

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Saiful Aziz

Nomor Mahasiswa : 20150530233

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT  
BUSINESS TO BUSINESS D'SENOPATI MALIOBORO GRAND HOTEL  
PADA TAHUN 2017-2018***

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bantul, 22 Juni 2019

Yang membuat pernyataan



Muhammad Saiful Aziz

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama puji syukur penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya, skripsi ini dapat paripurna dan hadir menyapa pembacanya. Selanjutnya shalawat serta salam senantiasa tak hentinya tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan bagi kita semua sebagai pengikutnya. Adanya skripsi ini bertujuan untuk memperluas khazanah maupun wawasan tentang strategi *Customer Relations Business to Business* pada D'Senopati Malioboro Grand Hotel. Selain daripada itu, skripsi ini juga disusun dalam rangka memenuhi tugas akhir sebagai syarat kelulusan studi sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Setelah sekian lamanya berproses di Program Studi Ilmu Komunikasi UMY, penulis bertujuan mengimplementasikan hasil dari proses yang penulis dapatkan dalam proses studi dalam ranah praktis. Selain itu hadirnya skripsi ini juga menjadi harapan penulis dapat memberikan sumbangan keilmuan bagi khazanah keilmuan. Paripurnanya skripsi ini tak lepas dari dukungan dan motivasi dari para dosen, teman-teman terdekat, serta pihak-pihak lain yang turut berkontribusi. Oleh karena itu izinkan penulis untuk dapat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang karena rahmat dan ridho-Nya penulis dapat memperoleh berbagai pembelajaran serta kemudahan dalam proses yang dijalankan
2. Bapak dan Ibu penulis yang telah dengan ikhlas dan tulus hati memberikan dukungan secara penuh dalam berbagai bentuk serta memotivasi penulis untuk dapat menikmati proses serta menyelesaikan skripsi ini
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMY
4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP., M.A., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menuntun serta mengarahkan penulis dalam proses penulisan skripsi ini
5. Para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UMY yang telah berkontribusi penuh dalam proses transfer ilmu yang selama ini penulis dapatkan
6. Personalia *Sales and Marketing Department* D'Senopati Malioboro Grand Hotel yang telah membantu penulis dalam proses penelitian

7. Sofia Hasna yang telah secara penuh memberikan support dan motivasi secara penuh kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini
8. Segenap keluarga dan rekan-rekan Pimpinan Cabang Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Abdul Razaq Fakhruddin Kota Yogyakarta dan Pimpinan Komisariat IMM Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMY yang telah menjadi kawah candradimuka bagi penulis
9. Segenap keluarga FISIPOL Society Empowerment (FISMO) Club UMY yang selalu memberikan support bagi penulis untuk dapat menyelesaikan proses pembuatan skripsi ini
10. Segenap teman-teman yang telah berkontribusi secara moril maupun bantuan dalam pembuatan skripsi ini Dewi, Mas Rendi, Silvi, Denis, Oba, dan Wahyu
11. Dan lain sebagainya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu

Namun tiada gading yang tak retak sebagaimana kata pepatah. Hadirnya skripsi ini juga tentu diiringi dengan berbagai kekurangan. Oleh karena hal tersebut kritik dan saran yang konstruktif dengan sangat terbuka senantiasa penulis nantikan.

Bantul, 22 Juni 2019

Muhammad Saiful Aziz

## MOTTO

“Sesungguhnya, setelah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah:6)

## **PERSEMBAHAN**

Segala kesyukuran senantiasa tercurah ke hadirat Allah SWT. senantiasa teriring dalam berbagai kenikmatan, kemudahan, rahmat, serta hidayah yang hingga kini senantiasa terlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Secara khusus, skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua saya sebagai tanggung jawab saya atas segala dukungan moril maupun materil kepada saya dan sebagai tanggung jawab saya untuk senantiasa membangun kebanggaan atas keluarga.

Terima kasih kepada segenap pihak yang telah berkontribusi dalam proses yang dijalankan.

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Pernyataan dan Pengesahan</b> .....	<b>I</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>II</b>
<b>Motto</b> .....	<b>IV</b>
<b>Halaman persembahan</b> .....	<b>V</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>VI</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>VII</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>IX</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>X</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>XI</b>
<b>BAB I. Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	10
1. <i>Definisi CRM</i> .....	10
2. <i>Tujuan CRM</i> .....	14
3. <i>Kriteria Kesuksesan CRM</i> .....	15
4. <i>Proses CRM</i> .....	16
5. <i>Business to Business</i> .....	21
6. <i>Evaluasi</i> .....	24
F. Penelitian Terdahulu.....	26
G. Tempat Penelitian.....	30
H. Metode Penelitian.....	31
1. <i>Jenis Penelitian</i> .....	31
2. <i>Objek Penelitian</i> .....	31
3. <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	31
4. <i>Informan Penelitian</i> .....	34
5. <i>Teknik Analisis Data</i> .....	34
6. <i>Uji Validitas Data</i> .....	39
<b>BAB II. Deskripsi Objek Penelitian</b> .....	<b>41</b>
A. Sejarah.....	41
B. Profil Perusahaan.....	43

C. Departemen-Departemen.....	49
<b>BAB III. Sajian Data &amp; Analisis Data.....</b>	<b>53</b>
A. Sajian Data ..	54
1. <i>CRM Business to Business D'Senopati Malioboro Grand Hotel pada Tahun 2017-2018</i> .....	54
2. Evaluasi <i>CRM Business to Business D'Senopati Malioboro Grand Hotel pada Tahun 2017-2018</i> .....	76
B. Analisis Data .....	78
1. <i>CRM Business to Business D'Senopati Malioboro Grand Hotel</i> .....	78
2. Evaluasi Strategi <i>CRM Business to Business D'Senopati Malioboro Grand Hotel</i> .....	95
<b>BAB IV Penutup.....</b>	<b>97</b>
A.Kesimpulan .....	97
B.Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data <i>Occupancy</i> D'Senopati Malioboro Grand Hotel .....	6
Gambar 1.2 Langkah Analisis Data .....	36
Gambar 2.1 <i>Standard Room</i> .....	44
Gambar 2.2 <i>Superior Room</i> .....	44
Gambar 2.3 <i>Deluxe Room</i> .....	45
Gambar 2.4 <i>Suite Room</i> .....	45
Gambar 2.5 Mangkubumi <i>Meeting Room</i> .....	46
Gambar 2.6 Adipati <i>Meeting Room</i> .....	46
Gambar 2.7 Ayodya <i>Restaurant</i> .....	48
Gambar 2.8 Tamansari <i>Pool</i> .....	49
Gambar 3.1 Tampilan Program Big System .....	58
Gambar 3.2 Kegiatan <i>Sales Call</i> .....	72
Gambar 3.3 Kegiatan <i>Gathering</i> .....	73
Gambar 3.4 Kegiatan Ulang Tahun <i>Travel Agent</i> .....	73



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data <i>Top 30 Company Production</i> D'Senopati Malioboro Grand Hotel.....	6
--	---

## Daftar Lampiran

Lampiran 1- Lembar <i>Interview Guide</i> .....	104
Lampiran 2- Hasil <i>Interview Guide</i> .....	107