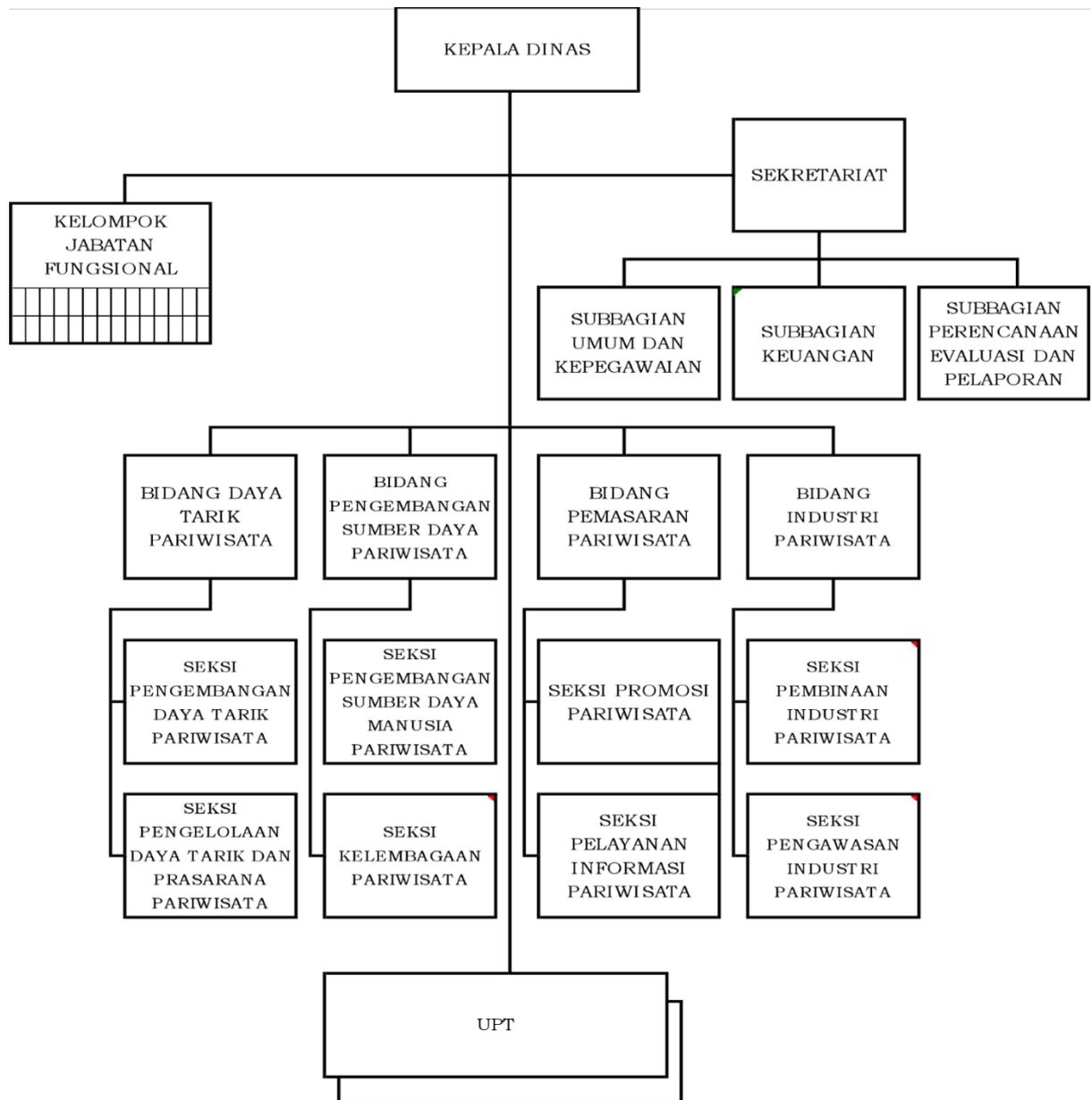
Visi

“Terwujudnya Kota Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata terkemuka yang bertumpu pada kekuatan dan keunggulan pariwisata lokal serta mampu memperkokoh jati diri, memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat, serta dapat menjadi lokomotif pembangunan Kota Yogyakarta secara menyeluruh”.

Misi

1. Mengoptimalkan potensi obyek serta daya tarik wisata yang ada di Kota Yogyakarta sebagai aset utama kepariwisataan.
2. Merencanakan pembangunan Pariwisata Kota Yogyakarta secara komprehensif, terpadu hingga berkelanjutan dengan tetap mengedepankan prinsip pelestarian dan pengembangan pariwisata lokal.
3. Membangun kemitraan yang kondusif antara pemerintahan, masyarakat, dan swasta/pengusaha dalam memajukan Pariwisata Kota Yogyakarta.
4. Berperan aktif secara meningkat dan apresiasi masyarakat serta swasta/pengusaha dalam memajukan Pariwisata Kota Yogyakarta.
5. Berdedikasi meningkatkan kualitas dan profesionalisme sumber daya manusia bidang pariwisata.
6. Pemahaman dan kesadaran akan pentingnya pariwisata bagi Kota Yogyakarta.
7. Menumbuhkan sikap sadar wisata pada semua komponen masyarakat Yogyakarta.
8. Memberikan pelayanan prima serta menyiapkan system informasi pariwisata yang memadai.
9. Meningkatkan kesejahteraan untuk masyarakat Yogyakarta baik secara material maupun sosial.

3.1.5 Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi

3.1.6 Tugas dan Wewenang

Berikut merupakan deskripsi tugas dan wewenang pada organisasi Bidang Sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, terdiri atas:

1. Bidang Sekretariat, terdiri atas :

Sekretariat langsung bertanggung jawab kepada Kepala Dinas. Sekretariat mempunyai tugas menyelenggarakan kesekretariatan Dinas, dan mempunyai fungsi :

- a) Berkoordinasi dalam perencanaan program kerja.
- b) Perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis program kerja kesekretariatan dinas.
- c) Membantu atasan dalam pengoordinasian program kegiatan bidang dan seksi: administrasi umum dan kepegawaian dinas; pengelolaan keuangan dan aset dinas; perencanaan, evaluasi dan pelaporan dinas.
- d) Pengoordinasian fasilitas pengelolaan data informasi dinas dan pengelolaan kearsipan perpustakaan dinas.

2. Sub bagian Umum dan Kepegawaian;

Sub bagian umum dan kepegawaian berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris, mempunyai fungsi:

- a) Penyusunan perencanaan kegiatan subbagian umum dan kepegawaian
- b) Pengelolaan administrasi perkantoran dan persuratan dinas
- c) Penyelenggaraan kerumahtanggaan dan pengelolaan aset dinas
- d) Penyiapan bahan pengembangan kapasitas aparatur sipil negara di lingkungan dinas
- e) Fasilitasi pelaksanaan kehumasan, keprotokolan, publikasi dan dokumentasi dinas
- f) Pelaksanaan pemantauan, evaluasi dan penyusunan laporan kegiatan pada subbagian umum dan kepegawaian

3. Bagian sub keuangan

Bagian sub keuangan berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada sekretaris, mempunyai fungsi:

- a) Berugas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi kegiatan fungsi penunjang di bidang pengelolaan keuangan dinas;
- b) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis pengelolaan keuangan
- c) Penatausahaan keuangan dinas
- d) Pengelolaan perbendaharaan dinas
- e) Pelaksanaan akuntansi keuangan dan aset dinas
- f) Pelaksanaan verifikasi pertanggungjawaban keuangan dinas
- g) Penyusunan pertanggungjawaban keuangan dinas
- h) Pengelolaan kearsipan subbagian keuangan
- i) Melaksanakan pemantauan, evaluasi, dan penyusunan laporan kegiatan pada subbagian keuangan

4. Sub bagian perencanaan evaluasi dan pelaporan

Sub bagian perencanaan evaluasi dan pelaporan di bawah dan bertanggung jawab kepada sekretaris, mempunyai fungsi:

- a) Melaksanakan tugas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi kegiatan fungsi penunjang bidang perencanaan evaluasi dan pelaporan dinas
- b) Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis terkait perencanaan, evaluasi dan pelaporan
- c) Mentiindak lanjut laporan hasil pemeriksaan pada subbagian perencanaan evaluasi dan pelaporan

- d) pemantauan, evaluasi, dan penyusunan laporan kegiatan pada subbagian perencanaan evaluasi dan pelaporan

3.1.7 Logo Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta



Gambar 3.1 Logo Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

3.2 Data Khusus

3.2.1 Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Pada Bidang Sekretariat Dinas Pariwisata

Kota Yogyakarta

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta merupakan instansi pemerintahan yang bergerak dalam bidang pariwisata yang berada di Kota Yogyakarta. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mempunyai wewenang untuk mengatur dan melayani masyarakat untuk memajukan pariwisata di Kota Yogyakarta. Berikut merupakan penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta :

a) Kehandalan (*Reliability*) :

Di dalam Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta khususnya dalam bidang sekretariat, karyawan harus memiliki kehandalan dalam melakukan pekerjaannya. Seperti karyawan dituntut untuk tepat waktu dalam absensi, karena dalam ketepatan waktu kinerja karyawan di bidang sekretariat akan menjadi lebih efektif dan efisien. Sistem absensi di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta akan terpantau melalui situs resmi JSS (*Jogja Smart Service*). Kemudian kehandalan yang harus dimiliki dalam bidang sekretariat adalah melayani tamu secara profesional dan juga ramah tamah kepada semua orang tanpa melihat status sosialnya. Karena semua proses kegiatan yang diajukan oleh tamu harus melalui bidang sekretariat terlebih dahulu sehingga tamu tidak menunggu dan merasa cepat untuk dilayani oleh pihak bidang sekretariat.



Gambar 2 Ruang Kerja

b) Jaminan (*Assurance*)

Karyawan bidang sekretariat menerapkan sikap ramah tamah kepada semua tamu yang datang di bidang sekretariat, karena juga salah satu jaminan keramahan dalam bidang sekretariat yang berada di Dinas Pariwisata Yogyakarta. Jaminan yang berikutnya adalah tempat yang jelas dan sesuai dengan alamatnya. Kemudian jaminan yang berada di bidang sekretariat adalah surat yang dilampirkan atau proposal yang diberikan tamu kepada bidang sekretariat akan selalu diproses dan ditindak lanjuti sebagaimana mestinya.

c) Bukti Fisik (*Tangibility*)

Bukti fisik yang berada di bidang sekretariat Dinas Pariwisata Yogyakarta meliputi dari penampilan karyawan yang bekerja di Dinas Pariwisata Yogyakarta. Setiap hari Senin menggunakan seragam PDH cokelat atau khaki, hari Selasa menggunakan baju batik Segoro Amarto, hari Rabu menggunakan seragam putih hitam, hari Kamis menggunakan batik, dan hari Jum'at menggunakan baju adat Jogja atau Lurik Jogja. Kemudian bukti fisik yang selanjutnya adalah adanya kantor sekretariat

yang berada di lingkup Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Di bidang sekretariat juga ada beberapa ruangan, yaitu ruangan TIC (*Tourist Information Center*), ruang rapat dinas, dan juga ruang untuk karyawan di Sekretariat Dinas Pariwisata Yogyakarta.



Gambar 3 Meja Informasi

d) Empati (*Emphaty*)

Empati merupakan salah satu dimensi kualitas pelayanan yang memberikan rasa empati kepada tamu yang datang ke bidang sekretariat. Rasa empati ini diberikan kepada tamu Ketika tamu merasa kesulitan dalam pengurusan surat yang akan diajukan, bidang sekretariat bidang ini akan membantu untuk pengurusannya. Kemudian jika ada tamu yang bingung untuk menemui seseorang di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, karyawan harus membantu untuk mengkomunikasikan dengan pihak yang bersangkutan agar tamu segera menyelesaikan permasalahannya.

e) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap adalah karyawan dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap kepada tamu, seperti dalam proses masuknya surat atau proposal. Karyawan dituntut untuk cepat dalam menyelesaikannya, karena ini adalah bagian dari layanan

yang diberikan oleh bidang sekretariat. Kemudian karyawan dituntut cepat dalam merespon tamu yang meminta bantuan kepada bidang sekretariat, supaya pekerjaan dapat terselesaikan dengan efisien.

3.2.2 Kendala Penerapan Dimensi Kualitas Layanan Pada Bidang Sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menerapkan dimensi kualitas layanan sebagai tolak ukur dalam menerapkan pelayanan di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Dalam penerapan dimensi kualitas layanan pastinya ada kendala-kendala yang dimiliki oleh bidang sekretariat di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Berikut beberapa kendala yang dialami oleh bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta :

a) *Kehandalan (Reliability)* :

Dalam penerapan *reliability* pastinya ada kendala yang dialami oleh bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, kendala yang dialami yang pertama adalah terkadang masih ada beberapa karyawan yang absensinya kurang tepat waktu atau terlambat, hal ini menjadi salah satu perhatian bagi para karyawan di Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta karena dapat menimbulkan pekerjaan yang kurang efektif dan efisien. Kemudian hambatan yang kedua adalah sistem absensi JSS (*Jogja Smart Service*) sering mengalami eror atau mengalami gagal absen, hal ini juga perlu di tingkatkan karena dapat menjadi kesalahan pencatatan absensi.

b) *Jaminan (Assurance)* :

Jaminan dalam dimensi kualitas pelayanan adalah memberikan rasa kenyamanan dan keamanan kepada tamu. Hal ini juga pasti terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Kendala yang pertama adalah terkadang surat atau proposal yang dilampirkan dari tamu tidak langsung dikerjakan tetapi sedikit menunda waktu, sehingga proposal tersebut tidak

segera selesai hal ini juga perlu diperhatikan kepada setiap karyawan yang bersangkutan, agar tamu tidak menunggu hasil dengan lama.

c) Bentuk Fisik (*Tangibility*) :

Hambatan bentuk fisik yang dimiliki oleh bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta adalah kurang dinginya AC, hal ini dapat menyebabkan gerah atau membuat suasana ruangan kurang nyaman sehingga kinerja karyawan kurang maksimal dan perlu diperbaiki. Kemudian hambatan yang kedua adalah mushola yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta kecil terkadang harus mengantri dalam menjalankan ibadah sholat, dan menjadi terhambatnya pekerjaan karyawan. Kemudian hambatan yang terakhir yaitu Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta tidak memiliki kantin, sehingga karyawan atau pegawai ketika beristirahat harus keluar dari kantor ini juga menjadi salah satu hambatan bagi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta khususnya di bidang sekretariat.

d) Empati (*Emphaty*) :

Empati adalah bentuk kepedulian karyawan terhadap tamu yang sedang berhubungan dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Tentunya dalam dimensi kualitas pelayanan ini memiliki hambatan. Hambatan yang pertama adalah masih kurang pedulinya karyawan dengan tamu yang sedang kebingungan untuk menyelesaikan permasalahannya, dengan hal seperti ini dapat menimbulkan spekulasi negatif terhadap Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta khususnya pada bidang sekretariat.

e) Daya Tanggap (*Responsiveness*) :

Responsiveness merupakan daya tanggap yang harus dilakukan oleh karyawan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Dalam dimensi kualitas pelayanan ini tentunya juga memiliki beberapa hambatan yang dilaluinya. Hambatan yang pertama adalah kurang tanggapnya karyawan ketika ada suatu pekerjaan, jadi terkadang masih tertunda

pekerjaannya sehingga dapat menimbulkan penumpukan pekerjaan. Kemudian hambatan kedua yaitu terkadang ketika memberi suatu pekerjaan terlalu mepet dengan waktu yang sudah ditentukan sehingga ketika mengerjakan menjadi terburu buru dan tidak efektif dan efisien.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

1. *Reliability* (Kehandalan) : Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menggunakan sistem JSS (*Jogja Smart Service*) untuk absensi karyawan, melayani tamu dengan handal tanpa melihat status sosial dari tamu tersebut.
2. *Assurance* (Jaminan) : Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta memiliki alamat yang jelas sehingga dapat menjamin tamu bahwa tempatnya ada dan sesuai dengan alamat yang tertera dan juga proposal yang masuk akan diselesaikan.
3. *Tangibles* (Bentuk Fisik) : Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta memiliki bangunan untuk kantornya tersendiri, setiap divisi memiliki bangunannya tersendiri dan juga mempunyai beberapa fasilitas untuk tamu.
4. *Emphaty* (Empati) : setiap karyawan harus memiliki empati terhadap tamu yang berkunjung, setiap tamu yang kebingungan karyawan harus membantu dengan sendirinya.
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap) : karyawan memberikan pelayanan yang cepat tanggap, apabila ada surat atau proposal yang masuk karyawan harus cepat tanggap untuk menyelesaikannya.

Kendala dalam penerapan dimensi kualitas layanan pada bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta :

1. *Reliability* (Kehandalan) : kendalanya sistem JSS (*Jogja Smart Service*) terkadang eror sehingga dapat menjadi suatu permasalahan dalam absensi karyawan.
2. *Assurance* (Jaminan) : terkadang surat atau proposal menumpuk sehingga dapat memicu keterlambatan dan juga hilang.

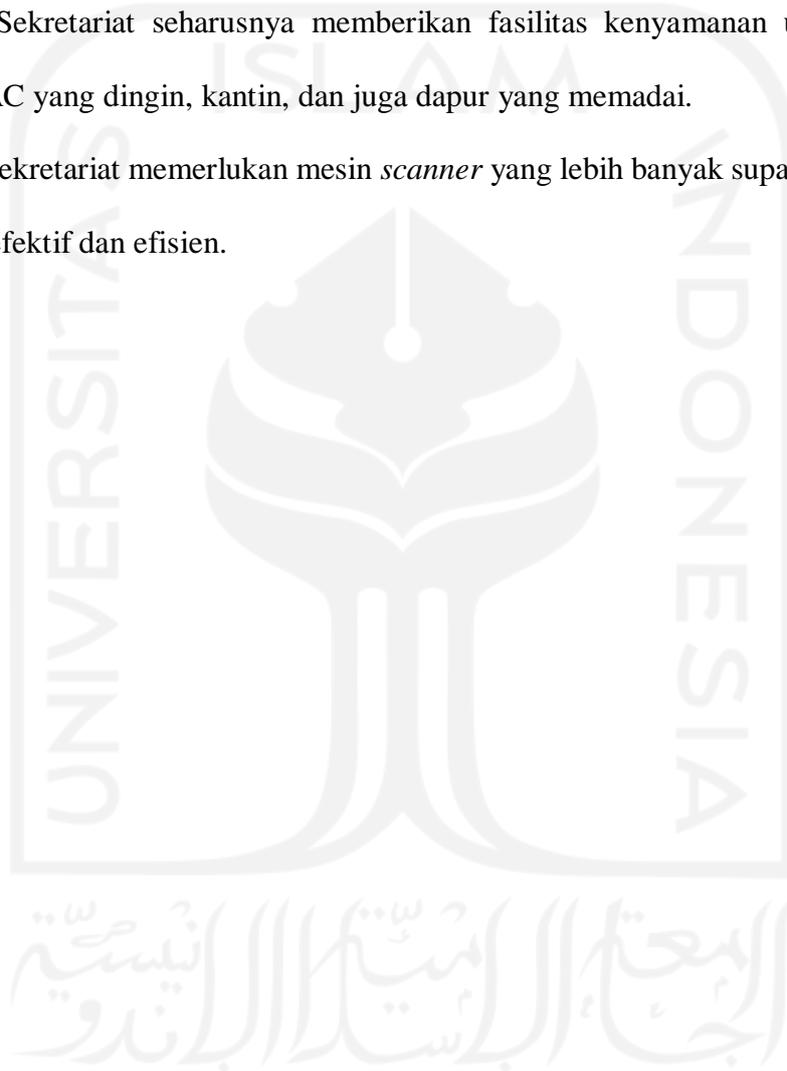
3. Tangibles (Bentuk Fisik) : AC dalam bidang sekretariat kurang dingin dan juga tidak memiliki kantin untuk tempat istirahat karyawan.
4. *Empathy* (Empati) : masih ada beberapa karyawan yang cuek terhadap tamu yang kebingungan.
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap) : ada beberapa karyawan yang masih menunda pekerjaan dan juga menyelesaikannya saat mendekati deadline yang sudah ditentukan.



4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran kepada bidang sekretariat Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Berikut beberapa saran dari penulis :

1. Pegawai harus lebih disiplin dalam menjalankan tugasnya dan juga disiplin dalam absensi.
2. Bidang Sekretariat seharusnya memberikan fasilitas kenyamanan untuk karyawan seperti AC yang dingin, kantin, dan juga dapur yang memadai.
3. Bidang sekretariat memerlukan mesin *scanner* yang lebih banyak supaya dapat bekerja dengan efektif dan efisien.



DAFTAR PUSTAKA

- A. ShimpTerence. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan danPromosi. Jakarta: Salemba Empat.
- AchmadDjaslim SaladinBuchori., (2010). anajemen Pemasaran (Edisi Pertama). Bandung: CV. Linda Karya.
- AliHasan. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. Yogyakarta: CAPS(Center For Academic Publishing Service).
- AlmaBuchari. (2004). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- AnitaBayuSumarni. (2014). Pempek Palembang. Yogyakarta: Leutikaprio.
- BarataAdyaAtep. (2017). Dasar dasar pelayanan prima. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Danamikdan Weber, HelmutJanianton. (2006). Perencanaan Ekowisata Dari Teorike Aplikasi. Yogyakarta. Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran. Bandung: PT Sarana toutorial Nurani.
- Daryanto, & Setyobudi. (2017). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: GAVA Media.
- DwiyantoAgus. (2006). Mewujudkan Good Governance MelaluiPelayanan Public. Yogyakarta: UGM Press.
- HalimFitria. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. Yayasan Kita Menulis.
- Kemendikbud. (2020). Cagarbudaya kemedikbud. 检 索 来 源 :
<http://cagarbudaya.kemdikbud.go.id>

kotler, & armstrong. (2012). Principles of marketing. United States: Pearson Education.

KotlerPhilip. (2013). Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13, Bahasa Indonesia, Jilid 1 dan 2.
Jakarta: Erlangga.

Lovelockdan GummessonC. (2011). Pemasaran Jasa edisi ke 7. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Setyobudi, & Daryanto. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: Gava Media.

ShintaAgustina. (2011). Manajemen Pemasaran. Malang: UB Press.

Tjiptonodan Gregorius ChandraFandy. (2011). Service, Quality and Satisfaction Edisi Ke 3.
Yogyakarta: CV Andi Offets.

TjiptonoFandy. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta:
AndiOffset.

WeenasR.S.Jackson. (2013). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN PENGARUHNYATERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SPRING BED COMFORTA. Jurnal EMBA, 607-618.

LAMPIRAN**Lampiran 1: Foto Dokumentasi**

Lampiran 2 Sertifikat Magang

Lampiran 3 : Foto Bersama Team

