

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Customer Lifetime Value* (CLV) pada Gajah Mada University Club terkait dengan kontribusi profit dari pelanggan dan mengidentifikasi serta memberikan rekomendasi mengenai upaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan CLV. Hal ini dimaksudkan untuk menghadapi persaingan hotel di Kota Yogyakarta yang semakin kompetitif. Penelitian ini merupakan studi kasus pada Gajah Mada University Club, yang merupakan hotel bintang tiga yang terletak di lingkungan kampus Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif pada Gajah Mada University Club. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan dengan 7 narasumber. Upaya-upaya yang dilakukan oleh UC untuk meningkatkan CLV, yaitu: (a) menawarkan diskon dan *treatment-treatment* khusus, seperti *special rate*, *Online Travel Agent (OTA)* dan program-program terkait pelanggan, (b) mempergunakan sistem perhotelan, (c) pelayanan yang mencakup *hospitality service*, berorientasi pelanggan, memanfaatkan keunggulan UC, dan mengembangkan unit bisnis yang relevan, (d) selalu menanyakan kepuasan pelanggan, (e) pelatihan karyawan, dan (f) memanfaatkan teknologi dalam melayani pelanggan. Gajah Mada University Club sebaiknya mensegmentasikan pelanggan menjadi tiga kelompok yaitu *silver*, *red*, *gold*. Hasil perhitungan CLV untuk pelanggan individu CLV tertinggi adalah Rp15.036.040 dan terendah sebesar Rp1.320.080. Sedangkan pada pelanggan grup CLV tertinggi adalah Rp52.869.024 dan terendah sebesar Rp6.054.632.

Kata Kunci: CLV, kontribusi profit, pelanggan.

Abstract

This study aims to analyze the Customer Lifetime Value (CLV) at the Gadjah Mada University Club in relation to customers' profit contribution and to identify and provide recommendations regarding the efforts that can be done in increasing the CLV. This is intended to deal with existing hotel competition in the increasingly competitive city of Yogyakarta. This research is a case study at Gadjah Mada University Club, a three-star hotel located in Gadjah Mada University campus. This research is a case study with a qualitative approach to the Gadjah Mada University Club. Data collection was conducted by means of interviews and document analysis techniques. Interviews were conducted with 7 sources. The efforts made by UC to improve CLV are: (a) offering discounts and special treatments, such as special rates, Online Travel Agent (OTA) and customer related programs, (b) using the hospitality systems, (c) services that include hospitality service, customer oriented, utilizing UC excellent, and developing relevant business units, (d) always asking for customer satisfaction, (e) employee training, and (f) utilizing technology in serving customers. Gadjah Mada University Club should segment customers into three groups, namely silver, red and gold. CLV calculation result for the highest individual customers was Rp15.036.040 and the lowest was Rp1.320.080. Whereas the results for highest group CLV customers was Rp52.869.024 and the lowest was Rp6.054.632.

Keyword: *CLV, profit contribution, customers.*