

ANALISIS MANAJEMEN KOMPLAIN PADA OBJEK WISATA DI KOTA BATU

Mohamad Nur Singgih¹ dan Priyo Sudibyo²

Universitas Merdeka Malang^{1,2}

Email korespondensi: msingh.mlg@gmail.com

Abstract

Batu City is one of the tourist destinations in East Java Province which not only has a magnitude of tourism to attract many tourists to visit it. The high level of tourist satisfaction will have implications on the number of tourist to visit. One of the efforts to increase the satisfaction of tourists is done by improving the quality of service to tourists. The management of tourist complaints is one of the efforts to help improving the quality of tourism services in Batu city. The objective of the research was to develop an effective complaints management model (customer complaint) to improve the service quality. The research sites are: Jatim Park, Seleka, Batu Night Spectacular (BNS), Songgoriti, Predator Fun Park, Museum of Angkot, Wonderland. The Survey method uses to digging information about the mechanism of managing tourist guides through interviews and distributing questionnaires for tourists in the research location. The data analysis used quantitative descriptive method by describing the numbers from the result of research analysis. The results of the research explain that the main thing of complaint management that can improve the quality of service is the customer focus. The tourist complaints become a source of improvement for both the attitude and responsiveness of employees to serve the customers. The complaint management has an effect on the satisfaction of tourists through the quality of service. The better the management of complaints handling, then the satisfaction of tourists will be increasing.

Keywords: *Quality, Complaint, Management*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor industri potensial yang menjadi pilar ekonomi untuk menghasilkan devisa negara. Industri pariwisata adalah suatu industri yang tidak mengeluarkan asap yang dapat menciptakan kemakmuran. Berdasarkan Neraca Pariwisata Nasional (2016) jumlah perjalanan wisatawan nusantara 2015 berjumlah 256.419.000 atau naik 2,06 % dari tahun 2014 dengan jumlah perjalanan wisatawan nusantara 251.237.000. Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selaman tahun 2016 mencapai 12 juta jiwa atau meningkat 5,16 % dan penerimaan devisa pariwisata pada tahun 2012 diperkirakan mencapai US\$9,1 miliar atau naik 5,81 persen dibanding penerimaan devisa tahun 2011 yang sebesar US\$8,6 miliar. Pada era otonomi daerah, industri pariwisata telah dikembangkan oleh pemerintah daerah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi pada suatu daerah. Industri pariwisata mampu memberikan multiplier efek terhadap perekonomian daerah dengan sumbangan terhadap pendapatan asli daerah (PAD), penciptaan kesempatan berusaha, penciptaan lapangan kerja sehingga mampu mengurangi pengangguran.

Kota Batu merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Timur dengan berbagai objek wisata potensial yang menjadi magnet untuk menarik wisatawan

baik mancanegara maupun wisatawan domestik. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan dalam penerimaan pendapatan asli daerah (PAD) di kota Batu. Berbagai upaya dilakukan oleh seluruh pemangku kepentingan pariwisata untuk mengembangkan sektor pariwisata agar mampu menarik wisatawan sebanyak mungkin. Berdasarkan data Dinas Pariwisata (Disparta) Kota Batu, wisatawan yang berkunjung ke kota Batu berjumlah 3.3 juta untuk tahun 2014 dan 3,6 juta tahun 2015. Objek wisata yang mendukung perkembangan pariwisata di kota Batu adalah Jatim Park, Seleka, , Batu Night Spektakuler (BNS), Pemandian Air Panas Cagar, Songgoriti, Predator Fun Park, Museum Angkot, Wonderland. Beberapa jenis wisata yang ditawarkan antara lain wisata bermain anak, air terjun, kebun binatang, cinta alam, agro wisata, pemandian air panas dan lain sebagainya. Potensi lain yang mendukung perkembangan wisata kota Batu adalah *fasilitas* yang memadai untuk akomodasi seperti hotel dari kelas melati sampai dengan kelas bintang, berbagai restaurant yang menyajikan kekhasan wisata kuliner, handycraf, serta berbagai souvenir yang mudah didapat oleh wisatawan. *Aksesibilitas* yang mudah bagi wisatawan untuk mengunjungi berbagai objek wisata karena tersedianya sarana transportasi seperti angkutan lokal untuk melayani trip ke objek wisata serta dukungan akses jalan yang sangat baik untuk kenyamanan melakukan kunjungan ke objek wisata. Kecenderungan kenaikan wisatawan setiap tahunnya menunjukkan adanya kepuasan kinerja layanan wisatawan terhadap destinasi di kota Batu. Kotler (2009) apabila pelanggan puas akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali mengkonsumsi produk yang sama dan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Zeithamal dan Bitner dalam Lupiyoadi (2008) menyatakan faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa, pelanggan yang mengalami kepuasan yang tinggi cenderung bertahan.

Dari latar belakang dapat diketahui, upaya mempertahankan pelanggan selalu dilakukan setiap perusahaan atau organisasi karena sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan kuatnya pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang. Kenaikan kunjungan wisatawan pada destinasi wisata kota Batu setiap tahunnya menunjukkan keberhasilan seluruh pihak baik pengelola obyek wisata, pemerintah dan penduduk untuk menjaga kualitas layanannya sehingga mampu memenuhi harapan wisatawan. Kotler (2009) pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan yaitu a) memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan b) perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan c) memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Upaya peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan umpan balik yang berupa kritik, saran atau masukan dari wisatawan. Namun yang menjadi persoalan adalah seberapa besar tingkat kepedulian wisatawan untuk memberikan masukan untuk perbaikan kinerja pelayanan. Untuk itu diperlukan upaya memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pengelola atau pihak manajemen objek wisata dengan wisatawan untuk pengelolaan keluhan (manajemen complain) yang efektif sehingga mampu membangun komitmen bersama untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi wisatawan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menyusun model manajemen complain wisatawan yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan bagi pengelola objek wisata di kota batu.

Tjtiptono (2008) Komplain pelayanan merupakan ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tiadanya tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan. Komplain biasanya muncul karena berbagai sebab, antara lain adalah (1)Adanya ketidakpuasan pelanggan atas produk berupa barang dan/atau jasa (2)Kegagalan organisasi pelayanan memenuhi harapan pelanggan (3)Rendahnya respon aparat pelayanan atas keluhan pelanggan (4)Organisasi pelayanan gagal mewujudkan kinerja yang dijanjikan (5) Pelayanan yang tidak efisien (6)Pelayanan yang diberikan secara kasar atau tidak membantu (6) Gagal menyampaikan informasi perubahan kepada pelanggan (7)Banyaknya pelayanan yang tertunda (8)Aparat pelayanan yang tidak kompeten (9)Aparat pelayanan yang apatis/tidak adanya atensi

Hansen (2010) menyatakan bahwa: *“Mature organizations encourage customers to complain. They seek to convert complaining customers into satisfied customers.”* Oleh karena itu, bagaimana organisasi pelayanan manajemen komplain akan memberikan dampak yang signifikan terhadap efektivitas pelayanan dan persepsi pelanggan terhadapnya.

Kotler (2009) Komplain pelanggan akan memberikan manfaat : (1)Organisasi semakin tahu akan kelemahan atau kekurangannya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (2)Sebagai alat introspeksi diri organisasi untuk senantiasa responsif dan mau memperhatikan ‘suara’ dan ‘pilihan’ pelanggan (3)Mempermudah organisasi mencari jalan keluar untuk meningkatkan mutu pelayanannya. (4) Bila segera ditangani, pelanggan merasa kepentingan dan harapannya diperhatikan (6) Dapat mempertebal kepercayaan dan kesetiaan pelanggan kepada organisasi pelayanan tersebut (7) Penanganan komplain yang benar dan berhasil bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.

Manajemen komplain menurut Tjtiptono (2008) adalah suatu sistem yang digunakan untuk memonitor sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur, dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga manajemen dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah. Manajemen keluhan muncul karena adanya masalah-masalah yang ditimbulkan oleh pelayanan publik, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah ataupun swasta.

Queensland Ombudsman (2008) menyebutkan bahwa, *Complaints management is a vital component of every decision-making framework and is especially relevant to agencies that have service-oriented roles in the public sector. With increasing expectations from the community, agencies need to respond to complaints in an effective and timely way.* (Manajemen keluhan merupakan komponen penting dari setiap kerangka kerja pengambilan keputusan dan sangat relevan bagi lembaga yang memiliki layanan yang berorientasi peran di sektor publik. Dengan meningkatnya harapan dari masyarakat, lembaga perlu menanggapi keluhan dengan cara yang efektif dan tepat waktu).

Menurut Hamami (2011) manajemen keluhan merupakan *“process involves complaint acquisition, transmission, Analysis, handling and use of complaint related information in decision making.”* (suatu proses yang terdiri dari pengaduan akuisisi, transmisi, analisis, penanganan dan penggunaan informasi keluhan dalam pengambilan keputusan).

Selain itu menurut Gilly and Hansen (2010) menyatakan bahwa, *“the strategic development of a complaint management system involves analysing, planning, implementing, and controlling.* (pengembangan strategis manajemen keluhan

melibatkan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian.) Sedangkan menurut Lim and Dale, *complaint management is here regarded as part of total quality management (TQM)*. (manajemen complain dianggap bagian dari TQM).

Menurut Dr. Kernaghan Webb,(2011) "*Complaints management initiatives are mechanisms, approaches and techniques use to increase customer satisfaction with their products and services. These initiatives attempt to anticipate and prevent problems and complaints from arising, promptly and appropriately address complaints through internal processes, and when internal complaints-handling processes prove insufficient, resolve disputes fairly, effectively and efficiently through external private dispute resolution approaches.*" (manajemen complain adalah mekanisme inisiatif, pendekatan, dan teknik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan produk dan pelayanan organisasi. Disini upaya untuk mengantisipasi dan mencegah masalah yang ditimbulkan complain adalah segera dan tepat menangani keluhan melalui proses internal dan ketika proses internal penanganan keluhan terbukti tidak cukup, maka menyelesaikan sengketa secara adil, efektif dan efisien melalui pendekatan eksternal penyelesaian sengketa). Lebih lanjut dalam guide for Canadian Bussines juga disebutkan, "*Complaints management encompasses techniques, processes and systems that lessen the chance of consumers having problems and allow businesses to respond fairly, efficiently and effectively when complaints arise.*" (Manajemen complain adalah teknik, proses dan sistem yang mengurangi kesempatan konsumen mengalami masalah dan memungkinkan organisasi untuk merespon secara adil, efisien, dan efektif ketika keluhan muncul).

Keberhasilan manajemen complain dipengaruhi oleh:

- a. *Personal Factors*; yaitu faktor keahlian, rasa percaya diri, motivasi dan komitmen masing-masing aparat pelayanan
- b. *Leadership Factors*; yaitu faktor kualitas dorongan, bimbingan dan dukungan yang diberikan oleh atasan dan pimpinan tim
- c. *Team Factors*; yaitu faktor kualitas dukungan dari seluruh anggota tim pelayanan
- d. *System Factors*; yaitu faktor sistem kerja yang handal dan fasilitas yang memadai yang disediakan oleh organisasi pelayanan
- e. *Contextual (Situational) Factors*; yaitu situasi dan kondisi lingkungan baik internal maupun eksternal.

Definisi lain dikemukakan oleh *Queensland's Public Sector Agencies (2006)* bahwa, manajemen complain adalah "*a staged way of receiving, recording, processing, responding to and reporting on complaints and using them to improve services and decision making. It specifies the stages and areas of responsibility for managing complaints.*" (Suatu tahapan cara dari menerima, merekam, memproses, merespon dan melaporkan keluhan dan menggunakannya untuk meningkatkan pelayanan dan pembuatan keputusan).

Hal tersebut menentukan tahapan dan wilayah pertanggungjawaban manajemen complain. Syarat-syarat sistem dan prosedur complain yang baik: (1) Adanya keterlibatan dan komitmen yang kuat dari pimpinan pelayanan dengan menetapkan sumber dan pelatihan staf pelayanan yang tepat (2) Mengakui dan melindungi hak-hak pelanggan dan staf (3) Tersedianya sistem dan prosedur complain yang terbuka, efektif dan mudah untuk diikuti bagi pelanggan (4) Memanfaatkan umpan balik dari luar, seperti lembaga Ombudsman, lembaga

konsumen, dan sebagainya (5) Terus memonitor keluhan pelanggan agar organisasi bisa senantiasa meningkatkan mutu pelayanannya (6) Mengaudit efektivitas pelaksanaan sistem dan prosedur komplain yang telah ada.

Robert Johnston (2001) menyatakan bahwa, "*The interest in complaint management, from an operations perspective, is the process by which complaints are handled and customers recovered. The design, planning, control and execution of these processes are core operations tasks.*" (Kepentingan manajemen komplain, dari perspektif operasi adalah proses dimana keluhan pelanggan dapat ditangani dan diperbaiki. Design, perencanaan, pengendalian dan pelaksanaan proses ini (keluhan dapat ditangani) merupakan operasi inti). Penilaian atas suatu manajemen komplain yang efektif didasarkan pada karakteristik karakteristik utama berikut:

- a. Komitmen. Pihak manajemen dan semua anggota organisasi lainnya memiliki komitmen yang tinggi untuk mendengarkan dan menyelesaikan masalah komplain dalam rangka peningkatan kualitas produk dan jasa.
- b. Visible. Manajemen menginformasikan secara jelas dan akurat kepada pelanggan dan karyawan tentang cara penyampaian komplain dan pihak-pihak yang dapat dihubungi.
- c. Accessible. Perusahaan menjamin bahwa pelanggan secara bebas, mudah, dan murah dapat menyampaikan komplain, misalnya dengan menyediakan saluran telepon bebas pulsa atau amplop berperangko.
- d. Kesederhanaan. Prosedur komplain sederhana dan mudah dipahami pelanggan.
- e. Kecepatan. Setiap komplain ditangani secepat mungkin. Rentang waktu penyelesaian yang realistis diinformasikan kepada pelanggan. Selain itu, setiap perkembangan atau kemajuan dalam penanganan komplain yang sedang diselesaikan senantiasa dikomunikasikan kepada pelanggan yang bersangkutan.
- f. Fairness. Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama atau adil, tanpa membeda-bedakan pelanggan.
- g. Konfidensial. Keinginan pelanggan akan privasi dan kerahasiaan dihargai dan dijaga.

Sedangkan dalam *NSW Ombudsman's* (2010) dikemukakan bahwa, "*A complaint handling system is an organised way of responding to, recording, reporting and using complaints to improve service to customers. It includes procedures for customers to make complaints and guidelines for staff to resolve complaints, and provides information to managers and staff that can assist them to prevent customer dissatisfaction in the future.*" (Suatu sistem penanganan pengaduan adalah cara yang terorganisasi menanggapi, pencatatan pelaporan dan menggunakan pengaduan untuk meningkatkan layanan kepada pelanggan. Hal ini termasuk di dalamnya prosedur-prosedur bagi pelanggan untuk membuat pengaduan dan pedoman bagi karyawan atau staf untuk menyelesaikan keluhan dan menyediakan informasi kepada manajer dan staf yang dapat membantu mereka untuk mencegah ketidakpuasan pelanggan di masa depan).

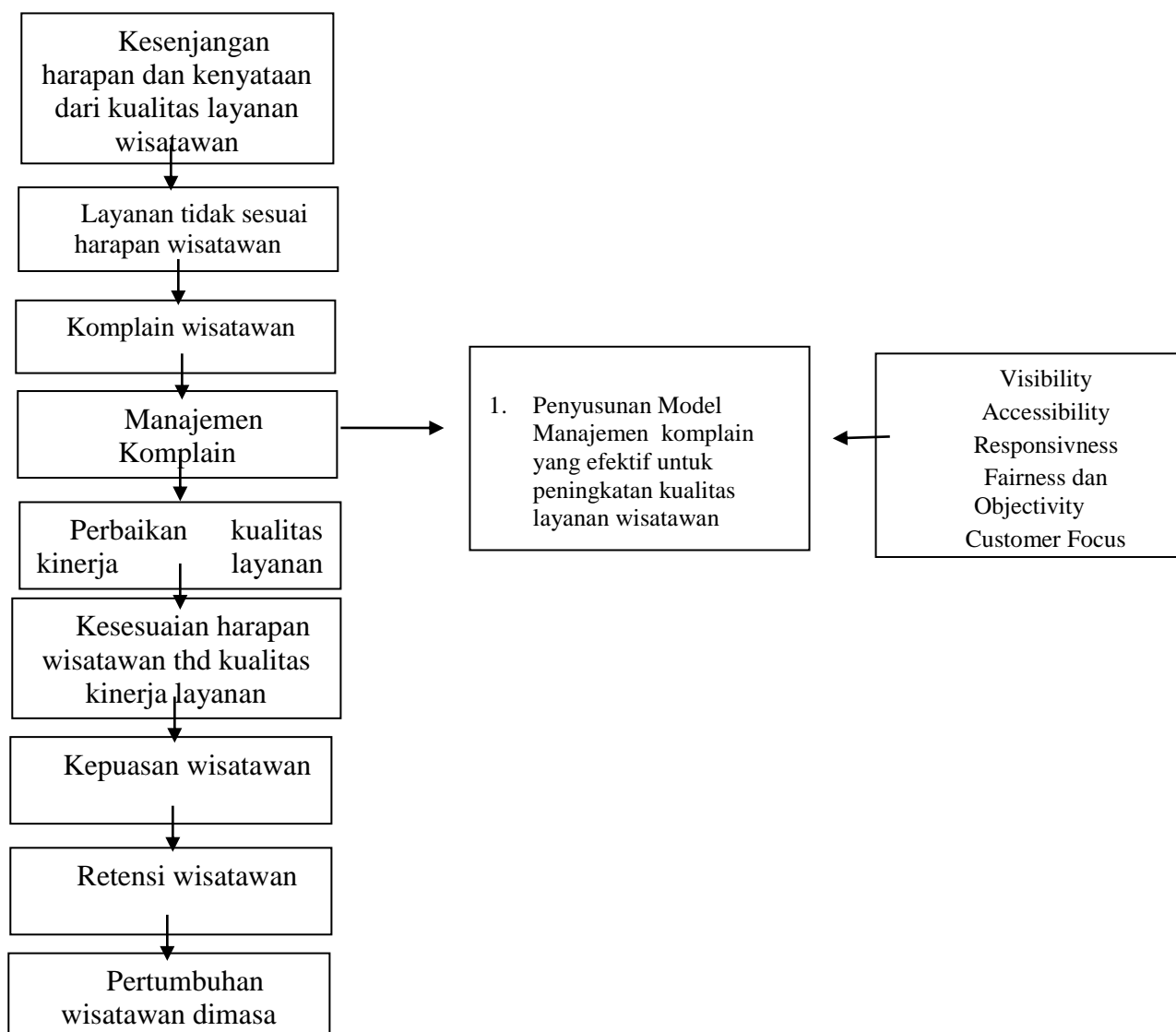
Kualitas pelayanan atau jasa merupakan salah satu faktor terpenting dalam pengukuran akan kepuasan. Untuk mengukur kualitas jasa ada beberapa metode yang digunakan diantaranya SERVQUAL. Berry, Parasuraman dan Zeithaml (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2008) Model SERVQUAL dibangun dari perbandingan dua faktor, yaitu: persepsi pelanggan atas jasa nyata yang mereka terima (*perceived service*) dengan jasa yang sesungguhnya diharapkan (*expected*

service). Bila kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dan dikatakan memuaskan apabila kenyataan sama dengan harapan. Dimensi Kualitas Pelayanan Berry, Parasuraman dan Zeithaml (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2008), kedalam lima kategori utama yaitu, (1)*tangibility*; (2)*reliability*; (3)*responsiveness*; (4)*assurance*; dan (5)*empathy*. Kemudian model mutu jasa yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2008) dapat digunakan sebagai acuan oleh pemberi jasa sehingga pemakai jasa merasa puas akan layanan yang diberikan. Model mutu ini mengemukakan lima kesenjangan (*gap*) yang memungkinkan timbulnya rasa tidak puas pemakai jasa terhadap pelayanan yang diberikan yaitu, (1) Kesenjangan pengharapan pelanggan dengan persepsi manajemen; (2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan; (3) Kesenjangan antara spesifik kualitas jasa dan penyampaian jasa para karyawan yang mungkin tidak terlatih dengan baik atau bekerja tidak sesuai standar; (4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal harapan pelanggan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh wakil-wakil dan iklan perusahaan; (5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan terjadi bila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa tersebut.

Pada umumnya kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat tinggi pula. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan pelanggan setelah pelanggan tersebut menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan barulah pelanggan akan dapat memberikan tanggapannya tentang produk atau jasa tersebut sudah sesuai dengan keinginan ataupun harapan pelanggan. (Lovelock and Waright, 2007:96) Kepuasan merupakan reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja jasa tertentu. (Khasmir, 2005:4) Kepuasan pelanggan akan tercapai jika faktor utama dari pelayanan tersebut tersedia, yaitu kesiapan sumber daya manusia dalam melayani calon pelanggan. (Hidayat, 2009). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas layanan yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan dari kualitas yang diberikan menjadi prioritas bagi perusahaan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka Penelitian



Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini yang dianalisis meliputi variabel *dependent/* terikat (Y) yaitu

- 1) Kualitas layanan (Y_1) dengan indikator : pengaruh komplain terhadap kondisi fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). dan
- 2) Kepuasan konsumen (Y_2) dengan indikator :
 - Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan wisatawan
 - Kinerja atraksi, sarana , prasarana wisata sesuai dengan harapan wisatawan
 - Wisatawan merekomendasikan lagi pada rekan atau keluarga untuk kembali mengunjungi objek wisata
 - Wisatawan ikut membantu mempromosikan objek wisata
 - Kunjungan berulang.

Variabel *independent*/bebas (X) adalah Manajemen komplain pelanggan yang terdiri dari Visibility (X₁), Accessibilty (X₂), Responsivness (X₃), Fairness dan Objectivity (X₄) dan Customer Focus (X₅) dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Visibility (X₁). Pengelola objek wisata menginformasikan secara jelas dan akurat kepada pelanggan dan karyawan tentang cara penyampaian komplain dan pihak-pihak yang dapat dihubungi.
- 2) Accessible (X₂). Pengelola objek wisata menjamin bahwa pelanggan secara bebas, mudah, dan murah dapat menyampaikan complain.
- 3) Responsivnes (X₃). Daya tanggap perusahaan dalam merespon komplain pelanggan. Pengelola objek wisata memiliki ketulusan dan niat baik untuk secara cepat dan tepat menangani komplain pelanggan atau wisatawan yang sudah masuk
- 4) Fairnes dan Objectiv (X₄). Setiap komplain mendapatkan perlakuan sama atau adil, tanpa membedakan-pelanggan. Pengelola objek wisata sudah membuat langkah-langkah untuk menidaklanjuti komplain pelanggan atau dengan prinsip win-win solution baik dari sisi prosedur, hasil maupun interaksinya
- 5) Customer Focus (X₅). Semua aktivitas, prosedur, sikap dan perilaku saat penanganan komplain sudah ditujukan pada kepuasan pelanggan atau wisatawan. Semua pihak di perusahaan (manajemen dan karyawan) terlibat menjadi bagian solusi dalam penyelesaian keluhan pelanggan atau wisatawan

Lokasi Penelitian

Lokasi survey untuk penelitian ini adalah objek wisata Jatim Park, Seleкта, Batu Night Spektakuler (BNS), Songgoriti, Predator Fun Park, Museum Angkot, Wonderland di kota Batu Malang.

Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian adalah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata objek wisata Jatim Park, Seleкта, Batu Night Spektakuler (BNS), Songgoriti, Predator Fun Park, Museum Angkot, Wonderland di kota Batu Malang. Teknik sampling menggunakan purposive sampling dengan pertimbangan pernah lebih dari satu kali berkunjung di objek wisata tersebut dengan sampel 120 wisatawan

Teknik Pengumpulan Data

Metode Survey digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran kebijakan pengelola objek wisata terkait manajemen pengaduan wisatawan serta penyebaran kuesioner pada wisatawan terkait manajemen pengaduan wisatan

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan cara mendeskripsikan angka-angka dari hasil penelitian untuk menganalisis model manajemen komplain pelanggan atau wisatawan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Variabel Manajemen Komplain

Distribusi frekuensi variabel manajemen komplain diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden sebagaimana disajikan pada Tabel

Tabel 1. Deskripsi Variabel Manajemen Komplain

Indikator	Mean
<i>Visibility</i> (X _{1.1})	3,45
<i>Accesibility</i> (X _{1.2})	3,58
<i>Responsiveness</i> (X _{1.3})	3,28
<i>Fairness & Objectivity</i> (X _{1.4})	3,25
<i>Customer Fokus</i> (X _{1.5})	3,89
Manajemen komplain (X ₁)	3,47

Sumber : Data primer Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 1, responden menyatakan cenderung setuju bahwa manajemen komplain dibentuk oleh *visibility*, *accessibility*, *responsiveness*, *fairness & objectivity*, serta *customer focus* (3,47). Kontribusi yang paling besar pembentukan manajemen komplain adalah *customer focus* yang digambarkan semua aktivitas, prosedur, sikap dan perilaku saat penanganan komplain sudah ditujukan pada kepuasan pelanggan atau wisatawan.

Variabel Kualitas Layanan

Distribusi frekuensi variabel kualitas layanan diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Mean
Komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan sarana dan prasarana di perusahaan sebagai upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan	3,82
Komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan	3,86
Komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan	4,00
Komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan dalam sikap dan perilaku untuk meningkatkan ketulusan dalam pelayanan kepada pelanggan	3,80
Komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber pembelajaran untuk penyelesaian komplain yang sama pada saat yang akan datang	3,80
Kualitas layanan (Y ₁)	3,86

Sumber : Data primer Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 2, responden setuju bahwa layanan yang diberikan kepada wisatawan berkualitas (3,86). Kontribusi yang paling besar pembentukan kualitas layanan adalah komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan.

Variabel Kepuasan Wisatawan

Distribusi frekuensi variabel kepuasan wisatawan diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden yang disajikan pada Tabel 3.

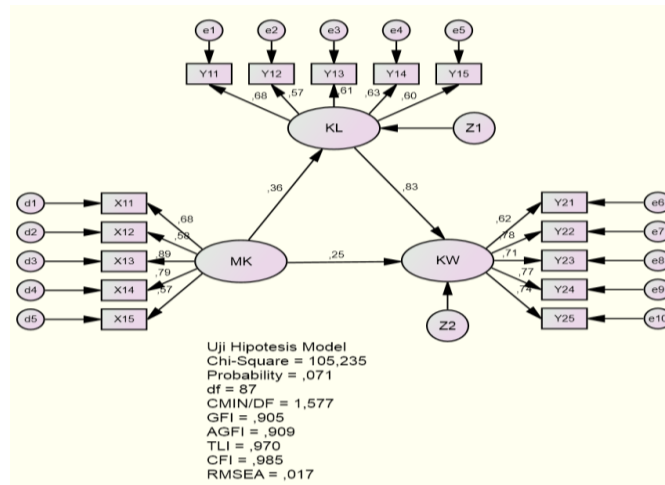
Tabel 3. Deskripsi Variabel Kepuasan Wisatawan (Y₂)

Indikator	Mean
Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan wisatawan	4,22
Kinerja atraksi, sarana, prasarana wisata sesuai dengan harapan wisatawan	3,60
Wisatawan merekomendasikan lagi pada rekan atau keluarga untuk kembali mengunjungi objek wisata	3,39
Wisatawan ikut membantu mempromosikan objek wisata	3,18
Wisatawan melakukan kunjungan lagi	3,32
Kepuasan wisatawan (Y ₂)	3,54

Sumber : Data primer Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel 3, responden cenderung setuju bahwa wisatawan merasa puas karena pelayanan sesuai harapan, kinerja atraksi, sarana, prasarana wisata sesuai dengan harapan wisatawan, menjadikan Wisatawan merekomendasikan lagi pada rekan atau keluarga untuk kembali mengunjungi objek wisata, ikut membantu mempromosikan objek wisata dan melakukan kunjungan lagi (3,54). Kontribusi yang paling besar pembentukan kepuasan wisatawan adalah pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan wisatawan.

Hasil pengujian pemodelan secara keseluruhan nampak pada Gambar 1.



Sumber : Data primer yang diolah, 2017.

Gambar 1. Pemodelan Manajemen Komplain

Keterangan :

MK (manajemen komplain)

KL (Kualitas layanan)

KW (Kepuasan wisatawan)

Berdasarkan komputasasi model dihasilkan indeks-indeks kesesuaian model (*goodness of fit*) yang disajikan pada Tabel 1. Selanjutnya nilai-nilai indeks ini dibandingkan dengan nilai *kritis (cut-off value)* dari masing-masing indeks. Sebuah model yang baik diharapkan mempunyai indeks-indeks *goodness of fit* yang lebih besar atau sama dengan nilai kritis.

Tabel 4. Hasil Pengujian *Goodness Of Fit* Model Struktural Modifikasi

Goodness Of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Model	Keterangan
Chi-Square (df = 87)	109,77	105,235	Baik
Probability Chi-Square	$\geq 0,05$	0,071	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,577	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,017	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,905	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,909	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,970	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,985	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Berdasarkan hasil evaluasi kriteria *Goodness of Fit Indices* pada Tabel 1, menunjukkan bahwa evaluasi model secara keseluruhan sudah memenuhi, maka model dapat diterima.

Pembahasan

Pengaruh Manajemen Komplain Terhadap Kualitas Layanan

Manajemen konflik berpengaruh terhadap kualitas layanan, hal ini menunjukkan bahwa tingkat komplain yang sangat fungsional berdampak pada kualitas layanan menjadi maksimal. Bila komplain terlalu rendah, kualitas layanan dalam organisasi mengalami stagnansi dan organisasi menjadi lambat dalam menyesuaikan diri dengan berbagai perkembangan lingkungan. Manajemen komplain yang digambarkan dari customer fokus, berupa semua aktivitas, prosedur, sikap dan perilaku saat penanganan komplain sudah ditujukan pada kepuasan pelanggan atau wisatawan, menjadikan layanan wisata berkualitas, yang digambarkan dari komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan, sehingga wisatawan menikmati layanan yang diberikan tempat wisata.

Pengaruh Manajemen Komplain Terhadap Kepuasan Wisatawan

Manajemen komplain berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Manajemen komplain yang digambarkan dari customer fokus, berupa semua aktivitas, prosedur, sikap dan perilaku saat penanganan komplain sudah ditujukan pada

kepuasan pelanggan atau wisatawan, hal ini menjadikan wisatawan merasa puas selama berkunjung ke tempat wisata karena pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan wisatawan sehingga ingin berkunjung lagi di wisata yang sama.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan tercermin dari pelanggan yang sangat mengapresiasi kualitas layanan yang dicerminkan dari komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan. Kualitas layanan merupakan keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan wisatawan. Cara untuk mempertahankan wisatawan adalah memberikan jasa dengan kualitas layanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Sebaliknya kualitas layanan yang buruk akan menurunkan kepuasan wisatawan. Kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Manajemen Komplain Terhadap Kepuasan Wisatawan melalui Kualitas Layanan

Kualitas layanan memediasi pengaruh manajemen komplain terhadap kepuasan wisatawan. Manajemen komplain yang digambarkan dari customer fokus, berupa semua aktivitas, prosedur, sikap dan perilaku saat penanganan komplain sudah ditujukan pada kepuasan pelanggan atau wisatawan, disertai kualitas layanan digambarkan dari komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan, akan menjadikan pelanggan merasa puas karena tidak mengalami kekeliruan dalam pencatatan, pembayaran, dan pencatatan apapun serta layanan yang disajikan sesuai waktu yang dijanjikan, sehingga mendorong wisatawan untuk berminat berkunjung kembali ke tempat wisata yang sama.

Dera (2013) Implementasi manajemen complain di RSUD Dr. Iskak Tulungagung. Manajemen komplain pelanggan dalam rangka peningkatan pelayanan di RSUD Dr. Iskak Tulungagung yang diukur dengan penerimaan, perekaman, pemrosesan, peresponan dan pelaporan keluhan masyarakat memiliki korelasi dengan peningkatan kualitas pelayanan rumah sakit. Rekomendasi untuk pelayanan pelanggan RSUD Dr. Iskak Tulungagung diharapkan terus diperbaiki dan ditingkatkan pelayanan dengan menerapkan manajemen komplain yang ideal agar tercipta kepuasan masyarakat sebagai pelanggan RSUD Dr. Iskak Tulungagung. BAPPENAS (2010), Keberhasilan implementasi manajemen komplain berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan masyarakat. Pelaksanaan pelayanan publik yang memotivasi pelanggan untuk memberikan feedback secara positif sangat penting bagi peningkatan kepuasan pelanggan. Begitu pula pada tingkat kecepatan pelayanan untuk mengatasi pengaduan masyarakat yang diketahui secara nyata diperlukan untuk memberikan kepuasan pada masyarakat. Demokratisasi pelayanan melalui mekanisme partisipasi lewat *voice* (dalam bentuk pengaduan) merupakan salah satu cara yang paling tepat untuk menyeimbangkan kembali ketimpangan struktural antara birokrasi pemberi layanan dan masyarakat. Implementasi manajemen komplain berpengaruh nyata terhadap kepuasan masyarakat atas pelayanan

4. KESIMPULAN

Manajemen komplain berpengaruh terhadap kualitas layanan. Temuan hasil penelitian menjelaskan bahwa hal utama dari manajemen komplain yang dapat meningkatkan kualitas layanan yaitu customer fokus. Hal ini tercermin dari wisatawan yang mengapresiasi kualitas layanan khususnya komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan. Dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Temuan ini menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan tercermin dari komplain pelanggan atau wisatawan menjadi sumber perbaikan untuk sikap dan daya tanggap karyawan untuk melayani pelanggan, dengan layanan yang berkualitas menjadikan wisatawan merasa puas dan berkeinginan untuk berkunjung kembali. Semakin baik penanganan manajemen komplain, maka kepuasan wisatawan semakin meningkat.

5. REFERENSI

- Bappenas, 2010. *Laporan Kajian Manajemen Pengaduan Masyarakat Dalam Pelayanan Publik*. Jakarta
- Hammami, Samiha Mjhed, 2011, *Exploring the information technology contribution to service recovery performance through knowledge based resources*, VINE, The journal of information and knowledge management systems, Vol. 41, No. 3, pp. 296-314
- Hansen, Torben, et all, 2010, *Managing consumer complaints: differences and similarities among heterogeneous retailers*, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 38, No. 1, pp. 6-23
- Hidayat, Racmad. 2009. Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. Dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1): h: 59-72
- Johnston, Robert, 2001, *Linking Complaint Management to Profit*, International Journal of Service Industry Management, Vol. 12, No. 1, pp. 60-69
- Kernaghan, 2011, *Consumer Complaint Management (a guide for Canadian Bussines)*, office of consumer affair, Canada, Hal. 13
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*, Erlangga, Jakarta
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Waright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan II. Jakarta: PT Indeks 0(1): h: 66-83
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

- Lutfi, Mustafa, 2011, *Filosofi Pelayanan Publik*. (kelompok intans publishing) dan Jaringan Nasional Masyarakat Peduli Pelayanan Publik (MP3). Setara Press, Malang
- Nasution, M.N., 2005, *Manajemen Mutu Terpadu Edisi Kedua*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Ngai, Eric.W.T., Vincent Heung, Y.H. Wong & Fanny K.Y. Chan, 2006, *Consumer Complaint Behaviour of Asians and non-Asians about Hotel Services*, European Journal of marketing, Vol.41, No 11/12, Pp. 1375-1391
- Nesparnas, 2016. Neraca Satelit Pariwisata Nasional, Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata
- NSW Ombudsman, 2010, *Effective Complaint Handling Guidelines. 2nd edition*, NSW 2000, Sydney
- Ombudsman for the northern territory, 2008, *effective Complaints Management*.
- Queensland Ombudsman, 2008, *Effective Complaints Management*, Queensland Ombudsman, Brisbane
- Queensland's Public Sector Agencies, 2006, *Manajemen keluhan Efektif-Model Pengelolaan Pengaduan*, Queensland Ombudsman, Brisbane
- Ratminto, Atik Septi Winarsih, 2010 *Manajemen Pelayanan : Pengembangan Model Konseptual, penerapan Citizen Charter dan Standart Pelayanan Minimal*, Pustaka Pelajar, Jogjakata
- Republik Indonesia, *Undang – Undang No.25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*
- Sedarmayanti, 2009, *Reformasi Administrasi Publik, Reformasi Birokrasi*,
- Sri Mega Putri Subekti,Dera .2013. *Manajemen Komplain Pelanggan Dalam Rangka Peningkatan Pelayanan di RSUD Dr. Iskak Tulungagung*. Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik V ol 1,Nomor 1, Januari 2013