



**PROSES PENAWARAN PRODUK DAN JASA PADA DEPARTEMEN
SALES DI QUEST HOTEL KUTA BALI**

*Process of Offering Product and Service to the Sales Department at Quest Hotel Kuta
Bali*

Oleh :

**Hutri Yanti Sitepu
NIM 160903102020**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2019



**PROSES PENAWARAN PRODUK DAN JASA PADA
DEPARTEMEN SALES DI QUEST HOTEL KUTA BALI**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program
Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh :

Hutri Yanti Sitepu

NIM 160903102020

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

PERSEMBAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada Bapak saya Efendi Sitepu S.Pd dan ibu saya Ramiatun Purba yang tercinta yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, kesabaran dan doanya selama ini;
2. Kepada kakak saya Erica Ferry Sukma Sitepu S.E., M.Si, Abang saya Putera Sitepu S.Tr. Par, Abang Saya Erwanto Sitepu.
3. Buat guru-guru mulai dari Sekolah dasar hingga perguruan tinggi, terimakasih telah memberikan pengalaman dan ilmu pengetahuan serta bimbingannya;
4. Almamater saya, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember;

MOTTO

Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab Tuhan, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau, Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau”

(Ulangan 31:6)¹

Petualangan terbesar yang sesungguhnya bisa Anda lakukan adalah menjalani kehidupan impian Anda.

(Oprah Winfrey)²

Ayat Alkitab Ulangan 31:6

<http://www.juproni.com/2018/06/kata-kata-bijak-tentang-petualangan.html>

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hutri Yanti Sitepu

NIM : 160903102020

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan tugas akhir yang berjudul “Proses Penawaran Produk Dan Jasa Pada Departemen *Sales* Di Quest Hotel Kuta Bali” adalah benar-benar karya sendiri berdasarkan praktek kerja nyata, kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Juli 2019

Yang Menyatakan,

(Hutri Yanti Sitepu)

NIM 160903102020

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PROSES PENAWARAN PRODUK DAN JASA PADA DEPARTEMEN
SALES DI QUEST HOTEL KUTA BALI**

Oleh

Hutri Yanti Sitepu

NIM 160903102020

Dosen Pembimbing

Dra.Sri Wahyuni M. Si

NIP. 195604091987022001

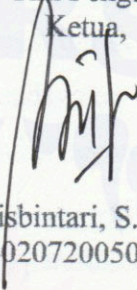
PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir berjudul "Proses Penawaran Produk Dan Jasa Pada Departemen *Sales* Di Quest Hotel Kuta Bali" telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Jumat, 26 Juli 2019

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua,



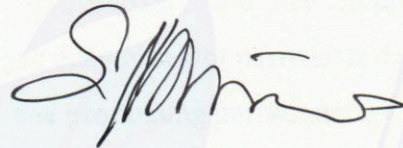
Dr. Ika Sisbintari, S.Sos, M.A.B
NIP 197402072005012001

Anggota



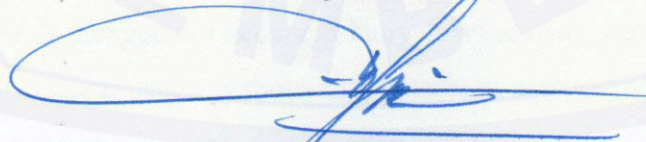
Indra Perdana Wibisono, S.ST., M.M
NIP 198701052014041001

Pembimbing



Dra. Sri Wahjuni, M.Si
NIP 195604091987022001

Mengesahkan,
Penjabat Dekan



Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
NIP 196106081988021001

RINGKASAN

Proses Penawaran Produk Dan Jasa Pada Departemen Sales di Quest Hotel Kuta Bali; Hutri Yanti Sitepu, 160903102020; 2019; 79 Halaman Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang digunakan sebagai sumber pendapatan besar bagi perekonomian di Indonesia dan sekaligus sebagai penghasil devisa negara. Sektor pariwisata saat ini diharapkan dapat terus berkembang dengan baik dan optimal yang sudah seharusnya didukung oleh berbagai faktor atau komponen pendukung yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kepariwisataan. Adapun hal-hal yang berkaitan dengan kepariwisataan diantaranya adalah kondisi objek wisata, fasilitas-fasilitas sosial pendukung di objek wisata, kemudahan transportasi menuju ke tempat objek wisata, kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan sektor pariwisata dan yang terpenting adalah tersedianya hotel sebagai sarana pendukung pariwisata.

Kontribusi industri perhotelan berdampak pada perkembangan pariwisata. Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu daerah dalam mempromosikan atau mengundang wisatawan untuk datang ke daerah objek ke wisata tersebut. Suatu daerah tujuan wisata tentunya akan dikunjungi oleh wisatawan dan tentu saja wisatawan membutuhkan tempat menginap dan disinilah peran hotel sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Dalam usaha perhotelan, pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting. Hal ini dikarenakan sebagai bagian dari manajemen karena meningkatkannya persaingan usaha perhotelan akan mendorong berkembangnya usaha pemasaran hotel.

Sales marketing adalah bagian dari hotel yang berperan dan bertanggung jawab untuk menjual kamar maupun *meeting package*, menentukan harga jual serta memasarkan produk hotel lainnya melalui brosur dan media lainnya termasuk

bertanggung jawab mengikuti pasar wisata *International* dan sejenisnya dan melakukan kegiatan *sales call*, *telemarketing*, *courtesy call*, membuat BEO (*banquet event order*). Adapun tanggung jawab dari seorang *sales marketing* yaitu bertanggung jawab secara operasional dalam memenuhi target anggaran serta mencapai target *room night* dan pendapatan di Quest Hotel Kuta, serta membuat perencanaan kerja, mempresentasikan kinerja selama satu bulan kedepan untuk seluruh *sales marketing*, membuat laporan bulanan kepada *general manager*, dan melakukan *market survey*.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esah atas segala rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“PROSES PENAWARAN PRODUK DAN JASA PADA DEPARTEMEN SALES DI QUEST HOTEL KUTA BALI”**, yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan diploma (D3) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hadi Prayitno, M.Kes selaku Penjabat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Dr. Dina Suryawati, S.Sos, M.AP selaku Koordinator Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Dra. Sri Wahjuni, M.Si. selaku Dosen Pembimbing laporan tugas akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Seluruh staf *Sales Marketing* Quest Hotel Kuta Bali, Ibu Lia, Widhi, dan Danar yang telah membantu selama melakukan training 5 bulan di Quest Hotel Kuta saya ucapkan terimakasih.
6. Sahabatku Popi dan Nessia, kak Erica yang selalu memotivasi saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.
7. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih untuk semuanya;

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan karya tulis ini. Penulis berharap, semoga karya tulis ini dapat bermanfaat.

Jember, 26 Juli 2019

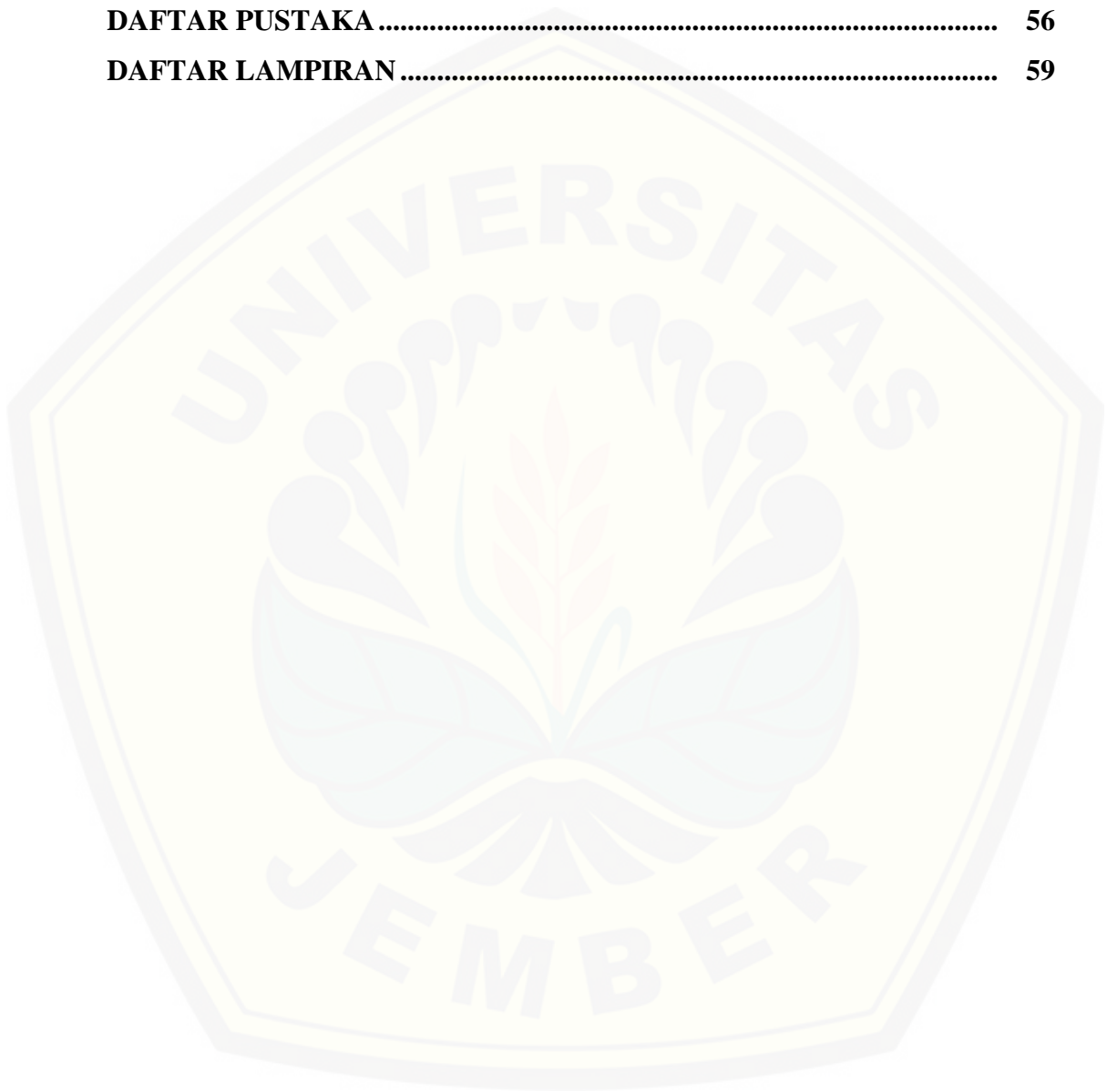
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pariwisata	7
2.2 Hotel	8
2.2.1 Pengertian Hotel.....	8
2.2.2 Pengelolaan Hotel	8
2.2.3 Jenis-Jenis Hotel	9
2.2.4 Jenis dan Fasilitas Kamar Hotel.....	11
2.2.5 Klasifikasi Hotel.....	12
2.2.6 Tipe Kamar Hotel.....	14
2.2.7 Departemen-Departemen di Dalam Hotel.....	14

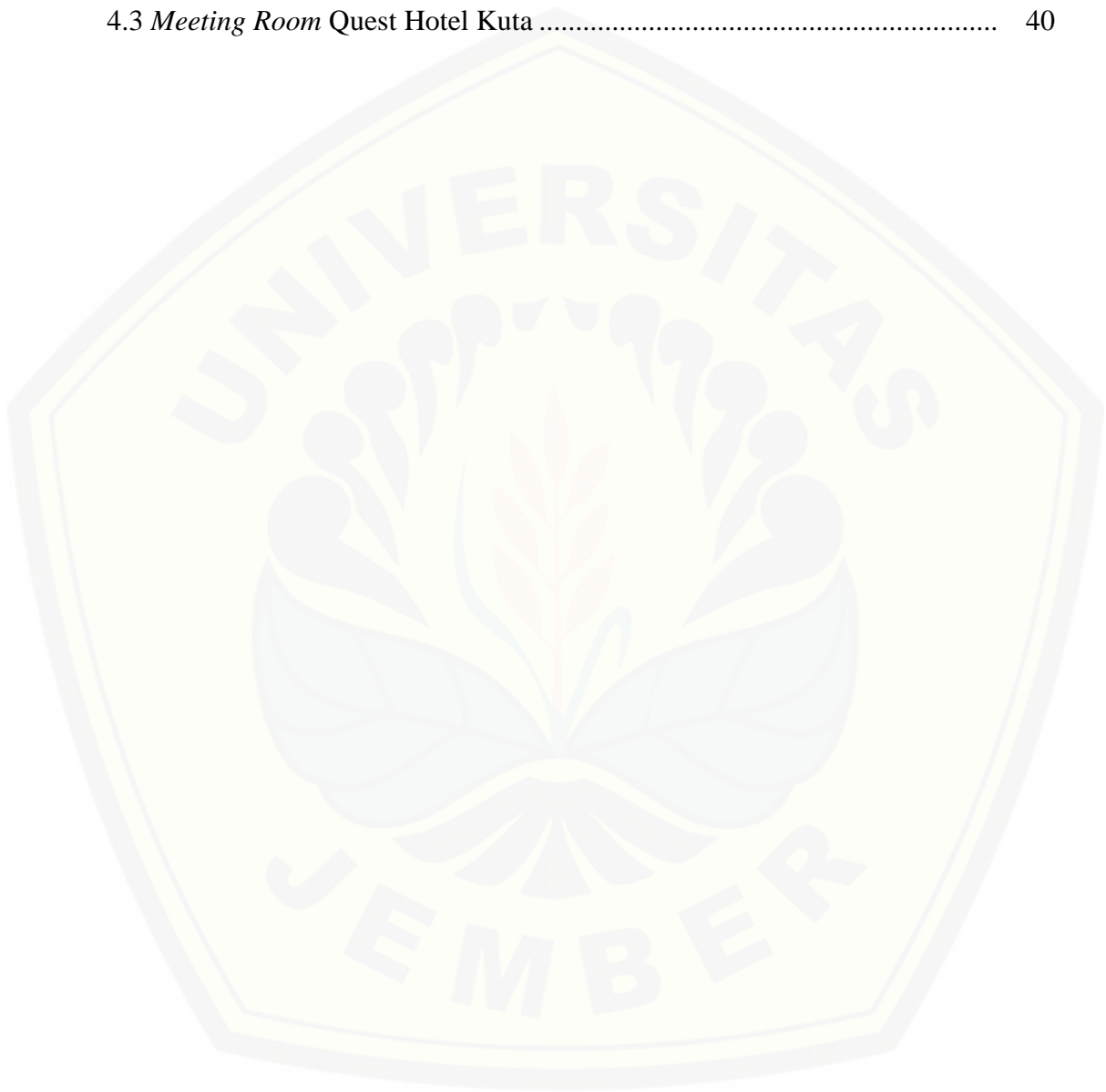
2.3 <i>Sales</i> (Penjualan).....	15
2.3.1 Pengertian <i>Sales</i> (Penjualan).....	15
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Sales</i> (Penjualan).....	16
2.3.3 Tahapan Dalam Proses <i>Sales</i> (Penjualan).....	16
2.3.4 <i>Sales Marketing</i>	18
2.4 Promosi	19
2.5 Tingkat Hunian <i>Occupancy</i>	22
BAB 3. PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA	23
3.1 Waktu dan Tempat Kegiatan.....	23
3.1.1 Waktu Pelaksanaan Kegiatan	23
3.1.2 Tempat Kegiatan.....	23
3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	24
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan	24
3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata	24
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.3.1 Jenis.....	24
3.3.2 Sumber Data.....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	25
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Gambaran Umum.....	27
4.1.1 Sejarah Quest Hotel Kuta	27
4.1.2 Visi Misi Quest Hotel Kuta	28
4.2 Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	28
4.3 Fasilitas-Fasilitas di Quest Hotel Kuta.....	37
4.4 Struktur Organisasi di Quest Hotel Kuta	40
4.5 Struktur Organisasi <i>Sales Marketing</i> di Quest Hotel Kuta	42
4.6 Tipe-Tipe <i>Room</i> di Quest Hotel Kuta	44
4.7 Produk <i>Meeting Package</i> di Quest Hotel Kuta	47
4.8 Proses Penawaran Produk Dan Jasa Pada Departemen <i>Sales</i>	49
4.9 Tanggung Jawab Departemen <i>Sales</i> di Quest Hotel Kuta	54

BAB 5. PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
DAFTAR LAMPIRAN	59



DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Hari dan Jam Kerja.....	23
4.2 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di Quest Hotel Kuta Tahun 2019.....	28
4.3 <i>Meeting Room</i> Quest Hotel Kuta	40



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
4.1 Gambar <i>Swimming Pool</i>	38
4.2 Gambar <i>Basil Restaurant</i>	38
4.3 Gambar <i>Soka Spa</i>	39
4.4 Gambar <i>Kids Club</i>	39
4.5 Gambar <i>Meeting Room</i>	40
4.1 Gambar Struktur Organisasi di Quest Hotel Kuta.....	41
4.1 Gambar Struktur Organisasi <i>Sales Marketing</i> di Quest Hotel Kuta	43
4.1 Gambar <i>Superior Room</i>	44
4.2 Gambar <i>Deluxe Pool Access</i>	45
4.3 Gambar <i>Deluxe Room</i>	45
4.4 Gambar <i>Junior Suite</i>	46
4.5 Gambar <i>Executive Suite</i>	46
4.6 Gambar <i>Family Suite</i>	47
4.1 Gambar Proses Penawaran Produk dan Jasa Departemen <i>Sales</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata	59
2. Surat Penerimaan Praktek Kerja Nyata.....	60
3. Nilai Praktek Kerja Nyata	61
4. Sertifikat dan Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata	62
5. Surat Tugas	63
6. Gambar Quest Hotel Kuta	64
7. Gambar <i>Lobby</i> dan <i>Reception</i> Quest Hotel Kuta	64
8. Gambar <i>Lobby</i> dan <i>Reception</i> Quest Hotel Kuta	65
9. Gambar Combined Meeting Room Beratan, Buyan, Tamblingan.	66
10. Gambar <i>Mosaic Analysis</i> Quest Hotel Kuta.....	67
11. Gambar <i>Form Quotation Letter</i> di Quest Hotel Kuta	68
12. Gambar <i>Form Banquet Event Order</i> di Quest Hotel Kuta.....	71
13. Gambar <i>Contract Rate Quest Hotel Kuta</i>	72
14. Gambar <i>Meeting Package</i> di Quest Hotel Kuta.....	73
15. Gambar <i>Hotel Fact Sheet</i> (Lembar Fakta Hotel)	74
16. Gambar Kegiatan <i>Sales Call</i> di Quest Hotel Kuta.....	75
17. Gambar Kegiatan Mengikuti <i>Training Social Media</i>	76
18. Gambar Kegiatan cara Membuat <i>Contract Rate</i>	77
19. Gambar Kegiatan Mengikuti <i>Training Staff</i>	78
20. Gambar Kegiatan <i>General Staff Meeting</i>	79

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang digunakan sebagai sumber pendapatan besar bagi perekonomian di Indonesia dan sekaligus sebagai penghasil devisa negara. Sektor pariwisata saat ini diharapkan dapat terus berkembang dengan baik dan optimal yang sudah seharusnya didukung oleh berbagai faktor atau komponen pendukung yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kepariwisataan. Adapun hal-hal yang berkaitan dengan kepariwisataan diantaranya adalah kondisi objek wisata, fasilitas-fasilitas sosial pendukung di objek wisata, kemudahan transportasi menuju ke tempat objek wisata, kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan sektor pariwisata dan yang terpenting adalah tersedianya hotel sebagai sarana pendukung pariwisata.

Menurut Ismayanti (2010) hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Bisnis perhotelan di Bali memiliki peluang yang sangat menjanjikan hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah tamu yang berkunjung atau menginap di hotel, khususnya di hotel berbintang. Salah satu penyebabnya adalah banyaknya kegiatan liburan maupun kovenssi seperti rapat, seminar, atau pertemuan yang dilakukan oleh instansi atau pemerintah dan swasta baik itu tingkat lokal maupun nasional yang diselenggarakan di pulau Bali. Salah satu faktor terbesar bagi *investor* hotel baik itu lokal maupun asing yang mendirikan usahanya di Bali karena Bali merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang mampu menarik minat wisatawan asing maupun wisatawan lokal serta memiliki daya tarik wisata yang memukau baik itu

budaya, adat istiadat, kesenian yang beraneka ragam serta keindahan alam yang mempesona sehingga memberikan keuntungan yang besar dalam mengembangkan industri hotel yang menarik. Semua itu merupakan elemen yang berhubungan dengan industri pariwisata hal ini memberikan daya tarik yang besar kepada konsumen untuk merasakan dan memanfaatkan fasilitas-fasilitas hotel dan fasilitas pendukung lainnya. Menurut Assauri (2013), setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mengembangkan usahanya. Tujuan tersebut dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan laba perusahaan dengan cara meningkatkan penjualan produknya. Pemasaran merupakan konsep keberhasilan suatu bisnis dimana pemasaran memperhatikan keinginan dan kebutuhan pemenuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan yang memberikan dampak positif bagi perusahaan. pemasaran juga merupakan salah satu bidang fungsional yang sangat penting dalam suatu organisasi bisnis sebagai penunjang bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Dalam usaha perhotelan, pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting. Hal ini dikarenakan sebagai bagian dari manajemen karena meningkatnya persaingan usaha perhotelan akan mendorong berkembangnya usaha pemasaran hotel.

Quest Hotel Kuta merupakan salah satu *brand* dari Aston International berbintang tiga yang berada di daerah Kuta. Hotel ini terletak di jalan Kediri No. 9 Kuta, Bali. Hotel ini termasuk ke dalam kategori *city hotel* karena letaknya di tengah pusat kota yang dekat dengan bandara. objek wisata unggulan seperti pantai Kuta, Seminyak dan pusat perbelanjaan sehingga sangat strategis. Dalam persaingan di bisnis perhotelan, manajemen hotel harus melakukan kegiatan pemasaran dengan benar agar target hunian kamar (*occupancy*) dan penjualan *meeting package* tercapai. Quest Hotel Kuta memiliki beberapa departemen yang saling berintegrasi dalam meningkatkan keberhasilan sebuah hotel. Setiap departemen memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing, salah satunya adalah bagian *department sales* yang menjadi ujung tombak peningkatan hunian atau ramainya suatu hotel yang menangani penjualan dan pemasaran produk hotel. Produk yang dimiliki hotel yaitu berupa penyewaan kamar, makanan dan minuman, *spa*, ruang *meeting* dan fasilitas lainnya yang harus di pasarkan

atau di promosikan oleh bagian departemen *sales* dalam meningkatkan *revenue* sebuah hotel.

Kegiatan penjualan dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Dalam melakukan proses penawaran yang dilakukan departemen *sales* di Quest Hotel Kuta Bali yaitu: yang pertama, seorang *sales* harus menguasai *product knowledge* (pengetahuan tentang produk hotel) yang meliputi masalah yang berhubungan dengan keadaan fisik, jenis, ukuran, *design* dan warna, manfaat terhadap konsumen, bahkan kelebihan dengan produk lain yang sama sehingga bisa meyakinkan calon konsumen untuk membeli produk ditawarkan oleh bagian *sales*. Kedua, yaitu *price policy* (kebijaksanaan harga jual) atau sejenis produk yang ditawarkan atau dijual mempunyai klasifikasi harga. Adanya suatu design harga tertentu yang ditawarkan untuk suatu volume penjualan apakah ada insentif tertentu seperti *discount commission* bagi pembeli. Ketiga, yaitu *human relation* adalah kemampuan tenaga penjual dalam hubungannya dengan masyarakat pasar tertentu untuk mempengaruhi dan pada akhirnya menjadi konsumen. Pendekatan perorangan sangat membantu keberhasilan dalam menjual suatu produk atau jasa dengan ditunjang dengan kemampuan berkomunikasi yang baik. Seorang *sales* (penjual) yaitu: berfungsi untuk memotivasi calon pelanggan agar pelanggan tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh seorang *sales* dan mengarahkan sasaran yang akan dituju dan kepada siapa produk akan ditawarkan atau dijual, dan dapat meyakinkan manfaat dan kelebihan dari suatu produk yang ditawarkan kepada calon pelanggan.

Setelah menguasai tiga hal hal penting diatas maka seorang *sales* melakukan tahapan-tahapan demi tahapan dalam proses penjualan. Tahapan-tahapan tersebut adalah langkah-langkah yang perlu dilakukan bagi seorang *sales* dalam melakukan proses penjualan untuk mencapai keberhasilan penjualan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut: pertama, *approach* (pendekatan kepada prospek) yaitu pendekatan kepada calon pembeli atau konsumen memerlukan persiapan dan perencanaan yang baik yang antara lain pengetahuan tentang siapakah calon pembeli

atau konsumen, apakah kebutuhan dan keinginannya, adakah kemungkinan perubahan situasi atas kebutuhan dan maupun produk yang ditawarkan, siapkan kiat dengan penolakan atau keberatan. Kedua, *presentation* (pengajian) dalam tahapan presentasi *sales* harus sanggup menjual produk dan membantu memuaskan kebutuhan dari kosumen, misalnya membantu dalam memecahkan persoalan dari para konsumen terhadap suatu produk yang di jual. Komunikasi adalah merupakan sarana paling menentukan untuk mengetahui kebutuhan dari pembeli, tata bahasa yang baik, *courtesy* (kesopanan), jelas atau tepat dan tidak berbelit-belit dalam menyampaikan suatu produk kepada calon pembeli, dan *first impression* atau kesan pertama kepada pelaku penjual yang positif akan membantu kelancaran proses penjualan. Ketiga, *selling* (menjual) yaitu proses menjual dari seorang *sales* harus dapat memberikan keyakinan kepada calon pembeli atas manfaat dan kelebihan produk yang di tawarkan kepada calon pembeli. Keempat, *closing the sales* (menutup penjualan) yaitu suatu transaksi penjualan terjadi karena penjualan memperoleh persetujuan dari calon pembeli untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Tahapan ini merupakan keberhasilan seorang *sales* mempengaruhi dan meyakinkan calon pembeli. Kelima, *after sales service* (pelayanan setelah penjualan) yaitu kesempurnaan dari suatu penjualan yang berhasil ditutup dengan pelayanan purna jual. Yang dimana kegiatan tersebut adalah pemberian ucapan terimakasih melalui surat, atas pembelian suatu produk atau jasa, memberikan suatu kenang-kenangan atau *souvenir*, mengirim kartu ucapan pada hari-hari besar atau ulangtahun, dan mengadakan *direct contact* secara regular.

Tanggung jawab dari departemen *sales* adalah *department sales* secara operasional bertanggung jawab dalam memenuhi target anggaran serta mencapai target *room night* dan pendapatan di Quest Hotel Kuta, membuat perencanaan kerja dan mempersentasikan kinerja selama satu bulan ke depan untuk seluruh *department sales*, memberi laporan bulanan kepada *general manager* untuk meningkatkan kinerja *sales*, melakukan *market survey*, berpartisipasi mengikuti *sales meeting* dan *sales promotion*,

melakukan *bussiness traveller* untuk mendapatkan peluang bisnis, serta bertanggung jawab melakukan kegiatan promosi dan iklan.

Penulis menyimpulkan bahwa seorang *sales* harus menguasai *product knowledge* (pengetahuan tentang produk hotel) yang dimana *product knowledge* adalah dasar utama bagi seorang dalam menawarkan produk dan jasa kepada calon pelanggan, dan komunikasi yang baik dalam menyampaikan produk kepada calon pelanggan dan meyakinkan pelanggan atas manfaat dan kelebihan produk yang ditawarkan. proses penawaran yang dilakukan departemen *sales* berperan dalam melakukan kegiatan penjualan seperti menjual kamar maupun paket pertemuan (*meeting package*) dan fasilitas-fasilitas lain yang ada di hotel untuk meningkatkan pendapatan hotel.

Dalam peningkatan kinerja *sales* di Quest Hotel Kuta masih ditemukan adanya kendala yaitu: pencapaian target *sales* yang tidak sesuai dengan yang di inginkan oleh pihak hotel menyebabkan pendapatan hotel menurun. Adanya persaingan harga hunian perkamar dengan hotel yang lain menjadikan para wisatawan lebih tertarik pada harga yang lebih murah atau terjangkau, harga tiket pesawat yang tinggi mempengaruhi kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Pulau Bali sehingga mengakibatkan tingkat hunian di Quest Hotel Kuta menurun, dampak status Gunung Agung yang mengalami erupsi mengakibatkan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Pulau Bali dibatalkan dan wisawatan lebih memilih mengalihkan destinasi kunjungannya ke negara lain. Hal ini berdampak pada pendapatan Quest Hotel Kuta yang tidak mencapai target hunian.

Quest Hotel Kuta dipilih penulis dalam penulisan laporan tugas akhir ini karena mempunyai kualitas dan pelayanan yang baik dan merupakan hotel dengan klasifikasi bintang tiga di daerah Kuta, sehingga memiliki berbagai tantangan dalam kegiatan pemasaran. Hal ini sangat baik untuk mendapatkan pembelajaran dan pengalaman di bidang departemen *sales*. Dalam laporan praktek kerja nyata ini yang menjadi sasaran adalah *occupanccy* (hunian). Sehingga menginspirasi penulis untuk membuat judul tugas akhir yang berjudul “Proses Penawaran Produk dan Jasa pada Departemen *Sales* di Quest Hotel Kuta Bali”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari laporan tugas akhir ini adalah bagaimana proses dan tanggung jawab penawaran produk dan jasa pada departemen *sales* di Quest Hotel Kuta Bali ?

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui dan memahami bagaimana proses dan tanggung jawab penawaran produk dan jasa pada departemen *sales* di Quest Hotel Kuta Bali.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendapatkan pengalaman kerja yang tidak bisa saya dapatkan selama berada dalam perkuliahan dan memberikan pelatihan serta pengalaman kepada diri saya pribadi agar dapat beradaptasi dalam dunia kerja khususnya dalam bidang *sales*.
- b. Mendapatkan ilmu dan pengalaman baru di bidang *sales* dalam dunia perhotelan yang nantinya digunakan dalam dunia kerja.
- c. Mendapatkan pengetahuan tentang kepariwisataan khususnya di bidang perhotelan yang nantinya digunakan sebagai bekal dalam dunia kerja.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan menurut Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Sementara Sugiama (2011), mengungkapkan bahwa pariwisata adalah rangkaian aktifitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. salah satu fasilitas pendukung di dunia pariwisata adalah akomodasi yaitu hotel secara umum industri perhotelan dan pariwisata berhubungan hal ini berkaitan dengan fakta bahwa industri perhotelan menjadi salah satu tulang punggung yang mendukung pembangunan sektor pariwisata. Kontribusi industri perhotelan berdampak pada perkembangan pariwisata. Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu daerah dalam mempromosikan atau mengundang wisatawan untuk datang ke daerah objek ke wisata tersebut. Suatu daerah tujuan wisata tentunya akan dikunjungi oleh wisatawan dan tentu saja wisatawan membutuhkan tempat menginap dan disinilah peran hotel sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

Saat ini sektor pariwisata diharapkan dapat berkembang dengan baik dan optimal dan sudah semestinya didukung dengan berbagai macam faktor atau komponen yang baik secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan aktivitas kepariwisataan. Adapun yang berkaitan dengan kepariwisataan diantaranya adalah kondisi objek wisata, fasilitas-fasilitas sosial objek wisata, kemudahan transportasi untuk pencapaian ke objek wisata, keamanan dan ketertiban di objek wisata, kebijakan

pemerintah yang berhubungan dengan sektor pariwisata dan yang paling terpenting adalah tersedianya hotel sebagai sarana pendukung pariwisata.

2.2 Hotel

2.2.1 Pengertian Hotel

Menurut Sulastiyono (2012), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan pekerjaan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar, sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Selain itu pengertian hotel lainnya yaitu menurut Sujatno (2006), hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum.

2.2.2 Pengelolaan Hotel

Pengelolaan Hotel menurut menurut Sudarso (2016) terbagi atas 2 bagian:

a. *Chain* Internasional

Hotel dikelola berdasarkan kontrak *management* dengan manajemen hotel *coorporation* asing. Pada umumnya hotel bintang 3, 4 dan 5 sudah banyak yang menjadi hotel *chain*, internasional mengingat sistem pengelolaan dan strategi pemasarannya.

b. *Chain* Nasional

Perkembangan manajemen ini telah menunjukkan gejala yang sama dengan yang dikelola oleh hotel *management company* luar negeri dan telah menyebar hampir di seluruh provinsi.

c. *Resentee Ownership*

Pemilik menggaji seorang *manager* yang profesional dan pemilik tidak ikut campur dalam operasional hotel.

d. Dikelola Sendiri

Pada umumnya hotel yang dikelola oleh pemilik sendiri adalah hotel bintang satu dan bintang dua, sebagainya ada juga hotel bintang tiga. Ciri dari manajemen ini, pemilik dan pengelola tidak berbeda dan tenaga kerja umumnya dari pihak *family* atau keluarga sendiri. Hotel yang dikelola sendiri biasanya sangat sulit untuk menarik wisatawan asing karena lemahnya aspek pemasaran dan manajemen serta mutu produk atau pelayanan yang masih standar atau kriteria hotel bintang yang ditetapkan.

Quest Hotel Kuta Bali termasuk dalam pengelolaan hotel *chain international* yang dimana Quest Hotel Kuta dikelola berdasarkan kontrak *management* dengan manajemen hotel *corporation* asing yaitu Aston International dan Quest Hotel termasuk dalam jenis *city hotel* karena Quest Hotel sendiri berlokasi sangat strategis terletak perkotaan dan dekat dengan bandara Ngurah Rai dan termasuk dalam kawasan wisata baik itu didaerah Kuta maupun Legian sehingga hotel ini sangat diminati oleh wisatawan.

2.2.3 Jenis-jenis Hotel

Berdasarkan pengertian hotel dan jenis-jenis hotel oleh Sulastiyono (2011), menyatakan bahwa penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan hal tersebut dalam industri pariwisata, hotel memiliki beberapa jenis hotel berdasarkan area diantaranya sebagai berikut.

- a. *City Hotel* adalah hotel yang berlokasi di perkotaan dan biasanya diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). *City hotel* disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut.
- b. *Residential Hotel* adalah hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha.

Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam dalam jangka waktu yang lama. Hotel ini dilengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk semua anggota keluarga.

- c. *Resort hotel* adalah hotel yang berlokasi di daerah pegunungan (*mountain hotel*) atau ditepi pantai (*beach hotel*), ditepi danau atau ditepi aliran sungai. Hotel seperti ini di peruntukkan bagi keluarga yang ingin berlibur ataupun yang berrekreasi.
- d. *Motel* adalah hotel yang berlokasi di pinggiran atau disepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota yang lain. Atau dipinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini di biasanya di gunakan sebagai tempat beristirahat atau tempat persinggahan sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan jauh dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.
- e. *Down town Hotel* adalah sebuah hotel yang terletak di daerah sebuah pertokoan, atau pusat perbelanjaan, yang jauh dari rumah penduduk tetapi sangat strategis dan dekat dengan perkantoran, *plaza* dan *mall*. Biasanya harga kamar ini relatif tinggi dan tamu nya biasanya adalah para pembisnis, pedagang, dan pegawai.
- f. *Suburban Hotel* adalah sebuah hotel yang berlokasi di daerah dipinggir kota, didaerah permukiman penduduk. Suasana hotel seperti ini umumnya tidak terlalu berisik. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan tidak terlalu murah, tergantung kualitas dan fasilitas hotel yang ditawarkan. Kebanyakan tamu yang datang biasanya yang mengikuti pertemuan rapat, pelatihan acara keluarga, dan tujuan bisnis.
- g. *Country Hotel* adalah sebuah hotel yang terletak di daerah yang sepi, di pedesaan, yang jauh dari keramaian kota dan kebisingan kendaraan, bahkan jauh dari polusi udara. Tamu yang datang ke hotel ini kebanyakan untuk *refreshing* dan mengasingkan diri dari keramaian kota, untuk mencari udara segar. Harga kamar yang ditawarkan untuk hotel ini relatif murah.
- h. *Airport Hotel* adalah sebuah hotel yang terletak di dekat bandara. Biasanya tamu yang menginap adalah untuk transit sehingga waktu kunjungan menginap relatif

singkat. Mereka umumnya sedang dalam perjalanan jauh, sebelum melanjutkan perjalanan ke tujuan berikutnya. Di hotel ini tamu yang disebut *stranded passenger*, *stranded passenger* yaitu penumpang pesawat yang tidak dapat melanjutkan perjalanannya akibat pesawat rusak atau demi keselamatan penerbangan. Hotel *Airport* merupakan sarana paling bagus untuk memberikan akomodasi kepada para penumpang pesawat yang mengalami kendala tersebut.

- i. *Beach Hotel* adalah sebuah hotel yang terletak di dekat pantai dan biasanya hotel ini menawarkan suasana, dan keindahan pemandangan laut secara langsung ketika akan menginap.

2.2.4 Jenis dan Fasilitas Kamar Hotel

Menurut Sembiring (2015), ada beberapa jenis fasilitas hotel berdasarkan tingkatnya yaitu:

- a. *Standart Room*

Tipe kamar ini di sebuah hotel biasanya memiliki harga kamar yang paling murah.

- b. *Superior Room*

Kamar jenis ini biasanya seperti kamar standar yang ukuran dan fasilitasnya lebih atau dapat juga kamar khusus dengan lokasi yang lebih baik.

- c. *Delux Room*

Kamar ini biasanya berkelas, karena perbedaanya hanya di desain dan penampilan serta lokasi. Ada beberapa hotel yang menerapkan tipe kamar *delux* di bawah kamar *superior*.

- d. *Junior Suite*

Kamar jenis ini mempunyai ruangan yang lebih besar yang dimana fasilitas ruang kamar tidur dan ruang tamu terpisah.

- e. *Suite Room*

Kamar tipe *suite* dapat dikatakan seperti apartemen kecil di dalam sebuah hotel. untuk ukurannya jauh lebih besar dari ukuran standar seperti ruang tidur, ruang tamu, dan ruang memasak sendiri.

f. *Pent House*

Jenis kamar yang termahal dari suatu hotel dan sebagian besar memiliki fasilitas terbaik.

2.2.5 Klasifikasi Hotel

Sebuah hotel memiliki jenis dan klasifikasi yang berbeda-beda berdasarkan ukuran penelitian tertentu. Penelitian tersebut berhubungan dengan jenis fasilitas, kebutuhan luas (lingkup operasinya) sehingga hotel diklasifikasikan menjadi beberapa jenis dan juga lokasinya. Menurut Putri (2016), klasifikasi hotel dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian antara lain:

a. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Faktor Tingkatan atau Bintang

1) Hotel Bintang Satu (*)

Fasilitas yang ada adalah jumlah kamar standar minimum 15 kamar, kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 20 m²

2) Hotel Bintang Dua (**)

Fasilitas yang ada adalah jumlah kamar standar minimum 20 kamar, kamar suite minimum 1 kamar dengan luas minimum 44 m², kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 22 m²

3) Hotel Bintang Tiga (***)

Fasilitas yang ada adalah jumlah kamar standar minimum 30 kamar, kamar suite minimum 2 kamar dengan luas minimum 48 m², kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 24 m²

4) Hotel Bintang Empat (****) Fasilitas yang ada adalah jumlah kamar standar minimum 50 kamar, kamar suite minimum 3 kamar dengan luas minimum 48 m², kamar mandi di dalam, luas kamar standar minimum 24 m²

5) Hotel Bintang Lima (*****)

Fasilitas yang ada adalah jumlah kamar standar minimum 100 kamar, kamar *suite* minimum 4 kamar dengan luas minimum 52 m², kamar mandi di dalam, luas kamar standar 26 m²

b. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Faktor Tujuan Pemakaian Hotel Selama Menginap yaitu:

1) *Business Hotel*

Hotel yang banyak digunakan oleh para pengusaha atau pembisnis. Hotel ini memiliki fasilitas lengkap untuk para *Businessman*.

2) *Recreation Hotel*

Hotel yang dibuat dengan tujuan untuk orang-orang yang akan bersantai atau hanya untuk berekreasi.

c. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Faktor Lamanya Tamu Menginap

Lamanya tamu menginap di hotel dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu:

1) *Transit Hotel* adalah hotel yang disediakan bagi para tamu yang hanya menginap secara singkat, rata-rata hanya satu malam saja.

2) *Semi residential hotel* adalah hotel yang di sediakan untuk tamu yang menginap lebih dari satu malam, tetapi jangka waktu menginap tetap jangka pendek. Kira-kira bisa lamanya menginap bisa berkisar dua minggu hingga sampai satu bulan.

3) *Residential Hotel* adalah hotel yang disediakan untuk tamu yang menginap dalam waktu yang cukup lama, kira-kira paling sedikit satu bulan lamanya.

d. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Lokasinya yaitu:

1) *Resort Hotel* adalah hotel yang terletak di kawasan wisata dan sebagian besar wisatawan melakukan kegiatan rekreasi atau berlibur.

2) *Mountain Hotel* Adalah hotel yang berlokasi di daerah pegunungan

3) *Lake Hotel* adalah hotel yang berlokasi di dipinggir danau

4) *Hill Hotel* adalah hotel yang berlokasi di puncak bukit

5) *Forest Hotel* adalah hotel yang berlokasi di kawasan hutan lindung.

2.2.6 Tipe Kamar Hotel

Kamar hotel memiliki beberapa macam tipe-tipe kamar. Menurut Sulistyono (2011), tipe kamar di bedakan menjadi 4 tipe, yaitu:

- a. *Single Room* : kamar untuk satu orang yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur yang berukuran *single* hanya untuk satu orang.
- b. *Twin Room* kamar untuk dua orang yang dilengkapi dengan dua buah tempat tidur yang masing-masing berukuran *single*.
- c. *Double Room* : kamar yang dilengkapi dengan satu buah tempat tidur berukuran *double* (untuk dua orang)
- d. *Double-Double* kamar untuk empat orang yang dilengkapi dengan dua kamar tamu dan tempat tidur berukuran *double* untuk dua orang.

2.2.7 Departemen-departemen yang ada di dalam hotel

Jenis-jenis departemen utama di dalam hotel dan tugasnya menurut Sudarso (2016):

- a. *Marketing Department* (departemen pemasaran)
Tugasnya : memasarkan hotel ke pasaran luas sesuai kebutuhannya.
- b. *Front Office Department* (departemen kantor depan)
Tugasnya : menjual kamar yang memenuhi syarat dan siap untuk dihuni oleh tamu hotel.
- c. *Housekeeping Department* (departemen tata graha)
Tugasnya : menyediakan kamar yang bersih dan siap di huni oleh tamu hotel.
- d. *Laundry Department* (departemen binatu)
Tugasnya : membantu departemen *housekeeping* dalam menyediakan kebutuhan *linen* (handuk, sprei, selimut) untuk kamar hotel dan seragam karyawan.
- e. *Engineering Department and Maintenance Department* (departemen pengoperasian dan perbaikan)
Tugasnya : mengoperasikan, merawat dan memperbaiki semua peralatan dalam hotel.

- f. *Food and Beverage Department* (departemen makanan dan minuman)
Tugasnya : menyiapkan makanan dan minuman di dalam hotel.
- g. *Finance Department* (departemen keuangan)
Tugasnya : mengelola keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran hotel.
- h. *Personnel Department* (departemen personalia)
Tugasnya : mengurus administrasi seluruh karyawan hotel.
- i. *Training Department* (departemen pelatihan)
Tugasnya : memberikan berbagai latihan bagi karyawan hotel baik yang baru maupun lama.
- j. *Security Department* (departemen keamanan)
Tugasnya : menjaga dan mengatur keamanan hotel.

2.3 Sales (Penjualan)

2.3.1 Pengertian Sales (Penjualan)

Menurut Swastha (2004) bahwa pengertian penjualan adalah interaksi antara individu yang saling bertemu secara langsung yang bertujuan menciptakan, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain dan dapat disimpulkan penjualan adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Sedangkan menurut Mulyadi (2008) pengertian penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari penjual ke pembeli.

Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang dimana untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan serta keinginan pembeli atau konsumen, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan pendapatan. Atau definisi lain dari penjualan adalah suatu kegiatan kegiatan transaksi yang dilakukan oleh dua belah

pihak atau lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah dan merupakan salah satu sumber pendapatan seseorang atau perusahaan yang melakukan transaksi jual dan beli, dalam suatu perusahaan apabila semakin besar penjualan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh dari suatu perusahaan tersebut.

2.3.2 Jenis – jenis penjualan

Menurut Swastha (2009) terdapat beberapa jenis-jenis penjualan yang secara umum dikenal masyarakat. Adapun jenis-jenis penjualan diantaranya yaitu:

a. *Trade Selling*

Trade Selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

b. *Missionary Selling*

Merupakan penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. *Technical Selling*

Yaitu berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.

d. *New Business Selling*

Merupakan berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli.

e. *Responsive Selling*

Responsive Selling adalah setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli.

2.3.3 Tahapan Dalam Proses Sales (Marketing)

Menurut Sihite (2004) ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan bagi seorang *sales* dalam proses penjualan untuk keberhasilan, diantaranya adalah:

a) *Approach* (pendekatan kepada prospek)

Pendekatan kepada calon pembeli/konsumen memerlukan persiapan dan perencanaan yang baik yang antara lain pengetahuan tentang :

- 1) Siapakah calon pembeli/konsumen ?
- 2) Apakah kebutuhan/keinginannya ?
- 3) Adakah kemungkinann perubahan situasi atas kebutuhan maupun produk yang ditawarkan ?

b) *Presentation* (penyajian)

Dalam tahapan presentasi seorang *sales* harus sanggup menjual “Dirinya” dalam arti mau membantu memuaskan kebutuhan para konsumen (misalnya membantu memecahkan persoalan para calon konsumen terhadap suatu produk yang dijual). Komunikasi adalah merupakan sarana paling menentukan untuk mengetahui kebutuhan pembeli :

- 1) Tata bahasa yang baik
- 2) *Courtesy* / kesopanan
- 3) Jelas / tepat, tidak berbelit-belit
- 4) Memberikan ide, manfaat dan kelebihan produk.

First impression atau kesan pertama kepada pelaku penjualan yang positif akan membantu kelancaran proses penjualan.

c) *Selling* (menjual)

Proses menjual dari seorang *sales* harus dapat memberikan keyakinan kepada pembeli atas manfaat dan kelebihan produk yang ditawarkan. Dengan bekal *Product Knowledge* dan pengembangan komunikasi yang efektif diharapkan pembeli.

Didalam proses penjualan sering terjadi negosiasi atas kualitas atau kuantitas dan harga (*price*), bahkan permintaan pelayanan yang lebih baik (*after sales service*). pengalaman konsumen tas penawaran barang maupun jasa yang sama, yang kemudian adanya persaingan usaha sejenis, cenderung terjadinya tawar-menawar.

d) *Closing The Sales*

Suatu transaksi penjualan terjadi karena penjualan memperoleh persetujuan dari calon pembeli untuk membeli atau menggunakan produk/jasa yang ditawarkan. Tahapan ini merupakan keberhasilan seorang penjual mempengaruhi dan meyakinkan calon pembeli. Langkah-langkah administratif untuk menutup penjualan dapat berupa: *statement*, *order* dan tanda terima pembayaran. Dalam jasa pelayanan wisata maka pembeli/konsumen akan menikmati produk wisata setelah terjadinya *closing the sales*.

e) *After Sales Service*

Kesempurnaan dari suatu penjualan yang berhasil adalah ditutup dengan pelayanan purna jual. Kegiatan tersebut antara lain:

- 1) Pemberian ucapan terimakasih melalui surat, atas pembelian suatu produk atau jasa.
- 2) Memberikan suatu kenang-kenangan (*souvenir*)
- 3) Mengirimkan kartu ucapan pada hari-hari besar atau ulang tahun.
- 4) Mengadakan *direct contact* secara *regular*.

2.3.4 *Sales and Marketing*

Sales and marketing menurut Budi (2013) merupakan suatu fungsi yang melaksanakan segala perencanaan, penugasan dan pengawasan terhadap kegiatan penjualan daripada suatu perusahaan, dalam hal penerimaan tenaga penjual (*salesman*), seleksi (*recruiting*), pengaturan latihan (*training*), pengarahan (*supervise*), pengawasan (*control*), pembiayaan (*cost*), dan motivasi para *salesman*. Dapat disimpulkan *sales marketing* adalah bagian dari hotel yang bertanggung jawab untuk menjual kamar maupun *meeting package*, menentukan harga jual serta memasarkan produk hotel lainnya melalui brosur dan media lainnya termasuk bertanggung jawab mengikuti pasar wisata *international* dan sejenisnya.

Tugas-tugas dari seorang *sales* secara umum menurut Sihite (2004) yaitu:

- a. Melaksanakan kegiatan penjualan melalui telepon terhadap target konsumen (perusahaan-perusahaan perdagangan dan industri, kantor-kantor pemerintah, asosiasi perkumpulan keagamaan, olahraga, sosial, konsulat) secara sistematis, serta melengkapi laporan kegiatan untuk setiap hubungan yang dilakukan.
- b. Memelihara semua hasil analisis penjualan yang telah dibuat.
- c. Atas persetujuan pimpinan, dalam melaksanakan kerjasama dengan perwakilan perusahaan lain dalam memperoleh peluang usaha, melakukan penjualan bersama, mendiskusikan strategi dan sebagainya.
- d. Melakukan tindak lanjut pelayanan, untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
- e. Melakukan tindak lanjut setiap kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh peluang usaha pada saat mendatang.
- f. Menghubungi humas setiap saat dan memberikan bantuan apabila diperlukan, misalnya dalam memberikan hadiah-hadiah promosi kepada para pelanggan.
- g. Melaksanakan kegiatan pemasaran lainnya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh manajer penjualan.

Namun jika dipersempit cakupan tugas utama dari *sales and marketing* di hotel, yaitu melakukan proses sosial interaksi (baik itu dilakukan oleh perseorangan maupun bersamaan oleh *team sales and marketing*) untuk memberikan dan melayani kebutuhan tamu baik itu *room, meeting, incentive, convention, exhibition*, maupun sarana penunjang hotel lain yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat hunian, total *revenue* hotel maupun *brand image*.

2.4 Promosi

Menurut Agus (2013) Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Kotler (2008) menyatakan bahwa penjualan adalah paduan spesifik

periklanan, promosi, penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan dengan pelanggan. Adapun pengelompokan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Penjualan pribadi, Tjiptono (2008) menyatakan bahwa *personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.
- b. Periklanan, Tjiptono (2008) iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.
- c. Promosi penjualan, Tjiptono (2008) menyatakan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang akan dibeli pelanggan.
- d. Hubungan masyarakat Kotler (2008) menyatakan hubungan masyarakat adalah membangun hubungan baik dengan berbagai masyarakat perusahaan dengan memperoleh publisitas yang di inginkan, membangun citra perusahaan yang baik, menghadapi rumor, cerita dan kejadian yang tidak menyenangkan.
- e. Pemasaran langsung Kotler (2008) pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara hati-hati untuk meraih respon segera dan mencapai hubungan pelanggan yang abadi.
- f. Keputusan pembelian Swastha (2008) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh pemasar, tapi harus benar-benar diperhitungkan.

Promosi memiliki beberapa tugas khusus yang sering disebut bauran promosi (*promotion mix*) Menurut Sihite (2004) bauran promosi (*promotion mix*) terdiri dari :

a. *Advertising* adalah penempatan atau pembuatan *message*, baik tulisan dan atau gambar dalam berbagai media, seperti TV/ radio / surat kabar / *cinema* / *outdoors sign & boards* / poster / plakat dan sebagainya.

b. *Sales promotion* :

Yang termasuk dalam kategori ini adalah:

- 1) *Point of purchase display* seperti : *tend cards*
- 2) *Novelsties* : *ballpoint, matches, calender*
- 3) *Catalogues & folders*
- 4) *Name card*
- 5) Ikut dalam *trade exhibition*
- 6) Mengikuti kontes
- 7) *Sponsorship* suatu acara penting seperti olah raga, *chartered* dan sebagainya.

c. *Public relation*

- 1) *Release* dalam *mass-media*.
- 2) Sumbangan-sumbangan amal dan beasiswa.
- 3) Majalah perusahaan.

d. *Personal selling*

Perusahaan menugaskan karyawannya atau *managernya* sendiri mengadakan penawaran-penawaran langsung kepada *prospective customer*. Langkah-langkah dari *personal selling* adalah:

- 1) Mencari dan bertemu dengan *prospective customer* dan sependapat mungkin dengan orang yang dapat memutuskannya.
- 2) Menyelidiki apakah sebenarnya kebutuhan serta keinginan.
- 3) Membantu *customer* dalam menentukan pilihan
- 4) Menerangkan mengenai detail dari produk serta pelayanannya.
- 5) Memperlihatkan contoh-contoh dengan bentuk gambar, *brochures, slide*, dan lain-lain.

- 6) Menjuruskan kepada terjadinya pesanan, *order* atau *reservation*.
- 7) Menganjurkan tambah
- 8) *service* agar *function* lebih semarak
- 9) Tindak lanjut secara internal untuk mendapatkan kepastian agar *function* berjalan sebaik mungkin sesuai dengan *pre-selling*.

2.5 Pengertian Tingkat Hunian (*Occupancy*)

Tingkat hunian (*occupancy*) adalah presentase dari kamar yang terisi atau yang tersewakan kepada tamu yang dibandingkan dengan jumlah keseluruhan kamar yang disewakan yang diperhitungkan dalam jangka waktu dari hari, bulan, atau tahun (Damardjati, 2006). Sedangkan menurut Bardi (2007) menyatakan bahwa tingkat hunian kamar merupakan ukuran tradisional dalam melihat kesuksesan sebuah hotel. Menurut Hanggara (2009) dalam jurnal Udayatini tingkat hunian hotel merupakan suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar terjual, jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk dijual. Penulis menyimpulkan bahwa tingkat hunian kamar adalah suatu keadaan sampai sejauh mana jumlah kamar yang terjual, jika diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu untuk dijual sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah hotel dalam menjual produk utamanya yaitu kamar.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA

3.1 Waktu dan Tempat Kegiatan

3.1.1 Waktu pelaksanaan Kegiatan

Waktu pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa selama 5 bulan. Jadwal pelaksanaan kegiatan ini sesuai dengan Surat Tugas Nomor 046/UN25.12/SP/2019 yaitu dimulai dari tanggal 10 Januari 2019 di Quest Hotel Kuta Bali. Adapun kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan sesuai dengan jam kerja di Quest Hotel Kuta Archipelago International Hotel & Resort & Residences yaitu:

Tabel 3.1 Hari dan Jam Kerja

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin – Jumat	09.00 – 18.00	12.00 – 13.00
Sabtu – Minggu	Libur	Libur

Sumber : Quest Hotel Kuta 2019

3.1.2 Tempat Kegiatan

Tempat pelaksanaan kegiatan yang dilakukan penulis adalah di Quest Hotel Kuta Bali beralamat di Jalan Kediri No. 9 Tuban, Kuta 80361, Bali yang hanya berjarak dua kilometer saja dari Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali dan dekat dengan Pusat Perbelanjaan oleh-oleh dan tempat wisata yang ada di daerah Kuta. Lokasi yang sangat strategis membuat Quest Hotel Kuta memiliki banyak tamu. Quest Hotel Kuta merupakan *brand* dari *Aston International* berbintang tiga yang ada di daerah Kuta Bali. Dalam hal ini penulis melakukan praktek kerja nyata di departemen *sales*.

3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan data diperoleh dan dibuat laporan tugas akhir oleh penulis dengan Judul “Proses Penawaran Produk dan Jasa pada Departemen *Sales* di Quest Hotel Kuta Bali”, sehingga pada pelaksanaan praktek kerja nyata penulis ditempatkan pada departemen *sales*. Dalam hal ini penulis berada pada beberapa bagian yang berkaitan dengan departemen *sales*.

3.2.2 Kegiatan yang dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata

Kegiatan Praktek Kerja nyata yang dilakukan di Quest Hotel Kuta harus sesuai dengan *job description* yang telah ditentukan. Selama pelaksanaan praktek kerja nyata penulis melaksanakan semua *job description* yang telah di berikan. Kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan oleh penulis sebagai *sales* yaitu memasarkan dan promosikan produk-produk hotel dalam meningkatkan *revenue* di Quest Hotel Kuta. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu melakukan kegiatan *sales call*, *telemarketing*, *courtesy call*, *showing room*, membuat *banquet event order* (BEO), membuat *contract rate*, membuat *Quotation letter*, dan melakukan kegiatan *telemarketing*.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis

Jenis data yang digunakan pada pelaksanaan praktek kerja nyata ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yang digunakan penulis dalam penulisan tugas akhir ini meliputi hasil wawancara kepada bagian departemen *sales* dan observasi atau pengamatan langsung aktivitas bagian *sales*.

3.3.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir ini sebagai berikut :

- a. Data Primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya,

yakni subjek penulisan atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung Arikunto, (2010). Sumber data primer diperoleh langsung dari bagian *sales* Quest Hotel Kuta. Data primer diperoleh dari hasil wawancara, diskusi, dan pengamatan secara langsung dilapangan terkait dengan peran penjualan dan pemasaran hotel terhadap peningkatan jumlah tamu di Quest hotel Kuta yang dilakukan oleh *sales and marketing department*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penulisan ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis serta dari studi pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto dan lain-lain Arikunto, (2010). Data sekunder didukung pula dengan data berupa informasi dari internet, jurnal, artikel, skripsi dan lain sebagainya yang berkaitan dengan proses penawaran produk dan jasa pada departemen *sales*.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan laporan tugas akhir sebagai berikut:

- a. Observasi: adalah mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ketempat yang akan di teliti Arikunto (2006). Dalam pelaksanaan kegiatan ini penulis mengamati proses penawaran produk dan jasa pada departemen *sales* di Quest Hotel Kuta Bali.
- b. Wawancara: Menurut Sugiono (2010) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun ide dengan cara tanya jawab. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan dengan bercakap-cakap secara tatap muka Affudin dan Saebani, (2012). Dalam penyusunan laporan tugas akhir

ini penulis melakukan wawancara pada *staff sales* mengenai tentang proses penawaran produk dan jasa pada departemen *sales* di Quest Hotel Kuta Bali.

- c. Studi Pustaka: yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, jurnal, internet, artikel, skripsi, dan media lainnya yang berkaitan dengan *Sales*.



BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil Praktek Kerja Nyata yang telah dilaksanakan oleh penulis di Quest Hotel Kuta pada bagian departemen *sales* dapat disimpulkan bahwa *sales* memiliki peran yang sangat penting dalam kemajuan sebuah hotel. kemampuan untuk mempromosikan dan menjelaskan tentang fasilitas yang dimiliki Quest Hotel Kuta sangatlah penting dalam meningkatkan *revenue* hotel seperti penjualan kamar dan *meeting package*.

Departemen *sales* juga berperan sebagai pembuat kesepakatan dengan tamu dan menjadi penghubung tamu dalam menyampaikan keinginan kepada departemen-departemen yang dapat membantu untuk menyiapkan keperluan tamu serta mengawal acara sampai selesai. Sehingga komunikasi dengan departemen lain menentukan kesuksesan suatu acara di Quest Hotel Kuta baik itu yang menginap ataupun yang mengadakan kegiatan *meeting*. Dalam melaksanakan tugasnya departemen *sales* memiliki beberapa proses penawaran yang dapat digunakan untuk menarik perhatian calon kosumen nya yaitu melakukan kegiatan *courtesy call*, *sales call*, *showing room*, *banquet event order* (BEO), *contract rate*, *Quotation letter*, *telemarketing*.

5.2 Saran

Selama penulis melakukan Praktek Kerja Nyata di Quest Hotel Kuta Bali, khususnya di departemen *sales marketing* harus lebih ditingkatkan lagi dalam kegiatan penjualan produk-produk hotel seperti *room*, dan *meeting package* dan menjalin kerjasama yang baik dengan *travel agent*, *cooperate*, *government* untuk meningkatkan *revenue* di Quest Hotel Kuta Bali.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Affudin dan Sehani, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:Pustaka Setia.
- Agus, H. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bardi, J.A 2007. *Hotel Front Office Management Fourth Edition*. New Jersey: Jhon Wiley and Sons Inc.
- Budi, A.P 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Damardjati, R. S, 2006. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta : Penerbit Pradnya Paramita.
- Ismayati, 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, P. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Pemasaran Jilid 1 dan 2. Edisi ke 12. Ahli Bahasa Bob Sabrana. M.M. : Erlangga.
- Meyers, K. 2009. *Pengertian Pariwisata*. Jakarta:Unesco Office.

- Mulyadi, 2008. *Strategi Penjualan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Putri, E. 2016. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sembiring, M. 2015. *Omset Berlipat dari Bisnis Hotel, Tour and Travel*. Jakarta: Cemerlang Publishing.
- Sihite, R. 2004. *Sales & Marketing (Usaha Pemasaran Hotel)*. Surabaya: SIC.
- Sudarso, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sugiama, A. G. 2011. *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Jakarta: Alfabeta. BPFE.
- Swastha, B. 2004. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, B. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Swastha, B. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F.2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi OFFSET.
- Universitas Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. Jember*: UPT Penerbitan Universitas Jember.

Jurnal

Jurnal “Udayantini K. D. dan I .Wayan. 2015. *Pengaruh Jumlah Wisatawan Dan Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Buleleng Periode 2010-2013. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Vol. 3*”.

Internet

Archipelago International. 2019. www.archipelagointernational.com. (Diakses pada 13 Juli 2019, pukul 19.000 wib).

Quest Hotel. 2019. <https://www.questhotels.com/en>. (Diakses pada 13 Juli 2019, pukul 19.000 wib).

Peraturan Dan Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisataaan.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata

 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegayuhis Tejip (0331) 335386, 331342 Fax. (0331) 335386 Jember 68121

Nomor : 5096 /UN25.1.2/SP/2018 27 Desember 2018
Lampiran : satu eksemplar
Hal : Permohonan tempat magang

Yth. Pimpinan
Quest Hotel Kuta
Jl. Kediri No. 9 Tuban Kabupaten Badung
Bali 80361

Dengan hormat,
Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universtas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktik Kerja Nyata) untuk penyelesaian laporan tugas akhir.
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka kami mengutarap kesediaan saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang saudara pimpin.
Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang yaitu :

N a m a : Hutri Yanti Sitepu
NIM : 160903102020
Program Studi : D III Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1(satu) eksemplar proposal Praktik Kerja Nyata (PKN).
Atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.


 a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Hadi Prayitno, M. Kes
NIP 196106081988021001

Lampiran 2. Surat Penerimaan Praktek Kerja Nyata dari Quest Hotel Kuta Bali



Lampiran 3. Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan Kampus Tagelbene Telp. 0331-335886, 335842 Fax. 0331-335906 jember@i121
Telp. (0331) 332736


**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**


NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	76	AB
2	Kemampuan / Kerjasama	73	B
3	Etika	78	AB
4	Disiplin	78	AB
NILAI RATA - RATA		76,25	AB

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : Hutfi Xanti Sitepu
 NIM : 160903102020
 Jurusan : Ilmu Administrasi
 Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : Desak Lea Haryati
 Jabatan : Director of Sales
 Instansi : Sales & Marketing Dept.
 Tanda Tangan : 



PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	≥ 80	ISTIMEWA
2	AB	75 ≤ AB < 80	SANGAT BAIK
3	B	70 ≤ B < 75	BAIK
4	BC	65 ≤ BC < 70	CUKUP BAIK
5	C	60 ≤ C < 65	CUKUP
6	CD	55 ≤ CD < 60	KURANG
7	D	50 ≤ D < 55	
8	DE	45 ≤ DE < 50	SANGAT KURANG
9	E	< 45	

Lampiran 4. Sertifikat dan Nilai Praktek Kerja Nyata dari Quest Hotel Kuta Bali

PERFORMANCE EVALUATION

Name : Hutri Yanti Sitepu

Criteria	Score
1. Job Knowledge	88
2. Quantity of Work	96
3. Quality of Work	80
4. Character	86
5. Personality	88
6. Courtesy	80
7. Personal Appearance	80
8. Attendance	80

Total Score **666**
Average Score **83.3**

Scale of scores :

86 – 100	Very Good
71 – 85	Good
56 – 70	Fair
41 – 55	Poor

[Signature]
Desak Lia Haryati
Director of Sales

[Signature]
Ni Nyoman Sumartini
Asst. HR Manager

NH favehotels **NEO** Quest Hotels HARPER ASTON The Alencia Asia Heritage Collection HUXLEY *Kamuela*

Quest Hotels

CERTIFICATE OF TRAINEE

THIS CERTIFICATE TO

HUTRI YANTI SITEPU

For completing on the Job Training Program
On January 10th, 2019 to June 10th, 2019
In Sales & Marketing Department

Kuta, June 11th, 2019

[Signature]
I Wayan Suarsa
General Manager

NH favehotels **NEO** Quest Hotels HARPER ASTON The Alencia Asia Heritage Collection HUXLEY *Kamuela*

Lampiran 5. Surat Tugas



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan 27 Kampus Tegayoh Telp. (0331) 335586-331342 Fax. (0331) 335386 Jember 68121

SURAT TUGAS
Nomor : 04 /UN25.1.2/SP/2019

Berdasarkan surat dari Quest Hotel Kuta Bali nomor : 1/HRD/SK/L/2019 tanggal 4 Januari 2019, perihal Penerimaan Praktik Kerja Lapangan, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : **Hutri Yanti Sitepu**
NIM : 160903102020
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja/Magang di Quest Hotel Kuta Bali terhitung mulai tanggal 7 Januari 2019 s.d 7 Juni 2019.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 4 Januari 2019
a.n. Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
NIP 196106081988021001

Tembusan
1. Manager HRD Quest Hotel Kuta Bali
2. Kaprodi DIII Usaha Perjalanan Wisata FISIP UNEJ
3. Mahasiswa yang bersangkutan

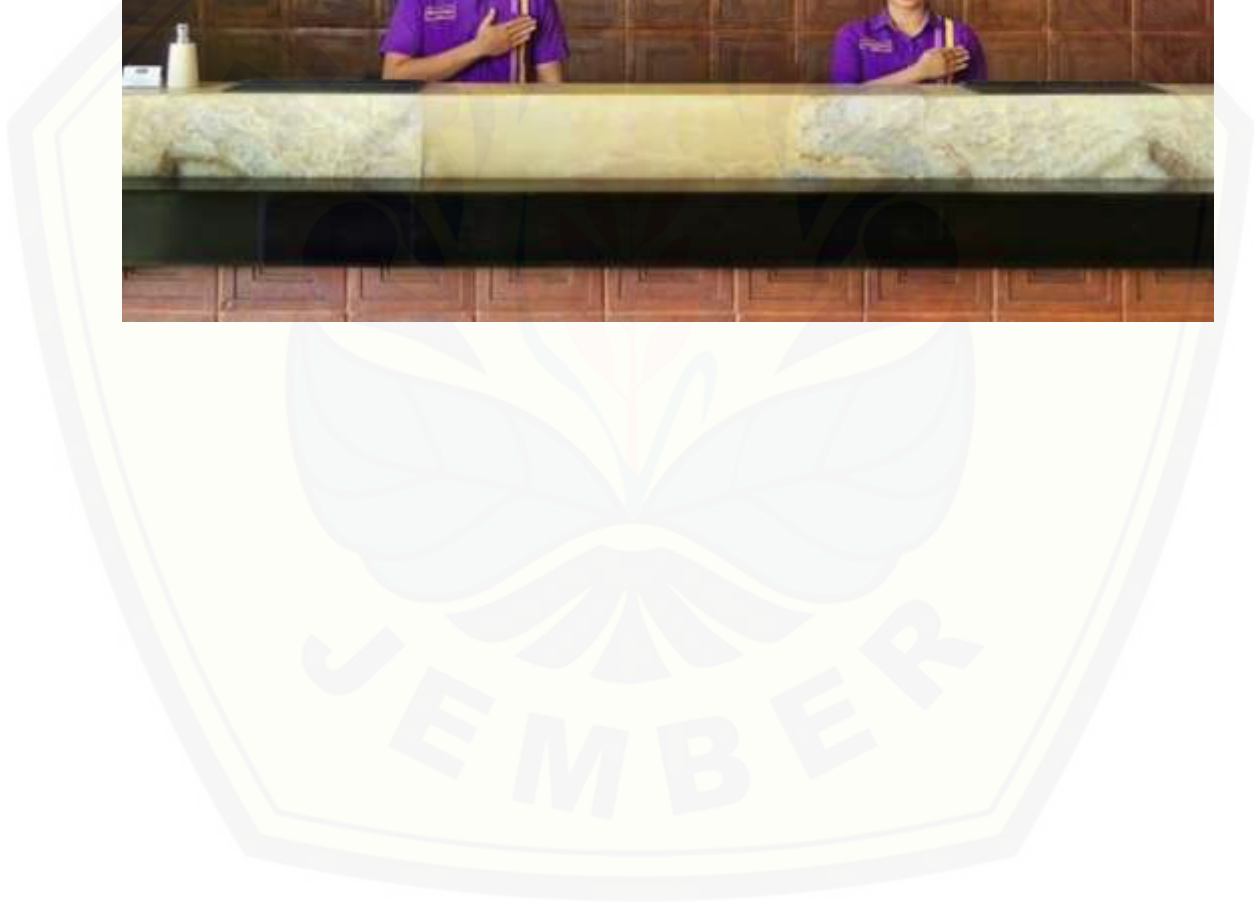
Lampiran 6. Gambar Quest Hotel Kuta Bali



Lampiran 7. Gambar *Lobby dan Reception* Quest Hotel Kuta



Lampiran 8. Gambar Lobby dan *Reception* Quest Hotel Kuta



Lampiran 9. Gambar *Combined Meeting Room* Beratan, Buyan, Tamblingan Quest Hotel Kuta



Lampiran 10. Gambar *Mosaic Analysis* Quest Hotel Kuta

MOSAIC ADR ANALYSIS REPORT
QUEST HOTEL KUTA
14-Apr-19

MTD	ONLINE RATES				
	OTA'S				HOTEL WEBSITE
	TRAVELOKA	AGODA	BOOKING.COM	EXPEDIA	
Best Western	IDR 513, 157	IDR 381, 861	IDR 567, 600	IDR 447, 769	IDR 576, 200
Primebiz Hotel	IDR 305, 902	IDR 237, 682	IDR 346, 500	IDR 318, 182	IDR 318, 182
Ibis Bali Kuta	IDR 429, 000	IDR 354, 545	IDR 428, 999	IDR 354, 545	IDR 354, 545
Iboubique	IDR 332, 620	IDR 305, 815	IDR 178, 000	IDR 312, 396	IDR 314, 500
Edelweiss	IDR 252, 846	IDR 200, 053	IDR 271, 745	IDR 265, 181	IDR 258, 303
Permata Kuta	IDR 263, 704	IDR 217, 917	IDR 313, 240	IDR 265, 930	IDR 426, 558

MOSAIC ADR ANALYSIS REPORT
QUEST HOTEL KUTA
15 January 2019

MTD	ONLINE RATES				
	OTA'S				HOTEL WEBSITE
	TRAVELOKA	AGODA	BOOKING.COM	EXPEDIA	
Best Western	IDR 497, 510	IDR 423, 827	IDR 531, 131	IDR 476, 198	IDR 568, 181
Primebiz Hotel	IDR 329, 175	IDR 237, 628	IDR 346, 500	IDR 277, 686	IDR 376, 003
Ibis Bali Kuta	IDR 429, 000	IDR 354, 545	IDR 428, 999	IDR 354, 545	IDR 376, 000
Iboubique	IDR 378, 000	IDR 312, 367	IDR 378, 000	IDR 372, 783	IDR 314, 500
Edelweiss	IDR 295, 200	IDR 25, 303	IDR 272, 026	IDR 315, 621	IDR 329, 000
Permata Kuta	IDR 331, 240	IDR 331, 240	IDR 312, 040	IDR 307, 389	IDR 447, 256

Lampiran 11. Gambar Form Quotation Letter di Quest Hotel Kuta



Quest Hotel
KUTA

MEETING ROOM and BASIL RESTAURANT



**Meeting space blocking subject to change where Hotel has discretion to move and or change meeting space as long as it doesn't change the minimum requirement to hold the event.*

Additional Charge:

- Drop/Pick up Airport Service

: FOC for VIP or Committee ONLY

Estimation Charges

Type	Rate	Number of Days	Quantity	Sub Total
21 Superior Rooms for 2 Pax (26 – 28 April 2019) *Get FOC 1 Room	Rp. 360,000	2 Night	20	Rp. 14,400,000
Half Day Meeting Package 27 April 2019	Rp. 180,000	1	42	Rp. 7,560,000
Grand Total				Rp. 21,960,000

Note: Above mentioned prices are inclusive to 21% of service charge and government tax and non-commissionable

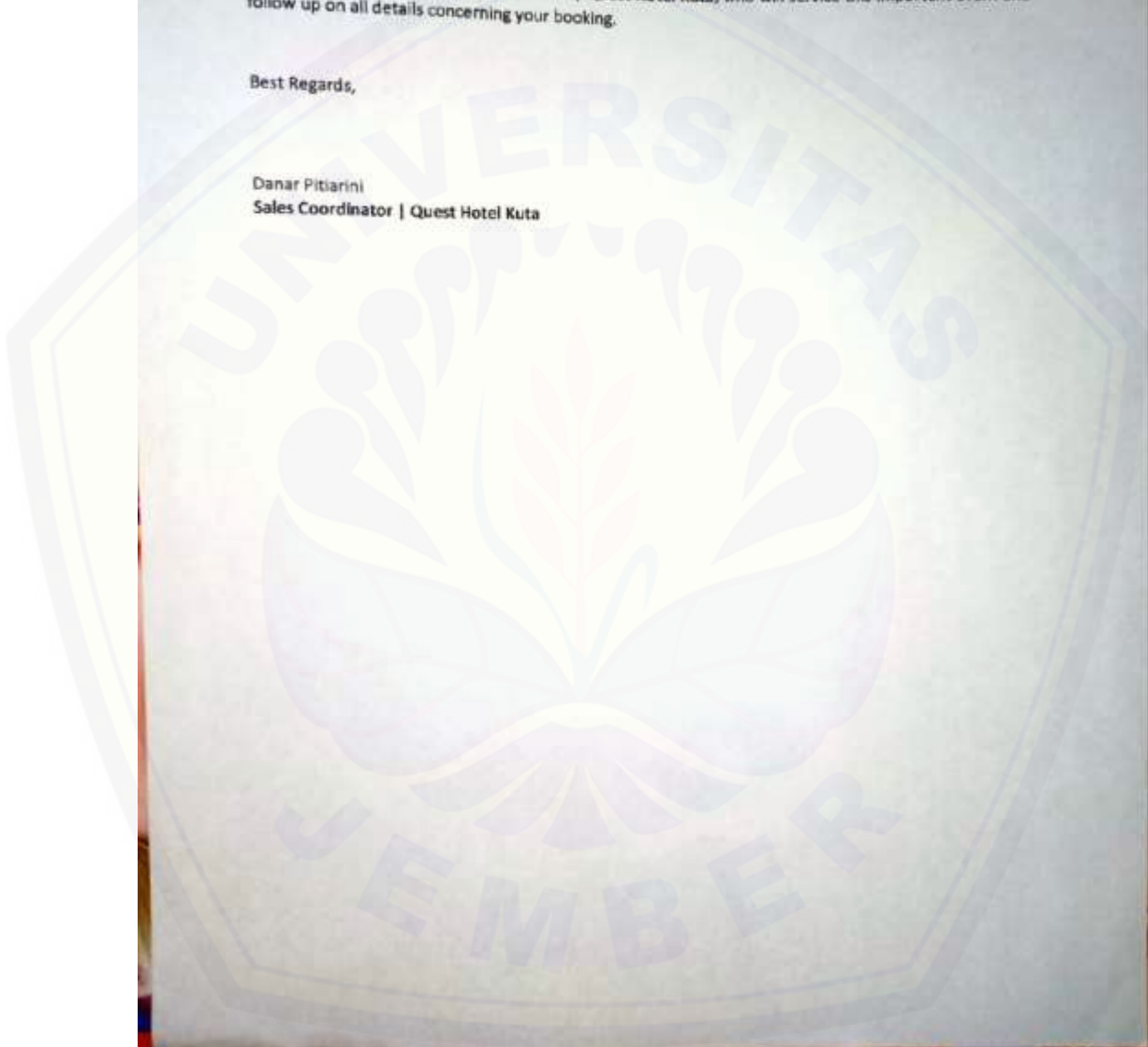
We are currently not holding any space for the above-mentioned group. if you want to establish a group block please reconfirm the above by countersigning this proposal prior to due date of **16 April 2019** Please note that the above rates are valid until the proposal due date after which we reserve the right to revise our proposed rates.

Quest Hotel
KUTA

Should there be any changes or should you need further assistance or information, please do not hesitate to contact me at **087853140269** or via e mail under KutaSC@Quest-Hotels.com . Once this event is confirmed you will be contacted by Quest Hotel Kuta, who will service this important event and follow up on all details concerning your booking.

Best Regards,

Danar Pitirini
Sales Coordinator | Quest Hotel Kuta



Lampiran 12. Gambar Form Banquet Event Order di Quest Hotel Kuta

Quest Hotel
KUTA

**QUEST HOTEL KUTA
CONFERENCE & BANQUET FUNCTION SHEET**

Client / Contact: **BOGORWATI Science**
Address: Cikokol
City/Village: Cikokol
Phone No: 082 11373738
Contact: Mr. Irena Liang

Event Name: **1. LOBBY MEET**
Phone No: 082 2545252
Event in charge: **1. LOBBY MEET**
MEC No.: **1. LOBBY MEET**
Phone No.: **082 2545252**
Folio No.:

TIME	VENUE	NO. OF GUESTS	SET UP	PRICE / PAX	BREAKDOWN	ESTIMATED REVENUE
10:00 - 12:00	Ballroom - Green	100	Tea	Rp. 1,000,000	Room Rental Rp. 1,000,000 Tax & Other Rp. 0,000	1,000,000.00
ESTIMATED REVENUE						Rp.1,000,000.00
DEPOSIT PAID						Rp.1,000,000.00
Balance						0.00

Notes: 1. No per Day

Remarks: Room Rental Rp. 1,000,000 PAID by Bank Transfer

REQUIREMENTS:

- Please set up 1. Lobby Meet at Ballroom - Green for 100 guests evenly at 10:00.
- Please confirm, check & adjust at your location 1 week at 10:00.
- Please 1 table for registration at front gate.
- Please set up signage staff to stand by during event.
- Please set up signage as needed above.

REQUIREMENTS:

- Please set up 1. Room & Lobby Proprietor
- Please prepare standard sound system with 2 wireless
- Please prepare audio cable
- Ensure all electrical working properly
- Please put engineering staff to stand by during presentation to hotel guest.

Please ensure meeting area is clean & fragrance before event after sound garbage bin in place and rest room is ready to use.

SAFETY & SECURITY:

- Please keep in arrange the flow of parking

Client / Contact: **BOGORWATI Science, Cikokol**
Address: Cikokol
City/Village: Cikokol
Phone No: 082 11373738
Contact: Mr. Irena Liang

Checked By: **Room Operational In-charge**
Date: **10/10/2023**

Prepared By: **1. LOBBY MEET**

Lampiran 13 *Contract Rate* di Quest Hotel Kuta

Quest Hotel
KUTA

Kuta, July 23, 2019

Company : Dejulius Tour And Travel
Contact : Mr.I Gede Juliantara
Position : Ceo
Address : Jl. Monkey Forest No. 17, Ubud, Bali.
Telephone : +6285737463970
Email : gdejulius@gmail.com

Subject: 2019 –2020 TRAVEL AGENT AGREEMENT

Dear Mr. I Gede Juliantara ,

Warmest greetings from QUEST HOTEL KUTA!

It is with great pleasure that we welcome **Dejulius Tour And Travel** as a member to Quest Hotel Kuta preferred Travel Agent Account program. As a member your associates will be entitled to exclusive benefits and substantial discounts in Quest Hotel Kuta properties.

In order to activate these special rates and benefits in our reservation system please sign in the space provided below and return this agreement to us at Fax +62 (361) 764 001 and refer to your company's name when making reservations.

ACCOMMODATION:

2019 – 2020 Travel Agent Agreement:

QUEST HOTEL KUTA

CONTRACT RATE (Immediately – 31 March 2020)

The above quoted rates are net non commissionable and inclusive of 21% government tax and services.

ROOM TYPE	PUBLISHED RATE	ALL MARKET
Superior	IDR 1.350.000 ++	IDR 360.000 net
Deluxe	IDR 2.025.000 ++	IDR 460.000 net
Deluxe Pool Access	IDR 2.225.000 ++	IDR 510.000 net
Junior Suite	IDR 2.700.000 ++	IDR 730.000 net
Executive Suite	IDR 3.500.000 ++	IDR 930.000 net
Family Suite	IDR 4.000.000 ++	IDR 1.230.000 net

Lampiran 14. Gambar Meeting Package di Quest Hotel Kuta







MEETING PACKAGE

Half Day Room Rental IDR 1.500.000++/Meeting Room
Full Day Room Rental IDR 2.000.000++/Meeting Room

Buffet Lunch start from IDR 150.000++/pax
Buffet Dinner start from IDR 180.000++/pax

Coffee Break IDR 80.000++/pax

Half Day Meeting Package IDR 200.000++/pax
 (1x Coffee Break, 1x Lunch or Dinner)

Full Day Meeting Package IDR 250.000++/pax
 (2x Coffee Break, 1x Lunch or Dinner)

Full Board Non Residential IDR 350.000++/pax
 (2x Coffee Break, 1x Lunch, 1x Dinner)

Full Board Residential IDR 600.000++/pax
 (Twin sharing stay in superior room, 2x Coffee Break, 1x Lunch, 1x Dinner)

Full Board Meeting Single IDR 800.000++/pax
 (Single stay in superior room, 2x Coffee Break, 1x Lunch, 1x Dinner)

Meeting Inclusive:

- Mineral water & candies in each table
- Meeting facilities: notepad with pencil, flipchart, board marker, screen & LCD
- Standard sound system
- Minimum 30 persons

MEETING ROOMS & BANQUET FACILITIES

Meeting Room	Size	Y Tables	U Tables	U Tables	U Tables	U Tables	U Tables	U Tables
Berani	72 m ²	25	25	45	50	42	42	42
Buzan	72 m ²	25	25	45	50	42	42	42
TantriKoran	36 m ²	30	40	55	30	38	38	38
1 Banquet Combined	180 m ²	200	200	100	100	150	110	110












Lampiran 15. Gambar *Hotel Fact Sheet* (Lembar Fakta Hotel) di Quest Hotel Kuta

Hotel Fact Sheet

With 95 cool, clean and comfy rooms and suites, Quest Hotel Kuta is imaginatively designed with a modern sophistication and contemporary chic. All rooms and suites are welcoming and practical, offering an exceptional combination of style and function - outfitted for a luxurious escape, but equipped to please the most discerning traveler.



49 Superior Room	(28m ² available in Twin & Double bed)	IDR 600.000 ++
32 Deluxe Room	(36m ² available in Twin & Double bed)	IDR 700.000 ++
5 Deluxe Pool Access	(36m ² available in Double bed)	IDR 800.000 ++
4 Junior Suite	(52m ² available in Double bed)	IDR1.100.000 ++
3 Executive Suite	(113m ² available in Double bed)	IDR 1.500.000 ++
2 Family Suite	(113m ² available in Twin & Double bed)	IDR 1.600.000 ++



Jl. Kediri No. 9, Tuban - Kuta 80361, Bali, Indonesia

t: +62-361 764 009 f: +62-361 764 001 e: KutaInfo@QuestHotels.com w: Kuta.QuestHotels.com

Lampiran 16. Gambar Kegiatan *Sales Call* di Quest Hotel Kuta



Lampiran 17. Gambar Kegiatan Mengikuti *Training Sosial media* di Quest Hotel Kuta



Lampiran 18. Gambar Kegiatan cara Membuat *Contract Rate* di Quest Hotel Kuta



JEMBER

Lampiran 19. Gambar Kegiatan Mengikuti Training Staff Selama Praktek Kerja Nyata di Quest Hotel Kuta



Lampiran 20. Gambar Kegiatan *General Staff Meeting* di Quest Hotel Kuta



JEMBER