

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Candi Borobudur merupakan sebuah daya tarik wisata sejarah dan budaya yang terletak di Magelang, Jawa tengah, Indonesia. Candi Borobudur termasuk ke dalam daftar warisan budaya yang dijadikan oleh pemerintah Indonesia untuk menarik wisatawan dari berbagai negara. Candi Borobudur menjadi salah satu daya tarik wisata populer di Indonesia yang selalu ramai kunjungan wisatawan dan menjadi daya tarik wisata andalan. PT. Taman Wisata Candi (TWC) merupakan bentuk dari otoritas yang mendapatkan amanat dari Pemerintah Indonesia untuk melakukan suatu proses pengelolaan, pemeliharaan dan pemasaran pada Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko.

Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB) menerima beberapa komplain yang masuk dari wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur melalui *Google My Business* Candi Borobudur, diantaranya yaitu mengenai HTM Candi Borobudur yang cukup mahal, kunjungan wisata yang hanya boleh di area zona 1 atau area pelataran, kurangnya informasi yang diberikan oleh petugas kepada wisatawan mengenai area kunjungan, fasilitas toilet yang beraroma tidak baik, minimnya gazebo di area kunjungan, jarak antara pintu masuk menuju ke area zona 1 yang cukup jauh, aksesibilitas pada jalur *exit* yang kurang baik, serta ketidaktertiban para pedagang souvenir di area jalur *exit* Candi Borobudur yang memaksa wisatawan. Oleh karena itu, sebagai pengelola dari Candi Borobudur, PT. TWC Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko ini harus bertanggung jawab untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan di Candi Borobudur agar citra baik pada Candi Borobudur dapat tetap terjaga.

Pada penyusunan tugas akhir ini, penulis akan fokus untuk mendeskripsikan mengenai penanganan komplain wisatawan Candi Borobudur. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena berdasarkan saat penulis

melaksanakan praktik kerja lapang di PT. TWC pada bulan September-Desember 2022, terdapat 132 komplain yang ada pada *Google My Business* Candi Borobudur yang di dapatkan sejak April-November 2022, yang rata-rata komplain tersebut seperti fasilitas toilet yang kurang baik dan beraroma tidak baik, harga tiket masuk yang ditarif cukup tinggi, larangan menaiki area kuil candi, seorang petugas yang bersikap kasar kepada wisatawan, dan tidak adanya *update* informasi yang jelas di *website* resmi mengenai kebijakan yang ada di Candi Borobudur. Berdasarkan dari 132 komplain tersebut, hanya ada 12 komplain dari wisatawan yang mendapatkan respon atau tanggapan dari TWCB.

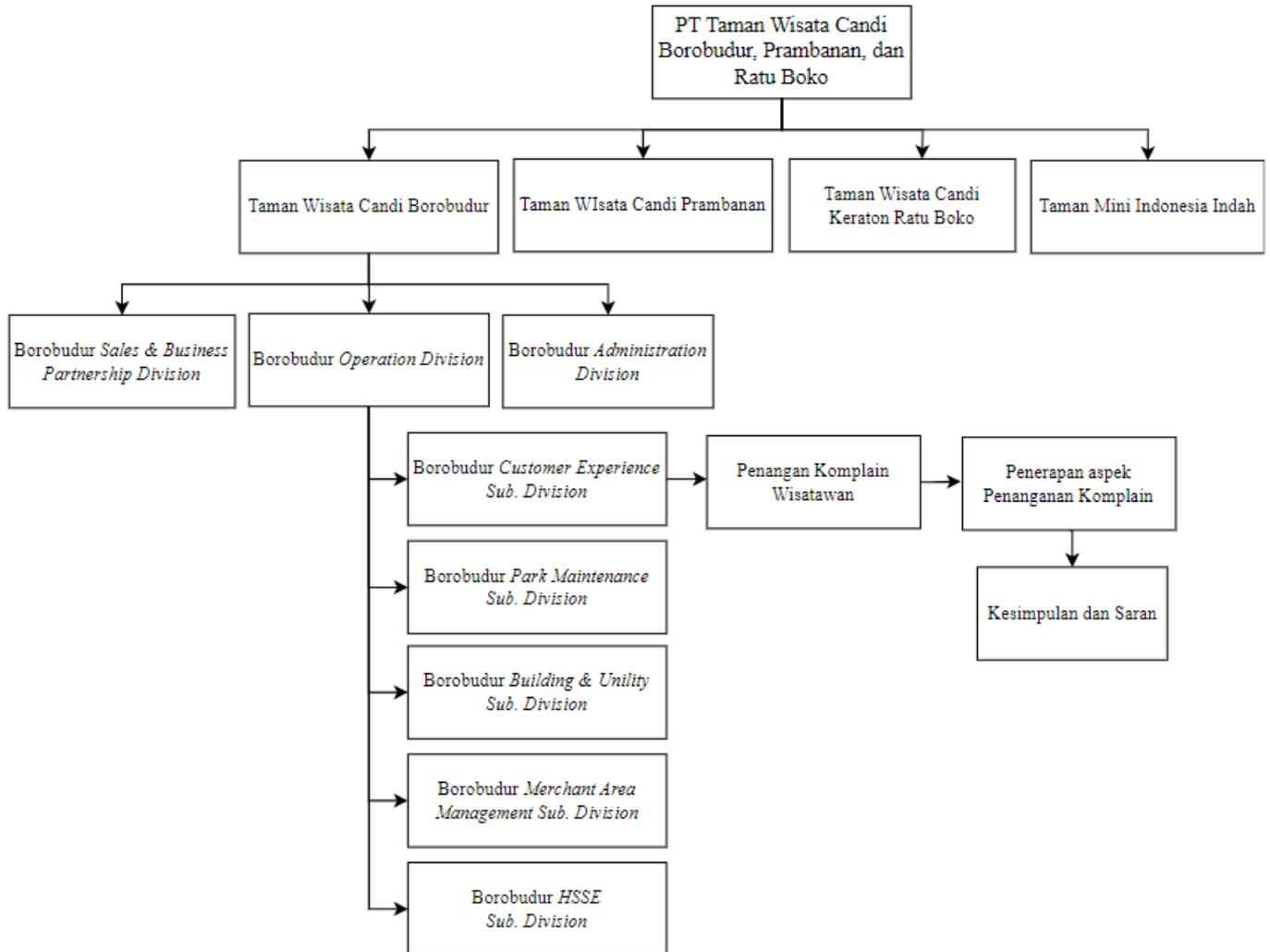
Oleh karena itu, berdasarkan dari permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat dan menjadikan ini sebagai sebuah laporan tugas akhir yang akan membahas terkait bagaimana penerapan aspek penanganan komplain wisatawan di Candi Borobudur dan dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadikan ini sebagai sebuah bahan evaluasi oleh TWCB untuk dapat meningkatkan kualitas dan juga kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan aspek penanganan komplain yang dilakukan oleh pihak Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB).

1.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah alur pemikiran atau alur penelitian yang kemudian dijadikan sebagai suatu pola atau landasan berpikir dalam melakukan penelitian terhadap objek yang akan dituju (Sugiyono, 2013). Berdasarkan dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kerangka pemikiran ini ialah suatu yang hal yang akan menjelaskan secara garis besar mengenai sebuah penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penyusunan laporan tugas akhir ini :



Gambar 1. Alur Pikir Penelitian

1.4 Kontribusi

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan manfaat antara lain:

1. Pengelola Taman Wisata Candi Borobudur

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan atau keinginan wisatawan pada Candi Borobudur.

2. Politeknik Negeri Lampung

Dapat digunakan sebagai bahan referensi pembelajaran bagi civitas akademik serta sebagai sumber informasi dan penambah wawasan kepada mahasiswa/i Politeknik Negeri Lampung khususnya Program Studi D3 Perjalanan Wisata.

3. Industri Pariwisata

Untuk mengantisipasi segala sesuatu yang nantinya akan berdampak negatif terhadap citra dari industri pariwisata.

4. Pembaca

Sebagai sumber literasi dalam pembuatan suatu karya ilmiah dan juga untuk menambah pengetahuan terkait dengan penanganan komplain.

5. Penulis

Untuk menambah pemahaman mengenai penanganan komplain serta mengimplementasikan ilmu pengetahuan selama menempuh masa perkuliahan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penerapan Aspek Penanganan Komplain

2.2.1 Komplain

Tjiptono dalam (Darmajaya, 2016), mengemukakan bahwa keluhan atau komplain dapat diartikan sebagai ungkapan atau perasaan kekecewaan seseorang, organisasi dapat mengumpulkan komplain melalui dari sejumlah cara, seperti kotak saran, formulir komplain, saluran telepon khusus, *website*, kartu komentar, survey kepuasan, *customer exit surveys*. Menurut Daryanto dan Setyabudi (2014), komplain merupakan sebuah pengaduan atau penyampaian atas ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kekesalan dan kekecewaan seseorang atas *service* jasa atau produk yang ditawarkan. Menurut Bell dan Luddington (2016), komplain merupakan sebuah umpan balik atau *feedback* yang diberikan oleh seseorang yang ditujukan untuk suatu perusahaan yang cenderung bersifat negatif.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa komplain merupakan sebuah bentuk pengaduan atau umpan balik yang disebabkan karena adanya ketidaksesuaian kenyataan dengan apa yang diinginkan. Umpan balik tersebut dapat berupa pengaduan secara tertulis maupun tidak tertulis atau lisan.

2.2.2 Penanganan Komplain

Penanganan komplain ialah sebuah teknik, proses maupun sistem yang akan mengurangi kesempatan konsumen ketika mengalami suatu masalah dan memungkinkan sebuah organisasi untuk menanganinya secara adil, efisien, dan efektif pada saat muncul sebuah komplain (Webb, 2011). Menurut Tjiptono (2000), penanganan komplain merupakan sebuah bentuk penanganan atau penataan, dan pengaturan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam menyelesaikan atau mengatasi suatu sanggahan atau reaksi dari ketidakpuasan seseorang terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara tidak efisien dan efektif oleh perusahaan tersebut.

Afriani (2012), berpendapat bahwa penanganan komplain merupakan suatu fungsi yang digunakan untuk memperbaiki ketidakpuasan konsumen dengan segera. Selain itu, penanganan komplain juga merupakan salah satu bentuk komunikasi antara organisasi bisnis dan konsumen, baik itu dari kritik, masukan, saran maupun komplain yang diberikan oleh konsumen. Tjiptono (2014), mengemukakan bahwa terdapat beberapa aspek dalam menangani sebuah komplain yang baik dan efektif, antara lain:

- 1 Permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang dialami.

Apabila seseorang memberikan komplainnya, ada baiknya sebagai pengelola harus menyampaikan sebuah permintaan maaf atas ketidaknyamanan yang telah mereka rasakan, dengan begitu akan menambahkan point plus serta nilai respek dari konsumen atau wisatawan tersebut karena telah memberikan sebuah pelayanan yang baik dan memuaskan. Tak hanya itu dengan mengakui kesalahan maka perusahaan akan dinilai memiliki kepedulian yang tinggi kepada mereka.

- 2 Empati kepada wisatawan.

Untuk menghadapi wisatawan yang merasa kecewa atau marah, harus dengan bersikap sabar dan menghadapi dengan kepala dingin serta menunjukkan rasa empati kepada wisatawan tersebut. Apabila hal tersebut tidak dilakukan maka situasi tersebut akan semakin memburuk. Oleh karena itu dibutuhkan waktu yang cukup luang untuk dapat memahami keluhan atau komplain dari mereka serta berusaha mengerti situasi yang mereka rasakan. Dengan begitu maka permasalahan yang terjadi tersebut akan menjadi jelas dan pemecahan akan masalah tersebut akan terselesaikan dengan cepat.

- 3 Kecepatan dalam menangani komplain yang masuk.

Ini merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penanganan komplain. Setiap komplain yang masuk harus segera ditangani secepat mungkin. Hal

itu dikarenakan jika sebuah komplain tidak segera ditangani maka akan berdampak buruk pada citra dari daya tarik wisata tersebut.

4 Kewajaran atau keadilan dalam menangani komplain.

Dalam hal ini, untuk dapat memecahkan permasalahan atau komplain yang ada itu harus dengan memperhatikan aspek kewajaran pada biaya maupun kinerja jangka panjang. Hal ini dilakukan agar hasil yang didapatkan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, yaitu situasi yang *win-win*, yang mana dalam hal ini kedua belah pihak baik wisatawan maupun perusahaan atau pengelola sama-sama merasa diuntungkan.

5 Kemudahan untuk menghubungi pihak pengelola.

Sebuah akses yang dibutuhkan wisatawan untuk dapat menyampaikan sebuah komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhan atau komplain yang dirasakan dengan melalui metode komunikasi yang mudah digunakan, seperti saluran telepon bebas pulsa (*hot line service*) atau *call centre*, email, *website*, dan kotak saran agar seseorang tersebut dapat menyampaikan komplainnya.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penanganan komplain ini sangatlah perlu untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Dengan adanya penanganan komplain yang cepat dan efektif ini merupakan sebuah sikap yang bijaksana dan tepat karena dengan begitu pengelola akan dapat mengantisipasi hal-hal yang dapat memperburuk citra dari perusahaan tersebut dan juga akan memberikan peluang untuk dapat merubah seseorang yang semula merasa tidak puas menjadi puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan.

2.2 Wisatawan

Menurut Sugiana (2011), wisatawan ialah seseorang atau sekelompok orang yang sedang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk beristirahat, berbisnis, berobat ataupun melakukan kunjungan keagamaan dan untuk tujuan perjalanan studi. Berdasarkan pasal 5 Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial

Perserikatan bangsa-bangsa No. 807, yang dimaksud dengan wisatawan ialah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya biasa dengan alasan apapun juga kecuali mengusahakan sesuatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjungi. Menurut *World Tourism Organization* (WTO), wisatawan ialah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara dengan tanpa melihat asal kewarganegaraannya untuk dapat melakukan kunjungan ke suatu tempat pada negara yang sama dalam jangka waktu yang lebih dari 24 jam yang tujuan utama perjalanannya dapat diklasifikasikan untuk berekreasi dan kunjungan bisnis.

Di Indonesia, istilah wisatawan ini sesuai dengan Instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 yang mana wisatawan ialah setiap orang yang sedang berpergian dari tempat tinggal asalnya untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat atau daerah lain dengan tujuan untuk menikmati perjalanan wisata. Menurut Yoeti (1996), terdapat dua jenis wisatawan, yaitu:

1. Wisatawan Mancanegara, ialah seseorang yang berasal dari negara lain yang sedang melakukan aktivitas perjalanan wisata ke suatu negara lain yang bukan merupakan cakupan negara tempat ia tinggal.
2. Wisatawan Nusantara, ialah seseorang yang bertempat tinggal di suatu negara dan berkewarganegaraan di wilayah tersebut yang sedang melakukan perjalanan wisata di wilayah cakupan negara yang dia tinggali.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan ialah seseorang atau sekelompok orang yang sedang melakukan perjalanan ke satu tempat ke tempat lainnya dalam jangka waktu sementara atau tidak permanen. Wisatawan merupakan aktor dalam kegiatan berwisata sehingga kegiatan pariwisata akan dapat terlaksana dengan bergantung pada adanya interaksi yang dilakukan antara wisatawan dengan daya tarik wisata yang dikunjunginya serta didukung oleh adanya sarana dan prasarana pariwisata.

2.3 *Standard Operating Procedure (SOP)*

Menurut Sailendra (2015), *Standard Operating Procedure (SOP)* merupakan sebuah panduan proses kerja yang harus dilakukan pada setiap perusahaan maupun instansi. Harnani (2016), mengemukakan bahwa *Standard Operating Procedure (SOP)* adalah serangkaian instruksi kerja tertulis yang terdokumentasikan mengenai proses penyelenggaraan administrasi sebuah perusahaan, bagaimana dan kapan harus dilaksanakan, dimana dan oleh siapa proses tersebut dilakukan. Menurut Susilowati (2017), *Standard Operating Procedure (SOP)* didefinisikan sebagai suatu dokumen yang menjelaskan mengenai aktivitas operasional yang dilakukan sehari-hari, dengan tujuan agar pekerjaan tersebut dapat terlaksana dengan benar, tepat, dan konsisten.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, *Standard Operating Procedure (SOP)* merupakan suatu pedoman yang digunakan oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk memberikan kemudahan dalam menjalankan operasionalnya. Selain itu, SOP juga dapat dijadikan sebagai acuan kerja oleh seseorang agar dapat menjadi sumber daya manusia yang profesional dan handal sehingga visi dan misi perusahaan dapat terwujud dengan baik.