

RINGKASAN

Salah satu industri di Indonesia yang diuntungkan dengan munculnya digitalisasi adalah industri perhotelan. Permintaan hotel di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 6.2%, merupakan kenaikan jumlah permintaan yang tertinggi sejak tahun 2011. Permintaan hotel yang tinggi dan kemudahan konsumen dalam bertransaksi tidak didukung dengan pelayanan yang diberikan oleh manajemen hotel, sehingga memunculkan keluhan konsumen yang saat ini difasilitasi oleh adanya fitur *online customer review (ocr)* pada situs-situs pemesanan hotel. Pada situs Tripadvisor, keluhan yang disampaikan oleh konsumen dalam fitur OCR dapat direspon secara langsung oleh pihak manajemen hotel. Namun, masih banyak manajemen hotel di Indonesia yang kurang tepat dalam memberikan respon terhadap keluhan konsumen tersebut. Penelitian ini akan membahas bagaimana isi keluhan konsumen terhadap hotel dan bagaimana manajemen hotel dalam merespon keluhan konsumen yang disampaikan dalam ulasan negatif di situs Tripadvisor. Selain itu, penelitian ini juga meneliti hubungan antara keluhan konsumen dengan respon manajemen hotel.

Keluhan konsumen dikategorikan menjadi 9 kategori yaitu staf, ruangan, suasana hotel, kebersihan, makanan dan minuman hotel, fasilitas dan layanan, kelebihan biaya, keamanan dan lokasi. Sedangkan respon manajemen hotel dikategorisasikan menjadi 7 yaitu *apology, corrective action, compensation, evade*

responsibility, *denial*, *shifting the blame* dan *no response*. Hasil penelitian dari analisis 371 ulasan negatif dan 371 respon manajemen adalah keluhan yang paling banyak muncul yaitu keluhan kategori staf (staf lambat, ceroboh, dan melakukan layanan yang salah), kategori suasana hotel (hotel terlalu berisik) dan kategori kebersihan (kamar kotor). Respon manajemen yang sering muncul adalah kategori respon jenis *evade responsibility*, manajemen hotel menanggapi keluhan konsumen dengan jawaban yang *klise* dan terkesan *template (copy-paste)* tanpa melihat jenis-jenis keluhan yang disampaikan konsumen. Berdasarkan hasil uji analisis menggunakan Chi-Square diperoleh pernyataan bahwa tidak ada hubungan antara keluhan konsumen dengan respon manajemen hotel. Keluhan jenis apapun lebih sering ditanggapi dengan respon yang *template*, tanpa diberikan perbaikan atau kompensasi dari pihak manajemen hotel.

Manajemen hotel seharusnya memiliki Standard Operasional Prosedur (SOP) dalam menanggapi keluhan pelanggan di era digitalisasi ini. Strategi dalam menangani keluhan konsumen di era konvensional dapat diadopsi di era digital ini. Keluhan konsumen via *online* yang tidak ditangani dengan baik, dapat merusak reputasi manajemen hotel, bahkan membuat calon *customer* kehilangan kepercayaan terhadap hotel. Keluhan-keluhan dengan kategori tertentu seharusnya juga ditangani dengan respon tertentu, respon yang tepat agar tidak mengakibatkan kegagalan layanan, turunnya tingkat pembelian, kehilangan pelanggan, dan timbulnya reputasi buruk pada hotel.

SUMMARY

One of the industries in Indonesia that has benefited from the emergence of digitalisation is the hotel industry. Hotel demand in Indonesia has increased by 6.2%, which is the highest increase in demand since 2011. High hotel demand and ease of transactions in consumers are not supported by services provided by hotel management, thus raising consumer complaints that are currently facilitated by features online customer review (OCR) on hotel booking sites. On the Tripadvisor site, complaints submitted by consumers in the OCR feature can be responded to directly by the hotel management. However, there are still many hotel management in Indonesia who are not appropriate in responding to consumer complaints. This study will discuss how the contents of consumer complaints against hotels and how hotel management in responding to consumer complaints submitted in negative reviews on the Tripadvisor site. In addition, this study also examines the relationship between consumer complaints and hotel management responses.

Consumer complaints are categorized into 9 categories namely staff, rooms, hotel atmosphere, cleanliness, hotel food and drinks, facilities and services, cost overruns, security and location. While hotel management responses are categorized into 7 namely apology, corrective action, compensation, evade responsibility, denial, shifting the blame and no response. The results of the analysis of 371 negative reviews and 371 management responses were the most common complaints, namely the staff category (slow, careless, and wrong service staff), the hotel atmosphere

category (hotel too noisy) and the cleanliness category (dirty rooms). Management response that often appears is the category of evade responsibility response, hotel management responds to consumer complaints with cliched and impressed template responses (copy-paste) without looking at the types of complaints submitted by consumers. Based on the results of the analysis test using Chi-Square obtained a statement that there is no relationship between consumer complaints and hotel management responses. Complaints of any kind are more often responded to by responding to templates, without providing improvements or compensation from hotel management.

Hotel management should have a Standard Operational Procedure (SOP) in responding customer complaints in this digitalization era. Strategies in handling consumer complaints in the conventional era can be adopted in this digital era. Consumer complaints via online that are not handled properly, can damage the reputation of hotel management, even making potential customers lose trust in the hotel. Complaints with certain categories should also be handled with certain responses, appropriate responses so as not to result in service failures, decreased purchase rates, lost customers, and the emergence of a bad reputation at the hotel.

ABSTRAK

Industri perhotelan terus mengembangkan strategi untuk menangani ulasan online yang dihasilkan oleh konsumen, khususnya menanggapi ulasan yang negatif, yang dapat berdampak buruk pada reputasi hotel. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih besar tentang ulasan negatif dan bagaimana merespon ulasan negatif tersebut, studi ini menganalisis 371 ulasan bintang satu dan dua dari situs TripAdvisor. Hasil analisis ditemukan bahwa keluhan yang paling umum terkait staf (staf lambat, ceroboh, melakukan pelayanan yang salah), selain itu juga banyak ditemukan keluhan tentang suasana hotel yang ramai dan kebersihan kamar. Respon yang paling banyak ditemukan adalah penghindaran tanggung jawab. Isi respon jenis ini adalah jawaban template tanpa tindakan koreksi secara detail. Pemberian kompensasi jarang disebutkan oleh hotel mana pun. Tidak ada hubungan antara ulasan negatif dengan respon. Manajemen hotel merespon secara general tanpa membedakan ulasan negatif yang berisi keluhan tertentu. Peran media sosial yang semakin menonjol mengharuskan hotel menggunakan ulasan online untuk riset pasar dan peluang pemulihan layanan dan perbaikan reputasi hotel.

Kata kunci: *online review*, respon, keluhan pelanggan, Tripadvisor

ABSTRACT

The hotel industry continues to develop strategies for addressing consumer-generated online reviews, and particularly responding to poor reviews, which can have a damaging effect on a hotel's reputation. To gain a greater understanding of the dynamics of poor reviews, this study analyzed 371 one and two star reviews from Tripadvisor. The analysis found that the most common complaints related to staff (slow, careless staff, doing the wrong service), besides that there were also many complaints about the atmosphere of a noisy hotel and complaint about room cleanliness. The most common response is evade of responsibility. The contents of this type of response are template answers without detailed corrective actions. Adjustment of compensation is rare mentioned by any hotel. There is no relationship between negative reviews and responses. Hotel management responds in general without distinguishing negative reviews that contain certain complaints. The increasingly prominent role of social media requires hotels to use online reviews for market research and opportunities for service recovery and hotel reputation improvement.

Keywords: online review, respon, customer complaint, Tripadvisor