

**“ STRATEGI KOMUNIKASI PENANGANAN KOMPLAIN PADA  
HOTEL CAKRA KEMBANG YOGYAKARTA ”**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana**

**Ilmu komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**

**Universitas Islam Indonesia**

**Oleh Muhammad Iqbal Sabel Putra**

**16321166**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**

**“ STRATEGI KOMUNIKASI PENANGANAN KOMPLAIN PADA HOTEL CAKRA  
KEMBANG YOGYAKARTA ”**



Disusun Oleh :

Muhammad Iqbal Sabel Putra

16321166

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan diterjemahkan dihadapan tim  
penguji skripsi

Tanggal : 16 Agustus 2023

Dosen pembimbing skripsi

**Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A.**

**NIDN. 0509118601**

**SKRIPSI**

**“ STRATEGI KOMUNIKASI PENANGANAN KOMPLAIN PADA HOTEL CAKRA  
KEMBANG YOGYAKARTA ”**

Disusun Oleh :

Muhammad Iqbal Sabel Putra

16321166

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 16 Agustus 2023

Dewan Penguji :

1. Ketua : Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A  
NIDN. 0509118601



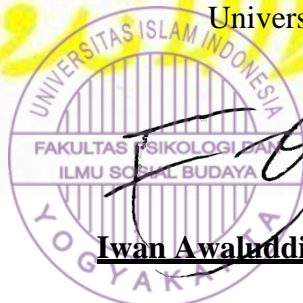
2. Anggota : Dr. Herman Felani, S.S., M.A  
NIDN. 0521128202



Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



**Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D.**

NIDN. 0506038201

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Muhammad Iqbal Sabel Putra

No. Mahasiswa : 16321166

Melalui surat ini menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindakan pelanggaran akademik dalam bentuk, seperti plagiasi, pembuatan skripsi oleh orang lain atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai peneliti, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila dikemudian hari, setelah lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti bahwa skripsi saya adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Yogyakarta, 16 Agustus 2023


**Muhammad Iqbal Sabel Putra**

16321166

## **Halaman Motto**

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”**

**(QS. Al Baqarah: 288)**

## **Halaman Persembahan**

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ayah dan Ibu saya yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan serta doa untuk kesuksesan saya. Juga cinta dan kasih serta semangat disaat saya lelah.
2. Teruntuk kakak dan adik saya tersayang.
3. Teruntuk keluarga besar saya, keluarga dari ayah dan juga keluarga ibu saya.
4. Teruntuk orang-orang terdekat saya, yang selalu menemani dan mendukung saya, juga terimakasih selalu ada dalam suka dan duka juga menguatkan satu sama lain.

## **Kata Pengantar**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang memberikan berkah, Rahmat, nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi saya yang berjudul “**Strategi Komunikasi Penanganan Komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta**”. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik karena bimbingan, dukungan, semangat, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Program Sarjana Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Ratna selaku Dosen Pembimbing, Terimakasih atas segala bimbingan dan arahnya sehingga skripsi ini dapat selesai seperti yang diharapkan.
4. Segenap Dosen Penguji. Terima kasih atas masukan dan saran yang diberikan.
5. Bapak Agus Kristianto selaku *General Manager* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, dan seluruh staf Hotel Cakra Kembang Yogyakarta atas kesempatan dan bantuan yang diberikan selama menyusun skripsi.
6. Seluruh keluarga besar Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat berharap adanya kritik dan saran untuk pengembangan penulisan selanjutnya. Penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

**Yogyakarta, 2023**

**Penulis**

**Muhammad Iqbal Sabel Putra**

## ABSTRAK

**Muhammad Iqbal Sabel Putra. 16321166. Strategi Komunikasi Penanganan Komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2023.**

Pembangunan hotel di Yogyakarta semakin berkembang pesat dan menimbulkan persaingan yang semakin ketat sehingga membuat hotel yang lebih dulu berdiri dari hotel-hotel di sekitarnya dituntut untuk lebih baik lagi. Sekalipun memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah diakses tak menutup kemungkinan bagi masing-masing hotel tidak memiliki hambatan. Salah satu hambatan yang paling sering terjadi salah satunya adalah mendapat komplain dari pelanggan. Komplain diartikan sebagai bentuk rasa ketidakpuasan seseorang terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Komplain yang tidak dikelola dengan baik akan berakibat fatal terhadap sebuah perusahaan. Pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta komplain pelanggan ditangani oleh masing-masing divisi.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dalam penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan untuk menjadi dasar penelitian ini adalah Teori Komunikasi, Teori Strategi Komunikasi dan Teori *Handling Complaint*.

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa Hotel Cakra Kembang Yogyakarta melakukan kegiatan strategi komunikasi penanganan komplain dengan menggunakan metode HEAT (*Hear them out, Empathize, Apologize, Taking action and follow up*) yang dimana untuk mendengarkan, berterima kasih serta meminta maaf atas ketidakpuasan yang dirasakan, lalu mengidentifikasi masalah, dan melakukan penyelesaian masalah. Setiap keluhan dan komplain akan dicatat dan disimpan dalam *logbook* sebagai bahan evaluasi untuk hotel. Setiap keluhan tamu juga diharuskan untuk disampaikan pada pihak manajemen hotel agar dapat ditangani dengan baik sesuai dengan standar SOP yang telah dimiliki oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Penanganan Komplain, Hotel, Cakra Kembang, Yogyakarta.



## **ABSTRACT**

**Muhammad Iqbal Sabel Putra. 16321166. Communication Strategy for Handling Complaints at Cakra Kembang Hotel in Yogyakarta. Bachelor's Thesis in the Communication Science Study Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2023.**

*The development of hotels in Yogyakarta is rapidly increasing and causing increasingly fierce competition, which demands hotels that were established earlier than those in the surrounding area to improve even further. Although they have a strategic and easily accessible location, it is not impossible for each hotel to face obstacles. One of the most common obstacles is receiving complaints from customers. Complaints are a form of dissatisfaction with a product or service offered. Complaints that are not managed properly will have a fatal impact on a company. At the Cakra Kembang Hotel in Yogyakarta, customer complaints are handled by each division.*

*This research was conducted with the aim of determining how communication strategies are used to handle complaints at the Cakra Kembang Hotel in Yogyakarta. This research uses a qualitative method. Data collection is carried out by conducting interviews and documentation. The theories used as the basis for this research are Communication Theory, Communication Strategy Theory, and Handling Complaint Theory.*

*The results of the research explain that the Cakra Kembang Hotel in Yogyakarta carries out communication strategy activities to handle complaints using the HEAT method (Hear them out, Empathize, Apologize, Taking action and follow up), which involves listening, expressing gratitude and apologizing for the dissatisfaction felt, then identifying the problem, and finding a solution. Every complaint will be recorded and stored in a logbook for hotel evaluation purposes. Every guest complaint is also required to be conveyed to the hotel management so that it can be handled properly in accordance with the standard operating procedures (SOP) that have been established by the Cakra Kembang Hotel in Yogyakarta.*

*Keywords : Communication Strategy, Handling Complaint, Hotel, Cakra Kembang, Yogyakarta.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	5
1. Penelitian Terdahulu .....	5
2. Kerangka Teori .....	8
2.1 Komunikasi.....	8
2.2 Unsur-Unsur Komunikasi .....	10
2.3 Strategi Komunikasi.....	11
2.4 Keluhan Pelanggan.....	17
2.5 Hotel.....	22
F. Metode Penelitian.....	22
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	22
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	23
3. Narasumber atau Informan Penelitian.....	23

	4. Pengumpulan Data .....	23
	5. Analisis Data .....	24
BAB II	GAMBARAN OBJEK PENELITIAN .....	25
	A. Gambaran Umum Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.....	25
	1. Sejarah Perusahaan .....	25
	2. Visi dan Misi Perusahaan .....	26
	3. Struktur Organisasi .....	29
	4. Fasilitas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta .....	35
BAB III	TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	37
	A. Keluhan atau Komplain .....	37
	B. Media Komplain atau Keluhan.....	39
	C. Penanganan Komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta .....	46
	D. Pendukung dan Penghambat .....	49
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
	A. Kesimpulan .....	51
	B. Keterbatasan Penelitian .....	52
	C. Saran .....	52
	DAFTAR PUSTAKA .....	53

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Tipe Kamar Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	37
Tabel 2. Media Keluhan atau Komplain	42
Tabel 3. Faktor Pendukung dan Penghambat	52

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Logo Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	28
Gambar 2. Struktur Organisasi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	31
Gambar 3. Fasilitas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	37
Gambar 4. Agoda Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	42
Gambar 5. Tiket.com Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	43
Gambar 6. Traveloka Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	43
Gambar 7. Komplain Pelanggan Pada Media Agoda	44
Gambar 8. Komplain Pelanggan Pada Media Agoda	44
Gambar 9. Komplain Tamu Pada Media Tiket.com	45
Gambar 10. Komplain Tamu Pada Media Tiket.com	45
Gambar 11. Komplain Tamu Pada Media Traveloka	46
Gambar 12. Komplain Tamu Pada Media Traveloka	46
Gambar 13. <i>Comment Card</i> Hotel Cakra Kembang Yogyakarta	47

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis yang semakin pesat dan tingkat persaingan yang semakin tajam membuat perusahaan harus meningkatkan serta mengembangkan kinerjanya. Sejalan dengan perkembangan kemajuan dunia industri yang luas di segala bidang yang meliputi bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan, dunia pariwisata juga mengalami banyak perkembangan terutama di Yogyakarta. Selain Yogyakarta yang dijuluki sebagai kota pelajar, Yogyakarta juga merupakan salah satu kota yang menjadi destinasi wisata baik dari dalam negeri maupun luar negeri sehingga banyak pendatang dari berbagai daerah yang berkunjung. Oleh karena itu hotel memiliki peran penting karena para pengunjung pastinya membutuhkan tempat tinggal sementara untuk beristirahat. Pada daerah Yogyakarta sendiri dilansir dari (Jogja Dataku, Jumlah Hotel Pariwisata). jumlah hotel pada tahun 2023 mencapai 1.696 hotel diantaranya adalah hotel bintang lima yang mencapai 15 unit, hotel bintang empat 31 unit, hotel bintang tiga 67 unit, hotel bintang dua 44 unit, dan hotel bintang satu 11 unit, sedangkan jumlah hotel non bintang mencapai 1.528 unit.

Dalam persaingan bisnis hotel yang semakin ketat mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya merupakan hal yang paling diinginkan. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen akan menjadi nilai tambah untuk citra hotel itu sendiri. Bisnis yang bergerak dibidang jasa khususnya perhotelan ini sangat menguntungkan jika usahanya dapat dikelola dengan baik sehingga dapat bertahan lama dan semakin berkembang pesat di tengah ketatnya persaingan. Untuk mendapatkan citra yang baik dimata para pengunjungnya diperlukan manajemen krisis yang baik. Komunikasi dan pelayanan jasa yang baik dari pihak hotel kepada pengunjung, akan sangat memberikan dampak positif.

Hotel merupakan salah satu bisnis yang tengah berkembang pesat sehingga masyarakat menjadi semakin selektif dalam memilihnya. Kondisi tersebut menyebabkan ketidakpastian apakah bisnis dibidang jasa ini akan bertahan di tengah banyaknya persaingan dari hotel-hotel lain. Selain bertahan dalam ketidakpastian yang disebabkan oleh banyaknya persaingan dalam bisnis perhotelan ini, penyebab lainnya adalah masalah pandemi Covid-19 yang muncul tepat pada awal maret 2020. Ketua Gabungan Pariwisata Indonesia (GIPI) Hariyadi Sukamdani mengatakan saat ini contoh perilaku pasar yang berubah adalah banyaknya pertemuan, rapat-rapat yang cukup dengan virtual. Hal tersebut menurut beliau mengakibatkan trafik hotel tidak seperti prapandemi yang membuat banyak pengusaha

perhotelan menjual hotelnya pada situs-situs *online* akibat belum pulihnya bisnis perhotelan sejak masa pandemi. Sejak saat itu perubahan sifat pasar akibat pandemi membuat banyak pebisnis hotel sulit melanjutkan usahanya. dilansir dari (Harian Jogja, Banyak Hotel Berbintang Dijual, Ini Penyebabnya).

Dalam setiap kegiatan bisnis, baik itu berupa barang ataupun jasa pasti mendapatkan *feedback* dari para konsumennya. Jika konsumen merasa puas, maka akan mendapatkan *feedback* yang baik untuk perusahaan dan sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas, *feedback* yang didapatkan akan kurang baik, contohnya seperti keluhan yang disampaikan kepada perusahaan. Keluhan itu bisa didapatkan secara langsung berupa teguran, maupun tidak langsung melalui ulasan, yang tujuannya agar perusahaan bisa mendapatkan masukan yang kemudian dapat diperbaiki.

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang terpenting dan tak akan pernah terlepas dari kegiatan kehidupan manusia. Tanpa adanya komunikasi, pesan yang disampaikan oleh komunikator atau yang menyampaikan pesan tidak akan tersampaikan dengan baik kepada khalayak. Rogers dan Kincaid menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dari dua orang atau lebih yang saling bertukar informasi, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam (Wiryanto, 2004:6).

Setiap perusahaan dalam bidang apapun khususnya perhotelan memerlukan komunikasi. Komunikasi yang berjalan baik akan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam prosesnya. Selain itu strategi komunikasi juga diperlukan dalam proses bisnis. Menurut Middleton Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima, hingga pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi komunikasi berperan penting bagi kemajuan setiap perusahaan. Dengan memiliki strategi komunikasi, perusahaan berharap bisa berjalan dengan lancar tanpa hambatan. Pada bisnis perhotelan strategi komunikasi merupakan bagian penting yang perlu diterapkan tujuannya guna mempertahankan pelanggan sebagai bentuk kontribusi terhadap hotel.

Untuk mencapai hasil strategi komunikasi yang baik diperlukan sebuah perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi yang efektif. Namun akan muncul permasalahan jika perusahaan tidak dapat mengimplementasikan tiga tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pada lima unsur komunikasi yaitu komunikator, pesan, media, penerima, dan efek. Jika informasi yang disampaikan perusahaan sebagai *feedback* terhadap respon negatif dari pelanggan tidak efektif maka hasilnya tidak akan terorganisir dengan baik.

Komplain pelanggan khususnya pada bidang jasa suatu hal yang tidak lepas pada perusahaan. Komplain dapat diartikan sebagai sebuah bentuk perhatian dari pelanggan yang berperan penting bagi kemajuan sebuah perusahaan, karena dalam penanganannya perusahaan akan sangat terbantu untuk mengoreksi hal-hal apa saja yang masih perlu ditingkatkan.

Bagi perusahaan yang khususnya bergerak dibidang jasa, pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan jalannya suatu perusahaan. Alasannya yaitu bagi perusahaan jasa pelanggan dapat diartikan sebagai sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan, maka semakin besar pemasukan yang akan didapat oleh perusahaan. Dan sebaliknya semakin sedikit pelanggan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang akan didapat perusahaan. Oleh karena itu perusahaan jasa khususnya perhotelan berusaha semaksimal mungkin untuk meminimalisir sebuah keluhan dari pelanggan.

Keluhan pelanggan atau komplain merupakan sebuah rasa atau ekspresi ketidakpuasan akan hal yang diberikan oleh perusahaan baik itu barang maupun jasa. Kekecewaan akan perbedaan dari ekspektasi pelanggan juga merupakan sebuah keluhan yang biasa disampaikan kepada perusahaan. Komplain pelanggan perlu ditangani dengan cepat, dan tepat, agar mendapatkan hasil yang baik bagi kedua belah pihak. Komplain juga memberikan pengaruh yang cukup besar kepada perusahaan jika komplain tersebut tertangani dengan baik atau tidak.

Penanganan Komplain merupakan salah satu bentuk pelayanan prima yang dapat diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Perusahaan harus memiliki kesiapan untuk menjawab semua keluhan dari para pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuannya agar tidak adanya kesalahpahaman yang akan berdampak buruk pada nama baik perusahaan.

Penanganan komplain harus didasari dengan komunikasi yang baik serta tahapan strategi komunikasi perencanaan, pelaksanaan, dan juga evaluasi yang efektif akan memberikan hasil yang memuaskan bagi pihak perusahaan juga pelanggan. Pelanggan akan merasa puas karena rasa ketidakpuasan dan apa yang disampaikan direspon oleh perusahaan. Perusahaan juga dapat mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, serta dipertahankan agar tidak terjadi lagi keluhan yang sama kedepannya.

Penelitian ini mengambil objek Hotel Cakra Kembang yang berlokasi di jalan Kaliurang Yogyakarta. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan yang berfokus pada strategi komunikasi penanganan komplain. Hotel Cakra Kembang merupakan hotel berbintang 3 di Jl. Kaliurang No.44 Km 5,5 Yogyakarta, didirikan pada tahun 1987 dan



dioperasikan pada tahun 1988 dengan jumlah 15 kamar dengan tipe *standard business*, oleh Bapak H. Darmadi. Hotel Cakra Kembang Yogyakarta ini memiliki fasilitas yang cukup lengkap dengan pelayanan yang baik.

Ditengah banyaknya bisnis perhotelan yang memilih tutup sementara dan bahkan dijual akibat pandemi COVID-19, Hotel Cakra Kembang memilih untuk tetap bertahan dengan menerapkan era adaptasi kebiasaan baru maksudnya era kenormalan baru dimana setiap orang melakukan aktivitas normal dengan mempertahankan protokol kesehatan di tengah pandemi COVID-19.

Perkembangan jasa perhotelan di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah banyaknya wisatawan baik asing maupun domestik yang melakukan perjalanan karena beberapa hal. Diantaranya untuk tujuan bisnis, konferensi, seminar, *student exchange*, bahkan liburan. Oleh karena itu Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memiliki peluang besar untuk para calon tamu hotel mengingat lokasinya yang cukup strategis sehingga dapat menjadi salah satu referensi penginapan bagi para calon tamu hotel karena lokasinya yang tidak jauh dari pusat kota untuk menuju tempat-tempat wisata, kuliner, maupun kampus-kampus ternama yang berada di kota Yogyakarta.

Demikian pula dengan Hotel Cakra Kembang Yogyakarta yang dijadikan sebagai objek penelitian penulis. Penulis memilih Hotel Cakra Kembang Yogyakarta sebagai objek penelitian dengan alasan karena beberapa faktor, selain lokasinya yang strategis banyak hotel-hotel pesaing yang berada disekitar Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Hotel ini sendiri juga terbilang hotel yang cukup tua dan bersaing dengan hotel-hotel yang bermunculan saat ini. Bagaimana Hotel Cakra Kembang Yogyakarta mempertahankan dan meningkatkan kualitas hotel di dalam persaingan bisnis hotel ini.

Selain itu pada bidang bisnis setiap perusahaan pasti ada pelanggan yang menyampaikan komplain kepada perusahaan. Pada bisnis bidang Hotel tentu juga ada menerima komplain baik dari segi fasilitas, pelayanan, makanan, serta komplain-komplain yang bersangkutan dengan permintaan tamu. Maka dari itu, penanganan komplain perlu diperhatikan karena hal itu dapat memberikan dampak kepada perusahaan, baik positif jika penanganan yang dilakukan baik, cepat dan tepat, dan juga negatif bila tidak disegerakan penanganan komplain. Melihat dari hal ini bagaimana Hotel Cakra Kembang Yogyakarta melakukan penanganan komplain dalam persaingan pada bisnis bidang perhotelan, guna bertahan ditengah persaingan bisnis perhotelan yang ketat ini.

Melihat dari perkembangan perusahaan dalam bidang perhotelan yang persaingannya semakin ketat, penulis ingin meneliti bagaimana penerapan strategi komunikasi penanganan komplain yang dilakukan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Adanya strategi komunikasi penanganan komplain yang baik dalam persaingan yang ketat ini dapat meningkatkan dan mempertahankan usaha perhotelan itu sendiri. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Komunikasi Penanganan Komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta**”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi komunikasi penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi penanganan komplain yang dilakukan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi ilmu pengetahuan mengenai strategi komunikasi dalam menangani komplain pelanggan.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai strategi komunikasi dalam penanganan komplain pelanggan.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana perusahaan dalam menangani komplain yang diberikan oleh pelanggan. Adapun lima penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dasar penyusunan penelitian ini.

Penelitian terdahulu yang pertama ditulis oleh Cucun Ermi Rahmawati pada tahun 2017 dengan judul “*Handling Customer Complaint* di Bidang Perhotelan” (Studi Kasus Kualitatif Strategi Komunikasi dalam Menangani Komplain Tamu

Untuk Membentuk Citra Positif di Hotel Sahid Montana Malang). Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dalam penanganan komplain tamu untuk membentuk citra positif Hotel Sahid Montana Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaparkan atau menggambarkan bagaimana strategi komunikasi Hotel Sahid Montana Malang dalam penanganan komplain tamu untuk membentuk citra positif. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, dengan menelaah data melalui wawancara, pengamatan yang dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, resmi, dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi “*Making it Right*” digunakan sebagai suatu upaya dalam *handling customer complaint* untuk membentuk citra positif Hotel Sahid Montana Malang.

Dalam strategi tersebut ada beberapa proses yang dilakukan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, yang dalam penerapannya tetap memperhatikan elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, media, komunikasi dan efeknya untuk perusahaan. Dalam menangani komplain, Hotel Sahid Montana Malang mengaplikasikan konsep *hear them out*, *empathy*, *apologize*, dan *taking action and follow up* untuk membentuk citra positif hotel, sebagai hotel yang memberikan pelayanan terbaik. Letak persamaan dengan penelitian ini adalah tema yang sama, yaitu strategi komunikasi penanganan komplain tamu. Akan tetapi perbedaan yang ada dalam penelitian ini adalah tujuan dari penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk citra positif yang Hotel Sahid Montana Malang dapatkan, sedangkan dalam penelitian ini ingin meneliti lebih dalam bagaimana penerapan strategi komunikasi penanganan komplain yang diberikan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

Penelitian terdahulu yang kedua adalah penelitian yang ditulis oleh Megawati dalam Jurnal Komunikasi KAREBA tahun 2018 dengan judul *Complaint Handling* (Studi Kasus Strategi Penanganan Keluhan Hotel The Rinra Makassar 2018). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *complaint handling* Hotel The Rinra Makassar, dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam *complaint Handling*. Tujuan dari penelitian sebelumnya ini adalah untuk mengetahui bagaimana hotel The Rinra Makassar dalam menangani keluhan yang terjadi dalam lingkup hotel The Rinra Makassar.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, diperoleh melalui metode deskriptif analisis. Menggunakan teknik pengambilan sampel pada karyawan dengan teknik *purposive sampling*. Hasil

dari penelitian ini adalah dalam penerapan strategi dalam menangani komplain hotel The Rinra mengacu pada SOP (*Standard Operational Procedure*), yaitu yang pertama adalah *listening*, kedua adalah *emphaty*, yang ketiga adalah *reassure* dan yang keempat adalah *remedy*. Selain SOP Manajemen juga menerapkan fungsi pengawasan, *feedback*, dan evaluasi. Letak persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu persamaan pada bagaimana strategi penanganan keluhan yang dilakukan oleh hotel The Rinra, letak perbedaan terdapat dari bagaimana strategi komunikasi pada hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Penelitian terdahulu selanjutnya yang ketiga adalah penelitian yang ditulis oleh Arief Budi Rahardi, mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Prodi Ilmu Komunikasi pada tahun 2019 dengan judul Strategi Penanganan Keluhan (*Handling Complaint*) Pasien di Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Delanggu Klaten, Jawa Tengah Indonesia. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi penanganan yang diambil oleh pihak Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Delanggu Klaten dalam setiap keluhan pasien yang dialami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pihak Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Delanggu Klaten, Jawa Tengah dalam menangani keluhan yang didapat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Hasil dalam penelitian ini adalah strategi penanganan keluhan RSUD Muhammadiyah Delanggu berpedoman pada SOP yang ada di rumah sakit.

Keluhan yang disampaikan belum semua ditangani oleh pihak rumah sakit khususnya keluhan fasilitas yang disampaikan melalui media sosial Facebook rumah sakit. Sedangkan strategi penanganan keluhan yang dilakukan adalah pertama pendekatan menyeluruh dengan melibatkan semua karyawan dalam menerima komplain dan sosialisasi, kedua teknologi yang baik menggunakan media whatsapp dan facebook yang aktif dalam menerima keluhan, ketiga proses yang benar dilakukan dengan SOP yang berlaku, serta peran sosok pemimpin di rumah sakit dalam mengawasi kinerja karyawan dan ikut menyelesaikan keluhan yang diterima. Letak persamaan dalam penelitian ini adalah tema yang dilakukan yaitu bagaimana strategi penanganan keluhan yang disampaikan. Akan tetapi letak perbedaan dalam penelitian ini adalah objek yang dijadikan penelitian, yaitu rumah sakit, sedangkan penelitian yang akan ditulis akan meneliti hotel.

Penelitian terdahulu selanjutnya yang keempat adalah penelitian yang ditulis oleh Fika Jati Kusuma, Zahroh Shaluhiyah, dan Septo Pawelas Arso dalam Jurnal

Kesehatan Masyarakat (JKM) pada tahun 2022, dengan judul Penanganan Komplain di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Permata Blora pada Masa Pandemi Covid. Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui penanganan komplain instalasi rawat jalan Rumah Sakit Umum Permata Blora selama pandemic Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data menggunakan wawancara mendalam kepada tokoh utama dan triangulasi informan, pengolahan dan analisis data menggunakan metode analisis isi. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa petugas pelayanan komplain belum mendapatkan pelatihan, media penyimpanan komplain juga belum diketahui para pasien, jaringan tim belum terbentuk. Sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa penanganan komplain yang belum baik. Letak persamaan yang terdapat pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti terdapat persamaan dalam tema yaitu untuk mencari tahu bagaimana penanganan komplain yang dilakukan, akan tetapi perbedaan yang ada terdapat pada objek penelitian, penelitian sebelumnya meneliti bagaimana rumah sakit umum Blora menangani komplain para pasien.

Penelitian sebelumnya yang kelima adalah penelitian yang ditulis oleh Mohammad Khoirul Azman, mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, program studi Ilmu Komunikasi, pada tahun 2020, dengan judul Strategi Komunikasi *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Pelanggan Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan. Rumusan masalah dalam penelitian sebelumnya ini adalah bagaimana penerapan strategi komunikasi *public relations* dalam menangani keluhan pelanggan Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi *Public Relations* dalam menangani keluhan pelanggan Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta menggunakan teknik analisis data reduksi data. Hasil penelitian yang didapatkan oleh penelitian sebelumnya ini bahwa setiap masalah dan keluhan yang diberikan dapat ditangani atau diselesaikan dengan baik, sehingga pelanggan yang mengadukan keluhan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Letak persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti adalah strategi komunikasi dalam menangani komplain yang dilakukan, perbedaan terletak pada objek penelitian. Penelitian sebelumnya meneliti Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan, sedangkan penelitian yang akan diteliti ini

meneliti Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

## 2. Kerangka Teori

### 2.1. Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang terjadi dalam mengirimkan dan menerima pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi menurut Agus M. Hardjana, dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan dimana disampaikannya suatu pesan oleh pemberi pesan kepada orang lain melalui media tertentu. Setelah pesan diterima dan dipahami sesuai pemahamannya, penerima pesan akan memberikan tanggapan kepada pemberi pesan melalui media tertentu.

Komunikator dapat memberikan pesan kepada komunikan melalui berbagai media, sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Saat pesan itu disampaikan kepada komunikan, maka akan dipahami terlebih dahulu oleh komunikan. *Feedback* dari komunikan sebagai penerima pesan, sangatlah penting agar komunikator dapat melihat apakah pesan yang disampaikan sudah tersampaikan dengan baik, efektif, dan komunikasi berjalan dengan baik.

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang berarti sama, *communico*, *communication* atau *communicare*, yang berarti membuat sama. Sederhananya komunikasi terjadi bila adanya kesamaan antara penyampai pesan dengan yang disampaikan pesan. Maka komunikasi tergantung dari kemampuan kita dalam memahami satu sama lain.

Manusia merupakan makhluk sosial yang tentunya memerlukan interaksi antar manusia. Komunikasi merupakan kegiatan yang tak lepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dalam interaksinya, manusia bertukar pendapat, pikiran, juga menyatukan persepsi yang berbeda-beda. Antar individu, ataupun kelompok, proses komunikasi tentu terjadi didalamnya. Harold D. Lasswell (1972) menyatakan bahwa komunikasi adalah “*Who, Says what, In which channel, To whom, With what effect*”, yang berarti, “siapa, mengatakan apa, melalui apa, kepada siapa, apa hasil atau efeknya”. Lasswell mengatakan komunikasi memiliki lima unsur, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek (Effendy, 2007:10).

Komunikasi menurut Wilbur Schramm (1954) berlangsung secara dua arah, dimana pengirim pesan dan penerima pesan dapat berganti peran dalam mengirim dan menerima pesan. Dapat diartikan bahwa penerima pesan dapat menjadi seorang pengirim pesan setelah pesan diterima, dan pengirim dapat menjadi penerima pesan. Sehingga komunikasi dua arah terjadi dengan baik dan

secara efektif. Manusia dapat mempelajari, mempengaruhi orang lain, juga mengekspresikan dirinya dengan komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai media baik dalam bentuk verbal atau non verbal.

## **2.2. Unsur-unsur Komunikasi**

Agar sebuah proses komunikasi menjadi lebih efektif, komunikasi didukung oleh beberapa unsur, yaitu:

### **1. Sumber (komunikator)**

Pihak yang mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan istilah, antara lain: komunikator, pengirim. Apabilaharus menunjuk oleh lebih dari satu orang, komunikator disebut sebagai kelompok. Contohnya seperti partai politik, organisasi atau lembaga, dan media massa (surat kabar, majalah, tabloid, radio, televisi, dan internet).

### **2. Pesan**

Sebuah pernyataan yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal atau non verbal yang dapat dipahami oleh penerima.

Adapun pesan tergolong menjadi dua yaitu konotatif (makna kiasan atau bukan sebenarnya) contohnya seperti kata “bisa” secara konotatif berarti racun. dan denotatif (makna sebenarnya) seperti contoh kata “bisa” dalam denotatif berarti dapat. Oleh sebab itu dalam proses komunikasi perlu didukung oleh bahasa nonverbal

### **3. Saluran**

Dalam saluran merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Pengertian media bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, serta media alternatif lainnya misalnya poster, brosur, buku, spanduk, stiker, dan lain sebagainya.

Target komunikasi bermedia dapat dibedakan menjadi media massa dan non media massa. Jika melihat dari waktu terbitnya, media bisa dibedakan menjadi dua, yaitu media periodik dan media non periodik. Media periodik yakni media massa yang terbit secara teratur (harian, mingguan, bulanan, triwulan, caturwulan). Media massa non

periodik bisa dibedakan elektronik (TV, radio), dan cetak (surat kabar, majalah, tabloid). Berdasarkan perkembangannya teknologi komunikasi, saat ini muncul media online yang penyebarannya melalui internet.

#### 4. Penerima (komunikan)

Pihak yang menjadi sasaran pesan, dikirim melalui sumber kepada penerima. Penerima dapat disebut dengan berbagai macam antara lain khalayak, komunikan, sasaran target.

#### 5. Efek

Perbedaan antara apa yang sedang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima pada saat sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh dapat terjadi pada sikap dan tingkah laku seseorang. Efek atau pengaruh juga dapat diartikan sebagai perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang dari sebab akibat penerimaan pesan.

#### 6. Umpan balik

Tanggapan yang diberikan dari pengirim oleh penerima sebagai suatu akibat penerimaan pesan dari suatu sumber. Beberapa juga beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh.

#### 7. Lingkungan atau situasi

Lingkungan atau situasi merupakan hal yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, psikologis, sosial budaya dan juga dimensi waktu. Sebuah informasi tidak dapat dikirim dengan alasan terhambat oleh kendala fisik yang mengakibatkan informasi tersebut tidak dapat diterima.

### **2.3. Strategi Komunikasi**

Secara umum, strategi merupakan suatu garis besar yang dibentuk untuk mencapai sebuah sasaran yang telah ditentukan. Hal pertama dalam menetapkan strategi adalah analisis kekuatan lawan seperti kekuatan, kondisi lapangan dan lain sebagainya.

Menurut *George Steiner* dan *John Miner* yang dikutip dalam bukunya yang telah dialih bahasakan dengan judul *Manajemen Strategi* mengatakan bahwa strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasinya secara cepat, sehingga tujuan dan sasaran utama



organisasi akan tercapai.

Menurut Onong Uchjana Effendy (2019), berpendapat bahwa strategi adalah sebuah bentuk rencana atau program yang dibuat untuk mencapai tujuan atau cita-cita yang ingin dicapai oleh perusahaan. Tanpa adanya strategi sebuah perusahaan tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Maka dari itu strategi sangat penting dilakukan agar kegiatan yang dilaksanakan berjalan dengan terstruktur sesuai dengan rencana yang telah dibuat oleh perusahaan

Dalam teori manajemen strategi menurut Fred R. David mengemukakan tiga tahapan strategi, yaitu:

1) Perumusan strategi

Dalam tahapan ini para pencipta harus berpikir matang dalam menganalisis kesempatan dan ancaman dari luar, menetapkan kekuatan dan kekurangan dari dalam, menentukan sasaran yang tepat, menghasilkan strategi cadangan serta memilih strategi yang akan dilaksanakan, menemukan masalah-masalah di dalam perusahaan. Setelah itu dilakukan analisis tentang langkah yang akan diambil untuk keberhasilan menuju tujuan strategi tersebut.

2) Implementasi strategi

Pelaksanaan strategi yang telah ditetapkan. Strategi yang dimaksudkan adalah strategi yang telah direncanakan pada tahap pertama yaitu perumusan strategi.

3) Evaluasi strategi

Evaluasi strategi merupakan tahapan terakhir yang diperlukan karena keberhasilan yang telah dicapai dapat diukur kembali untuk menerapkan tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan untuk menyampaikan pesan melalui berbagai unsur dan saluran komunikasi sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan mudah, serta mengubah sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi.

Middleton dalam Hafied Cangara (2014), menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, media, penerima, hingga pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan penyampaian pesan yang disampaikan oleh karena itu

peran komunikator dalam menyampaikan pesan mempunyai peranan penting dalam berhasilnya komunikasi.

Definisi lain menurut Muhammad Arni (2004), strategi komunikasi yaitu semua yang terkait mengenai rencana dan taktik atau cara yang akan digunakan untuk melancarkan komunikasi menampilkan pengirim, pesan, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan

Strategi komunikasi menurut Effendy (2011), merupakan sebuah perencanaan yang efektif dalam menyampaikan pesan sehingga mempermudah komunikan memahami dan menerima apa yang disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku individu

Sementara itu menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett (Effendy, 1984 : 35-36) menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 tujuan, yakni :

1. *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan
2. *To establish acceptance* – membina penerimaan pesan
3. *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan

Menurut Arifin (1994), terdapat beberapa teknik dalam penggunaan strategi komunikasi, yaitu :

- *Redundancy* atau *Repetition* yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan kepada khalayak.
- *Canalizing* yaitu memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu atau khalayak.
- Informatif yaitu suatu bentuk isi pesan, yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu yang apa adanya, apa sesungguhnya, diatas fakta-fakta dan data-data yang benar serta pendapat-pendapat yang benar pula. Teknik ini lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.
- Persuasif merupakan teknik yang mempengaruhi dengan cara membujuk.
- Edukatif adalah salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta, dan pengalaman
- Koersif yaitu dapat mempengaruhi khalayak dengan cara yang memaksa.

Teknik ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan- peraturan, perintah-perintah, dan intimidasi.

Lalu menurut Arifin juga agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif, maka komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, yaitu :

- Mengetahui khalayak, untuk mendapatkan hasil yang positif dari proses komunikasi, komunikator perlu menciptakan persamaan kepentingan dengan audiens. Untuk menyamakan kepentingan tersebut, komunikator perlu mengetahui, mengerti, dan memahami, pola pikir serta pengalaman lapangan audiens. Hal pertama yang perlu dimengerti oleh komunikator dari audiens adalah kondisi fisik dan kepribadian audiens, seperti :

- 1) Pengetahuan audiens mengenai pokok permasalahan.
- 2) Pengetahuan audiens untuk menerima pesan-pesan melalui media yang digunakan.
- 3) Pengetahuan audiens terutama perbendaharaan kata yang digunakan.

Hal kedua yang perlu dimengerti dan dipahami oleh komunikator adalah pengaruh kelompok dan masyarakat, serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok. Ketiga bagaimana situasi kelompok itu berada.

- Menentukan tujuan. Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi yang akan digunakan, adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik yaitu :

- 1) Memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi. Masyarakat cenderung merasa lebih baik diberi informasi yang telah diperlukannya. Menolong orang lain, memberikan nasehat kepada orang lain dalam mencapai tujuan.
- 2) Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan atau status seseorang maka akan semakin penting bantuan orang lain dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan.
- 3) Mengevaluasi perilaku secara efektif, yaitu suatu penelitian untuk mengetahui hal-hal yang akan mereka lakukan setelah menerima pesan.

- Menyusun pesan. Dalam menyusun penyusun pesan memiliki 2 model yaitu model pilihan dan model desain. Model pilihan adalah strategi melihat

bagaimana komunikator dalam memilih berbagai strategi pesan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan model desain pesan membangun pesan untuk mencapai suatu tujuan. Proses tersebut kemudian menjadi langkah dengan cara menyusun pesan. Ada 4 syarat Menyusun pesan yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman, sehingga dapat dengan mudah dimengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- 4) Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

- Menetapkan metode dan media yang digunakan. Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang disamakan dengan tujuan kondisi khalayak dan sebagainya, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaiannya pesan oleh komunikator terhadap komunikan. Dalam menciptakan komunikasi yang efektif, pemilihan media juga turut penting. Selain itu komunikasi memiliki hambatan yang umumnya terjadi saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan sering tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang diinginkan juga dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam prosesnya.

Ruslan (2003), menurutnya terdapat empat jenis hambatan yang mengganggu strategi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- Hambatan dalam proses penyampaian.  
Hambatan ini ada pada komunikator yang tidak mengerti akan apa yang disampaikannya, kesulitan dan tidak menguasai materi pesan, juga belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini dapat pula terjadi pada komunikan sebagai penerima pesan, dengan kesulitan menerima pesan sehingga menjadi sebuah hambatan. penyebabnya ada kemungkinan karena rendahnya tingkat penguasaan bahasa, Pendidikan, intelektual, dan sebagainya yang terdapat pada diri komunikan. Kegagalan atau hambatan komunikasi dapat terjadi juga dikarenakan faktor

lain, seperti feedback atau hasil tidak tercapai, media atau alat yang digunakan kurang tepat, dan hambatan dalam memahami pesan secara tepat

- Hambatan secara fisik

Hambatan ini adalah hambatan yang dikarenakan sarana fisik. Seperti gangguan pada sistem, pendengaran yang kurang baik. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat pada komunikan.

- Hambatan semantik

Hambatan segi semantik atau hambatan bahasa dan arti perkataan, yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara komunikator dan komunikan tentang bahasa atau lambang.

- Hambatan psiko sosial

Hambatan ini dikarenakan adanya perbedaan yang cukup besar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi, dan nilai-nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

Dalam buku “ilmu komunikasi teori dan praktek” Onong Uchjana Effendy (2009), menjelaskan bahwa dalam strategi komunikasi ada tahap=tahap penting yang harus diketahui, yakni sebagai berikut:

- Penetapan tujuan dan sasaran

Tujuan yang dimaksud disini adalah tentang isu dan gambaran bagaimana mencapai tujuan yang diharapkan. Sedangkan sasaran yang dimaksud adalah kepada objek tertentu yang muncul dari tujuan perusahaan.

- Memformulasikan aksi dan strategi respon

Strategi yang dirancang harus sesuai dengan yang menjadi tujuan. Terdapat dua jenis strategi yakni strategi proaktif dan strategi reaktif. Strategi proaktif adalah strategi komunikasi yang muncul karena inisiatif dari perusahaan. Sedangkan strategi reaktif adalah strategi komunikasi dari reaksi atas pengaruh lingkungan dan peluang dari lingkungan perusahaan.

- Menggunakan komunikasi efektif

Komunikasi yang efektif yaitu dengan memperhatikan apa saja yang akan disampaikan, komunikator yang menyampaikan pesan dengan struktur pesan yang baik kemudian memperhatikan media yang digunakan saat menjalankan komunikasi sehingga pada akhirnya akan muncul komunikasi yang saling mendapatkan keuntungan.

Secara khusus suatu strategi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari tahapan prosesnya. Menurut Arifin (1994) ada tahap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi. Perencanaan strategi merupakan suatu perbaikan untuk memperbaiki kinerja sebuah kelompok, komunitas maupun organisasi akibat suatu krisis atau konflik yang dialami. Lalu pelaksanaan adalah kegiatan menjalankan segala sesuatu yang sudah direncanakan dalam strategi yang dilakukan. Terakhir adalah evaluasi, yaitu sebagai bentuk penilaian terhadap program yang sudah dikerjakan.

#### **2.4. Keluhan Pelanggan**

Keluhan atau komplain pelanggan dapat diartikan sebagai sebuah perasaan yang mengganggu yang membuat ketidaknyamanan. Keluhan atau komplain pelanggan adalah ekspresi perasaan tidak puas seorang pelanggan terhadap standar pelayanan, ada atau tidak adanya tindakan petugas pelayanan yang berpengaruh kepada pelanggan. Keluhan berdasarkan tujuannya ada 2, yaitu :

- A. *Instrumental Complaint*, yaitu keluhan yang disampaikan dengan tujuan agar perusahaan dapat merubah atau memperbaiki situasi yang tidak diinginkan oleh si pelanggan.
- B. *Non-Instrumental Complaint*, yaitu keluhan yang dilontarkan untuk pihak ketiga. *Non-instrumental complain* juga sebuah ekspresi yang diberikan oleh pelanggan tanpa adanya harapan akan teratasinya masalah.

Keluhan menurut Mayangsari (2015), keluhan atau komplain adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan dan kemarahan atas pelayanan jasa atau produk dari pelanggan pada perusahaan yang cenderung bersifat negatif, penyampaiannya baik secara tertulis maupun secara lisan. Biasanya dikarenakan masalah-perkara misalnya lemahnya tanggung jawab, lemahnya pertolongan dari staf perusahaan ketersediaan produk, kebijakan toko/perusahaan, serta perubahan pelayanan.

Menurut Barlow & Moller (1996), keluhan merupakan sebuah harapan yang belum terpenuhi.

Keluhan menurut Tjiptono (2008:20), keluhan pelanggan adalah ungkapan kekecewaan atau ketidakpuasan. Hal itu dapat berasal dari keadaan yang dirasakan tidak sesuai dari persepsi atau pikiran pelanggan. Keluhan dari pelanggan itu sendiri dijadikan sebagai bentuk evaluasi yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan adanya keluhan pelanggan, perusahaan dapat mengetahui kelemahan yang ada pada perusahaan dan memperbaikinya.

Sedangkan keluhan menurut Bell dan Luddington (2006), keluhan pelanggan

adalah umpan balik atau *feedback* dari pelanggan yang ditunjukkan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik yang dilakukan pelanggan dapat berupa tulisan maupun lisan.

Komplain atau keluhan disampaikan karena adanya rasa ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan, kesenjangan harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan. Adapun faktor yang menyebabkan pelanggan merasatidak puas dan memberikan keluhan atau komplain kepada perusahaan menurut kurnia (2002) dapat dikelompokkan menjadi beberapa sumber yaitu:

1. Aspek lingkungan fasilitas fisik (*physical environment*), yang dimana terciptanya suasana serta kondisi fisik yang tidak mendukung.
2. Aspek fisik (*physical good*), barang atau jasa.
3. Aspek manusia dan pelayanan (*service and personnel*), perilaku personel yang kurang memuaskan sehingga layanan proses pelanggan dalam menikmati jasa tidak memuaskan.
4. Aspek pengharapan (*expectation*), dimana timbul adanya ketidaksesuaian antara harapan dengan kenyataan yang didapat.

Sementara itu menurut Soeharto A. Majid (2009:149) menyatakan pendapat adanya beberapa hal yang menjadi faktor terjadinya keluhan pelanggan, yaitu:

1. Pelayanan yang diharapkan tidak sesuai.
2. Pelanggan diacuhkan.
3. Tidak ada yang mau mendengarkan.
4. Seseorang berlaku tidak sopan atau tidak membantu terhadap pelanggan.
5. Tidak ada yang mau bertanggung jawab atas kesalahan.
6. Ada kegagalan komunikasi.

Menurut Kotler (2005), keluhan pelanggan adalah bentuk aspirasi dari pelanggan yang terjadi karena adanya ketidakpuasan terhadap suatu barang atau jasa. Macam-macam keluhan terbagi menjadi dua, yaitu keluhan yang disampaikan melalui lisan dan keluhan yang disampaikan lewat tulisan.

Adapun jenis komplain atau keluhan menurut Al Arif (2012) terbagi menjadi 4 jenis komplain, yaitu :

A. *Mechanical Complaint* (keluhan mekanikal)

Keluhan mekanikal ini adalah keluhan yang disampaikan oleh pelanggan berhubungan dengan fungsi peralatan atau produk yang didapatkan. Jenis keluhan ini biasa disebabkan karena kesalahan pada peralatan atau perlengkapan yang tersedia.

B. *Attitudinal Complaint* (keluhan sikap karyawan perusahaan)

Keluhan *attitudinal* ini merupakan keluhan yang disampaikan oleh pelanggan berkaitan dengan sikap atau perilaku karyawan yang negatif pada saat melayani pelanggan. Jenis keluhan ini terjadi disaat adanya karyawan memberikan sikap yang buruk dalam melayani pelanggan yang dapat menimbulkan kekecewaan pelanggan kepada perusahaan.

C. *Service Related Complaint* (keluhan yang berkaitan dengan pelayanan)

Keluhan *service related* adalah keluhan terkait dengan pelayanan itu sendiri. Pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan yang biasanya memakan waktu yang lama sehingga menghabiskan dan merugikan waktu pelanggan. Pelayanan yang kurang cepat adalah contoh dari *service related complaint*.

D. *Unusual Complaint* (keluhan yang aneh)

*Unusual complaint* merupakan keluhan yang aneh, biasanya keluhan ini bersifat tidak wajar atau tidak umum, karena keluhan ini merupakan keluhan yang tidak ada hubungannya dengan produk atau jasa atau pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Biasanya keluhan seperti ini secara psikologis disampaikan oleh orang-orang yang hidupnya tidak bahagia.

Pada umumnya komplain merupakan sebuah ekspresi yang dipersepsikan sebagai kemarahan, kesalahan, kekecewaan, konflik dan lain sebagainya. Komplain atau keluhan dari pelanggan sendiri sebenarnya dibutuhkan oleh perusahaan, karena komplain dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Manfaat komplain antara lain adalah:

1. Perusahaan akan tahu mengenai kelemahan dan kekurangan pelayanan yang dimiliki dalam melayani pelanggan.
2. Dengan timbulnya komplain dari pelanggan, perusahaan dapat mengetahui kualitas yang harus diperbaiki.
3. Sebagai alat introspeksi, senantiasa responsif dan juga memperhatikan suara pelanggan.
4. Mempermudah perusahaan dalam meningkatkan mutu pelayanan.
5. Saat komplain segera ditangani, pelanggan merasa diperhatikan dan akan memberikan dampak positif pada perusahaan.
6. Memperkuat rasa kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan.
7. Penanganan komplain yang benar dan tepat serta berhasil dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.



8. Penanganan komplain yang memuaskan akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
9. Setiap adanya komplain, akan membuat perusahaan bekerja lebih baik.

Selain itu manfaat dari adanya penyampaian keluhan atau komplain terdiri dari empat jenis, yaitu:

1. Manfaat emosional, yakni kesempatan untuk menuntut hak, menumpahkan kekesalan dan permintaan maaf.
2. Manfaat fungsional, yakni pengembalian uang, penggantian produk yang dibeli, atau reparasi produk agar dapat berfungsi sebagaimana fungsinya.
3. Manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan akibat pelayanan yang buruk.
4. Penyempurnaan produk atau jasa, yakni perusahaan akan memperbaiki atau meningkatkan kualitas yang ditawarkan.

Menurut S. Muharam (2003), terdapat delapan panduan dalam penanganan komplain atau keluhan pelanggan yaitu:

- Tanggapi langsung kebutuhan pelanggan
- Tunjukkan rasa percaya diri dan mengontrol situasi
- Hindari dari pandangan orang banyak
- Minta maaf ketidaknyamanan yang telah terjadi dan menjelaskan faktanya
- Segera perbaiki kesalahan tanpa mencari kambing hitam
- Selidiki masalah, dokumentasikan dan analisa kecenderungannya
- Review dan buat prosedur untuk mencegah timbulnya masalah yang sama
- Komunikasi kepada semua bagian atas kasus dan pemecahannya

Seiring beragamnya pendapat mengenai penanganan komplain pelanggan, teori penanganan keluhan atas ketidakpuasan tamu mulai muncul dan dijadikan suatu konsep. Penjelasan yang dipaparkan oleh Soenarno (2006) mengenai penanganan komplain pelanggan adalah sebagai berikut :

#### *1. Hear them out*

*Hear them out* merupakan proses dalam mendengarkan keluhan tamu dengan seksama. Mendengarkan seseorang yang memberikan keluhan adalah langkah profesional untuk mencapai *excellent service*. Mendengarkan secara aktif sangat dianjurkan sehingga tidak membuat tamu berbicara satu arah atau berbicara sendiri.

## *2. Empathize*

Menunjukkan rasa empati kepada tamu membuat kita dapat ikut merasakan apa yang dirasakan oleh tamu dan kemudian mencari solusi dalam sebuah permasalahan.

## *3. Apologize*

Meminta maaf kepada tamu terkait keluhan yang disampaikan. Meminta maaf kepada tamu adalah hal yang penting saat disampaikannya sebuah keluhan. Menimpakan sebuah kesalahan dan saling menyalahkan kepada orang lain adalah hal yang sangat tidak baik ketika terjadinya sebuah keluhan.

## *4. Taking action and follow up*

Upaya ini adalah upaya yang dilakukan dalam penanganan komplain agar penanganan komplain lebih baik dan berusaha untuk mengkomunikasikan kepada tamu yang memberi komplain dengan tepat.

Dari beberapa teori yang telah dipaparkan diatas, teori metode HEAT merupakan teori yang paling banyak digunakan pada penelitian ini, karena metode HEAT sangat penting untuk diimplementasikan pada hotel untuk menghadirkan pelayanan hotel yang prima. Dengan metode HEAT diharapkan dapat memberikan kenyamanan fisik maupun psikis bagi setiap pelanggan yang datang. dengan fasilitas dan pelayanan yang nyaman tersebut, maka dapat memberikan kesan positif sekaligus kepuasan maksimal bagi pelanggan, sehingga dengan sendirinya pelanggan akan datang kembali, bahkan ada pelanggan yang akan dengan sukarela memberikan informasi kepada orang lain. Hal ini tentu sangat menguntungkan pihak hotel karena memiliki nama baik ditengah masyarakat, sekaligus secara tidak langsung membantu pihak marketing dalam memasarkan hotel kepada masyarakat.

## **2.5. Hotel**

Hotel secara umum merupakan suatu bangunan, perusahaan atau badan usaha yang bergerak dalam penyediaan pelayanan jasa penginapan, termasuk juga makanan dan minuman serta fasilitas-fasilitas jasa lainnya. Semua pelayanan ditujukan kepada masyarakat umum, baik yang bermalam di hotel tersebut atau yang hanya datang menggunakan fasilitas yang dimiliki oleh hotel seperti kolam renang atau tempat olahraga.

Menurut Manurung dan Tarmoezi (2002:2) dalam Isdarmanto (2018) menyatakan bahwa hotel adalah sebuah gedung yang digunakan untuk tempat penginapan dengan tujuan komersial dan menyediakan jasa pelayanan secara profesional bagi tamu termasuk penyediaan makanan dan minuman serta fasilitas yang lain.

Sulastiyono (2011:5) dalam Isdarmanto (2018), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan dan terima tanpa adanya perjanjian khusus.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif. Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2010:13).

Metode pendekatan kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif. Menurut Arikunto (2006:310), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha menggambarkan atau menguraikan “apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan”. Artinya, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mencoba memberikan interpretasi secara mendalam terhadap temuan-temuan lapangan berdasarkan fakta-fakta sosial yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya untuk menjelaskan dan mendeskripsikan strategi komunikasi penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Melalui pendekatan kualitatif ini akan disampaikan uraian-uraian mengenai strategi komunikasi dalam penanganan komplain serta dampak yang dihasilkan secara mendalam dan menyeluruh melalui analisis dari hasil wawancara dan dokumen-dokumen yang berasal dari sumber yang dapat dipercaya.

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2022. Objek dalam penelitian ini adalah Hotel Cakra Kembang Yogyakarta yang beralamat di Jl. Kaliurang No.44, Km 5,5, Manggung, Caturtunggal, Depok, Sleman.

### **3. Narasumber atau Informan Penelitian**

Narasumber dalam penelitian dipilih dengan menggunakan teknik sampel *purposive sampling* dimana tidak setiap individu dalam populasi memiliki peluang

untuk terpilih. Maksudnya adalah wawancara dalam penelitian ini memiliki kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dimaksud untuk menjadi narasumber adalah orang yang kompeten atau pernah melakukan penanganan komplain seperti manajer hotel tersebut atau karyawan yang ditugaskan untuk menangani komplain pelanggan.

#### **4. Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Wawancara**

Penelitian ini melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berkompeten pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penanganan komplain pelanggan. Penelitian mengenai strategi komunikasi penanganan komplain pelanggan pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memerlukan informan yang memiliki pemahaman yang berkaitan langsung terhadap masalah penelitian, tujuannya untuk memperoleh data dan informasi yang akurat.

##### **b. Dokumentasi**

Menurut Nasution (2003: 143), dokumentasi merupakan kegiatan mengambil data melalui dokumen yang berasal dari berbagai media sesuai dengan masalah apa yang ingin diteliti.

Adapun dokumentasi yang dilakukan yaitu untuk memperoleh fakta dan data melalui berbagai media seperti surat, pengambilan gambar, dan lain sebagainya.

#### **5. Analisis Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2009) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut Moleong (2009) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dapat dimanfaatkan untuk beberapa keperluan. salah satunya untuk memahami isu-isu rinci tentang situasi dan situasi yang dihadapi seseorang.

Penelitian ini menggunakan langkah-langkah yang masih bersifat umum, yakni (1) Reduksi data, (2) Display data, (3) mengambil kesimpulan dan verifikasi (Nasution, 2003:129).

Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing langkah diatas yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan data kasar, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan penulis.

2. Display data, yaitu sekumpulan informasi yang terkumpul dibuat matriks yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu mencari makna data yang dikumpulkan, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi- konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung.

## **BAB II**

### **GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Hotel Cakra Kembang Yogyakarta**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

Hotel Cakra Kembang merupakan salah satu hotel berbintang 3 yang ada di kawasan Daerah Istimewa Yogyakarta tepatnya di Jl. Kaliurang No. 44 Km. 5,5 Yogyakarta. Sebelum hotel Cakra Kembang berdiri, Bapak Darmadi sebagai pemilik hotel terlebih dahulu telah mendirikan PB. Rahayu yang bergerak dalam bidang kontraktor sipil yang sekarang telah berubah menjadi PT. Rahayu PB. pada saat itu. Bapak H. Darmadi yang sudah mempunyai cabang usaha di 3 kota, yaitu Magelang, Surakarta, dan Wonogiri melihat prospek pariwisata di Yogyakarta yang bagus dan menilai akan tumbuh dengan baik. Pada tahun 1987, Bapak H. Darmadi mendirikan hotel dengan jumlah kamar sebanyak 15, dengan tipe standard business dan dioperasikan pada tahun 1988. Tahun 1990, Hotel Cakra Kembang dikembangkan lagi menjadi 35 kamar, terdiri dari 20 kamar superior dan 15 standard business yang dioperasikan pada tahun 1991.

Lokasi yang dulu merupakan garasi truk dan mobil dibangun menjadi gedung pertemuan. Pada tahun tersebut Hotel Cakra Kembang yang dulunya hotel melati naik menjadi hotel bintang 1. Pada tanggal 23 Maret 1991, Bapak H. Darmadi meninggal dunia dan usaha Hotel Cakra Kembang dilanjutkan oleh Ibu Hj. Sugiyanti Darmadi. Pada tahun 2001, Ibu Hj. Sugiyanti Darmadi membangun Plaza Cakra Kembang yang dioperasikan pada tahun 2002. Pada tahun 2002, Plaza Cakra Kembang yang berhadapan dengan halaman Hotel Cakra Kembang dijadikan ruang meeting dan diberi nama ruang meeting Dewi Shinta.

Hingga saat ini Hotel Cakra Kembang memiliki 4 ruang meeting yaitu Hall Arimbi, Dewi Shinta, Dewi Kunthi, dan Dewi Ratih. Pada awal berdirinya, Hotel Cakra Kembang telah memiliki kolam renang dan joglo, namun pada tahun 2010 dilakukan renovasi untuk memperindah kolam renang. Guna memenuhi persyaratan hotel berbintang dari Dinas Pariwisata, hotel membeli 2 unit genset dengan daya 70 KVA per unitnya. Seiring meningkatnya persaingan dalam bisnis hotel, pada tahun 2009, Hotel Cakra Kembang telah memiliki 66 kamar. Terdiri dari 10 kamar

business, 18 kamar superior, 24 kamar deluxe, dan 14 kamar executive yang keseluruhannya dioperasikan pada tahun 2010. Bangunan hotel tahun 1987 yang terdiri dari 15 kamar, pada tahun 2010 di lantai satu kamarnya diubah dan dibangun menjadi gedung pertemuan.



Berdasarkan dari nama hotel yang terlihat pada logonya, Hotel Cakra Kembang tidak serta merta dibuat begitu saja. Adapun arti Cakra Kembang adalah rumah Raden Kamajaya dan Dewi Ratih. Batara Kamajaya adalah salah satu diantara banyak dewa dalam cerita Wayang Purwa. Ia terkenal tampan (cakap), berbudi luhur, jujur, berhati lembut dan kasih sayang kepada istri. Istrinya bernama Dewi Ratih tidak kalah terkenal karena kecantikannya dan seluruh laku, watak dan budinya sama dengan suaminya. Pasangan suami istri dewa itu sangat rukun dan masing-masing selalu menjaga kesetiaannya lahir batin dan sehidup semati.

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

Setiap perusahaan tentunya memiliki visi dan misi guna menjadi dasar akan apa yang hendak dicapai dan bagaimana untuk mencapainya agar perusahaan tetap berada pada jalur dan tujuan awal sebuah perusahaan didirikan. Adapun visi dan misinya sebagai berikut:

a. Visi

Menjadikan Hotel Cakra Kembang Hotel yang paling nyaman dan aman di Yogyakarta.

b. Misi

1. Fisik

- a. Merawat & memelihara peralatan secara rutin dan terus-menerus.
- b. Memastikan semua fasilitas dan peralatan berfungsi dengan baik.
- c. Meningkatkan kualitas semua fasilitas dan peralatan.
- d. Menjaga kebersihan di seluruh kamar maupun area.
- e. Menciptakan suasana indah, nyaman, dan menarik.
- f. Memperbaharui / mengganti papan nama dengan material yang lebih baik, penempatan yang lebih jelas untuk memudahkan orang mencari Hotel Cakra Kembang.
- g. Mengganti kunci kamar dari mekanik menjadi elektrik.

2. Sumber Daya Manusia

- a. Meningkatkan kualitas dan kemampuan SDM dari tingkat manajer sampai tingkat pelaksana, sehingga benar-benar menguasai pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan di seluruh department.
- c. Meningkatkan kedisiplinan seluruh SDM yang ada.
- d. Meningkatkan kepekaan karyawan dan produktivitas kerja.
- e. Membangun tim kerja yang solid antar semua departemen untuk saling mendukung.
- f. Melengkapi karyawan dengan bahasa asing dan bahasa daerah di Indonesia untuk memberikan pelayanan personal dalam arti positif (personalize service).

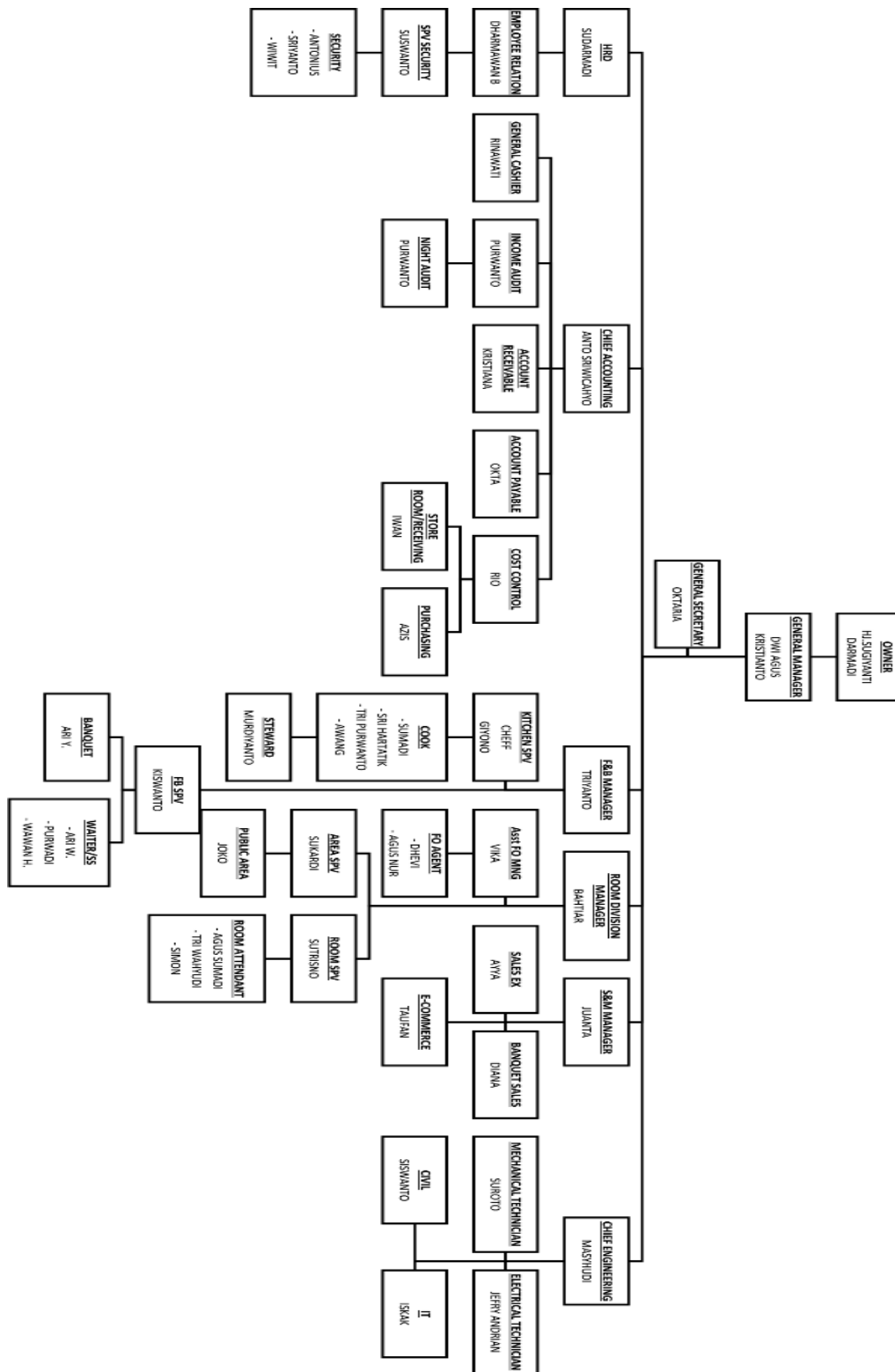
3. Sales & Marketing

- a. Melakukan usaha pemasaran dan penjualan secara aktif, agresif, terarah & efisien.
- b. Membuka jaringan baru (pasar yang belum pernah bekerjasama dengan Hotel Cakra Kembang).
- c. Melakukan promosi publikasi baik melalui media cetak maupun elektronik.



- d. Membuat terobosan bisnis terutama untuk meningkatkan sales coefisien.
  - e. Bersama FB Department, membuat kreasi bisnis antara lain: dinner, table manner, cooking class, wedding, music, dan lain-lain.
  - f. Meningkatkan penjualan MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition ), minimal 3 MICE dalam satu hari.
  - g. Memberikan atensi atau memberi penghargaan kepada customer terutama costumer yang cukup sering support Hotel Cakra Kembang.
4. Administrasi & Keuangan
- a. Meningkatkan disiplin & tertib administrasi keuangan.
  - b. Tertib dalam pelaporan dan filing.
  - c. Melakukan pengendalian cost & expenses dan efisiensi.
  - d. Melakukan sistem penagihan secara konsisten.
  - e. Melakukan receiving atau penerimaan barang dengan benar dan teliti.
  - f. Melakukan pembelian barang untuk department-department secara benar.
  - g. Melakukan survey pasar untuk mengetahui dengan jelas harga pasar yang valid.

### 3. Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber : Data Sekunder Hotel Cakra Kembang Yogyakarta)

Dari struktur organisasi diatas, selanjutnya akan dijelaskan tugas dari masing-masing bagian :

1. *Owner*

Pemilik merupakan penyedia dan penanggung resiko tunggal. Pemilik berhak juga meminta mengenai perkembangan perusahaan dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan.

2. *Direksi dan Manager*

Di Hotel Cakra Kembang, direksi menjabat langsung menjadi manajer hotel.

Tugas dan tanggung jawab *manager* adalah :

- Memimpin dan mengawasi kelancaran operasional seluruh departemen.
- Mengecek langsung pelaksanaan tugas seluruh departemen.
- Mengadakan Analisa mengenai pembangunan perusahaan serta menerapkan sistem penentuan harga.
- Menganalisa turunnya aset serta untung rugi.

3. *Supervisor*

Tugas dan tanggung jawab supervisor adalah :

- Mengadakan pengawasan, pengarahan, pembinaan, dan penentuan tenaga kerja.
- *Menghandle* reservasi dan melakukan negosiasi dengan tamu atas izin atasan.
- Meneliti semua laporan perusahaan.
- Melakukan pengarahan terhadap calon karyawan yang sedang uji coba.
- Membantu menangani dan mengantisipasi komplain tamu dengan bijaksana.

4. *Front Office Department*

*Front office department* merupakan urat nadi perhotelan, karena menyangkut masalah hidup dan matinya hotel tergantung pada *front office*.

*Front office* membawahi :

a. *Chief Front Office*

Tugas dan tanggung jawab *chief front office* adalah :

- Memimpin pelaksanaan tugas di *front office department*.
- Memimpin dan mengarahkan resepsionis dalam bertugas.
- Menangani reservasi.

- Menangani permasalahan yang timbul di *front office department*.
- Membuat statistik analisa tingkah laku, jumlah tamu dan asal tamu.

b. *Receptionist*

Tugas dan tanggung jawab resepsionis adalah :

- Mengecek reservasi dan melihat jenis kamar yang dipesan tamu.
- Mengantarkan kepada *housekeeping* tamu-tamu yang *check-in*.
- Membuat *guest bill* sesuai dengan nama tamu yang *check-in*.
- Melakukan *blocking room* untuk *group*.

c. *Bellboy*

- Mengecek buku *massage* kalau ada pesanan dan catatan penting untuk diketahui dan harus dikerjakan pada hari tersebut.
- Bersikap ramah, sopan, dan siap memberikan pelayanan kepada tamu dengan sebaik-baiknya.

d. *Housekeeping*

Di Dalam *Housekeeping department* dipimpin oleh *chief housekeeping*.

Tugas dan tanggung jawab *Housekeeping* :

- Mengawasi dan mengatur terselenggaranya kerapian serta penampilan yang menarik pada *room area*, *public area*, *back of the house area*, sehingga dapat dicapai standar yang ditentukan.
- Bertanggung Jawab atas kelancaran tugas operasional dan administrasi *housekeeping department* berdasarkan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

*Chief Housekeeping* membawahi :

1. *Roomboy*

Tugas dan tanggung jawab *room boy* adalah :

- Menyiapkan kelengkapan kerja, menjaga kebersihan dan kelengkapannya.
- Menangani kebersihan kamar.
- Melengkapi kamar.

2. *Houseman*

Tugas dan tanggung jawab *Houseman* adalah :

- Membersihkan semua *public area*, *office restaurant*, *souvenir shop*.
- Merapikan *room area*.

#### 5. *Food and Beverage Department*

Departemen dibagi menjadi 2 bagian yaitu :

##### a. *Waiter/waitress*

Di Hotel Cakra Kembang terdapat fasilitas restoran, dalam restoran tersebut menyediakan berbagai macam makanan dan minuman kepada para tamu sesuai dengan standar internasional.

Dalam hal ini restoran yang ada di Hotel Cakra Kembang operasi kerjanya dilakukan oleh seorang *waiter/waitress*.

Tugas *waiter/waitress* adalah :

- Mengucapkan salam pada tamu.
- Mempersilahkan tamu duduk.
- Mempersiapkan peralatan di meja tamu.
- Membersihkan tempat kerja, dan mempersiapkan peralatan untuk *shift* berikutnya.

##### b. *Cook*

*Cook* bertanggung jawab dan bertugas mengelola makanan.

Tugas dan tanggung jawab *cook* adalah :

- Menyiapkan bahan-bahan yang akan digunakan untuk hari ini.
- Mengadakan persiapan bahan terutama untuk bahan-bahan makanan yang sering laku.
- Menerima orderan dari *waiter/waitress/front office* (FO).
- Memasak makanan order dalam, yang cepat dan menampilkannya dengan menarik dalam rasa dan warna sesuai dengan standar.
- Setelah selesai dipakai untuk memasak, peralatan harus dicuci sendiri.
- Mencatat bahan-bahan yang mungkin sudah kadaluarsa.
- Menempatkan peralatan pada tempatnya sehingga mudah dicari.
- Menjaga kebersihan seluruh area *kitchen*.
- Membuat menu masakan apabila ada orderan menu prasmanan.
- Menyediakan air putih matang, dingin, es batu.

- Ikut membantu dalam, inventarisasi peralatan *kitchen* dan restoran.
- Dapat menciptakan keadaan dapur serba bersih, higienis, rapi, teratur dan sehat.
- Utamakan tepat waktu dalam membuat/ melayani orderan.
- Siap melaksanakan tugas/perintah dari atasan/pimpinan.

#### 6. *Engineering Department*

*Engineering department* dipimpin oleh *chief engineering* yang bertugas dan bertanggung jawab atas pemeliharaan dan perbaikan peralatan yang berhubungan dengan listrik, instalasi air, dan alat-alat elektronik.

Tugas dan tanggung jawab *engineering department* adalah :

- Melakukan pengecekan pada instalasi listrik air, dan alat-alat elektronik.
- Melaksanakan pemeliharaan dan perbaikan peralatan pada instalasi listrik, instalasi air bersih.
- Membuat laporan kerusakan peralatan serta *budget engineering department*.

*Chief engineering* membawahi :

##### a. *Engineer*

*Engineer* bertugas dan bertanggung jawab atas perbaikan dan pemeliharaan alat-alat elektronik, peralatan dan instalasi listrik.

##### b. *Maintenance*

*Maintenance* bertugas dan bertanggung jawab atas pemeliharaan perbaikan dan penampilan yang menarik pada bangunan hotel.

##### c. *Pool Attendant*

*Pool attendant* bertugas dan bertanggung jawab menangani pemeliharaan dan kebersihan *swimming pool* dan *shower room* serta menjaga keselamatan tamu dan barang-barang milik tamu di area kerjanya.

#### 7. *Accounting dan General Office*

*Accounting dan general office* di suatu Hotel dipimpin oleh *chief officer* yang bertugas dan bertanggung jawab atas kelancaran administrasi, laporan keuangan, serta personalia hotel.

Tugas dan tanggung jawab *accounting dan general officer* adalah :

- Menerima laporan dari sekretaris, menangani surat-surat yang keluar dan masuk.
- Menerima laporan keuangan dari *general cashier* serta mengeceknya.
- Menganalisa mengenai laporan keuangan serta membuat laporan keuangan harian, mingguan, bulanan, serta tahunan.

*Chief Officer* membawahi :

- *General Cashier* bertugas atas pengecekan kebenaran laporan keuangan dari seluruh outlet.
- *Secretary* bertugas dan bertanggung jawab atas kelancaran administrasi dan laporan keuangan hotel.

#### 8. *Security Department*

*Security department* dipimpin oleh *chief security*

Tugas dan tanggung jawab *chief security* adalah :

- Memimpin pelaksanaan tugas keamanan tamu, karyawan maupun benda-benda milik hotel.
- Meneliti *log book* yang dibuat oleh satpam.
- Mengadakan pengawasan langsung ke area yang menjadi tanggung jawabnya.
- Menangani masalah-masalah yang timbul mengenai tata tertib dan keamanan.

*Chief security* membawahi satpam

Tugas dan tanggung jawab satpam adalah :

- Melakukan pengawasan terhadap tamu yang datang.
- Mencatat nomor kendaraan tamu yang datang.
- Mencatat keterlambatan karyawan yang berhubungan dengan presensi.
- Mengawasi ketertiban presensi karyawan.
- Melakukan pengawasan terhadap karyawan yang datang dan yang pulang.

#### 4. Fasilitas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

Terdapat beberapa fasilitas, sarana dan prasarana yang ditawarkan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.



Gambar 4.1 Fasilitas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber : cakrakembang-hotel.com)

- a. Beberapa fasilitas tersebut dibedakan dalam beberapa tipe, sesuai dengan kategori-kategori dari setiap kamar. Dari 65 kamar yang disediakan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, tipe-tipe kamar terbagi sebagai berikut :

Tipe Room	Jumlah Room
<i>Superior</i>	10 room
<i>Deluxe</i>	16 room
<i>Executive</i>	17 room
<i>Suite</i>	2 room

Tabel 4.1 Tipe Kamar Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber: Data Sekunder Hotel Cakra Kembang Yogyakarta)



Setiap kamar dilengkapi dengan beberapa fasilitas yang mendukung yaitu:

- a. Kasur berukuran *King/Twin bed*
- b. Kamar mandi dengan air panas dan dingin
- c. *Bathtub* dan *shower*
- d. LED TV dengan kabel satelit
- e. Pembuat kopi dan the
- f. Air minum
- g. Akses Wi-Fi
- h. Lemari penyimpanan
- i. Pendingin ruangan / AC

Selain fasilitas yang disediakan di setiap kamarnya, terdapat beberapa fasilitas yang ditawarkan lainnya, yaitu :

- a. Kolam renang
- b. Pusat kebugaran
- c. Restoran joglo
- d. Spa
- e. Ruang *meeting*

Selain itu masih banyak lagi yang ditawarkan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta seperti memberikan fasilitas paket acara.

## **BAB III**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Usaha dalam bidang apapun pastinya tak lepas dari dampak positif maupun negatif, salah satunya adalah usaha hotel yang menawarkan jasa. Terdapat konsekuensi besar yang muncul dari bidang perhotelan, salah satu diantaranya adalah keluhan. Komplain atau keluhan yang diberikan tamu terkadang tidak dapat diprediksi, meski hotel sudah berupaya memberikan pelayanan terbaik, komplain yang diberikan tamu tetap bisa terjadi. Hotel Cakra Kembang Yogyakarta yang merupakan hotel berbintang 3 ini juga tetap tak lepas dari berbagai komplain dari para pengunjung atau tamu hotel. Ada banyak hal-hal tak terduga yang menjadi keluhan dari para tamu hotel dan tentunya dari pihak hotel harus siap dan sudah memiliki solusi terhadap berbagai keluhan yang akan dihadapi.

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan serta membahas temuan data terkait penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta lebih jelas. Setelah melakukan penelitian secara langsung di Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, peneliti menemukan beberapa fakta temuan tentang komplain yang terjadi pada hotel tersebut. Penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dengan beberapa narasumber yang terkait terhadap penanganan komplain pelanggan atau tamu hotel. Data ini diperoleh dari beberapa narasumber yang memiliki peran penting dalam berkembangnya Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, adapun beberapa narasumber tersebut yaitu:

1. *General Manager* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta : Agus Kristianto
2. *Room Division Manager* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta : Bahtiar
3. *Chef* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta : Kiswanto

Berikut hasil temuan dan pembahasan oleh peneliti:

#### **1. Keluhan atau Komplain**

Keluhan atau komplain tentunya menjadi sebuah hal yang tidak diinginkan oleh setiap jenis usaha. Namun keluhan merupakan suatu bentuk ekspresi perasaan ketidakpuasan pelanggan terhadap standar pelayanan yang ada pada perusahaan. Keluhan atau komplain terjadi saat adanya perasaan atau pengalaman yang mengecewakan bagi pelanggan. Adapun keluhan yang ditemui oleh peneliti pada Hotel Cakra Kembang tersebut didapat melalui wawancara kepada para narasumber sebagai berikut:

*“untuk komplain itu sendiri tidak begitu sering, tapi tetap ada. Kemungkinan dalam satu bulan ada dua atau tiga kali.”* (Hasil wawancara Bahtiar, *Room Division Manager* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta).

*“kalau seringnya tidak tentu, karena prinsip kita memberikan service sebaik mungkin untuk menghindari komplain dari tamu.”* (Hasil wawancara Kiswanto, *Chef* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta).

Untuk jenis komplain yang diterima oleh Hotel Cakra Kembang sendiri tergolong menjadi dua jenis komplain, yaitu ringan dan berat. Untuk jenis komplain yang ringan menyangkut dengan fasilitas, pelayanan dan kebersihan lingkungan. Jenis komplain atau keluhan yang dapat terkategori sebagai keluhan yang ringan adalah keluhan yang pada saat itu juga dapat diberikan solusi, atau penyelesaian. Sedangkan jenis komplain yang berat dapat dikategorikan sebagai keluhan yang tidak bisa secara langsung diselesaikan saat itu juga atau membutuhkan waktu, atau bahkan harus dipindahkan dahulu. Seperti pada wawancara yang didapat sebagai berikut:

*“...keluhan-keluhan tersebut kita klasifikasi kalau hal-hal yang bisa langsung kita eksekusi atau solving, misalkan kuncinya rusak dapat segera kita benahi, kalau berat misalkan AC kamar bocor dan airnya menggenang, jadi belum dapat langsung dieksekusi, dan tidak memungkinkan untuk ditempati. Solvingnya kami berikan kamar sebagai substitusi, lalu kita benahi bapak/ibu bisa berkenan move ke kamar yang lain atau kita upgrade yang ini kita tangani dulu. Jadi ringan atau beratnya keluhan kita identifikasi dari bisa tertangani atau tidak saat itu.”* (Hasil wawancara Agus Kristianto, *General Manager* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta).

Komplain biasa terklasifikasi dari pelayanan, fasilitas, dan juga dari pihak *Food and Beverage* (F&B). Untuk klasifikasi ada pada kamar seperti fasilitas kamar, atau pelayanan dan kebersihan kamar.

*“dalam F&B sendiri komplain paling ringan ada di ketepatan seperti kekurangan menu, mungkin menunggu beberapa menit, juga kebersihan. Untuk yang paling berat dalam F&B adalah taste (rasa).”* (Hasil wawancara Kiswanto, *Chef* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta).

Untuk keluhan-keluhan itu sendiri biasanya diterima oleh *staf* yang ada atau melalui telepon dari kamar tamu. saat itu juga penanganan komplain atau keluhan yang diterima jika dapat ditangani secara langsung akan dengan segera diselesaikan. Akan tetapi ada pula SOP (Standar Operasional Prosedur) yang ada di Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, ketika ada komplain atau keluhan dari tamu yang tidak dapat diselesaikan secara langsung akan disampaikan ke level yang lebih tinggi hingga ke *General Manager* Hotel.

## **2. Media Komplain atau Keluhan**

Dari data komplain diatas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta mengidentifikasi dan mengklasifikasi semua komplain yang diterima. Komplain yang diberikan oleh para tamu dapat disampaikan melalui berbagai media yang telah disediakan oleh pihak Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Untuk mendapatkan data komplain pihak Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memberikan media berupa *Comment Card*, serta *Platform Online*, dan Interview yang dilakukan oleh pihak resepsionis saat tamu *check-out*.

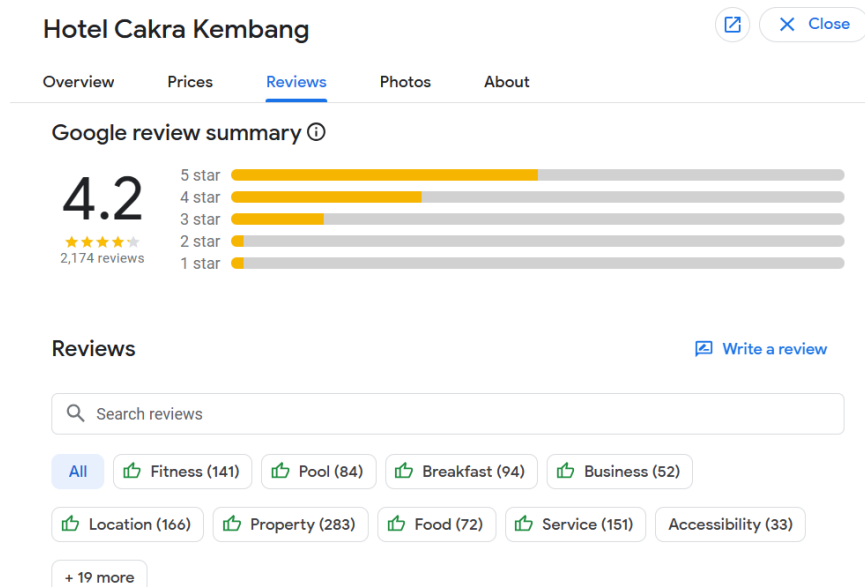
*“kalau kita mengidentifikasi komplain, biasanya kami mencek atau mentracing dari beberapa sumber, yang pertama dari sisi guest comment/comment card yang kita berikan biasanya di FO pada saat check-in atau disediakan di kamar. ...kemudian ada pada platform online seperti Traveloka, agoda, tiket.com, review yang diberikan tamu akan kita cermati keluhan-keluhan apa saja. Ketiga akan kami interview. Pada saat tamu check-out, FO akan menanyakan saran dan masukan...”* (Hasil Wawancara Agus Kristianto).

Melalui data wawancara tersebut, pihak Hotel Cakra Kembang Yogyakarta dapat mengidentifikasi berbagai macam komplain yang diberikan oleh tamu. untuk media yang dimiliki oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta adalah sebagai berikut:

Media	
Online	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Google Maps</i></li> <li>2. <i>Online Travel Agent (OTA)</i> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Traveloka</li> <li>b. Agoda</li> <li>c. Tiket.com</li> </ol> </li> </ol>
Offline	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Comment Card</i></li> <li>2. <i>Interview</i></li> </ol>

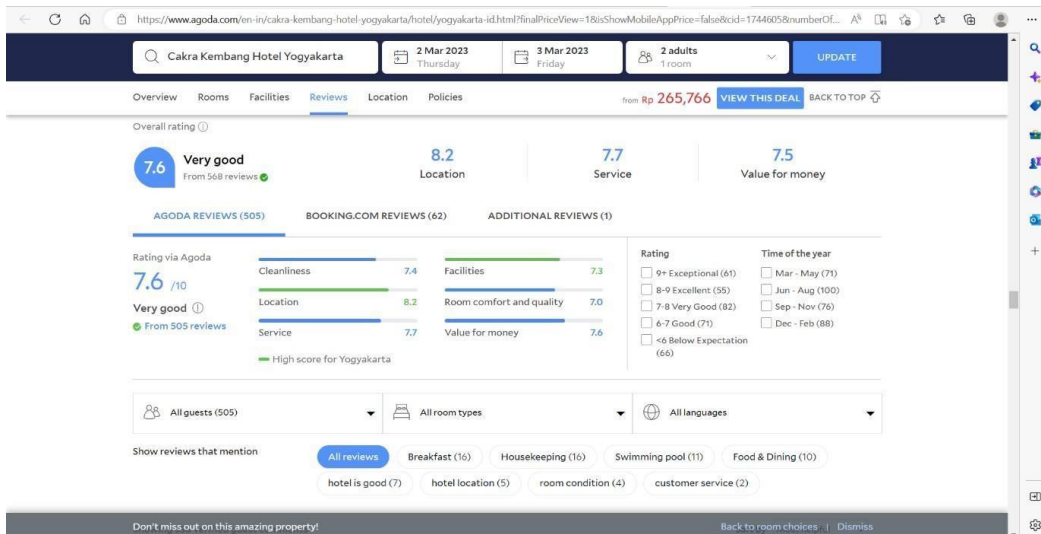
Tabel 2.1. Media keluhan atau komplain  
( Sumber : Data Wawancara )

Dari tabel 2.1 diatas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memiliki 2 jenis media yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya komplain atau keluhan, serta saran dan masukan pada hotel yaitu media *online* dan *offline*. Media *online* merupakan media berbasis internet yang terhubung dengan aplikasi pada *gadget* tamu. Aplikasi yang terhubung adalah Google Maps, Traveloka, Agoda, dan Tiket.com seperti gambar berikut:



Gambar 2.1. Google Maps Hotel Cakra Kembang Yogyakarta  
(Sumber : Google Maps)

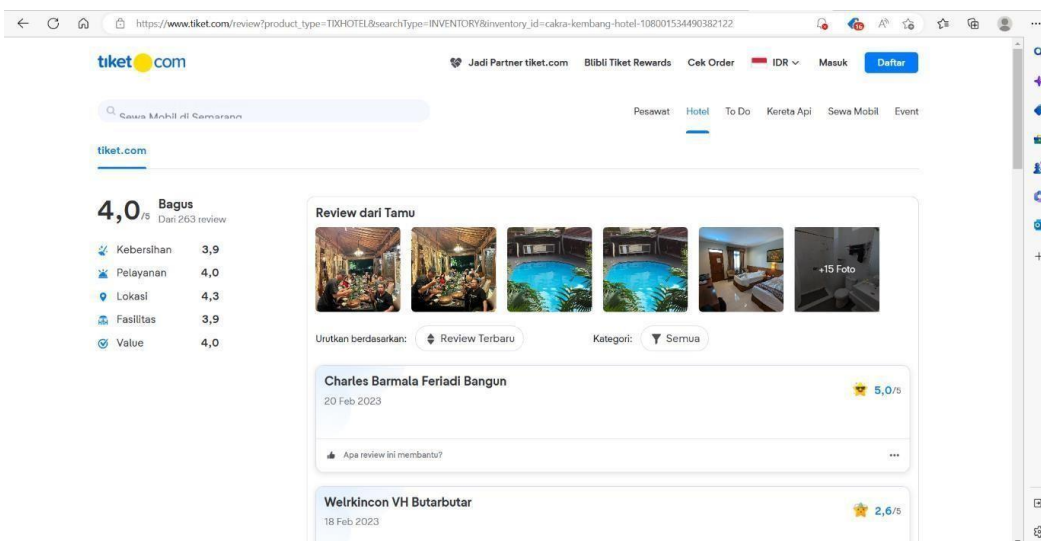
Dari gambar 2.1. menyatakan bahwa rating keseluruhan dari aplikasi Google Maps Hotel Cakra Kembang Yogyakarta menunjukkan angka 4.2 yang artinya baik.



Gambar 2.2. Agoda Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber : Agoda)

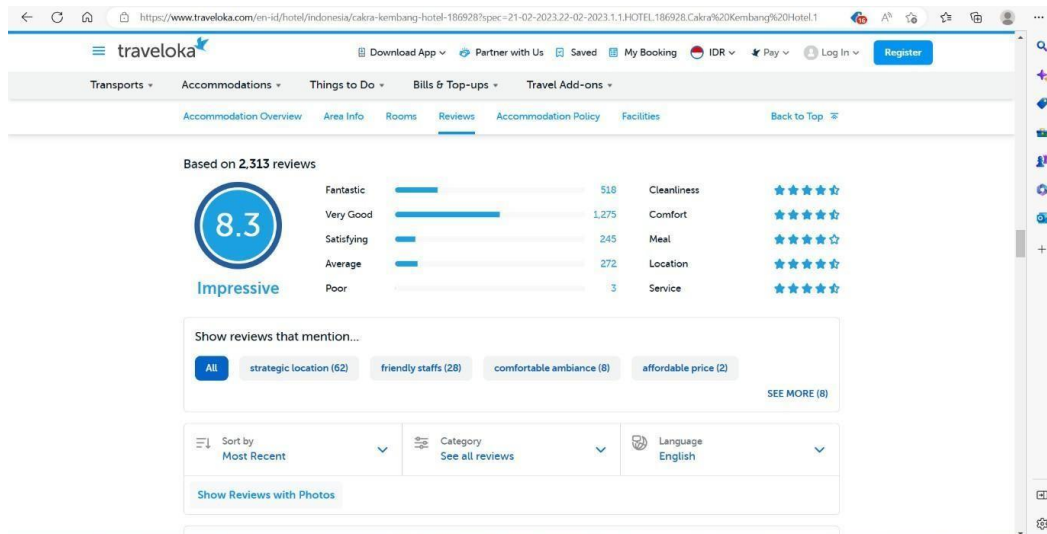
Dari gambar 2.2. menyatakan bahwa rating keseluruhan dari aplikasi agoda Hotel Cakra Kembang Yogyakarta menunjukkan angka 7.6 yang artinya sangat baik. nilai tertinggi pada rating aplikasi agoda ada pada lokasi, pelayanan dan juga harga.



Gambar 2.3. Tiket.com Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber : Tiket.com)

Dari gambar 2.3. menyatakan bahwa rating keseluruhan dari aplikasi Tiket.com Hotel Cakra Kembang menunjukkan angka 4.0 yang artinya baik. nilai tertinggi pada rating aplikasi tiket.com ada pada lokasi, pelayanan dan juga harga.



Gambar 2.4. Traveloka Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber : Traveloka)

Dari gambar 2.4. menyatakan bahwa rating keseluruhan dari aplikasi Traveloka Hotel Cakra Kembang menunjukkan angka 8.3 yang artinya *impressive*. nilai tertinggi dari rating aplikasi traveloka ada pada kebersihan, kenyamanan, lokasi dan pelayanan.

Dari tiga gambar diatas merupakan *platform online* yang digunakan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Aplikasi tersebut digunakan untuk memesan kamar hotel, selain itu pada aplikasi-aplikasi tersebut juga dapat memberikan review, saran dan masukan kepada pihak hotel yang nanti akan direview oleh p

ihak hotel. Review masukan saran atau komplain akan dikumpulkan dan di print oleh pihak hotel untuk bahan evaluasi. Dalam penanganan komplain juga pihak hotel dapat memberikan *reply* atau balasan komentar *review* pada kolom komentar di aplikasi.

Dan juga ada beberapa contoh-contoh komplain yang pernah disampaikan kepada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta pada media *online Google Maps* dan *travel agent online*, seperti berikut:

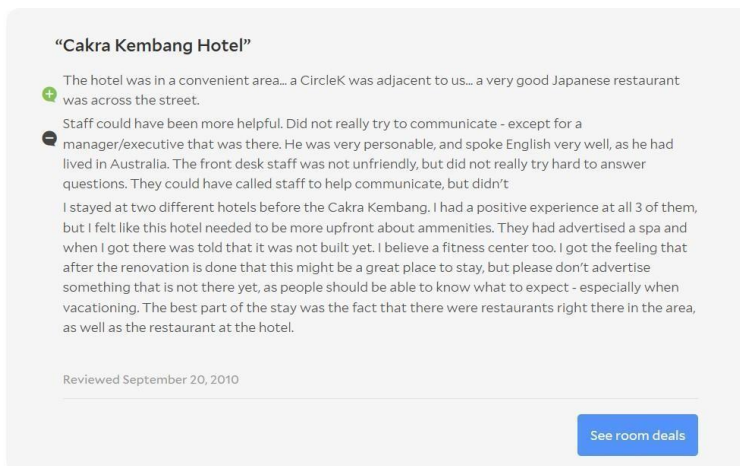


Gambar 2.5. Komplain pelanggan pada media Google Maps

(Sumber : Google Maps)

Dari Gambar 2.5. terdapat ulasan yang diberikan menyatakan bahwa fasilitas yang kurang memadai.

7.0 Very good  
Anthony from United States  
Solo traveler  
Deluxe Room  
Stayed 1 night in September 2010



Gambar 2.6. Komplain pelanggan pada media Agoda

(Sumber : Agoda)

Dari Gambar 2.6. terdapat ulasan yang diberikan menyatakan dari lokasi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta cukup strategis akan tetapi untuk pelayanan dari beberapa staf masih kurang memuaskan.



4.8

🇮🇩 Rinanti from Indonesia  
👤 Solo traveler  
🛏 Superior Room  
📅 Stayed 2 nights in July 2022

**“Good location but..”**

The location, it's great. It's near many restaurants and other basic needs. However, the room quality was far from ok. I've got cockroaches in the bathroom and some mosquitoes in the room, I had to ask the hotel to spray them. It's an old hotel, so you'll expect all the room facilities are old, including towels and linen. The AC made a very loud noise every now and then, it awaken me throughout the night.

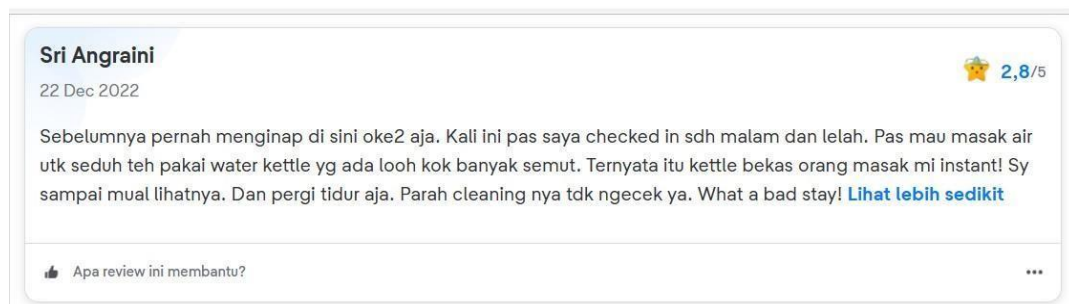
Reviewed July 18, 2022

See room deals

Gambar 2.7. Komplain pelanggan pada media Agoda

(Sumber : Agoda)

Dari Gambar 2.7. terdapat ulasan yang diberikan menyatakan bahwa lokasi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta sangat strategis, akan tetapi kebersihan, serta fasilitas kamar masih kurang memadai.



Gambar 2.8. Komplain tamu pada media Tiket.com

(Sumber : Tiket.com)

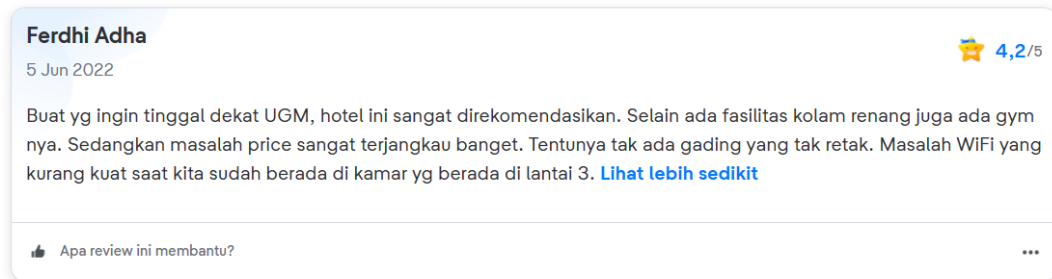
Dari gambar 2.8. terdapat ulasan yang diberikan menyatakan bahwa Hotel Cakra Kembang dinilai masih kurang teliti dalam kebersihan kamarnya sehingga pada saat tamu menginap area kamar belum sepenuhnya bersih.



Gambar 2.9. Komplain tamu pada media Tiket.com

(Sumber : Tiket.com)

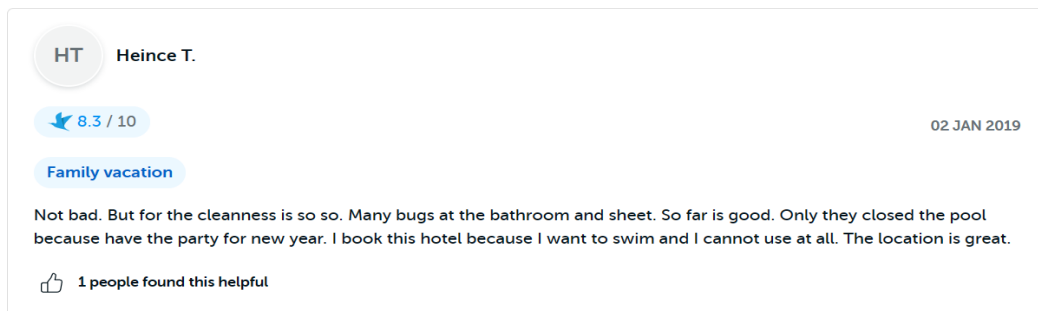
Dari gambar 2.9. terdapat ulasan yang menyatakan bahwa kenyamanan dari salah satu tamu merasa terganggu oleh suara dari tamu lainnya.



Gambar 2.10. Komplain tamu pada mediaTiket.com

(Sumber : Tiket.com)

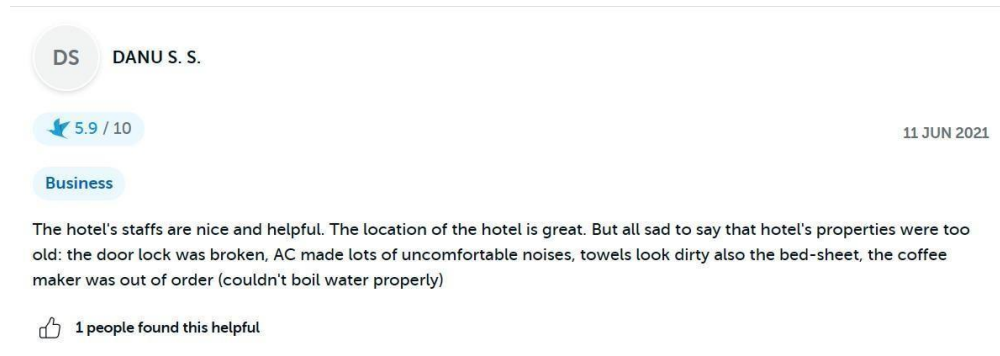
Dari gambar 2.10. terdapat ulasan yang menyatakan bahwa fasilitas hotel masih kurang memadai seperti wifi kurang terjangkau untuk kamar yang berada dilantai atas.



Gambar 2.11. Komplain tamu pada media Traveloka

(Sumber : Traveloka)

Dari Gambar 2.11. terdapat ulasan yang menyatakan bahwa untuk kebersihan Hotel Cakra Kembang masih memerlukan peningkatan dan untuk lokasi cukup baik.



Gambar 2.12. Komplain tamu pada media Traveloka

(Sumber : Traveloka)

Dari Gambar 2.12. terdapat ulasan yang menyatakan dari pelayanan dan lokasi cukup baik, akan tetapi untuk fasilitas Hotel Cakra Kembang Yogyakarta terbilang sudah cukup tua sehingga banyak fasilitas yang sudah kurang layak untuk digunakan.

Dari beberapa contoh diatas merupakan contoh-contoh kasus komplain yang pernah diberikan oleh para tamu melalui media *travel online agent*. Beberapa menyampaikan komplain mengenai fasilitas, juga kebersihan yang ada pada hotel, juga beberapa menyebutkan tentang fasilitas pendukung lainnya seperti Wifi hotel yang kurang terjangkau untuk kamar-kamar yang berada di lantai atas.

Serta ada beberapa keluhan yang tidak terduga seperti pada gambar 2.9. customer yang merasa kurang nyaman karena terganggu oleh suara-suara bising dari *customer* lain. Tentunya kejadian ini tidak dapat dihindari. Selain itu banyak *customer* yang mendukung lokasinya yang cukup strategis sehingga dapat membantu serta memudahkan para tamu hotel untuk menuju ke lokasi-lokasi yang akan di kunjungi. Hal ini dapat menjadi nilai plus untuk Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

Adapun pada media *offline* yang disediakan oleh pihak Hotel Cakra Kembang merupakan sebuah *Comment Card*. Media tersebut merupakan media kertas yang telah disediakan pada setiap masing-masing kamar yang nantinya dapat diisi sebagai ulasan secara langsung dan akan diterima secara langsung pula oleh pihak hotel. *Comment Card* adalah berupa berikut:

**1 Pemesanan Kamar/Reservation**  
 Dengan cara yang bagaimana anda memesan kamar.  
 How was your reservation made? Thru:

Langsung ke Hotel  
 This hotel directly

Kantor pemesanan kamar Cakra Kembang  
 Cakra Kembang Reservation Office

Melalui Biro Perjalanan

A travel agent

Internet

Kantor Anda  
 Your Office

Grup Pemesanan Kamar  
 Group Reservation

Ketika anda melakukan pemesanan kamar, apakah ditangani dengan baik?  
 Was your reservation handled promptly and efficiently?

Ya/Yes  Tidak/No, Please specify

Jika tidak, uraikan kenapa anda tidak puas  
 PLEASE RATE THE FOLLOWING

**2 Alasan untuk tinggal/Reason for stay**  
 Bisnis/Business  Piknik/Leisure  Transit/Transit

**3 Resepsionis/Reception/Front Desk**

	Baik Good	Cukup Fair	Kurang Poor
Prosedur Check-in Check-in Procedures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Prosedur Check-out Check-out Procedures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Efisiensi Efficiency	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Penyampaian pesan Messages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Operator Telepon Telephone Operator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4 Kamar/Your Room**

	Baik Good	Cukup Fair	Kurang Poor
Perabot Furnishings	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV Entertainment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5 Restoran/Restaurant**  
 Makanan apa yang anda pesan?(Which meals taken?)

Sarapan Pagi/Breakfast

Makan Siang/Lunch

Makan malam/Dinner

	Baik Good	Cukup Fair	Kurang Poor
Mutu makanan Quality of Food	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keramahmatan Friendliness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kecepatan Speedy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suasana Ambiance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesetaraan harga Value for Money	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesan keseluruhan Overall Impression	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6 Room Service**

	Baik Good	Cukup Fair	Kurang Poor
Mutu minuman Quality of Beverage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mutu Makanan Quality of Food	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelayanan/Efisien Service / Efficiency	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesetaraan harga Value for Money	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7 Apakah anda menggunakan fasilitas konferensi?  
 Did you use the Conference Facilities?**

Jika iya/If yes,

	Baik Good	Cukup Fair	Kurang Poor
Fasilitas Facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peralatan Equipment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelayanan Service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**8 Apakah anda menggunakan kolam renang?  
 Did you use the Swimming Pool?**

Jika iya/If yes,

	Baik Good	Cukup Fair	Kurang Poor
Fasilitas Facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Peralatan Equipment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelayanan Service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9 Apakah alasan penting yang anda pilih dari hotel ini?  
 What were the most important reasons you chose this Hotel?**

Alasan lain/Other reason

(semisal harga/ikan/spesial tawaran)  
 (e.g. price / advertising / special offer)

**10 Jika anda kembali ke Yogyakarta, akankah anda tinggal di hotel ini lagi?  
 If you return to Yogyakarta, will you stay at this hotel again?**

Ya/Yes  Tidak/No

Akankah anda menganjurkan hotel ini kepada orang lain?  
 Will you recommend this hotel to other?

Ya/Yes  Tidak/No

Gambar 2.11. *Comment Card* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

(Sumber : Dokumentasi pengumpulan data)

Gambar 2.11. diatas merupakan *comment card* yang disediakan oleh pihak hotel. *comment card* tersebut akan diisi oleh para tamu dan akan diterima oleh pihak hotel. Melalui *comment card* tersebut pihak hotel dapat mengidentifikasi, serta mengklasifikasi apa saja hal-hal yang dirasakan oleh para tamu saat menginap. Dari *comment card* ini juga pihak hotel dapat menerima masukan berupa kritik dan saran yang akan membantu pihak hotel mengoreksi kekurangan-kekurangan yang masih dimiliki dan tujuannya juga untuk membangun kemajuan dari Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

### 3. Penanganan Komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

Penanganan keluhan adalah hal yang sangat penting dalam usaha untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan. Dalam penanganannya menurut Tjiptono (2014), ada beberapa hal yang harus dilakukan dalam penanganan komplain. Beberapa hal tersebut yakni berupa permintaan maaf, empati, kecepatan dalam penanganan, keadilan dalam memecahkan masalah, serta kemudahan untuk menghubungi perusahaan. Penanganan komplain merupakan komponen yang penting bagi perusahaan, karena bila tidak tertangani dengan baik akan berpengaruh dan memberikan dampak-dampak negatif bagi perusahaan.

Dalam hal ini Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memiliki SOP (*Standard*

*Operational Procedure*) tersendiri dalam menangani keluhan atau komplain dari tamu yang menginap, dan tentu tidak lepas dari apa yang disebutkan diatas. Permintaan maaf adalah hal yang sangat wajib dilakukan oleh pihak perusahaan atau pihak hotel Cakra Kembang Yogyakarta dalam penanganan komplain. Karena permintaan maaf dapat dikatakan sebagai bentuk kesadaran akan kesalahan dan rasa kekecewaan yang dialami oleh tamu hotel. Ketika adanya penyampaian komplain oleh tamu, maka keluhan tersebut sebisa mungkin untuk didengarkan dan diidentifikasi sehingga dapat diselesaikan dengan cepat. Seperti pada hasil wawancara berikut:

*“yang jelas kita memohon maaf karena merasa tidak nyaman, lalu akan kita identifikasi, didengarkan dan dipahami dipilah tentang apa, lalu akan kita solving dengan bagian yang bersangkutan atau person yang bertanggung jawab. Misalkan engineering menyangkut AC atau TV”* (Hasil wawancara Bahtiar).

*“kami juga menyiapkan logbook untuk menuliskan apa saja keluhan yang masuk dan lain sebagainya yang nanti akan jadi bahan evaluasi juga. ...kami juga punya wa group untuk mengkomunikasikan kepada yang lain”* (Hasil wawancara Agus Kristianto).

Menurut dari hasil wawancara diatas, Hotel Cakra Kembang Yogyakarta saat menangani komplain akan meminta maaf atas ketidakpuasan atau ketidaknyamanan yang dirasakan oleh tamu, lalu mengidentifikasi permasalahan apa yang menjadi keluhan, jika dapat diselesaikan langsung pihak hotel akan dapat membenahi atau *mensolving* keluhan yang disampaikan. Dalam komplainnya sendiri tentu berbeda jenis komplain berbeda pula penanganannya. Jika komplain yang diterima merupakan komplain yang tidak dapat langsung diatasi, maka Hotel Cakra Kembang Yogyakarta akan menaikkan ke level yang lebih atas, atau akan disampaikan ke *General Manager* Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

*“staff yang mendapatkan komplain tersebut wajib menyampaikan komplain tersebut kepada supervisornya, kalau bisa tertangani langsung diatasi, kalau tidak akan disampaikan ke General Manager untuk diberikan arahan. Apapun jenis komplainnya, ringan, sedang, berat, harus disampaikan kepada general manager karena akan dicatat dalam logbook”*

*“untuk tamu yang sudah check-out dan memberikan ulasan pada komentar platform media online, maka bagian yang bersangkutan langsung saya instruksikan untuk dijawab. Dengan berterima kasih, meminta maaf atas*

*ketidaknyamanan, lalu akan ditindak lanjuti. Lalu sampaikan semoga berkenan pada kunjungan berikutnya... tapi dari komplain tersebut pada media online harus tetap dieksekusi”* (Hasil wawancara Agus Kristianto).

Pada media *online* Hotel Cakra Kembang akan membalas komentar yang diberikan oleh tamu yang pernah berkunjung. Lalu meminta maaf dan mengeksekusi permasalahan yang dirasakan oleh tamu dan memperbaiki apa yang menjadi kritik dan masukan.

Dalam penanganan komplain perlu memperhatikan komunikasi yang baik agar dapat memecahkan keluhan atau komplain yang diberikan oleh tamu. Dalam strategi komunikasi memerlukan aspek perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi adalah aspek yang perlu diperhatikan khususnya dalam menangani komplain dari tamu. Dengan adanya aspek-aspek tersebut, penanganan komplain dapat tereksekusi dengan baik.

Hotel Cakra Kembang Yogyakarta mempunyai prinsip untuk memberikan pelayanan serta melakukan apapun yang terbaik untuk menghindari adanya komplain. Akan tetapi komplain terkadang terjadi dari hal yang tak terduga. Lalu dalam hal ini rasa ketidakpuasan tamu bisa terjadi karena tidak sesuai dengan apa yang mereka ekspektasikan. Maka penanganan yang dilakukan harus dapat diatasi dengan baik dengan menggunakan SOP yang dimiliki. Setelahnya evaluasi adalah hal penting yang diperlukan bagi perusahaan untuk melihat dan mempelajari, serta mengatasi komplain apa saja yang terjadi. Sehingga kedepannya komplain dapat dihindari atau teratasi dengan lebih baik lagi.

Pada SOP Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, bagian manajemen tetap harus mengetahui tentang permasalahan dan keluhan apa saja yang dirasakan oleh tamu. Pada dasarnya orang yang pertama menerima komplain biasanya adalah *staf* yang biasanya terdekat, atau berkaitan dengan apa yang dikeluhkan, atau *staf* bagian *front office*. Seperti pada bagian *Food and Beverage* (F&B), komplain akan disampaikan kepada *staff* F&B. Jika yang dikeluhkan merupakan layanan atau fasilitas, akan disampaikan kepada *staff room division* atau *front office*. Baik itu keluhan ringan atau berat, *staf* yang menerima diinstruksikan untuk tetap menjalin komunikasi kepada atasannya atau disampaikan kepada *general manager*.

Dalam penanganan komplain memang diperlukan adanya strategi komunikasi. Strategi komunikasi menurut Effendy (2011), merupakan sebuah perencanaan yang efektif dalam menyampaikan pesan sehingga mempermudah komunikasi memahami dan menerima apa yang disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku individu. Sementara itu menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas

Burnett (Effendy, 1984 : 35-36) menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 3 tujuan, yakni :

1. *To secure understanding* – memastikan pesan diterima oleh komunikan
2. *To establish acceptance* – membina penerimaan pesan
3. *To motivate action* – kegiatan yang dimotivasikan

Strategi komunikasi menurut Middleton dalam Cangara (2013:61) menyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran atau media, penerima hingga efek atau pengaruh yang didapatkan. Dalam hal ini penanganan komplain memerlukan adanya strategi komunikasi yang baik, sehingga dapat memberikan efek yang baik kepada tamu dan efek yang baik juga kepada pihak hotel.

Hotel Cakra Kembang memiliki metode dalam penanganan komplain yang diberikan oleh tamu, yaitu dengan mendengarkan, berterimakasih dan meminta maaf, mengidentifikasi, serta menyelesaikan masalah yang ada. Dalam penyampaian pesan untuk penanganan komplain sendiri, memerlukan pemahaman yang mendalam tentang apa yang dirasakan oleh tamu hotel yang merasa tidak puas.

#### **4. Pendukung dan Penghambat**

Hotel Cakra Kembang Yogyakarta melakukan penanganan keluhan dengan sigap dan cepat untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar mengurangi rasa ketidakpuasan yang dirasakan oleh tamu. Akan tetapi untuk keluhan berat yang mungkin akan memakan waktu dalam penanganannya menjadi suatu kekurangan yang dimiliki oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta. Penanganan komplain yang dirasakan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta juga memiliki beberapa faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya.

*“penghambat kita manakala kita belum bisa menyediakan atau memenuhi keinginan tamu, lalu kita juga masih limited SDM sehingga tidak ada layanan 24 jam. Selain itu yang menjadi penghambat saat kita mendapati sebuah keluhan krusial seperti saat itu ada tamu minta dipindahkan meja billiard karena jauh, tapi tidak bisa kami pindahkan karena berat jadi tidak bisa teratasi. Untuk faktor pendukung sendiri staff dapat langsung menyelesaikan masalah jika memungkinkan, jadi bisa dengan cepat diatasi”* (Hasil wawancara Agus Kristianto).

*“untuk penghambatnya kita staff masih minimal, jadi misalkan kamar full terisi tapi kami hanya ada 1 engineer jadi agak terhambat prosesnya. Untuk pendukungnya kita sudah ada SOPnya jadi enak siapa siapa saja yang*

*menangani, sudah ada divisinya masing-masing”* (Hasil wawancara Bachtiar).

*“...kendalanya kurangnya staf jadi kadang ada tambahan dari luar kayak casual gitu”* (Hasil wawancara Kiswanto).

Dari hasil wawancara diatas, pasti ada pada pelaksanaan penanganan komplain yang menjadi faktor-faktor pendukung dan penghambat. Hotel Cakra Kembang memiliki beberapa faktor yang menjadi pendukung dan penghambat sebagai berikut sesuai dengan hasil wawancara diatas

Pendukung	<ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Staff</i> dapat langsung menangani komplain jika memungkinkan.</li><li>- Ada SOP dan divisinya sendiri-sendiri jadi bisa terlaksana dengan baik dan teratur.</li></ul>
Penghambat	<ul style="list-style-type: none"><li>- Masih Kurang SDM</li><li>- Tidak ada layanan 24 jam</li></ul>

Tabel 4.1. Faktor pendukung dan penghambat

(Sumber: Data wawancara)

Data diatas merupakan hasil wawancara yang menyebutkan point-point dari apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat bagi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta dalam hal penanganan komplain tamu. Berdasarkan hasil diatas, Hotel Cakra Kembang memiliki faktor pendukung yang jelas seperti adanya divisi masing-masing dan SOP yang dimiliki sehingga penanganan komplain lebih tertata dengan baik, serta *staf* dapat ikut andil dalam penanganan komplain jika memungkinkan merupakan sebuah faktor pendukung yang memudahkan dan mempercepat penyelesaian permasalahan yang dikeluhkan oleh tamu hotel.

Hanya saja Hotel Cakra Kembang Yogyakarta masih memiliki kelemahan yang menjadikannya faktor penghambat dalam penanganan komplain. Seperti kurangnya SDM yang sangat berpengaruh terhadap cepat atau lambatnya penanganan akan pelayanan komplain. Selain itu tidak adanya layanan 24 jam juga menjadi sebuah penghambat jika adanya kebutuhan-kebutuhan mendesak seperti hal kecil sampai hal besar yang dibutuhkan oleh para tamu hotel. contohnya saat tamu ingin meminjam peralatan makan minum atau bahkan ingin memesan makanan pada saat malam hari, karena tidak adanya layanan 24 jam tersebut maka para tamu hotel akhirnya banyak yang memesan makanan lewat ojek melalui aplikasi online.



Secara keseluruhan Hotel Cakra Kembang Yogyakarta sudah memberikan layanan yang terbaik dalam strategi komunikasi penanganan komplain yang ada. Dari semua data hasil yang didapatkan dan disesuaikan dengan teori yang relevan Hotel Cakra Kembang Yogyakarta dapat menjadikan hasil pembahasan penelitian ini menjadi bahan evaluasi, serta mengembangkan strateginya dalam penanganan komplain yang terjadi selama ini.

Berdasarkan dengan metode HEAT yang dimiliki Hotel Cakra Kembang Yogyakarta sesuai dengan SOP nya:

*a. Hear them out (listening)*

Berdasarkan proses pemilihan data yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara tentang *hear them out* yang meliputi: mendengarkan dengan seksama, menghargai, merespon secara aktif serta memahami. Hasil wawancara dalam peneliti mendengarkan dengan seksama merupakan hal yang penting ketika tamu mengeluh tujuannya adalah agar tidak terjadi sebuah kesalahpahaman. dari hasil wawancara setelah mendengarkan dan dipahami lalu dipilah tentang apa kemudian *disolving* dengan bagian yang bersangkutan yang bertanggung jawab untuk penanganan keluhannya.

Selain itu pihak hotel juga menyediakan *logbook* untuk para tamu hotel menuliskan apa saja keluhan yang dialami tujuannya sebagai bahan evaluasi bagi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

Menghargai tamu pada saat sedang berkomunikasi dengan tamu merupakan termasuk hal dalam menangani komplain. karena dengan menjalin komunikasi dapat membuat tamu merasa senang dan lebih dihargai. terutama meminta maaf jika keluhan tamu tidak bisa tertangani pada hari itu juga, kemudian masalah tersebut diberitahukan kepada GM (*general manager*).

Merespon secara aktif dalam berkomunikasi dengan tamu dalam menangani keluhan tamu merupakan bagian penting karena terkadang tamu tidak dapat mengungkapkan keluhannya dengan begitu jelas sehingga keinginannya tidak dapat tersampaikan dengan baik.

b. *Empathize*

Berdasarkan proses pemilihan data yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara tentang *Empathize* yang meliputi: ikut merasakan apa yang dirasakan oleh tamu. Dalam penelitian ini dapat dilihat dari hasil wawancara pada GM (*general manager*) bahwa empati dalam menangani keluhan tamu jika keluhan tamu merupakan keluhan yang berat dan tidak bisa langsung tertangani seperti pada contohnya kunci rusak atau AC yang bocor sampai airnya menggenang maka solusinya adalah tamu akan diminta untuk pindah ke kamar yang lain atau pihak hotel akan *upgrade* kamar dari tamu tersebut. hal ini juga dapat dikatakan sebagai empati yang dimiliki oleh pihak hotel.

c. *Apologize*

Berdasarkan proses pemilihan data yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara tentang *Apologize* yang meliputi: meminta maaf kepada tamu dan rendah hati. Meminta maaf kepada tamu dapat disimpulkan dari hasil wawancara kepada Kepala *Room division* Hotel Cakra Kembang yaitu pertama meminta maaf atas ketidaknyamanan tamu, lalu diidentifikasi kemudian didengar dan dipahami dan setelah itu akan di *solving* dengan bagian yang akan menangani permasalahan tersebut.

d. *Taking action and follow up*

Berdasarkan proses pemilihan data yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara tentang *Taking action and follow up* yang meliputi: klarifikasi, solusi, persetujuan dan mengambil tindakan. Berdasarkan dari penanganan keluhan tamu mengenai klarifikasi adalah terjadinya salah paham merupakan hal yang biasa terjadi, hanya saja tergantung bagaimana pihak hotel menyikapi serta memahami permasalahannya lalu kemudian akan dilakukan pengklarifikasi dengan masalah yang terjadi dan apa yang menjadi masalah sebenarnya. setelah melakukan klarifikasi kemudian pihak hotel akan mencari solusi. langkah yang dilakukan untuk mencari solusi tentunya tidak lepas dari kebijakan hotel itu sendiri. Setelah itu akan mencapai persetujuan dan mengambil tindakan sebagai hasil dari kesepakatan antara tamu dan hotelnya.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

Komplain pelanggan merupakan sebuah rasa ketidakpuasan atau rasa yang muncul dari tidak sesuainya harapan pelanggan dengan realita yang didapatkan. Komplain atau keluhan merupakan suatu permasalahan yang sangat penting dan tidak boleh diremehkan bagi bidang usaha apapun khususnya dalam hal ini perhotelan. Pada bidang perhotelan komplain yang muncul bermacam-macam, dari mulai fasilitas, pelayanan, makanan. Berdasarkan data pemaparan yang disusun pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Hotel Cakra Kembang Yogyakarta sudah memberikan pelayanan yang terbaik untuk para tamu demi mencegah adanya komplain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi penanganan komplain Hotel Cakra Kembang Yogyakarta dalam menangani komplain pelanggan dilakukan untuk berbagai macam alasan, terutama untuk mencapai visi, misi dan tujuan yang telah ditetapkan. Alasan lainnya yaitu untuk menjaga komitmen yang dimiliki dalam pelayanan, mengetahui kepentingan dan harapan dari *stakeholder*, serta meningkatkan loyalitas dari para *customer*.

Strategi komunikasi Hotel Cakra Kembang dalam penanganan komplain pada aspek perencanaan dalam mencegah komplain digunakan sebagai prinsip demi kepuasan tamu hotel yang ada. Saat terjadinya komplain Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memiliki SOP dengan metode HEAT (*Hear them out, Empathize, Apologize, Taking action and follow up*) yang dimana untuk mendengarkan, berterima kasih serta meminta maaf atas ketidakpuasan yang dirasakan, lalu mengidentifikasi permasalahan, dan melakukan penyelesaian masalah. Setelah adanya komplain yang diterima baik secara langsung maupun tidak langsung maka setiap keluhan akan dicatat dan disimpan dalam *logbook* sebagai bahan untuk evaluasi hotel. setiap keluhan tamu juga diharuskan untuk disampaikan ke pihak manajemen hotel agar dapat ditangani dengan baik sesuai dengan SOP yang dimiliki Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

Sementara itu dalam penanganan komplain yang dilakukan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta ini memiliki beberapa faktor pendukung dan penghambat. Adapun faktor pendukung yang dimiliki yakni Hotel Cakra Kembang Yogyakarta yaitu mengerahkan seluruh *stafnya* untuk menangani komplain jika memungkinkan dapat segera teratasi dan akan langsung diperbaiki sebaik mungkin. Seluruh divisi pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta memiliki peran masing-masing untuk menangani komplain pelanggan sehingga komplain akan lebih mudah teratasi karena berada dalam bidang masing-masing. Namun Hotel Cakra Kembang masih memiliki faktor

penghambat dalam penanganan komplain seperti masih minimnya SDM yang dimiliki serta layanan 24 jam yang belum tersedia oleh pihak hotel.

Secara keseluruhan dari proses penanganan keluhan yang dilakukan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta sudah berjalan dengan baik. Akan tetapi masih ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh Hotel Cakra Kembang Yogyakarta agar penanganan komplain yang dilakukan dapat lebih baik dan efisien.

## **2. Keterbatasan Penelitian**

Adapun saat melakukan penelitian strategi komunikasi penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta terdapat hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Hal-hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini adalah

1. Waktu penelitian yang terbatas sehingga data wawancara yang didapatkan kurang maksimal.
2. Kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan data wawancara yang didapat, maka diharapkan adanya penelitian yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi penanganan komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta.

## **3. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti sampaikan dari hasil penelitian, maka peneliti menyajikan saran sebagai berikut:

- Bagi Hotel Cakra Kembang Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Penanganan Komplain pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta, Hotel Cakra Kembang sebaiknya perlu meningkatkan dan melengkapi fasilitas layanan 24 jam tujuannya agar dapat memenuhi kebutuhan mendesak para tamu hotel. dan juga sebaiknya Hotel Cakra Kembang diharapkan dapat menambah karyawan atau *staff* hotel. Seperti hasil wawancara yang telah didapat dari beberapa narasumber pada Hotel Cakra Kembang Yogyakarta yang menerangkan bahwa Hotel Cakra Kembang saat ini hanya memiliki 1 *engineering* yang bertugas untuk memperbaiki barang-barang elektronik yang ada dalam Hotel Cakra Kembang. Maka jika ada barang elektronik pada kamar konsumen yang membutuhkan perbaikan secara bersamaan tentunya akan butuh perbaikan secara bergantian sehingga membutuhkan waktu lebih lama, hal ini tentunya akan mengganggu kenyamanan konsumen. untuk itu 1 orang *engineering* dirasa masih kurang cukup untuk Hotel Cakra Kembang dengan jumlah kamar yang terbilang banyak. Walaupun sebenarnya komplain tentang perbaikan barang elektronik pada kamar hotel tidak setiap hari ada, tapi sebaiknya Hotel Cakra Kembang perlu menambah jumlah karyawan tujuannya untuk meminimalisir waktu, sehingga penanganan komplain juga lebih cepat teratasi, dan tamu tidak perlu menunggu terlalu lama.

Selain itu mengingat Hotel Cakra Kembang Yogyakarta merupakan hotel yang sudah berdiri cukup lama, diharapkan pihak hotel dapat memperbaharui fasilitas-fasilitas baik umum, maupun fasilitas pribadi yang ada pada setiap masing-masing kamar hotelnya. Dan juga staff hotel diharapkan perlu melakukan pengecekan yang lebih menyeluruh terkait kebersihan kamar mengingat adanya komplain yang dilakukan melalui media online. Untuk mencegah adanya komplain baik yang ringan hingga komplain yang berat.

- **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk lebih baik lagi serta dapat membahas hal yang lebih terperinci yang belum dapat dijelaskan dalam penelitian ini. dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek lebih dari satu atau dapat membandingkan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain sehingga data penelitian lebih variatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, N. R. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- A. Majid, S. (2009). *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Arifin, A.. (1994). *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Arikunto. S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arni, M. (2004). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azman, M. K. (2020). Strategi Komunikasi *Public Relations* dalam Menangani Keluhan Pelanggan Kantor Pos Indonesia Surabaya Selatan. *Skripsi*. Surabaya: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945.
- Barlow, J. & Moller, C. (1996). *A Complaint is a Gift*. San Francisco (CA): Berrett– Koehler.
- Bell, S. J. & Luddington, J. A. (2006). Coping With Customer Complaints. *Journal of Service Research*.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Edisi Revisi, Cet. 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Edisi. 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*,. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2019). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi. Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hardjana. A. M. (2016). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Isdarmanto, (2018). *Hotel Introduction*. Yogyakarta: Gebang Media.

- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Indeks.
- Kurnia. (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Kusuma, F. J., Shaluhiah, Z. dan Arso, S. P. (2022). Penanganan Komplain di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Permata Blora pada Masa Pandemi Covid. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (JKM)*, Vol 10, No 1, h. 82–97.
- Mayangsari, A. S. (2015). *Hearty Complaint Handling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Megawati. (2018). *Complaint Handling (Studi Kasus Strategi Penanganan Keluhan Hotel The Rinra Makassar 2018)*. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol.7 No.2 Juli–Desember 2018, h. 249–255.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muharam, S. (2003). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. Medan.
- Nasution (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Rahardi, A. B. (2019). Strategi Penanganan Keluhan (*Handling Complaint*) Pasien di Rumah Sakit Umum PKU Muhammadiyah Delanggu Klaten, Jawa Tengah Indonesia. *Skripsi*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia.
- Rahmawati, C. E. (2017). *Handling Customer Complaint* di Bidang Perhotelan (Studi Kasus Kualitatif Strategi Komunikasi dalam Menangani Komplain Tamu Untuk Membentuk Citra Positif di Hotel Sahid Montana Malang). *Skripsi*. Malang: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soenarno, A. (2006). *Front Office Management*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.