BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan ekonomi di Indonesia mulai mengalami perkembangan, khususnya pada sektor Pariwisata. Pariwisata menjadi sektor yang sangat potensial sebagai sebuah industri karena diyakini akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat ke arah yang lebih baik. Sektor ini perlu dibangun dan dikembangkan oleh pemerintah dikarenakan memilki peranan penting seperti terciptanya lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memberikan kontribusi pendapatan pada daerah. Berkembangnya industri pariwisata tentunya akan mempengaruhi perkembangan industri pelayanan khususnya pada dunia perhotelan. Semakin banyak objek wisata yang ada, maka semakin banyak pula permintaan akan jumlah hunian sementara seperti hotel dan villa.

Permintaan akan jumlah hunian sementara yang terus meningkat tentu menjadi tantangan bagi manajemen hotel untuk memenangkan persaingan dalam merebut jumlah pelanggan. Hal ini tentunya menjadi tantangan yang harus diperhatikan oleh manajemen perhotelan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan mengenai kualitas layanan yang baik agar dapat bertahan, bersaing bahkan menguasai pasar. Presepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa yang ditawarkan. Menurut Tjiptono (2005) Jika layanan yang diberikan dirasa berkualitas maka akan memberikan rasa puas. Karena kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam upaya mempertahankan suatu bisnis dan memenangkan persaingan.

Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang perlu untuk ditingkatkan dikarenakan kualitas pelayanan merupakan perwujudan dari suatu kemampuan yang memuaskan kebutuhan akan suatu produk atau layanan (Kotler & Keller, 2016). Hotel merupakan bagian dari *hospitality industry* yang menunjang industri pariwisata, eksistensi hotel sangat dibutuhkan untuk memenuhi suatu individu dalam melakukan perjalanan. Dalam industri perhotelan kualitas pelayanan bergantung dari sikap dan etika positif karyawan dalam melayani tamu. Pelayanan berkualitas yang diberikan pihak hotel kepada tamu mempengaruhi lama tamu akan menginap serta menjadi bahan pertimbangan bagi tamu untuk kembali lagi dilain waktu.

Hotel memiliki pedoman dalam memberikan pelayanan terbaik guna mengedepankan kepuasan tamu. Hal ini tentunya membutuhkan Sumber Daya Manusia yang kompeten. Kemampuan tersebut dibutuhkan untuk memenuhi segala kebutuhan tamu secara tepat dan juga cepat. Memberikan pelayanan yang baik kepada tamu merupakan suatu kewajiban bagi seluruh staff hotel. Adapun salah satu pemberian pelayanan yang baik dapat dilihat dari bagaimana prosedur penanganan keluhan tamu.

Keluhan tamu merupakan ketidakpuasan tamu terhadap pelayanan yang telah diberikan dan diterima oleh tamu. Keluhan paling sering dihadapi oleh staff bagian *front office* dikarenakan departemen inilah yang langsung berhadapan dengan tamu. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan terjadinya keluhan dari tamu dan tidak ada satu hotel pun yang terbebas dari keluhan. Walaupun terdapat hotel yang memiliki klaim *serve excellent,* keluhan tamu pasti tetap ada. Keluhan tidak dapat dihilangkan

namun dapat di minimalkan (*minimalizing the complaint*) (Yoeti, 1995). Keluhan tamu yang dibiarkan dan tidak dikelola dengan baik dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Menurut (Haryono, 2013) mengelola keluhan merupakan hal yang penting bagi kepentingan citra perusahaan di mata pelanggan. Keluhan tidak boleh untuk ditunda apalagi dibiarkan agar tidak menjadi penyebab munculnya masalah lain.

Berdasarkan pengamatan peneliti selama melakukan *on job training (ojt)* di Rayz UMM Hotel peneliti menemukan beberapa fenomena yang berkaitan dengan keluhan tamu serta penanganannya, keluhan tersebut ada yang disampaikan secara langsung ke karyawan *front office* ada juga yang melalui ulasan *Google Review,tripadvisor,traveloka , tiket.com*, dan *Agoda.* Berikut tanggapan dari tamu pada Rayz UMM Hotel :

Tabel 1.1 *Review Guest Comment dari Online Travel Agent.*

Google Review	"Staff FO nya kurang terlatih dan terampil! pertama sudah jam 2.10 dan masih menunggu kamar. Kedua, saya minta NON smoking jawaban Staff FO nya di usahakan karna saya booking hari H. di dahulukan yang bookingan lama dahulu. Trus kalo yang booking uda jauh2 hari baru check in jam 8 malem gmna? Apa yang check in hari H datang jam set 2 masih harus nanggung konsekuensi kebijakan gak masuk akal??? Di tanya registrasi2 antri2.apaan? Bertaun2 tidur hotel baru kali ni ada staff jelasin kebijakan ini!!ya tamu lain bukan urusan saya!! Urusan saya itu. saya cuma mau kamar untuk istirahat!!! Ngapain bahas antrian siapa yang dulu2an booking!!! Ke 3. anak saya lagi panas rewel.tapi tetap tidak ada toleransi!harus marah2 dulu minta kamar!! Makasih banyak untuk yang bantu anak training dari HK sangat membantu!!!! Reception itu Kesan pertama Hotel, tolong dong lebih terampil. Yang lain2 saya suka kecuali Staff FO nya aja. Kasian tamu pada numpuk di Lobby!Kalo memang masuk ke kamar di urut berdasarkan lama nya tanggal booking, saya gk akan kesini kak.makasih...lainnya baik semua kecuali kebijakan di lobby aja.baru kali ini bintang 4 kayak gini check in nya kelabakan. " (Ika Miatim)

Trip Advisor	"Hotel bintang 4,pelayanan tidak lebih baik dari Guest House.Tidak sesuai ekspektasi!!Saya c/in tgl 19 dec 2023,posisi dari luar kota & anak saya sakit.Sementara kamar tidak ready sampai jam 14.10 & anak sudah mulai rewel.Please wake up Management,your employee need improvement." (akun 50k2, Yogyakarta)
Traveloka	"Biasa saja, staff nya masih perlu banyak belajar, kebersihan kamar kurang, kamar nya gelap, parkiran tidak ada yang memandu dan memarkirkan, sulit kalau ramai parkiran penuh, tidak ada staff yang membantu menurunkan barang, dapat tempat tidur udah rusak, reyot dan turun kebawah, kamar masih banyak debu, wifi kurang, pokoknya biasa aja nginep di sini." (Hendrik) "Saya request bed besar, dapatnya twin bed. Yang katanya super deluxe mountain view, dapetnya view jalan. Hampir semuanya staff magang, jadi kurang bisa memberikan pelayanan yang baik. Kamar berisik dari lorong Dan lantai atas. Menu breakfast nya juga hambar." (Cicilia)
Tiket.com	"Kamar tidak kedap suara sehingga pada jam istirahat kamar sebelah anak bayi rewel menangis semalaman sehingga sangat mengaggu jam istirahat malam. Jadi sangat mengganggu sekali" (Imang Deni Irmawan)
Agoda	"1.Design interior yg kurang bagus, serba hitam dan pencahayaan yg kurang 2. Saya menginap 3 hari 2 malam. Hari kedua saya menginap minta kamar dibersihkan tapi tidak dibersihkan, akhirnya saya menunggu buat dibersihkan. Dan hasilnya juga tidak maksimal. Sangat kurang bersih. 3. Lampu kamar sangat kurang. Gelaaaaapppp. Tidak kid friendly banget. Toddler terutama. 4. Kebersihan kurang bagus" (Ryan)

Berdasarkan tabel 1.1, terdapat beberapa ulasan dari tamu melalui media online yang mengarah pada *review* negatif , tamu dinilai tidak puas akan pelayanan dan juga fasilitas Rayz UMM Hotel. Hal-hal demikian apabila dibaca oleh calon tamu yang ingin menginap di Rayz UMM Hotel tentunya akan menimbulkan presepsi kurang baik dan mempengaruhi keputusan untuk menginap. Penyampaian keluhan melalui media online termasuk dalam penyampaian keluhan secara tidak langsung, hal ini mengakibatkan hotel tidak memiliki kesempatan secara langsung untuk melakukan penyelesaian atas permasalahan dan memperbaiki citra hotel dipandangan tamu yang memiliki

permasalahan tersebut karena tamu tidak dapat merasakan dampak dari penyelesaian masalah. Namun, berdasarkan hal tersebut dapat menjadi bahan intropeksi, evaluasi dan juga perbaikan untuk sistem kerja hotel agar permasalahan serupa dapat diminimalisir bahkan tidak terjadi kembali dimasa yang akan datang. Selain keluhan yang disampaikan melalui media online, keluhan juga disampaikan secara langsung kepada *Front Office*. Berikut merupakan keluhan yang sering diterima oleh *Front Desk Agent (FDA)*, Rayz UMM Hotel:

Tabel 1.2 Keluhan tamu secara langsung

Jenis Keluhan	Contoh Keluhan
Fasilitas	Berdasarkan fasilitas keluhan yang sering terjadi ialah terkait *request* atau permintaan tamu, Pada saat hotel berada di *high occupancy* menyebabkan ketersediaan kamar terbatas. Banyak tamu yang menginginkan tipe *king bed* dalam pemesanan kamarnya namun ketersediaan tipe tersebut sudah tidak ada, hanya tersedia tipe *twinbed.* Tak hanya itu, keluhan terkait fasilitas yang sering terjadi ialah tamu merasa kebersihan kamar mandi kurang dan lampu kamar gelap.
Pelayanan	Berdasarkan pelayanan keluhan yang sering terjadi di Rayz UMM Hotel ialah pemesanan makanan melalui online (gofood) yang tidak bisa diantarkan kekamar dan tidak bisa dititipkan melalui front office.
Makanan	Berdasarkan keluhan yang terjadi terkait makanan, biasanya keluhan ini mengarah ke keluhan perbadi terkait rasa masakan, tamu menilai bahwa masakannya kurang asin,hambar dan biasanya untuk tamu yang menginap lebih dari satu atau dua malam juga sering mengeluh atau complain terkait menu makanan yang monoton.

Sumber : Data olahan peneliti, Januari 2024

Berdasarkan tabel 1.2 merupakan beberapa keluhan yang disampaikan secara langsung kepada *Front Desk Agent* (FDA). Keluhan yang sering terjadi ialah pada saat tamu melakukan pemesanan kamar tamu request tipe *king bed* namun dikarenakan ketersediaan kamar dengan tipe tersebut sudah habis terjual

sehingga tamu mendapatkan kamar dengan tipe *twin bed* hal tersebut membuat tamu kecewa dikarenakan yang ia harapkan tidak dapat terpenuhi. Apabila hal tersebut tidak dapat ditangani dengan baik tentu akan membentuk citra negatif perusahaan dan dampak yang lebih besar lagi ialah tamu akan memutuskan untuk tidak kembali menginap di Rayz UMM Hotel. Oleh sebab itu, baik atau tidak citra suatu hotel dimata tamu tergantung dari pelayanan yang diberikan. Suatu pelayanan yang memuaskan tentu akan menciptakan citra hotel yang baik dimata tamu.

Citra hotel yang sesuai dengan keinginan pelanggan dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan preferensi pelanggan, sedangkan citra hotel yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan akan menyebabkan ketidakpuasan pada pelanggan (Kandampully dan Suhartanto., 2000). Pemilik hotel harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayanan yang baik, untuk dapat mencapai loyalitas dan melebihi pesaing lainnya.

Menurut Soenarno (2006) untuk mengatasi keluhan tamu dapat dilakukan dengan metode HEAT yaitu *Hear them out*, *Emphatize*, *Apologize* dan *taking proper action and follow up*. Metode ini dapat dikatakan bahwa *Hear them Out* yang berarti mendengarkan dengan seksama, *Emphatize* yang berarti ikut merasakan permasalahan orang lain, *Apologize* yang berarti meminta maaf kepada tamu dan *Taking Action and Follow up* merupakan tindak lanjut dari penanganan keluhan tamu. Penanganan keluhan tamu merupakan hal yang sangat penting mengingat bahwa kepuasan tamu menjadi faktor utama dalam pelayanan. Berdasarkan hal-hal tersebut maka saya sebagai peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut terkait **"Strategi penanganan keluhan tamu dalam meningkatkan citra Rayz UMM Hotel"** secara lebih mendalam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, terdapat fokus penelitian yang akan diangkat yaitu "Bagaimana mengoptimalkan strategi penanganan keluhan tamu oleh Rayz UMM dalam meningkatkan citra hotel?"

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi penanganan keluhan tamu yang optimal dalam meningkatkan citra Rayz UMM Hotel.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Adanya penelitian ini mampu menambah informasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi dunia perhotelan untuk menerapkan pelayanan terbaik khususnya dalam penanganan keluhan tamu untuk meningkatkan citra hotel.

2. Manfaat Praktis

   Adanya Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu pedoman dalam penulisan karya ilmiah serta dapat memberikan saran tentang strategi penanganan keluhan tamu yang optimal dalam meningkatkan citra hotel.