

LAMPIRAN

DRAFT INTERVIEW GUIDE

A. Sales Manager D'Senopati Malioboro Grand Hotel

1. Apa tujuan dari D'Senopati Malioboro Grand Hotel menjalankan *Customer Relations*?
2. Bagaimana langkah persiapan program *Customer Relations* yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?
3. Mengapa lebih menasar pada segmentasi *business*?
4. Apa perbedaan mendasar pola *Customer Relations* kepada *Travel Agent*?

Mengumpulkan Data Pelanggan

5. Bagaimana upaya yang dilakukan D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam mengumpulkan data pelanggan?
6. Apakah seluruh transaksi, kontak pelanggan, pilihan pelanggan, serta informasi deskriptif telah terdokumentasikan dengan baik?
7. Dalam bentuk apa seluruh database pelanggan yang dimiliki oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?

Menganalisis Data Pelanggan dan Identifikasi Target Pelanggan

8. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam menganalisis data pelanggan serta mengidentifikasi target pelanggan?
9. Bagaimana cara D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam memetakan segmen pasar?
10. Apa kategori pelanggan terbaik yang dimiliki oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?

Mengembangkan Program *Customer Relations*

11. Bagaimana cara yang dilakukan D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam mempertahankan pelanggan?

12. Bagaimana *treatment* yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel untuk dapat meningkatkan setiap klasifikasi pelanggan yang dimiliki?
13. Bagaimana upaya yang dilakukan D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam menghadapi pelanggan yang tidak menguntungkan?

Mengimplementasikan Program *Customer Relations*

14. Bagaimana pola implementasi strategi CRM yang diterapkan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?
15. Apa program *Customer Relationship Management* yang diterapkan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?

Evaluasi Program CRM

16. Bagaimana upaya evaluasi yang diterapkan dalam program *Customer Relations* yang diterapkan?
17. Apa indikator keberhasilan dari program *Customer Relations* yang dilakukan?
18. Bagaimana hasil evaluasi dari program *Customer Relations* yang telah dilakukan?

B. *Travel Agent*

1. Apa yang membuat anda memilih D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai hotel pilihan?
2. Bagaimana hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel terhadap Travel Agent yang anda pimpin?
3. Apakah menurut anda hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel sudah cukup memuaskan?
4. Apakah anda pernah mengalami keluhan? Bagaimana pihak manajemen melakukan penanganan?
5. Apakah anda akan tetap menjadi pelanggan D'Senopati Malioboro Grand Hotel? Mengapa?

6. Apakah anda akan merekomendasikan D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai pilihan kepada orang lain?

HASIL INTERVIEW GUIDE

1. **Nama Informan** : Christina Rhidsy Marintan
Jabatan : Sales Manager D'Senopati Malioboro Grand Hotel

1. **Apa tujuan dari D'Senopati Malioboro Grand Hotel menjalankan *Customer Relations*?**

Jawab: *Customer Relations* kita lakukan sebagai upaya kita untuk menjaga supaya pelanggan-pelanggan yang udah *stay* nggak pergi. Apalagi kita di Departemen *Sales & Marketing*, kita tentu punya target *revenue* dari hotel. Jadi sambil kita selalu usaha buat cari pelanggan baru, pelanggan yang udah kita punya kita jaga supaya tetep *stay* sama kita

2. **Bagaimana langkah persiapan program *Customer Relations* yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?**

Jawab: Dalam seminggu sekali kita biasanya adakan pembahasan kita target mau *sales call* kemana aja sekaligus temuan-temuan apa yang kita dapat selama terutama selama kita *sales call*. Selain itu kita juga akan selalu *list agent* mana aja yang akan ulang tahun dalam satu minggu ke depan. Jadi memang rutin kita adakan seminggu sekali untuk pembahasan dan evaluasi sekaligus.

3. **Mengapa lebih menysasar pada segmentasi *business*?**

Jawab: Karena kalau kita bandingkan sama yang lain, cenderungnya kalau segmen *business* yaitu *Travel Agent* sekali kita *deal*, maka dia dalam sekali *deal* itu akan bawa banyak tamu. Selain itu segmen *Travel Agent* cenderung transaksinya akan lebih konsisten karena dia akan selalu dapat tamu yang berbeda-beda.

4. **Apa perbedaan mendasar pola *Customer Relations* kepada *Travel Agent*?**

Jawab: Yang membedakan adalah kalau sama *Travel Agent* kita lebih pakai pendekatan *personal touch* karena kalau kita komunikasi sama *agent* itu kita harus bisa secair mungkin sama dia.

Mengumpulkan Data Pelanggan

5. **Bagaimana upaya yang dilakukan D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam mengumpulkan data pelanggan?**

Jawab: Kita punya namanya *database*, *database* ini setiap *sales* pasti punya, dari *database* yang kita punya pasti kita kumpulkan terus kita masukkan ke dalam sistem itu yang dari *sales*. Ada juga yang namanya *walk in guest*, artinya yang datang sendiri tanpa dari *sales* itu atau mereka misalnya telpon untuk reservasi terus kita nanya kan, nah itu juga bisa jadi *database*.

6. **Apakah seluruh transaksi, kontak pelanggan, pilihan pelanggan, serta informasi deskriptif telah terdokumentasikan dengan baik?**

Jawab: Yes, itu akan selalu masuk dalam sistem. Setiap data pelanggan dimasukkan ke dalam sistem, kita kan harus punya arsip ya, karena setiap kali mau *check in* mereka pasti minta *photocopy* ID kan, jadi pasti sudah ada lengkap

7. **Dalam bentuk apa seluruh database pelanggan yang dimiliki oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?**

Jawab: Dalam bentuk sistem berupa sistem perhotelan Big System.

Menganalisis Data Pelanggan dan Identifikasi Target Pelanggan

8. **Bagaimana upaya yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam menganalisis data pelanggan serta mengidentifikasi target pelanggan?**

Jawab: Setiap pelanggan yang *check in*, di sistem pasti kita langsung tulis segmennya apa. Di situ kelihatan misalnya, Jogja Wisata segmennya *agent*. Di situ nanti langsung tersistem, misalkan Jogja Wisata ini adalah *active account* artinya dia sering ke sini menjadi *repeater*. Kalo misalnya dia cuma sekali, akan juga teridentifikasi, itu nanti hanya sekedar menjadi

prospect account dan kemudian menjadi *sleep account*. Artinya setelah dia datang sekali dia nggak akan datang lagi. Klasifikasinya adalah *prospect account*, *active account*, dan *sleep account*. Kalau dia nggak aktif, otomatis nanti dia akan jadi *sleep account*.

9. **Bagaimana cara D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam memetakan segmen pasar?**

Jawab: Biasanya di sini kita ada beberapa segmen, itu pasti kalau misalnya dari *travel agent* itu pasti akan langsung ngomong kita dari *travel agent* dan pasti harganya langsung mengikuti. Terus misal *corporate* juga, *government* juga begitu, memang artinya kita sudah jelas terpetakan segmennya.

10. **Apa kategori pelanggan terbaik yang dimiliki oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?**

Jawab: Yang pasti yang *repeater*, itu istilahnya menyumbang lebih dari 200 *Room Night Sold* per bulan.

Mengembangkan Program *Customer Relations*

11. **Bagaimana cara yang dilakukan D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam mempertahankan pelanggan?**

Jawab: Yang pasti *maintain relationship* ya. Kan memang kita menjual jasa jadi harus jasa kita yang *perfect*, artinya jangan sampai mengecewakan. Mulai dari *property* harus bagus, kemudian pelayanannya harus oke, sesudah dia *check out* kita harus tetap *maintain*, kita tanyakan gimana kabarnya, jadi lebih ke *personal touch*.

12. **Bagaimana *treatment* yang dilakukan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel untuk dapat meningkatkan setiap klasifikasi pelanggan yang dimiliki?**

Jawab: *Active account* ini kita akan terus kita jaga komunikasi dan supaya kita tetap *keep in touch* sama mereka dan mereka nggak turun jadi *prospect account*. Untuk yang *prospect account* ini akan kita perkuat *personal touch* nya lewat *sales call* ataupun program lainnya supaya dia

makin loyal sama kita dan terus pakai kita supaya dia bisa naik jadi *active account*. Untuk yang *sleep account* ini kita harus kunjungi lagi atau kita telepon kenapa kok nggak pernah lagi menginap di D'Senopati? Apakah sebelumnya tidak puas dengan pelayanan, tidak sesuai dengan harganya, atau itu kan banyak faktor-faktornya.

13. Bagaimana upaya yang dilakukan D'Senopati Malioboro Grand Hotel dalam menghadapi pelanggan yang tidak menguntungkan?

Jawab: Biasanya kalau malah merugikan akan kita *black list*, misalnya *travel agent* ini kok pembayarannya terhambat, itu kan sangat tidak menguntungkan buat kita, itu biasanya akan kita langsung *black list*. Kalau misalnya jarang datang kita harus tetap kejar, kenapa kok jarang ke D'Senopati lagi ada masalah apa.

Mengimplementasikan Program *Customer Relations*

14. Bagaimana pola implementasi strategi CRM yang diterapkan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?

Jawab: Kalau selama ini, implementasinya kita rumuskan bareng-bareng di Sales berdasarkan data-data yang kita buat. Lalu itu nanti di Sales akan kita laksanakan dalam turunan program-program yang kita punya ke basis customer kita. Dalam hal koordinasi ke departemen lain terkait strategi kita, biasanya kita sampaikan saat *morning briefing* bareng seluruh departemen yang harapannya bisa sinkron sama seluruh departemen.

15. Apa program *Customer Relationship Management* yang diterapkan oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel?

Jawab: Biasanya yang pasti *sales call*. *Sales call* ini kita akan jalan tiap hari buat ketemu langsung sama PIC nya. Lalu biasanya dalam satu tahun sekali kita adakan *gathering* dengan *agent* yang jadi *customer* kita. Terus biasanya kalau *agent* ulang tahun, kita juga kasih kue dan ucapan ke mereka.

Evaluasi Program *Customer Relations*

16. Bagaimana upaya evaluasi yang diterapkan dalam program *Customer Relations* yang diterapkan?

Jawab: Itu diukur dari setiap kali kita *sales call* itu kemana aja. Lalu kita akan evaluasi apakah customer yang biasa ke kita kembali lagi ke kita atau nggak. Evaluasi dilakukan setiap minggu sebelum *sales call*.

17. Apa indikator keberhasilan dari program *Customer Relations* yang dilakukan?

Jawab: Selama ini kita pakai indikator program *Customer Relations* kita berhasil kalau tiap minggu ada transaksi minimal dari 2 *account* pelanggan yang kita punya.

18. Bagaimana hasil evaluasi dari program *Customer Relations* yang telah dilakukan?

Jawab: Kalau berdasarkan indikator yang kita pakai, sejauh ini secara umum cukup berhasil walaupun memang cenderung kalau lagi *low season* di beberapa bulan kadang juga nggak tercapai, tapi secara umum itu tercapai.

2. **Nama Narasumber** : Anne
Jabatan : *Tour Planner* Tugu Wisata

1. **Sejak kapan menjadi pelanggan dari D'Senopati Malioboro Grand Hotel?**

Jawab : Saya *contract rate* dengan D'Senopati sejak 2017

2. **Apa yang membuat anda memilih D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai hotel pilihan?**

Jawab : Karena satu sih kita kalau agent itu betah itu dia orangnya supel, enak, negosiasinya juga enak, terus untuk dari segi tamunya sendiri juga sampai sekarang pun nggak ada komplain sih belum ada *hard complain* ataupun *complain* yang seperti apa belum pernah. Jadi kita masih mempertahankan D'Senopati.

3. **Bagaimana hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel terhadap Travel Agent yang anda pimpin?**

Jawab : Kalau menurut saya sendiri sebenarnya udah dibilang deket sih sama Mbak Christina (Sales Manager) udah ibaratnya kaya temen sih mas nggak ada kita kebutuhan pun Mbak Christina juga tanya kabar, saling follow up sih. Nanti kadang dia *sales call*. Jadi personal dulu sih hubungan yang dibangun. Pas lebaran atau natal juga D'Senopati biasanya kasih bingkisan atau kue.

4. **Apakah menurut anda hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel sudah cukup memuaskan?**

Jawab : Sudah mas

5. **Apakah anda pernah mengalami keluhan? Bagaimana pihak manajemen melakukan penanganan?**

Jawab : Kalau dari dulu sampai sekarang sih sebetulnya aku sempet pas ada group itu aku minta sharing bed, jadi satu kamar 3 orang. Jadi itu mungkin ada *miss* komunikasi ya itu kalau dulu-dulu sama Mbak Christina itu biasanya *full amenities*, jadi 3 semuanya, tapi ternyata Cuma disiapkan satu. Terus akhirnya dikasih jalan tengah Mbak Christina bilang “yaudah

ya mbak sorry ya aku minta maaf aku isi 3 semuanya” akhirnya dia yang *handle*.

6. **Apakah anda akan tetap menjadi pelanggan D’Senopati Malioboro Grand Hotel? Mengapa?**

Jawab: Masih sih mas. Alasannya karena kita belum pernah ada complaint dari tamu terus jalin hubungannya juga masih baik

7. **Apakah anda akan merekomendasikan D’Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai pilihan kepada orang lain?**

Jawab: Tentu mas, karena sejauh ini pelayanannya sudah cukup memuaskan. Sejauh ini juga saya sering merekomendasikan ke temen-temen temen *agent* atau lainnya yang cari info terkait hotel yang *recommended*

3. Nama Narasumber : Adhitya
Jabatan : Tour Planner Njogja Tour

1. Apa yang membuat anda memilih D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai hotel pilihan?

Jawab: Sejauh ini karena kualitas fasilitas yang bagus, dari segi kualitas dan kebersihan *property* yang terjaga . Selain itu juga *service* yang dikasih dari hotel ke kita juga cukup memuaskan dan belum pernah ada keluhan dari customer. Selain itu juga hubungan yang dibangun ke *agent* juga cukup bagus, responnya cepat. Jadi nggak mengecewakan.

2. Bagaimana hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel terhadap *travel agent* yang anda pimpin?

Jawab: *Sales call* biasanya tiga sampai empat bulan sekali, ada juga *gathering* sama *travel agent* satu tahun sekali.

3. Apakah menurut anda hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel sudah cukup memuaskan?

Jawab: Sudah mas, 99 persen tidak ada *complain*

4. Apakah anda pernah mengalami keluhan? Bagaimana pihak manajemen melakukan penanganan?

Jawab: Sejauh ini belum ada

5. Apakah anda akan tetap menjadi pelanggan D'Senopati Malioboro Grand Hotel? Mengapa?

Jawab: Tetap. Karena minim keluhan. Hubungan yang dibangun dari *sales* juga bagus

6. Apakah anda akan merekomendasikan D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai pilihan kepada orang lain?

Jawab: Iya, karena sejauh ini minim keluhan

4. Nama Narasumber : Wigi

Jabatan : Tour Planner Jogja Wisata

1. Apa yang membuat anda memilih D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai hotel pilihan?

Jawab :Karena pelayanannya memuaskan. Sejauh ini antara saya sebagai agent sama sales ataupun tamu-tamu saya dengan hotel belum pernah ada komplain. Selain itu antara saya sama tim sales juga cukup dekat secara personal. Jadi cukup cair komunikasi yang kita bangun.

2. Bagaimana hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel terhadap Travel Agent yang anda pimpin?

Jawab :Yang paling sering itu biasanya *sales call*, biasanya Mbak Christina sama tim ke kantor buat ngobrol dan nanyakan tamu kita yang diarahkan ke D'Senopati. Selain itu juga kalau kita lagi ulang tahun, dari D'Senopati ke sini buat kasih ucapan sama kue.

3. Apakah menurut anda hubungan pelanggan yang dibangun oleh D'Senopati Malioboro Grand Hotel sudah cukup memuaskan?

Jawab :Cukup memuaskan. Beberapa tamu yang ke sana sejauh ini belum ada *complain* yang disampaikan. Dari kita sama hotel juga sejauh ini baik-baik aja.

4. Apakah anda akan tetap menjadi pelanggan D'Senopati Malioboro Grand Hotel? Mengapa?

Jawab: Iya. Sejauh ini dua tahun belum ada masalah yang berarti baik dari tamu ataupun kami. Jadi ke depan akan terus lanjut.

5. Apakah anda akan merekomendasikan D'Senopati Malioboro Grand Hotel sebagai pilihan kepada orang lain?

Jawab: Iya, karena sejauh ini kami cukup puas dengan pelayanan yang diberikan secara keseluruhan