

PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK MENINGKATKAN *LOYALITAS* TAMU DI FAME HOTEL SUNSET ROAD BALI LEGIAN

Putu Agus Eka Rismawan^{1,*}, Gede Agus Susanto²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: askarismawan@unmas.ac.id

ABSTRAK

Fame Hotel Sunset Road Bali merupakan hotel bintang tiga yang berlokasi di Jalan Sunset Road No. 9, Legian, Kuta, Bali, sebuah kawasan strategis yang menjadi pusat pariwisata dan bisnis di Bali. Dalam industri perhotelan yang kompetitif, loyalitas tamu menjadi faktor krusial dalam memastikan keberlanjutan bisnis. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan loyalitas tamu adalah melalui penerapan *Customer Relationship Management* (CRM), yang berfokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pendekatan digital dan program loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi CRM dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu di Fame Hotel Sunset Road Bali. Tiga pendekatan utama yang diterapkan dalam program CRM ini adalah *Digital Guest Engagement*, *Loyalty Program Mini*, dan *Strategi Ulasan Positif*. *Digital Guest Engagement* memungkinkan hotel untuk berinteraksi secara lebih efektif dengan tamu melalui pemanfaatan media sosial, pesan otomatis, serta respons cepat terhadap umpan balik pelanggan. Sementara itu, *Loyalty Program Mini* dirancang untuk memberikan insentif bagi repeat guest melalui berbagai keuntungan eksklusif, seperti diskon khusus, upgrade kamar, serta hadiah bagi pelanggan setia. Sedangkan, program kerja Program Ulasan Positif dirancang guna meningkatkan rating dan reputasi hotel secara keseluruhan. Program ini melibatkan pendekatan proaktif, seperti pengiriman pesan *WhatsApp* otomatis setelah *check-out* dengan tautan langsung ke halaman ulasan, serta pengingat dari *staf front office* kepada tamu yang puas dengan layanan. Hasil dari penerapan strategi ini menunjukkan adanya peningkatan interaksi tamu dengan hotel melalui platform digital serta meningkatnya jumlah tamu yang kembali menginap setelah mengikuti program loyalitas. Peningkatan ini tidak hanya berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat citra dan reputasi hotel di tengah persaingan industri perhotelan. Dengan demikian, implementasi CRM berbasis digital menjadi langkah strategis yang dapat membantu hotel mempertahankan loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saingnya di pasar.

Kata kunci : *Customer Relationship Management, Loyalitas Tamu, Digital Guest Engagement, Ulasan Positif, Hotel Berbasis Digital*

ANALISIS SITUASI

Industri perhotelan di Bali terus berkembang pesat, didukung oleh peningkatan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara setiap tahunnya. Persaingan antar hotel semakin ketat, sehingga hotel-hotel harus memberikan layanan yang unggul untuk tetap bersaing. Selain kualitas fasilitas dan pelayanan, membangun hubungan yang baik dengan tamu menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas mereka.

Dengan kemajuan teknologi digital, banyak wisatawan kini lebih mengandalkan media sosial, situs ulasan, dan aplikasi pesan instan untuk berinteraksi dengan hotel. Hal ini membuat *Customer Relationship Management (CRM)* menjadi pendekatan strategis yang tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih personal. CRM memungkinkan hotel untuk memahami preferensi tamu, memberikan layanan yang lebih proaktif, dan membangun komunikasi yang lebih *efektif*.

Di Fame Hotel Sunset Road Bali, tantangan utama adalah mempertahankan pelanggan tetap dan menarik tamu baru dalam lingkungan persaingan yang ketat. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurangnya strategi digital engagement yang terstruktur, sehingga interaksi dengan tamu masih terbatas. Oleh karena itu, penerapan CRM berbasis *digital guest engagement* dan *loyalty program mini* menjadi solusi yang potensial untuk meningkatkan keterlibatan tamu serta mendorong mereka untuk kembali menginap.

Digital guest engagement bertujuan untuk mengoptimalkan komunikasi dengan tamu melalui berbagai *platform* digital, seperti *whatsApp*, *email*, dan media sosial. Sementara itu, *Loyalty Program Mini* dirancang untuk memberikan berbagai *insentif* kepada tamu yang kembali menginap, sehingga mendorong tingkat retensi pelanggan yang lebih tinggi. Implementasi kedua strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan tamu, memperkuat reputasi hotel, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

Selain tantangan dalam meningkatkan keterlibatan tamu melalui strategi digital dan mempertahankan loyalitas pelanggan, reputasi *online* juga memainkan peran penting dalam daya saing hotel. Dalam era digital, calon tamu sering kali mengandalkan ulasan di *platform* seperti *Google Reviews*, *TripAdvisor*, dan *Online Travel Agency (OTA)* sebelum memutuskan untuk menginap. Oleh karena itu, penting bagi hotel untuk memiliki strategi dalam meningkatkan jumlah serta kualitas ulasan positif dari tamu.

Saat ini, Fame Hotel Sunset Road Bali masih menghadapi kendala dalam mengelola ulasan online secara sistematis. Beberapa tamu yang puas mungkin tidak tergerak untuk meninggalkan ulasan, sementara ulasan negatif dapat berdampak besar terhadap citra hotel. Untuk mengatasi masalah ini, program kerja Program Ulasan Positif dirancang guna meningkatkan rating dan reputasi hotel secara keseluruhan.

Program ini melibatkan pendekatan proaktif, seperti pengiriman pesan *whatsApp* otomatis setelah *check-out* dengan tautan langsung ke halaman ulasan, serta pengingat dari *staf front office* kepada tamu yang puas dengan layanan. Dengan strategi ini, diharapkan lebih banyak tamu terdorong untuk memberikan ulasan positif, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya tarik Fame Hotel Sunset Road Bali bagi calon wisatawan.

PERUMUSAN MASALAH

Terkait dengan permasalahan yang diambil, dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis pada tanggal 24 Februari 2025 dengan mitra sasaran yaitu Fame Hotel Sunset Road Bali dengan permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana *digital guest engagement* dapat meningkatkan interaksi dengan tamu?
2. Bagaimana *loyalty program mini* dapat meningkatkan jumlah *repeat guest*?
3. Bagaimana *strategi Program ulasan positif* dapat membantu meningkatkan reputasi hotel di platform ulasan *online*

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat merupakan hasil dari observasi pada Fame Hotel Sunset Road Bali. Adapun solusi yang dirancang oleh penulis untuk mengatasi permasalahan tersebut yang akan dituangkan ke dalam satu program kerja adalah sebagai berikut :

1. *Digital guest engagement*: Pemanfaatan *whatsapp* dan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dengan tamu.
2. *Loyalty program mini*: Pemberian *insentif* kepada tamu yang Kembali menginap, seperti diskon dan hadiah *eksklusif*.
3. Program ulasan positif: Meningkatkan *rating* dan *reputasi online* Hotel.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan uraian permasalahan yang dihadapi oleh Fame Hotel Sunset Road Bali. Maka metode pendekatan yang dilakukan, yaitu:

1. Pelatihan dan Implementasi *digital guest engagement*:
 - a) Mengadakan sesi pelatihan bagi staff hotel mengenai penggunaan *whatsapp*, email, dan media sosial dalam komunikasi dengan tamu.
 - b) Menerapkan sistem otomatisasi pesan untuk merespons pertanyaan tamu dengan cepat.
 - c) Menganalisis *respons* dan efektivitas interaksi digital melalui berbagai *platform*.
2. Pengembangan dan pelaksanaan *loyalty program mini*:
 - a) Mengidentifikasi pelanggan tetap dan menyusun daftar tamu yang berpotensi menjadi anggota program loyalitas.
 - b) Merancang *insentif* berupa diskon eksklusif, voucher menginap, dan fasilitas tambahan bagi tamu yang sering kembali.
 - c) Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas program dan menyesuaikan strategi berdasarkan umpan balik tamu.
3. Program ulasan positif: Meningkatkan *rating* dan *reputasi online* Hotel:
 - a) Mendorong tamu untuk memberikan ulasan positif di *platform* seperti *Google Reviews*, *TripAdvisor*, dan *OTA (Online Travel Agency)* agar meningkatkan reputasi hotel.

- b) Mengirim pesan *whatsApp* otomatis setelah *check-out* dengan link langsung ke halaman *review*.
- c) *Staf front office* mengingatkan tamu untuk memberikan ulasan saat *check-out*, terutama bagi tamu yang puas dengan pelayanan.
- d) Menganalisis perkembangan rating hotel di berbagai *platform*.
- e) Melaporkan dampak program ini ke manajemen setiap bulan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Untuk Meningkatkan Loyalitas Tamu Di Fame Hotel Sunset Road Bali, telah dilaksanakan di sebuah perusahaan bernama Fame Hotel pada tanggal 24 Februari 2025 sampai dengan tanggal 7 April 2025. Kinerja karyawan Fame Hotel Sunset Road Bali telah berhasil ditingkatkan dengan program kerja pengabdian masyarakat yaitu:

1. Kegiatan pertama
Digital guest engagement: Pemanfaatan *whatsapp* dan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dengan tamu.
2. Kegiatan kedua
Loyalty program mini: Pemberian *insentif* kepada tamu yang Kembali menginap, seperti diskon dan hadiah *eksklusif*.
3. Kegiatan ketiga
Program ulasan positif: Meningkatkan *rating* dan *reputasi online* Hotel.



Gambar 1 *Digital guest engagement*: Pemanfaatan *whatsapp* dan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dengan tamu.



Gambar 2 *Loyalty program mini: Pemberian insentif kepada tamu yang kembali menginap, seperti diskon, hadiah eksklusif, dan Set up honeymoon.*



Gambar 3 Program ulasan positif: Meningkatkan *rating* dan *reputasi online* Hotel: Mendorong tamu untuk memberikan ulasan positif di *platform* seperti *Google Reviews*, *TripAdvisor*, dan *OTA (Online Travel Agency)*.

Tabel 1. Ketercapaian Kegiatan

No.	Tema	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1.	Implementasi <i>Digital Guest Engagement</i>	a) Mengadakan sesi pelatihan bagi staff hotel mengenai penggunaan WhatsApp, email, dan media sosial dalam komunikasi dengan tamu. b) Menerapkan sistem otomatisasi pesan untuk merespons pertanyaan tamu dengan cepat. c) Menganalisis <i>respons</i> dan efektivitas interaksi digital melalui berbagai <i>platform</i> .	100%

2.	<i>Loyalty Program Mini</i>	d) Mengidentifikasi pelanggan tetap dan menyusun daftar tamu yang berpotensi menjadi anggota program loyalitas. e) Merancang insentif berupa diskon eksklusif, voucher menginap, dan fasilitas tambahan bagi tamu yang sering kembali. f) Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas program dan menyesuaikan strategi berdasarkan umpan balik tamu.	100%
3.	Program Ulasan Positif	g) Mendorong tamu untuk memberikan ulasan positif di <i>platform</i> seperti <i>Google Reviews</i> , <i>TripAdvisor</i> , dan <i>OTA (Online Travel Agency)</i> agar meningkatkan reputasi hotel. h) Mengirim pesan <i>WhatsApp</i> otomatis setelah <i>check-out</i> dengan link langsung ke halaman <i>review</i> . i) <i>Staf front office</i> mengingatkan tamu untuk memberikan ulasan saat <i>check-out</i> , terutama bagi tamu yang puas dengan pelayanan. j) Menganalisis perkembangan rating hotel di berbagai <i>platform</i> . Melaporkan dampak program ini ke manajemen setiap bulan.	100%

Pelaksana tidak menemukan faktor penghambat dalam kegiatan ini, sehingga kegiatan ini bisa terealisasi 100%. Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan yang dimaksud adalah:

1. Bimbingan yang telah diberikan baik dari internal maupun eksternal
2. Dukungan dan perhatian moril yang diberikan oleh seluruh pihak yang telah mendukung saya untuk melaksanakan program kerja ini
3. Pimpinan serta karyawan Fame Hotel sunset Road Bali sebagai perusahaan sasaran yang senantiasa bersedia turut berpartisipasi dalam program kerja ini
4. Tersediannya fasilitas yang memadai untuk melakukan penyuluhan serta pelatihan mengenai program kerja

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat yang saya laksanakan sebagai salah satu kewajiban mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar yang telah dilaksanakan di Fame Hotel sunset Road Bali telah terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat dengan judul “Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Untuk Meningkatkan Loyalitas Tamu Di Fame Hotel Sunset Road Bali” yaitu:

1. *Digital guest engagement* meningkatkan interaksi tamu melalui *WhatsApp* dan media sosial, mempercepat komunikasi serta merespons pertanyaan dan keluhan dengan lebih baik.
2. *Loyalty program mini* berhasil meningkatkan jumlah *repeat guest* melalui *insentif* berupa *diskon*, *upgrade kamar*, dan hadiah *eksklusif*.

3. *Program ulasan positif*: Meningkatkan *rating* dan *reputasi online* Hotel
4. Implementasi CRM di Fame Hotel Sunset Road Bali memberikan dampak positif terhadap citra hotel dan meningkatkan tingkatkepuasan pelanggan.

Program pengabdian masyarakat yang saya laksanakan sebagai salah satu kewajiban mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100%. Berbagai kegiatan yang telah terlaksana dimana mahasiswa sebagai motivator yang membantu memecahkan masalah yang ada, sehingga partisipasi dan sukarela masyarakat dalam setiap program kerja pengabdian masyarakat lebih tinggi. Diharapkan juga manajemen bisa terus berkembang dan lebih baik dari sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hotels, P. (den 13 04 2025). *Parador Hotels* . Hämtat från Fame Hotel Sunset Road Bali: <https://www.parador-hotels.com/fame-hotel-sunset-road>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson.