

**STRATEGI PENANGANAN KELUHAN PENGUNJUNG OLEH  
PENGELOLA KEBUN RAYA BOGOR**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya**

**Universitas Islam Indonesia**

**Disusun oleh**

**Nama : ELDIANSYAH AHMAD**

**NIM : 12321003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2018**

Skripsi

STRATEGI PENANGANAN KELUHAN PENGUNJUNG OLEH PENGELOLA  
KEBUN RAYA BOGOR

Disusun oleh

Nama : ELDIANSYAH AHMAD



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

Tanggal : 28 Mei 2018

الإمامة الإسلامية  
Dosen Pembimbing Skripsi

**RATNA PERMATA SARI, S.I. Kom., M.A**

**NIDN : 0509118601**

**Skripsi**

**STRATEGI PENANGANAN KELUHAN PENGUNJUNG OLEH PENGELOLA  
KEBUN RAYA BOGOR**

Disusun oleh

**ELDIANSYAH AHMAD**

**12321003**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya



Dewan Penguji :

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

NIDN 0509118601

2. Narayana Mahendra P. S.Sos. M.A.

NIDN 0520058402

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya



**Muhammad Nazaruddin, S.Sos., M.A.**

NIDN 0516087901

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Eldiansyah Ahmad

Nomor Mahasiswa : 12321003

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara menyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 28 Mei 2018 .....

Yang Menyatakan,



Eldiansyah Ahmad

12321003

**MOTO**

خَيْرُ النَّاسِ لِمَنْ

“Sebaik Baik Manusia Adalah Yang Paling Bermanfaat Bagi Orang Lain”

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT, syukur Alhamdulillah dengan seluruh barokah, karunia, nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga karya yang begitu sederhana ini dapat dikerjakan dan diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Dengan penuh kesungguhan dan cinta, kupersembahkan karya ini untuk:

### **Ibundaku tercinta Elang Aling Sari serta Ayahandaku tercinta Edi Junaedi**

Terimakasih kuucapkan atas segala kasih sayang yang hangat, tulusnya pengorbanan dan ikhlasnya doa yang tak hentinya untuk anakmu hingga hari ini. Tanpa itu semua rasanya aku tak bisa berada ditahap ini untuk menyelesaikan tugas akhir. Tak ada yang bisa kuberikan untuk membalas semua yang telah kalian berikan kepadaku tapi aku takkan pernah berhenti untuk selalu memberikan serta mendoakan yang terbaik untuk ibu dan ayah.

### **Adikku tercinta Eldinurma Ibrahim**

Terimakasih sudah memberikan kabar bahwa kau sudah mulai menyusun skripsi yang dimana kabar itu menjadi cambuk untukku agar segera menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih atas segala bentuk perhatian dan kasih sayang hingga aku sadar untuk berubah menjadi lebih baik lagi mengingat aku adalah seorang kakak yang harus menjadi panutan terbaik dari seorang adik. Maaf ketika aku belum bisa membimbing dan menjadi panutan dengan baik.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT. Sholawat serta salam juga tak lupa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Tugas akhir ini telah selesai dengan begitu banyak proses yang dimana melibatkan banyak pihak. Tanpa mengurangi rasa terimakasih serta tanpa bermaksud mengurangi penghargaan tersebut, penulis menghaturkan rasa terimakasih yang sangat teramat besar secara khusus kepada:

1. Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia bapak Dr.rer.nat. Arief Fahmi, S.Psi, MA.HRM, Psi. yang telah memberikan dukungan baik dukungan moril maupun dukungan materiil.
2. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Ratna Permata Sari, S.Sos.,MA dengan kemurahan hati meluangkan waktu dan ilmunya serta kesabaran yang begitu besar dalam membimbing untuk menyusun tugas akhir ini.
3. Bapak Ahmad Djuhdi Endawan S.Sos selaku Humas dari PKT Kebun Raya Bogor yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing serta kerjasama sehingga terlaksannya penelitian ini.
4. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Edi Junaedi dan Ibu Elang Aling Sari atas seluruh cinta, kasih sayang, doa, bimbingan, didikan, dan pengorbanan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Doa terbaik untuk kalian akan selalu kupanjatkan hingga nafas terakhirku.
5. Kepada adikku tercinta, Eldinurma Ibrahim dengan segala doa, perhatian dan kasih sayang dan juga sebagai inspirasi.

6. Kepada keluarga besar H. Sabaruddin dan Saminah Samyu Sardino yang senantiasa memberikan semangat dan doa dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada sahabat-sahabat Greencofee: M. Irvan Agustian, Afif Munandar, M. Al Mabruhi, Indra Chandra, Rio Ramakaputra, R. Fathurahman Muhammad, M. Reza Luthfan. S, Bonar Wibowo. M, Hilman Fauzi, R. Irsyad Fauzi, Wisnu Purnomo. H, dan Muammar Gadafi. Kalian yang selalu memberikan semangat agar tugas akhir ini segera diselesaikan.
8. Kepada sahabat Prisma: Fauzi Gusdiansyah, M. Ramadhan Syahputra, Adipta Putradianto, Ambar Listyani, Yuna Arbaini Lubis, Fanny Purnamasari, Kartika Juni Fardani yang selalu memberikan dorongan semangat dalam proses menyelesaikan tugas akhir.
9. Kepada sahabat-sahabat Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang saling memberikan semangat satu dengan yang lain salam menyelesaikan tugas akhir.
10. Kepada sahabat-sahabat Desty Permata Sari, S.Ikom. Defa Amanda, S.Ikom. dan Reiny Handayani, ST yang selalu membantu dan mendorong secara paksa penulis untuk mengerjakan tugas akhir.
11. Kepada Emmo Al Rasyid, Adrian Putra, dan Putri Nurul Hidayah yang saling memberikan semangat dalam berjuang bersama menyelesaikan tugas akhir.
12. Kepada seluruh pihak yang belum tercantum didalam lembar kata pengantar ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
HALAMAN PENGESAHAN .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK .....	III
MOTO.....	I
KATA PENGANTAR .....	III
DAFTAR TABEL .....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	IX
ABSTRACT .....	XI
ABSTRAK.....	X
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	6
D. MANFAAT PENELITIAN .....	6
1. <i>Bagi Peneliti</i> .....	7
2. <i>Bagi Pihak Lain</i> .....	7
3. <i>Bagi Pihak Lembaga yang Di Teliti</i> .....	7
E. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
1. <i>Penelitian Terdahulu</i> .....	7
2. <i>Landasan Teori</i> .....	10
a. Pelanggan .....	10
b. Kepuasan Pelanggan .....	11
c. Keluhan Pelanggan.....	12
d. Customer Relationship Management (CRM) .....	15
e. Proses Pemulihan Jasa.....	17
f. Service Recovery .....	18
g. Strategi Penangan Keluhan Yang Efektif.....	20
F. METODE PENELITIAN .....	25
1. <i>Jenis Penelitian</i> .....	25
2. <i>Waktu dan Lokasi Penelitian</i> .....	26
3. <i>Narasumber</i> .....	26
4. <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	26
5. <i>Analisis Data</i> .....	27

<b>BAB II</b> .....	<b>29</b>
<b>DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
G. SEJARAH .....	29
H. VISI DAN MISI.....	30
I. TUGAS POKOK.....	31
J. FUNGSI .....	32
K. TUGAS POKOK TIAP BIDANG PKT KEBUN RAYA BOGOR.....	32
L. SUMBER DAYA MANUSIA.....	33
<b>BAB III</b> .....	<b>38</b>
<b>PENEMUAN DAN PENYAJIAN DATA</b> .....	<b>38</b>
A. PENANGANAN KELUHAN .....	38
B. KELUHAN PENGUNJUNG .....	47
C. STAKEHOLDER.....	49
<b>BAB IV</b> .....	<b>62</b>
<b>PEMBAHASAN</b> .....	<b>62</b>
A. STRANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP).....	62
B. KELUHAN PENGUNJUNG .....	63
C. PENANGANAN KELUHAN .....	64
D. MEDIA KELUHAN PENGUNJUNG.....	68
E. KENDALA PENANGANAN KELUHAN .....	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
F. PELANGGAN YANG TIDAK KOMPLAIN .....	73
<b>BAB V</b> .....	<b>77</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>77</b>
A. KESIMPULAN .....	77
B. SARAN .....	81
1. Untuk pihak Kebun Raya Bogor.....	81
2. Untuk Peneliti Selanjutnya.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>86</b>

## **DAFTAR TABEL**

I.	TABEL 2.1 TABEL USIA PEGAWAI PKT KEBUN RAYA BOGOR .....	36
II.	TABEL 2.2 TABEL JENJANG PENDIDIKAN PEGAWAI PKT KEBUN RAYA BOGOR.....	36
III.	BAGAN 4.1 ALUR SOP PENANGANAN KELUHAN.....	64

## DAFTAR GAMBAR

I.	GAMBAR 2.1 GEDUNG VISITOR CENTER.....	38
II.	GAMBAR 2.2 ISTANA BOGOR.....	38
III.	GAMBAR 2.3 PINTU GERBANG MASUK UTAMA KEBUN RAYA BOGOR.....	39
IV.	GAMBAR 2.4 RAMBU HIMBAUAN.....	39
V.	GAMBAR 3.1 KELUHAN MELALUI MEDIA FACEBOOK.....	54
VI.	GAMBAR 3.2 KELUHAN MELALUI MEDIA FACEBOOK.....	55
VII.	GAMBAR 3.3 KELUHAN MELALUI MEDIA FACEBOOK .....	56
VIII.	GAMBAR 3.4 KELUHAN MELALUI MEDIA FACEBOOK .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

I.	DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA.....	87
II.	TRANSKRIP WAWANCARA.....	91

## ABSTRACT

**Eldiansyah Ahmad. 12321003. Visitors Complaints Handling Strategies By business Bogor Botanical Garden. Departement of Communication, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Studies, Islamic University of Indonesia. 2018.**

This study aims to determine a strategy for handling complaints against the visitors conducted by the manager of the Bogor Botanical Gardens. Bogor Botanical Gardens is a conservation crop shaded by the Indonesian Institute of Sciences or LIPI. Although it serves as a place of conservation, Bogor Botanical Gardens has a function as tourist spot where the function as a place of tourism is the fourth function of the five main functions of the Bogor Botanical Gardens. As tourism has become one of the functions of the Bogor Botanical Gardens, it will be found complaints from visitors of the Bogor Botanical Gardens.

This research is a kind of Qualitative Research. Researchers conducted in-depth and structured interviews using an interview guide. Researchers also observed the object as well as the observations to obtain research data.

According to the research conducted there were two category complaints complaints by visitors to the Bogor Botanical Gardens. The complaint by the researchers divided into two areas, namely complaints and grievances field field facilities and associated plant conservation. Complaints on areas of the facility would include all aspects of the existing facilities at the Bogor Botanical Gardens as a toilet, a parking lot to the entrance gate to the Bogor Botanical Gardens. The second complaint last field is the field of plant conservation and related services. Complaints in this field was a complaint relating to the existing plant in Bogor Botanical Garden. Each field manager Bogor Botanical Gardens have a *Standard Operating Procedure* (SOP) of different excluding the PR department in dealing with complaints.

Keyword : Handling Complaint, Public Relations, Visitors.

## ABSTRAK

**Eldiansyah Ahmad. 12321003. Strategi Penanganan Keluhan Pengunjung Oleh Pengelola Kebun Raya Bogor. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penanganan keluhan terhadap pengunjung yang dilakukan oleh pengelola Kebun Raya Bogor. Kebun Raya Bogor merupakan tempat konservasi tanaman yang dinaungi oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia atau LIPI. Walaupun berfungsi sebagai tempat konservasi, Kebun Raya Bogor memiliki fungsi sebagai tempat pariwisata yang dimana fungsi sebagai tempat pariwisata merupakan fungsi keempat dari lima fungsi utama Kebun Raya Bogor. Karena pariwisata menjadi salah satu fungsi dari Kebun Raya Bogor, maka akan ditemukan keluhan-keluhan dari pengunjung Kebun Raya Bogor. Jenis Penelitian ini merupakan Penelitian Kualitatif. Peneliti melakukan kegiatan wawancara mendalam dan terstruktur menggunakan panduan wawancara. Peneliti juga melakukan pengamatan objek serta melakukan observasi untuk mendapatkan data penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat dua kategori keluhan yang dikeluhkan oleh pengunjung terhadap Kebun Raya Bogor. Keluhan tersebut oleh peneliti dibagi menjadi dua bidang yaitu keluhan bidang fasilitas dan keluhan bidang konservasi tanaman dan yang terkait. Keluhan pada bidang fasilitas tentu mencakup segala aspek fasilitas yang ada di Kebun Raya Bogor seperti toilet, tempat parkir hingga pintu gerbang masuk Kebun Raya Bogor. Lalu bidang keluhan yang kedua adalah bidang konservasi tanaman dan yang terkait. Keluhan dalam bidang ini merupakan keluhan yang berkaitan dengan tanaman yang ada di Kebun Raya Bogor. Setiap bidang pengelola Kebun Raya Bogor memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) yang berbeda-beda termasuk bagian Humas dalam menangani keluhan. Kata Kunci: Penanganan Keluhan, Humas, Pengunjung

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kota Bogor memiliki banyak tempat- tempat wisata. Karena letaknya yang dekat dengan beberapa kota besar seperti Ibu Kota Jakarta maka sangat mudah orang mengenal kota Bogor. Sebut saja kawasan Puncak yang selalu identik dengan kebun teh nya dan selalu di sorot berita ketika mulai terjadi kemacetan di akhir pekan atau pun hari libur besar. Lalu ada Taman Safari Bogor, salah satu tempat melihat satwa di alam terbuka. Kawasan Sentul yang memiliki wahana permainan Jungle Festival. (<https://kotabogor.go.id/>)

Di dalam Kota Bogor itu sendiri juga banyak memiliki tempat wisata yang berada di pusat kota. Berbagai tempat wisata terdapat di kota Bogor. Wisata kuliner di Bogor sangat beragam. Wisata untuk berlibur seperti wahana kolam renang The Jungle Waterpark menyajikan wahana kolam renang yang tidak kalah dengan Water Boom di Jakarta.

Bagi pengunjung yang ingin melihat sejarah perjuangan kota Bogor para pengunjung dapat melihatnya di Museum Perjuangan dan Museum Pembela Tanah Air (PETA). Di museum tersebut para pengunjung bisa mengetahui kota Bogor ketika sedang berada di era perjuangan saat Indonesia sedang berjuang di perang dunia dibawah kekuasaan Belanda dan Jepang. Lalu ada Taman Ade Irma Suryani yang lebih dikenal dengan nama Taman Topi. (<https://kotabogor.go.id/>)

Dari sekian banyak tempat wisata yang ada di kota Bogor jumlah pengunjung yang datang ke kota Bogor selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hingga

pada tahun 2016, tercatat ada 5.262.233 wisatawan yang mengunjungi kota Bogor. (Rahmawati.2016)

Dari sekian banyak tempat wisata yang ada disana, ada salah satu tempat wisata yang cukup banyak dikenal karena sebagai ikon Kota Bogor, yaitu Kebun Raya Bogor. Kebun Raya Bogor merupakan salah satu tempat wisata yang ada di kota Bogor yang cukup dikenal luas oleh masyarakat dari dalam negeri maupun wisatawan mancanegara. Berada di tengah-tengah pusat kota, Kebun Raya Bogor disebut juga sebagai paru-paru di kota hujan tersebut.(Website Resmi Kebun Raya Bogor).

Tidak hanya pepohonan dengan berbagai koleksi tanamannya, didalam Kebun Raya Bogor juga terdapat beberapa tempat yang bisa di kunjungi, antara lain Museum Zoologi untuk melihat ragam fauna yang di awetkan. Yang cukup menarik perhatian didalam museum Zoologi ini adalah disimpannya kerangka tulang ikan Paus Biru yang mati terdampar pada Bulan Desember 1916 di pantai Pameungpeuk, Priangan Selatan, Garut, Jawa Barat. Kerangka tulang tersebut disusun menyerupai bentuk tubuh ikan Paus Biru tersebut.Lalu ada Griya Anggrek sebagai tempat melihat berbagai jenis anggrek yang ada di Indonesia.(Website Resmi Kebun Raya Bogor).

Selain itu, Kebun Raya Bogor juga berada satu komplek dengan Istana Kepresidenan Bogor atau yang lebih dikenal dengan nama Istana Bogor. Setiap hari jadi atau hari ulang tahun Kota Bogor, Istana Bogor membuka wisata open house kepada para pengunjung yang telah mendaftar ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) kota Bogor.

Program tersebut bertujuan agar masyarakat bisa melihat Istana Bogor lebih dekat bahkan hingga bagian dalam Istana Bogor.Program yang dilaksanakan selama lima hari tersebut cukup banyak menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bogor (Savika.2017).

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo saat ini juga menggunakan Istana Bogor sebagai tempat tinggalnya. Bila Presiden sebelumnya selalu menggunakan Istana Negara Jakarta, namun Presiden Joko Widodo lebih memilih Istana Bogor sebagai tempat tinggalnya. Presiden Indonesia yang ketujuh tersebut memilih Istana Bogor tersebut sebagai tempat tinggalnya dikarenakan suasana Istana Bogor yang sejuk dan sunyi.

Kegiatan Presiden pun banyak dilakukan di Istana Bogor baik kegiatan pribadi ataupun kegiatan kenegaraan. Tidak hanya kegiatan di dalam istana, beberapa kali Presiden Joko Widodo juga melakukan kegiatannya di luar Istana Bogor.

Kegiatan Presiden di Kota Bogor membuat Kota Bogor semakin dikenal lebih luas di masyarakat baik masyarakat dalam negeri maupun luar negeri. Bahkan beberapa kali Presiden Joko Widodo menerima Tamu Kenegaraan dari luar negeri di Istana Bogor dan melakukan kegiatan kenegaraan dengan Tamu Kenegaraan dari luar negeri di dalam area Istana Bogor atau di dalam area Kebun Raya Bogor.

Seperti yang dilakukan Presiden Joko Widodo ketika beliau menerima kunjungan mantan Presiden Amerika Serikat ke 44 Barack Obama di Istana Bogor pada hari Jum'at 30 Juni 2017. Kedatangan Presiden kulit hitam pertama di Amerika Serikat tersebut disambut langsung oleh Presiden Joko Widodo di teras Istana Bogor. Barack Obama memang diundang langsung secara khusus oleh Presiden Joko Widodo.

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Presiden Joko Widodo dengan Barack Obama adalah mengajak Barack Obama berjalan-jalan mengelilingi Kebun Raya Bogor menggunakan mobil golf. Setelah itu mereka melakukan santap sore dan melakukan bincang-bincang sambil menikmati sore di Grand Garden, sebuah tempat makan yang ada di dalam Kebun Raya Bogor. (Sudarno.2017.)

Yang paling menyita perhatian ketika Raja Arab Saudi, Raja Salman bin Abdul Aziz Al Saud atau yang dikenal dengan nama Raja Salman datang ke Indonesia dan kemudian dimana kegiatan kenegaraan Raja Salman diagendakan di Kota Bogor. Ada beberapa agenda Raja Salman yang dilakukan di Istana Bogor dengan Presiden Joko Widodo seperti berkeliling Istana Bogor, penanaman bibit pohon, lalu pembahasan kenegaraan dan jamuan makan siang.

Sambutan orang nomor satu di Arab Saudi tersebut sangatlah meriah. Penyambutan Raja Salman ketika di Bogor melibatkan banyak siswa-siswi dari SD hingga SMA dan juga para guru-guru. Walaupun hujan deras sempat mengguuyur Kota Bogor namun tidak menyurutkan para pelajar dan guru tersebut untuk tetap menunggu dan menyambut kedatangan Raja Salman. . mereka berdiri disepularan daerah Istana Bogor seperti di Jalan Otista, Jalan Juanda dan kawasan Balai Kota Bogor untuk menyambut kedatangan Raja Salman. (Sohuturon, Martahan.2017)

Dari data yang dikumpulkan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (*LIPi*) selama tahun 2015, tercatat ada sekitar 955.773 pengunjung yang datang berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Jumlah tersebut melebihi target yang ditargetkan sekitar 800.000 pengunjung. Biasanya pengunjung bisa naik jumlahnya apabila waktunya bertepatan pada hari libur baik libur sekolah ataupun hari libur besar atau juga bisa terjadi di akhir pekan. (Website Resmi Kebun Raya Bogor).

Mengingat Kebun Raya Bogor merupakan tempat wisata alam terbuka dengan jumlah tanaman termasuk pohon besar yang begitu banyak, faktor alam bisa memengaruhi keadaan dari objek wisata tersebut. Pada bulan Januari 2015, sebuah insiden terjadi di Kebun Raya Bogor. Sebuah pohon besar tumbang dan menimpa pengunjung yang ada disana. Insiden tersebut melukai 23 pengunjung dan menewaskan 7 orang pengunjung. (Firmasnyah.2015)

Pada tanggal 9 Oktober 2016 pengunjung di Kebun Raya Bogor disengat oleh sekelompok lebah. Akibat dari kejadian itu belasan pengunjung dilarikan ke RS.PMI Bogor untuk diberikan perawatan. Insiden tersebut membuat Kebun Raya Bogor ditutup untuk sementara sampai masalah lebah tersebut selesai dan setelah selesai Kebun Raya Bogor kembali dibuka.

Pihak dari Kebun Raya Bogor menghimbau kepada pengunjung untuk berhati-hati saat berkunjung ke Kebun Raya Bogor. Selain itu pengelola Kebun Raya Bogor juga menerjunkan petugas untuk berjaga di titik-titik tertentu terutama di tempat insiden penyerangan lebah agar insiden tersebut tidak terjadi lagi. (2016)

Apabila sudah tiba padalibur hari besar atau akhir pekan, pengunjung yang datang ke Kebun Raya Bogor jumlahnya bisa bertambah dari biasanya. Jika jumlah pengunjung kebun raya pada hari biasa mencapai 1.000 pengunjung, maka ketika datang akhir pekan jumlah pengunjung yang datang ke Kebun Raya Bogor bisa berkali lipat. Jumlahnya membludak hingga 10 ribu orang dengan jumlah kendaraan pengunjung mencapai 5.000 unit mobil mengingat ada juga pengunjung yang datang ke Kebun Raya Bogor menggunakan kendaraan. Efek dari banyaknya pengunjung yang datang adalah bertambahnya kendaraan yang digunakan pengunjung untuk mengunjungi Kebun Raya Bogor. Dan dari efek banyaknya kendaraan pengunjung tersebutlah masalah yang kemudian muncul adalah lahan parkir kendaraan khususnya kendaraan roda empat. (Denura.2016)

Pelebaran pedestrian disepulur kawasan Kebun Raya Bogor otomatis sulit bagi pengunjung untuk parkir seperti biasa di bahu jalan karena akan mempersempit ruang jalan utama. Selain di bahu jalan, biasanya para pengunjung memarkirkan kendaraannya ditempat-tempat yang berada disepulur kawasan Kebun Raya Bogor seperti tempat parkir Bank BCA yang berseberangan dengan Kebun Raya Bogor. Namun apabila dihari kerja, lahan parkir di bangunan seputar Kebun Raya

Bogor tidak memperbolehkan pengunjung memarkir kendaraan mereka ditempat tersebut.

Untuk memecah masalah tersebut. Pemkot Bogor akan membangun sebuah bangunan bertingkat untuk dijadikan lahan parkir bagi pengunjung yang membawa kendaraannya agar tidak parkir ditempat yang sekiranya mengganggu aktifitas pengguna jalan lain. Selain itu pengunjung Kebun Raya Bogor juga “dipaksa” untuk menggunakan transportasi publik yang bertujuan mengurangi jumlah kendaraan yang masuk ke Kota Bogor dan Kebun Raya Bogor. (Denura.2016)

Dari beberapa masalah yang terjadi di Kebun Raya Bogor seperti yang sudah tertulis pada latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi penanganan keluhan yang dilakukan oleh Kebun Raya Bogor terhadap keluhan dari pengunjung dengan judul penelitian “Strategi Penanganan Keluhan Pengunjung oleh Pengelola Kebun Raya Bogor”.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan masalah yang terpapar di latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan permasalahan yang terjadi, yaitu:

1. Strategi Penanganan Keluhan Pengunjung oleh Pengelola Kebun Raya Bogor?

## **C. Tujuan penelitian**

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mendeskripsikan Strategi Penangan Keluhan Pengunjung Pengelola Kebun Raya Bogor.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat menimbulkan manfaat baik dari segi teoritis ataupun praktis dikemudian hari. Manfaat Teoritis, hasil dari penelitian semoga bisa memberikan manfaat, seperti:

### **1. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini semoga bisa menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang strategi penanganan keluhan yang dilakukan pihak humas dari Kebun Raya Bogor. Dan diharapkan penulis juga bisa mengimplementasikan secara nyata terhadap teori-teori yang selama ini telah didapatkan oleh penulis selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja profesional.

### **2. Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi inspirasi, informasi, atau referensi untuk membantu pihak-pihak yang ingin menciptakan dan melakukan penelitian selanjutnya.

Manfaat secara praktis dan hasil dari penelitian ini juga diharapkan manfaat, diantaranya:

### **3. Bagi Pihak Lembaga yang Diteliti**

Manfaat dari hasil penelitian ini adalah diharapkan bisa membantu Pengelola Kebun Raya Bogor dalam menanggapi masalah atau keluhan yang disampaikan berbagai elemen masyarakat yang mengunjungi wisata Kebun Raya Bogor.

## **E. Tinjauan Pustaka**

### **1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Aqida Nuril Salma mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang berjudul Analisis Strategi Penanganan Keluhan Pelanggan Pada Garuda Indonesia First Class Service di tahun 2015.

Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi penanganan keluhan kepada pelanggan pada First Class Service penerbangan maskapai Garuda Indonesia Airlines mengingat First Class Service adalah layanan paing eksklusif dan premium yang ditawarkan oleh Garuda Indonesia kepada *high value customer* yang berorientasi *zero error* dalam pelayanannya.

Meskipun pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan kasta tertinggi rupanya masih ada laporan keluhan yang diterima oleh pihak Customer Service dari penumpang First Class. Maka dari itu, dalam menangani keluhan yang diterima, pihak Customer Service harus merancang strategi penanganan keluhan pelanggan yang tepat dan sesuai harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa keluhan yang diterima dibedakan menjadi tiga jenis keluhan, yaitu keluhan ringan, keluhan sedang, dan keluhan berat. Ketiga jenis keluhan tersebut memiliki perbedaan strategi didalam penanganannya. Untuk keluhan ringan, terdapat *Standard Operating Procedure (SOP)* yang dirancang oleh pihak manajemen untuk diterapkan di lapangan dengan nama *delay management*. Sedangkan untuk keluhan ringan lainnya, strategi penanganan dapat dilakukan langsung oleh *First Class Assistant*.

Untuk keluhan sedang, strategi penanganan yang dilakukan adalah dengan melakukan koordinasi dengan *First Class Manager*. Sedangkan untuk keluhan berat koordinasi dilakukan dengan *Senior Manager*. Strategi penangan yang dilakukan selanjutnya adalah dengan mengidentifikasi keluhan untuk menemukan inti permasalahan, memberikan tanggapan keluhan serta penyampaian solusi keluhan,

memberikan *reward* berupa *merchandise* Garuda Indonesia kepada pelanggan yang mengeluh tersebut.

Setelah itu dapat dilanjutkan dengan *service recovery*. *Service recovery* adalah tindakan pemulihan yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk memperbaiki kesalahan yang telah menyebabkan pelanggan mengeuh.

Penelitian terdahulu yang penulis ambil merupakan penelitian dari Lucky Marlina Sarawasti mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul Kebijakan Pemerintah Kota Malang Dalam Penanganan Permasalahan Sosial (Studi Tentang Perilaku Satpol PP dan Pengemis) yang dilakukan pada tahun 2011.

Penelitian ini ini dilatarbelakangi karena jumlah penduduk di kota Malang yang kian bertambah baik dari warga pendatang ataupun yang lahir disana. Meningkatnya jumlah penduduk yang terjadi ternyata tidak berimbang dengan ketersediaan lapangan kerja yang memadai sehingga peluang seseorang untuk mendapat pencaharian disana semakin kecil.

Hal tersebut yang membuat banyak pengangguran yang disebabkan karena semakin kecilnya peluang kerja seseorang sehingga jalan pintas untuk tetap mendapat penghasilan adalah dengan cara menjadi pengemis yang akhirnya mengganggu rencana pembangunan kota, ketertiban dan ketentraman umum. Untuk wilayah alun-alun Malang sendiri terdapat puluhan pengemis. Hal ini akan sangat mengganggu setiap pengunjung alun-alun Kota Malang yang berkunjung kesana.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif serta melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya. Hasil penelitian yang diperoleh adalah: petyama, Pemerintah Kota Malang membuat kebijakan mengenai penanganan permasalahan pengemis. Kebijakan yang dihasilkan berupa turunnya beberapa produk hukum yang berisi menugaskan beberapa instansi termasuk Satpol PP untuk menanganinya. Proses

penanganan pengemis tersebut berupa penertiban, pembinaan dan pemberian keterampilan. Tugas Satpol PP hanya penertiban saja.

Lalu yang kedua, ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh satpol PP, antara lain proses perencanaan program, koordinasi, operasi, dan penindakan.

## **2. Landasan Teori**

### **a. Pelanggan**

Didalam buku Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan (Rismi Somad, Donni Juni Priansa, 2014: 29-30) dijelaskan bahwa:

“pelanggan selain harus dipuaskan dan dilayani dengan baik, juga berperan sebagai mitra (*partner*) strategis bagi organisasi bisnis. Pelanggan berfungsi sebagai pemberi masukan yang sangat penting guna peningkatan kinerja organisasi bisnis, sehingga organisasi bisnis dapat terus memperbaiki kinerja produknya bagi pelanggan, yang pada akhirnya akan memberikan dampak kepada nilai tambah dan peningkatan penjualan yang akan memberikan laba bagi organisasi bisnis.

Komunikasi kepada pelanggan penting dilakukan organisasi bisnis, karena tanpa adanya komunikasi kepada pelanggan yang efektif, maka kepentingan organisasi bisnis tidak dapat tercapai, selain itu kebutuhan dan keinginan pelanggan akan sulit terpuaskan.

Untuk mengembangkan suatu program komunikasi kepada pelanggan secara efektif, dapat digunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini sudah canggih. Organisasi bisnis dapat melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui sistem yang sifatnya *online* di dunia maya (internet). Dengan sistem yang *online*, maka pelanggan akan dengan mudah, cepat, dan murah dalam

mengakses segala hal terkait dengan kepentingannya terhadap organisasi bisnis.

Manfaat pentingnya komunikasi kepada pelanggan adalah:

1. Pelanggan berhak mengetahui tentang makna penting produk organisasi bisnis bagi kehidupannya.
2. Pelanggan berhak tahu bahwa organisasi bisnis menyediakan layanan informasi yang memadai dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Pelanggan berhak tahu bahwa organisasi bisnis dapat membantu pelanggan agar segala sesuatu yang terkait dengan kebutuhan dan keinginannya tercapai.
4. Pelanggan berhak tahu organisasi bisnis menyediakan sarana dan prasarana yang memadai sehingga setiap keluhan yang dirasakannya dapat segera disampaikan.
5. Pelanggan berhak mendapatkan pelayanan yang terbaik dengan waktu usaha seminimal mungkin.”

#### **b. Kepuasan Pelanggan**

Didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006:146) kepuasan pelanggan memiliki berbagai definisi. Day (dalam Tse dan Wilton, 1998) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Definisi menurut Engel, et, al. (1990) dalam buku Manajemen Jasa (fandy, 2006: 146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan

pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Lalu menurut Kotler (1994) dalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006: 146-147) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

### **c. Keluhan Pelanggan**

Didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006: 153-156) dijelaskan bahwa:

“pelanggan mengeluh karena tidak puas. Ia tidak puas karena harapannya tidak terpenuhi. Dengan demikian semakin tinggi harapan prapembelian seorang pelanggan, maka semakin besar kemungkinan ia tidak puas terhadap jasa yang dikonsumsinya. Oleh karena itu kunci komunikasi dalam pemasaran jasa adalah manajemen harapan pelanggan.

Menganalisis pelanggan yang tidak puas, merancang sistem penanganan keluhan yang efisien, dan syarat-syarat jaminan (garansi) yang baik merupakan strategi yang cukup efektif untuk membangun kepuasan pelanggan. Umumnya jumlah pelanggan yang tidak puas pada suatu jasa dan menyampaikan keluhannya tidaklah sebanyak kasus ketidakpuasan terhadap barang, yaitu 61% banding 76% (Mudie dan Cotam, 1993).

Dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu:

#### 1. Tidak melakukan apa-apa

Pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

## 2. Melakukan Komplain

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:

### a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan

Hal ini menyangkut derajat pentingnya jasa yang dikonsumsi dan harganya bagi konsumen, waktu yang dibutuhkan untuk mengkonsumsi jasa, serta *social visibility*. Apabila derajat kepentingan, biaya, dan waktu yang dibutuhkan (dalam mengkonsumsi jasa) relatif tinggi, maka kuat kecenderungannya bahwa pelanggan akan melakukan komplain.

### b. Tingkat ketidakpuasan pelanggan

Semakin tidak puas seorang pelanggan, maka semakin besar kemungkinannya ia melakukan komplain.

### c. Manfaat yang diperoleh

Apabila manfaat yang diperoleh dari penyampaian komplain besar, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan akan melakukan komplain. Manfaat yang bisa diperoleh terdiri dari empat jenis, yaitu:

- Manfaat emosional, yakni kesempatan menuntut hak, menumpahkan kekesalan dan kemarahan, serta menerima permintaan maaf.
- Manfaat Fungsional, yakni pengembalian uang, penggantian jasa yang dibeli, reparasi.
- Manfaat bagi orang lain, yakni membantu pelanggan lain agar terhindar dari ketidakpuasan akibat pelayanan yang buruk.

- Penyempurnaan produk, yaitu perusahaan jasa yang kemungkinan besar meningkatkan atau memperbaiki penawarannya.
- d. Pengetahuan dan pengalaman  
Hal ini meliputi jumlah pembelian (pemakaian jasa) sebelumnya, pemahaman akan jasa. Persepsi terhadap kemampuan sebagai konsumen, dan pengalaman komplain sebelumnya.
  - e. Sikap pelanggan terhadap keluhan  
Pelanggan yang bersikap positif terhadap penyampaian keluhan biasanya sering menyampaikan keluhannya karena yakin akan manfaat positif yang diterimanya.
  - f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi  
Faktor ini mencakup waktu yang dibutuhkan, gangguan terhadap aktivitas rutin yang dijalankan, dan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan komplain. Apabila tingkat tingkat kesulitannya tinggi, maka pelanggan cenderung tidak akan melakukan komplain.
  - g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain. Bila pelanggan merasa bahwa peluang keberhasilannya dalam melakukan komplain sangat kecil, maka ia cenderung tidak melakukannya. Hal sebaliknya terjadi apabila dirasakan peluangnya besar.

Komplain yang disampaikan berkenaan dengan adanya ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu:

a. *Voice Response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. **Pertama**, pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk

memuaskan mereka. **Kedua**, risiko pubisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomndasi dari mulut ke mulut, maupun melalui koran/media massa. Dan yang tidak kalah pentingnya adalah **ketiga**, memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan. Melalui kekurangan perbaikan jasa, perusahaan dapat memelihara hubungan baik dan loyalitas pelanggan.

b. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan jasa atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

c. *Third-party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa surat, atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dan sebagainya. Tindakan seperti ini sangat diktakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberi pelayanan baik kepada pelanggannya atau perusahaan yang tidak memiliki prosedur penanganan keluhan yang baik. Kadangkala pelanggan lebih memilih menyebarkan keluhannya kepada masyarakat luas, karena secara psikologis lebih memuaskan. Lagipula mereka yakin akan mendapatkan tanggapan yang lebih cepat dari perusahaan yang bersangkutan.

**d. Customer Relationship Management (CRM)**

Didalam buku Pemasaran Jasa (Fandy, 2006: 422-425) menjelaskan bahwa:

”konsep CRM tidak bisa lepas dari perspektif *Relationship Marketing* (RM) Menurut Cram (dikutip dalam Chaffey, et al., 2000, p. 294), *Relationship Marketing* adalah “aplikasi pengetahuan terkini mengenai parapelanggan individual secara konsisten untuk keperluan perancangan produk dan jasa yang dikomunikasikan secara interaktif dalam rangka mengembangkan hubungan jangka panjang berkesinambungan yang saling menguntungkan”. Dengan demikian, fokus utama konsep RM dan juga CRM adalah *share of customer*, retensi pelanggan, pembeian ulang, *cross-selling*, *up-selling*, dan *trusting and loyal relationships*.”

Secara umum, CRM merupakan proses holistik dalam mengidentifikasi, menarik, mendefinisikan, dan mempertahankan pelanggan dengan jalan mengintegrasikan rantai pasokan perusahaan guna menciptakan *customer value* pada setiap langkah dalam proses penciptaan nilai.

Dalam hal ini, proses CRM meliputi tiga langkah krusial (Strauss & Frost, 2001):

1. Identifikasi pelanggan yang didasarkan pada informasi mengenai pelanggan individual yang diperoleh melalui berbagai sumber personal dan *automated sources*, misalnya wiraniaga, staff layanan pelanggan, *barcode scanner* di gerai ritel, dan aktivitas Website.
2. Diferensiasi pelanggan berdasarkan karakteristik, perilaku, kebutuhan, atau *customer value*. Dasar pemikirannya adalah bahwa setiap konsumen itu unik dan tidak semua pelanggan mempunyai nilai yang sama bagi perusahaan. Berdasarkan prinsip Pareto, sekitar 20% pelanggan berkontribusi atas 80% laba perusahaan. Dalam konsep CRM, perusahaan berusaha memanfaatkan teknologi mutakhir untuk mengidentifikasi *high-value customer* dan merespon kebutuhan mereka dengan penawaran secara *real-time*.
3. *Customizing* bauran pemasaran yang disesuaikan dengan tuntutan preferensi individual.

Selain itu terdapat beberapa definisi CRM yang ditulis oleh beberapa ahli. Didalam buku karya Srivastava, Shervani & Fahey (1999) menyebutkan definisi CRM adalah Proses mengidentifikasi pelanggan, menciptakan *customer knowledge*, membangun *customer relationships*, dan membentuk persepsi pelanggan terhadap organisasi dan solusinya. Kegiatan tersebut bisa menciptakan sebuah hubungan yang baik untuk pelanggan karena pelanggan seperti merasa diperhatikan.

Lalu dipaparkan oleh Brown (2000) definisi CRM bukan sekedar konsep atau proyek. Namun, CRM merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan organisasi, baik pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial. CRM merupakan dinamika perubahan strategic, proses, organisasioanl, dan teknis yang dilakukan organisasi dalam rangka mengelola perusahaan secara lebih baik dan selaras dengan perilaku pelanggan.

Menurut Buttle (2004), konsep CRM bisa dipahami dalam tiga level: strategic, operasional dan analitikal. Level Strategik memiliki karakteristik utama yaitu Perspektif *top-down* yang memandang CRM sebagai strategi bisnis *customer-centric* utama yang bertujuan menggaet dan mempertahankan *profitable customers*. Lalu level CRM selanjutnya adalah Operasional. Level operasional memiliki karakteristik

#### **e. Proses Pemulihan Jasa**

Di dalam buku Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian (Fandy, 2014: 481) Peran pemulihan jasa dalam pemasran jasa sangat krusial. Kepuasan terhadap pemulihan jasa berkontribusi pada minat pembelian ulang, loyalitas, dan komitmen pelanggan, *trust*,

komunikasi gethok tular positif, dan persepsi pelanggan terhadap keadilan atau *fairness* (Hoffman dan Kelly, 2000; Matilla, 2001).

Suatu jasa apabila melakukan atau terjadi sesuatu yang bersifat merugikan konsumen haruslah segera melakukan pemulihan. Mengingat konsumen disini adalah bagian penting dari sebuah organisasi baik profit ataupun nonprofit. Apabila tidak segera dilakukan pemulihan maka akan menimbulkan kemungkinan hilangnya kepercayaan dari konsumen.

#### **f. Service Recovery**

Didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006: 159-160) dijelaskan bahwa:

“Service Recovery secara umum dapat diwujudkan dengan melakukan tiga cara pokok. Yang pertama adalah dengancara memperlakukan para pelanggan yang merasa tidak puas dengan sedemikian rupa sehingga bisa mempertahankan loyalitas mereka. Lalu yang kedua, penyedia jasa memberikan jaminan yang luas serta tidak terbatas pada ganti rugi yang dijanjikan saja. Dan yang ketiga, penyedia jasa memenuhi atau melebihi harapan dari para pelanggan yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka.

Heskett, Sasser dan hart (1990) juga telah merangkum beberapa hal-hal yang banyak diterapkan untuk menangani service recovery yang didasari dari hasil beberapa observasi terhadap beberapa perusahaan-perusahaan jasa yang terbilang unggul, yaitu:

1. Melakukan aktivitas rekrutmen, penempatan, pelatihan, dan promosi yang mengarah kepada keunggulan service recovery secara keseluruhan.
2. Secara aktif mengumpulkan atau menampung keluhan pelanggan yang dipandang sebagai peluang pemasaran dan penyempurnaan proses.

3. Mengukur biaya primer dan sekunder dari pelanggan yang tidak puas, lalu melakukan penyesuaian investasi terhadap tingkat biaya tersebut.
4. Memberdayakan karyawan lini depan untuk mengambil tindakan dalam waktu yang tepat dalam rangka service recovery.
5. Mengembangkan jalur komunikasi yang singkat antara pelanggan dan manajer.
6. Memberikan penghargaan kepada setiap karyawan yang menerima dan memecahkan masalah keluhan pelanggan, serta memperbaiki sumber-sumber masalahnya.
7. Memasukkan keunggulan pelayanan dan recovery sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan
8. Komitmen manajemen puncak terhadap dua hal utama yaitu, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal, dan mengembangkan program service recovery yang efektif.

Ketidakpuasan pelanggan bisa menjadi semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan cepat dan tepat. Kondisi ini dapat menyebabkan mereka berprasangka buruk dan sakit hati. Yang terpenting bagi pelanggan adalah bahwa pihak perusahaan harus menunjukkan rasa perhatian, keprihatinan, dan penyesalan terhadap kecewanya pelanggan dan berusaha memperbaiki situasi.

Oleh karena itu para karyawan perusahaan perlu dilatih dan diberi wewenang untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu.

Selain kegiatan tersebut, adanya tindakan keikutsertaan atau keterlibatan secara langsung dari pihak bagian perusahaan dengan jabatan yang penting ketika melakukan proses menangani keluhan dari para pelanggan juga sangat memberikan dampak yang baik. Hal tersebut begitu penting karena para pelanggan yang mengeluh lebih suka untuk bertemu atau berurusan secara langsung dengan petinggi dari perusahaan tersebut atau orang-orang memiliki kekuasaan dalam bertindak untuk memecahkan masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan tersebut.

Para pelanggan juga lebih merasa bahwa pihak perusahaan begitu besar menaruh rasa perhatian terhadap pelanggan yang mengeluhkan masalah-masalah dan terlihat benar-benar berusaha memperbaiki kekurangan perusahaan dengan sungguh-sungguh.

#### **g. Strategi Penangan Keluhan Yang Efektif**

Didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006:164-167) dijelaskan bahwa: “penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas (atau bahkan pelanggan “abadi”). Manfaat lainnya adalah (Mudie dan Cottam, 1993):

1. Penyedia jasa memperoleh kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa.
  2. Penyedia jasa bisa terhindar dari publisitas negatif.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa seseorang pelanggan yang tidak puas akan menceritakan pengalamannya kepada

8 sampai 10 orang lain (keluarga, teman, sejawat). Dengan demikian citra buruk jasa perusahaan dengan mudahnya berkembang diantara mereka, dan ini sangat merugikan perusahaan. Kendati demikian, dewasa ini mulai banyak perusahaan yang dengan berbagai cara mencoba mendorong agar pelanggan menyampaikan ketidakpuasannya pertama kali ke perusahaan, sehingga bisa diatasi sebelum tersebar luas. Pesan pesan komunikasi berkaitan dengan hal ini misalnya “*Bila Anda tidak puas, beritahulah kami. Tetapi bila anda puas, beritahulah rekan-rekan Anda*”.

3. Penyedia jasa akan mengetahui aspek-aspek yang perlu dibenahi dalam pelayanan saat ini.
4. Penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya.
5. Karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas baik.

Proses penanganan keluhan yang efektif terdiri atas beberapa langkah. Langkah pertamanya adalah identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Langkah ini merupakan langkah yang sangat penting, karena menentukan efektivitas langkah-langkah selanjutnya. Sumber masalah ini perlu diatasi, ditindaklanjuti, dan diupayakan agar masa mendatang tidak timbul masalah yang sama.

Dalam melaksanakan langkah tersebut, dibutuhkan kecepatan serta ketepatan dalam penanganan keluhan merupakan hal yang begitu penting bahkan krusial. Rasa ketidakpuasan dari para pelanggan bisa saja menjadi semakin besar apabila para pelanggan yang mengeluh

terseut merasa bahwa keluhan yang dikeluhkan diselesaikan dengan kurang baik atau bahkan diselesaikan dengan tidak baik. Keadaan seperti ini apabila terjadi akan menyebabkan pelanggan tersebut berprasangka buruk bahkan merasa sakit hati. Yang paling penting bagi pelanggan adalah bahwa pihak dari perusahaan harus menunjukkan rasa perhatian terhadap pelanggan dengan keluhannya, rasa prihatin serta rasa penyesalan terhadap kekecewaan yang dirasakan oleh pelanggan dan berusaha untuk segera memperbaiki keadaan. Oleh karena itu para karyawan perusahaan (terlebih karyawan lini depan yang berhadapan langsung dengan pelanggan) perlu dilatih dan diberdayakan untuk mengambil keputusan dalam rangka menangani situasi-situasi seperti itu. Disamping itu, keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan juga memberikan dampak positif. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki wewenang untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka.

Langkah yang tidak kalah pentingnya adalah pengembangan sistem informasi manajemen, dimana perusahaan mendata setiap keluhan yang disampaikan dan belajar dari kesalahannya yang pernah dilakukan.

Ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan (Schnaars, 1991), yaitu:

1. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emos atau marah perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan

waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.

## 2. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat dengan cepat maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya maka besar kemungkinannya ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali. Hasil penelitian *Technical Assistance Research Programs* (dalam Naumann dan Giel, 1995) menunjukkan bahwa:

- 70-90% pelanggan yang menyampaikan keluhannya akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama apabila ia puas dengan cara penanganan keluhannya.
- 20-70% pelanggan yang tidak puas dengan cara penanganan keluhannya yang akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.
- Hanya 10-30% pelanggan yang memiliki masalah (tetapi tidak menyampaikan keluhan atau meminta bantuan) akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi 'win-win' (realistic, fair, dan proporsional), dimana pelanggan dan perusahaan jasa sam-sama diuntungkan.

4. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan

Hal ini sangat penting bagi pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pernyataan, dan keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhan kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, suatu perusahaan menyediakan jalur atau saluran telepon khusus (*hot line service*) untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan E-mail di jaringan Internet (dengan membuka *site* atau *homepage* di World Wide Web”

#### **h. Pariwisata**

Pengertian Pariwisata yang dikemukakan oleh E. Guyer Fleuer didalam buku Pengantar Ilmu Pariwisata (Yoeti, 1982: 115) bahwa:

“Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan dan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai

bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan”

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif. “Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya, melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya juga. Penelitian ini tidak mengutamakan sampling atau populasi. Justru populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang didapatkan sudah dapat menjelaskan fenomena yang ada, maka tidak dibutuhkan populasi atau sampling tambahan. Penelitian kualitatif menekankan kedalaman data bukan banyaknya data”. (Kriyantono, 2010: 56-57).

Diharapkan penelitian ini menghasilkan data yang mendetail tentang bagaimana strategi komunikasi pengelola Kebun Raya Bogor dalam menangani keluhan pengunjung yang diakibatkan dari sistem satu arah yang diterapkan di kawasan Kebun Raya Bogor.

Selain itu penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. “Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Periset sudah mempunyai konsep (biasanya satu konsep) dan kerangka konseptual. Melalui kerangka konseptual (landasan teori), periset melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel beserta indikatornya. Riset ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel”. (Kriyantono, 2010: 69).

Disini peneliti berperan sebagai fasilitator dan realitas dikonstruksi oleh subjek penelitian. Selanjutnya peneliti bertindak sebagai aktivis yang ikut memberi makna secara kritis pada realitas yang dikonstruksi subjek penelitian.

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

Penelitian ini direncanakan dilakukan di bagian pengelola Kebun Raya Bogor yang berada di Gedung Penelitian Konservasi Tumbuhan (PKT) Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang beralamat di Jl. Ir. Haji Djuanda no. 13, Paedang, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16122.

## **3. Narasumber**

Narasumber dalam penelitian ini adalah pihak Humas atau *Public Relation* dari pihak pengelola Kebun Raya Bogor serta bagian dari Pemerintah Kota Bogor yang menangani bagian pengelolaan di bidang pariwisata Kebun Raya Bogor.

## **4. Teknik Pengumpulan Data**

Data Primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari informan atau narasumber yang sudah ditentukan sebagai data utama yang dibutuhkan oleh peneliti seperti yang dikatakan Rachmat Kriyantoro (2010:41-42) “Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari hasil pengisian kuisioner.

“Seorang periset harus melakukan kegiatan pengumpulan data. Kegiatan pengumpulan data adalah prosedur yang sangat menentukan baik tidaknya riset. Jika kegiatan pengumpulan data ini dirancang dengan tidak baik atau bila salah dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh pun tidak sesuai dengan permasalahan penelitian.” (Kriyantoro, 2010:95).

Dipaparkan Oleh Rachmat Kriyantoro (2010:95) “Metode pengumpulan data sangat ditentukan oleh metodologi riset, apakah kuantitatif atau kualitatif. Dalam riset kualitatif dikenal metode pengumpulan data: observasi (*field observation*), *focus group discussion*, wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) dan studi kasus (Wimmer,2000:110; Sendjaya, 1997:32)”.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara teknik wawancara mendalam secara langsung atau bertatapmuka dengan narasumber yang sudah ditentukan. Wawancara mendalam ini dilakukan agar peneliti mendapat data yang lengkap dan mendalam.

Wawancara, observasi”. Teknik wawancara adalah cara untuk mendapatkan data primer tersebut. “Wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respons informan, artinya informan bebas memberikan jawaban.

Karena itu periset mempunyai tugas berat agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Caranya dengan mengusahakan wawancara berlangsung informal seperti orang sedang mengobrol.”(Kriyantoro, 2010:102).

## **5. Analisis Data**

Analisis data adalah pengkodean data yang telah dikumpulkan ketika proses pengumpulan data yang bisa dilakukan dengan berbagai teknik pengumpulan data seperti *focus group discussion*, wawancara, observasi, maupun melalui dokumen.. Disini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Penulis melakukan pengkodean dari hasil wawancara.

Analisis data dilakukan dengan cara membaca seluruh material wawancara yang sudah diperoleh untuk mendapatkan gambaran apa yang didapatkan dari hasil wawancara tersebut. Setelah itu penulis harus mengkategorikan atau mengklasifikasikan data tersebut kedalam kategori-kategori tertentu.

Analisis data merupakan faktor yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Tahap ini memegang peran sebagai faktor utama dalam penilaian penelitian. Dalam analisis data ini, penulis harus mampu memberi sebuah makna dari sekumpulan data yang sudah dikumpulkan. Penulis harus mampu menghasilkan sebuah ulasan hasil dalam bentuk deskriptif dari sekumpulan data yang diperoleh. Menyajikan hasil olahan data kedalam sebuah bentuk deskriptif.

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. SEJARAH

Menurut website resmi Kebun Raya Bogor (<http://krbogor.lipi.go.id/id/Sejarah-Kebun-Raya-Bogor.html>) pada mulanya kebun raya hanya akan digunakan sebagai kebun percobaan bagi tanaman perkebunan. Dimana tanaman perkebunan tersebut akan diperkenalkan di Hindia Belanda. Hal ini berubah seiring berjalannya waktu dalam perkembangan pendirian Kebun Raya Bogor. Dapat dikatakan bahwa dalam mengawali perkembangan ilmu pengetahuan di Indonesia dan sebagai wadah bagi ilmuwan terutama bidang botani di Indonesia. Dimaksudkan agar lebih terorganisasi pada zaman itu (1880 - 1905). Pada akhirnya lahirlah beberapa institusi ilmu pengetahuan lain, seperti Bibliotheca Bogoriensis (1842), Herbarium Bogoriense (1844), Kebun Raya Cibodas (1860), Laboratorium Treub (1884), dan Museum dan Laboratorium Zoologi (1894).

Setelah Indonesia merdeka, tahun 1949 *'sLands Plantentuin te Buitenzorg* berubah nama menjadi Jawatan Penyelidikan Alam. Setelah itu menjadi Lembaga Pusat Penyelidikan Alam (LLPA). Dimana lembaga ini untuk pertama kalinya dikelola dan dipimpin oleh bangsa Indonesia. Pemimpin tersebut bernama Prof. Ir. Kusnoto Setyodiwiryo. Saat itu LLPA punya 6 anak lembaga, yaitu *Bibliotheca Bogoriensis*, *Hortus Botanicus Bogoriensis*, *Herbarium Bogoriense*, *Traub Laboratorium*, *Museum Zoologicum Bogoriense* dan Laboratorium Penyelidikan Laut. Pada tahun 1956 untuk pertamakalinya pimpinan Kebun Raya berubah. Dimana kepemimpinan tersebut di emban oleh bangsa Indonesia sendiri. Pemimpin tersebut adalah Sudjana Kassar menggantikan J. Douglas.

Terkait dengan pengembangan koleksi tanaman yang sesuai dengan iklim di Indonesia, Kebun Raya Bogor membangun beberapa cabang kebun raya lainnya:

1. Kebun Raya Cibodas (*Bergtuin te Cibodas, Hortus dan Laboratorium Cibodas*) di Jawa Barat. Luasnya 120 hektar berada pada ketinggian 1400 mdpl, didirikan oleh Johannes Elias Teijsmann tahun 1866, mempunyai koleksi tanaman khas dataran tinggi beriklim basah daerah tropis dan sub-tropis. Tahun 1891 Kebun ini dilengkapi dengan Laboratorium untuk Penelitian flora dan fauna.
2. Kebun Raya Purwodadi (*Hortus Purwodadi*) di Jawa Timur. Luasnya 85 hektar berada pada ketinggian 250 mdpl, didirikan oleh Van Slotentahun 1941, mempunyai koleksi tanaman khas dataran rendah beriklim kering daerah tropis.
3. Kebun Raya "Eka Karya" Bedugul-Bali didirikan tahun 1959 oleh Prof. Ir. Kusnoto Setyodiwiryono. Luasnya 159,4 hektar berada pada ketinggian 1400 mdpl, mempunyai koleksi tanaman khas dataran tinggi beriklim kering.

(<http://krbogor.lipi.go.id/id/Sejarah-Kebun-Raya-Bogor.html> diakses 4 September 2017)

## **B. VISI DAN MISI**

### **Visi**

*"Menjadi salah satu Kebun Raya terbaik di dunia dalam bidang konservasi dan penelitian tumbuhan tropika, pendidikan lingkungan dan pariwisata".*

Untuk mewujudkan visi yang telah ditetapkan, PKT Kebun Raya-LIPI menetapkan misinya sebagai berikut:

- a) Memperkuat bobot ilmiah di dalam pengelolaan koleksinya.
- b) Mengembangkan model pengelolaan tumbuhan secara *ex situ* dalam bentuk kebun raya.

- c) Melakukan pembinaan dan pengawasan teknis atas pembangunan kebun raya di Indonesia.
- d) Meningkatkan mutu penelitian di bidang konservasi, domestikasi, ekonomi botani dan reintroduksi tumbuhan Indonesia.
- e) Melakukan diseminasi dan komersialisasi produk hasil penelitian.
- f) Memperkuat manajemen kelembagaan menuju reformasi birokrasi, wilayah bebas dari korupsi (WBK) dan wilayah birokrasi bersih melayani (WBBM).
- g) Meningkatkan mutu pelayanan publik, termasuk mutu pendidikan lingkungan dan penyediaan informasi ilmiah.
- h) Memperkuat jaringan kerjasama dengan para pemangku kepentingan, baik dari dalam maupun luar negeri.
- i) Meningkatkan dan memperkuat *capacity building* sumber daya manusia.
- j) Membangun dan mengembangkan sarana prasarana yang dibutuhkan, khususnya sarana prasarana yang menunjang pelayanan publik dan penelitian.

(<http://krbogor.lipi.go.id/id/Visi--Misi-PKT-Kebun-RayaLIPI.html> diakses 4 September 2017)

### **C. TUGAS POKOK**

Penyiapan bahan perumusan kebijakan, penyusunan pedoman, pemberian bimbingan teknis, penyusunan rencana dan program, pelaksanaan penelitian bidang konservasi *ex-situ* tumbuhan tropika serta evaluasi dan penyusunan laporan.

#### **D. FUNGSI**

- Penyiapan bahan perumusan kebijakan bidang konservasi ex-situ tumbuhan tropika.
- Penyusunan pedoman, pembinaan dan pemberian bimbingan teknis penelitian bidang konservasi ex-situ tumbuhan tropika.
- Penyusunan rencana dan program serta pelaksanaan penelitian bidang konservasi ex-situ tumbuhan tropika.
- Pemantauan pemanfaatan hasil penelitian bidang konservasi ex-situ tumbuhan tropika.
- Pelayanan jasa ilmu pengetahuan dan teknologi bidang konservasi ex-situ tumbuhan tropika.
- Evaluasi dan penyusunan laporan penelitian bidang konservasi ex-situ tumbuhan tropika.

#### **E. TUGAS POKOK TIAP BIDANG PKT KEBUN RAYA BOGOR**

##### **1. Bidang Konservasi Exitu**

##### **Tugas Pokok**

Menyusun rencana Bidang Konservasi Ex-Situ, mendistribusikan dan mengkoordinasikan kegiatan fungsi Pemeliharaan Koleksi, Registrasi Koleksi, Seleksi dan Pembibitan, dan Reintroduksi Tumbuhan Langka.

## **Fungsi**

1. Menyusun rencana/program kerja Bidang Konservasi Ex-Situ sesuai dengan tugas, fungsi dan arahan pimpinan.
2. Mendistribusikan tugas kedinasan sesuai dengan proporsi dan atau disposisi pimpinan.
3. Mengkoordinasikan kegiatan lintas Sub Bidang di jajarannya.
4. Menyelia, memantau, memeriksa, menilai dan mengevaluasi pelaksanaan tugas di Sub Bidang di Jajarannya.
5. Mempersiapkan pedoman, strategi dan atau konsep-konsep konservasi Ex-Situ.
6. Memberikan saran dan atau pertimbangan dalam bidang konservasi Ex-Situ.
7. Melaksanakan tugas kedinasan laian atas perintah atasan.
8. Menyusun laporan.

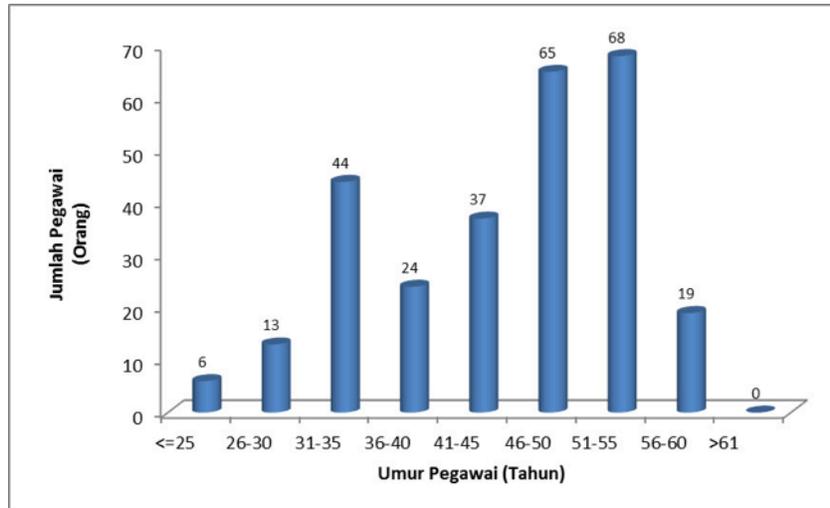
(<http://krbogor.lipi.go.id/id/Tugas-Pokok-dan-Fungsi-PKT-Kebun-RayaLIPI.html>

diakses 4 September 2017)

## **F. SUMBER DAYA MANUSIA**

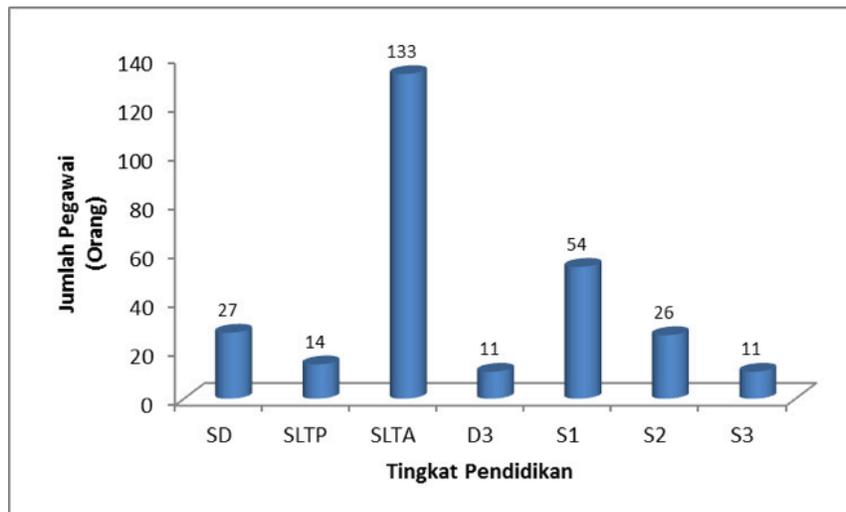
Berdasarkan usia pegawai PKT KR Bogor hingga Desember 2015 diketahui bahwa jumlah pegawai terbanyak pada rentang umur 51-55 tahun yaitu 68 orang diikuti rentang umur 46-50 tahun sebanyak 65 orang. Kelompok rentang umur tertua pegawai PKT Kebun Raya-LIPI yaitu 56-60 tahun sebanyak 19 orang. Hal menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun ke depan banyak yang akan memasuki masa purna bakti. Sedangkan jumlah pegawai yang terkecil adalah rentang umur > 25 tahun sebanyak 6 orang, diikuti rentang umur 26-30 tahun sebanyak 13 orang.

**(Tabel 1. Tabel usia pegawai PKT Kebun Raya Bogor)**



(<http://krbogor.lipi.go.id/id/Sumber-Daya-Manusia.html> diakses 4 September 2017)

**(Tabel 2. Tabel jenjang pendidikan pegawai PKT Kebun Raya Bogor)**



(<http://krbogor.lipi.go.id/id/Sumber-Daya-Manusia.html> diakses 4 September 2017)

Berdasarkan pangkat golongan pegawai dapat diketahui bahwa sebaran pegawai PKT Kebun Raya-LIPI pada Golongan I sebanyak 23 orang, Golongan II sebanyak 131 orang, Golongan III sebanyak 98 orang dan Golongan IV sebanyak 24 orang. Sedangkan berdasarkan tingkat pendidikan dapat diketahui bahwa jumlah pegawai terbesar mempunyai pendidikan berupa setingkat SLTA atau lebih rendah sebanyak 174 orang, dengan rincian tingkat SLTA sebanyak 133 orang, SLTP 14 orang dan SD 27 orang.

Sedangkan pegawai yang mempunyai jenjang D3 sebanyak 11 orang, S1 sebanyak 54 orang, S2 sebanyak 26 orang, S3 sebanyak 11 orang (Gambar 6). Tingkat pendidikan dari SD hingga SLTA ini sangat diperlukan untuk melakukan tugas kebersihan gedung dan kebun maupun pemeliharaan koleksi. Sedangkan jenjang pendidikan diploma hingga pasca sarjana lebih banyak dibutuhkan untuk melakukan tugas penelitian, pendataan dan analisis.

PKT Kebun Raya Bogor-LIPI mempunyai pegawai yang menduduki berbagai jabatan struktural dan jabatan fungsional. Jabatan struktural PKT Kebun Raya Bogor terdiri dari 1 orang Pejabat Eselon II, 3 orang Pejabat Eselon III dan 8 orang Pejabat Eselon IV. Sedangkan pegawai yang menduduki jabatan fungsional diantaranya fungsional peneliti ada 45 orang, terdiri dari peneliti utama 9 orang, peneliti madya 6 orang, peneliti muda 19 orang dan peneliti pertama 11 orang.

Sedangkan pegawai yang menduduki jabatan fungsional non peneliti terdiri dari teknisi litkayasa sebanyak 50 orang, pranata humas sebanyak 18 orang, arsiparis sebanyak 4 orang, analisis kepegawaian sebanyak 4 orang, perencana sebanyak 3 orang, pranata komputer sebanyak 2 orang dan pustakawan sebanyak 2 orang. Pegawai PKT Kebun Raya-LIPI yang tidak menduduki jabatan fungsional (fungsional umum) adalah 149 orang yang terdiri dari kandidat peneliti sebanyak 6 orang, tenaga administrasi sebanyak 6 orang dan teknisi kebun sebanyak 137 orang.

Gambar 2.1 Gedung visitor Center tempat pengunjung mencari informasi dan juga sebagai tempat melakukan pengaduan keluhan, kritik dan juga saran



Sumber: foto pribadi

Gambar 2.2 Istana Bogor yang berada didalam kompleks Kebu Raya Bogor namun tetap dibatasi oleh pagar karena bukan tempat umum



Sumber: foto pribadi

Gambar 2.3 Pintu gerbang masuk utama Kebun Raya Bogor.



Sumber: foto pribadi

Gambar 2.4 Tanda himbauan kepada pengunjung agar berhati-hati terhadap ranting yang bisa jatuh sewaktu-waktu.



Sumber: foto pribadi

## **BAB III**

### **PENEMUAN DAN PENYAJIAN DATA**

Bab III merupakan bagian penyajian data yang ditemukan oleh penulis selama berada di lapangan. Data yang didapat merupakan hasil wawancara dari narasumber yaitu Bapak Ahmad Djuhdi Endawan S.Sos. beliau adalah orang yang berada di bagian humas Kebun Raya Bogor. Lokasi pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara yang berlokasi di kantor Pusat Konservasi Tumbuhan (PKT) Kebun Raya Bogor. Berikut adalah hasil data yang didapatkan dari proses wawancara dengan narasumber:

#### **A. Penanganan Keluhan**

Berikut adalah hasil wawancara seputar penanganan keluhan oleh pihak Kebun Raya Bogor.

*“menangani ya kalo memang ada yang harus ditindaklanjuti ya itu butuh proses kan, misalkan kembali lagi ke fisik, ini bangunanya kurang bagus atau gimana.. kita harus mengecek ulang atau misalkan apa.. atau keramiknya ada yang pecah atau gimana.. itukan harus di ini.. berarti ada proses ya.. itu biasanya ke bagian umum kita ajukan dulu kalo di lokasi itu ada yang kurang bagus”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas Kebun Raya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa humas Kebun Raya Bogor bertugas untuk menampung semua keluhan yang masuk dari berbagai sumber atau saluran yang disediakan oleh pihak Kebun Raya Bogor kepada pengunjung yang ingin menyampaikan keluhan, kritik, atau saran. Setelah itu saran,

kritik dan keluhan yang masuk nantinya akan di akan diajukan ke bagian-bagian yang bertugas untuk menangani keluhan tersebut.

*“Jadi ga bisa langsung pada saat itu paling kita tampung dulu itu masukan atau kritiknya baru kita follow up ke bagian yang bersangkutan. Jadi istilahnya di humas itu hanya sebagai penyedia aja nanti disalurkan kembali kepada pihak bagian manajemen yang mengelolanya itu dilimpahkan ke bagian mana mengenai tindak lanjutnya itu.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara diatas peneliti menarik kesimpulan setelah itu nantinya kritik, saran dan keluhan tersebut akan di kroscek atau di pantau sebelum melakukan proses penanganan keluhan. Jadi proses penanganan keluhannya tidak bisa langsung dieksekusi saat itu juga. Semua keluhan yang diterima oleh Kebun Raya Bogor oleh humas nantinya akan dianalisis untuk diberikan kepada pihak-pihak yang terkait sesuai dengan keluhan, kritik ataupun saran agar bisa ditindaklanjuti.

*“ga ada.. ga ada cluster masalah itu, kita ambil seadanya berapa berapa.... Maskudnya gini, bukan dari situ ya, kita litanya malah dari saluran yang mereka gunakan, dari kotak saran, ada dari media sosial, ada dari email, atau langsung ke pengelola didepan di visitor center disitu tapi ujung-ujungnya mereka suruh nulis sih suruh masukin ke kotak saran, gitu. Kalo dari grafiknya, mereka lebih cenderung lebih banyak menggunakan jalur media sosial.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa tidak ada pengkelasan atau *cluster* untuk jenis keluhan yang diterima oleh pihak Kebun Raya Bogor. Kebun Raya Bogor menyediakan berbagai saluran kepada para pengunjung untuk melakukan keluhan terhadap Kebun Raya Bogor. Pihak Kebun Raya Bogor menerima keluhan, kritik dan saran melalui berbagai saluran. Mereka

menyediakan saluran melalui media kotak saran di bagian Visitor Center, sosial media seperti email, facebook, dan twitter. Dari grafik yang ada para pengunjung paling banyak menggunakan media facebook sebagai tempat mereka menyampaikan keluhan, kritik atau saran.

*“kalo kotak saran mungkin males juga ya nulisnya ga bisa sepanjang lebar atau keterbatasan atau capek juga. Mungkin ga bisa ngungkapin. Biasanya kan kalo gini keluhan biasanya sambil marah-marah ya.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari wawancara tersebut peneliti berkesimpulan bahwa penggunaan media sosial paling banyak digunakan karena kepraktisannya. Melalui facebook para pengunjung yang ingin menyampaikan keluhan, kritik atau saran bisa dengan mudah mengetik isi pesan mereka tanpa dibatasi jumlah karakter kata. Karena jika menggunakan formulir para pengunjung merasa malas dan capek untuk menulis panjang dan lebar serta terbatasnya ruang penulisan di kertas formulir tersebut.

*“nah terus kalo media sosial mereka bisa upload fotonya istilahnya barang bukti atau apanya.. walaupun itu ga didukung kayak gitu (barang bukti ex:upload foto) doang kita kurang, gak terlalu kita tanggapin.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Peneliti menyimpulkan hasil wawancara diatas bahwa penggunaan media sosial seperti facebook atau twitter bisa sekaligus menyertakan foto sebagai bukti bahwa para pengunjung memang benar-benar mendapati hal yang merugikan sehingga mereka menyampaikan keluhan, kritik atau saran. Pencantuman foto juga mendukung agar keluhan, kritik atau saran nantinya akan dibawa dan dibahas ke tingkat manajemen.

Pihak Kebun Raya Bogor juga memiliki SOP disetiap bagian dalam melaksanakan tugasnya termasuk bagian Humas. Berikut adalah hasil wawancara tentang SOP.

*“kalo SOP kita ada satu tim ya, kita kan pake ISO berapa itu nanti kamu liat ya saya lupa, kita pake itu disitu ada instruksi kerja ada SOP ada acara kita menangani keluhan, prosedur untuk pelayanan identifikasi, untuk magang, untuk penelitian tu ada, lengkap dengan flowchartnya alur-alurnya segala rupa gitu, itu ada Cuma yang nyusun ya tim ISO di kita standard untuk pelayanan.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa dalam melaksanakan tugasnya pihak humas juga memiliki *Standard Operating Procedure* atau SOP yang menjelaskan instruksi kerja seperti penelitian, magang, prosedur pelayanan identifikasi termasuk penanganan keluhan untuk bagian humas lengkap dengan alur dan *flowchart*-nya. SOP ini juga diawasi oleh auditor.

*“ada, cuman saya ga mempelajari lebih dalam ya. SOP nyaya kayak gitu aja minimal kita merespon, yang saya pegang selama ini dan itu memang ada aturannya saya merespon tidak lebih dari empat belas hari kerja. Respon ga mesti istilahnya *problem solving* ya, cukup kita terima saran itu, kita terima masukan itu, itu udah, minimal jawaban, soalnya ga semua pada saat itu bisa beres kana ada proses”.*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Peneliti menyimpulkan wawancara diatas bahwa untuk menangani keluhan berdasarkan SOP, pihak humas minimal menampung atau menerima serta merespon keluhan tidak lebih dari empat belas hari kerja. Respon yang dilakukan tidak harus berupa *problem solving* karena tidak semua keluhan, kritik dan saran bisa langsung

diselesaikan pada saat itu karena keluhan, kritik, dan saran yang masuk tersebut harus diproses terlebih dahulu.

*“Disitu pun posisi kita sebagai pengelola saran dan pengaduan itu kan hanya merekap istilahnya, baru nanti kita salurkan kembali ke bagian-bagian yang berhubungan.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Peneliti menarik kesimpulan dari wawancara diatas bahwa posisi humas di Kebun Raya Bogor sebagai pengelola saran dan pengaduan. Keluhan yang masuk dari berbagai saluran nantinya akan ditampung terlebih dahulu oleh pihak humas Kebun Raya Bogor dan direkap serta didokumentasikan lalu nantinya setelah direkap keluhan tersebut akan disalurkan atau diserahkan kepada bagian-bagian yang bertugas untuk melaksanakan proses penanganan keluhan tersebut.

Pihak humas Kebun Raya Bogor juga melakukan pendokumentasian keluhan. Berikut adalah wawancara tentang pendokumentasian keluhan oleh pihak Kebun Raya Bogor.

*”kalo pendokumentasian keluhan kita ada, kalo misalkan dari mana, kotak saran enak ya udah ada formulir udah berbentuk formulir. Kayak gini..(narasumber menunjukkan dokumen) ini setelah diproses dari kita udah ada yang masukan kita kasih tau ke bagian ini...Nanti kalo masalah penanganan antar bagian kayak gini itu dikerjakan oleh KASUBAG dengan Bu Risna.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa pengelola Kebun Raya Bogor melakukan kegiatan pendokumentasian yang dimana isi dokumentasi tersebut nantinya oleh pihak humas akan di salurkan kepada bagian-bagian yang bersangkutan tersebut kemudian keluhan tersebut akan di kroscek oleh

bagian yang bersangkutan tergantung dari apa yang dikeluhkan oleh pengunjung untuk membahas mengenai tindaklanjut dari keluhan tersebut.

*“Ini contoh saran dan keluhan yang masuk untuk usia delapan puluh tidak perlu dipungut biaya untuk member seumur hidup katanya. Ini rencana kita sebagai pengelola disini usulan ini dapat kita respon mereka kita usulkan nah dimana hasil usulan itu yang tadi dirapatkan dengan bagian ini ternyata hasilnya usulan belum diterima, di evaluasi untuk tahun berikutnya, kita ajukan kembali tetep.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan hasil wawancara penulis menyimpulkan apabila berdasarkan hasil rapat usulan dari pengunjung tidak bisa belum bisa diterima maka usulan tersebut tetap akan diajukan kembali untuk dievaluasi di tahun berikutnya. Seperti ada masukan agar pengunjung yang berusia lanjut agar dibebaskan biaya member. Usulan tersebut ditampung dan kemudian diserahkan ke bagian yang bersangkutan. Setelah itu di masukan tersebut dirapatkan sebagai tindaklanjut untuk dikaji. Namun ternyata hasil rapat memutuskan belum bisa menerima masukan tersebut. Namun masukan tersebut tetap dievaluasi dan diajukan kembali tahun berikutnya.

*“ini akan di audit oleh inspektorat LIPI ya, tingkat pusat, jadi kerjaan lu apa aja selama ini, pelayanan ke masyarakat tu apa aja, itu saya ga tau apa yang mereka bahas. Untuk apa pun saya ga ngerti. Tapi secara general saya untuk memperbaiki kinerja kita evaluasi, apa yang harus dikerjakan, apa yang harus dipertahankan, apa yang arus diganti sistemnya, diperbaharui kayaknya sih dari situ. Karena intinya kan ini sistem, sistem pelayanan pada masyarakat aja gak ada hubungannya dengan sistem penetapan anggaran, engga. Beda gitu.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti berkesimpulan bahwa hasil pendokumentasian tersebut nantinya akan dibawa kedalam rapat pimpinan kepala bagian yang terkait dengan keluhan atau saran yang disampaikan oleh pengunjung. Hasil rapat tersebut yang akan memutuskan suatu keputusan untuk menanggapi keluhan saran dan pengaduan nantinya akan disampaikan oleh pihak humas Kebun Raya Bogor kepada pengunjung yang bersangkutan.

Dalam penanganan keluhan pihak humas juga menemukan kendala dalam menjalankan tugas mereka. Berikut adalah wawancara tentang kendala yang disampaikan oleh bapak Ahmad Djuhdi Endawan.

*“Nah ini terkait sistem satu arah di kota Bogor, nah kayak gini dia ga mau nyebutin namanya, hanya nomer hp gitu sebetulnya kalau kita follow up nanti gimana gitu tapi disisi lain saran masukan keluhannya itu memang bernilai positif buat kita gitu ya.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan kasus yang mengeluhkan efek kemacetan pada Sistem Satu Arah (SSA) yang berlaku di kota Bogor sehingga memakan waktu untuk mencapai ke pintu masuk utama Kebun Raya Bogor. Keluhan tersebut bernilai positif namun pengunjung yang mengeluh tersebut tidak mencantumkan nama, hanya menyantumkan nomor *handphone*.

*“Makanya kita ambil, saran yang bagus gitu, akhirnya kita aktifkan kembali pintu 4 yang tadinya, pintu 4 tuhyang didepan IPB, seberang IPB, pintu 3 nya itu didepan Plaza Lippo, berarti berkoordinasi dengan pihak paspampres, saya hanya ini, dia yang menginikan dengan bagian lain hasilnya disini. Jadi saya tuh hanya sampai sini. Masalah penangananya masalah monitoringnya dilakukan oleh KASUBID.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa kendala dari pihak humas dalam menangani keluhan adalah tidak terbiasanya para pengunjung yang mengeluh untuk mencantumkan identitasnya seperti nama, tanggal serta kontak yang bisa dihubungi. Hal itu yang membuat sulit apabila masalah keluhannya bisa diperbaiki atau di *follow up* atau ingin meminta keterangan lebih jelas. Padahal saran atau keluhan yang disampaikan tersebut bernilai positif untuk pihak Kebun Raya Bogor.

Selain saluran-saluran pengaduan keluhan yang sudah dipaparkan diatas.Kebun Raya Bogor juga memiliki saluran yang bisa langsung diakses oleh pengunjung untuk melakukan pengaduan langsung kepada LIPI.Saluran tersebut adalah Keterbukaan Informasi Publik Online atau KIP Online yang dimiliki oleh LIPI. Berikut adalah hasil wawancara tentang KIP Online:

*“Pernah soalnya saya bisa bilang begini, silahkan benteng terakhir kita untuk hal-hal pengaduan, pengaduan itu banyak ya..kayak misalkan kasus dugaan korupsi misalkan ditiket ada WBS, duh saya lupa (apa itu WBS) ada di web kita ada linknya jadi silahkan kesitu, terus masalah hal lain, misalkan dia pengen ngaduin lagi ke tingkat manajemen yang lebih tinggi dari kebun raya itu ke Kepala LIPI bisa melalui Keterbukaan Informasi Publik LIPI, KIP online itu, silahkan disitu.”*. (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan penjelasan wawancara diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa Pihak Kebun Raya juga memiliki saluran yang bisa diakses langsung oleh pengunjung yang dimana nantinya pengunjung dapat melakukan keluhan, kritik, dan saran langsung kepada LIPI .keluhan tersebut juga bisa langsung ditanggapi oleh pihak LIPI selama keluhan tersebut masih terkait dalam ruang lingkup yang sesuai dan pengadu menyantumkan identitas sebagai syarat yang harus diikuti.

*“kalo menangani ya itu pan karena.. sebenarnya kendala ga ada ya.. karena kita sulit juga memahami maunya tuh kayak gimana (maksud dari pengunjung) itu tuh maksudnya apa, keluhan apa, mungkin itu faktor keterbatasan lewat tulisan (kritik dan saran) jadi kita salah persepsi juga tapi selama ini gak sampe.. prinsipnya kita merespon mereka, menerima keluhan mereka. Kita pastilah kita selalu mengakui namanya juga servis pasti ada bagusnya ada kurangnya gitu. Kita kan ga perfeksionis kita mengakui kalo memang kinerja kita pasti ada dibawah juga ada, Namun tetap berusaha untuk selalu memperbaiki sistem yang ada, itu nanti kita evaluasi nantinya, bahan evaluasi nanti, biasanya di rapat pimpinan.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari wawancara diatas peneliti juga menyimpulkan bahwa faktor miss komunikasi juga menjadi kendala sehingga pihak Kebun Raya Bogor dikarenakan faktor ruang menulis untuk keluhan, kritik, dan saran pada formulir terbatas sehingga pihak Kebun Raya Bogor kurang dapat memahami isi dari keluhan atau kritik yang ada dituliskan oleh pengunjung di formulir tersebut.

Pada prinsipnya mereka tetap akan merespon pengunjung selama apa yang dikeluhkan oleh pengunjung masih sesuai dalam ruang lingkup dan masukan kritik, saran dan keluhan pengunjung akan di evaluasi didalam rapat pimpinan.

*“bisa dikatakan selesai berarti itu udah ga ada yang dipersoalkan lagi ya, disini udah ada problem solving, istilahnya clear gitu ya.. ga ada tuntutan menuntut lagi keluhan atau pengaduan atau apapun itu kecuali kalau pengusulan kan ada follow up nya lagi.. nah ini sama itu juga ada follow up jadi dikeduabelah pihak udah saling mengerti udah bisa saling menerima keputusan yang diambil.”*(hasil wawancara dengan

Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara diatas, peneliti berkesimpulan bahwa sebuah penanganan keluhan dapat dikatakan sudah selesai apabila sudah tidak ada yang dipersoalkan lagi dan sudah ada *problem solving*.

*“Apakah itu keputusan yang bersifat kebijakan, penggantian, atau apa itu, yang penting selesai “dah ya..” walaupun istilahnya mereka merasa belum puas tapi kita udah maksimal nih Kebun Raya nih udah sesuai SOP, kadang lebih gitu, ekstra. Kayak kita membiayai, mengongkosin mereka kesini sampe segitunya, tapi mereka belum bisa nerima gitu ya”.* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017)

Dari hawil wawancara diatas, peneliti menyimpulkan bahwa selain itu sudah tidak ada tuntutan, keluhan ataupun pengaduan yang dilakukan oleh pengunjung Kebun Raya Bogor. Walaupun terkadang ada pengunjung yang merasa belum terlalu puas tetapi kedua belah pihak sudah saling mengerti dan bisa saling menerima keputusan yang bersifat kebijakan, ataupun penggantian. Bahkan terkadang pihak pengelola Kebun Raya Bogor memberikan penanganan keluhan melebihi SOP yang ada.

## **B. Keluhan Pengunjung**

Berikut adalah hasil wawancara seputar Keluhan Pengunjung di Kebun Raya Bogor.

*“Pengunjung kan lebih ke pelayan ya, nah itu pelayanan pelayanan dari kita, dari fasilitas biasanya kayak toilet, ada aja sih, atau parkir. Paling banyak sih selama ini yang hubungannya sama fasilitas umum. Karena ada yang jaraknya terlalu jauh atau susah di temuin atau kurang bagus atau kurang*

*memadai.*” (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Menurut peneliti wawancara diatas menunjukkan keluhan yang biasa dikeluhkan oleh pengunjung biasanya kepada fasilitas publik, seperti toilet atau parkir. Keluhan kepada fasilitas umum adalah keluhan yang paling banyak dikarenakan jumlahnya yang kurang memadai jaraknya yang jauh untuk dijangkau dan sulit untuk ditemui mengingat Kebun Raya Bogor memiliki luas lahan yang besar.

*“ya itu fasilitas kan, parkir berarti kan, sebenarnya kan pemda tuh sebenarnya udah nyediain ya lahan parkir untuk bisitu cuman sekarang dipake Damri. Ga tau bagaimana kok itu pemda bisa begitu, saya ga nyalahin juga sih. Akhirnya ada kebijakan boleh parkir di sekitar jalan Djuanda yang agak lebar terus disitu ada lahan. Biasanya juga ada yang masuk ke Herbarium. Itu masuk (lahan parkir gedung) LIPI juga. Disitu ada lahan kosong juga kan mau dibangun, biasanya pada ke situ.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Masalah parkir juga dialami untuk kendaraan berukuran besar seperti bus. Di dalam Kebun Raya sendiri tidak ada lahan parkir yang disediakan untuk bus. Oleh sebab itu pihak Kebun Raya Bogor memberikan kebijakan lahan parkir yang berada di Kantor Herbarium yang terletak di sekitar Kebun Raya Bogor dan juga biasanya bus tersebut parkir di jalan Djuanda yang sedikit lebih lebar. Sebenarnya Pemda setempat telah menyediakan lahan parkir untuk bus namun tidak diketahui alasannya lahan parkir tersebut kini dipakai untuk tempat bus Damri.

*“istilahnya cukup ga cukup ya. Tergantung gitu. Kalo lagi emang pengunjungnya gak banyak ya cukup kalo enggak ya apa boleh buat mereka paling parkir di sekitaran Kebun Raya kayak di IPB, kalo engga sekarang ada di itu tuh..Lippo Plaza di pintu 3 (Pintu masuk Kebun Raya Bogor) bisa di*

*pake mungkin. Dan memang kalo di dalem kebayang atuh penuh banget parkir ini. Bikin kurang nyaman juga nantinya. Makanya di batasin juga.”* (hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari wawancara diatas peneliti berkesimpulan Kebun Raya Bogor sendiri sudah menyediakan lahan atau kantung parkir yang berada didalam wilayah Kebun Raya Bogor. Namun ketika hari libur jumlah pengunjung yang datang membawa kendaraan menjadi lebih banyak dan mau tidak mau apabila pengunjung yang kendaraannya tidak mendapatkan tempat parkir didalam wilayah Kebun Raya Bogor, maka pengunjung yang tidak mendapatkan parkir harus memarkirkan kendaraannya diluar Kebun Raya Bogor. Para pengunjung yang tidak mendapatkan parkir didalam area Kebun Raya Bogor biasanya memarkirkan kendaraannya di kampus IPB dan di Lippo Plaza Bogor yang letaknya berada di seberang Kebun Raya Bogor.

*“itu kalo akses tu kan dari hari senin sampe hari sabtu ya, yang gak boleh itu pas tanggal merah, sama hari minggu, pertimbangannya biasanya karena pengunjung biasanya (jumlahnya) banyak. Cuman kemaren ada kebijakan lagi boleh masuk asal (mobil) diem ga keliling kawasan (kebun Raya). Diem di kantong parkir yang sudah ada. Kalo penuh ya diluar apa boleh buat.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Untuk itu pihak Kebun Raya Bogor memberikan kebijakan apabila di hari Minggu dan hari libur tanggal merah pengunjung yang membawa mobil diperbolehkan masuk kedalam kawasan Kebun Raya Bogor namun hanya untuk memarkirkan kendaraannya disekitar area kantung parkir dan tidak untuk digunakan untuk berkeliling.

### **C. Stakeholder**

Berikut adalah hasil wawancara seputar stakeholder yang ada di Kebun Raya Bogor.

*“ya peran mereka mah jelas-jelas menghasilkan PNPB (Penerimaan Negara Bukan Pajak) buat kita. Pendapatan negara non pajak, tapi kan disisi lain mereka valuenya gitu untuk sebagai tempat wisata, dapet keuntungan, ada nilai yang lain buat mereka, saya ga tepat sebut peran gitu ya. Peran disini kayaknya memang lebih tepat untuk posisi stakeholder kalo pengunjung istilahnya pengguna menurut saya ya..pengguna jasa.. itu udah sebuah transaksi menurut saya ya..”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa sangat jelas pengunjung berperan dalam menghasilkan PNPB (Penerimaan Negara Bukan Pajak).PNPB tersebut didapat dari hasil penjualan tiket masuk kedalam Kebun Raya Bogor.Para pengunjung mendapatkan value berupa melakukan banyak kegiatan wisata di wilayah Kebun Raya Bogor.

*“mereka bayar karcis kita kasih pelayanan disisi lain mereka harus menjaga kebersihan dan ketertiban, boleh masuk disini dengan harga tiket sekian tapi menjaga tata tertib yang telah ada. Kenapa ga boleh karena bertentangan dengan prinsip kita yang sifatnya konservasi bukan lembaga tempat hunting atau tempat apa..”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan walaupun begitu tetap para pengunjung harus menaati peraturan yang ada di Kebun Raya Bogor dikarenakan fungsi utama dari Kebun Raya Bogor adalah sebagai tempat konservasi jadi pengunjung tidak diperbolehkan untuk melakukan hal yang bertentangan dengan prinsip utama Kebun Raya Bogor sebagai tempat konservasi.

*“sebenarnya wisata itu kan fungsi ke empat ya, fungsi Kebun Raya tu tugas-tugas pokok dan fungsinya wisata itu di posisi ke empat. Pertama kita tu riset ke penelitian, jadi, secara kasarnya, ga ada pengunjungnya kita masih bisa hidup, cuman ya ga begitulah tetep kita menjalankan Poksi (Pokok dan Fungsi).”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa bisa dikatakan bahwa secara kasar tanpa adanya pengunjung sekalipun, Kebun Raya Bogor masih bisa hidup atau masih dapat berdiri sendiri. Hal itu disebabkan karena Kebun Raya Bogor juga masih mendapatkan dana dari LIPI. Namun meski begitu para pengunjung yang berkunjung ke Kebun Raya Bogor juga tetap dilayani dan mendapatkan pelayanan karena Kebun Raya memiliki fungsi sebagai tempat pariwisata.

*“kita ya salah satu perannya ya berarti mereka turut istilahnya mendukung tugas pokok dan fungsi kita sebagai lembaga konservasi eks situ tetep ada timbal baliknya kita memberikan pelayanan mereka mendapatkan ilmu mereka mendapatkan apa istilahnya tempat wisata untuk bermain.”*(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).

Dari hasil wawancara tersebut peneliti berkesimpulan bahwa fungsi atau peran pariwisata di Kebun Raya Bogor ternyata tidak menjadi peran utama. Peran pariwisata bagi Kebun Raya Bogor merupakan fungsi keempat. Penelitian dan pengembangan adalah fungsi utama yang berperan bagi Kebun Raya Bogor sendiri karena Kebun Raya Bogor adalah Lembaga Konservasi yang dikelola oleh LIPI

*“Ya satu Kebun Raya berarti semua lah. Kalo kita ngomongin kebun raya berarti ngomongin semua bagian berpengaruh buat kita. Kayak apa keluhan itukan sepertinya macam-macam kayak tadi, kayak saran itu saran yang*

*sifatnya berhubungan dengan sarana prasarana berarti berhubungan dengan bagian umum. Kalo sarannya berhubungan dengan kebijakan berarti hubungannya dengan kebijakan yang mana nih..pelayanan misalkan pembuatan kartu member lama nanti hubungannya dengan Sub bagian kerja sama dan informasi. Itu untuk perkembangan ya, perkembangan maksudnya disini untuk perkembangan kinerja bukan perkembangan pendapatan atau apa bukan, lebih ke kinerja kita, pelayanan kita ke masyarakat.”(hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Djuhdi Endawan, Humas KebunRaya Bogor pada tanggal 19 Mei 2017).*

Peneliti menarik kesimpulan dari hasil wawancara diatas bahwa walaupun tidak berperan secara langsung dalam perkembangan pendapatan, bagi Kebun Raya Bogor, pengunjung berperan dalam perkembangan dari segi kinerja yaitu kinerja untuk pelayanan kepada masyarakat atau pengunjung. Keluhan, kritik, dan saran yang masuk menjadi bagian untuk peningkatan kinerja untuk bagian-bagian yang bertanggungjawab menangani keluhan, ktirik, maupun saran yang masuk.

Peneliti juga menemukan penyampaian keluhan yang dilakukan melalui media facebook oleh pengunjung kepada akun facebook Kebun Raya Bogor.

Gambar 3.1 keluhan yang dikeluhkan melalui media facebook kepada pihak Kebun Raya Bogor dan ditanggapi oleh balasan pada kolom komentar oleh facebook milik Kebun Raya Bogor.

**Alvin Permady** reviewed **Kebun Raya Bogor - LIPI** — 1★  
September 12, 2016 · 🌐

### Lagi jogging hari minggu banyak motor pegawai dan security LIPI yang ngebut

👍 2 2 Comments

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

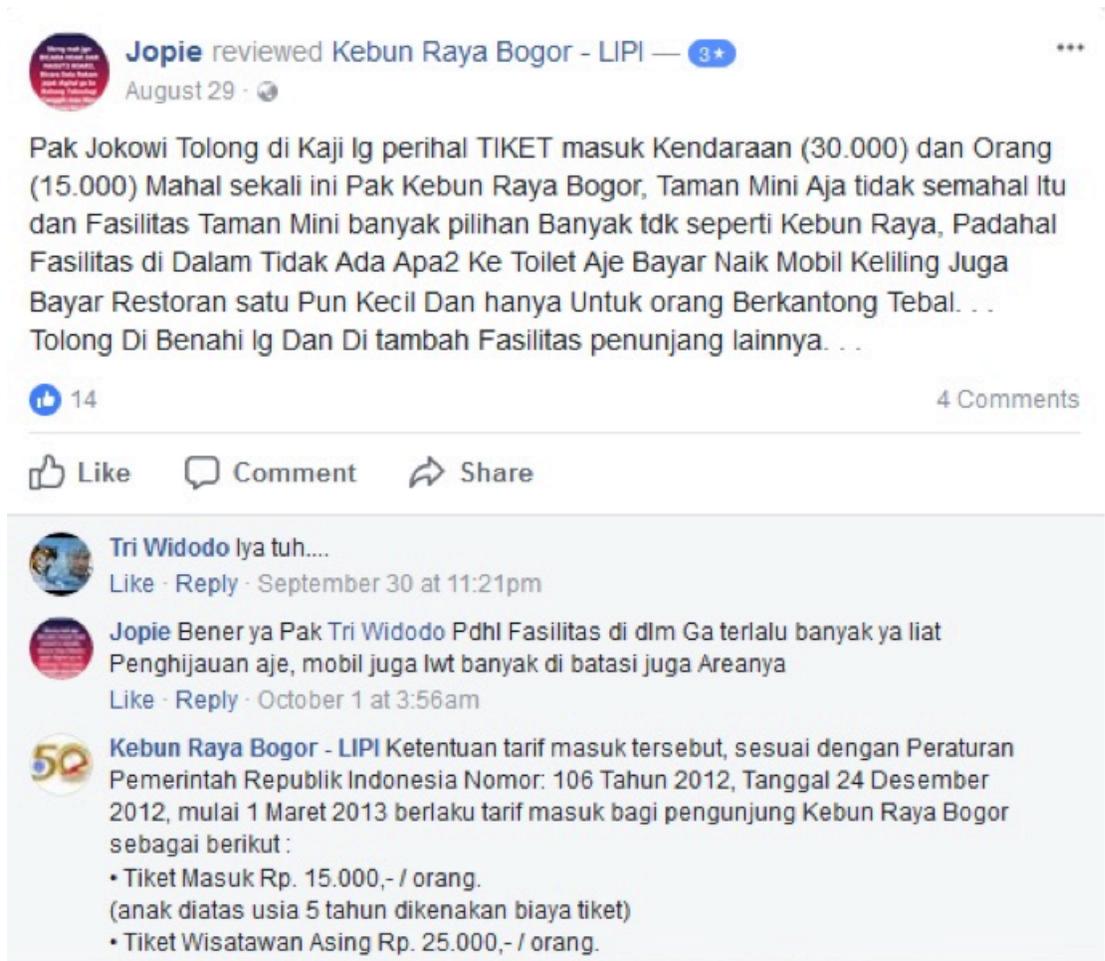
**50 Kebun Raya Bogor - LIPI** Saudara Alvin Permady, sehari setelah keluhan Anda disampaikan, pihak manajemen KRB sudah menindaklanjutinya. Semoga ke depannya tidak ada kejadian seperti ini lagi. Perlu diketahui, aelain pihak security KRB, ada beberapa pihak keamanan di luar manajemen KRB yang turut berjaga untuk menjamin keamanan KRB dan sekitarnya, yaitu Yonif 315, Denpom, Paspampres, serta Mapolres Kota Bogor. Kami akan terus berkoordinasi dengan pihak-pihak tersebut, terkait keamanan dan kenyamanan pengunjung KRB. Sekali lagi terima kasih. Untuk saran dan pengaduan berikutnya dapat langsung disampaikan ke nomor SMS Hotline kami, 081222256780.  
Salam kami,  
Humas KRB.  
Like · Reply · September 18, 2016 at 2:55pm

**Alvin Permady** Terimakasih. Sukses selalu  
Like · Reply · September 18, 2016 at 6:32pm

Write a reply... 🗨️ 📷 📺 🗨️

Sumber: screenshot facebook peneliti

Gambar 3.2 keluhan yang dikeluhkan melalui media facebook kepada pihak Kebun Raya Bogor dan ditanggapi oleh balasan pada kolom komentar oleh facebook milik Kebun Raya Bogor.



Sumber: screenshot facebook peneliti

Gambar 3.3 keluhan yang dikeluhkan melalui media facebook kepada pihak Kebun Raya Bogor dan ditanggapi oleh balasan pada kolom komentar oleh facebook milik Kebun Raya Bogor.



**Tri Widodo** Iya tuh....

Like · Reply · September 30 at 11:21pm



**Jopie Bener** ya Pak **Tri Widodo** Pdhl Fasilitas di dlm Ga terlalu banyak ya liat Penghijauan aje, mobil juga lwt banyak di batasi juga Areanya

Like · Reply · October 1 at 3:56am



**Kebun Raya Bogor - LIPI** Ketentuan tarif masuk tersebut, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor: 106 Tahun 2012, Tanggal 24 Desember 2012, mulai 1 Maret 2013 berlaku tarif masuk bagi pengunjung Kebun Raya Bogor sebagai berikut :

- Tiket Masuk Rp. 15.000,- / orang.  
(anak diatas usia 5 tahun dikenakan biaya tiket)
- Tiket Wisatawan Asing Rp. 25.000,- / orang.
- Kendaraan Roda 4 (Rp. 30.000,-,  
(Senin-Sabtu, kendaraan roda 4 diperkenankan berkeliling keseluruhan kawasan kebun raya bogor, khusus minggu hanya parkir saja)
- Parkir Kendaraan Roda 2 Rp. 5.000,-,  
(Khusus kendaraan roda 2 hanya diperkenankan parkir saja)
- Tiket Sepeda Rp. 5.000,-,  
(Senin-Sabtu, Pengunjung diperkenankan membawa sepeda sendiri untuk dapat berkeliling dikawasan Kebun Raya Bogor dijalur yang sudah ditentukan)  
Tiket masuk sudah termasuk Asuransi Jasa Raharja, Retrebusi Pemkot Bogor dan Masuk Museum Zoologi.

Like · Reply · October 3 at 7:30am



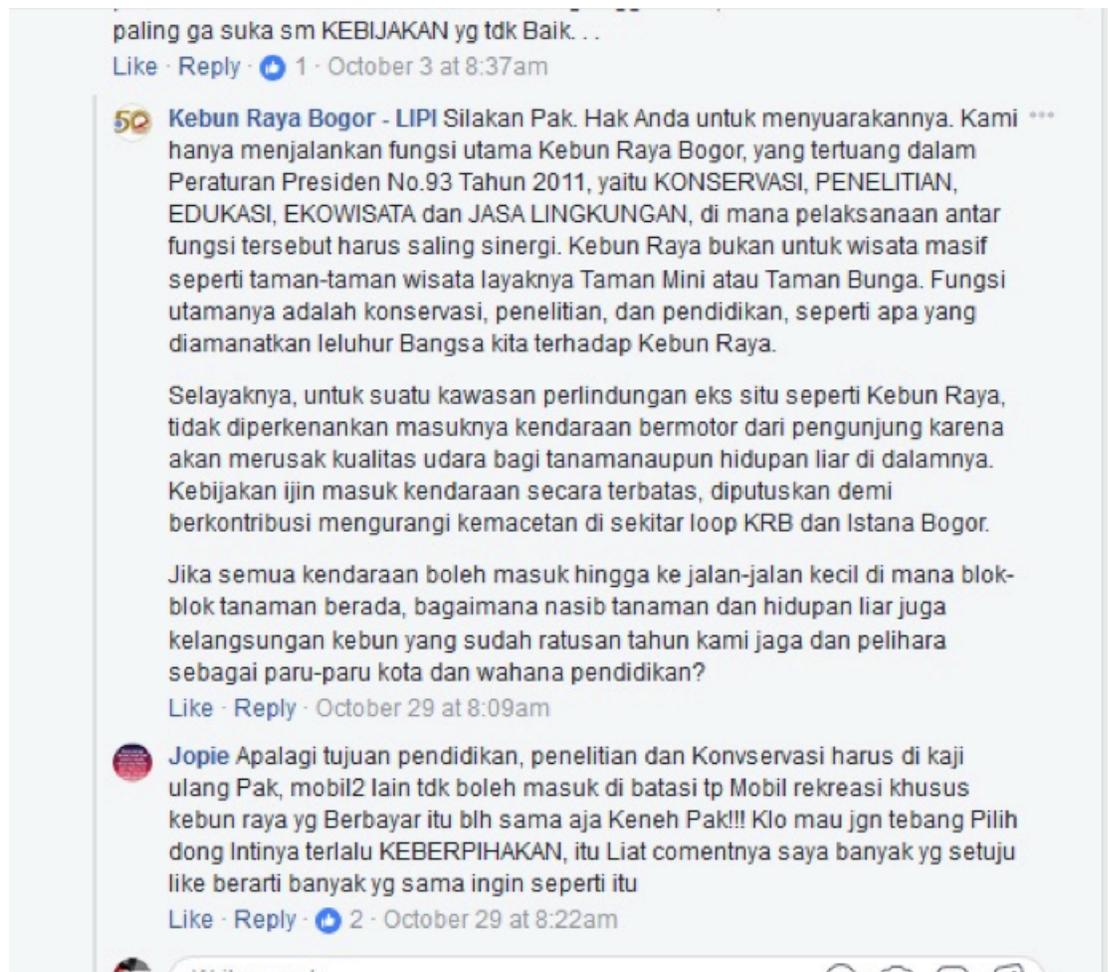
**Jopie Mahal** ttp aje bw Mobil juga di Batasi tdk semua Area Bs di Lalui, Karna sy hampir Tiap hr Minggu pasti BerOlahraga bersama keluarga Besar!!! nanti kirim pesan di Wall Pakde Jokowi ahh dia sering tinggal dstu, PAKDE Mah Pro RAKYAT paling ga suka sm KEBIJAKAN yg tdk Baik. . .

Like · Reply · 1 · October 3 at 8:37am

**Kebun Raya Bogor - LIPI** Silakan Pak. Hak Anda untuk menguarakannya. Kami

Sumber: screenshot facebook peneliti

Gambar 3.4 keluhan yang dikeluhkan melalui media Facebook yang beris tentang harga tiket masuk Kebun Raya Bogor dan direspon oleh facebook milik Kebun Raya Bogor.



sumber : Facebook Penulis

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara tidak terstruktur dengan pengunjung untuk mendapatkan data tentang keluhan pengunjung di Kebun Raya Bogor. Pencarian data ini dilakukan dengan caramelakukan wawancara secara acak dan mewawancarai pengunjung dengan beberapa pertanyaan.

Peneliti menemukan ada pengunjung Kebun Raya Bogor mengeluhkan mahalnya harga member yang dipatok oleh pihak kebun raya. Pengunjung sudah melakukan komplain kepada pihak melalui Visitor Center Kebun Raya Bogor dan pihak Kebun Raya Bogor sudah memberikan jawaban atas komplain mereka bahwa harga member sudah diatur oleh peraturan pemerintah kepada pihak LIPI untuk menentukan harga member di Kebun Raya Bogor.

Kebun Raya Bogor memang mengadakan fasilitas member terhadap para pengunjung.dengan cara mendaftar dan melakukan pembayaran sesuai tarif maka pengunjung bisa mendapatkan sebuah member. Salah satu manfaat member tersebut adalah pengunjung yang memiliki member diperbolehkan masuk kedalam Kebun Raya Bogor lebih awal atau lebih pagi.

Jika Kebun Raya Bogor jam operasionalnya baru dibuka pada pukul delapan pagi maka pemilik member Kebun Raya Bogor bisa masuk ke dalam area Kebun Raya Bogor pada pukul setengah enam pagi. Sementara yang tidak memiliki member tidak diperbolehkan masuk pada pukul setengah enam pagi melainkan harus tetap mengikuti peraturan jam masuk Kebun Raya Bogor yaitu pada pukul delapan pagi.

Selain itu peneliti menemukan keluhan dari pengunjung yang mengeluhkan soal kebersihan di Kebun Raya Bogor.Pengunjung ini mengeluhkan masih menemukan sampah yang tidak dibuang pada tempatnya.Pengunjung ini tidak melakukan keluhan karena alasan pihak Kebun Raya Bogor sudah membuat tanda di setiap tempat tentang larangan untuk tidak membuang sampah sembarangan atau membuang sampah pada tempatnya.Pengunjung ini beranggapan bahwa harusnya dengan adanya tanda atau peraturan yang ada dia berharap pengunjung juga harus lebih menyadari untuk menaati peraturan tersebut atau menyadari bahwa kebiasaan membuang sembarangan adalah sebuah hal yang tidak baik untuk dilakukan dimanapun.

Peneliti juga menemukan adanya keluhan tentang adanya pihak yang melakukan kegiatan permintaan sumbangan kepada pengunjung Kebun Raya Bogor. Tidak diketahui bagaimana caranya mengapa bisa ada orang yang meminta sumbangan tersebut bisa masuk ke area Kebun Raya Bogor dan melakukan kegiatan tersebut kepada pengunjung Kebun Raya Bogor.

Pengunjung tersebut tidak melakukan komplain. Bahkan dia mengatakan baru berencana akan melakukan komplain kepada Kebun Raya Bogor melalui sosial media. Dipilihnya sosial media bertujuan agar keluhannya tidak hanya diketahui oleh pihak Kebun Raya Bogor sendiri tetapi juga agar dilihat oleh masyarakat pengguna media sosial yang lainya sehingga diharapkan proses penanganan kasus tersebut segera dilakukan dan cepat teratasi.

Peneliti juga menemukan keluhan dari pengunjung tentang diperbolehkannya akses kendaraan roda dua dan roda empat untuk masuk dan berkeliling didalam Kebun Raya Bogor ketika hari libur. Kendaraan yang masuk kedalam wilayah Kebun Raya Bogor mengganggu aktifitas bagi pengunjung yang sedang berolahraga atau sedang berjalan kaki. Selain itu, pengunjung ini juga menyayangkan hal tersebut dikarenakan Kebun Raya Bogor adalah sebuah tempat dengan pepohonan yang banyak dan rindang sehingga pengunjung ingin merasakan kesejukan yang alami. Pengunjung tersebut ingin melakukan kegiatan di Kebun Raya Bogor dengan keadaan udara yang segar tanpa tercampur oleh apapun termasuk polusi yang ditimbulkan dar kendaraan. Namun hal itu menjadi tidak terlalu bisa terealisasi dikarenakan diperbolehkannya kendaraan roda dua atau roda empat untuk masuk kedalam Kebun Raya Bogor.

Selain keluhan diperbolehkannya akses kendaraan untuk masuk kedalam Kebun Raya Bogor, pengunjung tersebut juga mengeluhkan tidak tersedianya fasilitas kran air siap minum. Dia mengatakan untuk tempat seluas Kebun Raya Bogor perlu adanya fasilitas kran air siap minum. Hal itu dikarenakan selain untuk melakukan

olahraga, pengunjung yang datang ke Kebun Raya Bogor juga akan berjalan kaki untuk menuju tempat-tempat yang ingin didatangi untuk berwisata. Mengingat Kebun Raya Bogor wilayahnya luas sehingga pengunjung harus mengerahkan usaha yang lebih banyak dan menguras energi. Pengunjung tersebut juga mengatakan apabila tersedianya fasilitas tempat kran air pengunjung tidak akan keberatan jika harus berjalan kaki dan bisa meminimalisir kegiatan berkeliling Kebun Raya Bogor menggunakan kendaraan sehingga udara di Kebun Raya Bogor tidak tercampur oleh polusi kendaraan.

Selain itu keluhan yang dirasakan oleh pengunjung tadi yaitu soal toilet. Dia mengatakan ketersediaan toilet yang ada didalam Kebun Raya Bogor masih minim atau sedikit sehingga terasa jauh bagi pengunjung untuk bisa mengakses toilet tersebut dikarenakan Kebun Raya Bogor wilayahnya luas.

Dari keluhan tersebut yang disampaikan, pengunjung tersebut tidak melakukan komplain kepada pihak Kebun Raya Bogor. Dia mengatakan alasannya tidak melakukan komplain karena tempat komplainnya jaraknya jauh. Lalu pengunjung merasa sudah cukup lelah karena sudah melakukan kegiatan olahraga di Kebun Raya Bogor sehingga sudah tidak lagi keinginan untuk melakukan komplain.

Mereka pun sebenarnya juga bisa melakukan komplain melalui sosial media tapi mereka mengatakan bahwa mereka memang pengguna media sosial tetapi sangat jarang menggunakan media sosial. Bahkan pengunjung tersebut menginginkan pihak Kebun Raya Bogor yang aktif kepada pengunjung untuk melakukan komplain seperti ketika pengunjung hendak keluar dari Kebun Raya Bogor ada petugas dari Kebun Raya Bogor yang aktif menanyakan kepada pengunjung apakah ada keluhan yang dirasakan dan ingin disampaikan.

Ada juga pengunjung yang mengeluhkan tentang toilet. Dia mengeluhkan sedikitnya jumlah toilet yang ada di Kebun Raya Bogor. Selain itu juga toilet yang digunakan tidak bersih dan tidak wangi. Pengunjung tersebut ingin melakukan komplain

tetapi dia tidak tahu kemana dia harus melakukan komplain sehingga akhirnya dia tidak melakukan komplain.

Peneliti juga mendapatkan keluhan dari pengunjung yang mengeluh karena Kebun Raya Bogor tidak memberikan tempat untuk berteduh ketika cuaca sedang terik. Dia mengatakan memang bisa saja pengunjung berteduh dibawah pohon ketika ingin berteduh tetapi berteduh dibawah pohon tidak selalu aman.

Pengunjung tersebut mengatakan bahwa bisa saja terjadi sesuatu yang membahayakan pengunjung ketika berteduh dibawah pohon seperti ada pohon yang rantingnya jatuh lalu menimpa orang yang sedang berteduh dibawahnya. Terlebih ketika hujan yang mendadak turun tanpa ada tanda-tanda mendung sebelumnya.

Ketika pengunjung berada jauh dari bangunan untuk berteduh mereka akan berteduh dibawah pohon yang dimana berteduh dibawah pohon ketika hujan itu berbahaya apalagi pohon di Kebun Raya Bogor yang bentuknya besar dan tinggi. Pengunjung tersebut tidak melakukan komplain dikarenakan selain faktor sudah malas, dia tidak tahu untuk komplain kemana.

Ada juga pengunjung yang mengeluhkan kurangnya penjaga yang bertugas di Kebun Raya Bogor. Dia mengatakan untuk wilayah seluas Kebun Raya Bogor petugas untuk menjaga keamanan dirasa kurang sehingga tingkat keamanannya juga dirasa kurang ketat. Hal itu disampaikan karena pengunjung mengalami dan melihat sendiri adanya tindakan yang kurang baik yang sedang dilakukan oleh pengunjung lain yang ada di Kebun Raya Bogor. Dia mengatakan untuk hal kamanan sebaiknya pihak Kebun Raya Bogor memasang kamera pengawas atau *CCTV* untuk memantau tempat-tempat yang ada di Kebun Raya Bogor.

Lalu dia juga mengatakan khawatir apabila memarkirkan kendaraannya didalam area Kebun Raya Bogor. Banyaknya pohon yang ada di Kebun Raya Bogor

membuat khawatir ada sesuatu yang jatuh dari pohon tersebut dan menimpa kendaraan dibawahnya yang sedang diparkirkan.

Pengunjung tersebut juga mengkhawatirkan pohon yang rawan tumbang atau patah dan menimpa pengunjung. Pengunjung pastinya tidak akan mengetahui apakah pohon yang ada di Kebun Raya Bogor dalam keadaan baik atau sudah rapuh sehingga ada kemungkinan pohon tersebut akan mengalami patah ranting atau apapun sehingga membahayakan pengunjung Kebun Raya Bogor. Terlebih lahan luas Kebun Raya Bogor dimanfaatkan oleh banyak pengunjung untuk melakukan banyak kegiatan ditempat-tempat yang ada di Kebun Raya Bogor. Pengunjung tersebut tidak melakukan komplain. Dia merasa takut komplain yang dia lakukan akan diabaikan.

Peneliti membagi keluhan tersebut menjadi tiga jenis keluhan yaitu keluhan ringan, lalu keluhan sedang, dan yang terakhir adalah keluhan berat. Keluhan ringan yang terjadi di Kebun Raya Bogor adalah keluhan tentang jam operasional Kebun Raya Bogor. Ada pengunjung yang mengeluh karena jam operasional Kebun Raya Bogor dirasa kurang pagi.

Lalu jenis keluhan berikutnya adalah keluhan sedang. Keluhan sedang yang terjadi adalah keluhan soal harga member Kebun Raya Bogor yang naik dan juga masalah fasilitas seperti kamar mandiyang jumlahnya sedikit dan jaraknya berjauhan. Lalu perosalan tempat parkir yang daya tampung kendaraanya kurang memadai serta ada tempat parkir yang jaraknya cukup jauh dari pintu gerbang masuk Kebun Raya Bogor.

Jenis keluhan terakhir adalah keluhan berat. Keluhan berat yang terjadi di Kebun Raya Bogor adalah keluhan tentang keamanan. Untuk wilayah Kebun Raya Bogor yang cukup luas tingkat keamanan di Kebun Raya Bogor masih dirasa kurang. Terlebih keamanan untuk kondisi pohon di Kebun Raya Bogor yang rawan bisa membahayakan pengunjung masih dirasa kurang.

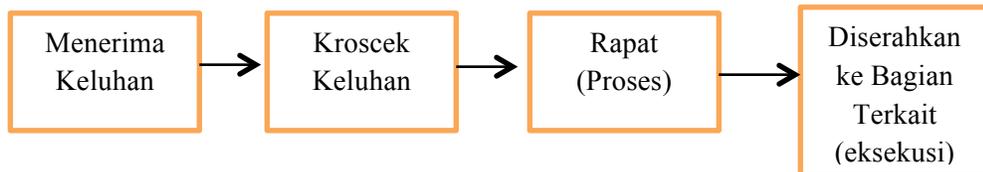
## BAB IV

### PEMBAHASAN

Pada Bab ini peneliti akan menguraikan data yang akan dibahas tentang strategi penanganan keluhan yang dilakukan oleh pihak humas di Kebun Raya Bogor. Dari hasil pengumpulan data di lapangan dengan teknik wawancara maka peneliti akan memaparkan, menggambarkan dan mendeskripsikan hasil dari wawancara tersebut dengan pihak humas dari Kebun Raya Bogor.

#### A. Standard Operating Procedure (SOP)

Setiap bagian pada pengelola Kebun Raya Bogor memiliki SOP nya masing-masing dalam melakukan tugas. SOP tersebut wajib dijalani sesuai denganapa yang sudah ditentukan. Untuk menangani keluhan, setiap bagian dari pengelola Kebun Raya Bogor juga memiliki SOP masing-masing termasuk pada bagian Humas. Berikut adalah bagan SOP yang dilakukan pihak Humas Kebun Raya Bogor dalam menangani keluhan:



Sumber: hasil diolah sendiri oleh peneliti

#### Bagan 4.1 Alur SOP Penanganan Keluhan

Bagan SOP diatas merupakan hasil wawancara peneliti terhadap narasumber, data yang diperoleh dari narasumber sudah diolah sendiri oleh peneliti dan menghasilkan bagan SOP padabagan 4.1. Peneliti mendapatkan data tentang Keluhan yang diterima dari berbagai media oleh Kebun Raya Bogor oleh pihak Humas nantinya akan dikroscek oleh pihak Humas. Setelah itu keluha yang diterima akan diproses dalam kegiatan rapat. Hasil dari rapat tersebut nantinya akan menentukan keluhan tersebut apakah akan eksekusi

atau tidak. Apabila dieksekusi maka keluhan tersebut akan diserahkan kepada pihak terkait untuk dilakukan penanganan. Hasil dari rapat yang dilakukan oleh pengelola Kebun Raya Bogor juga nantinya akan diberitahukan oleh pihak Humas Kebun Raya Bogor kepada pihak yang melakukan keluhan melalui media yang digunakan oleh pengunjung yang melakukan pengaduan keluhan.

## **B. Keluhan Pengunjung**

Dalam setiap kegiatan bisnis khususnya pada bidang penyedia jasa kepada masyarakat pasti akan selalu ditemukan keluhan-keluhan yang dikeluhkan oleh konsumen kepada penyedia jasa atau barang. Seperti yang dijelaskan oleh Fandy didalam Buku Manajemen Jasa (2006) bahwa pelanggan mengeluh karena tidak puas. Ia tidak puas karena harapannya tidak terpenuhi. Dengan demikian semakin tinggi harapan prapembelian seorang pelanggan, maka semakin besar kemungkinan ia tidak puas terhadap jasa yang dikonsumsinya. Oleh karena itu kunci komunikasi dalam pemasaran jasa adalah manajemen harapan pelanggan. Keluhan yang biasa dikeluhkan oleh pengunjung Kebun Raya Bogor biasanya kepada fasilitas publik, seperti toilet atau parkir. Keluhan kepada fasilitas umum adalah keluhan yang paling banyak dikarenakan jumlahnya yang kurang memadai jaraknya yang jauh untuk dijangkau dan sulit untuk ditemui mengingat Kebun Raya Bogor memiliki luas lahan yang besar.

Keluhan dari pelanggan juga bisa dijadikan sebagai pemberi masukan kepada pihak penyedia jasa untuk lebih meningkatkan kualitas produk yang digunakan oleh pelanggan. Dengan adanya keluhan dari pelanggan maka kinerja dari pihak penyedia jasa semakin membaik dan bisa lebih memuaskan pelanggan.

Seperti yang dipaparkan didalam buku Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan (Rismi Somad, Donni Juni Priansa, 2014: 29-30) dijelaskan bahwa pelanggan selain harus dipuaskan dan dilayani dengan baik, juga berperan sebagai mitra (*partner*) strategis bagi organisasi bisnis. Pelanggan berfungsi sebagai pemberi masukan yang sangat penting guna peningkatan kinerja organisasi bisnis, sehingga organisasi bisnis dapat terus memperbaiki kinerja produknya bagi pelanggan, yang pada akhirnya akan memberikan dampak kepada nilai tambah dan peningkatan penjualan yang akan memberikan laba bagi organisasi bisnis.

Dari adanya keluhan yang dikeluhkan mengenai masalah parkir oleh pengunjung maka pihak Kebun Raya Bogor sendiri sudah menyediakan lahan atau kantong parkir yang berada didalam wilayah Kebun Raya Bogor. Namun ketika hari libur jumlah pengunjung yang datang membawa kendaraan menjadi lebih banyak dan mau tidak mau apabila pengunjung yang kendaraannya tidak mendapatkan tempat parkir didalam wilayah Kebun Raya Bogor, maka pengunjung yang tidak mendapatkan parkir harus memarkirkan kendaraannya diluar Kebun Raya Bogor. Para pengunjung yang tidak mendapatkan parkir didalam area Kebun Raya Bogor biasanya memarkirkan kendaraannya di kampus IPB dan di Lippo Plaza Bogor yang letaknya berada di seberang Kebun Raya Bogor.

Dari keadaan tersebut akhirnya pihak Kebun Raya Bogor memberikan kebijakan dimana pada hari Minggu atau hari libur tanggal merah, kendaraan roda empat diperbolehkan untuk masuk kedalam area Kebun Raya Bogor tetapi hanya untuk parkir saja. Kendaraan roda empat tidak diperbolehkan untuk digunakan berkeliling didalam area Kebun Raya Bogor.

### **C. Penanganan Keluhan**

Dalam menangani keluhan pihak kebun raya tidak secara langsung melakukan proses penanganan keluhan. Keluhan yang masuk nantinya akan dikroscek terlebih dahulu sebelum dilakukan penanganan. Dalam pelaksanaan prosedur keluhan. Dijelaskan bahwa salah satu prosedur yang harus dilakukan adalah dengan cara seldikilah dengan hati-hati, bertindak yang didasari info yang tidak jelas seperti desas desus atau bahkan simpulan dari pendapat orang lain sangat tidak dianjurkan. Memeriksa fakta fakta, memberikan pertimbangan yang cermat atas keluhan yang ada, dan menguji kebenaran dengan penyelidikan yang seksama. Dalam hal ini pihak humas dari Kebun Raya Bogor melakukan tinjauan terhadap keluhan yang diterima. Seperti keluhan yang dilakukan oleh pengunjung tentang fasilitas yang ada di Kebun Raya Bogor. Setelah meninjau keluhan yang masuk maka keluhan tersebut akan diproses dan dianalisis oleh pihak Kebun raya Bogor. Dalam melakukan penanganan keluhan, pihak Kebun Raya Bogor telah melakukan prosedur penanganan keluhan.

Lalu prosedur penanganan berikutnya adalah dengan memelihara catatan-catatan dengan baik, catatan merupakan dasar administrasi yang efisien. Catatan disini dikatakan sebagai hal vital. Catatan sebagai penyedia dokumentasi tentang keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan dimasa lampau. Pihak humas Kebun Raya Bogor tetap melakukan pendokumentasian keluhan. Dokumentasi keluhan tersebut nantinya akan diproses dalam rapat untuk mengetahui tindak lanjut dari keluhan tersebut. Dokumentasi keluhan tersebutlah yang nantinya akan dibawa oleh pihak humas kedalam rapat untuk penyelesaian keluhan tersebut.

Dalam menangani keluhan, Kebun Raya Bogor juga harus menangani keluhan yang bersifat sangat penting dalam hal ini keluhan penting adalah keluhan yang berat. Penanganan keluhan berat ini harus dilakukan secara cepat

karena bersifat sangat amat merugikan konsumen atau pengunjung. Didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006:164-166) dipaparkan bahwa: Ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan (Schnaars, 1991), salah satunya adalah menangani keluhan secara cepat. Dalam menangani keluhan pelanggan, kecepatan dalam menangani keluhan sangatlah penting. Hal ini bisa menjadi tolak ukur puas atau tidak puasnya pelanggan. Apabila keluhan ditanggapi secara cepat maka citra positif terhadap perusahaan akan tetap membekas pada konsumen. Dan apabila keluhan pelanggan tidak direspon secara cepat bisa menimbulkan munculnya rasa tidak puas terhadap perusahaan. Seperti kasus yang terjadi pada bulan Januari tahun 2015, ada insiden yang terjadi di dalam Kebun Raya Bogor. Sebuah pohon tumbang dan menimpa pengunjung. Dalam kejadian tersebut ada 7 orang meninggal dunia dan 23 pengunjung luka-luka. Peristiwa tersebut langsung direspon oleh pihak LIPI. Pihak LIPI langsung melakukan kerja sama dan melibatkan beberapa pihak-pihak untuk membantu mengevakuasi para korban. Pihaknya dibantu oleh Pemerintah Kota Bogor, Polsekta Bogor, Koramil Bogor Tengah, dan Tagana Kota Bogor langsung bahu membahu mengevakuasi korban dari tempat kejadian secara cepat. Para korban dilarikan ke Rumah Sakit Palang Merah Indonesia (RS.PMI) Bogor.

Dalam hal menangani keluhan, pihak Kebun Raya Bogor telah melakukan penanganan keluhan seperti yang dipaparkan didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006:164-166) yang menjelaskan bahwa ada empat aspek penting dalam penanganan keluhan (Schnaars, 1991) dan Kebun Raya Bogor melakukan penanganan keluhan dengan salah satu dari keempat aspek penanganan keluhan yaitu Kecepatan dalam penanganan keluhan.

Dalam kasus keluhan berat keterlibatan manajemen atau petinggi dari pihak penyedia jasa sangat penting. Hal ini akan membuat pihak yang

mengalami keluhan berat tersebut merasa diperhatikan oleh perusahaan. Seperti yang dikatakan oleh Haskett, Sasser dan Hart (1990) didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006) bahwa keterlibatan manajemen puncak yang dimana dalam kasus ini manajemen puncak adalah pihak LIPI dalam menangani keluhan pelanggan juga memberikan dampak positif. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan dan tindakan memecahkan masalah mereka. Sebagai bentuk tanggung jawab atas peristiwa pohon tumbang yang terjadi pada Januari 2015 silam, LIPI selaku pihak yang juga menaungi tempat wisata Kebun Raya Bogor menanggung seluruh biaya pengobatan para korban yang tertimpa pohon tersebut hingga sembuh total. Pihak LIPI juga melakukan kunjungan terhadap para korban yang masih dirawat dirumah sakit.

Atas kejadian tersebut pihak Kepala LIPI Prof. Dr. Iskandar Zulkarnain, lebih meningkatkan pengecekan dan pemantauan terhadap koleksi pohon yang berusianya tua dan rawan tumbang terutama disekitar area yang ramai pengunjung sehingga kejadian insiden pohon tumbang menimpa pengunjung tidak terulang kembali kedepannya.

Pihaknya juga melakukan pengecekan terhadap pohon-pohon tua yang berpotensi tumbang atau patah. Pengecekan tersebut diprioritaskan pengamanannya terutama ditempat yang menjadi titik perkumpulan massa atau tempat yang ramai pengunjung, serta tepi-tepi jalan besar yang berada didalam kawasan Kebun Raya Bogor.

Pihak LIPI juga berupaya melakukan pencegahan dan penanganan berupa pengurangan jumlah, pemangkasan atau apabila diperlukan dilakukan penggantian jenis pohon yang ukurnya sedang di daerah-daerah tersebut

karena prinsipnya yang terpenting adalah mengutamakan keselamatan atau *safety first*.

Pihak LIPI bekerjasama dengan Pusat Penelitian Biotermal LIPI dan Institut Pertanian Bogor atau IPB untuk meminta kepada peneliti melakukan *assessment* cepat dan juga terukur dalam mengobservasi kesehatan dan kekuatan pohon, dengan prioritas pohon-pohon besar dan pohon tua.

Dikatakan Didalam buku Manajemen Jasa (Fandy, 2006: 159-160) dijelaskan bahwa: “Service Recovery secara umum dapat diwujudkan dengan melakukan tiga cara pokok. Yang pertama adalah dengancara memperlakukan para pelanggan yang merasa tidak puas dengan sedemikian rupa sehingga bisa mempertahankan loyalitas mereka. Lalu yang kedua, penyedia jasa memberikan jaminan yang luas serta tidak terbatas pada ganti rugi yang dijanjikan saja. Dan yang ketiga, penyedia jasa memenuhi atau melebihi harapan dari para pelanggan yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka.”Dalam hal ini bagi pihak humas Kebun Raya Bogor menjelaskan sebuah penanganan keluhan dapat dikatakan sudah selesai apabila sudah tidak ada yang dipersoalkan lagi dan sudah ada *problem solving*. Selain itu sudah tidak ada tuntutan, keluhan ataupun pengaduan yang dilakukan oleh pengunjung Kebun Raya Bogor. Walaupun terkadang ada pengunjung yang merasa belum terlalu puas tetapi dengan dilakukannya berbagai proses keduahbelah pihak sudah bisa saling mengerti dan bisa saling menerima keputusan yang bersifat kebijakan, ataupun penggantian. Bahkan terkadang pihak pengelola Kebun Raya Bogor memberikan penanganan keluhan melenihi SOP sudah yang ada.

#### **D. Media Keluhan Pengunjung**

Untuk memudahkan para pengunjung yang ingin menyampaikan keluhan, kritik atau saran, pihak Kebun Raya Bogor memberikan beberapa

media selain mengeluh secara langsung. Pihak Kebun Raya Bogor menyediakan media seperti kotak saran.

Selain itu ada juga media online seperti facebook, twitter, email dan Keterbukaan Informasi Publik Online atau KIP online. Seperti yang dijelaskan didalam buku Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan (Rismi Somad, Donni Juni Priansa, 2014: 29-30) dijelaskan bahwa: Komunikasi kepada pelanggan penting dilakukan organisasi bisnis, karena tanpa adanya komunikasi kepada pelanggan yang efektif, maka kepentingan organisasi bisnis tidak dapat tercapai, selain itu kebutuhan dan keinginan pelanggan akan sulit terpenuhi. Untuk mengembangkan suatu program komunikasi kepada pelanggan secara efektif, dapat digunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang saat ini sudah canggih. Organisasi bisnis dapat melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui sistem yang sifatnya *online* di dunia maya (internet).

Dengan sistem yang *online*, maka pelanggan akan dengan mudah, cepat, dan murah dalam mengakses segala hal terkait dengan kepentingannya terhadap organisasi bisnis. Pengunjung Kebun Raya Bogor bisa melakukan komplain dengan berbagai cara. Pihak Kebun Raya Bogor sudah menyediakan sarana pengaduan yaitu pengaduan tertulis dengan mengisi kotak saran yang tersedia di Visitor Center serta bisa melakukan keluhan dengan saluran internet dengan media Email, Facebook, Twitter dan Keterbukaan Informasi Publik *online* atau KIP Online. Dari berbagai macam media yang disediakan oleh pihak Kebun Raya Bogor, media yang paling banyak dilakukan untuk melakukan pengaduan atau menyampaikan keluhannya adalah melalui media Facebook.

Didalam Buku Media Public Relation (Hidayat, 2014:116) dijelaskan bahwa: facebook dapat dijadikan sebagai media interaktif, sumber informasi,

jembatan dalam berkomunikasi, diskusi atau sharing ide atau gagasan, wadah interaktif dengan customer hingga sebagai alat komunikasi saat krisis. Berbagai kasus yang terjadi membuka mata kita bahwa facebook sebagai salah satu media sosial, saat ini fungsinya digunakan sebagai media bisnis. Pendapatan yang besar merupakan salah satu mudahnya para pengguna facebook, sebagian besar adalah remaja. Kesuksesan bisnis online melalui facebook adalah karena karakteristik media baru ini dinilai efektif dan efisien. Selain nilai penggunaannya yang murah juga kecepatan penerimaan pesan sangat mempermudah konsumen menerimanya.”

Pemilihan Facebook sebagai tempat melakukan keluhan dikarenakan selain karena lebih familiar, ruang untuk menyalurkan kalimat di Facebook tidak terbatas. Berbeda dengan melakukan pengaduan atau keluhan melalui media Twitter. Pada media Twitter penulisan kalimat hanya dibatasi hingga 160 karakter. Begitupun dengan menulis pada formulir yang sudah disediakan terbatasnya ruang penulisan pada formulir serta faktor penulisan manual yang menyebabkan jaranganya pengaduan yang dilakukan melalui media ini.

Selain itu pengaduan melalui Facebook bisa disertakan bukti otentik berupa foto sehingga pihak humas bisa langsung mengetahui bahwa pengaduan yang dilakukan benar-benar serius dan bisa langsung dilacak apakah benar bahwa foto yang disertakan memang benar adanya. Jadi dari foto tersebut pihak humas bisa langsung bergerak untuk melakukan tugas sehingga keluhan tersebut bisa langsung diproses untuk dibawa rapat oleh pihak manajemen.

#### **E. Analisis S.W.O.T**

Dari hasil temuan data yang peneliti temukan, peneliti menganalisis SWOT yang ada didalam penanganan keluhan di Kebun Raya Bogor. Berikut adalah analisis SWOT yang peneliti olah.

### 1. *Strength*(Peluang)

Berdasarkan temuan data yang didapat oleh peneliti didalam menangani keluhan pihak Kebun Raya Bogor sudah memiliki SOP yang digunakan dalam proses menangani keluhan. Selain itu dalam melaksanakan tugasnya, Kebun Raya Bogor memiliki divisi-divisi untuk menangani setiap keluhan keluhan yang diterima oleh pihak Kebun Raya Bogor. Seperti yang dikatakan dalam buku Komunikasi Pemasaran Era Digital (Prisgunanto, 2014: 4-5) “di era digital tidak seperti era industrialisasi, dimana segala sesuatu sudah tidak serba formal dan kaku lagi. Semua begitu bebas, demokrasi dan terbuka apa adanya. Orang bisa berkelakuan sesuai dengan keinginannya sendiri, tidak harus mengikuti tata aturan yang ada di masyarakat”. Kebun Raya Bogor juga menyediakan berbagai media kepada pengunjung yang ingin menyampaikan keluhannya baik secara langsung atau secara tidak langsung. Keluhan secara langsung bisa dilakukan dengan berkomunikasi menyampaikan secara langsung kepada pihak Kebun Raya Bogor melalui bagian informasi dan bagian *Visitor Center*.

Keluhan yang ingin disampaikan secara tidak langsung juga bisa dilakukan dengan berbagai saluran seperti menulis pada formulir pengaduan, lalu menggunakan media *online* seperti facebook, twitter, email, serta KIP *online* yang disediakan oleh pihak Kebun Raya Bogor.

### 2. *Weakness* (Hambatan)

Selain peluang, Kebun Raya Bogor juga memiliki hambatan yang dihadapi dalam menangani keluhan yang diterima. Keluhan yang diterima oleh pihak Kebun Raya Bogor tidak serta langsung diproses begitu saja. Ada SOP yang mengatur penanganan keluhan tersebut. Keluhan yang masuk akan diterima oleh pihak Humas Kebun Raya Bogor untuk disampaikan kepada bagian internal. Keluhan tersebut akan dibahas didalam sebuah rapat. Hal ini menyebabkan waktu yang dibutuhkan dalam menangani keluhan menjadi lama. Namun pihak Humas memiliki SOP tersendiri yaitu mendengarkan

dan menerima keluhan yang masuk dan memberikan respon yang diberikan tidak lebih dari 14 hari kerja. Respon seperti itu sudah bermanfaat walau nilainya kecil. Dari respon tersebut minimal pelanggan merasa keluhannya sampai dan diterima oleh pihak Kebun Raya Bogor seperti yang dipaparkan didalam buku *Customer Care Excellence* (Cook, 2004: 95) bahwa langkah awal yang terpenting didalam mengembangkan berbagai bentuk pelayanan adalah mendapatkan umpan balik dari pelanggan. Organisasi perlu mendengarkan suara pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Faktor penghambat lainnya adalah pengunjung yang tidak menjelaskan identitasnya ketika memberikan keluhan. Disini pihak Humas akan merasa bingung untuk memberikan respon. Seperti kasus pengunjung yang mengeluhkan pintu masuk Kebun Raya Bogor dirasa jauh karena hanya membuka satu pintu. Keluhan tersebut sangat positif bagi Kebun Raya Bogor namun pihak Kebun Raya Bogor tidak dapat memberikan respon karena pengunjung tersebut tidak memberikan nomor *handphone* untuk direspon oleh pihak Kebun Raya Bogor seperti yang dikatakan didalam buku *Manajemen Pelayanan* (Ratminto, 2015:219) bahwa pengaduan tertulis baik melalui surat maupun media elektronik oleh masyarakat harus disampaikan secara jelas dan bertanggungjawab dengan menyebutkan nama, alamat, dan identitas yang sah (bukan “surat kaleng”).

### 3. *Opportunity* (Peluang)

Kebun Raya Bogor memberikan berbagai media yang bisa digunakan oleh pengunjung dalam memberikan keluhan dan salah satu media yang digunakan oleh Kebun Raya Bogor dalam menangani keluhan adalah media *online*. Media *online* seperti facebook dan twitter merupakan media yang banyak digunakan masyarakat. Hal itu sangat membantu pihak eksternal yaitu pengunjung untuk memberikan keluhan karena mudah diakses dan tidak perlu repot-repot untuk menulis secara langsung. Selain itu media *online* juga

memudahkan pihak internal yaitu pengelola Kebun Raya Bogor dalam memantau keluhan yang diterima.

Selain itu pihak Kebun Raya Bogor dapat memaksimalkan titik-titik tempat yang dirasa ramai didatangi pengunjung didalam area Kebun Raya Bogor untuk menempatkan kotak saran dan keluhan yang bisa digunakan oleh pengunjung.

#### 4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman bisa ditemukan oleh pihak Kebun Raya Bogor dalam menangani keluhan. Peneliti menemukan temuan adanya pengunjung yang tidak melakukan komplain. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengunjung tidak melakukan komplain. Ada pengunjung yang merasa malas untuk melakukan komplain. Ada juga pengunjung yang tidak melakukan komplain karena merasa malas untuk menulis di formulir pengaduan. Ada juga pengunjung yang merasa tempat untuk melakukan komplain dirasa jauh.

Hal ini tidak baik apabila dibiarkan karena hal ini berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan pengunjung terhadap Kebun Raya Bogor seperti yang dikatakan oleh Fandy Tjiptono didalam buku Manajemen Jasa (Tjiptono, 2006:154) bahwa salah satu kemungkinan pelanggan yang tidak puas tidak melakukan apa-apa. Mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

### **F. Pelanggan yang Tidak Komplain**

Walau sebagai pelanggan atau pengunjung memiliki hak untuk melakukan pengaduan, namun ada pengguna jasa atau pengunjung yang mereka memilih untuk tidak melakukan komplain. Hal ini bisa dikarenakan banyak hal mengapa pengunjung tidak melakukan komplain.

Seperti yang dikatakan oleh Fandy Tjiptono didalam buku Manajemen Jasa (Tjiptono, 2006:154) bahwa salah satu kemungkinan pelanggan yang tidak puas tidak melakukan apa-apa. Mereka praktis tidak akan membeli atau

menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa pengunjung Kebun Raya Bogor yang tidak melakukan komplain terkait keluhan mereka. Alasan para pengunjung tidak melakukan komplain cukup beragam.

Ada pengunjung yang mengeluhkan tentang kebersihan sampah di Kebun Raya Bogor. Pengunjung tersebut tidak melakukan komplain dengan alasan pihak Kebun Raya Bogor telah memberikan tanda pemberitahuan untuk tidak membuang sampah sembarangan dan alasan kedua adalah bahwa untuk membuang sampah pada tempatnya sudah seharusnya menjadi kesadaran dari dalam diri sendiri untuk tidak membuang sampah sembarangan.

Lalu peluang keberhasilan ketika melakukan komplain juga bisa menentukan pengunjung akan melakukan komplain atau tidak. Fandy (Tjiptono, 2006:155) mengatakan Bila pelanggan merasa bahwa peluang keberhasilannya dalam melakukan komplain sangat kecil, maka ia cenderung tidak akan melakukannya. Hal sebaliknya terjadi apabila dirasakan peluangnya besar. Dalam kasus ini peneliti menemukan pengunjung yang ingin mengeluhkan keluhannya terhadap Kebun Raya Bogor karena ranting pohon jatuh bisa saja terjadi. Namun pengunjung tersebut tidak melakukan komplain dengan alasan komplain yang dia lakukan diabaikan.

Dalam melayani pihak penyedia jasa atau perusahaan pasti tidak selalu memberikan yang sempurna. Maka pelanggan selain berfungsi sebagai aset yang bisa memberikan keuntungan secara finansial, pelanggan juga bisa menjadi pihak yang membuat perusahaan menjadi lebih baik di berbagai sektor seperti sektor pelayanan ataupun produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Apabila hal ini terjadi tentu akan menyebabkan hilangnya pelanggan atau pengunjung. Hal ini berbahaya bagi pembuat jasa karena selain pelanggan itu hilang di juga bisa memberitahu kepada orang lain sehingga

berbahaya untuk jangka waktu kedepannya seperti yang dikatakan oleh Griffin didalam buku Customer Loyalti (Griffin, 2005:177) bahwa memiliki pelanggan yang pergi meninggalkan atau tidak menggunakan jasa kita lagi itu merupakan pedang bermata dua. Di satu sisi bukan anda saja yang yang kehilangan bisnis dari pelanggan tersebut. Dan di satu sisi lainnya anda juga kehilangan bisnis dimasa depan dengan pelanggan baru karena berita dari mulut ke mulut yang negatif.

Keluhan, kritik, dan saran yang masuk dari konsumen merupakan sesuatu yang penting. Dari hal tersebut perusahaan akan mengetahui apa saja yang harus diperbaiki agar perusahaan bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya. Dan hal tersebut juga berpengaruh terhadap pelanggan karena pelanggan akan tetap menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut atau tidak.

Setiap pelanggan yang merasa tidak puas terhadap suatu produk berhak melakukan keluhan atau komplain. Namun bukan berarti setiap pelanggan yang tida puas akan selalu melakukan komplain. Ada saja pelanggan yang tidak melakukan komplain. Hal ini juga sangat berpengaruh terhadap perusahaan penyedia jasa atau produk.

Seperti yang di paparkan didalam buku Manajemen jasa (Fandy, 2006:156) dijelaskan komplain yang disampaikan berkenaan dengan adanya ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, salah satunya adalah kategori *private response*.

Dalam kategori *private response* dijelaskan tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan jasa atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan. Kasus pelanggan yang tidak komplain diatas merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh pihak Kebun Raya Bogor. Kasus-kasus pelanggan yang tidak melakukan komplain yang dipaparkan pada paragraf

diatas bisa berpengaruh terhadap Kebun Raya Bogor dalam hal memberikan pelayanan atau menyediakan jasa dan juga berpengaruh terhadap pelanggan itu sendiri.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah peneliti melakukan penelitian kepada pihak Humas Kebun Raya Bogor dengan judul penelitian "Strategi Penanganan Keluhan Pengunjung oleh Pengelola Kebun Raya Bogor" peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut. Dari hasil penelitian peneliti mendapatkan data dari pihak Humas Kebun Raya Bogor. Data penelitian yang didapat dalam menangani penanganan keluhan, pengelola Kebun Raya Bogor melibatkan bagian-bagian divisi untuk melakukan penanganan keluhan. Setiap bagian bertugas menjalankan tugas masing-masing dalam menangani keluhan pengunjung. Keluhan yang diterima oleh pihak Kebun Raya Bogor begitu beragam sehingga divisi yang melakukan penanganan keluhan tidak selalu sama.

Pengelola Kebun Raya Bogor juga bekerjasama dengan pihak luar dari Kebun Raya Bogor seperti Pasukan Pengamanan Presiden atau Paspampres mengingat saat ini Presiden Joko Widodo menggunakan Istana Bogor sebagai tempat tinggal yang dimana lokasi Istana Bogor itu sendiri berada dalam kompleks Kebun Raya Bogor. Hal tersebut membuat pengamanan di area Kebun Raya Bogor menjadi lebih ketat.

Dalam setiap divisi yang ada di Kebun Raya Bogor memiliki *Standard Operating Procedure* atau SOP nya masing-masing. Dalam hal SOP, peneliti menyimpulkan sendiri SOP yang dilakukan oleh pihak bagian Humas dalam menangani keluhan di Kebun Raya Bogor. Berikut adalah SOP yang peneliti simpulkan berdasarkan data yang peneliti dapat dari hasil wawancara dengan pihak Humas Kebun Raya Bogor:

- a. Pihak Humas Kebun Raya Bogor adalah tempat atau wadah untuk menampung atau menerima keluhan yang masuk ke Kebun Raya Bogor.
- b. Keluhan dari berbagai sumber yang sudah diterima oleh pihak Humas Kebun Raya Bogor nantinya akan di kroscek terlebih dahulu. Kroscek tersebut untuk menilai apakah keluhan tersebut memang benar adanya atau keluhan tersebut memang termasuk kategori keluhan yang harus diproses.
- c. Keluhan yang diterima nantinya akan ditindaklanjuti dalam bentuk rapat. Dari hasil rapat tersebut, keluhan yang diterima nantinya akan diberikan kepada bagian atau divisi yang memang memiliki wewenang dalam melakukan tugas menangani keluhan.
- d. Hasil rapat dari keluhan yang masuk dari semua sumber tempat pengaduan pengunjung nantinya akan disampaikan kepada pihak yang melakukan pengaduan oleh bagian Humas Kebun Raya Bogor.
- e. Pada prinsipnya, pihak Humas Kebun Raya Bogor merespon keluhan yang masuk tidak lebih dari empat belas hari kerja.
- f. Respon yang diberikan oleh Humas Kebun Raya Bogor tidak harus dalam bentuk *problem solving*.
- g. Apabila keluhan yang masuk masih didalam wilayah kerja Humas Kebun Raya Bogor, maka Humas Kebun Raya Bogor bisa memberikan respon.

Pihak Humas kebun Raya Bogor juga menyediakan berbagai media yang untuk bisa digunakan oleh pengunjung untuk meberikan kritik, saran, dan juga menyampaikan keluhan. Media yang digunakan diantaranya ada kantor visitor center yang bisa didatangi oleh pengunjung. Kantor Visitor Center bisa digunakan untuk mencari informasi seputar Kebun Raya Bogor

dan juga bisa untuk menyampaikan keluhan. Selain itu juga ada formulir yang tersedia dibagian informasi untuk menulis keluhan yang ingin disampaikan oleh pengunjung kepada Kebun raya Bogor. Selain itu pihak Kebun Raya Bogor juga menyediakan media online untuk bisa diakses oleh pengunjung dalam menyampaikan kelihannya. Media online tersebut adalah twitter, facebook, website resmi Kebun Raya Bogor dan Keterbukaan Informasi Publik Online atau KIP Online.

Selain itu ada pihak eksternal yang dimana dalam hal ini pihak eksternal adalah pengunjung yang tidak bisa menerima kebijakan atas keluhan yang disampaikan dari pihak Kebun Raya Bogor. Ketika hal itu terjadi maka pihak Kebun raya Bogor menyelesaikan masalah tersebut dengan mediasi dan sifat kekeluargaan sampai tidak terjadi lagi tindakan saling menuntut satu dengan yang lainnya. Kedua belah pihak bisa memahami dan bisa menerima.

Peneliti menarik kesimpulan keluhan yang dikeluhkan pengunjung beragam. Fasilitas menjadi aspek yang dikeluhkan oleh pengunjung seperti kebersihan lingkungan, terbatasnya lahan parkir, serta jumlah toilet yang ada didalam Kebun Raya Bogor. Selain itu keluhan yang dikeluhkan oleh pengunjung adalah khawatirnya ancaman terhadap pohon yang bisa tumbang atau ranting pohon yang jatuh sewaktu-waktu. Maka dari itu peneliti membagi dua jenis keluhan menjadi dua bidang yaitu keluhan di bidang fasilitas dan keluhan di bidang konservasi tanaman dan yang berkaitan.

Keluhan pada bidang fasilitas yang dilekuhkan mencakup minimnya jumlah toilet yang ada di Kebun Raya Bogor. Selain itu letak toilet yang ada jaraknya cukup jauh mengingat Kebun Raya Bogor memiliki luas wilayah yang besar. Lalu ada keluhan lahan parkir yang kurang memadai. Dan keluhan bidang fasilitas berikutnya adalah keluhan pintu gerbang Kebun Raya Bogor. Dalam Menangani masalah parkir, pihak Kebun Raya Bogor melakukan kerjasama dengan tempat-tempat disekitar Kebun Raya Bogor untuk memperbolehkan pengunjung Kebun Raya Bogor memarkirkan

kendaraanya. Selain itu untuk tanggal merah pihak Kebun Raya Bogor memperbolehkan pengunjung memarkirkan kendaraanya didalam wilayah Kebun Raya Bogor. Pihak Kebun Raya Bogor juga bekerja sama dengan Paspampres agar bisa membuka pintu gerbang bagian Kebun Raya Bogor yang lain agar pengunjung tidak perlu harus masuk melalui gerbang utama Kebun Raya Bogor.

Keluhan bidang selanjutnya adalah keluhan pada bidang konservasi tanaman dan hal yang berkaitan. Mengingat Kebun Raya Bogor adalah pusat konservasi tumbuhan dan menjadikan Kebun Raya Bogor merupakan tempat wisata yang memiliki banyak sekali ragam tanaman dan pepohonan yang rindang dan tinggi. Untuk mencegah kejadian yang tidak diinginkan, pihak Kebun Raya Bogor melakukan beberapa strategi seperti menghimbau kepada pengunjung untuk berhati-hati, selain itu juga pihak Kebun Raya Bogor memberikan rambu-rambu peringatan seperti papan petunjuk untuk berhati-hati kepada ranting pohon karena bisa jatuh sewaktu-waktu. Faktor cuaca juga berpengaruh terlebih Bogor merupakan daerah yang memiliki curah hujan yang cukup tinggi sehingga hujan pun terkadang bisa saja turun tanpa bisa diprediksi. Pihak Kebun Raya Bogor memberikan peringatan kepada pengunjung apabila cuaca diperkirakan akan hujan atau buruk. Pihak pengelola Kebun Raya Bogor juga menurunkan petugas untuk melakukan patroli keliling apabila hujan turun untuk mencari pengunjung yang terjebak hujan didalam area Kebun Raya Bogor.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian dengan topik “Strategi Penanganan Keluhan oleh Pengelola Kebun Raya Bogor” adalah sebagai berikut:

### **1. Untuk pihak Kebun Raya Bogor.**

Sebagai tempat wisata, adanya keluhan, kritik dan saran sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan. Walaupun pihak Kebun Raya Bogor memiliki berbagai media untuk dijadikan tempat para pengunjung menyampaikan keluhan, kritik atau saran, ada baiknya jika pihak Kebun Raya Bogor memperbanyak fasilitas untuk menulis keluhan, kritik, dan saran dengan media formulir yang diletakkan di banyak tempat khususnya tempat yang selalu dilewati atau menjadi titik kumpul pengunjung. Hal itu ditujukan mengingat tidak semua orang aktif dalam sosial media dan hal itu dilakukan karena saat ini pengunjung yang ingin menuliskan keluhan, kritik serta saran hanya dilakukan di bagian informasi yang berada didekat pintu gerbang utama Kebun Raya Bogor.

Selain itu untuk mencegah adanya pengunjung yang sebenarnya ingin mengeluh tetapi tidak ingin melakukan keluhan, maka disarankan pihak Kebun Raya Bogor yang bertanya kepada para pengunjung tentang keluhan, kritik dan saran yang bisa disampaikan. Hal ini juga berguna agar Kebun Raya Bogor terlihat aktif dalam melayani pengunjung. Hal ini dikarenakan tidak setiap orang aktif dalam melakukan penyampaian keluhan, kritik ataupun saran untuk membantu pengunjung yang ingin menyampaikan keluhan, kritik atau sarannya.

## **2. Untuk Peneliti Selanjutnya**

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih dalam dan lebih jauh lagi tentang strategi penanganan keluhan yang dilakukan oleh Kebun Raya Bogor karena masih terdapat aspek-aspek lain yang dapat diteliti tentang bagaimana pengelola Kebun Raya Bogor melakukan penanganan keluhan terhadap pengunjung. Peneliti selanjutnya bisa meneliti lebih jauh tentang seberapa besar kontribusi peran serta fungsi dari pihak Humas untuk pertumbuhan perusahaan.

## Daftar Pustaka

### Buku

Griffin, Jill, *Customer Loyalti*,(Jakarta: Erlangga, 2005,) hal 177

Kriyantoro, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup, 2010,)

Tjipto, Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006) hal 146

Tjipto, Fandy, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014,) hal

Prisgunanto, Ilham, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, (Jakarta: Prisani Cendekia, 2014,) hal 17

Hasan, Ali, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan* (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service, 2014,) hal 101.

Cook, Sarah, *Customer Care Excellence* (Jakarta: Penerbit PPM, 2004,)hal 95

Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015) hal 219

Yoeti, Oka, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung: Angkasa) hal 115

### Skripsi

Aqida Nuril Salma, “Analisis Strategi Penanganan Keluhan Pelanggan Pada Garuda Indonesia First Class Service.”(Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta).Hal xvi.

Lucky Marlina Saraswati, "Kebijakan Pemerintah Kota Malang Dalam Penanganan Permasalahan Sosial (Studi Tentang Perilaku Satpol PP dan Pengemis) tahun 2011" skripsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. <http://eprints.umm.ac.id/31117/>

### Website

<https://direktori-wisata.com/wisata-kebun-roya-bogor/> diakses November 2016

[http://www.krbogor.lipi.go.id/id/isirow/isi\\_statis/61.html](http://www.krbogor.lipi.go.id/id/isirow/isi_statis/61.html) diakses November 2016

<http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Kunjungan-Tahun-2015.html> diakses Oktober 2016

Savika, Mohamad Afkar. 2017. 14.350 Orang Sudah Daftar Untuk Ikuti Istana Bogor Open, Ada yang dari Jepang. <http://bogor.tribunnews.com/2017/07/12/14350-orang-sudah-daftar-untuk-ikuti-istana-bogor-open-ada-yang-dari-jepang> diakses 2017

Sudarno, Achmad. 2017. Jokowi Tersenyum saat Menyopiri Obama Susuri Kebun Raya Bogor. <http://news.liputan6.com/read/3007249/jokowi-tersenyum-saat-menyopiri-obama-susuri-kebun-roya-bogor> diakses Desember 2017

Sohuturon, Marhatan. 2017. Ribuan Pelajar Kota Bogor Dikerahkan Untuk Sambut Raja Salman. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170301123247-20-196988/ribuan-pelajar-bogor-dikerahkan-untuk-sambut-raja-salman/> diakses Oktober 2017

Rahmawati, Laily. 2015. Ini Jumlah Kunjungan Wisata Kota Bogor 2016. <https://megapolitan.antaranews.com/berita/26295/ini-jumlah-kunjungan-wisata-kota-bogor-2016> diakses Februari 2017

<http://www.krbogor.lipi.go.id/id/Kunjungan-Tahun-2015.html> diakses Oktober 2016

Firmansyah, Bima.2015. Korban Tewas Pohon Maut Kebun Raya Bogor Jadi 7 Orang.<http://news.liputan6.com/read/2163047/korban-tewas-pohon-maut-kebun-raya-bogor-jadi-7-orang> diakses Desember 2016)

Sumber :[www.detik.com](http://www.detik.com). Lebah Ngamuk di Kebun Raya Bogor Sengat Belasan Pengunjung<http://bogordaily.net/2016/10/lebah-ngamuk-di-kebun-raya-bogor-sengat-belasan-pengunjung/> diakses Desember 2016

Denura, Farida.2016. Pengunjung Kebun Raya Meningkatkan, Pemkot Bahas Lahan Parkir  
<http://www.netralnews.com/news/megapolitan/read/34024/pengunjung.kebun.raya.meningkat..pemkot.bogor.bahas.lahan.parkir> diakses Desember 2016

<http://lipi.go.id/berita/single/LIPI-Upayakan-Penanganan-Korban-Pohon-Tumbang-Secara-Cepat/11888> diakses Desember 2016

<http://bogordaily.net/2016/10/lebah-ngamuk-di-kebun-raya-bogor-sengat-belasan-pengunjung/> diakses Desember 2016

<http://www.netralnews.com/news/megapolitan/read/34024/pengunjung.kebun.raya.meningkat..pemkot.bogor.bahas.lahan.parkir> diakses Desember 2016

<http://lipi.go.id/berita/single/LIPI-Upayakan-Penanganan-Korban-Pohon-Tumbang-Secara-Cepat/11888> diakses Desember 2016

<http://krbogor.lipi.go.id/id/Sejarah-Kebun-Raya-Bogor.html> diakses September 2017

<http://krbogor.lipi.go.id/id/Tugas-Pokok-dan-Fungsi-PKT-Kebun-RayaLIPI.html> diakses September 2017

[http://krbogor.lipi.go.id/id/isirow/isi\\_statis/46.html](http://krbogor.lipi.go.id/id/isirow/isi_statis/46.html) diakses September 2017

<http://krbogor.lipi.go.id/id/Visi--Misi-PKT-Kebun-RayaLIPI.html> diakses September 2017

## Lampiran

Pertanyaan Wawancara

Tanggal : 19 Juni 2017

Waktu : 08.13-09.12

Tempat: Kantor PKT LIPI Kebun Raya Bogor

Narasumber : Bapak Ahmad Djuhdi Endawan

1. Pertanyaan: Keluhan apa saja yang dikeluhkan sama pengunjung Kebun Raya Bogor?
2. Pertanyaan: lalu lintas ngaruh gak pak? Macet gitu kesini aksesnya?
3. Pertanyaan: saya pas main sama temen kadang kalo ada bis kan lahan parkirnya suka ga ada tuh pak, ada gak sih pak ngeluhin orang gara-gara mungkin orang ke Kebun Raya pake bis? parkirannya akhirnya di luar kan bisnya.
4. Pertanyaan: ada rencana mungkin, pak, dari Kebun Raya bikin lahan parkir?
5. Pertanyaan: sejauh ini memadai, pak, kantong-kantong parkir yang di sediakan kalo long season atau hari minggu?
6. Pertanyaan: emang mobil gak boleh parkir, mobil tuh emang (boleh) masuk tapi ga buat (keliling) ke akses semua makanya di batasin?
7. Pertanyaan: terus ada pengkelasan keluhan? Mungkin keluhan ringan, keluhan sedang, keluhan berat?
8. Pertanyaan: kalo di sosial media pake foto bener-bener memang real, jadi mereka mengeluhnya bukan karena asal, tapi bukti?
9. Pertanyaan: dari pihak pengelola menangani keluhan dari pihak kebun raya itu seperti apa?
10. Pertanyaan: selama menangani keluhan itu, ada kendala-kendala apa aja pak?

11. Pertanyaan: Kebun Raya kan tempatnya eksternal, diluar (outdoor), biasanya faktor alam itu mempengaruhi gak, pak, tingkat pengunjung yang datang? Faktor alam kan ga bisa terduga-duga gitu terjadinya, ga bisa ditebak..
12. Pertanyaan: pernah ada yang komplain karena faktor alam yang terjadi?
13. Pertanyaan: kan ada orang yang karena faktor alam kan mereka ‘yaudah lah ini kan udah kejadian’ tapi ada juga yang mungkin ga bisa terima?
14. Pertanyaan: terus kalo sewaktu-waktu ada faktor alam yang mempengaruhi itu penanganan dari pengelola seperti apa pak?
15. Pertanyaan: kan biasanya orang mengeluh dari banyak media nih, penyedia keluhannya banyak, sosial media, facebook, twitter, biasanya kebanyakan mereka mengeluhnya di media sosial atau media apa aja?
16. Pertanyaan: terus bisa kemungkinan diproses ga pak masukannya?
17. Pertanyaan: terus untuk ini, SOP, pas pembuatan itu ada yang terlibat? Biasanya siapa aja pak?
18. Pertanyaan: kalo untuk menangani keluhan pengunjungitu juga ada SOP nya pak?
19. Pertanyaan: ada yang bagian pengawasan gak sih pa di SOP itu?
20. Pertanyaan: terus proses pendokumentasian keluhan disini kayak gimana pak?
21. Pertanyaan: mungkin gak sih, pak, ini bisa jadi barang bukti bahwa kita udah melakukan rapat terus di upload ke mereka biar ada bukti bahwa bener keluhan saya tuh udah di..(diterima)?
22. Pertanyaan: berarti tadi itu yang dicatet keluhan? Terus?
23. Pertanyaan: yang bertugas biasanya siapa, pak, pendokumentasian keluhan ini?
24. Pertanyaan: lalu gimana dengan hasil dokumentasi itu?
25. Pertanyaan: terus proses pencarian solusi dari apa yang terjadi itu biasanya seperti apa?
26. Pertanyaanya: mereka tidak mencantumkan identitas itu biasanya kenapa, pak?

27. Pertanyaan: mungkin di visitor center udah pernah disuruh nulis nama Cuma mungkin mereka beralasan apa gitu, ada gak kasus kayak gitu? Kan susah juga..
28. Pertanyaan: disini yang berperan dalam proses penyampaian solusi siapa aja, pak?
29. Pertanyaan: terus biar tau pelanggan itu merasa puas feedbacknya dari pelanggan itu kayak gimana pak?
30. Pertanyaan: peran stakeholder atau pengunjung untuk Kebun Raya sendiri itu seperti apa, pak?
31. Pertanyaan: kalo untuk pengunjungnya sendiri berkunjung untuk wisata gitu, peran mereka (seperti apa)?
32. Pertanyaan: berpengaruh sama Kebun Raya sendiri peran pengunjung itu?
33. Pertanyaan: untuk mempertahankan pengunjung gitu, apa yang dilakukan dari pihak Kebun Raya, apa, pak? Bukan peneliti, pengunjung, pengunjung yang berwisata.
34. Pertanyaan: terus dibagian apa saja pelanggan itu berperan dalam tumbuh dan perkembangan untuk Kebun Raya Bogor sendiri?
35. Pertanyaan: itu termasuk dari bagian mempertahankan kepercayaan pengunjung juga, pak?
36. Pertanyaan: kebersihan juga jadi yang dikeluhin juga gak sih pak sama orang?
37. Pertanyaan: pernah gak sih, pak, adapelanggan yang ngeluh dan merasa dirugikan?
38. Pertanyaan: nah, terus ketika merasa dirugikan gitu penanganannya seperti apa?
39. Pertanyaan: sebuah penanganan dikatakan selesai itu, maksudnya gimana penanganan keluhan itu sudah bisa dikatakan selesai?
40. Pertanyaan: terus kapan saya liat pengunjung lagi piknik gitu, ketiban ranting pohon, itu kan gak bisa diduga, kan ga bisa dihibau juga, nah itu penanganannya gimana, pak?

41. Pertanyaan: terus kalo dari pengelola sendiri untuk mencegah, itu kan faktor pohon, ada gak sih tim khusus yang periksa (tanaman)?
42. Pertanyaan: kalo misalkan terjadi (insiden) gitu, misalkan dirawat dimana, yang tanggung jawab penuhnya itu dari pihak kebun raya?
43. Pertanyaan: kalo misalkan terjadi (insiden) gitu, misalkan dirawat dimana, yang tanggung jawab penuhnya itu dari pihak kebun raya?
44. Pertanyaan: yang ngurus juga Kebun Raya, ya, arena yang bersangkutan?
45. Pertanyaan: jadi bahan evaluasi juga mungkin, pak?

Transkrip Wawancara

Tanggal : 19 Juni 2017

Waktu : 08.13-09.12

Tempat: Kantor PKT LIPI Kebun Raya Bogor

Narasumber : Bapak Ahmad Djuhdi Endawan

Pertanyaan: Keluhan apa saja yang dikeluhkan sama pengunjung Kebun Raya Bogor?

Jawaban: Pengunjung kan lebih ke pelayan ya, nah itu pelayanan pelayanan dari kita, dari fasilitas biasanya kayak toilet, ada aja sih, atau parkiran. Paling banyak sih selama ini yang hubungannya sama fasilitas umum. Karena ada yang jaraknya terlalu jauh atau susah di temuin atau kurang bagus atau kurang memadai.

Pertanyaan: lalu lintas ngaruh gak pak? Macet gitu kesini aksesnya?

Jawaban: secara itu masalah macet ga mengeluhkan ke kebun raya

Pertanyaan: saya pas main sama temen kadang kalo ada bis kan lahan parkirnya suka ga ada tuh pak, ada gak sih pak ngeluhin orang gara-gara mungkin orang ke Kebun Raya pake bis, parkiran nya akhirnya di luar kan bis nya.

Jawaban: ya itu fasilitas kan, parkir berarti kan, sebenarnya kan pemda tuh sebenarnya udah nyediain ya lahan parkir untuk bi situ cuman sekarang dipake Damri. Ga tau bagaimana kok itu pemda bisa begitu, saya ga nyalahin juga sih. Akhirnya ada kebijakan boleh parkir di sekitar jalan Juanda yang agak lebar terus disitu ada lahan. Biasanya juga ada yang masuk ke Herbarium. Itu masuk LIPI juga. Disitu ada lahan kosong juga kan mau dibangun, biasanya pada ke situ.

Pertanyaan: ada rencana mungkin, pak, dari Kebun Raya bikin lahan parkir?

Jawaban: sampe saat ini saya belum tahu ya, cuman kemaren ada kebijakan baru untuk mobil-mobil kecil di hari Minggu itu bisa masuk (Kebun Raya Bogor) cuman sekedar parkir di kantong parkir yang ada. Kayak di kafe terus di dekat (taman) Astrid itu kan ada, terus di belakang konservasi nih mungkin bisa di pake.

Pertanyaan: sejauh ini memadai, pak, kantong-kantong parkir yang di sediakan kalo long season atau hari minggu?

Jawaban: istilahnya cukup ga cukup ya. Tergantung gitu. Kalo lagi emang pengunjungnya gak banyak ya cukup kalo enggak ya apa boleh buat mereka paling parkir di sekitaran Kebun Raya kayak di IPB, kalo enggak sekarang ada di itu tuh..Lippo Plaza di pintu 3 (Pintu masuk Kebun Raya Bogor) bisa di pake mungkin.Dan memang kalo di dalem kebayang atuh penuh banget parkiran ini.Bikin kurang nyaman juga nantinya.Makanya di batasin juga.

Pertanyaan: emang mobil gak boleh parkir, mobil tuh emang (boleh) masuk tapi ga buat (keliling) ke akses semua makanya di batasin?

Jawaban: itu kalo akses tu kan dari hari senin sampe hari sabtu ya, yang gak boleh itu pas tanggal merah, sama hari minggu, pertimbangannya biasanya karena pengunjung biasanya (jumlahnya) banyak. Cuman kemaren ada kebijakan lagi boleh masuk asal (mobil) diem ga keliling kawasan (kebun Raya). Diem di kantong parkir yang sudah ada. Kalo penuh ya diluar apa boleh buat.

Pertanyaan: terus ada pengkelasan keluhan? Mungkin keluhan ringan, keluhan sedang, keluhan berat?

Jawaban: ga ada..ga ada cluster masalah itu, kita ambil seadanya berapa berapa.... Maskudnya gini, buka dari situ ya, kita litanya malah dari saluran yang mereka gunakan, dari kotak saran, ada dari media sosial, ada dari email, atau langsung ke pengelola didepan di visitor center disitu tapi ujung-ujungnya mereka suruh nulis sih suruh masukin ke kotak saran, gitu. Kalo dari grafiknya, mereka lebih cenderung

lebih banyak menggunakan jalur media sosial, kalo kotak saran mungkin males juga ya nulisnya ga bisa sepanjang lebar atau keterbatasan atau capek juga. Mungkin ga bisa ngungkapin. Biasanya kan kalo gini keluhan biasanya sambil marah-maraha..nah terus kalo media sosial mereka bisa upload fotonya istilahnya barang bukti atau apanya.. walaupun itu ga didukung kayak gitu (barang bukti ex:upload foto) doang kita kurang, gak terlalu kita tanggapin.

Pertanyaan: kalo di sosial media pake foto bener-bener memang real, jadi mereka mengeluhnya bukan karena asal, tapi bukti?

Jawaban: (mengeluhnya) bukan karena di buat-buat, ada bukti, dan itu baru yang akan kita perhatikan dan kita bawa ke tingkat manajemen dan untuk dibahas nantinya di apa..dibahas bersama bagian-bagian (yang) terkait, misalkan kalo kayak fisik, fisikberarti ke bagian umum koordinasinya nanti, kalo kebijakan peraturan ya dengan kepala (tim) kita.

Pertanyaan: dari pihak pengelola menangani keluhan dari pihak kebun raya itu seperti apa?

Jawaban: menangani ya kalo memang ada yang harus ditindaklanjuti ya itu butuh proses kan, misalkan kembali lagi ke fisik, ini bangunanya kurang bagus atau gimana..kita harus mengecek ulang atau misalkan apa.. atau keramiknya ada yang pecah atau gimana.. itukan harus di ini.. berarti ada proses ya.. itu biasanya ke bagian umum kita ajukan dulu kalo di lokasi itu ada yang kurang bagus. Jadi ga bisa langsung pada saat itu paling kita tampung dulu itu masukan atau kritiknya baru kita follow up ke bagian yang bersangkutan. Jadi istilahnya di humas itu hanya sebagai penyedia aja nanti disalurkan kembali kepada pihak bagian manajemen yang mengelolanya itu dilimpahkan ke bagian mana mengenai tindak lanjutnya itu.

Pertanyaan: selama menangani keluhan itu, ada kendala-kendala apa aja pak?

Jawaban: kalo menanganinya itu pan karena..sebenarnya kendala ga ada ya.. karena kita sulit juga memahami maunya tuh kayak gimana (maksud dari pengunjung) itu tuh maksudnya apa, keluhan apa, mungkin itu faktor keterbatasan lewat tulisan (kritik dan saran) jadi kita salah persepsi juga tapi selama ini gak sampe.. prinsipnya kita merespon mereka, menerima keluhan mereka. Kalo sampe yang bertele-telepun kita ga..malah kita jadi curiga kesannya menyerang ke kita kan kayak yang di buat-buat gitu tanpa ada bukti yang otentik untuk menunjukkan kalo itu memang keluhan atau kesalahan dari kita. Kita pastilah kita selalu mengakui namanya juga servis pasti ada bagusnya ada kurangnya gitu. Kita kan ga perfeksionis kita mengakui kalo memang kinerja kita pasti ada dibawah juga ada, Namun tetap berusaha untuk selalu memperbaiki sistem yang ada, itu nanti kita evaluasi nantinya, bahan evaluasi nanti, biasanya di rapat pimpinan.

Pertanyaan: Kebun Raya kan tempatnya eksternal, diluar (outdoor), biasanya faktor alam itu mempengaruhi gak, pak, tingkat pengunjung yang datang? Faktor alam kan ga bisa terduga-duga gitu terjadinya, ga bisa ditebak..

Jawaban: faktor alam, kayaknya itu udah bisa dijawab sendiri ya..kita kan ruang terbuka, pasti hubungannya dengan cuaca ya pastilah ada hubungannya ada pengaruhnya kalo musim hujan orang ngapain kesini (Kebun Raya) takut malah istilahnya resiko diruang terbuka itu kan kalo pas hujan banyak.. itu biasanya kalo faktor alam paling itu yang selama bikin minat pengunjung berkurang..

Pertanyaan: pernah ada yang komplain karena faktor alam yang terjadi?

Jawaban: ya namanya faktor alam ya..itu pun terbatas ga bisa, istilahnya hanya bisa mencegah aja tapi ga bisa sampe menghindari, engga. Mencegah sebisa mungkin meskipun dengan..dengan.. dengan apa.. fasilitas yang kita punya tapi kalo memang ga bisa dihindari mau apa boleh buat.

Pertanyaan: kan ada orang yang karena faktor alam kan mereka “yaudah lah ini kan udah kejadian” tapi ada juga yang mungkin ga bisa nerima?

Jawaban: kita analisis kenapa ga bisa nerimanya kita secara mediasi gitu penyelesaiannya kekeluargaan lah sifatnya, kalo saling ngotot ya ga akan beres ga ada problem solving.

Pertanyaan: terus kalo sewaktu-waktu ada faktor alam yang mempengaruhi itu penanganan dari pengelola seperti apa pak?

Jawaban: ya kayak tadi kita akan ajak bicara, ngumpul, kita bicarain dengan yang bersangkutan misalkan ada keluhan apa, intinya siapa sih yang bisa mengendalikan (alam) kita baliklagi kesitu, kita sadarkan mereka, kita sama orang juga gausah di cari-cari lah walaupun kita punya sistem yang canggih atau apa tetep aja apa yang bisa ngelawan (faktor alam). Itu ga terlalu prinsipil lah. Semua orang udah menyadari hal seperti itu. Mungkin mereka berfikir dua kali kalo mau komplain karena faktor alam. Lu kagak sadar apa gitu ini kan bukan ini kan bukan keinginan oleh manusia, kita juga gak menginginkan hal seperti itu. Cuman kita berusaha untuk menghindari mengurangi kayak kita kasih himbauan ke mereka kalau udah mulai mendunga atau apa gitu silahkan keluar atau mencari bangunan supaya bisa berteduh jangan dibawah pohon jangan ditempat terbuka kita udah kasih tau udah warning ke mereka kasih tau nanti kita pun biasanya kalo udah ada terjebak didalam (area kebun raya) kehujanan, tim security biasanya pun aktif.. Security akan menjemput dari dalem dengan mobil patroli nanti kita angkut mereka atau keluar. Bukan kita galak bukan kita ini.. demi keselamatan mereka sendiri, sebisa mungkin saya bilang, itu tuh langkah yang kita ambil dalam hal menghadapi faktor alam ya. Kita kasih tau, menghimbau ini udah mendung ini gini gini gini kalau pun kejebak ujan jangan berteduh dibawah pohon tapi kalo emang udah itu ya nanti patroli akan nyari ngangkut keluar.

Pertanyaan: kan biasanya orang mengeluh dari banyak media nih, penyedia keluhannya banyak, sosial media, facebook, twitter, biasanya kebanyakan mereka mengeluhnya di media sosial atau media apa aja?

Jawaban: tadi udah ya media sosial, concern menggunakan facebook ya, istilahnya siapa sih yang ga punya akun, anak SD aja sekarang kayak gitu, Cuma ya balik lagi kita analisis juga apakah betul ini seperti ini kita sih harapkan kalau mengadu lewat jalur media sosial ya tolong dilengkapi dengan bukti-bukti yang cukup gitu, kalo Cuma hanya kata-kata malah kadang ga ada tanggalnya ga ada apanya, kalimatnya Cuma “kemaren saya ke kebun raya gini gini gini” ya kemaren tuh kemaren kapan kemaren dia posting atau kemarin dia berkunjung kita gatau kapan berkunjungnya, misalkan dia foto aja tiket kan ada tanggal itu kan bisa menguatkan tapi kita ga terlalu kita jawab ya. Masukannya kita terima, udah gitu.

Pertanyaan: terus bisa kemungkinan diproses ga pak masukannya?

Jawaban: kalau memang perlu di proses ya kita proses kalau engga ya engga, kita liat, saya bilang kayak tadi, kita analisis dulu itu wasting time ya, ngabisin waktu, Cuma nanggapi kayak gini tapi mereka kadang-kadang ngotot, kadang ga pada tempatnya juga keluhan tapi mengeluhkan tentang ke bagian lain misalkan pernah ada kasus nanganin, mungkin itu dia rekanan koperasi di kita kenapa ngeluhnya ke kebun raya gitu ngomong aja ke koperasi kesana gitu kan. Saya bilang itu diluar ini kita, wewenang dan itu dan itu jalurnya harus ke koperasi buka kesini tapi kan ngotot kesannyakita gamau menerima yaudah saya kasih nomer kontak pengurusnya silahkan anda berhubungan (dengan pihak koperasi) kayak gitu tanpa kita tau ini tuh masalah ngomongin apa ga ada hubungannya dengan ticketing ga ada hubungannya dengan pelayanan yang kita buat memang disini harus.. disini buat saya, buat kami buat temen-temen di humas temen-temen depan di visitor center memang harus ekstra sabar, namanya juga orang kita juga akan begitu kalo ada di posisi dia.

Pertanyaan: terus untuk ini, SOP, pas pembuatan itu ada yang terlibat? Biasanya siapa aja pak?

Jawaban: kalo SOP kita ada satu tim ya, kita kan pake ISO berapa itu nanti kamu liat ya saya lupa, kita pake itu disitu ada instruksi kerja ada SOP ad acara kita menangani keluhan, prosedur untuk pelayanan identifikasi, untuk magang, untuk penelitian tu ada, lengkap dengan flowchartnya alur-alurnya segala rupa gitu, itu ada Cuma yang nyusun ya tim ISO di kita standard untuk pelayanan.

Pertanyaan: kalo untuk menangani keluhan pengunjungitu juga ada SOP nya pak?

Jawaban: ada, cuman saya ga mempelajari lebih dalam ya. SOP nya ya kayak gitu aja minimal kita merespon, yang saya pegang selama ini dan itu memang ada aturannya saya merespon tidak lebih dari empat belas hari kerja. Respon ga mesti istilahnya problem solving ya, cukup kita terima saran itu, kita terima masukan itu, itu udah, minimal jawaban, soalnya ga semua pada saat itu bisa beres kana ada proses. Disitu pun posisi kita sebagai pengelola saran dan pengaduan itu kan hanya merekap istilahnya, baru nanti kita salurkan kembali ke bagian-bagian yang berhubungan dengan.. walaupun kita tau jawabannya kita melanggar otoritas orang dong, kalo kita tau ya kita jawab sepanjang itu informasi yang sifatnya umum, kayak misalkan tiket lima belas ribu gitu, saran saya tolong dimudahkan, kalo udah kalimat saran kita kasih tau lima belas ribu itu untuk ini untuk ini untuk ini, dirinci biar menginformasikan, itukan sifatnya umum, web pun ada gitu, jadi ada informasi yang bisa kita keluarkan dan informasi yang sifatnya terbatas. Yang ga boleh umum ga boleh tau gitu. Itu dari sisi permintaan informasi takutnya disalahgunakan atau apa, posisi koleksi tanaman langka ga kita munculkan takut dia kolektor atau berniat jahat bukan berarti kita pelit, ya pelitlah tapi disisi lain kita pelit untuk melindungi koleksi kita, punya masyarakat dunia soalnya. Jadi kalo kita sampe kehilangan kita dianggap ga mampu untuk menjaga asset itu.

Pertanyaan: ada yang bagian pengawasan gak sih pa di SOP itu?

Jawaban: ada auditor ya itu ada yang diperbaharui ada yang direvisi secara internal maupun eksternal. Cuma secara ininya saya gatau darimana darimananya.

Pertanyaan: terus proses pendokumentasian keluhan disini kayak gimana pak?

Jawaban: kalo pendokumentasian keluhan kita ada, kalo misalkan dari mana, kotak saran enak ya udah ada formulir udah berbentuk formulir. Kayak gini..(narasumber menunjukkan dokumen) ini setelah diproses dari kita udah ada yang masukan kita kasih tau ke bagian ini yang berhubungan kalo ada pengunjung yang menyampaikan usulan perubahan dalam hal produksi prosedur gini gini gini gini kita lagi ngomongin SOP ya yang mengacu kepada tarif, nah kayak tadi saya bilang “tolong turunkan harga” kita berdasarkan peraturan pemerintah nomor sekian harga karcis segitu tuh bukan berarti kita seenaknya nentuin gitu. Ini kan sifatnya informasi umum saya bisa upload publish ke mereka. Nanti kalo masalah penanganan antar bagian kayak gini itu dikerjakan oleh KASUBAG dengan Bu Risna. Ini contoh saran dan keluhan yang masuk untuk usia delapan puluh tidak perlu dipungut biaya untuk member seumur hidup katanya. Ini rencana kita sebagai pengelola disini usulan ini dapat kita respon mereka kita usulkan nah dimana hasil usulan itu yang tadi dirapatkan dengan bagian ini ternyata hasilnya usulan belum diterima, di evaluasi untuk tahun berikutnya, kita ajukan kembali tetep. Nah ini terkait sistem satu arah di kota Bogor, nah kayak gini dai ga mau nyebutin namanya, hanya nomer hp gitu sebetulnya kalau kita follow up nanti gimana gitu tapi disisi lain saran masukan keluhannya itu memang bernilai positif buat kita gitu ya. Makanya kita ambil, saran yang bagus gitu, akhirnya kita aktifkan kembali pintu 4 yang tadinya, pintu 4 tuhyang didepan IPB, seberang IPB, pintu 3 nya itu didepan Plaza Lippo, berarti berkoordinasi dengan pihak paspampres, saya hanya ini, dia yang menginikan dengan bagian lain hasilnya disini. Jadi saya tuh hanya sampai sini.Masalah penangananya masalah monitoringnya dilakukan oleh KASUBID.

Pertanyaan: mungkin gak sih, pak, ini bisa jadi barang bukti bahwa kita udah melakukan rapat terus di upload ke mereka biar ada bukti bahwa bener keluhan saya tuh udah di..(diterima)

Jawaban: makanya saya sampaikan ke mereka, nah misalkan kayak begini kan mereka bisa tau “eh, belum dirubah keneh ternyata emang gak gratis” jadi informasi yang ini kita sampaikan ke visitor center dia nanya lagi kenapa ga bisa turun (harga tiket) karena itu udah peraturan pemerintah ga bisa kita yang nentuin itu udah kebijakan (pemerintah) silahkan aja kesana ke tingkat yang lebih tinggi

Pertanyaan: berarti tadi itu yang dicatet keluhan? Terus?

Jawaban: (keluhan) saran, dan pengaduan

Pertanyaan: yang bertugas biasanya siapa, pak, pendokumentasian keluhan ini?

Jawaban: kalo keluhan dari apa..dari kotak saran dari media sosial email tuh ya saya. Kalo SMS hotline ada di bagian kepala sub bagian regristrasi nanti disana, terus, udah itu. Paling penempatn, kalo visitor center itu secara langsung tapi mereka pun mendokumentasikan. Jadi sebelum itu, apa, itu langsung aja tulis keluhannya tapiujung-ujungnya nanti akan masuk ke kotak saran yang ada disitu. Jadi temen-temen yang ada di visitor center hanya menyediakan “ini formulir, tulis aja disini”.Lengkap dengan data nya gitu. Biar nanti kita bisa follow up.

Pertanyaan: lalu gimana dengan hasil dokumentasi itu?

Jawaban: ini akan di audit oleh inspektorat LIPI ya, tingkat pusat, jadi kerjaan lu apa aja selama ini, pelayanan ke masyarakat tu apa aja, itu saya ga tau apa yang mereka bahas. Untuk apa pun saya ga ngerti. Tapi secara general saya untuk memperbaiki kinerja kita evaluasi, apa yang harus dikerjakan, apa yang harus dipertahankan, apa yang arus diganti sistemnya, diperbaharui kayaknya sih dari situ. Karena intinya

kanini sistem, sistem pelayanan pada masyarakat aja gak ada hubungannya dengan sistem penetapan anggaran, engga. Beda gitu.

Pertanyaan: terus proses pencarian solusi dari apa yang terjadi itu biasanya seperti apa?

Jawaban: solusi ya itu udah seperti yang sudah saya bilang tadi hanya keluar hasil tadi rapat itu salah satu bentuk untuk menghasilkan solusi itu biasanya mereka rapat pimpinan ya jadi antara kepala bagian yang terkait dengan keluhan atau saran yang disampaikan oleh pengunjung pada kita. Itu saya gatau, mungkin prosesnya rapat yang akhirnya memutuskan suatu keputusan mengenai untuk menanggapi keluhan saran dan pengaduan itu yang nantinya itu akan ke saya informasinya lalu saya sampaikan saya upload, minimal kalo gak ke orangnya, enakya kalo pake media sosial tuh kan mereka masuk ke inbox ya, bales aja disitu, direct message kesitu, terus ke email kita bales ke email. Nah ini yang kotak saran ini yang mereka kadang-kadang tanpa nama tanpa identitas gitu , nih udah ada jawabannya.

Pertanyaanya: mereka tidak mencantumkan identitas itu biasanya kenapa, pak?

Jawaban: kita udah suruh ada kolomnya nama, nomor yang bisa dihubungi, dah lengkap pokoknya. itupun kadang mereka males ngga ngisi.

Pertanyaan: mungkin di visitor center udah pernah disuruh nulis nama Cuma mungkin mereka beralasan apa gitu, ada gak kasus kayak gitu? Kan susah juga..

Jawaban: orang kalo lagi emosi kadang gak mood ya..gak moody itu, pokoknya gua mau nulis, lu gausah tau siapa gua kadang ada gitu.. ya terima aja silahkan itu hak mereka untuk bisa menyampaikan aspirasinya gitu..

Pertanyaan: disini yang berperan dalam proses penyampaian solusi siapa aja, pak?

Jawaban: ya itu, kepala, struktural di kita itu yang akan mengadakan rapat biasanya sih bulanan ya rapim bulanan, biasanya awal bulan.

Pertanyaan: terus biar tau pelanggan itu merasa puas feedbacknya dari pelanggan itu kayak gimana pak?

Jawaban: nah..kalo yang sosial media kan kita akan terus.. stay in touch gak.. kita harus berhubungan pasti, dia akan “makasih, saran saya udah gini masalah saya udah ini terimakasih atas responnya” mereka hanya sampai sebatas itu, dan mereka merasa puas, maksudnya puas disinikan kan udah ga ngotot lagi. Dan ga semua saran ga diterima. Okelah menyarankan tapi buka berarti harus semua saran kita..kita tampung tetep. Tapi bukan berarti harus kita kerjakan gitu.Mereka menyarankan pintu dibuka lebar-lebar, atau misalkan pohon koleksi tinggal satu ada identitasnya itukan gak bener. Ga akan kita turutin gitu. Nah yang sifatnya ga itu, ga sesuai dengan aturan kita, kita kasih tau itu ga sesuai dengan peraturan yang ada di kita, kita menetapkan kebijakan seperti ini, alesannya kita kasih tau itu. Kayak tiket gausah diturunin langsung, tapi harus melalui peraturan pemerintah nomor sekian, kita kasih alasannya seperti itu. Dah kita upload kan. Kita kasih link juga kan untuk dipelajari silahkan.

Pertanyaan: peran stakeholder atau pengunjung untuk Kebun Raya sendiri itu seperti apa, pak?

Jawaban: stakeholder, dalam hal apa nih? Banyak..ya kalo dari kerja sama banyak. Dari penelitian banyak, untuk meningkatkan SDM juga banyak, untuk beasiswa, untuk pada sekolah lagi. Misalkan dari stakeholder berarti kan dari pihak luar ya, partner kita atau kerja sama itu partner kita, mereka ngundang untuk mengikuti pameran atau mensupport mensponsori kegiatan kita kayak kemaren ulang tahun, itu peran mereka.

Pertanyaan: kalo untuk pengunjungnya sendiri berkunjung untuk wisata gitu, peran mereka (seperti apa)?

Jawaban: ya peran mereka mah jelas-jelas menghasilkan PNB (Penerimaan Negara Bukan Pajak) buat kita. Pendapatan Negara Non Pajak, tapi kan disisi lain mereka

valuenya gitu untuk sebagai tempat wisata, dapet keuntungan, ada nilai yang lain buat mereka, saya ga tepat sebut peran gitu ya. Peran disini kayaknya memang lebih tepat untuk posisi stakeholder kalo pengunjung istilahnya pengguna menurut saya ya..pengguna jasa.. itu udah sebuah transaksi menurut saya ya.. mereka bayar karcis kita kasih pelayanan disisi lain mereka harus menjaga kebersihan dan ketertiban, boleh masuk disini dengan harga tiket sekian tapi menjaga tata tertib yang telah ada. Ga bikin api unggun ga kemah ga mancing, ga berburu ga apa. Kenapa ga boleh karena bertentangan dengan prinsip kita yang sifatnya konservasi bukan lembaga tempat hunting atau tempat apa..

Pertanyaan: berpengaruh sama Kebun Raya sendiri peran pengunjung itu?

Jawaban: sebenarnya wisata itu kan fungsi ke empat ya, fungsi Kebun Raya tu tugas-tugas pokok dan fungsinya wisata itu di posisi ke empat. Pertama kita tu riset ke penelitian, jadi, secara kasarnya, ga ada pengunjungnya kita masih bisa hidup, cuman ya ga begitulah tetep kita menjalankan Poksi (Pokok dan Fungsi) kita ya salah satu perannya ya berarti mereka turut istilahnya mendukung tugas pokok dan fungsi kita sebagai lembaga konservasi eks situ tetep ada timbal baliknya kita memberikan pelayanan mereka mendapatkan ilmu mereka mendapatkan apa istilahnya tempat wisata untuk bermain.

Pertanyaan: untuk mempertahankan pengunjung gitu, apa yang dilakukan dari pihak Kebun Raya, apa, pak? Bukan peneliti, pengunjung, pengunjung yang berwisata.

Jawaban: seperti yang saya bilang tadi ya, Kebun Raya kan sifatnya non profit, istilahnya seadanya lah kita ga kejar setoran, target ada itu untuk memacu motivasi kita memberikan pelayanan lebuah bagus, masa kerja ga ada target, sih, gitu, harus ada dong. Cuman bukan berarti kita tergantung oleh faktor pengunjung aja. Ada hal lain yang mesti kita kerjakan, ada lima, kamu bisa pelajari tugas pokok dan fungsi kita ada di website kita, di profil kalo ga salah, di menu profil, jadi ga terfokus dipengunjung terus kita bukan tempat taman wisata.

Pertanyaan: terus dibagian apa saja pelanggan itu berperan dalam tumbuh dan perkembangan untuk Kebun Raya Bogor sendiri?

Jawaban: ya semua lah, semuanya iya..ya satu Kebun Raya berarti semua lah. Kalo kita ngomongin kebun raya berarti ngomongin semua bagian berpengaruh buat kita. Kayak apa keluhan itu kan sepertinya macam-macam kayak tadi, kayak saran itu saran yang sifatnya berhubungan dengan sarana prasarana berarti berhubungan dengan bagian umum. Kalo sarannya berhubungan dengan kebijakan berarti hubungannya dengan kebijakan yang mana nih..pelayanan misalkan pembuatan kartu member lama nanti hubungannya dengan Sub bagian kerja sama dan informasi. Makanya semua kena. Itu untuk perkembangan ya, perkembangan maksudnya disini untuk perkembangan kinerja bukan perkembangan pendapatan atau apa bukan, lebih ke kinerja kita, pelayanan kita ke masyarakat. Kesannya ideal gitu ya, idealis gitu, ya gitu..

Pertanyaan: itu termasuk dari bagian mempertahankan kepercayaan pengunjung juga, pak?

Jawaban: kalo kepercayaan seperti yang saya bilang tadi. Kalo dari sisi ekonomi pemasaran, kayaknya seperti yang saya bilang tadi, kita non profit, kita bersinar sendiri kok. Isitlahnya bukan sombong. Tanpa pelanggan pun tanpa pengunjung pun kita masih bisa hidup, cuman butuh ga butuh gitu, kita butuh karena melaksanakan tugas kita aja makanya ga terlalu signifikan menurut saya, malah kadang, kadang nih, kadang, kebanyakan pengunjung pun malah bikin repot kita. (masalah) sampah lah atau apalah belum lagi hal-hal lain kayak vandalism perusakan koleksi atau apa kan banyak kejadian-kejadian gitu kalo terlalu banyakpun atau overload gitu tuh (buang) sampah udah seenaknya aja, satu sampah aja bekas makanan bekas apa coba cari deh botol Aqua pasti ada aja, susah itu ngambilnya kalo udah ketanem diatas tanah.

Pertanyaan: kebersihan juga jadi yang dikeluhin juga gak sih pak sama orang?

Jawaban: sebenarnya mereka sendiri yang bikin begitu. Ga semuanya yang udah sadar, sadar mereka buang sampah sesuai bahkan bisa memisahkan kategori sampahnya, tapi kan yang begitu mah luas, tempat sampahnya luas, (tempat sampahnya) banyak, lu itung aja tu, ngapain ngitung (tempat sampah) saya sih males hahaha.... Ya istilahnya harus bagaimana lagi kita, tempat sampah udah kita kasih nama itu tempat sampah, jumlahnya banyak, disetiap titik ada. Tinggal kesadaran pengunjungnya aja. Nanti kamu kalo mau liat pas hari lebaran pertama kesini deh, sok aja masuk kesini liat sama kamu, sorenya gitu.

Pertanyaan: pernah gak sih, pak, adapelanggan yang ngeluh dan merasa dirugikan?

Jawaban: ya namanya juga keluhan kan berarti dia merasa dirugikan, “saya dirugikan nih gini gini..”

Pertanyaan: nah, terus ketika merasa dirugikan gitu penangannya seperti apa?

Jawaban: nah kalo dilapangan misalkan ada satu contoh ya saya kasih contoh salah satunya kayak di tiket karena kita saking banyak orang petugas di tiket itu kadang kelewat satu tiket, kelebihan satu atau kembaliannya kurang, bayangkan coba mereka gitu ya harus..orang pengen dilayanin cepet sementara loket kan biar kata ada dua orang (petugas loket) susah ditanganin apa istilahnya yang rombongan yang kayak gitu, itukan repot. Kalo udah sampe gitu disitu ada penanggungjawab tiket, kita handle disitu dulu. “Kenapa bapak, kenapa..boleh saya lihat karcisnya, boleh kita liat karcisnya” kita cek dan ricek dulu, tetep kita respon, bukan berarti “ah mana mungkin...” ya enak sama enaklah, kalo emang salah ya kita akuin, gitu. Namnya juga orang, kita akan berusaha, seperti yang saya bilang tadi, faktor manusia, biar kata dia udah...

Pertanyaan: sebuah penanganan dikatakan selesai itu, maksudnya gimana penanganan keluhan itu sudah bisa dikatakan selesai?

Jawaban: bisa dikatakan selesai berarti itu udah ga ada yang dipersoalkan lagi ya, disini udah ada problem solving, istilahnya clear gitu ya..ga ada tuntutan menuntut lagi keluhan atau pengaduan atau apapun itu kecuali kalau pengusulan kana da follow up nya lagi.. nah ini sama itu juga ada follow up jadi dikeduabelah pihak udah saling mengerti udah bisa saling menerima keputusan yang diambil “oh yaudah terimakasih” atau gimana.. apakah itu keputusan yang bersifat kebijakan, penggantian, atau apa itu, yang penting selesai “dah ya..” walaupun istilahnya mereka merasa belum puas tapi kita udah maksimal nih Kebun Raya nih udah sesuai SOP, kadang lebih gitu, ekstra. Kayak kita membiayai, mengongkosin mereka kesini sampe segitunya, tapi mereka belum bisa nerima gitu ya. Pernah soalnya saya bisa bilang begini, silahkan benteng terakhir kita untuk hal-hal pengaduan, pengaduan itu banyak ya..kayak misalkan kasus dugaan korupsi misalkan ditiket ada WBS, duh saya lupa (apa itu WBS) ada di web kita ada linknya jadi silahkan kesitu, terus masalah hal lain, misalkan dia pengen ngaduin lagi ke tingkat manajemen yang lebih tinggi dari kebun raya itu ke Kepala LIPI bisa melalui Keterbukaan Informasi Publik LIPI, KIP online itu, silahkan disitu. Bisa langsung akses asalkan mereka menyertakan identitas. Itu Inshaa Allah diterima oleh LIPI asalkan syarat-syarat disitu sesuai, syarat-syarat yang harus dipenuhi mereka penuh, ya kayak identitas yang jelas. Ya nanti kana ada follow upnya dari LIPI itu, oh ini serius orang beneran ga mengada-ngada, ya masa sih ga kita tanggapin, kita pun disitu bahkan dengan beraninya istilahnya menyantumkan undang-undang keterbukaan informasi publik, nih undang-undangnya disitu berhak kok minta ini ke kita, ada hak anda disitu dan ada kewajiban kami untuk menanggapi merespon menyelesaikan. Itu silahkan, syaratnya ya ikutin syaratnya kalo emang mau kesitu kita akan kejar istilahnya. Kita respon akan kita konfirmasi, gitu. Itu biasanya so far sih belum ada ya sampe saat ini. Itu tuh buat kita bisa dibentang benteng terakhirnya kita. Bukan cuma Kebun Raya, satker (satuan kerja) LIPI lainnya yang ada hubungannya dengan pelayanan kepada masyarakat kayak apa, kan kebun raya lain pun ada. Cibodas, Purwodadi, Bali, terus mungkin satker Biologi juga ada jasa penerimaan sampel identifikasi hewan atau tanaman, itu kan ada pelayanan

dengan masyarakat dari situ juga, terus satker mana lagi misalkan pembuatan eks situ atau apa..

Pertanyaan: terus kapan saya liat pengunjung lagi piknik gitu, ketiban ranting pohon, itu kan gak bisa diduga, kan ga bisa dihimbau juga, nah itu penangannya gimana, pak?

Jawaban: dia mengajukan pengaduan gak? (peneliti: saya bacanya di berita waktu itu, di berita online, jadi masuk berita). Kita media tetep pantau ya, tapi juga ada Humas LIPI juga di kita. Humas LIPI ini akan istilahnya memforward ke kita nanti, Kebun Raya istilah kasarnya di Liputan 6 misalkan tanggal sekian ada gini gini gini gini..tolong di konfirmasi dulu kita akan telepon media yang bersangkutan nanti kalo emang korbannya sampe luka-luka atau apa itu kan kita ada asuransi di tiket itu, lah itu makanya ada kewajiban mereka ada hak mereka juga, bukan serta merta kita narik duit tiket itu.

Pertanyaan: terus kalo dari pengelola sendiri untuk mencegah, itu kan faktor pohon, ada gak sih tim khusus yang periksa (tanaman)?

Jawaban: ada, di kita ada alat untuk mendeteksi kerusakan tanaman ya, pohon..namanya tekno.. saya lupa..

Pertanyaan: kan luas Kebun Raya , kan kita gatau lagi main kemana mungkin bagian sini mungkin pohonnya udah rentan atau apa gitu kita kan gatau tuh pak..

Jawaban: itu kan inspeksi ada tiap hari dibagian registrasi tanaman mereka puter istilahnya jalan-jalan untuk melakukan inspeksi tanaman, itu tiap wilayah itu ada penguasanya jadi anak buah di wilayah itu, lu pokoknya nguasain wilayah situ, lu ngawasin blok sini, tanggung jawab situ, bukan berarti satu kelompok aja yang muter kesana ada tim nya, gede (wilayahnya) ga mungkin begitu kapan perputaran itu lama pasti kalo udah gitu, kal gitu periodiknya lebih pendek kalo diatur per wilayah timnya itu.

Pertanyaan: terus penyampaian ke masyarakatnya itu gimana pak, ke pengunjung gitu, (narasumber: penyampaian apanya?) misalkan kayak orang lagi mau itu terus ada tanda daerah rawan

Jawaban: kan kita kasih semacam pita kayak police line mirip-mirip gitu kalo disitu hati-hati dilarang melintas pohon ini rawan ini minimal kita udah warning mereka, kalo mereka badung ya salah sendiri, kan udah gua kasih tau itu, emang ga ada tempat lain apa, terus ngapain kesitu. Kita tetep istilahnya prefentif ya, pencegahan, namanya faktor alam ga ada yang tau..

Pertanyaan: kalo misalkan terjadi (insiden) gitu, misalkan dirawat dimana, yang tanggung jawab penuhnya itu dari pihak kebun raya?

Jawaban: kan ada asuransi. Santunan dirawatnya ditanggung pihak asuransi yang dikelola asuransinya Jasa Raharja melalui Kebun Raya nanti penyalurannya.

Pertanyaan: yang ngurus juga Kebun Raya, ya, arena yang bersangkutan?

Jawaban: iya lah. Kasian atuh, udah korban suruh ngurus, nanti biasanya kita melakukan visit, visiting ke pengunjung. Jadi kenapa, bagaimana itu sebagai bentuk perhatian manajemen ke masyarakat.

Pertanyaan: jadi bahan evaluasi juga mungkin, pak?

Jawaban: oh pasti selalu akan jadi bahan evaluasi buat..