

STRATEGI PENGELOLAAN DATA TAMU DAN CRM:

KUNCI SUKSES KEPUASAN
PELANGGAN



Nicko Gana Saputra, Carrissa Florentina, Vanesyahrani Putri,
Muhammad Rayhan Akbar, Celine Tanuwidjaja,
David Gretham Abbas Jackson, Zalikha Azzahra Kahidzi



STRATEGI PENGELOLAAN DATA TAMU DAN CRM: KUNCI SUKSES KEPUASAN PELANGGAN

PENULIS

Nicko Gana Saputra
Carrissa Florentina
Vanesyahrani Putri
Muhammad Rayhan Akbar
Celine Tanuwidjaja
David Gretham Abbas Jackson
Zalikha Azzahra Kahidzi



STRATEGI PENGELOLAAN DATA TAMU DAN CRM: KUNCI SUKSES KEPUASAN PELANGGAN

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Penulis:

Nicko Gana Saputra
Carrissa Florentina
Vanesyahrani Putri
Muhammad Rayhan Akbar
Celine Tanuwidjaja
David Gretham Abbas Jackson
Zalikha Azzahra Kahidzi

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: @penamudamedia

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Juni 2025

VIII + 143 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang

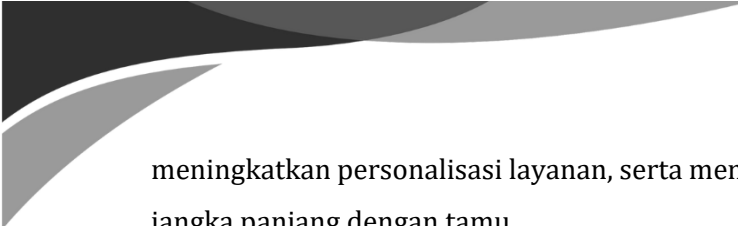
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

PENDAHULUAN

Dalam industri perhotelan yang sangat bergantung pada kualitas layanan dan kepuasan tamu, memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan bukan lagi sebuah keunggulan kompetitif, melainkan suatu keharusan. Di tengah perkembangan teknologi informasi dan ekspektasi konsumen yang semakin tinggi, pengelolaan data tamu secara sistematis dan pemanfaatan *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi dua pilar penting dalam membangun pengalaman pelanggan yang personal, efisien, dan berkesan.

Setiap interaksi antara tamu dan hotel menyimpan informasi berharga mulai dari riwayat pemesanan, preferensi kamar, hingga umpan balik setelah menginap. Namun, data ini tidak akan bernilai tanpa strategi pengelolaan yang tepat dan sistem CRM yang terintegrasi. Sayangnya, masih banyak pelaku industri perhotelan yang belum sepenuhnya memahami bagaimana memanfaatkan data secara optimal, bahkan terkadang terjebak dalam praktik yang kurang etis atau melanggar privasi tamu.

Buku ini hadir sebagai panduan praktis dan strategis bagi pelaku industri, akademisi, dan mahasiswa dalam memahami peran krusial pengelolaan data dan CRM dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan keunggulan kompetitif. Pembaca akan diajak mengeksplorasi bagaimana data dapat diolah menjadi informasi yang relevan untuk mendukung pengambilan keputusan,



meningkatkan personalisasi layanan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan tamu.

Selain membahas konsep dasar dan kerangka kerja CRM, buku ini juga memberikan panduan langkah demi langkah dalam implementasi sistem CRM, termasuk pemilihan teknologi, pelatihan SDM, serta integrasi antar-departemen. Tak kalah penting, isu-isu terkini terkait keamanan data dan regulasi perlindungan privasi juga diulas untuk memastikan strategi CRM berjalan secara etis dan berkelanjutan.

Daftar Isi

I. Pentingnya Data Tamu dalam Industri Perhotelan dan Restoran.....	7
A. Data Tamu dalam Dunia Perhotelan.....	7
B. Kerahasiaan Data Tamu Hotel	8
C. Hubungan GDPR dengan Hotel	9
D. PCI DSS dalam Peraturan Hotel.....	10
E. Incognito Guest.....	11
F. Buku Tamu untuk Hotel dan Restoran	12
G. Double Booking pada suatu Hotel	13
H. Channel Manager untuk Layanan Booking.....	15
I. Data Tamu untuk suatu Restoran	18
J. Membership (Keanggotaan).....	21
II. Prinsip Dasar Customer Relationship Management (CRM)	22
A. CRM Memberikan Keuntungan bagi Hotel.....	22
B. Prinsip Customer Relationship Management	23
C. Pengimplentasian Sistem CRM.....	25
D. Pondasi dalam CRM.....	27
E. Komponen Utama CRM	30
F. Tahapan CRM.....	32
G. Tipe-tipe dari Teknologi dalam CRM	34
III. Teknik Pengumpulan dan Analisis	
 Data Pelanggan.....	36
A. Teknik Pengumpulan Data Pelanggan.....	36
B. Alat dan Teknologi untuk Pengumpulan Data	39
C. Teknis Analisis Data Pelanggan	45
D. Hasil Analisis untuk Keputusan Bisnis.....	48
E. Etika dalam Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	52
IV. Pemanfaatan Big Data untuk Memprediksi Preferensi Tamu	55
A. Apa itu Big Data?	55
B. Sumber Big Data di Industri Pelayanan.....	57
C. Teknik Analisis Data untuk Preferensi Tamu	61
D. Implementasi Big Data untuk Personalisasi Layanan.....	64
E. Tantangan dalam Pengelolaan Big Data	67
F. Masa Depan Big Data di Industri Pelayanan.....	71

V. Personalisasi Layanan Melalui CRM Berbasis	
Data.....	74
A. Customer Relationship Management.....	77
B. Loyalitas Pelanggan.....	80
C. Kepuasan Pelanggan.....	85
VI. Integrasi Teknologi dalam Sistem CRM	
Modern	89
A. Customer Relationship Management (CRM).....	89
B. Inovasi Digital	92
C. Penjualan Produk	94
D. Transformasi Digital	96
VII. Keamanan Data Pelanggan.....	103
A. Tantangan utama yang dihadapi perusahaan:	104
B. Solusi yang Dapat Digunakan.....	110
VIII. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Pengolahan	
Data.....	118
A. Cara Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan Penjelasannya	119
B. Manfaat Penggunaan CRM dalam Hubungan Jangka Panjang dengan Pelanggan	122
C. Studi kasus:	127
IX. Mengukur Keberhasilan Strategi CRM dalam Bisnis	
Hospitaliti.....	131
A. Tujuan utama dari penerapan CRM meliputi:	133
B. Manfaat dari CRM meliputi:.....	134
C. 3 area besar dalam penerapan CRM:	140
X. Studi Kasus: Implementasi CRM yang Efektif di Hotel dan	
Restoran.....	147
DAFTAR GAMBAR	164
GLOSARIUM.....	165
DAFTAR PUSTAKA.....	176
TENTANG PENULIS	189

I

Pentingnya Data Tamu dalam Industri Perhotelan dan Restoran



STRATEGI PENGELOLAAN DATA TAMU DAN CRM:

KUNCI SUKSES KEPUASAN PELANGGAN

Di era digital yang serba terhubung, data telah menjadi aset paling berharga dalam industri perhotelan dan pariwisata. Buku Strategi Pengelolaan Data Tamu dan CRM: Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan mengupas tuntas bagaimana pengelolaan data tamu yang efektif dan implementasi sistem Customer Relationship Management (CRM) yang terintegrasi dapat menjadi fondasi utama dalam membangun loyalitas pelanggan serta menciptakan pengalaman tamu yang unggul.

Dengan pendekatan yang aplikatif dan berbasis studi kasus aktual, buku ini membahas bagaimana data dapat dimanfaatkan untuk memahami preferensi pelanggan, mempersonalisasi layanan, meningkatkan retensi tamu, serta mendorong strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Selain itu, buku ini juga mengulas tantangan etika dan keamanan dalam pengelolaan data, serta memberikan panduan praktis dalam pemilihan dan penerapan sistem CRM yang sesuai dengan kebutuhan operasional hotel.

Ditujukan bagi mahasiswa, dosen, pelaku industri perhotelan, serta manajer operasional dan pemasaran, buku ini menjadi referensi penting dalam memahami pentingnya transformasi digital dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.



Penamuda.com

PT Penamuda Media
Casa Sidosurum, Ngantak Godean
penamuda_media