

**STRATEGI HOTEL LOMBOK RAYA DALAM
MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN DENGAN KLIEN
PEMERINTAH DAERAH NTB**

**(STUDI TENTANG ASPEK *GOVERNMENT RELATIONS* DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PASCA
KEBIJAKAN MENPAN RB NOMOR 11 TAHUN 2014 TENTANG
PEMBATASAN PERTEMUAN/ RAPAT DI LUAR KANTOR)**

TUGAS AKHIR



**RR. DITA AMALIANA PUTRI
1111003003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2015**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rr. Dita Amaliana Putri

NIM : 1111003003

Tanda Tangan :

Tanggal : Agustus 2015

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI HOTEL LOMBOK RAYA DALAM
MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN DENGAN KLIEN
PEMERINTAH DAERAH NTB**

**(STUDI TENTANG ASPEK *GOVERNMENT RELATIONS* DAN
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PASCA
KEBIJAKAN MENPAN RB NOMOR 11 TAHUN 2014 TENTANG
PEMBATASAN PERTEMUAN/ RAPAT DI LUAR KANTOR)**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan tugas akhir
pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Oleh:

RR. DITA AMALIANA PUTRI

1111003003

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Skripsi

(Dra. Suharyanti, M.S.M)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Hotel Lombok Raya Dalam Mempertahankan Hubungan Dengan Klien Pemerintah Daerah NTB (Studi Tentang Aspek *Government Relations* Dan *Customer Relationship Management* (CRM) Pasca Kebijakan Menpan Rb Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Pembatasan Pertemuan/ Rapat Di Luar Kantor)” dengan tepat waktu.

Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat dorongan, doa, dan kasih sayang orang tua dan keluarga yang selalu menyertai penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Selain itu, selesainya tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak yang telah mendampingi, membimbing, dan memudahkan penulis dalam pencarian data terkait penelitian yang dilakukan. Penulis dengan rasa hormat dan kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis baik secara moril maupun materiil secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu proses penulisan Tugas Akhir ini, yaitu :

1. Dra. Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan tulus dan sabar memberikan masukan serta motivasi kepada penulis.
2. Mirana Hanathasia S.Sos., Mmedia Prac, selaku pembahas yang telah memberikan masukan dan saran bagi penulis.
3. Dessy Kania, M.A. selaku Pembimbing Akademik yang selalu bersedia membimbing penulis selama empat tahun penulis menjalankan studi di Universitas Bakrie.
4. Suwardi SH, M.Si (Papa), Ir. Aizah Hapiipi (Mama), RM. Haryo Abdul Aziz Al-Hakim (adik), Wardina Husna Maulida dan anggota keluarga yang selalu memberikan dorongan, semangat, doa, dan kasih sayang kepada penuls dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Bukan Sekedar Keluarga (BSK), Imong, Mia, Shelly, Pasky, Norma, Jorgi, Fakhri, Ican, Vino sahabat yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Clarissa Philana dan Eca Nurseptia, *roommate* yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.
 7. Sahabat Gabut, Nelly, Pito, Navia, Zhora, Marseila, Kika yang selalu menemani dan menyemangati penulis selama ini.
 8. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama ini.
 9. Teman-teman peminatan PR 2011 yang dengan tulus menerima penulis menjadi bagian dari perjalanan masa perkuliahan selama hampir empat tahun.
 10. Komunal 2011 yang binal, terima kasih sudah memberikan pengalaman, persahabatan, cinta dan kasih sayangnya kepada penulis yang tak akan terlupakan.
 11. Komunal 10, 11, 12, 13, dan 14 sebagai senior dan junior yang menyenangkan dan memberikan semangat kepada penulis hingga saat ini.
- Penulisan Tugas Akhir ini tentu tak terlepas dari kesalahan yang dilakukan penulis. Besar harapan penulis bahwa Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, Juli 2015

Rr. Dita Amaliana Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rr. Dita Amaliana Putri
NIM : 1111003003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty Free-Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI HOTEL LOMBOK RAYA DALAM MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN DENGAN KLIEN PEMERINTAH DAERAH NTB”

(STUDI TENTANG ASPEK *GOVERNMENT RELATIONS* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* PASCA KEBIJAKAN MENPAN RB NOMOR 11 TAHUN 2014 TENTANG PEMBATAAN PERTEMUAN/ RAPAT DI LUAR KANTOR)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: Agustus 2015

Yang menyatakan,

(Rr. Dita Amaliana Putri)

**“STRATEGI HOTEL LOMBOK RAYA DALAM MEMPERTAHANKAN
HUBUNGAN DENGAN KLIEN PEMERINTAH DAERAH NTB”**

**(STUDI TENTANG ASPEK *GOVERNMENT RELATIONS* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) PASCA KEBIJAKAN MENPAN RB
NOMOR 11 TAHUN 2014 TENTANG PEMBATASAN PERTEMUAN/ RAPAT DI
LUAR KANTOR)**

Rr. Dita Amaliana Putri

ABSTRAK

Hotel Lombok Raya terletak di Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) dan seringkali menjadi tempat penyelenggaraan kegiatan pemerintah daerah NTB seperti kebutuhan bisnis dan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) sehingga hubungan Hotel Lombok Raya dengan klien dari pemerintah daerah NTB semakin erat. Namun keputusan Menpan RB untuk mengeluarkan Surat Edaran Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Pembatasan Pertemuan / Rapat di Luar Kantor memengaruhi hubungan hotel dengan klien pemerintah daerah NTB. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Hotel Lombok Raya dalam mempertahankan klien pemerintah daerah NTB pasca Surat Edaran Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014 yang menginstruksikan setiap instansi pemerintahan untuk membatasi kegiatan di hotel. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menganalisa dari kegiatan *Government Relations* dan *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan dalam upaya memengaruhi kebijakan dan mempertahankan kliennya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hotel Lombok Raya telah melakukan kegiatan *Government Relations*, *Customer Relationship Management* (CRM), Aliansi Strategis dan berhasil memengaruhi kebijakan Menpan RB yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Pedoman Pembatasan Pertemuan/Rapat Di Luar Kantor Dalam Rangka Peningkatan Efisiensi Dan Efektivitas Kerja Aparatur.

Kata kunci: *Government Relations*, *Customer Relationship Management* (CRM), Surat Edaran Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014, Pembatasan Pertemuan/Rapat, Pemerintah Daerah NTB

**“HOTEL LOMBOK RAYA STRATEGY IN MAINTAINING LOCAL
GOVERNMENT OF NTB”**

**(STUDY VIEWED FROM GOVERNMENT RELATIONS AND CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) ASPECTS FOLLOWING THE
‘SURAT EDARAN MENPAN RB NOMOR 11 TAHUN 2014 TENTANG
PEMBATASAN PERTEMUAN / RAPAT DI LUAR KANTOR)**

Rr. Dita Amaliana Putri

ABSTRACT

Hotel Lombok Raya located in the city of Mataram Nusa Tenggara Barat (NTB) and it is often used as a venue for NTB local government activities related to business needs and MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) so that the relationship of Hotel Lombok Raya with NTB local government get more closer. But the Menpan RB policy following ‘Surat Edaran Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Pembatasan Pertemuan / Rapat di Luar Kantor’ affects the hotel relationships with hotel clients especially from NTB local government. The aim of this research is to determine the strategy of Hotel Lombok Raya in maintaining their clients, particularly NTB local government following the ‘Surat Edaran Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014’ which instruct every government agencies to limit their activities in the hotel. This is a qualitative descriptive research which analyzed Government Relations and Customer Relationship Management (CRM) activities performed in an attempt to affect the policy and to maintain their clients. The results of this research shown that Hotel Lombok Raya have done several activities regarding Government Relations, Customer Relationship Management (CRM), Strategic Aliances and has been succesfully affects Menpan RB policy with the issuance of new policy ‘Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Pedoman Pembatasan Pertemuan/Rapat Di Luar Kantor Dalam Rangka Peningkatan Efisiensi Dan Efektivitas Kerja Aparatur’.

Keywords: *Government Relations, Customer Relationship Management (CRM), Surat Edaran Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014, Meeting Limitiation, NTB Local Government*

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 9 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 10 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 10 |
| 1.5 Batasan Penelitian..... | 10 |
| | |
| BAB II. KERANGKA PEMIKIRAN | |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya..... | 12 |
| 2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran..... | 22 |
| 2.2.1 Konsep <i>Public Relations</i> (PR)..... | 22 |
| 2.2.2 Konsep <i>Government Relations</i> | 23 |
| 2.2.2.1 Definisi <i>Government Relations</i> | 23 |
| 2.2.2.1 Fungsi <i>Government Relations</i> | 24 |
| 2.2.3 Strategi Bisnis dan Konsep <i>Business-to-Business</i> | 25 |

| | |
|--|----|
| 2.2.4 Bisnis dan <i>Government Relations</i> | 27 |
| 2.2.4.1 Tipe Respon Bisnis Dalam <i>Government Relations</i> | 27 |
| 2.2.4.2 Taktik Bisnis Dalam Memengaruhi Pemerintah..... | 28 |
| 2.2.5 Konsep <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> | 31 |
| 2.2.5.1 Definisi CRM..... | 31 |
| 2.2.5.2 Karakteristik Dominan Tipe CRM..... | 34 |
| 2.2.5.3 Unsur-Unsur CRM..... | 35 |
| 2.2.5.4 Jenis Strategi CRM..... | 37 |
| 2.2.6 Aliansi Strategis (<i>Strategic Alliances</i>)..... | 40 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran Tentang Strategi Hotel Lombok Raya..... | 41 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1 Metode Penelitian..... | 44 |
| 3.2 Objek Penelitian..... | 45 |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 46 |
| 3.3.1 Data Primer dan Sekunder..... | 47 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| 3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep..... | 48 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 53 |
| 3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data..... | 54 |
| 3.7 Batasan Penelitian..... | 56 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 57 |
| 4.1.1 Sejarah Umum Hotel Lombok Raya..... | 57 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi..... | 64 |
| 4.1.2.1 Struktur Organisasi Hotel Lombok Raya..... | 64 |
| 4.1.2.2 Struktur Departemen <i>Sales&Marketing</i> | 65 |
| 4.1.2.3 Bidang-Bidang Kerja (<i>Job Description</i>) dan Batasan Kerja..... | 66 |
| 4.2 Gambaran Subjek Penelitian..... | 68 |
| 4.3 Hasil Penelitian..... | 70 |

| | |
|---|-----|
| 4.3.1 Sebelum Kebijakan Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014..... | 75 |
| 4.3.1.1 <i>Government Relations</i> | 75 |
| A. Fungsi <i>Government Relations</i> | 75 |
| B. Tipe Respon Bisnis dalam <i>Government Relations</i> | 77 |
| C. Taktik Bisnis dalam Memengaruhi Pemerintah..... | 79 |
| 4.3.1.2 <i>Customer Relationship Management</i> | 80 |
| A. Karakteristik Dominan Tipe CRM..... | 81 |
| B. Unsur-Unsur CRM..... | 82 |
| C. Jenis Strategi CRM..... | 86 |
| 4.3.2 Setelah Kebijakan Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014..... | 88 |
| 4.3.2.1 <i>Government Relations</i> | 90 |
| A. Fungsi <i>Government Relations</i> | 90 |
| B. Tipe Respon Bisnis dalam <i>Government Relations</i> | 99 |
| C. Taktik Bisnis dalam Memengaruhi Pemerintah..... | 104 |
| 4.3.2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> | 105 |
| A. Karakteristik Dominan Tipe CRM..... | 107 |
| B. Unsur-Unsur CRM..... | 108 |
| C. Jenis Strategi CRM..... | 114 |
| 4.4 Pembahasan..... | 125 |
| 4.4.1 Strategi <i>Government Relations</i> | 127 |
| 4.4.2 Strategi CRM..... | 138 |
| 4.4.3 Aliansi Strategis (<i>Strategic Alliances</i>)..... | 148 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 152 |
| 5.2 Saran..... | 156 |

DAFTAR PUSTAKA

158

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1. Daftar Penelitian-Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| Tabel 3.1. Operasionalisasi Konsep <i>Government Relations</i> | 49 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep CRM..... | 51 |
| Tabel 4.1. Tabel Harga Kamar Hotel..... | 59 |
| Tabel 4.2. Tabel Harga <i>meeting packages</i> | 61 |
| Tabel 4.3 Tabel Perbandingan Strategi Sebelum dan Setelah Kebijakan Menpan RB Nomor 11 Tahun 2014..... | 71 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran..... | 43 |
| Gambar 4.1 Gambar Suasana <i>Lobby</i> Hotel Lombok Raya..... | 58 |
| Gambar 4.2 Rinjani <i>Ballroom</i> Hotel Lombok Raya..... | 60 |
| Gambar 4.3 Struktur Organisasi Hotel Lombok Raya..... | 64 |
| Gambar 4.4 Struktur Organisasi Departemen <i>Sales&Marketing</i> | 65 |
| Gambar 4.5 <i>Website</i> Hotel Lombok Raya..... | 87 |
| Gambar 4.6 Ruang Rapat Kantor BKPM PT Provinsi NTB..... | 95 |
| Gambar 4.7 Paket Ulang Tahun Hotel Lombok Raya..... | 115 |
| Gambar 4.8 Paket <i>Wedding</i> Hotel Lombok Raya..... | 116 |
| Gambar 4.9 <i>Flyer Free Yoga</i> Hotel Lombok Raya..... | 116 |
| Gambar 4.10 <i>Banner</i> Kegiatan Pemerintah Daerah NTB di Hotel Lombok Raya..... | 124 |
| Gambar 4.11 Kerangka Pemikiran Temuan..... | 126 |
| Gambar 4.12 <i>Database</i> Tamu Hotel..... | 142 |
| Gambar 4.13 <i>Guest In House</i> Hotel Lombok Raya..... | 142 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------------|--|-----|
| Lampiran 1 | Transkrip Wawancara Mendalam..... | 164 |
| 1. | Transkrip Wawancara Christine Yuliani Halim (Direktur <i>Sales&Marketing</i> Hotel Lombok Raya)..... | 164 |
| 2. | Transkrip Wawancara I Gusti Lanang Patra (<i>General Manager</i> Hotel Lombok Raya)..... | 170 |
| 3. | Transkrip Wawancara Rahma Ulfa (<i>Manager Sales&Marketing PR</i>)..... | 175 |
| 4. | Transkrip Wawancara Baiq Dian Rahmawati (Informan Instansi BKPM PT NTB)..... | 180 |
| 5. | Transkrip Wawancara Asnirawati (Informan Instansi Balai Pengelola Sarana dan Prasarana Pemuda Olahraga Dikpora NTB)..... | 184 |
| Lampiran 2 | Surat Edaran Menpan RB..... | 188 |
| Lampiran 3 | Kliping Surat Kabar Lombok Post..... | 195 |
| Lampiran 4 | Daftar Klien Hotel Lombok Raya Juli-Agustus 2014..... | 200 |
| Lampiran 5 | <i>Curriculum Vitae</i> | 206 |