

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah dan keragaman budaya yang tersebar di seluruh wilayahnya. Kekayaan alam dan keragaman budaya ini dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi berbagai daerah di Indonesia, serta meningkatkan potensi pertumbuhan industri wisata di Indonesia. Hal ini menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor andalan dalam perekonomian nasional. Pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia dapat dilihat dari pendapatan devisa negara, di mana sektor pariwisata menjadi penyumbang devisa terbesar di Indonesia pada tahun 2020.¹ Industri pariwisata adalah sektor yang bergerak di bidang layanan, sehingga memerlukan tenaga kerja agar industri ini dapat beroperasi dengan optimal. Oleh karena itu, selain memberikan devisa yang signifikan bagi negara, industri pariwisata juga berkontribusi dengan baik untuk menambah peluang lapangan pekerjaan.

Salah satu hal yang penting yang harus ada dalam unsur industri pariwisata adalah Biro perjalanan wisata. Unsur ini merupakan sarana penyedia jasa pelayanan dan memiliki tugas untuk melayani pelanggan yang memesan paket wisata atau kebutuhan perjalanan lainnya, hal tersebut berdampak pada perkembangan perusahaan perjalanan yang menawarkan

¹ Komisi X, "Sektor Pariwisata Berikan Sumber Devisa Terbesar untuk Negara"
<https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/30968/t/Sektor+Pariwisata+Berikan+Devisa+Terbesar+Untuk+Negara>

perjalanan wisata yang menarik². Biro perjalanan wisata merupakan aspek yang krusial dalam dunia pariwisata, karena hal ini sesuai dengan definisi pariwisata yang menyatakan bahwa pariwisata adalah aktivitas perpindahan dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Agar aktivitas perpindahan tersebut berjalan dengan lancar, diperlukan layanan biro perjalanan wisata dalam industri pariwisata. Selain itu, kebutuhan wisatawan akan tempat beristirahat sementara yang aman dan nyaman, transportasi yang memadai, dan juga rekomendasi tempat yang menarik semakin menegaskan bahwa biro perjalanan wisata adalah elemen yang sangat penting dan tak terpisahkan dari industri ini. Begitu juga transportasi yang memadai, dan juga rekomendasi tempat yang bagus semakin memperjelas bahwa Biro perjalanan wisata adalah sesuatu yang sangat krusial dan tak terpisahkan dari industri ini.³

Dalam peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Biro perjalanan wisata termasuk usaha yang terbagi menjadi jasa dan pelayanan yang melayani pelayanan penyelenggara paket wisata dan dilengkapi dengan pelayanan di bidang pariwisata lainnya. Selain digunakan untuk membantu mempersiapkan kebutuhan suatu perjalanan, Biro perjalanan wisata juga berperan dalam mengatur berbagai macam acara, seperti pameran, seminar, rapat, dan kegiatan besar lainnya. Dalam menjalankan

² “Biro Perjalanan wisata” <https://smktagd/read/23/Bioperjalananwisata>

³ Vega Bintang Widyanto, ‘Analisis Dampak Keberadaan Biro Perjalanan Wisata Ilegal Pada Biro Perjalanan Wisata Resmi Di Kota Surabaya’, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol, 62.2 (2018), pp. 44–52.

tugas ini, staf harus memberikan pelayanan yang baik. Layanan yang berkualitas dari staf dapat menjadi keunggulan bagi Biro perjalanan wisata di tengah persaingan yang semakin ketat. Pelayanan sendiri diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keperluan orang lain. Pelayanan memiliki sifat tidak berwujud fisik, yaitu hanya dapat dirasakan secara langsung⁴

PT. Skuy Perjalanan Wisata, sebagai penyedia layanan *travel* yang berkomitmen untuk memberikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan dan bebas dari masalah bagi para pelanggannya, sering menghadapi berbagai keluhan pelanggan yang membutuhkan penanganan yang cepat dan efektif. Urgensi untuk membahas dan menerapkan metode yang efektif dalam menangani keluhan pelanggan sangat tinggi mengingat industri Biro perjalanan sangat bergantung pada reputasi dan kepuasan pelanggan. Masalah yang tidak ditangani dengan baik dapat dengan cepat menyebar melalui ulasan negatif di media sosial dan platform review, yang dapat merusak citra perusahaan dan mengurangi kepercayaan pelanggan potensial.

Salah satu masalah yang sering terjadi di PT. Skuy Perjalanan Wisata adalah keterlambatan atau pembatalan perjalanan yang tidak terduga, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti cuaca buruk, masalah teknis pada kendaraan, atau gangguan operasional lainnya.

⁴ D 2018 : Tjiptono, F ; Anastasia, pp. 17–39.

Misalnya, ada kasus di mana tamu yang telah memesan paket perjalanan ke destinasi populer tiba-tiba harus mengalami pembatalan karena adanya masalah teknis pada bus yang akan digunakan. Meskipun situasi ini tidak dapat dihindari, cara perusahaan menangani keluhan ini sangat menentukan bagaimana pelanggan menilai layanan mereka. Sehingga diharapkan mampu menangani keluhan dengan baik, cepat, dan tepat. Jika hal tersebut tidak terjadi, maka akan berdampak negatif terhadap persepsi pelanggan terhadap perusahaan tersebut dan membuat citra perusahaan tersebut menjadi buruk. Namun, penanganan komplain yang baik dapat menciptakan nilai positif di mata pelanggan yang bersangkutan. Hal ini dapat membuat pelanggan kembali menggunakan layanan perusahaan pariwisata tersebut.

Untuk memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan memerlukan tenaga kerja yang berkualitas dan memiliki keahlian khusus dalam bidangnya. Tenaga kerja ini akan bertanggung jawab dalam menjalankan operasional Biro perjalanan wisata dan memberikan layanan kepada semua pelanggan yang membutuhkan. Terdapat pendekatan yang diajarkan oleh para pakar dalam memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan. Pendekatan ini bertujuan untuk mengurangi keluhan-keluhan yang mungkin timbul dari pelanggan di Biro perjalanan wisata.⁵ Berbagai keluhan pelanggan tersebut dapat diselesaikan dengan menerapkan

⁵ Yusuf Ihza Mahendra and Dewi Harmin Sutanto, '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 (2021), pp. 66–77, doi:10.53754/iscs.v1i1.11.

pendekatan yang umum digunakan untuk menangani keluhan pelanggan yang dapat disingkat dengan HEAT, yaitu *Hear the mout, Empathize, Apologize, Taking action and follow up*. Namun informasi tentang pencetus spesifik metode ini tidak terdokumentasi dengan jelas dalam literatur manajemen pelanggan. Metode ini lebih merupakan hasil dari evolusi praktik terbaik dalam pelayanan pelanggan yang telah berkembang seiring waktu. Banyak perusahaan dan konsultan layanan pelanggan yang mengadopsi metode ini karena efektivitasnya dalam menangani keluhan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Metode HEAT sendiri kemungkinan besar muncul dari gabungan berbagai teori komunikasi, psikologi, dan manajemen layanan pelanggan. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip-prinsip dasar dalam psikologi hubungan antar manusia yang menunjukkan bahwa mendengarkan, menunjukkan empati, meminta maaf, dan mengambil tindakan adalah langkah-langkah kunci dalam menyelesaikan konflik dan membangun hubungan yang lebih baik. Meskipun tidak ada pencetus tunggal yang diakui, metode ini sering dikaitkan dengan praktik terbaik yang dikembangkan oleh berbagai pakar layanan pelanggan dan konsultan bisnis.

Salah satu contoh kasus pertama yang menggunakan prinsip-prinsip yang serupa dengan metode HEAT adalah dalam industri perhotelan, di mana penanganan keluhan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan reputasi dan loyalitas tamu. Misalnya, hotel Ritz-Carlton

dikenal memiliki standar layanan pelanggan yang sangat tinggi, dan mereka menggunakan pendekatan yang sangat mirip dengan HEAT dalam menangani keluhan tamu. Mereka mendorong karyawan untuk mendengarkan keluhan dengan saksama, menunjukkan empati terhadap situasi tamu, meminta maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi, dan segera mengambil tindakan untuk memperbaiki masalah tersebut. Praktik ini telah menjadi bagian dari budaya perusahaan mereka dan telah terbukti efektif dalam menjaga tingkat kepuasan tamu yang tinggi.

Meskipun tidak ada dokumentasi spesifik tentang kasus pertama yang menggunakan metode HEAT, banyak perusahaan besar di berbagai industri telah mengadopsi pendekatan serupa sebagai bagian dari strategi manajemen keluhan mereka. Misalnya, perusahaan seperti *Zappos*, *Amazon*, dan *Apple* dikenal karena penanganan keluhan pelanggan mereka yang efektif, sering kali mengikuti langkah-langkah yang sejalan dengan metode HEAT untuk memastikan pelanggan merasa didengar, dihargai, dan puas dengan solusi yang diberikan.

Memilih metode HEAT untuk menangani keluhan pelanggan merupakan keputusan yang sangat tepat dan berdasar. Penelitian dalam bidang manajemen pelanggan dan psikologi layanan menunjukkan bahwa pendekatan yang terstruktur seperti HEAT dapat menghasilkan hasil yang lebih baik dalam menangani keluhan pelanggan dibandingkan dengan metode yang kurang sistematis. Dengan demikian, penerapan metode

HEAT bukan hanya tepat tetapi juga didukung oleh bukti empiris yang kuat dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik membuat penelitian yang lebih dalam tentang penanganan keluhan pelanggan pada PT. Skuy Perjalanan Wisata. Maka dari itu penulis memutuskan mengambil skripsi dengan judul “Analisis Implementasi Metode HEAT dalam Menangani Keluhan Pelanggan pada PT. Skuy Perjalanan Wisata.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana bentuk implementasi metode HEAT dalam menangani keluhan pelanggan pada PT. Skuy Perjalanan Wisata.

C. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui: Bagaimana bentuk implementasi metode HEAT dalam menangani keluhan pelanggan pada PT. Skuy Perjalanan Wisata.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan baru serta untuk membuat tulisan ini sebagai persyaratan kelulusan untuk

mendapatkan gelar Sarjana Terapan di Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Universitas Negeri Jakarta.

2. Bagi perusahaan

Sebagai rekomendasi dan pedoman bagi perusahaan untuk melaksanakan proses keluhan pelanggan dengan baik, cepat, dan tepat.

3. Bagi Universitas

Sebagai referensi skripsi bagi mahasiswa yang mengambil tema tentang keluhan pelanggan di Biro perjalanan wisata.

