

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata dinilai sebagai industri yang menjanjikan karena industri ini berperan dalam menggerakkan roda perekonomian bagi sebagian negara di dunia. Karakteristik pariwisata yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial ekonomi dapat dimanfaatkan oleh setiap negara untuk mendapatkan keuntungan pada industri ini.

Berdasarkan laporan *The World Travel & Tourism Council* (WTTC), Mari Elka Pangestu (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) menuturkan bahwa peran pariwisata semakin signifikan dalam perekonomian global. Tahun 2013, pasar pariwisata dunia sudah mencapai US\$ 7 triliun, dan di tahun 2014 pertumbuhan diperkirakan bisa mencapai 4,2% (www.parekraf.go.id diakses 1 April 2014, 22.11 WIB). Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan industri pariwisata tetap positif ditengah situasi ketidakpastian dan perlambatan pertumbuhan ekonomi global. Selain itu, Mari Elka Pangestu (Menparekraf) beranggapan bahwa pariwisata merupakan industri yang memiliki ketahanan tinggi (*resilience*) terhadap krisis.

Indonesia sebagai bagian dari kawasan Asia Tenggara turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata Asia Tenggara. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) menyatakan bahwa ASEAN sebagai wilayah dengan pertumbuhan industri pariwisata tertinggi di dunia dengan persentase pertumbuhan tahun 2013 sebesar 12% yang lebih besar dibandingkan pertumbuhan industri pariwisata global yang tumbuh sebesar 5%. (www.parekraf.go.id diakses 3 April 2014, 13.17 WIB).

Dalam perekonomian Indonesia, pariwisata berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja hingga pemasukan devisa. Kemenparekraf mencatat bahwa dalam bidang ketenagakerjaan, pada tahun 2013 sektor pariwisata telah menyerap tenaga

kerja sebanyak 10,18 juta orang yang dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebanyak 9,41 juta orang. Sementara sebagai penghasil devisa, sektor ini berada di posisi ke 4 dengan pencapaian sebesar 10 miliar dollar AS (www.travel.kompas.com diakses 1 April 2014, 22.35 WIB).

Indonesia dengan sejuta pesona. Beragam kekayaan dan keindahan alam serta warisan budaya menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan khususnya wisman untuk berkunjung. Pemerintah melalui Kemenparekraf melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan kunjungan wisman melalui kegiatan promosi ke mancanegara dengan berpartisipasi dalam pameran pariwisata seperti *Tournament of Roses* (ToR). Selain itu, pemerintah bersama para *stakeholder* berusaha meningkatkan koneksitas penerbangan langsung dari negara sumber wisman ke destinasi pariwisata di Indonesia. Diharapkan semakin banyak penerbangan langsung akan mendorong meningkatnya kunjungan wisman ke Indonesia dikutip dari www.tribunnews.com diakses 3 April 2014 jam 13.26 WIB.

Jumlah kunjungan wisman yang datang ke Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan disajikan dalam tabel berikut :

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN WISATAWAN MANCANEGARA DI INDONESIA
TAHUN 2010 – 2013

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisman
2010	7.002.944
2011	7.649.731
2012	8.044.462
2013	8.637.275

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisman pada tahun 2013 mencapai angka 8.637.275 orang atau naik sebesar 7,37% dibandingkan dengan kunjungan wisman pada tahun sebelumnya dengan angka 8.044.462 orang. Pencapaian ini menjadi pertanda baik untuk pariwisata Indonesia

khususnya di tahun 2014 ini pemerintah optimis dengan target kunjungan wisman dapat terpenuhi sebanyak 9,2 juta orang diiringi dengan keikutsertaan Indonesia pada *Vakantiebeurs* 2014 Belanda serta TRAVEX (*Travel Exchange*) dalam forum ATF 2014 (www.travel.kompas.com diakses 3 April 2014, 15.26 WIB).

Perkembangan industri pariwisata Indonesia yang pesat diikuti oleh pertumbuhan nilai investasi yang cukup baik pada industri ini. Di tahun 2013 investasi pada industri pariwisata mencapai US\$ 602,648 juta dengan sebagian besar diperuntukan bagi hotel dan restoran dikutip dari www.parekraf.go.id diakses 3 April 2014, 14.14 WIB. Indonesia berada pada peringkat ketiga se-Asia dalam bidang pembangunan dan investasi perhotelan.

Menurut Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia (Menbudpar, 2010), Hotel adalah suatu bangunan atau sebagian daripadanya yang khusus disediakan untuk setiap orang agar dapat menginap dan makan serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran atau mempunyai restoran yang berada dibawah manajemen hotel tersebut. Kelas hotel ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Diparda).

Kota Bandung dianggap sebagai kota potensial dalam perkembangan bisnis perhotelan karena kota ini dikenal sebagai kota tujuan wisata. Berdasarkan informasi dari www.bisnis.news.viva.co.id diakses pada 3 April 2014, 17.05 WIB, kenaikan kunjungan wisman melalui Bandara Husein Sastranegara mencapai 22% dengan wisatawan terbanyak berasal dari Malaysia dan Thailand yang bertujuan untuk melakukan wisata belanja di Bandung. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Bandung menjadi alasan tingginya minat para pengusaha dalam mendirikan hotel di kota ini. Umumnya para investor menanamkan modalnya pada hotel dengan klasifikasi hotel berbintang. Jumlah hotel berbintang di Kota Bandung disajikan dalam tabel berikut:

TABEL 1.2
JUMLAH HOTEL BERBINTANG DI KOTA BANDUNG
TAHUN 2010 – 2013

Tahun	Hotel Berbintang					Total
	1	2	3	4	5	
2010	7	16	28	19	6	77
2011	9	18	28	22	7	84
2012	10	22	29	23	9	93
2013	10	22	28	24	9	93

Sumber: Jabar.bps.go.id, 2014

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah hotel berbintang di Kota Bandung terus mengalami peningkatan. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis perhotelan semakin tinggi dan diperkirakan pada tahun 2014 ini jumlah hotel-hotel baru akan bertambah.

Umumnya hotel memiliki tiga penggolongan kepemilikan yaitu *Independent*, *National Chain Hotel*, dan *International Chain Hotel*. Para investor asing dengan label ternama melakukan ekspansi dengan cara mendirikan hotel-hotel baru kelas internasional. Terkadang beberapa investor lokal dalam mendirikan hotelnya bekerjasama dengan investor asing untuk menyerahkan manajemen hotel karena dianggap lebih profesional dalam penanganan operasional hotel. *International Chain Hotel* berkembang pula pada industri perhotelan di Bandung yang banyak didominasi oleh hotel-hotel bintang empat dan lima. Berikut ini merupakan daftar nama jaringan hotel internasional yang terdapat di Kota Bandung.

TABEL 1.3
JARINGAN HOTEL INTERNASIONAL DI KOTA BANDUNG
TAHUN 2013

Nama	Jaringan Hotel Internasional
Arion Swiss-Belhotel	Swiss Belhotel International
Ibis Hotel	Accor Group
<i>Novotel</i>	<i>Accor Group</i>
Hilton	Hilton Hotel Corp
Hyatt Regency	Global Hyatt Corp

Nama	Jaringan Hotel Internasional
Sheraton Hotel & Towers	StarWood Corp Inc
Holiday Inn	Intercontinental Hotel Group

Sumber: Modifikasi penulis dari berbagai sumber, 2013

Berdasarkan data pada tabel 1.3 terdapat sepuluh hotel dibawah jaringan hotel internasional di Bandung. Jumlah hotel jaringan internasional di Bandung akan bertambah diantaranya, Mercure Hotel, Ibis Style serta Pullman Hotel yang rencananya akan beroperasi pada pertengahan dan akhir tahun 2014 ini. Ketiganya merupakan bagian dari Accor Group International.

Accor Group International yang berpusat di Prancis merupakan operator hotel terkemuka dunia sebagai pemimpin pasar di Eropa. Novotel Bandung merupakan hotel bintang empat bagian dari Accor Group International dengan brand hotel skala menengah. Hotel ini memulai bisnisnya sejak 10 Desember 2006 dimiliki oleh PT. Kamarku Nyaman dan didesain dengan konsep *natural living* yang cocok untuk perjalanan bisnis dan liburan keluarga. Novotel Bandung berada di jalan Cihampelas no 23-25 Bandung dengan lokasi hotel yang terbilang cukup strategis karena berada dekat dengan pusat pemerintahan dan pusat perbelanjaan. Hal ini seharusnya dapat memberikan kontribusi cukup besar terhadap volume penjualan kamar. Berikut merupakan data mengenai jumlah kamar yang tersedia (*room available*) dan jumlah kamar yang terjual (*room sold*) di Novotel Bandung.

TABEL 1.4
ROOM AVAILABLE & ROOM SOLD NOVOTEL BANDUNG
TAHUN 2012 - 2013

Tahun	Room Available	Room Sold
2012	57.096 kamar	48.210 kamar
2013	56.940 kamar	46.527 kamar

Sumber : *Front Office* Novotel Bandung, 2013

Finina Noviani, 2015

PENGARUH COMPLAINT HANDLING MELALUI PROGRAM "YOU OFFICER" DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI NOVOTEL BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa dalam kenyataannya terjadi penurunan terhadap volume penjualan kamar di Novotel Bandung. Pada tahun 2013 terjadi penurunan terhadap jumlah kamar yang terjual yaitu sebesar 2,7% dari tahun sebelumnya dengan persentase kamar yang terjual sebesar 81,7 % dan jumlah kamar yang tidak terjual sebanyak 10.413 kamar. Angka ini terbilang cukup besar bila dibandingkan dengan tahun 2012 dengan jumlah kamar yang tidak terjual sebanyak 8.886 kamar. Wilayah yang cukup strategis tidak menjamin volume penjualan kamar di Novotel Bandung meningkat. Selain itu, dampak dari persaingan yang tinggi di Industri Perhotelan Kota Bandung pun turut berpengaruh pada tingkat hunian kamar. Data mengenai tingkat hunian kamar (*room occupancy*) Novotel Bandung disajikan pada tabel berikut:

TABEL 1.5
ROOM OCCUPANCY NOVOTEL BANDUNG
TAHUN 2010 – 2013

Tahun	<i>Room Occupancy</i>
2011	84 %
2012	84.8 %
2013	82.1 %

Sumber : *Front Office* Novotel Bandung, 2013

Berdasarkan data dalam Tabel 1.5 menunjukkan bahwa tingkat hunian kamar tahun 2011 ke 2012 mengalami peningkatan sebesar 0.8 %. Namun, pada tahun 2013 terjadi penurunan tingkat hunian kamar dengan persentase sebesar 2.7%. Penurunan tingkat hunian kamar dapat disebabkan oleh tamu yang lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh hotel lain yang menawarkan produk atau jasa yang lebih menarik.

Upaya yang dapat dilakukan pihak hotel agar tamu hotel tidak berpindah pada produk atau jasa yang ditawarkan pesaing lain terutama para pesaing baru di industri perhotelan yaitu fokus terhadap kebutuhan dan keinginan tamu yang tidak terungkap dan belum dapat dipenuhi oleh pihak hotel sehingga dampaknya seringkali tamu merasa tidak puas. Dalam industri perhotelan kepuasan menjadi hal yang penting guna mendapatkan keuntungan, membantu perusahaan untuk mempertahankan tamu, dan melindungi perusahaan dalam menghadapi pesaingnya (Shin *et al.* dan Fornell dalam Metwally, 2013:300).

Tjiptono (2011:454) mengungkapkan bahwa ada empat metode pengukuran kepuasan yaitu melalui sistem keluhan dan saran (*guest comment*), *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil temuan *guest comment* mengenai pelayanan secara keseluruhan menunjukkan bahwa pihak hotel masih belum optimal dalam meningkatkan kepuasan tamu. Bentuk ketidakpuasan tamu dapat tergambar dari keluhan yang disampaikan tamu melalui *guest comment* sebagai sarana untuk menyampaikan saran atau kritik dari tamu yang pernah menginap di Novotel Bandung. Berikut merupakan data mengenai jumlah keluhan tamu yang terdapat dalam *guest comment* Novotel Bandung.

TABEL 1.6
JUMLAH KELUHAN TAMU DALAM *GUEST COMMENT* NOVOTEL BANDUNG TAHUN 2010 – 2013

Tahun	Jumlah Keluhan Tamu
2009	673
2010	419
2011	449
2012	296
2013	420

Sumber : *Front Office* Novotel Bandung, 2013

Berdasarkan Tabel 1.6 menunjukkan bahwa jumlah keluhan tamu terbanyak terjadi pada tahun 2009 dengan persentase sebesar 49,4%. Di tahun 2013 jumlah keluhan tamu mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 29,5% dengan tambahan keluhan sebanyak 124 keluhan.

Terjadinya peningkatan keluhan tamu di tahun 2013 dapat bersumber dari internal hotel yaitu dari masing-masing departemen operasional yang sebagian melakukan kontak langsung dengan tamu sehingga memungkinkan terjadinya keluhan karena adanya ketidakpuasan tamu terhadap pelayanan suatu departemen. *Front Office, Housekeeping, F&B Service, Kitchen, Reservation, IT, Engineering,* dan *Odiseus* sebagai pusat pelayanan *Fitness Centre and Spa* merupakan departemen-departemen yang terdapat di Novotel Bandung. Selain itu, Timbulnya keluhan tamu juga dapat bersumber dari faktor lain dalam hal *facility hotel* dan *general hotel* sebagai cermin dari *performance* hotel secara keseluruhan. Berikut disajikan dalam tabel mengenai sumber keluhan tamu berdasarkan masing-masing departemen di Novotel Bandung.

TABEL 1.7
SUMBER KELUHAN TAMU BERDASARKAN MASING-MASING
DEPARTEMEN DAN FAKTOR LAIN DI NOVOTEL BANDUNG
TAHUN 2013

No	Sumber Keluhan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	<i>Kitchen</i>	1	0	4	4	2	2	0	3	1	1	0	0
2	<i>House Keeping</i>	12	2	3	8	2	15	3	5	7	5	6	1
3	<i>F&B Service</i>	0	3	1	2	3	2	0	2	0	1	2	0
4	<i>Front office</i>	2	2	2	2	2	4	2	0	0	0	0	0
5	<i>General</i>	15	17	35	21	54	16	3	11	9	21	10	5
6	<i>Reservasi</i>	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
7	<i>Engineering</i>	4	5	14	3	5	4	2	15	5	3	2	0
8	<i>IT</i>	4	0	0	0	0	8	1	0	0	0	0	0
9	<i>Facility</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	<i>Odiseus</i>	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0
Total Keluhan Tamu		39	30	60	41	69	52	12	37	22	31	21	6

Sumber : *Front Office* Novotel Bandung, 2013

Keluhan terbanyak terjadi pada bulan Mei. Dari sepuluh macam sumber keluhan tamu berdasarkan masing-masing departemen dan faktor lain yang tersaji pada Tabel 1.7 menunjukkan bahwa *general* sebagai sumber keluhan terbanyak di sepanjang tahun 2013. Keluhan tamu yang bersumber dari *general* merupakan faktor lain ketidakpuasan yang tidak bersumber dari departemen manapun.

Keluhan tamu yang bersumber dari *general* di Novotel Bandung diantaranya mengenai pelayanan secara keseluruhan, produk dan harga yang ditawarkan, *features* yang kurang memenuhi kebutuhan tamu seperti area parkir yang kurang luas, kolam renang yang kecil, kamar yang kurang kedap suara serta keluhan lain yang berhubungan dengan keseluruhan *performance* hotel yang bersifat *general*. Untuk lebih mengetahui lebih detail mengenai alasan tamu melakukan keluhan di Novotel Bandung disajikan pada tabel berikut.

TABEL 1.8
ALASAN TAMU MENYAMPAIKAN KELUHAN DI NOVOTEL
BANDUNG (PERIODE MEI – DESEMBER 2013)

<i>Summary Top 10 Complaint</i>										
<i>No</i>	<i>Reason For Complaint</i>	<i>May</i>	<i>Jun</i>	<i>Jul</i>	<i>Aug</i>	<i>Sep</i>	<i>Oct</i>	<i>Nov</i>	<i>Dec</i>	<i>Total</i>
1	<i>AC Problem</i>	1	19	23	22	18	16	11	7	117
2	<i>Others</i>	0	36	5	12	6	1	7	8	75
3	<i>TV Problem</i>	0	9	11	8	11	4	5	8	56
4	<i>Water Problem</i>	0	15	3	29	5	0	0	0	52
5	<i>Internet Problem</i>	0	15	7	7	2	5	3	5	44
6	<i>Toilet Problem</i>	0	16	7	9	5	0	0	0	37
7	<i>Laundry</i>	0	12	2	0	0	1	0	1	16
8	<i>Electricity</i>	0	0	5	0	6	0	1	1	13
9	<i>Sound Proof Problem</i>	0	0	0	0	3	2	1	4	10
10	<i>Room Bad Smell</i>	1	6	1	2	0	0	0	0	10

Sumber : *Front Office* Novotel Bandung, 2013

AC Problem, TV Problem, Water Problem, Internet Problem, Toilet Problem, Laundry, Electricity, Sound Proof Problem, Room Bad Smell, dan Others merupakan sepuluh alasan tamu melakukan keluhan. Tabel 1.8 menunjukkan bahwa peringkat teratas adalah keluhan mengenai *Air Conditioner (AC) Problem*. Berdasarkan data internal yang tertuang dalam *Summary Complaint Front Office Department* mengenai hal apa saja yang dikeluhkan tamu ketika menginap menunjukkan bahwa banyak tamu menyampaikan keluhannya mengenai AC di dalam kamar yang kurang dingin dan ditemukan keluhan lain mengenai AC yang tidak berfungsi ketika tamu di dalam kamar. Hal ini menjadi

Finina Noviani, 2015

PENGARUH COMPLAINT HANDLING MELALUI PROGRAM “YOU OFFICER” DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI NOVOTEL BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

perhatian pihak manajemen hotel untuk melakukan *double check* fasilitas kamar sebelum tamu menempatinnya.

Keluhan yang tidak ditangani dengan baik akan berdampak negatif bagi pihak hotel karena dikhawatirkan tamu akan menyampaikan ketidakpuasannya selama menginap kepada orang lain yang akan berpengaruh pada citra hotel atau tamu yang merasa tidak puas diprediksikan tidak akan kembali menggunakan produk atau jasa dari Novotel Bandung sehingga dengan mudah dapat berpindah pada produk atau jasa yang ditawarkan pesaing lain. Oleh karena itu, pihak Novotel Bandung harus lebih tanggap dalam menangani keluhan yang disampaikan tamu karena seperti yang dikemukakan oleh McCole *et al*, dalam Warsame (2008:22) bahwa “kepuasan pelanggan dihubungkan dengan apa yang perusahaan lakukan dan bagaimana perusahaan bertindak ketika kegagalan jasa atau masalah terjadi”.

Terdapat delapan strategi utama yang dapat diintegrasikan dalam rangka meningkatkan kepuasan menurut Tjiptono dan Chandra (2011:314) yaitu melalui strategi manajemen ekspektasi pelanggan, *relationship marketing and management*, *aftermarketing*, strategi retensi pelanggan, *superior customer service*, *technology infusion strategy*, sistem penanganan komplain secara efektif, dan strategi pemulihan layanan.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan tamu adalah sistem penanganan komplain secara efektif. Vos dan Huitema (2008:9) mengungkapkan bahwa penanganan komplain adalah suatu bentuk aktivitas operasional yang ditujukan langsung untuk membantu tamu dalam menyelesaikan keluhannya. Penanganan komplain secara efektif penting dilakukan karena seperti yang dikemukakan Mccole dalam Warsame (2008:10) kepuasan tamu dapat dihubungkan dengan bagaimana perusahaan menangani keluhan tamu. Tjiptono dan Chandra (2011:359) mengungkapkan bahwa penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk/jasa perusahaan yang puas atau bahkan menjadi “pelanggan abadi”.

Novotel Bandung sebagai salah satu hotel bintang empat telah konsisten untuk fokus pada kepuasan tamu terbukti melalui pernyataan misi Novotel Bandung pada tahun 2014 ini “*to maintain as a leading hotel in Bandung by delighting and satisfying our guest with high spirit of motivation, well trained and enthusiastic employees*”. Selain itu, penerapan strategi khusus dalam meningkatkan kepuasan tamu diwujudkan dalam program terbaru yang diluncurkan Novotel Bandung pada awal Juni tahun 2013 yaitu program *YOU Officer*. Dalam program ini kepuasan tamu menjadi misi utama setiap karyawan Novotel yang tergambar pada *statement* “*Our Mission is Your Satisfaction*” (misi kami adalah kepuasan tamu). Pelayanan *YOU Officer* berupa line khusus internal yaitu #888 sebagai pelayanan personal untuk seluruh permintaan dan keluhan tamu yang berlaku bagi seluruh tamu yang menginap di Novotel Bandung.

Davidow dalam Valster (2013:16) mengemukakan bahwa *complaint handling* terdiri dari *timeliness, facilitation, redress, apology, credibility, dan attentiveness*.

Karyawan *YOU Officer* selalu berusaha untuk menangani keluhan tamu dengan cepat sebagai penerapan dari *timeliness*. Bentuk penerapan *facilitation* dalam program *YOU Officer* adalah tersedianya hotline #888 yang dapat diakses langsung dari saluran telepon dikamar maupun saluran telepon atau *house phone* yang terdapat di area publik hotel seperti pada area *meeting rooms* dan *lobby*. Bentuk *redress* dalam program *YOU Officer* yakni berupa tindakan langsung atau implementasi solusi yang dilakukan karyawan dalam menangani keluhan. *Apology* yang dilakukan berupa permohonan maaf yang disampaikan secara langsung kepada tamu yang menyampaikan keluhan. Tamu mendapatkan penjelasan mengenai penyebab keluhan terjadi setelah karyawan mencari lebih banyak detail mengenai hal yang dikeluhkan tamu sebagai bentuk dari *credibility*. Dalam penerapan *attentiveness*, karyawan senantiasa menunjukkan pengertian akan kebutuhan tamu dengan cara mendengarkan tamu saat mengekspresikan keluhan dan pihak hotel harus mampu menunjukkan kepada tamu bahwa

kenyamanan tamu itu penting sehingga tamu yang melakukan keluhan merasa diperhatikan dan percaya bahwa keluhan dapat ditangani dengan baik.

Program *YOU Officer* sebagai bentuk dari pelaksanaan strategi penanganan keluhan (*complaint handling*) tamu yang dilakukan oleh pihak Novotel Bandung diharapkan mampu meningkatkan serta mempertahankan kepuasan tamu. Apakah program tersebut sudah sesuai dengan harapan tamu hotel dalam meningkatkan kepuasan? Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian mengenai **“PENGARUH *COMPLAINT HANDLING* MELALUI PROGRAM “*YOU OFFICER*” DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI NOVOTEL BANDUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian data, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana *complaint handling* melalui program *YOU Officer* yang dilakukan Novotel Bandung?
2. Bagaimana kepuasan tamu di Novotel Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *complaint handling* melalui program *YOU Officer* dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu di Novotel Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Gambaran penanganan keluhan (*complaint handling*) di Novotel Bandung
2. Gambaran kepuasan tamu di Novotel Bandung
3. Pengaruh *complaint handling* melalui program *YOU Officer* dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu di Novotel Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis kegunaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta memperluas kajian mengenai ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya Manajemen Perhotelan dengan bahan kajian lebih lanjut mengenai penanganan keluhan tamu (*complaint handling*) dalam upaya meningkatkan kepuasan tamu.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian secara praktis:

1. Untuk pihak Novotel Bandung, dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kepuasan tamu melalui penanganan keluhan tamu (*complaint handling*) serta meningkatkan kinerja program penanganan keluhan agar menjadi lebih baik di masa yang akan datang.
2. Untuk Industri Perhotelan, dapat memberikan masukan mengenai ilmu perhotelan khusus mengenai *complaint handling* dan kepuasan tamu untuk dapat diterapkan secara langsung oleh pihak pengelola industri perhotelan.
3. Untuk Industri Pariwisata, dapat memberikan masukan dan informasi berkaitan dengan ilmu kepariwisataan sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku industri pariwisata untuk dapat diterapkan secara langsung. Selain itu diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi para pembaca untuk menambah wawasan atau melakukan penelitian lebih lanjut mengenai bahasan yang sama.