

***SERVICE-EXCELLENT* PENANGANAN GUEST REVIEW OLEH
FRONT OFFICE HOTEL SEBAGAI STRATEGI MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS TAMU**
***[SERVICE-EXCELLENT IN HANDLING GUEST REVIEWS BY THE
HOTEL FRONT OFFICE AS A STRATEGY TO MAINTAIN GUEST
LOYALTY]***

Riani Prihatini Ishak¹, Sri Endah Yuwantiningrum², Samuel³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, rianipishak@stpborogor.ac.id

²Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, Indonesiabogorhm@favehotels.com

³Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, stpborogsamuel@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima
19 Oktober 2023

Disetujui
29 November 2023

Tersedia Secara
Online
30 Desember

This research focuses on analyzing customer complaint management strategies through online reviews at the favehotel Padjadjaran in Bogor City in an effort to maintain guest loyalty so that excellent service is in accordance with the corporate values promoted by the hotel towards customers. The aim of this research is to analyze the handling of customer complaints at the favehotel Padjadjaran hotel, Bogor city, by the Front Office Division. The research method is qualitative-descriptive which uses observation, interviews (in-depth interviews) and documentation for data collection supported by library research, where the data sources studied in this research are reference books and scientific articles from journals. The data sources in this research are the hotel manager, Front Office Manager, other division managers, FO supervisors, and the front desk staff team. The results of the collected data are described descriptively. The results obtained in this research indicate that handling customer reviews and complaints submitted online and offline can be done using various methods. Identification of the type of complaint determines the appropriate method that should be applied. The skill of handling online reviews quickly needs to be mastered by the Hotel Front Office in order to retain guests to want to stay again. Therefore, increasing positive ratings (reviews) of hotels is the obligation of the hotel front office. In an effort to provide excellent service to customers so that customers remain loyal. The application of the ILEAD and HEAT methods is still appropriate for handling offline complaints, and the RIFD method is more appropriate for handling online complaints and reviews at favehotel Padjadjaran Bogor.

Keywords : Guest Loyalty, Complaint Handling, Online Reviews, Service Quality, Hotel Bogor

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada analisis proses pengelolaan keluhan pelanggan melalui online review pada favehotel Padjadjaran di Kota Bogor dalam upaya mempertahankan loyalitas tamu sehingga service excellent sesuai dengan corporate value yang diusung oleh hotel terhadap pelanggan tetap terjaga. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa metode-metode penanganan keluhan pelanggan pada hotel favehotel Padjadjaran kota Bogor oleh Front Office Division. Metode penelitian adalah kualitatif-deskriptif yang menggunakan observasi, wawancara (*in-depth interview*) dan dokumentasi untuk pengambilan data didukung oleh penelitian kepustakaan (*library study*).

Sumber data dalam penelitian ini adalah hotel manager, Front Office Manager, para manajer divisi lainnya, FO supervisor, serta tim staf di meja depan (Front Office) di favehotel Padjajaran Bogor. Hasil data yang terkumpul kemudian dijabarkan secara deskriptif. Identifikasi jenis keluhan menentukan metode yang tepat yang harus diterapkan. Keterampilan (*skill*) menangani ulasan online dengan cepat perlu dikuasai oleh bagian Front Office Hotel dalam mempertahankan tamu untuk akhirnya mau menginap kembali. Karena itu meningkatkan penilaian (*review*) yang bernilai positif terhadap hotel adalah kewajiban dari bagian front office hotel. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan bahwa proses manajemen yang terdiri atas *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling* terus dilakukan terutama di era yang serba cepat ini. Hasil penelitian terkait penanganan ulasan dan keluhan pelanggan yang disampaikan melalui *online* maupun *offline* dalam upaya mewujudkan *service excellent* terhadap pelanggan sehingga pelanggan tetap setia dilakukan dengan metode yang tepat yaitu adanya penerapan metode ILEAD dan HEAT yang diterapkan untuk menangani keluhan offline, dan metode RIFD lebih tepat digunakan untuk penanganan keluhan dan ulasan online pada favehotel Padjajaran Bogor.

Kata Kunci: Kesetiaan pelanggan, Penanganan Keluhan, Review Online, Kualitas Pelayanan, Hotel Bogor

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hotel merupakan salah satu akomodasi penunjang utama wisatawan dalam perjalanannya. Memang wisatawan pasti membutuhkan tempat untuk beristirahat dari kepenatan selama berwisata. Selain sebagai tempat istirahat, hotel juga menjadi tempat para tamu menghabiskan waktu luangnya dengan menikmati berbagai aktivitas dan fasilitas seperti spa, bar, pusat kebugaran, dan kolam renang. Karena hotel merupakan tempat menginap yang penting bagi wisatawan, maka hal utama yang perlu diutamakan tentunya adalah produk, finishing, pelayanan, fasilitas dan kualitas. (Kotler dan Keller, 2012). Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan pelayanan akomodasi, pelayanan makanan, pelayanan kamar, dan pelayanan laundry. Dengan terjalinnya hubungan kerjasama jangka panjang antara pihak hotel dan pelanggan, maka pihak hotel harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan segala kebutuhan pelanggan sehingga dikemudian hari pelanggan atau wisatawan tersebut akan datang kembali (*repeat guest*).

Kota Bogor menjadi kota yang diincar wisatawan asal ibu kota. Pasca Covid, jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bogor terus meningkat seperti terlihat pada tabel 1. menunjukkan jumlah perkembangan akomodasi di Kota Bogor tahun 2020-2022. Meningkatnya kunjungan wisatawan adalah untuk tujuan wisata atau perjalanan bisnis umumnya melakukan MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions). Oleh karena itu, diperlukan adanya hotel bisnis yang mampu memenuhi segala kebutuhan terkait bisnis serta dilengkapi dengan fasilitas pertemuan dan konferensi. Hotel Padjajaran Bogor lebih memilih 70 tamu yang berpartisipasi dalam kegiatan bisnis, termasuk MICE. Sebagai hotel yang menyediakan akomodasi dengan harga terjangkau banyak dipilih wisatawan. (Martriana & Wicaksono, 2020)

Tabel 1. Jumlah Perkembangan Akomodasi di Kota Bogor 2020-2022

Deskripsi	Jumlah Perkembangan Akomodasi di Kota Bogor								
	Hotel			Pondok Wisata			Penginapan Remaja		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Jumlah Usaha	100	98	98	0	0	0	0	0	0
Jumlah Kamar	5 804	5 732	5 822	0	0	0	0	0	0
Jumlah Tempat Tidur	9 277	9 195	9 324	0	0	0	0	0	0

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor

Berdasarkan penelitian sebelumnya disebutkan bahwa pelayanan yang diberikan hotel akan mendapat rating dan review dari pengunjung. Wisatawan dapat memberikan *feedback* melalui Traveloka, Tripadvisor dan Google yang tentunya akan berdampak signifikan terhadap penilaian wisatawan. Oleh karena itu, untuk dapat menarik perhatian pelanggan atau klien, pihak hotel harus benar-benar memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar pelanggan merasa puas dan tidak merasa dirugikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh RP Ishak di Majalah Hotel Bogor, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan tamu hotel (Ishak, 2022). Favehotel Padjajaran Bogor sebagai objek penelitian penulis, adalah hotel Bintang 3 yang terletak di jantung Kota Bogor dengan standar manajemen dan keselamatan internasional dari jaringan hotel paling terpercaya di Indonesia, Archipelago International. favehotel Padjajaran Bogor memiliki tujuan untuk menjadi modern select service hotel terbaik di Bogor yang memadukan desain yang khas dan bergaya dengan harga terbaik bagi pebisnis maupun wisatawan. Fokus utama mereka terletak pada kebersihan dan pegawai ramah yang bekerja dengan sepenuh hati dengan memberikan pelayanan terbaik yang menjadi ciri khas favehotel Padjajaran Bogor di mata para tamu (www.favehotels.com).

Bagaimanapun juga keluhan tamu adalah suatu hal yang lazim dialami di hotel. Alasan utama pelanggan mengeluh adalah karena mereka merasa tidak puas dengan apa yang mereka terima, baik itu pelayanan yang berwujud maupun tidak berwujud. Tamu kemudian dapat mengambil tiga tindakan: menyimpan keluhannya sendiri, mengirimkannya langsung ke hotel, atau memberikan ulasan secara online. Keluhan sendiri berdampak besar terhadap *review* atau *rating* hotel tersebut. Jika pihak manajemen hotel menyelesaikan keluhannya maka pelanggan akan merasa senang, namun sebaliknya bisa saja mereka merasa kecewa dan memberikan rating dan review yang buruk pada hotel tersebut. sehingga tamu tidak lagi menginap dan dapat mempengaruhi pendapatan hotel. Biasanya, keluhan tamu akan dikirim ke meja depan dan ditangani oleh Manajer Hubungan Tamu hotel. Namun jika keluhannya sangat serius akan ditangani langsung oleh *Front Office Manager* atau bahkan *General Manager*. Di favehotel Padjajaran Bogor pada prinsipnya semua keluhan pelanggan harus bisa ditangani langsung oleh seluruh tim yang ada di Front Office Department.

Tujuan Penelitian

Rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana strategi favehotel Padjajaran Bogor dalam menangani *service-related complaints* yang disampaikan baik melalui *guest review (online)* maupun keluhan yang disampaikan langsung dan metode yang dilakukan oleh FOM (*Front Office Manager*) dan hotel manager secara tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah penerapan metode HEAT (*hear, empathy, apologize, take action*) dan ILEAD (*identify, listen, empathize, apologize dan decide*) oleh Divisi *Front Office* Favehotel Padjajaran Bogor sebagai strategi dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggannya masih efektif atau sudah bermodifikasi, oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian “*Service-Excellent* Penanganan *Guest Review* oleh *Front Office* Hotel sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Tamu” Tujuan penelitian ini untuk menganalisa metode-metode penanganan keluhan pelanggan pada hotel Favehotel Padjajaran kota Bogor oleh *Front Office Division*

KAJIAN LITERATUR

Dalam menangani keluhan tamu, maka keluhan tersebut pertama-tama akan disampaikan

kepada bagian front office/reception. Keluhan tersebut disampaikan kepada bagian front office sesuai dengan teori yang telah penulis sampaikan sebelumnya, bahwa bagian tersebut merupakan jantung dari segala aktivitas tamu di hotel. Setelah disampaikan, maka yang dilakukan oleh front office team adalah mereka akan mengidentifikasi jenis keluhannya, menelaah jenis keluhannya lalu diteliti juga tingkat keseriusan dan *urgency* dari keluhan tersebut. Contohnya bila keluhan tersebut tergolong dalam *Mechanical Complaint* maka akan diselesaikan oleh bagian front office. Seperti misalnya AC pada kamar tamu yang kurang dingin, maka yang akan dilakukan adalah bagian front office akan menghubungi bagian engineering untuk memperbaiki AC di kamar tersebut. Segala keluhan yang dapat diselesaikan secara mandiri oleh staff akan diselesaikan oleh staff itu juga. Dalam kasus-kasus tertentu, membutuhkan bantuan dari supervisor atau manager hotel untuk menyelesaikan masalah tersebut. Seperti dalam penelitian ini penulis meneliti terkait strategi hotel manager dalam menangani *service-related complaints*. Ini merupakan jenis keluhan yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel kepada tamu. *Service* sendiri memiliki keterkaitan dengan sikap yang diberikan oleh staff kepada tamu (Soeswoyo, 2023)

Strategi dalam penanganan keluhan adalah sebagai berikut: (1) *Listening*, mendengarkan keluhan yang disampaikan oleh tamu. Memahami terlebih dahulu seperti apa ketidaknyamanan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh tamu. Dengarkan dengan teliti, kira-kira seperti apa yang dirasakan oleh tamu tersebut, apakah ada andil dari staff yang terlibat didalamnya atau tidak ; (2) *Apologize*, meminta maaf kepada tamu serta menempatkan diri kita di posisi tamu dalam kata lain berempati dengan tamu. Dengan kita merasakan berada di posisi tamu tersebut maka kita akan lebih memahami permasalahannya serta kita juga dapat meminta maaf dengan tulus kepada tamu. Dalam hal meminta maaf ini bukan berarti kita akan selalu berada dalam posisi yang salah, namun dengan adanya permintaan maaf tersebut dapat menenangkan tamu. (3) *Repeat*, Memastikan kembali atas keluhan yang dialami oleh tamu, secara dua sisi baik secara internal manajemen dan mengafirmasi ulang kembali pada tamu agar tepat dalam mengambil keputusan dan tindakan yang diperlukan untuk tidak mengulangi keluhan yang serupa di masa yang akan datang. (4) *Action*, bertindak untuk menangani keluhan yang dialami oleh tamu. Bilamana ternyata sampai ada kerugian yang dialami oleh customer, maka segera mengambil tindakan berdasarkan keputusan oleh manager hotel untuk memperbaiki situasi seperti bisa merespon kerugian tersebut dengan diberikan ganti rugi misalnya secara materi ataupun pemberian *complimentary*. Namun semua itu kembali lagi ke masing-masing kasus karena tidak semua keluhan dapat diberikan *complimentary* dan sesuai keterangan dari hotel manager Favehotel Padjajaran Bogor, beliau mengemukakan bahwa bila setiap keluhan tamu diselesaikan dengan memberikan *complimentary* maka hal tersebut akan menjadi suatu kebiasaan yang bisa jadi kurang baik. Seperti misalnya tamu A memberikan keluhan yang kemudian diberikan *complimentary* sebagai tanda permintaan maaf maka ditakutkan bahwa akan menjadi sebuah kebiasaan berulang dan tamu akan secara tendensi terus menerus membuat keluhan demi mendapatkan *complimentary* (Saputra et al., 2023).

Berbagai keluhan pelanggan tersebut dapat diatasi dengan mengimplementasikan metode yang lazim disingkat dengan HEAT, yakni *hear them out*, *empathize*, *apologize* dan *taking proper action and follow up*. Metode HEAT adalah *kepanjangan* dari *hear them out* yang bermakna mendengarkan secara seksama, *emphatize* yang bermakna turut serta merasakan apa yang dialami orang lain, *apologize* yang bermakna rendah hati dan meminta perkenan kepada pelanggan dan *taking action and follow up* adalah menindaklanjuti dan menangani segala bentuk keluhan pelanggan. Berikut akan sedikit diulas mengenai metode HEAT dalam menghadirkan pelayanan prima di sebuah hotel (Mahendra & Sutanto, 2021). Pertama, *hear them out*. Mendengarkan segala bentuk keluhan pelanggan hotel secara seksama (*hear them out*) adalah merupakan hal yang sangat penting supaya tidak terjadi kesalahpahaman (*miss-communication*) di antara pelayan hotel dan pelanggan. Mendengarkan segala bentuk keluhan pelanggan harus dengan seksama dan tidak membantah walau sedikitpun ketika pelanggan menyebutkan segala bentuk keluhannya. Pegawai hotel harus aktif memperhatikan dan bahkan harus melihat mata pelanggan dengan penuh perhatian, keseriusan dan kerendahan hati. Supaya segala keluhan tersebut dapat direkam dengan sempurna dan sebagai wujud keseriusan kita dalam melayani pelanggan maka dalam hal ini pegawai hotel harus membawa kertas dan pena untuk mencatatnya. Terakhir, ketika mendengarkan dan berkomunikasi dengan pelanggan para pegawai hotel juga harus benar-benar menghargai (*respect*). Jangan sampai terkesan acuh dan menyepelekan, sebab pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin oleh penyedia

jasa.

Kedua, *empathize* memiliki makna menunjukkan rasa turut merasakan apa yang dirasakan orang lain atau empati kepada pelanggan kemudian dengan responsif dan cepat mencarikan solusinya. Sedangkan menurut perspektif, empati adalah merasakan apa yang dialami oleh orang lain dengan cara memahami posisinya, memahami asal mereka, memahami posisinya sekarang, dan memahami mau kemana mereka hendak pergi. Dalam konteks melayani pelanggan hotel, para pegawai hotel harus memiliki empati, merasakan apa yang dirasakan pelanggan, dan memahami keadaan dan posisi pelanggan. Dengan sikap empati pegawai hotel demikian maka akan terjadi komunikasi yang sehat antara kedua belah pihak. Pihak pelanggan merasa diperhatikan, dipahami, dan dihormati, sementara pihak pegawai hotel juga tidak mudah marah karena memahami kondisi dan posisi pelanggannya. Ketiga, *Apologize*. Dalam perspektif (Soenarno, 2006), *apologize* memiliki makna meminta perkenan atau maaf kepada pelanggan. Meminta maaf di sini berarti bersikap rendah hati kepada pelanggan dengan tanpa membedakan status sosial pelanggan. Permintaan maaf ini harus dilakukan dengan rendah hati dan penuh dengan ketulusan hati. Sekurang-kurangnya terdapat dua metode permintaan maaf kepada pelanggan hotel, yakni melalui lisan ataupun tulisan. Secara lisan, permintaan maaf dapat disampaikan langsung dengan penuh rendah hati dan sopan. Sementara secara tulisan dapat melalui *apologize letter* yang ditandatangani oleh General Manager (GM).

Keempat, *taking action and follow up*. Metode ini merupakan metode terakhir dari metode HEAT yang memiliki sub indikator yaitu klarifikasi, solusi, persetujuan dan mengambil tindakan serta *follow up*. Setelah mendengarkan segala bentuk keluhan dari pelanggan secara perhatian, penuh perasaan, penuh empati, dan penuh kesopanan, langkah selanjutnya adalah menindaklanjuti segala keluhan tersebut secara aktif, responsif, dan cepat. Jangan sampai keluhan-keluhan tersebut berhenti karena dicatat di buku saja, namun harus segera ditindaklanjuti dan dicarikan solusinya. Selanjutnya untuk mengucapkan terima kasih kepada pelanggan atas kritik dan keluhan tersebut termasuk berupaya untuk memperbaikinya. Pendeknya, metode HEAT sangat penting untuk diimplementasikan sebuah hotel dalam rangka untuk menghadirkan pelayanan hotel yang prima. dengan metode HEAT, diharapkan dapat memberikan kenyamanan fisik maupun psikis bagi setiap pelanggan yang datang. Dengan fasilitas dan pelayanan yang nyaman tersebut, maka dapat memberikan kesan positif sekaligus kepuasan maksimal bagi pelanggan, sehingga dengan sendirinya pelanggan datang kembali, bahkan ada pelanggan yang rela memberi informasi kepada orang lain. Fenomena semacam ini tentu sangat menguntungkan pihak hotel karena memiliki nama baik di tengah-tengah masyarakat sekaligus secara tidak langsung membantu pihak marketing dalam memasarkan hotel kepada masyarakat.

Menurut Sukamerta & Andiani (2020) strategi penanganan keluhan lainnya adalah dengan menggunakan metode ILEAD yaitu *Identify, Listen, Empathize, Apologize* dan *Decide*. (1) *Identify* mencoba untuk mempengaruhi pengalaman tamu mengidentifikasi keluhan tamu. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memahami postur dan bahasa tubuh serta ekspresi wajah tamu. (2) *Listen*, setelah mengidentifikasi tamu yang kurang senang, maka selanjutnya dengarkan dengan baik keluhan yang disampaikan oleh tamu dan jangan membicarakan tamu, gelisah, dan membuat bahasa tubuh lainnya yang dapat ditafsirkan sebagai defensif atau rasa ketidakpedulian terhadap tamu. (3) *Empathize*, kenali kekecewaan dan mencoba memahami apa yang dirasakan oleh tamu. Sedikit rasa empati mampu meredakan tamu yang merasa sangat kesal. (4) *Apologize*, meminta maaf kepada tamu. Salah satu kalimat yang dapat diungkapkan yaitu "saya sangat menyesal mengalami ini" dan (5) *Decide*, lakukan tindakan yang dapat mengatasi masalah dan memuaskan tamu tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, merupakan sebuah jenis penelitian yang bertujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai suatu masalah atau ditujukan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu masalah atau fenomena. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah mendeskripsi, membuat gambaran secara sistematis serta kaitan antara satu fenomena dengan fenomena lainnya. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menggabungkan penelitian deskriptif dan kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data kualitatif yang kemudian dijelaskan secara deskriptif. Jenis penelitian ini digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial (Moleong, 2018).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah Hotel Manager, Front Office Manager, serta Front

Desk Agent atau Receptionist yang bekerja di Office favehotel Padjajaran Bogor. Prosedur pengambilan data dilakukan melalui wawancara (*in-depth interview*) melalui narasumber (informan) yang sudah berpengalaman dan ahli di bidangnya dan sudah bekerja lebih dari 5 tahun pada favehotel Padjajaran dan juga melalui observasi langsung selama 6 minggu serta studi literatur. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif yaitu data yang diperoleh akan diolah dengan analisis deskriptif kualitatif, sehingga didapat penarikan kesimpulan secara deskriptif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Narasumber utama pada penelitian ini adalah *Hotel Manager, Human Resource Coordinator, Front Office Manager, Director of Sales, Assistant Executive Housekeeper, Head Chef, Assistant Restaurant and Banquet Manager, Front Office Supervisor* dan *Front Desk Agent*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Divisi *Front Desk* Favehotel Padjajaran Bogor

Data yang dikumpulkan melalui interview para narasumber didasarkan pada referensi-referensi berkaitan dengan penanganan keluhan pelanggan diantaranya bagaimana proses dan manajemen pada divisi front-office dijalankan, peran mereka dalam menghadapi keluhan pelanggan *offline* ataupun langsung disampaikan saat *in-house*. Lalu bagaimana divisi menjalankan prosedur penanganan keluhan pelanggan dan membedakan jenis-jenis keluhan yang dihadapi. Tabel 2 menjelaskan beberapa hasil interview dari para informan utama.

Tabel 2. Hasil Interview Penanganan Keluhan Tamu Favehotel Padjajaran Bogor

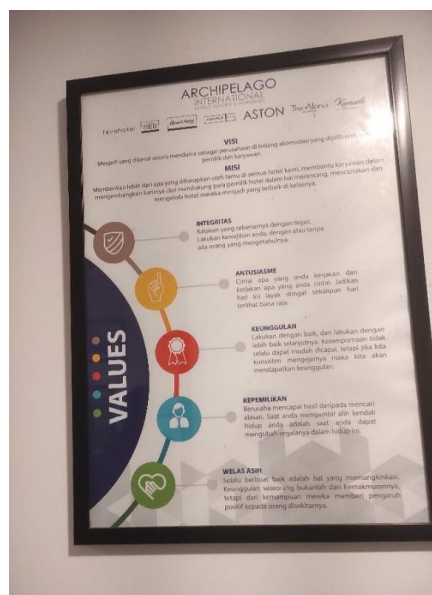
Pertanyaan Interview	Jawaban informan
Bagaimana peran Anda dalam menghadapi keluhan pelanggan offline/langsung disampaikan saat in-house?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap komplain pertama di handle dengan reception. Ketika komplain tidak bisa di <i>handle</i> saya akan <i>taking care</i> langsung 2. Meminta maaf lalu dengarkan terlebih dahulu keluhannya seperti apa, jika keluhannya masih bisa di tangani oleh department yg terkait dengan keluhan tamu maka di overhandle kan
Bagaimana peran Anda dalam menghadapi keluhan pelanggan melalui online/setelah tamu check-out?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan membalas review langsung maksimal 2*24 jam Tentunya peran saya saat menghadapi tamu yg mengutarakan keluhannya pada saat <i>check out</i> butuh perhatian yg lebih dan bisa ber empati 2. Tentunya peran saya saat menghadapi tamu yg mengutarakan keluhannya pada saat check out butuh perhatian yg lebih dan bisa ber empati
Apa saja jenis keluhan yang dihadapi oleh Front Office Fave Hotel Bogor ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada saat check in minta yg large bed padahal sudah penuh, AC yg kurang dingin , minta room smoking tidak bisa penuh Karna terbatas 2. tamu tidak mendapatkan requestan sesuai dengan apa yang di request. contohnya tamu meminta 1 bed tetapi ketika checkin dapatnya twin bed dikarenakan ketersediaan kamar hotel tinggal nya twin
Biasanya kebanyakan keluhan yang muncul itu tentang apa saja?	<ol style="list-style-type: none"> 1. tidak sesuai nya request tamu dikarenakan ketersediaan kamar pada saat tamu memesan kamar yang di inginkan sudah penuh 2. AC problem, room request
Bagaimana prosedur handling customer complaint offline di Fave Hotel Bogor?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Prosedur nya yg sudah di lakukan pertama mengidentifikasi, dengarkan , harus berempati, meminta maaf , lalu memberikan solusi yg baik dan memfollow up Setiap permasalahan yg ada sehingga tidak terjadi lg 2. apologize, listen to understand the problem, action to correct the guest problem, do take personal responsibility for further follow up, involved our manager (if necessary), notify our manager on our service recovery progress and result for learning experience
Bagaimana Prosedur handling customer complaint yang disampaikan secara online di Fave Hotel Bogor?	<ol style="list-style-type: none"> 1. mengidentifikasi terlebih dahulu permasalahannya seperti apa, memberikan solusi sesuai dengan apa permasalahannya dan memfollow up untuk tidak terjadi lagi permasalahan tersebut 2. Enggagement langsung dengan tamu
Bagaimana komunikasi yang dilakukan saat menghadapi keluhan pelanggan/guest comment ?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggukan komunikasi yg sudah di terima oleh tamu jangan langsung memberikan pendapat dengarkan dahulu semua keluhan tamu jgn memotong lalu memberikan solusi yg bisa di terima oleh tamu 2. Komunikasi 2 arah langsung
Bagaimana efek dari proses handling complaint yang telah dilakukan oleh FO Fave Hotel Bogor? Berikan contoh-contoh kasusnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efeknya komplain beres hari itu juga dan tidak jadi komplain di online komen 2. contohnya ketika tamu pada checkin sudah request 1 bed tetapi ketersediaan kamar pada saat checkin adanya yang twin bed lalu kami memberikan solusi yaitu 2 tempat tidur yg sudah di gabung menjadi satu (hollywood)
Menurut Anda bagaimana Manajemen dalam mempertahankan citra positif Fave Hotel Bogor?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat baik terutama dalam kekompakan team sehingga mampu memberikan dampak yang sangat positif bagi perusahaan dan tamu 2. menurut saya program yang sudah di rancang oleh management, contoh : gsm, general cleaning, mengadakan training per department, sport activities (badminton, zumba, lari), pengajian bersama, training damkar dan acara lainnya
Menurut Anda apa saja faktor-faktor penyebab tamu memberikan komentar/ penilaian negatif pada pelayanan Fave Hotel Bogor?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Room smoking yg terbatas, tidak paham nya tamu tersebut pada saat check in tidak kebagian yg 1 bed karena sudah full 2. Fasilitas
Apa saja hambatan-hambatan yang Anda alami di front office Fave Hotel Bogor dalam menangani keluhan tamu? jelaskan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebetulnya tidak ada hambatan dalam menghadapi keluhan tamu yg jadi masalah itu jika seorang front office tidak mampu menguasai emosi nya dan tidak berempati terhadap tamu itu yg akan jadi 2. hambatan yg saya alami pada saat handle keluhan tamu, tamu tersebut tidak mau mengerti situasi dan kondisi permasalahan tsb
Berikan sebanyak-banyaknya contoh kasus keluhan yang menurut Anda paling berat dan bagaimana Anda mengatasinya ? (offline maupun review	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yang paling berat itu banyak nya tamu yang kurang paham jika membeli di OTA dan request 1 bed mereka pikir akan dapat karena sudah req padahal kembali lagi tergantung ketersediaan 2. Pada saat <i>check-in</i> tamu tsb agak lama menunggu kamar dikarenakan tamu tsb ada yg meminta request dan kamarnya masih proses pembersihan,

Sumber : hasil olah data penulis

Berdasarkan hasil observasi dan *in-depth interview* dengan *Front Office Manager* dan *Hotel Manager* favehotel Padjajaran Bogor, maka penulis menemukan bahwa dalam upaya memberikan *service excellent* kepada pelanggannya favehotel Padjajaran Bogor telah menerapkan 4 tahapan fungsi dalam manajemen didalam proses kerja setiap bagiannya. Tahapan-tahapan tersebut meliputi :

1. Perencanaan (*Planning*)

Sebelum memulai operasinya, pemilik favehotel Padjajaran Bogor telah melakukan perencanaan mengenai bentuk hotel, desain, dekorasi, dan fasilitas yang akan disediakan agar sejalan dengan standar dan keselamatan *corporate hotel management* dari Archipelago. Archipelago adalah grup perhotelan milik swasta dengan lebih dari 40.000 kamar dan tempat tinggal di lebih dari 200 lokasi di Asia Tenggara, Karibia, Timur Tengah, dan Oseania. Archipelago adalah perusahaan hotel terpercaya dengan rekam jejak panjang dan portofolio 11 brand pemenang penghargaan. Favehotel Padjajaran Bogor juga telah merumuskan visi, misi, dan tujuan yang ingin dicapai oleh hotel agar memiliki dasar yang jelas sebelum memulai operasional.



Gambar 1. Visi Misi dan nilai-nilai favehotel Padjajaran Bogor
Sumber : Dokumen penulis, 2023

Favehotel Padjajaran Bogor juga mempersiapkan moto yang akan diterapkan, yaitu *fun, fresh and friendly*, yang akan menjadi ciri khas pelayanan dari semua karyawan Favehotel Padjajaran Bogor dengan selalu memberikan senyum, sapa, salam kepada pelanggan dan motto ini tertuang dalam warna hotel yaitu pink fanta. Dengan menerapkan moto ini, favehotel Padjajaran Bogor berusaha memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pelanggan dan membuat mereka merasa dihargai. Selain itu, favehotel Padjajaran Bogor juga telah menyiapkan strategi untuk menangani keluhan- keluhan dari pelanggan. Mereka juga melakukan pencarian dan penempatan tenaga kerja yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian di bidang masing-masing. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa hotel memiliki karyawan yang kompeten dan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Setelah melakukan perencanaan, favehotel Padjajaran Bogor melanjutkan dengan pengorganisasian. Mereka membagi tugas dan pekerjaan kepada karyawan dalam struktur organisasi yang terdiri dari departemen-departemen yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dalam menjalankan organisasinya manajemen telah menetapkan SOP (*Standar Operasional Procedures*) untuk setiap departemen dan berbagai proses operasi sehari-harinya, sehingga ada kejelasan bagaimana setiap tugas harus dilaksanakan oleh

karyawannya. Untuk di setiap divisi telah ditetapkan berbagai peraturan dan SOP yang menjadi panduan bagi setiap karyawannya dalam bekerja. Pada divisi Front Office peraturan tersebut dibuat QR code sehingga memudahkan setiap karyawan untuk meng-*access* dan membacanya.



Gambar 2. favehotel Padjajaran Bogor Organization Charts
Sumber: Dokumen penulis, 2023

Standard operating procedure (SOP) yang terdapat pada Front Office Divison favehotel Padjajaran Bogor meliputi *Reservation Golden Rules, Customer Reservation Reviewpro, VHP standard, Reservation Guarantee, Booking Confirmation, Concierge and bell service golden rules, FO Manual, Forms Check List FO, Golden Rules FO, Reservation Standard Form, Reservation Standard Live Chat* ditunjukkan pada Gambar 3. dibawah ini



Gambar 3. Reservation Mandatory QR Code
Sumber: Dokumen penulis, 2023

3. Penggerakan (*Actuating*)

Dalam proses penggerakan karyawan, Favehotel Padjajaran Bogor memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan pihak internal (karyawan dalam organisasi) dan juga pihak eksternal (pelanggan dan pihak lain). Mereka menempatkan karyawan pada posisi yang sesuai dengan bidang keahliannya, sehingga setiap pelanggan dapat dilayani dengan cepat dan efisien. Fungsi *actuating*

diterapkan melalui pertemuan-pertemuan dilakukan secara terjadwal dan rutin baik harian, bulanan, per semester maupun tahunan untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan/target yang telah ditetapkan, untuk memotivasi karyawan, melakukan *correcting action* yang diperlukan untuk tetap bisa memberikan pelayanan terbaik dan mempertahankan *revenue* tetap optimal. Mulai dari saat *check-in* hingga *check-out*, Favehotel Padjajaran Bogor berusaha menciptakan kenyamanan bagi pelanggan dan memberikan perhatian yang maksimal. Karyawan Favehotel Padjajaran Bogor selalu proaktif dengan bertanya kepada pelanggan apakah ada kebutuhan khusus yang perlu dipenuhi dan menawarkan fasilitas yang tersedia di Favehotel Padjajaran Bogor.



Gambar 4. *Front Desk Agent* selalu *standby* untuk memastikan pelanggan mendapat service terbaik
Sumber : Dokumen penulis, 2023

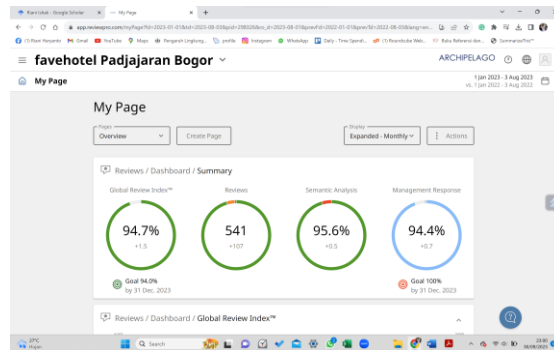
Selain itu, Favehotel Padjajaran Bogor tidak melakukan diskriminasi dalam pelayanan kepada setiap pelanggan. Mereka memberikan pelayanan yang sama baik kepada semua pelanggan, tanpa membedakan status atau latar belakang mereka. Prinsip ini menunjukkan komitmen Favehotel Padjajaran Bogor untuk memberikan pelayanan yang adil dan setara kepada semua tamu yang datang. Sebagai hotel yang terus belajar untuk menyempurnakan diri, favehotel Hotel Padjajaran melakukan visit ke sister company yang lebih tinggi profile nya. Seperti yang dilakukan pada saat penulis magang, para manager divisi bersama hotel manager berkunjung ke Aston BNR Bogor. Pada kesempatan ini para manager dari favehotel Padjajaran Bogor melakukan studi banding dan mencatat hal-hal yang bisa menjadi perbaikan bagi favehotel Padjajaran kedepannya.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Favehotel Padjajaran Bogor menjalankan fungsi pengawasan sebagai tahap akhir dalam manajemen. Pengawasan dilakukan untuk mengukur keberhasilan yang telah dicapai dan mengevaluasi sejauh mana pergerakan organisasi sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Favehotel Padjajaran Bogor selalu berusaha untuk memenuhi segala kebutuhan pelanggan dan mengatasi keluhan-keluhan yang mungkin timbul. Mereka memiliki komitmen untuk memberikan service excellent dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan mereka. Favehotel Padjajaran Bogor melakukan pengawasan dengan responsif menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan dan memberikan tindakan yang cepat dalam menyelesaikan keluhan tersebut. Favehotel Padjajaran Bogor telah menerima beberapa keluhan terkait beberapa masalah pelayanan di ruang kamar. Atas setiap keluhan yang disampaikan, Favehotel Padjajaran Bogor melakukan *controlling* dengan cara : (1) Segera memperbaiki kesalahannya, dengan memerikan respon yang sangat cepat baik *offline* maupun *online* untuk menunjukkan bahwa favehotel Padjajaran Bogor serius dalam meberikan layanan; (2) Memeriksa kepuasan pelanggan dengan menghubungi pelanggan kembali untuk mengetahui apakah mereka puas dengan tanggapan dan *correcting action* yang diberikan hotel. (3) Mencegah kesalahan yang sama di masa depan dengan membuat pengaduan / keluhan diketahui seluruh organisasi dengan salinan informasi kepada Hotel Manager dan para manager divisi lainnya sehingga masalah dapat dicegah di masa depan. Pihak Hotel juga memberikan perhatian terhadap kinerja karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan dan melakukan penilaian kinerja karyawan untuk mendukung peningkatan kualitas layanan mereka

Strategi Penanganan Ulasan Online Oleh Bagian Kantor Depan, Favehotel Padjajaran Bogor

Favehotel Padjajaran memanfaatkan aplikasi ReviewPro untuk mengatasi dan menangani keluhan secara cepat. ReviewPro adalah program manajemen reputasi online yang mengumpulkan lebih dari 100 juta ulasan online dari lebih dari 175 sumber dalam lebih dari 45 bahasa dengan pembaharuan konten secara harian. Penggunaan ReviewPro ini memungkinkan hotel untuk mengetahui semua ulasan online tentang hotel mereka. Sehingga hotel dapat mengidentifikasi area perbaikan yang harus diatasi berdasarkan umpan balik pelanggan secara kuantitatif maupun kualitatif. Selain itu Reviewpro dapat memberikan tolak ukur indeks kepuasan tamu dibandingkan pesaing langsung mereka.



Gambar 5. Tampilan ReviewPro favehotel Padjajaran Bogor
Sumber : <https://app.reviewpro.com/>

Identifikasi jenis-jenis keluhan pelanggan yang ditangani bagian front office meliputi kebersihan kamar, pengalaman sarapan, pengalaman makan di Lime Coffee Shop, spa, kamar tamu, staf arr/dep, kedatangan / kecepatan proses *check-in* dan *check-out*, keberangkatan, kebersihan kamar mandi, pemeliharaan ruangan, ruang rapat, kebersihan restoran pada Lime Coffee Shop, kepastian kesehatan dan keselamatan, wifi, kebersihan restoran saat sarapan, kepuasan dengan resolusi, reservasi, penyajian dan cita rasa makanan sarapan, kepuasan secara keseluruhan, penyajian dan cita rasa makanan di lime coffee shop, kualitas pelayanan di Lime Coffee Shop, kualitas layanan sarapan, nilai hotel, program keanggotaan dan pengalaman aplikasi keanggotaan.

Teknik Penanganan Keluhan pada Bagian Kantor Depan Fave Hotel dengan Metode HEAT utk offline / keluhan langsung disampaikan oleh tamu

Sebagaimana telah dijelaskan di atas, bisnis perhotelan termasuk kategori bisnis yang bergerak di sektor penawaran jasa, yaitu dengan cara menyediakan dan menawarkan penginapan dengan berbagai macam fasilitasnya kepada siapa pun pelanggan yang memerlukan untuk menginap. Menghadirkan serangkaian pelayanan yang prima kepada pelanggan bukan merupakan sebuah pekerjaan yang mudah. Dalam setiap aktivitas pelayanan tentu tidak ada satu hotel yang dapat terhindar dari kekurangan dan komplain pelanggan. Kendati ada juga hotel yang mengklaim dirinya mempunyai pelayanan yang luar biasa (*service excellent*), ketidakpuasan atau minimal keluhan dari para pelanggan hampir dapat dipastikan akan selalu ada. Dari kondisi semacam ini, barangkali dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa keluhan atas pelayanan pelanggan hotel memang tidak dapat dihilangkan, namun tetap dapat diminimalisir (*minizing the complaint*).

Hotel dengan berbagai macam fasilitasnya dapat dikatakan identik dengan yang namanya kemewahan serta menghadirkan kenyamanan bagi setiap pelanggannya. Namun walaupun demikian, realitanya masih ditemui masalah-masalah yang berkaitan dengan fasilitas hotel dan mengganggu kenyamanan para pelanggan. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Gede Rendrawan, Trianasari and Undiksha, (2020) yang menjelaskan tentang sejumlah kekurangan pelayanan sebuah Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali di Bali. Terdapat keluhan-keluhan pelanggan hotel yang seringkali muncul di permukaan, mulai dari kurang memuaskannya pelayanan karyawan hotel sampai dengan kondisi fisik hotel yang kurang memberikan kenyamanan. Kurang memuaskannya staf hotel dalam

melayani pelanggan misalnya kurang responsif, kurang sigap, kurang tepat, dan kurang empati. Sementara kekurangan pada segi bentuk bangunan fisik hotel misalnya desain interior dan eksterior kamar yang kuno, posisi soket listrik yang kurang strategis sehingga cukup merepotkan, tirai yang kurang tebal sehingga sinar matahari dapat menembus ruangan kamar dan mengurangi kenyamanan di dalam kamar, wifi yang lemot, seprai dan selimut yang sudah lama, AC yang berisik, TV yang kurang prima, makanan dan minuman yang kurang lezat, dan masih banyak lagi.

Keluhan-keluhan hotel demikian selaras dengan pandangan Norwel, yang menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis complaints pelanggan diantaranya, pertama, mechanical complaints yaitu keluhan yang disampaikan pelanggan sehubungan dengan tidak berfungsinya suatu peralatan yang diperoleh dari suatu interaksi pelayanan seperti kerusakan AC, listrik, dan aliran air panas. Kedua, attitudinal complaints yaitu keluhan akibatnya munculnya sikap negatif yang ditampilkan oleh petugas pelayanan pada saat berhadapan dengan pelanggan. Ketiga, service-related complaint yaitu keluhan yang berhubungan dengan hal-hal yang berhubungan dengan pelayanan itu sendiri seperti check in ternyata kamar belum siap sehingga terpaksa pelanggan harus menunggu, sehingga pelanggan bosan. Unusual complaints yaitu keluhan pelanggan yang di mata petugas keluhan yang tidak wajar (aneh) (Gede Rendrawan, Trianasari and Undiksha, 2020). Untuk menghadirkan pelayanan yang prima kepada pelanggan hotel memang memerlukan sumber daya yang berkualitas dan memiliki kompetensi khusus dalam bidangnya. Sumber daya inilah yang nantinya bertugas untuk menjalankan operasional hotel sekaligus memainkan peran pelayanan kepada semua pelanggan yang memerlukan. Terdapat metode yang ditawarkan para ahli dalam menghadirkan pelayanan (*service*) yang prima kepada pelanggan. Metode ini memiliki misi untuk meminimalisir keluhan-keluhan pelanggan yang potensial terjadi di sebuah hotel (Yuliyana et al., 2023)

Teknik Penanganan Ulasan Online oleh Bagian Kantor Depan Hotel dengan Metode RIFD

Strategi penanganan keluhan dengan menggunakan metode RIFD adalah *Read, Identify, Fast Response dan Deliver Solution*.

1. *Read*, membaca dengan seksama semua ulasan yang masuk, karena tamu yang tidak puas dapat membagikan tanggapan mereka di halaman media sosial hotel, situs ulasan, situs pemesanan online, atau di dalam komunitas. atau mengungkapkan masalah secara verbal yang tidak ditangani oleh staf, mungkin merasa terdorong untuk berbagi pengalaman mereka dengan orang lain. Saat tamu menyampaikan keluhan mereka secara online, masukan mereka dapat mengakibatkan skor online yang lebih rendah, reputasi komunitas yang buruk, dan peringkat hotel yang lebih rendah. Kerena itu tahap membaca (*Read*) setiap ulasan tamu merupakan langkah pertama yang harus diambil.

2. *Identify*, tahap kedua yang dilakukan oleh karyawan kantor depan setelah membaca ulasan adalah melakukan identifikasi masalah tentang hal-hal apa saja yang membuat tamu tersebut merasa kurang nyaman. Dalam hal ini karyawan kantor depan harus teliti dan cermat dalam mencari inti permasalahan yang muncul dan berkaitan dengan divisi mana di dalam hotel.

3. *Fast Response*, tahap ketiga adalah menanggapi keluhan tamu secara tertulis, baik di atas kertas maupun online, serupa dengan menangani keluhan secara langsung. Perbedaan utamanya adalah pihak hotel mempunyai waktu untuk merenungkan dan menyusun jawaban dengan hati-hati. Penanganan response tertulis dilakukan langsung oleh Hotel Manager favehotel Padjajaran Bogor secara personal. Saat menangani keluhan tamu secara tertulis, maka Hotel Manager melakukan dengan cara menanggapi dengan hormat dan tulus, mengakui kekhawatiran tamu (ber-empati) terhadap tamu, meminta maaf dan mengambil tanggung jawab

4. *Deliver Solution*, dalam jawaban tertulisnya hotel menawarkan solusi dan berkomitmen untuk melakukan perbaikan. Bila tamu berkenan, FO Manager menghubungi langsung untuk meminta kesempatan kepada tamu untuk memberikan pengalaman yang lebih baik di masa depan saat menginap di favehotel Padjajaran Bogor

Para pelaku bisnis perhotelan yang sukses dapat mengubah keluhan tamu atau pengalaman negatif menjadi peluang yang menggembirakan. Mereka memahami dampak positif yang kuat dari penanganan keluhan tamu secara efektif terhadap kesuksesan sebuah hotel. Para ahli juga mengetahui bahwa menanggapi masukan online secara rutin adalah cara efektif menggunakan ulasan tamu untuk penjualan hotel, karena dapat meningkatkan peringkat hasil pencarian properti Anda

Cara Manajemen Hotel dalam Mengidentifikasi Keluhan yang Belum Tersampaikan

Keluhan yang tidak disampaikan oleh tamu bisa saja menjadi bumerang atau bom waktu bagi hotel, karena bisa saja mereka tidak menyampaikan keluhan pada pihak hotel secara langsung namun mereka memberikan komentar-komentar buruk melalui platform- platform yang lainnya. Maka dari itu pihak hotel berusaha semaksimal mungkin untuk mencegah hal tersebut terjadi. Dari wawancara kepada bagian *front office* dan hotel manager Favehotel Padjajaran Bogor, mereka mengemukakan bahwa hal yang selalu mereka lakukan untuk mengidentifikasi keluhan yang belum tersampaikan adalah bertanya pada tamu saat melakukan check-out “bagaimana pengalaman bapak/ibu menginap di hotel kami?” dengan pertanyaan tersebut maka akan mendorong tamu untuk menyampaikankeluhan yang sebenarnya ingin mereka sampaikan.

Bila terdapat keluhan maka yang akan dilakukan pihak hotel adalah meminta maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi dan hal tersebut menjadi pertimbangan untuk perbaikan di kemudian hari. Bila tamu merasa puas dengan menginap disana maka pihak hotel akan mendorong tamu untuk menuliskan review yang baik dan memberikan bintang 5 pada platform-platform penilaian untuk meningkatkan rating hotel dan dengan harapan agar tingkat *occupancy* hotel terjaga baik maupun terus meningkat agar target *revenue* hotel dapat tercapai dengan cepat (Skawanti, 2021). Hal tersebut mungkin dapat dilakukan untuk mengidentifikasi keluhan yang belum tersampaikan tapi tidak menjamin akan teridentifikasi semua dikarenakan ada saja tamu yang merasa enggan untuk menyampaikan keluhan mereka mungkin karena mereka merasa hal tersebut tidak terlalu penting untuk disampaikan atau mungkin mereka hal tersebut tidak terlalu besar dan pelayanan yang mereka dapatkan sudah memadai sehingga mereka merasatidak perlu menyampaikannya.

SIMPULAN

Ulasan *online* sebagai bagian dari perkembangan digitalisasi dan kemampuannya dalam penyebaran dapat memengaruhi pilihan konsumen menjadi salah satu perhatian utama dalam pengelolaan konsumen, sehingga proses interaksi dan layanan dengan memberikan respon terhadap ulasan baik positif atau negatif adalah suatu keharusan bagi manajemen hotel. Berdasarkan dari hasil penelitian melalui observasi, wawancara, dokumentasi, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya keluhan tamu adalah faktor internal dan eksternal yang meliputi fasilitas serta pelayanan. Ada beberapa jenis keluhan tamu yang disampaikan pada bagian kantor depan, favehotel Padjajaran Bogor diantaranya keluhan terhadap fasilitas, staf dan pelayanan. Keluhan tersebut disampaikan secara lisan dan tertulis melalui guest review online.

Untuk menangani keluhan lisan atau *offline* tersebut karyawan kantor depan, favehotel Padjajaran Bogor, menggunakan strategi penanganan keluhan dengan metode ILEAD (*identify, listen, empathize, apologize dan deliver solution*). Untuk memenuhi kepuasan pelanggan bisnis perhotelan dalam hal kepuasan pemanfaatan pelayanan jasa perhotelan, hendaknya para pebisnis jasa perhotelan menerapkan standar minimal pelayanan hotel yang sesuai dengan konsep bisnis perhotelan. Pada artikel ini penulis menemukan metode yang tepat yang dapat di gunakan untuk pengembangan kepuasan pelanggan yaitu metode *hear them out, empathize, apologize dan taking proper action and follow up* (HEAT) yang mana metode ini mengusung konsep pelanggan adalah raja sehingga pelayan harus mampu mendengarkan keluhan dan permintaan pelanggan. Pelayan harus mampu berusaha memiliki rasa yang sama dengan pelanggan dalam hal pelayanan, selalu rendah hati, dan cepat tanggap dalam menindaklanjuti permintaan pelanggan. Sedangkan untuk menangani keluhan tertulis yang biasanya disampaikan melalui guest review online berbagai *platform*, selalu ditangani langsung secara personal oleh Hotel Manager dan *Front Office Manager* favehotel Padjajaran Bogor, menggunakan strategi penanganan keluhan dengan dengan metode RIFD yaitu *read, identify, fast response dan deliver solution*.

Saran praktis pada penerapan dan pengembangan yang dilakukan oleh *front office* favehotel Padjajaran Bogor sudah sesuai tahapan SOP dan dengan metode yang tepat, namun identifikasi konsumen harus terus dipertajam. Dan juga saat merespon ulasan atau komentar di *platform website travel* dilakukan secara berkala dan lebih sering agar proses interaksi sebagai bagian dari kegiatan komunikasi antara tamu dan hotel dapat meningkatkan citra hotel di dalam persaingan industri perhotelan.

REFERENSI

Jurnal

- Hanifah Septika. (2023). Analisis Disiplin Kerja Karyawan Pada Favehotel PGC Cililitan. *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 37–45. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jmpp-widyakarya/article/view/273>
- Ishak, R. P. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Wargi Bogor. *Tourism Scientific Journal*, 7(2), 187–199. <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i2.178>
- Mahendra, Y. I., & Sutanto, D. H. (2021). Implementasi Metode Hear Them Out, Empathize, Apologize dan Taking Proper Action and Follow Up (Head) Sebagai Pelayanan Prima Bisnis Perhotelan. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 1(1), 66–77. <https://doi.org/10.53754/iscs.v1i1.11>
- Martriana, P. S., & Wicaksono, P. R. (2020). Ulasan Online Dan Pengelolaan Konsumen Hotel Salak Bogor. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 9–19. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.645>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (38th ed.).
- Saputra, N. G., Bagaskoro, B., Armand, Imani Syawal, R., & Aurellia, V. (2023). Strategi Hotel Manager Dalam Menangani Service-Related Complaints (SRC) Pada Budget Hotel Red Planet. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(1), 42–48. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i1.236>
- Sukamerta, I. K. N., & Andiani, N. D. (2020). Penanganan Keluhan Tamu dengan Metode ILEAD Oleh Karyawan Kantor Depan di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(1), 36. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v3i1.29000>
- Yuliyana, N. M., Taufiq, R., & Sumarsih, U. (2023). Penanganan Keluhan Tamu Oleh Guest Relation Officer Di Resinda Hotel Karawang. *EProceedings of Applied Science*, 8(6), 809–818.
- Kurniawan, W. (2023). Analisis Manajemen Hotel dalam Menciptakan Service Excellent Terhadap Pelanggan. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20(2), 193–205. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>
- Mahendra, Y. I., & Sutanto, D. H. (2021). Implementasi Metode Hear Them Out, Empathize, Apologize dan Taking Proper Action and Follow Up (Head) Sebagai Pelayanan Prima Bisnis Perhotelan. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture, and Social Studies*, 1(1), 66–77. <https://doi.org/10.53754/iscs.v1i1.11>
- Martriana, P. S., & Wicaksono, P. R. (2020). Ulasan Online Dan Pengelolaan Konsumen Hotel Salak Bogor. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 9–19. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.645>
- Nurhayati, N., & Rinjani, D. (2021). Strategi Front Office Dalam Meningkatkan Pelayanan Saat Pandemi Covid-19 Di Hotel Candra Dewi Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(1), 2597–5323. <https://jurnal.akparda.ac.id/>
- Saputra, N. G., Bagaskoro, B., Armand, Imani Syawal, R., & Aurellia, V. (2023). Strategi Hotel Manager Dalam Menangani Service-Related Complaints (SRC) Pada Budget Hotel Red Planet. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(1), 42–48. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i1.236>
- Skawanti, J. R. (2021). Effect of Instagram Social Media With Guest Purchase Decisions At Ibis Style Hotel Bogor Raya. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 7(2), 92–102. <https://doi.org/10.30813/jhp.v7i2.3012>
- Sukamerta, I. K. N., & Andiani, N. D. (2020). Penanganan Keluhan Tamu dengan Metode ILEAD Oleh Karyawan Kantor Depan di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(1), 36. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v3i1.29000>
- Wayan, N., Rusadi, P., & Wijaya, P. L. (2022). *Peran Front Office Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di the Capital Hotel and Resort Bali the Role of the Front Office in Increasing Tourist Satisfaction At the Capital*. 5, 177–184. [file:///C:/Users/Riani Ishak/Downloads/123-Article Text-1238-1-10-20221228.pdf](file:///C:/Users/Riani%20Ishak/Downloads/123-Article%20Text-1238-1-10-20221228.pdf)
- Yuliyana, N. M., Taufiq, R., & Sumarsih, U. (2023). Penanganan Keluhan Tamu Oleh Guest Relation Officer Di Resinda Hotel Karawang. *EProceedings of Applied Science*, 8(6), 809–818.

Buku

- Bartono, P., & Ruffino, E. (2010). *Hotel supervision: teknik supervisi dan uji kompetensi untuk pendidikan pariwisata* (F. S. Suryantoro (ed.); 1st ed.)

- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2008). *Pengantar Manajemen Hospitality*. PT. Nasya Expanding Manajemen.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Soeswoyo, D. M. (2023). *Pengantar Praktis Manajemen Pemasaran Untuk Hospitality Dan Pariwisata* (L. Dewi (ed.); 1st ed.).
- Trianisari. (2019). *Kantor Depan Hotel* (P. I. Rahmawati (ed.); 1st ed.). UNDIKSHA.

Website

<https://bogorkota.bps.go.id/>

<https://www.favehotels.com/en>

<https://reviewpro.shijigroup.com/>