



Manajemen Pelayanan Destinasi Wisata

PERTEMUAN KE 10

Manajemen Krisis dalam Pelayanan Serta Strategi penanganan krisis layanan

Krisis dapat muncul tiba-tiba dan memiliki potensi untuk merusak reputasi, operasional, bahkan kelangsungan bisnis pariwisata. Oleh karena itu, pemahaman dan penguasaan konsep manajemen krisis, khususnya dalam konteks pelayanan, menjadi sangat penting bagi para profesional pariwisata di masa depan.

Manajemen Krisis

Proses terencana untuk mencegah, mempersiapkan diri, merespons, dan memulihkan diri dari suatu krisis. Tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif krisis dan memulihkan kepercayaan stakeholder.



Pentingnya Manajemen Krisis dalam Pelayanan Pariwisata

- 1. Melindungi Reputasi:** Krisis yang tidak ditangani dengan baik dapat merusak citra merek dan kepercayaan pelanggan.
- 2. Memastikan Keselamatan:** Dalam beberapa krisis, keselamatan wisatawan dan staf menjadi prioritas utama.
- 3. Meminimalkan Kerugian Finansial:** Krisis dapat menyebabkan pembatalan, penurunan kunjungan, dan biaya pemulihan yang besar.

Pentingnya Manajemen Krisis dalam Pelayanan Pariwisata

- 3. Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan:** Penanganan krisis yang efektif dapat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pelanggan.
- 4. Mempercepat Pemulihan:** Perencanaan yang matang membantu organisasi untuk pulih lebih cepat setelah krisis.

Jenis-Jenis Krisis dalam Pelayanan Pariwisata

- 1. Krisis Bencana Alam:** Gempa bumi, tsunami, banjir, letusan gunung berapi, kebakaran hutan dan pandemi.
- 2. Krisis Teknis:** Kegagalan sistem (misalnya, sistem reservasi online), kecelakaan transportasi (misalnya, kecelakaan bus wisata), masalah infrastruktur (misalnya, pemadaman listrik massal di destinasi).

Jenis-Jenis Krisis dalam Pelayanan Pariwisata

- 3. Krisis Keamanan:** Tindakan kriminalitas, terorisme, kerusuhan sosial.
- 4. Krisis Pelayanan:** Keluhan pelanggan massal, kesalahan staf yang berdampak signifikan, insiden terkait kualitas layanan (misalnya, makanan basi, kamar hotel kotor).
- 5. Krisis Reputasi:** Skandal internal, berita negatif di media sosial, kampanye boikot

Dampak Krisis Terhadap Pelayanan Pariwisata

Krisis dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek pelayanan pariwisata, di antaranya:

- 1. Penurunan Jumlah Wisatawan:** Ketakutan dan kekhawatiran akan keamanan atau kualitas layanan dapat menyebabkan pembatalan perjalanan dan penurunan kunjungan.
- 2. Kerugian Finansial:** Penurunan pendapatan, biaya pemulihan, dan potensi tuntutan hukum dapat menyebabkan kerugian finansial yang besar.

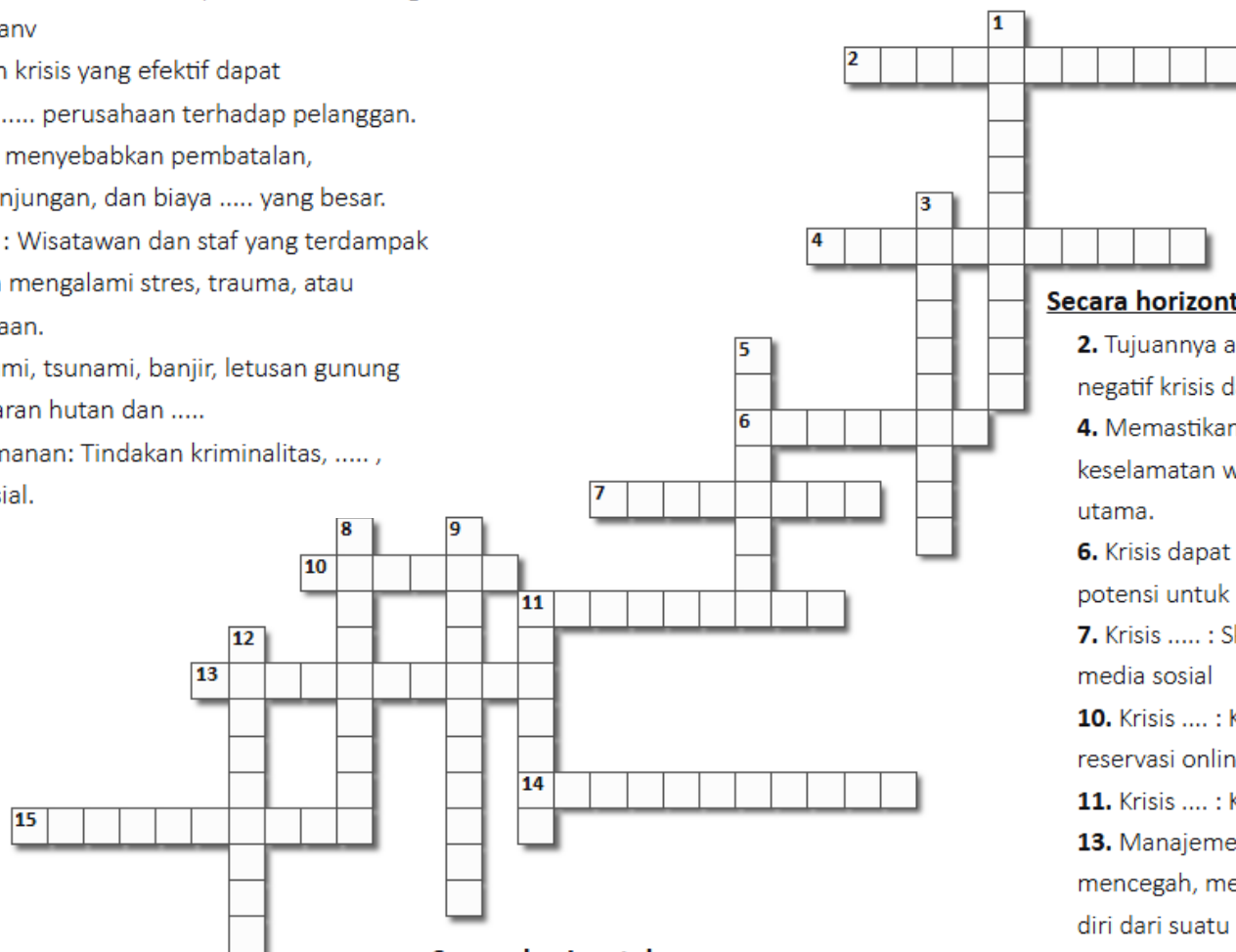
Dampak Krisis Terhadap Pelayanan Pariwisata

- 3. Kerusakan Reputasi:** Citra merek yang buruk akibat penanganan krisis yang tidak tepat dapat sulit dipulihkan.
- 4. Gangguan Operasional:** Krisis dapat mengganggu operasional sehari-hari, seperti penutupan sementara fasilitas atau pembatasan layanan.
- 5. Dampak Psikologis:** Wisatawan dan staf yang terdampak krisis mungkin mengalami stres, trauma, atau ketidakpercayaan.

Tegak lurus

1. Melindungi Reputasi: Krisis yang tidak ditangani dengan baik dapat merusak citra merek dan pelanggan.
3. Manajemen Krisis dalam Pelayanan Serta Strategi krisis layananv
5. Penanganan krisis yang efektif dapat menunjukkan perusahaan terhadap pelanggan.
8. Krisis dapat menyebabkan pembatalan, penurunan kunjungan, dan biaya yang besar.
9. Dampak : Wisatawan dan staf yang terdampak krisis mungkin mengalami stres, trauma, atau ketidakpercayaan.
11. Gempa bumi, tsunami, banjir, letusan gunung berapi, kebakaran hutan dan
12. Krisis Keamanan: Tindakan kriminalitas,, kerusuhan sosial.

MK : PAR23421 – Manajemen Pelayanan Destinasi Wisata



Secara horizontal

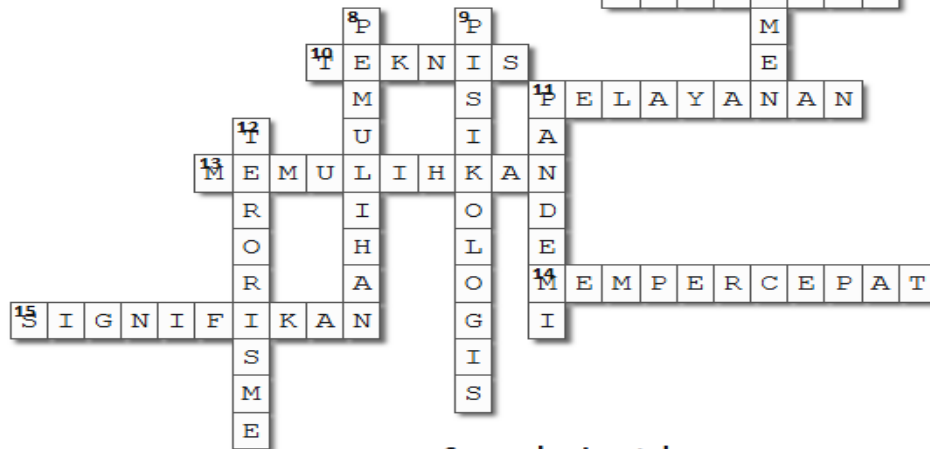
2. Tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif krisis dan memulihkan kepercayaan
4. Memastikan : Dalam beberapa krisis, keselamatan wisatawan dan staf menjadi prioritas utama.
6. Krisis dapat muncul tiba-tiba dan memiliki potensi untuk reputasi
7. Krisis : Skandal internal, berita negatif di media sosial
10. Krisis : Kegagalan sistem (misalnya, sistem reservasi online)
11. Krisis : Keluhan pelanggan massal
13. Manajemen krisis: Proses terencana untuk mencegah, mempersiapkan diri, merespons, dan diri dari suatu krisis.

Secara horizontal

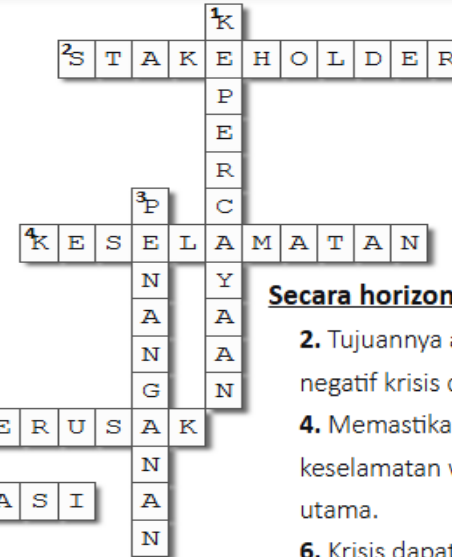
14. Pemulihan: Perencanaan yang matang membantu organisasi untuk pulih lebih cepat setelah krisis
15. Krisis dapat memberikan dampak yang terhadap berbagai aspek pelayanan pariwisata

Tegak lurus

1. Melindungi Reputasi: Krisis yang tidak ditangani dengan baik dapat merusak citra merek dan pelanggan.
3. Manajemen Krisis dalam Pelayanan Serta Strategi krisis layanan
5. Penanganan krisis yang efektif dapat menunjukkan perusahaan terhadap pelanggan.
8. Krisis dapat menyebabkan pembatalan, penurunan kunjungan, dan biaya yang besar.
9. Dampak : Wisatawan dan staf yang terdampak krisis mungkin mengalami stres, trauma, atau ketidakpercayaan.
11. Gempa bumi, tsunami, banjir, letusan gunung berapi, kebakaran hutan dan
12. Krisis Keamanan: Tindakan kriminalitas,, kerusuhan sosial.



MK : PAR23421 – Manajemen Pelayanan Destinasi Wisata



Secara horizontal

2. Tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif krisis dan memulihkan kepercayaan
4. Memastikan : Dalam beberapa krisis, keselamatan wisatawan dan staf menjadi prioritas utama.
6. Krisis dapat muncul tiba-tiba dan memiliki potensi untuk reputasi
7. Krisis : Skandal internal, berita negatif di media sosial
10. Krisis : Kegagalan sistem (misalnya, sistem reservasi online)
11. Krisis : Keluhan pelanggan massal
13. Manajemen krisis: Proses terencana untuk mencegah, mempersiapkan diri, merespons, dan diri dari suatu krisis.

Secara horizontal

14. Pemulihan: Perencanaan yang matang membantu organisasi untuk pulih lebih cepat setelah krisis
15. Krisis dapat memberikan dampak yang terhadap berbagai aspek pelayanan pariwisata

Strategi Penanganan Krisis Layanan

1. Tahap Pra-Krisis (Persiapan)

- a. **Pembentukan Tim Manajemen Krisis:** Menentukan tim yang bertanggung jawab untuk mengelola krisis. Tim ini harus terdiri dari perwakilan dari berbagai departemen.
- b. **Pengembangan Rencana Manajemen Krisis (RMK):** Menyusun dokumen yang berisi prosedur, tanggung jawab, dan langkah-langkah yang harus diambil dalam menghadapi berbagai jenis krisis.

Strategi Penanganan Krisis Layanan

RMK harus mencakup:

- Prosedur identifikasi dan penilaian risiko krisis.
- Struktur tim manajemen krisis dan peran masing-masing anggota.
- Protokol komunikasi internal dan eksternal.
- Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk menghadapi berbagai skenario krisis.
- Rencana pemulihan pasca-krisis.

Strategi Penanganan Krisis Layanan

- c. **Pelatihan dan Simulasi:** Melakukan pelatihan rutin dan simulasi krisis untuk memastikan tim siap dan memahami peran mereka.
- d. **Identifikasi Stakeholder Utama atau FGD:** Menentukan pihak-pihak yang berkepentingan (wisatawan, staf, media, komunitas lokal, pemerintah) dan bagaimana berkomunikasi dengan mereka.

Strategi Penanganan Krisis Layanan

2. Tahap Krisis

- a. **Respon Cepat dan Tepat:** Mengambil tindakan segera sesuai dengan RMK yang sudah ditentukan.
- b. **Prioritaskan Keselamatan:** Utamakan keselamatan dan kesejahteraan wisatawan dan staf.

Strategi Penanganan Krisis Layanan

c. Komunikasi yang Efektif:

- **Transparansi:** Sampaikan informasi yang akurat dan jujur kepada stakeholder.
- **Empati:** Tunjukkan kepedulian dan pemahaman terhadap situasi yang dialami.
- **Konsistensi:** Pastikan pesan yang disampaikan konsisten melalui semua saluran komunikasi.
- **Pernyataan Resmi:** Keluarkan pernyataan resmi dari juru bicara yang ditunjuk.

Strategi Penanganan Krisis Layanan

- d. Pengendalian Informasi:** Monitor media dan media sosial untuk mengelola narasi dan mencegah penyebaran informasi yang salah.
- e. Tindakan Korektif:** Segera ambil langkah-langkah untuk mengatasi masalah yang menyebabkan krisis layanan.



Strategi Penanganan Krisis Layanan

3. Tahap Pasca-Krisis (Pemulihan)

- a. **Evaluasi Krisis:** Lakukan analisis mendalam mengenai penyebab krisis, respons yang telah dilakukan, dan pelajaran yang dapat dipetik.
- b. **Tindakan Pemulihan:** Implementasikan rencana pemulihan untuk mengembalikan operasional normal dan memulihkan citra.

Strategi Penanganan Krisis Layanan

Tindakan Pemulihan: terdiri dari

- Memperbaiki kerusakan fisik.
- Memberikan kompensasi kepada pihak yang dirugikan.
- Meluncurkan kampanye pemulihan citra.



Strategi Penanganan Krisis Layanan

- c. **Komunikasi Lanjutan:** Terus berkomunikasi dengan stakeholder mengenai upaya pemulihan.
- d. **Revisi Rencana Manajemen Krisis:** Perbarui RMK berdasarkan pengalaman selama krisis untuk meningkatkan kesiapan di masa depan.



Refleksi

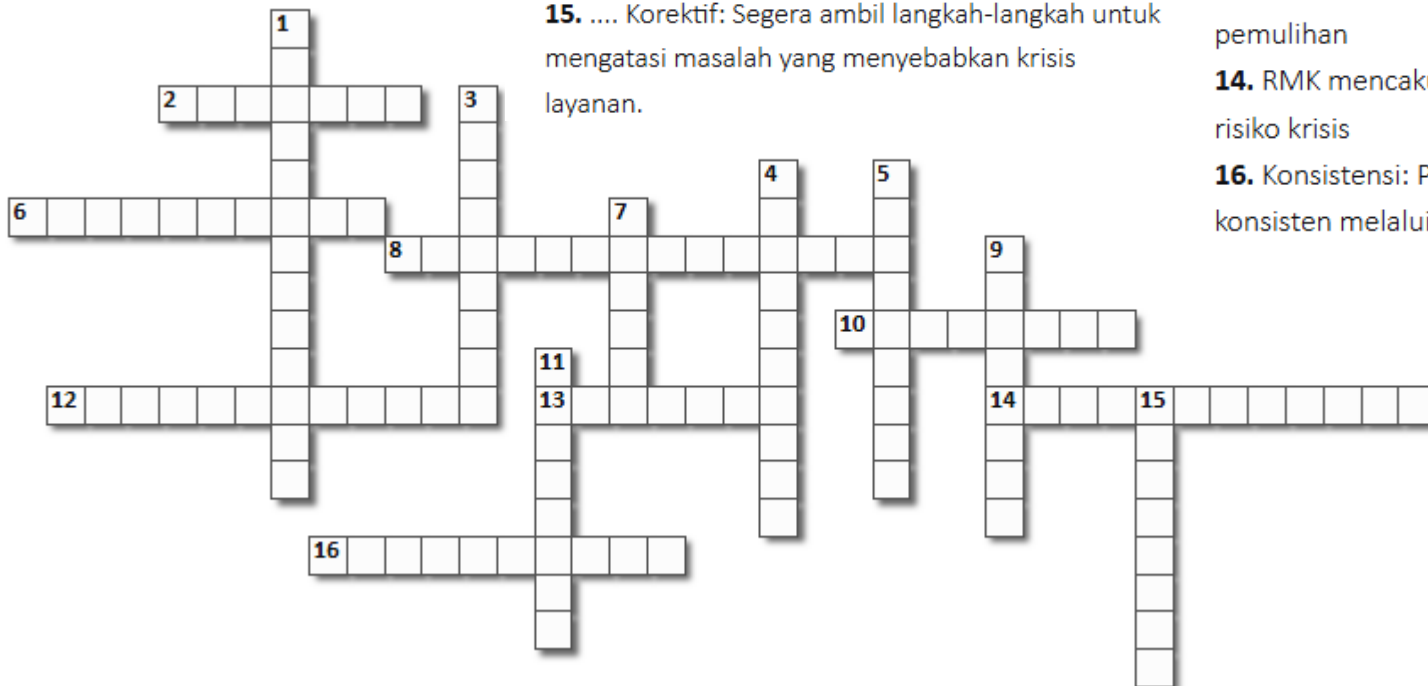
Manajemen krisis adalah aspek krusial dalam pengelolaan bisnis pariwisata, terutama dalam **pelayanan**. Dengan pemahaman yang baik mengenai jenis-jenis krisis, dampaknya, dan strategi penanganannya, para profesional pariwisata dapat lebih siap menghadapi **situasi yang tidak terduga** dan meminimalkan dampak negatifnya. Perencanaan yang matang, respons yang cepat dan tepat, serta komunikasi yang efektif adalah kunci **keberhasilan** dalam mengelola krisis layanan.

Tegak lurus

1. Prioritaskan Keselamatan: Utamakan keselamatan dan wisatawan dan staf.
3. Pengendalian : Monitor media dan media sosial
4. Strategi Krisis Layanan
5. Menentukan tim yang bertanggung jawab untuk krisis
7. Cepat dan Tepat: Mengambil tindakan segera sesuai dengan RMK yang sudah di tentukan.
9. Evaluasi Krisis: Lakukan mendalam mengenai penyebab krisis
11. RMK mencakup: komunikasi internal dan eksternal
15. Korektif: Segera ambil langkah-langkah untuk mengatasi masalah yang menyebabkan krisis layanan.

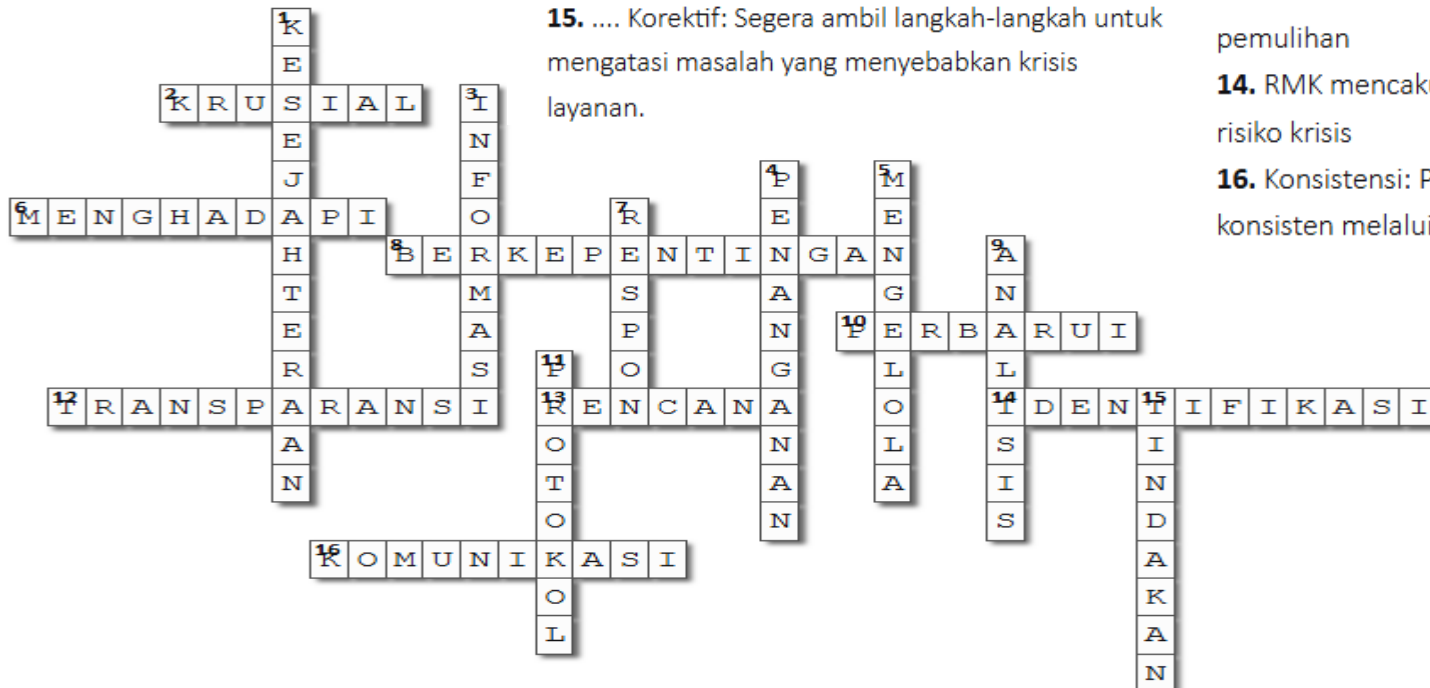
Secara horizontal

2. Manajemen krisis adalah aspek dalam pengelolaan bisnis pariwisata, terutama dalam pelayanan.
6. Menyusun dokumen yang berisi prosedur, tanggung jawab, dan langkah-langkah yang harus diambil dalam berbagai jenis krisis.
8. Menentukan pihak-pihak yang (wisatawan, staf, media, komunitas lokal, pemerintah)
10. Revisi Rencana Manajemen Krisis: RMK berdasarkan pengalaman selama krisis
12. : Sampaikan informasi yang akurat dan jujur kepada stakeholder.
13. Tindakan Pemulihan: Implementasikan pemulihan
14. RMK mencakup : Prosedur dan penilaian risiko krisis
16. Konsistensi: Pastikan pesan yang disampaikan konsisten melalui semua saluran



Tegak lurus

1. Prioritaskan Keselamatan: Utamakan keselamatan dan wisatawan dan staf.
3. Pengendalian : Monitor media dan media sosial
4. Strategi Krisis Layanan
5. Menentukan tim yang bertanggung jawab untuk krisis
7. Cepat dan Tepat: Mengambil tindakan segera sesuai dengan RMK yang sudah di tentukan.
9. Evaluasi Krisis: Lakukan mendalam mengenai penyebab krisis
11. RMK mencakup: komunikasi internal dan eksternal
15. Korektif: Segera ambil langkah-langkah untuk mengatasi masalah yang menyebabkan krisis layanan.



Secara horizontal

2. Manajemen krisis adalah aspek dalam pengelolaan bisnis pariwisata, terutama dalam pelayanan.
6. Menyusun dokumen yang berisi prosedur, tanggung jawab, dan langkah-langkah yang harus diambil dalam berbagai jenis krisis.
8. Menentukan pihak-pihak yang (wisatawan, staf, media, komunitas lokal, pemerintah)
10. Revisi Rencana Manajemen Krisis: RMK berdasarkan pengalaman selama krisis
12. : Sampaikan informasi yang akurat dan jujur kepada stakeholder.
13. Tindakan Pemulihan: Implementasikan pemulihan
14. RMK mencakup : Prosedur dan penilaian risiko krisis
16. Konsistensi: Pastikan pesan yang disampaikan konsisten melalui semua saluran

😊 END 😊

