

ABSTRAK

Hotel Bumi Senyur merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang hospitality industry yang berada di Samarinda. Perusahaan jasa tidak hanya bersaing dalam jenis hotel, namun mereka juga bersaing dalam hal harga, pelayanan, produk yang dijual untuk menarik konsumen dan menjaga loyalitas konsumen. Untuk alasan inilah, Hotel Bumi Senyur berusaha menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan minat konsumen, sehingga permasalahan yang muncul adalah bagaimana strategi marketing public relations untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah-tengah adanya persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi strategi marketing public relations yang dilaksanakan oleh Sales & Marketing Department Hotel Bumi Senyur dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dimana pengumpulan datanya menggunakan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian ini dilakukan di Hotel Bumi Senyur yang berlokasi di jalan Diponegoro no. 17-19 Samarinda, Kalimantan Timur. Subjek penelitian ini adalah General Manager, Sales & Marketing, Human Resources Development dan beberapa pelanggan Hotel Bumi Senyur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan dari strategi Marketing Public Relations Hotel Bumi Senyur dibagi menjadi dua, yaitu jangka pendek (briefing) dan jangka panjang (marketing plan). Pelaksanaan strategi Marketing Public Relations Hotel Bumi Senyur dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dilakukan dengan melaksanakan strategi public relations yaitu Customer Relations, Media Relations, Promotion Activity, HBS Commitment, dan Marketing Tools. Hotel Bumi Senyur melakukan evaluasi strategi dengan briefing yang dilakukan oleh divisi Sales & Marketing. Implementasi dari pelaksanaan strategi marketing public relations yang dilaksanakan dan didukung oleh analisis yang dilakukan hotel serta program Senyur Seven Basic yang diterapkan kepada seluruh karyawan cukup berhasil menanamkan kesan baik kepada pelanggan dan mempertahankan rasa loyal konsumen terhadap Hotel Bumi Senyur Samarinda.

Kata kunci : Strategi, Marketing Public Relations, Loyalitas.

ABSTRACT

Hotel Bumi Senyur is one of the hospitality industry companies in Samarinda. To get more customers and satisfy them, hotels are offering the best price, service, products. Here, Hotel Bumi Senyur offers the best product for consumers needs and wants. The problem to solve is how the public relations in the marketing strategy to keep the customers loyalty. The main purpose of this research is to find out the planning, the implementation, and the evaluation of the public relations marketing strategy which is held by the marketing department. The methodology of this research is quantitative descriptive, where data is obtained by interview, documentation, and observation. The observation took place in Hotel Bumi Senyur located on street Diponegoro No. 17-19 Samarinda, East Kalimantan. The subjects of this research are the General Manager, Sales and Marketing, Human Resources Department, and Customers. This research shows that planning of Public Relations Marketing Strategy held by Hotel BumiSenyur can be divided into two groups, the briefing and marketing plan. In order to maintain the customer, the hotel has been doing the Public Relations Marketing Strategies are Customer Relations, Media Relations, Promotion Activity, HBS Commitment, and Marketing Tools. Hotel BumiSenyur evaluates the Public Relations Marketing strategy by briefing, which is conducted by Sales & Marketing division. Those strategies are implemented in the Senyur Seven Basic program which is applied to all employees. This program conducts good effect for the customers and it keeps customers loyalty to the Hotel Bumi Senyur.

Key word: strategy, Public Relations Marketing, Loyalty