

ANALISIS PENANGANAN KELUHAN OLEH *FRONT DESK* HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON BATAM

Fangesti Anindya Nareshwari¹, Titik Akiriningsih², Afrilia Elizabet Sagala³

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

*ppangesti5@gmail.com¹, Ai_RienNha82@yahoo.com²,

afriliaelizabethsagala@stpsahidsurakarta.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis-jenis keluhan yang disampaikan tamu kepada *front desk* serta menelaah strategi yang diterapkan dalam penanganannya di Hotel Four Points by Sheraton Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi dan wawancara semi-terstruktur dengan empat responden yang terdiri dari satu orang *supervisor* dan tiga staf *front desk*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keluhan tamu umumnya berkaitan dengan fasilitas kamar, variasi menu sarapan, serta lingkungan sekitar hotel. Sebagian besar keluhan disampaikan secara langsung kepada staf, sehingga dapat segera ditindaklanjuti. Strategi penanganan dilakukan dengan menerapkan tahapan *ILEAD* (*Identify, Listen, Empathize, Apologize, Decide*) yang secara konsisten dijalankan sesuai dengan standar operasional prosedur hotel. Penerapan tahapan tersebut terbukti efektif dalam mengurangi ketidakpuasan dan menjaga reputasi positif hotel. Selain itu, penelitian ini merekomendasikan perbaikan terhadap fasilitas hotel yang sering mengalami gangguan, seperti unit pendingin ruangan dan perangkat elektronik di dalam kamar, guna meminimalisasi potensi keluhan tamu di masa mendatang.

Kata kunci: Four Points by Sheraton Batam, *Front Desk*, Keluhan Tamu, Pelayanan Hotel, Strategi Penanganan

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pilar utama dalam masyarakat dan perekonomian Indonesia. Kekayaan alam dan budaya yang dimiliki bangsa ini menjadi daya tarik unik yang menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Lebih dari sekadar destinasi rekreasi atau hiburan, pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan

daerah dan penciptaan lapangan kerja, sehingga memperkuat perannya sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi (Chaniago, 2024). Definisi pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu

(Khalisah, S.N. dan Akiriningsih, T, 2022: 37). Guna membangun sektor pariwisata yang kuat dan berkelanjutan, tidak cukup hanya mengandalkan keindahan alam dan budaya saja. Salah satu komponen penting yang harus diperhatikan adalah ketersediaan akomodasi seperti hotel. Dalam mendukung sektor pariwisata yang berkelanjutan, ketersediaan akomodasi yang memadai menjadi hal yang esensial, dengan industri perhotelan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pariwisata. Banyak peluang bisnis di sektor pariwisata seperti penginapan dan hotel yang terbuka karena banyaknya wisatawan yang datang (Nudin, N., Akiriningsih, T., & Ermawati, K.C., 2025: 157). Hotel tidak hanya menyediakan tempat menginap bagi wisatawan, tetapi juga memengaruhi kenyamanan dan kepuasan mereka selama menginap. Kehadiran hotel dengan pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai meningkatkan daya tarik suatu destinasi sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal (Langi dkk., 2024).

Perkembangan sektor perhotelan semakin memperkuat daya saing Indonesia dalam industri pariwisata global. *World Travel and Tourism Council* (2023) menyoroti kontribusi besar industri perhotelan terhadap perekonomian global,

khususnya dalam penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan PDB. Oleh karena itu, sinergi antara sektor pariwisata dan industri perhotelan menjadi sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis pariwisata di Indonesia.

Singh (1988) mendefinisikan perilaku konsumen yang melakukan komplain diinisiasi oleh adanya rasa ketidakpuasan dari dalam psikologis mereka. Konsumen tidak menerima dan tidak mudah melupakannya setelah melakukan pembelian baik terhadap barang maupun jasa. Perilaku konsumen yang menyampaikan keluhan atau komplain adalah bagian dari pasca-pembelian. Jika konsumen merasakan kepuasan maka akan membentuk suatu loyalitas konsumen, namun sebaliknya, jika konsumen merasakan ketidakpuasan maka konsumen akan melakukan perilaku komplain. Maka dari itu, penting bagi seorang penjual menguasai cara menangani keluhan pelanggan agar tidak berujung pada berhentinya konsumen membeli produk atau jasa kita.

Singh (1988) membagi konsumen yang melakukan komplain menjadi 4 kelompok yaitu *passive*, *voicers*, *irates* dan *activist*. *Passive* atau dalam Bahasa Indonesia berarti pasif, adalah seorang konsumen yang memutuskan untuk tidak melakukan apapun ketika ia menghadapi kekecewaan atas

pembelian sebuah jasa atau produk. *Voicers* atau jika dideskripsikan dalam Bahasa Indonesia adalah yang bersuara, merupakan kategori konsumen yang mengeluh dan tidak puas terhadap suatu jasa atau produk yang kemudian mereka melakukan complain secara langsung, menyebarkan ke orang lain bahwa produk atau jasa penjual mengecewakan. Orang lain yang diberi informasi oleh konsumen cenderung sempit seperti keluarga atau temannya saja. *Irates* yang dalam Bahasa Indonesia berarti marah, adalah konsumen yang melakukan komplain di depan umum seperti melalui televisi, radio, sosial media dan lembaga perlindungan konsumen. *Activist* atau dalam Bahasa Indonesia berarti aktivis, adalah konsumen yang kombinasi *irates* dan marah, ditambah dengan tindakan terang-terangan yang mendorong orang lain untuk memboikot produk yang mengecewakan.

Dalam konteks ini, manajemen keluhan tamu muncul sebagai aspek penting dari kualitas layanan. Penanganan keluhan yang efektif tidak hanya mencegah ketidakpuasan, tetapi juga mampu mengubah pengalaman negatif menjadi peluang perbaikan. Studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Pramadani Anta dkk. (2024), menemukan bahwa responsivitas dan empati merupakan dimensi paling menentukan

dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas komunikasi dan efektivitas penyelesaian keluhan sangat berperan dalam membangun citra positif hotel. Oleh karena itu, pengelolaan keluhan harus dilakukan dengan pendekatan yang sistematis dan profesional agar mampu mengubah pengalaman negatif menjadi kesempatan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan.

Collier (2012; Ariesa dkk., 2024) menyatakan terdapat satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan penanganan keluhan oleh konsumen atau tamu. Ia memberi nama metode yang ia rancang itu sebagai ILEAD. ILEAD terdiri dari *Identify* (identifikasi), *Listen* (mendengarkan), *Empathize* (empati), *Apologize* (permintaan maaf) dan *Decide* (pengambilan keputusan). *Identify* (Identifikasi) adalah kegiatan mengidentifikasi masalah atau keluhan yang disampaikan oleh tamu. Penting untuk sepenuhnya memahami sumber ketidakpuasan atau masalah yang dialami oleh tamu. *Listen* (Mendengarkan) meliputi kegiatan memberikan perhatian penuh pada tamu dan biarkan mereka mengekspresikan keluhan mereka sepenuhnya. Mendengarkan dengan teliti dan hindari memberikan respons tergesa-gesa. Memberikan kesempatan pada tamu untuk menjelaskan dengan rinci apa

yang membuat mereka tidak puas. *Emphatize* (Empati) adalah kegiatan memberikan empati kepada tamu. Pada kegiatan ini, berikan pemahaman dengan lembut bahwa staff memahami apa yang mereka keluhkan dan bagaimana rasa kecewa yang mereka hadapi. *Apologize* (Meminta Maaf) adalah kegiatan menyampaikan permohonan maaf kepada tamu atas kekecewaan yang harus mereka alami selama menginap. *Decide* (Memutuskan) adalah kegiatan mengambil keputusan yang tepat untuk menyelesaikan masalah atau memenuhi kebutuhan tamu.

Sementara itu, Nurmayani dkk. (2023) menunjukkan efektivitas metode *ILEAD* (*Identify, Listen, Empathize, Apologize, Decide*) dalam membangun hubungan positif dengan tamu. Penerapan metode tersebut terbukti membantu staf dalam menangani berbagai jenis keluhan dengan pendekatan yang manusiawi dan solutif. Penelitian ini juga menyoroti beberapa hambatan yang dihadapi staf hotel, seperti perbedaan karakter tamu dan tingkat kepuasan yang bervariasi. Namun demikian, pendekatan yang tepat mampu menjaga hubungan baik antara hotel dan pelanggan, serta meningkatkan loyalitas tamu.

Penanganan keluhan bukan hanya reaksi terhadap masalah, tetapi juga strategi proaktif dalam mempertahankan dan

meningkatkan kualitas layanan hotel. Sebagai garda terdepan hotel, staf *front desk* memiliki tanggung jawab besar dalam membentuk persepsi awal tamu terhadap kualitas layanan secara keseluruhan (Dhabitah dkk., 2024). Ketika terjadi keluhan, *front desk* bukan hanya bertugas menyambut tamu, tetapi juga dituntut untuk menyelesaikan permasalahan secara cepat, tepat, dan berempati.

Penelitian oleh Dhabitah dkk.. (2024) di Montigo Resorts Batam menekankan bahwa staf *front office* memainkan peran krusial dalam menangani keluhan, dengan keberhasilan sangat bergantung pada kemampuan komunikasi, kecepatan respon, dan keterampilan problem-solving. Mereka menyimpulkan bahwa ketika staf *front desk* mampu menangani keluhan secara efektif, maka tingkat kepuasan tamu pun akan meningkat, bahkan dalam situasi ketika ekspektasi awal tamu tidak terpenuhi.

Keluhan yang ditangani secara efektif oleh *front desk* bahkan dapat meningkatkan kepuasan tamu meskipun ekspektasi awal tidak sepenuhnya terpenuhi. Pada kasus Four Points by Sheraton Batam yang merupakan bagian dari Marriott International, ulasan daring menunjukkan adanya pengalaman tamu yang bersifat positif maupun negatif. Ulasan negatif menyoroti permasalahan

seperti gangguan kebisingan dan kualitas layanan yang tidak konsisten, sementara umpan balik positif menekankan keramahan, efisiensi, dan perhatian staf (Marriott Global Source, 2024; Booking.com, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis-jenis keluhan yang disampaikan tamu kepada *front desk* Four Points by Sheraton Batam serta menelaah bagaimana staf *front desk* mengelola keluhan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian perhotelan mengenai kualitas layanan dan kontribusi praktis berupa masukan bagi hotel dalam memperkuat strategi penanganan keluhan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menekankan pada penjelasan naratif daripada data numerik. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial dengan mengeksplorasi makna, konsep, dan interaksi dalam konteks alami tanpa intervensi peneliti (Hasibuan dkk., 2022). Penelitian dilaksanakan di Hotel Four Points by Sheraton Batam dengan fokus pada departemen *front desk* sebagai unit analisis

utama. Partisipan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan empat responden terdiri dari satu *supervisor* dan tiga staf *front desk* yang seluruhnya memiliki pengalaman langsung dalam menangani keluhan tamu.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik. Data primer diperoleh melalui observasi langsung selama periode magang peneliti serta wawancara semi-terstruktur, baik secara tatap muka maupun daring, dengan staf *front desk*. Wawancara semi-terstruktur dipilih untuk menjaga fokus pada pertanyaan kunci sekaligus memberikan fleksibilitas dalam mengeksplorasi topik yang muncul (Rahmawati dkk., 2024). Data sekunder dikumpulkan dari studi literatur dan dokumentasi, termasuk ulasan tamu, standar operasional prosedur (SOP) hotel, serta rekaman visual seperti tangkapan layar wawancara daring. Penggunaan data primer dan sekunder ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Sulung & Muspawi, 2024; Rasmita & Pasaribu, 2024; Romdona dkk., 2025).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994) yang terdiri dari tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan

serta verifikasi kesimpulan. Reduksi data dilakukan secara berkesinambungan sepanjang penelitian untuk menyaring informasi yang relevan. Data yang telah direduksi kemudian diorganisasi dan disajikan dalam bentuk naratif guna mengidentifikasi pola serta hubungan. Selanjutnya, kesimpulan ditarik dan diverifikasi melalui perbandingan berkelanjutan dengan catatan lapangan, hasil wawancara, dan dokumen pendukung.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan teknik (Nurfajriani, 2024; Sugiyono, 2016). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai responden dan melakukan pengecekan silang hasil wawancara dengan temuan observasi serta dokumen seperti SOP dan catatan tamu. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan mengombinasikan observasi, wawancara, dan dokumentasi pada sumber yang sama. Strategi tersebut meningkatkan kredibilitas, konsistensi, dan keterpercayaan hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada *front desk* Hotel Four Points by Sheraton Batam, ditemukan beberapa kategori keluhan tamu. Keluhan yang paling sering muncul berkaitan dengan fasilitas kamar, seperti pendingin ruangan yang tidak berfungsi, furnitur yang rusak, serta gangguan pada televisi. Tamu juga menyampaikan ketidakpuasan terhadap menu sarapan yang dianggap kurang bervariasi dan tidak sesuai dengan standar ekspektasi hotel berbintang empat. Selain itu, faktor lingkungan seperti kebisingan dari tamu lain, koridor, maupun lingkungan sekitar, keberadaan nyamuk dari sungai yang berdekatan, serta lokasi hotel yang berada di kawasan komersial padat juga diungkapkan sebagai sumber ketidaknyamanan. Layanan housekeeper yang tidak segera datang juga merupakan sumber keluhan tamu.

Dalam hal penyampaian keluhan, sebagian besar tamu menyampaikan ketidakpuasan mereka secara langsung kepada staf *front desk*, baik secara lisan pada saat *check-in* maupun selama masa menginap. Beberapa tamu memilih untuk tidak mengutarakan keluhannya secara verbal, tetapi menunjukkan ketidakpuasan melalui ekspresi wajah atau intonasi suara. Sementara itu, sebagian kecil tamu menyampaikan keluhan mereka melalui

ulasan tertulis pada *platform* pemesanan daring seperti *Google Review*, *TripAdvisor* dan *Booking.com*. Dalam kasus yang jarang, ditemukan pula tamu yang mengekspresikan ketidakpuasan dengan cara memperingatkan calon pelanggan lain.

Terkait penanganan keluhan, staf *front desk* umumnya merespons secara cepat dengan melakukan klarifikasi terhadap permasalahan serta menawarkan solusi praktis. Staf juga didorong untuk lebih proaktif terutama sekali kepada tamu yang tidak merasa nyaman. Strategi antisipatif ini menunjukkan bahwa staf tidak hanya menunggu keluhan datang, tetapi juga membaca situasi dan bertindak sebelum keluhan membesar, sesuai dengan prinsip *hospitality* yang humanis dan responsif.

Dalam menangani keluhan, para staf menerapkan pendekatan yang sistematis dalam menangani keluhan, sesuai dengan tahapan ILEAD: Identify, Listen, Empathize, Apologize, Decide. Proses diawali dengan mendengarkan keluhan secara aktif dan sabar. Setelah mendengarkan, staf akan mengonfirmasi ulang keluhan untuk memastikan tidak terjadi miskomunikasi. Konfirmasi ini merupakan bentuk klarifikasi yang sopan dan profesional. Langkah selanjutnya adalah menunjukkan empati secara verbal maupun non-verbal.

Permintaan maaf menjadi bentuk tanggung jawab profesional, bahkan ketika masalah tidak berasal dari staf langsung. Sikap ini menunjukkan bahwa permintaan maaf adalah bagian dari komunikasi empatik, bukan hanya formalitas. Terkait pemberian solusi, staf menyatakan bahwa respons disesuaikan dengan konteks.

Sebagai contoh, pada kasus gangguan fasilitas kamar, staf segera memanggil teknisi atau menawarkan untuk memindahkan tamu ke kamar lain. Apabila keluhan berkaitan dengan menu sarapan, staf dengan sopan menjelaskan pilihan yang tersedia sambil mencatat keluhan tersebut untuk kemudian diteruskan kepada manajemen. Namun, batas kewenangan staf berbeda tergantung posisi. Apabila berkaitan dengan hal-hal yang kecil, staf langsung membantu, namun apabila berkaitan dengan hal-hal yang besar atau kompensasi, perlu dilaporkan kepada atasan yang memiliki ruang otoritas lebih luas. Dalam beberapa kasus, kompensasi kecil seperti minuman gratis juga diberikan sebagai bentuk *service recovery*.

Akhirnya, semua narasumber menekankan bahwa peran *front desk* sangat krusial dalam membentuk kesan tamu terhadap hotel.

Pembahasan

Temuan penelitian ini sejalan dengan kategorisasi perilaku pengaduan konsumen yang dikemukakan Singh (1988), yaitu *voice response*, *private response*, dan *third-party response*. Pada *front desk* Hotel Four Points by Sheraton Batam, sebagian besar tamu menggunakan *voice response* dengan secara langsung menyampaikan ketidakpuasan kepada staf baik secara langsung maupun melalui telepon. Keluhan yang dominan adalah mengenai kebisingan, baik yang berasal dari tamu lain, koridor, maupun lingkungan sekitar. Tamu mengeluh sulit beristirahat, dan hal ini berdampak langsung pada tingkat kenyamanan mereka. Selain itu, keluhan lain yang cukup sering diterima adalah mengenai fasilitas kamar yang tidak sesuai ekspektasi, seperti AC kurang dingin, furniture yang bermasalah, pencahayaan yang kurang terang, atau amenities yang tidak lengkap. Hal ini mencerminkan pandangan Singh bahwa konsumen sering mencari penyelesaian segera ketika mereka percaya pemulihan layanan dapat dilakukan. Di sisi lain, beberapa tamu menunjukkan *private response* dengan memperlihatkan ketidakpuasan melalui ekspresi wajah atau dengan memperingatkan orang lain tanpa berhadapan langsung dengan pihak hotel. Sebagian kecil tamu memilih *third-party response* dengan menuliskan ulasan pada

platform seperti *TripAdvisor* dan *Booking.com*. Pola-pola ini menegaskan relevansi kerangka Singh dalam konteks perhotelan, di mana berbagai saluran pengaduan dapat muncul secara bersamaan.

Dalam hal strategi penanganan, tindakan staf *front desk* sesuai dengan model *ILEAD* yang dikemukakan Collier (2012), yang menekankan lima tahapan: *Identify*, *Listen*, *Empathize*, *Apologize*, dan *Deliver*. Staf menunjukkan tahapan *Identify* dengan mengidentifikasi keluhan dengan seksama. Langkah ini krusial agar solusi yang diberikan benar-benar relevan. Nurmayani dkk.. (2023) menekankan bahwa keberhasilan penanganan keluhan dimulai dari identifikasi yang akurat.

Listen dilakukan dengan cara mendengarkan secara aktif. Konfirmasi ulang dilakukan agar tidak terjadi miskomunikasi. Strategi ini sesuai dengan temuan Syaharani dkk.. (2024), yang menyatakan bahwa komunikasi dua arah secara aktif berdampak pada peningkatan kepuasan tamu.

Tahapan *Empathize* ditegaskan oleh semua narasumber sebagai kunci utama dalam menghadapi tamu yang kecewa. Sikap ini menciptakan suasana emosional yang lebih tenang dan membantu proses *service recovery*. Dewi dkk.. (2024) menyatakan

bahwa empati memperkuat ikatan emosional antara tamu dan hotel.

Apologize tampak dari komunikasi yang sopan serta pengakuan terhadap ketidaknyamanan tamu, bahkan ketika solusi langsung belum tersedia. Permintaan maaf disampaikan dengan tulus meskipun penyebab masalah bukan berasal dari staf langsung. Sikap ini sejalan dengan penelitian Chandra & Widyawati (2024), yang menunjukkan bahwa permintaan maaf dapat menurunkan ketegangan dan membangun kembali kepercayaan.

Tahap *Deliver* tercermin melalui tindakan konkret seperti menawarkan perpindahan kamar, memanggil teknisi, atau memberikan kompensasi kecil seperti minuman gratis. Pendekatan ini menggambarkan bagaimana penerapan metode *ILEAD* membantu menjaga kepuasan tamu sekaligus memperkuat kualitas layanan hotel. Struktur pengambilan keputusan ini penting agar solusi yang diberikan tidak melanggar kebijakan hotel dan tetap konsisten. Jawabreh dkk.. (2022) juga menyimpulkan bahwa kecepatan pengambilan keputusan dan keterampilan komunikasi menentukan keberhasilan penanganan keluhan di *front office*.

Lebih lanjut, dominasi keluhan yang berkaitan dengan fasilitas, khususnya

kebisingan dan kerusakan peralatan kamar, menegaskan pentingnya langkah pencegahan. Strategi *service recovery* hanya dapat efektif sampai batas tertentu; permasalahan struktural atau lingkungan yang berulang dapat melemahkan kepuasan tamu dalam jangka panjang. Temuan ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya dalam studi perhotelan yang menekankan bahwa pemeliharaan konsisten dan pencegahan masalah secara proaktif sama pentingnya dengan penanganan keluhan secara responsif.

Secara keseluruhan, integrasi teori perilaku pengaduan Singh dan metode *ILEAD* dari Collier memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami baik sifat keluhan tamu maupun strategi yang diterapkan oleh staf hotel. Meskipun metode penanganan staf sebagian besar selaras dengan harapan teoretis, munculnya kembali keluhan tertentu menunjukkan bahwa tindak lanjut manajerial dan perbaikan sistemik diperlukan untuk melengkapi upaya yang dilakukan *front desk*.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keluhan tamu di Hotel Four Points by Sheraton Batam didominasi oleh permasalahan terkait fasilitas kamar, variasi

sarapan, dan kondisi lingkungan. Selaras dengan teori Singh (1988), sebagian besar tamu menyampaikan ketidakpuasan melalui *voice response* secara langsung, sedangkan *private response* dan *third-party response* terjadi dalam frekuensi yang lebih rendah. Penerapan model *ILEAD* (Collier, 2012) oleh staf *front desk* terbukti efektif dalam menangani keluhan, karena memungkinkan staf untuk mengidentifikasi masalah, mendengarkan secara seksama, berempati terhadap tamu, menyampaikan permintaan maaf dengan tepat, serta memberikan solusi yang sesuai. Praktik ini membantu memulihkan kepuasan tamu sekaligus menjaga citra positif hotel.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa selain penanganan keluhan secara reaktif, hotel perlu berfokus pada strategi preventif, seperti melakukan pemeliharaan rutin terhadap unit pendingin ruangan dan perangkat elektronik, serta memperkaya variasi menu sarapan guna meminimalisasi potensi keluhan berulang. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk mengkaji manajemen keluhan dalam konteks perhotelan lain atau membandingkan efektivitas berbagai kerangka kerja *service recovery*. Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa hotel tidak dapat hanya mengandalkan

staf *front desk* dalam penyelesaian keluhan, melainkan juga perlu memastikan adanya kolaborasi lintas departemen guna mengatasi permasalahan sistemik dan meningkatkan pengalaman tamu secara menyeluruh.

REFERENSI

- Akasia, N. E., & Sandy, S. R. O. (2023). Peran front desk agent dalam menangani keluhan tamu di front office Aston Jember Hotel dan Conference Center. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 1(1), 7. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v1i1.1896>
- Alicia, A. P., & Tj, B. I. (2023). Peranan front desk agent dalam memberikan pelayanan kepada tamu di Ascent Premiere Hotel and Convention Malang. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v1i1.1898>
- Andriani, A., Akiriningsih, T., & Sagala, A. E. (2022). Kualitas pelayanan guest relation officer dalam meningkatkan kepuasan tamu VIP di Swiss-Belhotel Solo. *Hotelier Journal Politeknik Indonusa Surakarta*, 8(2).
- Bosowa Anggun Sari Sasmita, P., Bosowa, P., Hayati, R., & Bosowa Nila Sartika Achmadi, P. (2024). Peranan front desk agent dalam peningkatan tingkat hunian kamar pada Unhas Hotel dan Convention. *Hospitality and Gastronomy Research Journal*, 6.
- Çelebi, H. E., & Dalgiç, A. (2022). Examination of complaints during the pandemic process: A research on five-star hotels operating in Antalya. *Journal of Tourism Theory and Research*, 8(1), 21–29. <https://doi.org/10.24288/jttr.1062700>

- Chaniago, N. (2024). Peranan sektor pariwisata dalam peningkatan pendapatan asli daerah di kawasan Indonesia Timur. *Media Ekonomi*, 32(1).
<https://doi.org/10.25105/me.v32i1.19797>
- Deepthi, S. S., & Shariff, S. J. (2024). Role of hotel industry in tourism development. *Educational Administration: Theory and Practice*.
<https://doi.org/10.53555/kuey.v30i5.4347>
- Devira Dhabitah, G., Wibowo, A. E., & Lubis, A. L. (2024). Peran front office dalam mengelola keluhan dan masukan tamu di Montigo Resorts Batam. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)*, 4(2).
- Dewi, K., Madani, N., & Ghani, Y. A. (2024). Peran operator front office dalam meningkatkan kepuasan tamu di hotel bintang empat. *Jurnal Manajemen Jasa*, 6(1).
<http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsj>
- Ermawati, K. C., & Satiti, E. N. (2023). Strategi pengembangan Lor Sambi sebagai wisata outbound di Yogyakarta. *Jurnal Sains Terapan Wisata*, 8(2).
- Fahmi, S. (2023). Pengaruh nilai, manfaat, dan kepuasan konsumen terhadap niat untuk beralih (Studi pada pengguna uang elektronik di Jawa Timur). *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(4).
- Jawabreh, O., Masa'Deh, R., Fayoumi, T. A., & Bareya, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel (Case study: Five-star hotels in Aqaba). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1312–1318.
<https://doi.org/10.30892/gtg.44416-948>
- Juliandri, A., Anta, P., Susmono Widagdo, C., Dewi, I. K., Krisnatalia, H., & Maryani, T. (2024). Manajemen keluhan tamu dan dampaknya terhadap reputasi hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(1), 2024.
- Khalisah, S.N. dan Akiriningsih, T. 2022. Pengembangan Produk Wisata Pantai Sembilan Kabupaten Sumenep dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora (JURRISH)*Vol.1, No.2 Juli 2022, hal 36 –45.
- Langi, M. P. V., El, B., Lagarensen, S., Lintong, O., & Air, E. B. (2024). Analisis strategi pelaku bisnis perhotelan dalam mendukung pariwisata Kota Manado. *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 7.
- Mayela Madu, Y., & Minanda, H. (2024). Peran front office dalam menangani complaint tamu di Hotel Amber Lombok Beach Resort. *JIMPAR: Jurnal Penelitian Mahasiswa Pariwisata*, 2(1).
<https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/jimpar/index>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *An expanded sourcebook: Qualitative data analysis*. SAGE Publications.
- Muhamad Alam Setiawan, O. (2024). Studi analisis penerapan tanggung jawab sosial (CSR) dalam industri perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 13(1).
<http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Ni, Y., Haryandini, W., Luh, N., Widhiastuty, P. S., & Mulya Bali, T. (2022). Peranan front desk agent dalam penanganan keluhan tamu pada Hotel Swiss-Belinn Legian. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)*, 2(1).

- Nudin, N., Akiriningsih, T., & Ermawati, K.C.. 2025. Kemampuan Berbahasa Inggris dalam Kinerja Pelayanan Resepsionis di Hotel Wisata Beach Wakatobi. *Jurnal Sabbhata Yatra*: Vol 6 No 1 Juli
- Nurmayani, N., Nurendah, Y., & Pujiastuti, S. (2023). Tinjauan atas penanganan keluhan pelanggan pada Hotel The Mirah Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(3), 201–210. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v3i3.2087>
- Puspitasary, D. (2022). Analisis handling complaint pada front office Hotel Grand Senyum Yogyakarta.
- Putri, S. B., Vidriza, U., & Korespondensi, P. (2025). Analisis peran sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Development Economics and Digitalization*, 4(1), 31–45.
- Sagala, A. E. (2023). Kualitas atraksi wisata Pasar Terapung Banjarmasin terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Kepariwisataaan*, 17(1).
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific Publishing. <https://doi.org/10.1142/y0024>