

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Usaha yang dilakukan perusahaan agar mampu mempertahankan keberadaannya ditengah pasar jasa adalah dengan menyusun strategi komunikasi yang efektif kepada publik melalui media yang tepat. Tujuannya agar perusahaan dapat membentuk citra yang positif, mendapatkan kepercayaan pelanggan, serta menjadi pilihan yang memiliki keunggulan tersendiri bagi konsumen jasa perhotelan.

Dalam menjalankan usahanya perusahaan perhotelan harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen untuk kemudian dikajikan dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Di dalam industri perhotelan, *public relations* merupakan salah satu individu yang memiliki peranan penting di dalam menjaga hubungan baik dengan tamu, karena dia harus membina hubungan baik secara internal (dengan para karyawan) dan eksternal (dengan para tamu serta semua pihak di luar hotel).

Untuk menjaga hubungan baik dengan para tamu, khususnya, kita telah terlebih dahulu mengetahui kebutuhan dan memahami perilaku mereka, sehingga dengan sendirinya hubungan baik dengan tamu akan tercipta. Salah satu contohnya adalah berusaha untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan mereka yang berhubungan dengan kenyamanan penginapan dan sajian makanan.

Dengan strategi ini dianggap perusahaan mampu menciptakan kunci kemenangan dari persaingan yang semakin ketat di industri perhotelan, yang terletak pada pelayanan yang dijual yaitu keramah tamahan dan ketrampilan karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Dalam industri perhotelan yang mengutamakan masalah pelayanan segala hal perlu dikerjakan dengan hati. Begitupun pelayanan terhadap tamu yang datang merupakan syarat utama, apabila tamu merasa tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan tidak memuaskan kebutuhan mereka, tamu akan pergi ke hotel lain. Oleh

karena itu untuk menghasilkan kinerja yang baik strategi yang diberlakukan oleh pihak hotel antara lain dengan membangun *relationship*, salah satunya dengan peran humas dengan menjalankan strategi *customer relationship management* yaitu bagaimana perusahaan menjalin hubungan yang dekat dan mendalam dengan para pelanggannya, strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk memanjakan agar pelanggan tidak berpaling kepada hotel kompetitor. Dalam menjalin hubungannya dengan pelanggan, hotel memperlakukan pelanggannya secara berbeda, personal sehingga untuk itu hotel hendaknya mengetahui perilaku pelanggan agar dapat ditetapkan pendekatan yang bagaimana yang akan dilakukan hotel dalam menjalin hubungan supaya terjalin abadi dengan pelanggan (*long term relationship*), karena penting bagi pihak hotel untuk mengetahui apa alasan yang diinginkan oleh seorang pelanggan ketika dia memutuskan untuk menginap di sebuah hotel. Alasan-alasan tersebut dapat membantu pihak hotel dalam melaksanakan program.

Persaingan hotel semakin kompetitif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang berkualitas dan memuaskan, sehingga mampu mencapai keuntungan yang ditargetkan. Namun, nyatanya tuntutananya bukan hanya sekedar mencari keuntungan tetapi menjalin relasi dengan konsumen juga harus diwujudkan. Relasi bisa diwujudkan dengan melibatkan konsumen terhadap segala bentuk pengenalan perusahaan, melibatkan pelanggan dalam kegiatan komunikasi terutama berkaitan dengan keluhan konsumen.

Para praktisi PR berkomunikasi dengan seluruh publik internal dan eksternal yang terkait dalam menciptakan konsistensi antara tujuan – tujuan organisasi (perusahaan) dan harapan - harapan masyarakat (*social expectations*). Salah satu publik eksternal yang dihadapi organisasi adalah konsumen. Sedangkan publik internal adalah karyawan atau supervisor. Dua pihak publik diatas merupakan komunitas penting yang layak mendapat perhatian dari perusahaan. Hubungan antara perusahaan dengan keduanya bukan hanya sekedar atasan dengan bawahan atau konsep jual beli belaka. Namun, perlu terjalin hubungan yang sehat antara manajemen perusahaan dengan kedua komunitasnya agar tercipta kondisi yang dinamis. Karena itu,

hubungan antara perusahaan dengan konsumennya lebih tepat dipandang sebagai wujud tanggung jawab sosial organisasi.

Swiss Belinn Hotel Pekanbaru merupakan hotel bintang 3 bertaraf international, terletak di lokasi yang strategis dalam lingkungan Mal Ska, sebuah pusat perbelanjaan terkemuka di Pekanbaru, memberikan kemudahan akses menuju pusat bisnis dan pemerintahan. Swiss Belinn Ska Pekanbaru menawarkan akomodasi yang terjangkau dengan fasilitas dan pelayanan yang lengkap.

Customer relations Swiss Belinn Hotel Pekanbaru adalah divisi yang sangat berpengaruh dalam keberlangsungan perusahaan dalam mencari pelanggan/konsumen untuk mencapai tujuan *customer relations*, yaitu meningkatkan citra perusahaan dan mendorong terwujudnya tujuan perusahaan demi kesejahteraan perusahaan dan karyawan, serta manajemennya. Oleh karena itu, strategi *customer relations* yang dijalankan oleh *customer relations* Swiss Belinn Hotel Pekanbaru adalah strategi komunikasi yang dapat menghubungkan antara perusahaan dengan publiknya.

Bentuk komunikasi yang dilakukan pihak Swiss Belinn Hotel Pekanbaru dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan berkomunikasi langsung secara efektif dengan pelanggan, dapat mempengaruhi pikiran pelanggan untuk dapat menggunakan produk/jasa serta peneliti mencoba untuk mengetahui bahwa khalayak yang menjadi pengunjung hotel yang dijadikan target sebagai pelanggan memang merasakan kepuasan terhadap tindakan dan strategi *customer relations* yang diterapkan oleh Swiss Belinn Hotel Pekanbaru. Untuk mengetahui jumlah konsumen Swiss Belinn Hotel Pekanbaru selama 3 tahun terakhir ini, maka dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1.
Jumlah Konsumen Swiss Belinn Hotel
Pekanbaru tahun 2014-2017

No	Bulan	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017
1.	Januari	2.218	3.124	2.941	1.984
2.	Februari	2.310	2.722	1.947	1.103
3.	Maret	1.971	2.265	2.373	1.346
4.	April	3.077	3.134	3.128	2.091
5.	Mei	2.174	3.378	3.247	2.714
6.	Juni	2.843	3.015	2.371	3.946
7.	Juli	3.122	2.412	1.781	2.892
8.	Agustus	1.975	1.972	2.382	1.372
9.	September	1.742	1.762	1.346	2.571
10.	Oktober	2.036	2.761	1.643	1.148
11.	November	2.412	2.436	1.853	1.723
12.	Desember	3.014	3.127	2.648	3.731
Total		28.894	32.108	27.660	26.621

Sumber :Swiss Belinn Hotel Pekanbaru, 2018

Berdasarkan tabel diatas diketahui perkembangan jumlah tamu atau pelanggan pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru mengalami fluktuasi yaitu pada tahun total jumlah konsumen atau pengunjung sebanyak 28.894 orang kemudian pada tahun 2015 mengalami peningkatan jumlah pengunjung sebanyak 32.108 orang konsumen, pada tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 27.660 orang dan kembali menurun sebanyak 26.621 orang.

Menurunnya jumlah tamu di tahun 2016 dan 2017 dapat diakibatkan karena banyaknya persaingan bisnis hotel yang masing-masing menonjolkan kelebihanannya masing-masing khususnya persaingan harga. Biasanya terjadi peningkatan jumlah tamu itu hanya pada bulan-bulan tertentu, misalnya ada hari libur sekolah atau hari besar keagamaan. Dalam mengalami penurunan jumlah konsumen, maka pihak Swiss Belinn Hotel Pekanbaru melakukan strategi yaitu promosi harga berupa harga promo yang diturunkan dari tariff

normal sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk datang ke Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

Hal ini membuat pihak manajemen Hotel giat dalam menjalankan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*) merupakan suatu proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan dan memerlukan suatu fokus yang jelas terhadap atribut suatu jasa yang dapat menghasilkan nilai kepada pelanggan sehingga dapat menghasilkan loyalitas menurut melainkan keunggulan bersaing.

Salah satunya adalah hubungan masyarakat yang bertujuan menciptakan hubungan baik sehingga diharapkan dapat membangun citra hotel yang positif serta berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. *Public Relations* hotel yang mendukung tujuan pemasaran hotel disebut *Marketing Public Relations*, untuk pelaksanaan *Marketing Public Relations* dapat dilaksanakan dengan baik jika didukung oleh kinerja para karyawan yang ramah dan peduli kepada pelanggan hotel.

Hal ini Karena, kebanyakan pihak hotel lebih terfokus dalam menentukan bagaimana caranya mendapatkan pelanggan, bukan kepada bagaimana caranya mempertahankan pelanggan yang ada, seperti tujuan utama dari *customer relationship management*. Hal ini mengindikasikan bahwa pihak hotel belum dapat mengemas program *customer relationship management* dengan baik sehingga dapat menggugah pelanggan dalam memberikan umpan balik kepada pihak hotel. Oleh karena itu *customer relationship management* pada intinya menyediakan nilai yang optimal kepada pelanggannya yang bertumpu pada produk fisik dan proses penyampaian jasa terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan secara individu dengan cara berkomunikasi dengan mereka.

Dari uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan judul :“**Penerapan Customer Relation Management pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru**”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Penegasan Istilah

Untuk lebih memahami penelitian ini agar tidak terjadi kesalahan makna, maka perlu adanya penjelasan judul yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Customer Relations*

Kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan / masalah yang sedang dihadapi.¹

2. *Customer Relation Management*

Merupakan proses memodifikasi perilaku konsumen dari waktu ke waktu dan belajar dari tiap interaksi, merubah, merawat pelanggan, dan memperkuat ikatan pelanggan dengan perusahaan.²

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penerapan *customer relation management* pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian harus memiliki tujuan yang jelas. Hal ini diperlukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya dicari oleh peneliti sehingga memberikan arahan dalam melangkah sesuai dengan maksud penelitian. Maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran mengenai penerapan *customer relation management* pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

¹ Effendy Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosda Karya. Bandung,

² Amin Widjaja Tunggal, Drs., Ak. MBA. 2008. *Dasar – Dasar Customer. Relationship Management (CRM)*. Jakarta: Harvindo, hal 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

1. Dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Diharapkan dapat memberikan sumbangan berarti bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya di Konsentrasi *Public Relations* dalam hal ini mengenai penerapan *customer relation management* pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

b. Secara Praktis

1. Dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Dapat memberi masukan bagi para pihak yang berkepentingan dan referensi bagi penelitian berikutnya.
3. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.
4. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir perkuliahan untuk mendapatkan gelar strata satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi pada konsentrasi *Public Relations*.

E. Sistematika Penulisan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini berisikan mengenai kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Menjelaskan tentang gambaran umum tempat penelitian yaitu Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian mengenai penerapan *customer relation management* pada Swiss Belinn Hotel Pekanbaru.

BAB VI : PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.