



**Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member  
dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers**

*The Role of VIP club Membership in Build Loyalty Midst Members with Sheraton  
Surabaya Hotel & Towers*

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Oleh

**INDAH YUNI NOVITASARI**

**150903102014**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**



**Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member  
dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Ahli Madya Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata  
Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Jember

Oleh:

INDAH YUNI NOVITASARI

NIM 150903102014

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA**

**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

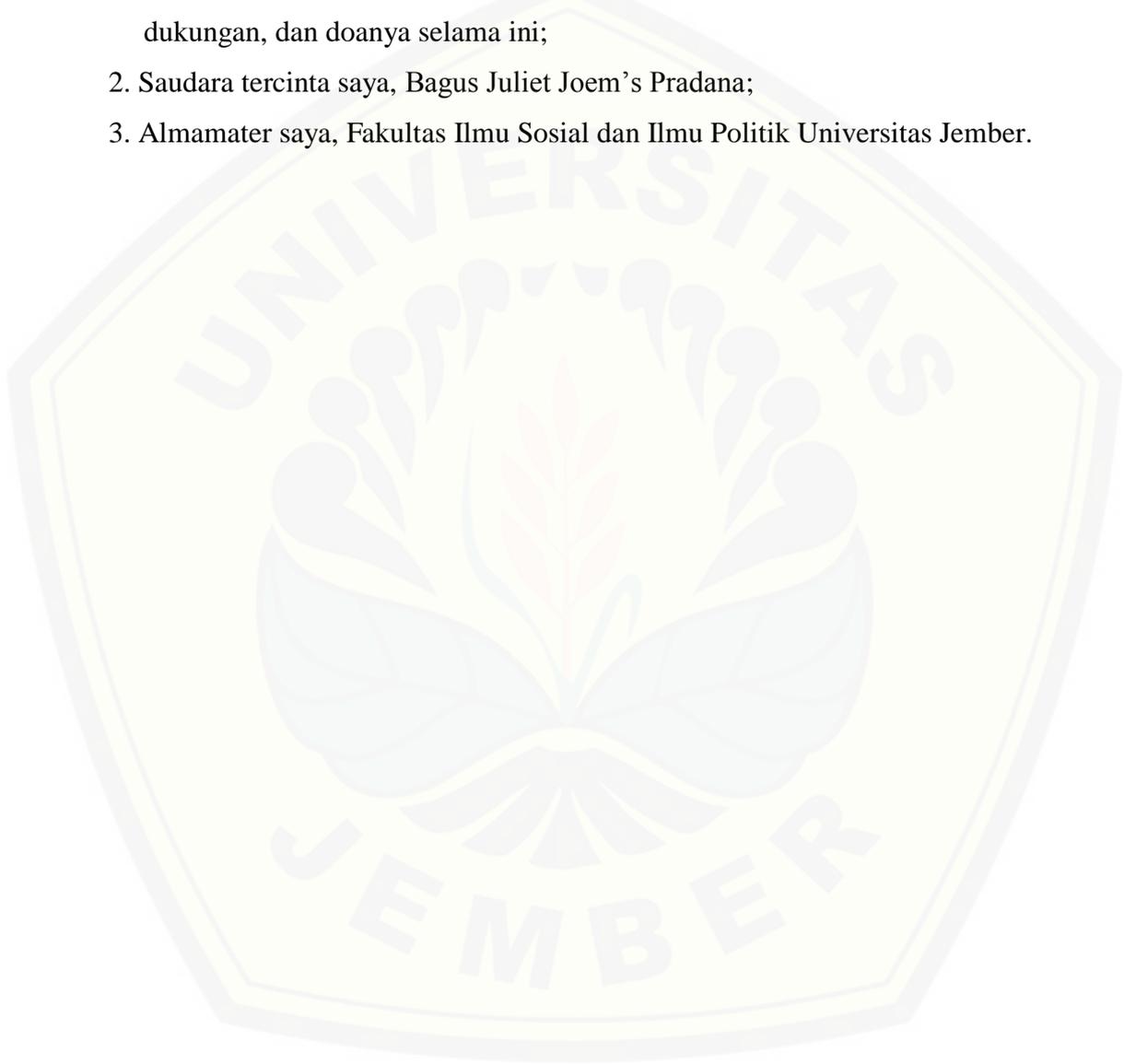
**UNIVERSITAS JEMBER**

**2018**

PERSEMBAHAN

Laporan praktek kerja nyata ini saya persembahkan untuk:

1. Yang saya hormati kedua orang tua saya, Ayahanda Bambang Jumaidi dan Ibunda Mujiati yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, dan doanya selama ini;
2. Saudara tercinta saya, Bagus Juliet Joem's Pradana;
3. Almamater saya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTTO

“jalani hidup dengan ikhlas”

( J, Bambang )

"Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh."

(Confusius)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Yuni Novitasari

Nim : 150903102014

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa laporan tugas akhir yang berjudul **“Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 juli 2018

Yang menyatakan,

(Indah Yuni Novitasari)

150903102014

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member  
dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers**

Oleh:

Indah Yuni Novitasari  
NIM 150903102014

Dosen Pembimbing

Dr. I Ketut Mastika, M.M  
NIP 195905071989031000

PENGESAHAN

Laporan praktek kerja nyata yang berjudul “Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas Antara Member Dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 26 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji,

Ketua,

Job Pamungkas, S.ST. Par

NIP 19731082002121005

Sekretaris,

Anggota,

Dr. I Ketut Mastika M.M  
NIP 1959050719890310000

Margaretta A N, S.ST. Par., M. Par  
NIP 760016873

Dekan,

Dr. Ardiyanto, M. Si  
NIP 195808101987021002

RINGKASAN

**Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers;** Indah Yuni Novitasari; 150903102014; 2018 progam studi; DIII Usaha Perjalanan Wisata jurusan ilmu administrasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi penting dalam meningkatkan devisa di Indonesia menurut Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 pariwisata menempati urutan keempat dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak gas bumi, batu bara serta minyak kelapa sawit. Seiring bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia dengan berbagai tujuan salah satunya untuk berbisnis maka bertambahlah pula jumlah bangunan hotel yang berfungsi sebagai bangunan yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman. Hotel Sheraton Surabaya merupakan salah satu hotel bintang lima di kota Surabaya yang berdiri pada tahun 1996 dibawah jaringannya *Starwood Hotels & Resorts* dan di tahun 2016 Hotel Sheraton Surabaya telah menjadi satu *management* dengan *marriot* internasional, Sheraton Surabaya Hotel & Towers memiliki banyak fasilitas dan produk pelayanan.

VIP Club Sheraton Surabaya merupakan salah satu *product* membership yang ada dalam *food and beverage department*, Sheraton VIP Club dirancang bagi tamu yang mau menjadi member atau keanggotaan Sheraton Surabaya Hotel & Towers, untuk memudahkan dalam menjelajahi dan menikmati fasilitas Sheraton Surabaya Hotel & Towers dengan banyak manfaat dalam satu kartu. Tamu akan menjadi member jika tamu sudah melakukan registasi, setelah proses registasi selesai member akan mendapatkan membership *card* dan dapat menikmati benefit berupa *voucher free dinn ing, accomodation* dan *sport*. Membership VIP Club berlaku hingga satu tahun selama pemakaian. Untuk memudahkan member dalam menikmati fasilitas yang di berikan oleh Sheraton Surabaya Hotel & Towers, ada bagian staf VIP Club yang akan melayani dan membantu member dalam segala permasalahan apapun. Peranan Staf Membership VIP Club Sheraton

Surabaya Hotel & Towers ialah *Remind member to use VIP benefit, birthday voucher, Make a Autorization latter, Telemarketing* dan Proses Pelayanan Membership VIP Club Sheraton Surabaya Hotel & Towers antara lain Reservasi *Complimentary room, Reservasi free cake, Reservasi Buffet Lunch/ Dinner at Kafe Bromo dan Sunday Dimsum Lunch at Lung Yuan Chinese Restaurant, Escorting The Guest, Courtesy call.*

Dari semua peranan dan ketentuan proses pelayanan yang dilakukan dapat dikatakan berjalan efektif dan menjadikan membership VIP Club berhasil untuk meningkatkan loyalitas dan membuat member selalu melakukan pembelian ulang. Tingkat keberhasilan ini sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan seorang staf. Rasa tanggung jawab dan kerja sama antar staf dengan *department* lain dalam keberlangsungan melakukan proses pelayanan kepada tamu.

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul ” Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers”. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi;
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata;
4. Dr. I Ketut Mastika, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan laporan tugas akhir ini;
5. Staf food and beverage department Sheraton Surabaya Hotel & Towers yang telah bersedia memberikan kesempatan, bimbingan, dan wawasan ilmu pengetahuan ketika penulis melaksanakan praktek kerja nyata;
6. Teman-teman Diploma III Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2015 yang selalu memberikan semangat dan do'a selama penyelesaian laporan tugas akhir ini;

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jember, 10 Juli 2018

Penulis

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat.....</b>	<b>6</b>
1.3.1 Tujuan .....	6
1.3.2 Manfaat .....	6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. HOTEL .....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Definisi Hotel.....	7

2.1.2 Karakteristik Hotel.....	8
2.1.3 Klasifikasi Hotel .....	8
2.1.4 Jenis Fasilitas Kamar Hotel .....	11
2.1.5 Departemen yang ada di dalam hotel.....	12
2.1.6 Fasilitas Hotel .....	13
<b>2.2 Pengertian Peranan .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Peranan dan Fungsi Pelayanan .....</b>	<b>21</b>
<b>2.4 Pengertian Membership.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 Loyalitas .....</b>	<b>22</b>
2.5.1 Pengertian Loyalitas .....	22
2.5.2 Loyalitas Pelanggan.....	23
2.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	23
<b>2.6 Pengertian Member .....</b>	<b>24</b>
<b>2.7 Pengertian Very Important Person (VIP) .....</b>	<b>24</b>
<b>BAB 3 METODE PELAKSANAAN KEGIATAN.....</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....</b>	<b>25</b>
3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata .....	25
3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	25
<b>3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....</b>	<b>26</b>
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan .....	26
3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata .....	26
<b>3.3 Jenis Dan Sumber Data.....</b>	<b>28</b>
3.3.1 Jenis Data.....	28
3.3.2 Sumber Data .....	29
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
<b>BAB 4 HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Sheraton Surabaya Hotel &amp; Towers.....</b>	<b>31</b>
4.1.1 Gambaran Umum Sheraton Surabaya Hotel & towers ..	31
4.1.2 Jenis kamar Sheraton Surabaya Hotel & Towers .....	31
4.1.3 <i>Food &amp; Beverage Venue</i> .....	34

4.1.4 <i>Meeting Room Sheraton Surabaya Hotel &amp; Towers</i> .....	36
<b>4.2 Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata</b> .....	37
<b>4.3 Daily Activity during in Sheraton Surabaya Hotel &amp; Towers</b> .	37
<b>4.4 Struktur Organisasi Sheraton Surabaya Hotel &amp; Towers</b> .....	45
4.4.1 <i>Job Description</i> .....	46
<b>4.5 Business center</b> .....	49
4.5.1 <i>Pricelist Business Center</i> .....	50
<b>4.6 Membership VIP Club</b> .....	50
4.6.1 <i>Proses Pembuatan Membership VIP Club</i> :.....	51
4.6.2 <i>Rincian Benefit Membership VIP Club</i> .....	52
4.6.3 <i>Tabel VIP Club activities 2017</i> .....	55
4.6.4 <i>Reservasi Benefit Membership VIP Club</i> .....	56
<b>4.7 Peranan Staf Membership VIP Club</b> .....	56
4.7.1 <i>Remind Member to use VIP Benefit</i> .....	56
4.7.2 <i>Make a Birthday Voucher</i> .....	57
4.7.3 <i>Make a Autorization Latter</i> .....	57
4.7.4 <i>Telemarketing</i> .....	60
4.7.5 <i>Handle Guest Business Center</i> .....	60
<b>4.8 Proses Pelayanan Membership VIP Club</b> .....	61
4.8.1 <i>Reservasi Complimentary Room</i> .....	61
4.8.2 <i>Reservasi Free Cake</i> .....	62
4.8.3 <i>Reservasi Voucher Dinning</i> .....	63
4.8.4 <i>Escorting The Guest</i> .....	63
4.8.5 <i>Courtesy Call</i> .....	63
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	66
5.1 <b>Kesimpulan</b> .....	66
5.2 <b>Saran</b> .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	67
<b>LAMPIRAN</b> .....	70

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
3.1 <i>Work Shift</i> kegiatan praktek kerja nyata di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.....	25
4.1.2 Jenis jenis kamar yang ada di Sheraton Surabaya Hotel & Towers....	31
4.3 <i>Daily Activity during in</i> Sheraton Surabaya Hotel & Towers.....	37
4.4.1 <i>pricelist Business Center</i> Sheraton Surabaya Hotel & Towers.....	50
4.5.1 Rincian Benefit Membership VIP Club .....	52
4.5.2 VIP Club <i>activities</i> 2017 .....	55

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1. Contoh <i>Authorization Letter</i> .....	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata .....	70
2. Surat Balasan Praktek Kerja Nyata .....	71
3. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata .....	73
4. Hasil Nilai Praktek Kerja Nyata .....	74
5. Surat Keterangan Praktek Kerja Nyata .....	75
7. Sheraton Surabaya Hotel & Towers .....	76
8. Jenis Jenis Kamar Sheraton Surabaya Hotel & Towers.....	77
9. <i>Food &amp; beverage venew</i> .....	79
10. <i>Guesh Service Center &amp; Business Center</i> .....	80
11. <i>Kolam Renang dan Health Club</i> .....	81

**DAFTAR BAGAN**

4.4 Struktur Organisasi Sheraton Surabaya Hotel & Towers .....	45
6.1 Proses Pembuatan Membership VIP Club .....	51



## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi penting dalam meningkatkan devisa di Indonesia menurut Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 pariwisata menempati urutan keempat dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak gas bumi, batu bara serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2015 jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 12.225.89 juta lebih banyak di banding tahun 2014 dengan jumlah 11,166.13. Kekayaan alam, flora yang ada di seluruh nusantara menjadikan Indonesia cocok untuk pengembangan Agrowisata dan kekayaan Fauna, menjadikan Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di Dunia. Indonesia terdiri dari berbagai suku bangsa yang mengakibatkan keberagaman hasil budaya seperti ras, bahasa, agama dan adat istiadat di Indonesia.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, daya tarik wisata di jelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisata, berdirinya suatu objek daya tarik wisata harus mempunyai sarana dan prasarana. Salah satu sarana penunjang pariwisata adalah industri perhotelan. Menurut Ismayanti (2010:135) hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Di Indonesia perkembangan hotel secara *modern* diawali dengan dibukanya hotel Indonesia pada tahun 1962 di Jakarta. Seiring bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia dengan berbagai tujuan, tidak hanya untuk berwisata melainkan juga untuk berbisnis maka bertambahlah pula jumlah bangunan hotel di Indonesia termasuk di Kota Surabaya sebagai kota industri dengan banyak pusat perbisnisan, perbelanjaan, dan hiburan yang ramai di kota terbesar kedua di Indonesia. Hotel sebagai sarana akomodasi umum sangat membantu para wisatawan yang sedang berkunjung untuk berwisata dengan jasa

penginapan yang disediakan pengusaha hotel. Jadi hubungan industri perhotelan dan kepariwisataan memiliki kaitan erat, akomodasi perhotelan tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata. Hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan yang berarti hidup dan kehidupannya banyak tergantung pada jumlah wisatawan yang datang. Usaha perhotelan sekarang ini merupakan suatu industri hotel yang memerlukan sumber dana dan sumber daya manusia dalam jumlah besar, dengan resiko kerugian atau keuntungan yang besar pula. Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) dalam suatu perusahaan atau perhotelan dan organisasi memainkan peranan penting dalam mempertahankan diri dan dapat meraih keberhasilan yang diinginkannya. SDM merupakan aset paling penting dalam suatu perusahaan atau perhotelan maupun organisasi serta mempertahankan dan mengembangkannya sesuai tuntutan masyarakat dan jaman. Untuk meningkatkan kinerja yang efektif, maka perusahaan dan organisasi harus memerhatikan hal yang paling utama, yakni pemenuhan kebutuhan karyawannya. Sebagai suatu industri jasa, usaha perhotelan dalam menyelenggarakan pelayanannya harus didukung oleh sarana dan fasilitas yang memadai, antara lain fasilitas penginapan, ruang tamu, tempat parkir, makan dan minum, rekreasi, perlengkapan telekomunikasi, tenaga kerja, dan lain-lain. Sehingga usaha perhotelan benar-benar menjadi usaha komersial yang mampu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, sekaligus menunjang pembangunan negara

Di kota Surabaya kini banyak terdapat industri perhotelan mulai dari bintang 1 maupun bintang 5, Klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5. Salah satu hotel bintang 5 terbaik di Surabaya ialah Sheraton Surabaya Hotel & Towers, Berdasarkan klasifikasi jenis hotel, hotel Sheraton Surabaya Hotel & Towers merupakan jenis *city hotel* karna tempatnya berada di jantung kota Surabaya. *City hotel* biasanya terletak di perkotaan, yang biasanya digunakan masyarakat untuk tinggal sementara dalam waktu pendek. *City hotel* disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya *city hotel* dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan pelayanan bisnis dan fasilitas yang disediakan oleh hotel tersebut. Adapun kategori klasifikasi Sheraton Surabaya Hotel & Towers berdasarkan pengunjungnya adalah termasuk dalam *business*

*hotel*. Menurut Rai (2016:43), *Business Hotel*, merupakan hotel yang dirancang untuk mengakomodasi tamu yang mempunyai tujuan berbisnis. Hotel ini memerlukan berbagai macam fasilitas seperti olahraga, bersantai, jamuan makan ataupun minum, fasilitas negosiasi dengan mengedepankan kenyamanan dan privasi yang tinggi. Selain itu standar luas ruang pertemuan juga perlu dipertimbangkan. Hotel Sheraton Surabaya Hotel & Towers, di bangun dengan gaya *Art Deco*, memiliki 348 kamar tamu hingga 28 lantai dengan berbagai tambahan fasilitas lainnya antara lain *Ballroom* , *Bar/ lounge* , *Cafe* , *Chinese restaurant* , *Spa* dan tentunya juga *Swimming Pool*. yang mempunyai kelebihan tersendiri dari pada hotel bintang 5 lainnya yang berada di kota Surabaya yaitu Sheraton Surabaya Hotel & Towers bisa berhubungan langsung dengan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Surabaya yaitu Tunjungan Plaza 3 atau yang biasa disingkat dengan TP 3. Tunjungan Plaza merupakan *family mall* yang berkonsep menyediakan seluruh kebutuhan keluarga dalam satu tempat. Dirancang untuk memudahkan para tamu yang menginap atau berkunjung bisa langsung mengunjungi pusat perbelanjaan Tunjungan Plaza untuk memenuhi kebutuhannya.

Keberhasilan Sheraton Surabaya Hotel & Towers dalam melaksanakan tujuannya didukung oleh kerjasama dari berbagai departemen yang saling terintegrasi. Adapun beberapa departemen yang ada di Sheraton Surabaya Hotel & towers antara lain *Security Department*, *Talent and Organizational Development Department*, *Purchasing Department*, *Engineering Department*, *Housekeeping Department*, *Laundry Department*, *Information System Department*, *Finance Department*, *Sales and Marketing Department*, *Front Office Department*, *Food and Beverage Service department*, dan *Food and Beverage Product Department*. Kesemua departemen ini berinteraksi untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada tamu. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:157) menyatakan bahwa ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sedangkan menurut Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2012:51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang

memenuhi atau melebihi harapan. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan. Kualitas pelayanan menjadi penting bagi Sheraton Surabaya Hotel & Towers, karena kualitas pelayanan akan berdampak langsung pada citra hotel, kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi pihak Sheraton Surabaya Hotel & Towers karena apabila tamu merasa di berikan pelayanan yang baik maka akan memberikan *Feedback* yang baik bagi Sheraton Surabaya Hotel & Towers dan bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*, jenis jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dari tindakan langsung kepada tamu. Sikap itulah yang diterapkan oleh staf VIP Club Sheraton Surabaya Hotel & Towers dalam melayani membernya.

Pada tahun 2011 Sheraton Surabaya Hotel & Towers memunculkan membership yang disebut dengan Sheraton VIP Club. Menurut Gronroos, 2000 : 23 Keanggotaan merupakan suatu pengakuan sebagai pelanggan yang bergabung dalam suatu organisasi perusahaan atau kelompok secara resmi dan diakui. Pentingnya kenyataan yang terjadi bahwa pelanggan akan menjadi salah satu individual ataupun anggota dalam member dari sebuah perusahaan. Keanggotaan biasanya ditandai dengan adanya sebuah kartu anggota atau *member card*. Yang dapat menjadi member dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat berupa individu ataupun agen pembelian yang jasanya juga akan digunakan orang lain. *Member card* dapat dipakai oleh seseorang yang dianggap memenuhi syarat sebagai anggota member. Biasanya *member card* memberikan keuntungan serta fasilitas lebih banyak. Dengan adanya *member card*, pihak perusahaan dapat menghitung banyaknya pelanggan yang ada serta implikasinya terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat dilakukan evaluasi dalam perusahaan, apakah pengguna *member card* berguna baik bagi perusahaan ataupun pengguna *member card*.

Membership VIP Club Sheraton merupakan sebuah program yang ditujukan untuk pelanggan yang ingin menjadi member di Sheraton Surabaya

Hotel & Towers, Latar belakang diadakannya *Membership card* adalah untuk meningkatkan pemasukan dan tentunya untuk membangun loyalitas untuk para member. Sheraton VIP Club dirancang bagi member untuk menjelajahi dan menikmati fasilitas Sheraton Surabaya Hotel & Towers dengan banyak manfaat dalam satu kartu. Anggota Sheraton VIP Club akan menerima fasilitas khusus seperti: *Voucher Dining, Complimentary accommodation, Special rate room, golf, Sheraton Fitness*, hingga Undangan untuk acara yang diselenggarakan untuk member VIP Club dan banyak pengalaman unik lainnya di Sheraton Surabaya Hotel & Towers dan Pakuwon Golf & Family Club. Ada tiga jenis membership yaitu VIP Club Silver, VIP Club *Wedding* dan VIP Club Platinum dengan berbeda pula benefit yang didapatkan. Adanya membership ini dapat memberi kemudahan dan keuntungan bagi tamu sebagai member dan bagi hotel sebagai penyelenggara penyedia jasa. Tugas staf VIP Club ialah membantu memudahkan member dalam menggunakan benefit yang ada antara lain reservasi untuk kamar maupun untuk reservasi benefit lainnya. Member tidak hanya di mudahkan dengan benefit yang ada namun pemegang kartu VIP Club juga bisa menikmati potongan harga untuk makan minum di *restaurant*, dan selalu mendapatkan harga khusus untuk menikmati paket acara yang di selenggarakan oleh Sheraton Hotel & Towers. Pihak VIP Club juga mempunyai agenda tersendiri untuk menjalin loyalitas terhadap membernya melalui *event* yang ada misalnya, *Gathering Member, Yoga class, Cooking Class*, yang di selenggarakan oleh Sheraton Surabaya Hotel & Towers untuk menumbuhkan rasa kebersamaan dan bentuk loyalitas dari Sheraton Surabaya Hotel & Towers kepada para member VIP Club.

Sheraton Surabaya Hotel & Towers dipilih penulis dalam praktek kerjanya nyata ini karena memiliki kualitas dan pelayanan yang baik serta merupakan hotel berbintang 5, sehingga memiliki beberapa tantangan untuk bersaing dengan berbagai hotel berbintang lain sebagai kompetitornya. Hal ini akan memberikan banyak pengalaman terutama dalam bidang pelayanan. Dalam laporan tugas akhir ini yang menjadi target adalah kepuasan tamu dari pelayanan yang diberikan. Sehingga menginspirasi penulis dalam pembuatan laporan tugas akhir yang

berjudul Peran Membership VIP Club dalam Membangun Loyalitas antara Member dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun batasan masalah dari laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan staf Membership VIP Club Sheraton Surabaya Hotel & Towers?
2. Bagaimana proses pelayanan membership VIP Club yang diberikan oleh staf VIP Club di Sheraton Surabaya Hotel & Towers?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata**

### **1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata**

Tujuan dari praktek kerja nyata ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peranan staf VIP Club Sheraton Surabaya Hotel & Towers.
2. Untuk mengetahui proses pelayanan member VIP Club yang diberikan oleh staf VIP Club di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

### **1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata**

Manfaat dari praktek kerja nyata ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peranan staf VIP Club Sheraton Surabaya Hotel & Towers.
2. Untuk mengetahui proses pelayanan member VIP Club yang diberikan oleh staf VIP Club di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. HOTEL

#### 2.1.1 Definisi Hotel

Pengertian hotel pada Peraturan menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel bahwa Usaha Hotel adalah usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan, yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan, Pelayanan Usaha Hotel adalah suatu proses yang memberikan kemudahan melalui prosedur standar pelayanan dan Setiap Usaha Hotel wajib memiliki Sertifikat dan memenuhi persyaratan Standar Usaha Hotel, Usaha Hotel sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencakup: a. Hotel Bintang; dan b. Hotel *Non* Bintang.

Menurut Sulastiyono (2011:5) hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Adapun menurut Darsono (2011:1) hotel adalah suatu badan usaha yang bergerak dibidang jasa akomodasi yang dikelola secara komersial, dengan menyediakan layanan makanan, minuman, dan fasilitas lainnya. Pengertian lain menurut Budi (2013:10) hotel adalah usaha yang bergerak dalam bidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada para tamunya yang menginap seperti pelayanan resepsionis, tata graha, makan dan minum, MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*), serta rekreasi. Pendapat lain Menurut Putri (2016:13) hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan, atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

### 2.1.2 Karakteristik Hotel

1. Hotel merupakan industri yang padat modal serta padat karya. Yang artinya untuk mengelola hotel memerlukan modal usaha yang besar dengan memerlukan tenaga pekerja yang banyak.
2. Industri hotel juga dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya dan keamanan dimana hotel tersebut berada.
3. Hotel menghasilkan dan memasarkan produknya bersamaan dengan tempat dimana jasa pelayanannya dihasilkan.
4. Hotel beroperasi 24 jam penuh tanpa adanya hari libur dalam melayani jasa terhadap pelanggan dan masyarakat.
5. Hotel memberikan pelayanan kepada pelanggan seperti raja, selain itu menganggap pelanggan sebagai partner dalam usaha karena jasa pelayanan hotel sangat bergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas hotel tersebut.

### 2.1.3 Klasifikasi Hotel

Klasifikasi atau pembagian hotel memang terbagi beberapa jenis. Pengklasifikasian hotel di Indonesia dilakukan dengan melakukan peninjauan setiap 3 tahun sekali yang dilakukan oleh Perhimpunan Hotel dan *Restaurant* atau yang sering disebut dengan PHRI dengan mempertimbangkan beberapa aspek. Mulai dari jumlah kamar, fasilitas dan peralatan yang disediakan, model *system* pengelolaan, bermotto pelayanan. Mempertimbangkan aspek-aspek tersebut maka hotel dibagi menjadi 5 tingkatan. Klasifikasi hotel adalah suatu sistim pengelompokan hotel-hotel ke dalam berbagai kelas atau tingkatan, berdasarkan penilaian tertentu.

Menurut Rai (2016:43) hotel di Indonesia diklasifikasikan dalam beberapa jenis, berikut penjelasannya :

1. Jenis hotel menurut tujuan kedatangan tamu, berikut penjelasannya :
  - a. *Business Hotel*, merupakan hotel yang dirancang untuk mengakomodasi tamu yang mempunyai tujuan berbisnis. Hotel ini memerlukan berbagai

macam fasilitas seperti olahraga, bersantai, jamuan makan ataupun minum, fasilitas negosiasi dengan mengedepankan kenyamanan dan privasi yang tinggi. Selain itu standar luas ruang pertemuan juga perlu dipertimbangkan.

- b. *Pleasure Hotel*, merupakan hotel yang sebagian besar fasilitasnya ditujukan untuk memfasilitasi tamu yang bertujuan berekreasi. Sebagai fasilitas pendukung aktivitas rekreasi, hotel seperti ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk bersantai dan relaksasi baik itu untuk kegiatan *outdoor* ataupun *indoor*.
  - c. *Country Hotel*, merupakan hotel khusus bagi tamu antar negara. Hotel seperti ini sangat memerlukan privasi dan keamanan yang sangat tinggi. Biasanya lokasi hotel tersebut berada di pusat kota agar dekat dengan pusat pemerintahan suatu negara atau berada jauh dari kota tetapi lokasi tersebut mempunyai nilai lebih seperti pemandangan yang indah sehingga tamu dapat beristirahat dengan nyaman.
  - d. *Sport Hotel*, merupakan hotel yang fasilitasnya ditujukan terutama untuk melayani tamu yang bertujuan untuk berolahraga. Untuk fasilitas *sport* hotel hampir sama dengan fasilitas *pleasure* hotel, hanya saja untuk fasilitas olah raga lebih ditonjolkan, tidak hanya sekedar fasilitas olahraga untuk berekreasi, fasilitas untuk berekreasi juga tetap diadakan karena tidak semua tamu yang menginap di hotel tersebut merupakan kalangan penggemar olahraga saja tetapi juga merupakan masyarakat biasa.
2. Jenis hotel menurut lamanya tamu menginap, berikut penjelasannya :
- a. *Transit Hotel*, hotel dengan waktu inap tidak lama (harian). Fasilitas yang dapat mendukung hotel seperti ini adalah layanan pada tamu dalam waktu singkat seperti *laundry*, restoran, dan agen perjalanan.
  - b. *Semi Residential Hotel*, hotel dengan rata-rata waktu inap tamu cukup lama (mingguan). Fasilitas hotel seperti ini perlu dilengkapi dengan fasilitas yang lebih bervariasi, tidak membosankan dan untuk waktu yang relatif lebih lama, seperti fasilitas kebugaran (*spa*, *jogging track*, tenis)

kolam renang dan sebagainya) dan fasilitas rekreasi (restoran, *cafe*, taman bermain dan sebagainya).

- c. *Residential Hotel*, hotel dengan waktu kunjungan tamu yang tergolong lama (bulanan). Hotel seperti ini mengedepankan rasa nyaman dan keamanan pada tamu hotel. Fasilitas yang disediakan biasanya perbelanjaan, fasilitas kebugaran (*spa*, *jogging track*, tenis, kolam renang dan sebagainya) dan fasilitas rekreasi (restoran, *cafe*, taman bermain dan sebagainya). Maka dari itu perletakan hotel yang seperti ini biasanya digabungkan atau *join* dengan tempat perbelanjaan agar saling dapat memberikan keuntungan layanan dan sebagai daya tarik pengunjung.
3. Jenis hotel menurut jumlah kamar, berikut penjelasannya :
    - a. *Small Hotel*, hotel dengan jumlah kamar *maximum* 25 kamar. Hotel ini biasanya dibangun di daerah dengan angka kunjungan rendah.
    - b. *Medium Hotel*, hotel dengan jumlah kamar sekitar 29-299 kamar. Hotel ini biasanya dibangun di daerah dengan angka kunjungan sedang.
    - c. *Large Hotel*, hotel dengan jumlah kamar *minimum* 300 kamar. Hotel ini biasanya dibangun di daerah dengan angka kunjungan tinggi.
  4. Jenis hotel menurut lokasinya, berikut penjelasannya :
    - a. *City Hotel*, hotel yang terletak di pusat kota dan biasanya menampung tamu yang bertujuan bisnis atau dinas. Sasaran konsumen dari hotel ini adalah tamu urusan dinas, lokasi yang dipilih sebaiknya mendekati kantor-kantor atau area bisnis di kota tersebut.
    - b. *Down Town Hotel*, hotel yang berlokasi didekat perdagangan dan perbelanjaan. Sasaran konsumen dari hotel ini adalah pengunjung yang ingin berwisata belanja ataupun menjalin relasi dagang. Terkadang hotel ini dibangun bergabung dengan suatu fasilitas perbelanjaan agar dapat saling memberikan keuntungan.
    - c. *Suburban Hotel/Motel*, hotel yang berlokasi dipinggir kota. Sasaran konsumen dari hotel ini adalah tamu yang menginap dengan waktu pendek dan merupakan fasilitas transit masyarakat yang sedang melakukan perjalanan.

- d. *Resort Hotel*, hotel yang dibangun di tempat wisata. Tujuan pembangunan hotel ini sebagai fasilitas akomodasi dari suatu aktivitas wisata.
5. Jenis hotel menurut kelasnya, berikut penjelasannya :
- Berdasarkan pada Peraturan menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 Tentang Standar Usaha Hotel, klasifikasi hotel berdasarkan kelasnya digolongkan ke dalam 5 (lima) kelas hotel, yaitu :
- a. Hotel Bintang 1 (\*)
  - b. Hotel Bintang 2 (\*\*)
  - c. Hotel Bintang 3 (\*\*\*)
  - d. Hotel Bintang 4 (\*\*\*\*)
  - e. Hotel Bintang 5 (\*\*\*\*\*)

#### 2.1.4 Jenis Fasilitas Kamar Hotel

Menurut Meskardo (2015:91), ada beberapa jenis fasilitas kamar hotel berdasarkan tingkatannya yaitu:

##### 1. *Standard Room*

Tipe kamar *Standard Room* di sebuah hotel biasanya memiliki harga sewa paling murah.

##### 2. *Superior room* atau *Premium room*

Kamar jenis *Superior room* atau *Premium room* biasanya seperti kamar standar yang ukuran dan fasilitasnya lebih atau dapat juga kamar khusus dengan lokasi yang lebih baik.

##### 3. *Duluxe Room*

Kamar *Duluxe Room* biasanya berkelas, karena perbedaan di desain dan penampilan serta lokasi. Ada beberapa hotel yang menerapkan tipe *duluxe* di bawah kamar *superior*.

##### 4. *Junior Suite Room*

Kamar jenis *Junior Suite Room* mempunyai ruangan yang besar, dimana fasilitas ruang tidur dan ruang duduk terpisah.

#### 5. *Suite Room*

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

#### 6. *Presidensial Room*

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

Menurut Meskardo (2015:93), ada beberapa jenis fasilitas kamar hotel berdasarkan jumlah ranjang yaitu:

##### 1. *Single Room*

Tipe Kamar ini dilengkapi sebuah tempat tidur berukuran *single* untuk satu orang.

##### 2. *Twin Room*

Tipe kamar jenis ini dilengkapi dengan dua buah tempat tidur yang masing-masing berukuran *single*.

##### 3. *Double Room*

Tipe kamar hotel yang dilengkapi dengan satu ranjang atau tempat tidur ukuran *double*

##### 4. *Triple Room atau Family Room*

Kamar jenis ini diperuntukkan untuk keluarga. Dilengkapi dengan dua jenis tempat tidur, biasanya satu tempat tidur, biasanya satu tempat tidur jenis *double* dan satu buah tempat tidur berukuran *single*

#### 2.1.5 Departemen yang ada di dalam hotel

Jenis-jenis departemen utama di dalam hotel dan tugasnya menurut Sudarso (2016:25) ialah:

1. *Marketing department* (departemen pemasaran), tugasnya memasarkan hotel ke pasaran luas sesuai kebutuhannya.
2. *Front office department* (departemen kantor depan), tugasnya menjual kamar yang memenuhi syarat dan siap untuk dihuni oleh tamu hotel.

3. *Housekeeping department* (departemen tata graha), tugasnya menyediakan kamar yang bersih dan siap dihuni oleh tamu hotel.
4. *Laundry department* (departemen binatu), tugasnya adalah membantu departemen *housekeeping* dalam menyediakan kebutuhan *linen* (handuk, sprei, selimut) untuk kamar hotel dan seragam karyawan.
5. *Engineering and Maintenance department* (departemen pengoperasian dan perbaikan), tugasnya: mengoperasikan, merawat dan memperbaiki semua peralatan dalam hotel.
6. *Food and Beverage department* (departemen makanan dan minuman), tugasnya menyiapkan makanan dan minuman di dalam hotel.
7. *Finance department* (departemen keuangan), tugasnya mengelola keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran hotel.
8. *Personnel department* (departemen personalia), tugasnya mengurus administrasi seluruh karyawan hotel.
9. *Training department* (departemen pelatihan), tugasnya memberikan berbagai latihan bagi karyawan hotel baik yang baru maupun lama.
10. *Security department* (departemen keamanan), tugasnya menjaga dan mengatur keamanan hotel.

#### 2.1.6 Fasilitas Hotel

Setiap hotel mempunyai fasilitas dengan penekanan yang berbeda beda. Ada hotel yang mempunyai semua layanan umum seperti yang tercantum di bawah, namun ada juga yang hanya mempunyai sebagian dan ada pula hotel yang memiliki sedikit fasilitas tetapi dengan mutu yang sangat *luxurious*. Berikut fasilitas yang ada di hotel menurut Adi Soenarno, 2006 ialah:

##### 1. *Lobby*

Pada umumnya lobi berisikan perabotan mewah, berupa sofa dan meja sebagai tempat untuk duduk santai. Jumlahnya ada beberapa *set*. Di dinding *lobby* biasanya terpasang gambar gambar. Di sudut ruangan ada piano, cermin dan meja aksesoris dengan rangkaian bunga di atasnya. Ada pula vas bunga dan guci hias untuk tempat menaruh payung dan tongkat. Di bagian

atap terlihat lampu gantung dengan berbagai jenis lampu, di bagian agak ke dalam ada *receptionist counter* untuk registrasi tamu. Di seberang *receptionist counter*, di bagian kiri kanan terdapat *Concier counter*, disana ada beberapa *bellboy* dan *concier staff* yang siap untuk mengantar dan membawakan barang milik tamu.

#### 2. *Access to super mall/ Shopping center/ Cinema*

Ini adalah jalan tembus ke mal, pusat perbelanjaan atau pertokoan, gedung bioskop, ataupun *bank*. Hotel yang terletak di kota besar (*city hotel*) biasanya mempunyai jalan akses semacam ini. Namun demikian ada juga hotel resor yang mempunyainya, berupa jalan untuk menuju pasar wisata, pantai, atau tempat wisata lainnya. Fasilitas itu umumnya mampu memberikan nilai lebih bagi suatu hotel, karena tamu merasa lebih nyaman dan terbantu dengan adanya fasilitas tersebut.

#### 3. *Aiport transfer*

*Aiport transfer* adalah fasilitas khusus yang disediakan hotel di *airport* berupa kendaraan untuk antar jemput dari bandara ke hotel, sarana transportasi bisa berupa *lomousine*, *bus*, *minibus*, *shuttle bus*, atau *taxi*. Tamu yang akan menginap di hotel dengan reservasi atau dengan perjanjian *airport transfer* akan di jemput petugas hotel yang ada di bandara, yang disebut dengan *airport rep*. Penjemputan ini akan mencamtumkan nama tamu dengan tulisan cukup besar di suatu papan, yang disebut dengan *sign board*. Dengan membaca namanya sendiri pada papan itu disertai dengan logo hotel di mana akan menginap, tamu akan dapat dengan mudah menemukan penjemputnya.

#### 4. *Arcades*

*Arcades* merupakan *outlet*, toko, satn atau kios yang berada di lingkungan hotel, biasanya tidak terlalu jauh dari lobi. Jika hotel berbentuk wing dengan bangunan di kanan – kiri lobi, biasanya *Arcades* ada di sana. *Arcades* merupakan fasilitas kelengkapan hotel yang bisa memberikan kesenangan untuk tamu. *Arcades* adalah ruangan yang di sewakan secara komersial biasanya menyediakan barang atau jasa yang terkait dengan kebutuhan tamu.

Misalnya, *travel agent*, toko batik, kios kerajinan, *bank*, toko perhiasan, *money changer*, *department store*, *mini mart*, dan lain sebagainya.

#### 5. *Baby sitting*

*Baby sitting* adalah fasilitas pemelihara bayi. Dalam hal ini biasanya hotel menyediakan *baby sitter* yang bisa disewa perjam. Fasilitas semacam ini tergolong *on request*, di mana untuk mendapatkannya seorang tamu harus memesan kepada bagian *housekeeping*.

#### 6. *Banqueting*

*Banqueting* berhubungan dengan ruangan yang disewakan untuk pesta, rapat, seminar, konferensi, promosi, pameran dan *product launching*. Penyewaan ruang pertemuan itu kebanyakan disertai dengan pemesanan makan dan minuman. Untuk keperluan seminar, misalnya, dengan pesta ratusan orang, selama dua hari, maka untuk setiap harinya ruangan itu perlu di *set up* sebagai *class room*, di mana ada meja di depan kursi para peserta, dengan masing-masing untuk tiga sampai empat peserta dalam satu hari diperlukan satu kali makan siang dan dua kali *coffee break*, contoh lainnya, untuk *wedding party* dengan undangan dua ribu hidangan *round table* dengan *set menu* di mana hidangan disajikan berurutan mulai dari makan pembuka sampai dengan makanan penutup, karena menggunakan sistem pelayanan ke meja maka diperlukan banyak waiter untuk membawa makanan ke setiap undangan sekaligus untuk *clear up* meja masing-masing tamu, di samping untuk mengisi gelas tamu yang sudah kosong atau keperluan lain yang diinginkan tamu.

#### 7. *Business center*

*Business center* adalah sarana untuk memenuhi kebutuhan tamu di bidang pengetikan dengan komputer, pengiriman surat lewat *e-mail*, persewaan internet, pencetakan dokumen, *foto copy*, *faximile*, kesekretariatan, laminating, penjilidan, serta *scanning* gambar atau data. Operasional ideal suatu *Business center* adalah minimal 5 hari kerja dalam seminggu dan 7-14 jam per hari.

#### 8. *Butler Service*

*Butler Service* adalah fasilitas yang di peruntukkan bagi tamu VIP. Tugas seorang *Butler Service* adalah memberikam layanan pribadi bagi tamu dalam hal kemewahan dan kenyamanan. Seperti membuka botol anggur yang mahal yang di hidangkan tamu kepada koleganya yang di undang. Termasuk masak masakanan untuk tamu. Seorang *Butler Service* mengenakan seragam yang bagus, sesuai tingkat kemewahan dan keanggunan hotel. Seorang *Butler Service* bertindak seolah menjadi ajudan tamu penting tersebut.

#### 9. *Cake Shop*

*Cake shop* merupakan toko kue yang ada di hotel. Karena hotel merupakan tempat dengan komunitas internasional, maka jenis roti, *cake* dan *bread pastry* serta *bakery* yang di jual adalah yang bersifat internasional, di dalam *cake shop* biasanya juga menjual sirup impor. Kue dan roti yang di sajikan di *cake shop*. Misalnya, roti tawar, roti Perancis ( berbentuk keras dan panjang), *croisant*, *cookies*, *dennis*, sampai *hampers* atau paket dari *cookies* dan *light snack* lainnya.

#### 10. *Concierge*

*Concierge* adalah fasilitas layanan pengurusan barang bawaan tamu, informasi, parkir, transportasi, layanan *doorman* di lobi, penjemputan di *aiport* serta bantuan khusus lain kepada tamu.

#### 11. *Doctor on Call 24 Hours*

*Doctor on Call 24 Hours* merupakan fasilitas yang umumnya tersedia di hotel berbintang. Untuk memberikan kenyamanan kepada tamu yang tinggal di hotel. Dalam persyaratan untuk menjadi hotel berbintang juga di sebutkan bahwa hotel harus mempunyai klinik sendiri, baik untuk tamu maupun untuk karyawan. Di dalam operasional klinik diperlukan paramedis yang siap dalam waktu 24 jam sehari. Selain itu juga harus ada dokter yang siap dipanggil sewaktu waktu..

#### 12. *Express Check-in/ check-out*

*Express Check-in/ check-out* merupakan upaya untuk membuat tamu lebih nyaman dan sekaligus untuk menumbuhkan kesan positif terhadap hotel.

Layanan *Express Check-in* dan *check-out* merupakan bukti efisien dari pihak hotel. *Check-in* secara *expres* antara lain dengan menyiapkan registrasi tamu, jika perlu sewaktu tamu masih dalam perjalanan dan tempat penjemputan dan sedang menuju hotel sehingga setibanya di hotel tamu hanya tinggal tanda tangan dan dapat langsung mendapatkan kunci kamar tanpa harus menunggu lama. Sedangkan *check-out expres* antara lain dilakukan dengan meminta tamu memberi informasi kepada bagian *front desk* sehingga *staff front desk* dapat segera menyiapkan *bill* yang harus dibayar. Saat tamu turun dari kamar dan datang di *front Office counter* maka tamu tinggal membayar atau tanda tangan saja bilamana rekeningnya ditagihkan ke perusahaan tamu (*Account to Company*).

#### 13. *Fitness center and sauna*

*Fitness center and sauna* merupakan sarana kebugaran *Fitness center* sendiri adalah tempat berolahraga dengan menggunakan alat bantu untuk pembentukan tubuh ideal (*body builing*) maupun untuk kesegaran jasmani, yang biasanya dipadukan dengan *aerobik* dan *gimnasum*, yaitu tempat untuk gerak badan diiringi dengan musik. Senam yang dilakukan disini bertujuan untuk mendapatkan kesegaran fisik, menghilangkan lemak, dan untuk menurunkan berat badan. Sedangkan sauna adalah sarana perlengkapan di arena kebugaran, yaitu tempat tertutup yang di beri pemanas batu bara. Tujuannya adalah agar tubuh banyak mengeluarkan keringat dan pori pori bisa terbuka. Kondisi seperti itu akan memperlancar sirkulasi darah sehingga menyegarkan fisik tamu yang memanfaatkannya.

#### 14. *Free parking*

*Free parking* merupakan sarana yang di berikan untuk memberikan kenyamanan bagi tamu yang menginap, dimana tamu dapat memarkirk kendaraannya dengan aman dan lega. Fasilitas bebas parkir adalah sesuatu yang berharga bagi tamu, terutama untuk hotel yang ada di kota, karena tamu tidak harus terlibat dengan administrasi parkir yang kadang kadang dapat menghambat gerak mereka, disamping juga efisien dana. Selain fasilitas *free parking* hotel bintang lima juga menawarkan *Valet Parker, valet parker*

adalah petugas khusus yang berdiri di depan *lobby* hotel untuk membantu tamu memarkir mobilnya. Biasanya ada biaya tambahan untuk penggunaan jasa *Valet Parker*.

15. *24 hours room service*

Fasilitas *24 hours room service* merupakan syarat bagi hotel berbintang tiga ke atas, di mana setiap saat tamu dapat memesan makanan ke bagian *room service*, jika di hotel itu ada restoran tetapi sudah tutup, tamu dapat memesannya melalui *room service*. Makanan yang dipesannya akan langsung di antar ke kamar.

16. *24 Hours security*

Fasilitas *24 Hours security* merupakan wujud dari pengadaan pengamanan di hotel. Dengan adanya sistem penjagaan dan keamanan 24 jam, maka akan ada rasa aman dan nyaman bagi tamu yang menginap di hotel tersebut.

17. *Laundry and dry cleaning*

*Laundry and dry cleaning* adalah sarana cuci-seterika di hotel. *Laundry* merupakan cara mencuci secara basah, menggunakan air mesin dan peralatan yang lebih canggih dan lengkap dari pada yang ada di rumah maupun agen *Laundry* tertentu. *Dry cleaning* adalah sistem pencucian pakaian tanpa air. Yaitu dengan menggunakan zat kimia tertentu.

18. *Massage and aromatherapy*

*Massage and aromatherapy* merupakan sarana tambahan dan pelengkap yang ada di suatu *wellness center* suatu hotel. *Massage* berarti sarana pijat kebugaran, baik pijat tradisional, shiatsu, maupun refleksologi, yaitu pijat untuk kaki saja. Sedangkan *aromatherapy* adalah sarana pijat dengan menggunakan obat wewangian, seperti bunga, daun, dan akar-akaran yang dipercaya bagus untuk kulit.

19. *Mini bar*

*Mini bar* adalah sarana kelengkapan kamar yang berupa *bar*, atau minuman dan makanan ringan yang di simpan di kulkas kecil. Dengan adanya minuman dan makanan ringan tersebut, seperti *crackers*, coklat, *chips* dan sebagainya tamu dapat mengambil dan membayarnya pada saat hendak *check-out*. Setiap

saat, biasanya pada petang hari saat *room Attendant* melakukan *turn down service*, ia juga melakukan pengecekan atas mini bar. Jika ada item atau minuman yang dikonsumsi tamu, hal itu di catat di catatan pengeluaran tamu dan kemudian diserahkan ke *front office* untuk di posting bersama sama pengeluaran yang lain untuk ditagihkan kepada tamu pada saat tamu *check-out*.

#### 20. *Money changer*

*Money charger* merupakan fasilitas wajib bagi hotel berbintang, biasanya dijadikan satu dengan *Front Desk Counter* di *Front Office*. Apabila tamu hendak menukarkan uangnya, hotel akan melayaninya di tempat ini.

#### 21. *Restaurant and Bars*

*Restaurant and Bars* merupakan sarana utama bagi suatu hotel, selain kamar atau akomodasi. Hotel berbintang harus memiliki restoran yang buka selama 24 jam. Restoran ada beraneka ragam, di antaranya, *Specialty Restaurant, Grill Room, Coffe Shop, Super Club, Dinning Room, Continental Restaurant, Night Club, Swimming pool Restaurant*. Sedangkan bar adalah sarana khusus hotel yang menyediakan minuman, baik yang beralkohol maupun yang tidak beralkohol.

#### 22. *Safe deposit box*

*Safe deposit box* adalah kotak tempat menyimpan perhiasan dan barang berharga. Sarana ini harus dimiliki hotel berbintang. Ada hotel yang menyediakan *Safe deposit box* di *Front Office* dan ada juga yang di dalam kamar tamu. Tidak sedikit pula yang menyediakan keduanya. Jika tamu hendak menyimpan passport, uang, dan perhiasannya di kamar, maka di *Safe deposit box* tersebut tersedia petunjuk bagaimana mengoperasikannya.

#### 23. *Satelite Sish and Cable Multi Channer Television Program*

*Satelite sish and cable multi channer television* program merupakan sarana tambahan untuk melengkapi fasilitas di kamar maupun di area publik hotel. Antena parabola berfungsi untuk menangkap siaran televisi yang lebih luas, antara lain untuk siaran TV negara negara lain dan siaran khusus dari TV Amerika, misalnya CNN (khusus berita), *Cartoon Network* (khusus film

kartun), *Discovery*, *Sport Cannel*, dan lain lain. TV di kamar akan lebih menarik bagi tamu dengan adanya berbagai macam program dari parabola tersebut.

#### 24. *Swimming Pool*

*Swimming Pool* adalah kolam renang, merupakan sarana wajib bagi hotel berbintang. Kolam renang. Baik untuk *city hotel* maupun *resort hotel* merupakan urat nadi yang menjadi salah satu daya tarik bagi tamu yang akan menginap. Kolam renang ada di daerah tujuan wisata umumnya berbentuk lengkung, tidak kaku setiap sudutnya, untuk menumbuhkan kesan santai dan akrab dengan alam. Seputar kolam biasanya ditumbuhi pohon pohon rimbun dan tempat untuk berjemur (*pool deck*). Untuk hotel di kota, karena keterbatasan lahan dan jarang di gunakan sebagai tempat rekreasi, kolam renang lebih berkesan sebagai tempat olah raga dan berenang saja, bukan untuk berekreasi.

#### 25. *Tenis*

Tenis merupakan sarana olah raga dan hiburan pilihan di hotel, salah satu yang harus di pilih antara berbagai fasilitas olah raga yang harus disediakan oleh hotel. Dengan adanya sarana tenis berarti hotel tersebut lebih lengkap dan dapat memberi kesenangan lebih bagi tamu yang menyukainya. Pihak hotel dapat menyediakan *sport attendant* atau staf khusus untuk menemani tamu yang ingin bermain tenis.

#### 26. *Welcome Drink*

*Welcome Drink* adalah minuman khusus yang disediakan dalam satu gelas *high ball* atau *Old fashion* sebagai tanda ucapan selamat datang untuk tamu yang baru datang. Umumnya berupa *cocktail* atau *juice* buah segar, mengingat tamu yang umumnya *check in* pada siang hari sampai malam. Untuk tamu rombongan, *welcome drink* sudah disiapkan disuatu tempat tertentu. Untuk tamu perorangan biasayna di berikan dalam bentuk *voucher* yang dapa ditukarkan dengan minuman. Tamu dapat baik langsung menukarnya setelah tiba di hotel atau setelah masuk ke kamar hotel terlebih dahulu.

## 2.2 Pengertian Peranan

Menurut Soejono Soekanto dalam buku yang berjudul sosiologi suatu pengantar (2012:212) menjelaskan pengertian peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan. Sebagaimana dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya, Adapun menurut Soekanto (2002:441) unsur-unsur peranan atau *role* adalah: 1. Aspek dinamis dari kedudukan, 2. Perangkat hak-hak dan kewajiban, 3. Perilaku sosial dari pemegang kedudukan, 4. Bagian dari aktivitas yang dimainkan seseorang.

## 2.3 Peranan dan Fungsi Pelayanan

Menurut Meskardo (2015:161), untuk mendapatkan gambaran umum peranan dan fungsi pelayanan akan dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Pelayanan pemesanan kamar

Pelayanan pemesanan kamar dilakukan oleh bagian pemesanan kamar, bagian tersebut merupakan bagian yang pertama yang dihubungkan sebelum tamu tersebut menginap di hotel.

### 2. Pelayanan penanganan barang-barang tamu

Bagian yang mempunyai tugas dalam menangani barang tamu, menangani penitipan barang atau koper tamu, menjemput dan mengantar tamu pada waktu datang dan berangkat.

### 3. Pelayanan Informasi

Bagian informasi yang bertugas memberikan penjelasan tentang fasilitas-fasilitas yang terdapat di hotel, tempat berbelanja, dan lain sebagainya.

#### 4. Pelayanan penerimaan tamu

Bagian penerimaan tamu (resepsionis) adalah bagian yang melakukan pendaftaran semua tamu yang menginap di hotel.

#### 5. Kasir kantor depan hotel

Bagian Kasir kantor depan hotel mempunyai tugas dalam menangani pembayaran seluruh administrasi atau transaksi yang dilakukan.

### 2.4 Pengertian Membership

Keanggotaan merupakan suatu pengakuan sebagai pelanggan yang bergabung dalam suatu organisasi perusahaan atau kelompok secara resmi dan diakui. Pentingnya kenyataan yang terjadi bahwa pelanggan akan menjadi salah satu individual ataupun anggota dalam suatu member dari sebuah perusahaan (Gronroos, 2000:23). Keanggotaan biasanya ditandai dengan adanya sebuah kartu anggota atau member *card*. Yang dapat menjadi member dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat berupa individu ataupun agen pembelian yang jasanya juga akan digunakan orang lain. Member *card* dapat dipakai oleh seseorang yang dianggap memenuhi syarat sebagai anggota member. Biasanya member *card* memberikan keuntungan serta fasilitas lebih banyak. Dengan adanya member *card*, pihak perusahaan dapat menghitung banyaknya pelanggan yang ada serta implikasinya terhadap perusahaan.

### 2.5 Loyalitas

#### 2.5.1 Pengertian Loyalitas

Menurut Griffin (2005), Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa loyalitas merupakan komitmen dari pelanggan yang membentuk kesetiaan pelanggan akan suatu produk maupun jasa, sehingga mengakibatkan pelanggan akan melakukan pembelian secara terus menerus terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Pelanggan akan tetap konsisten dan tidak mudah terpengaruh

pada situasi pasar yang mudah berubah dan pada umumnya dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Kotler (2008: 138) loyalitas adalah sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan pelanggan beralih. Sedangkan menurut Dharmmesta (2009), mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa.

### 2.5.2 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan menurut Vanessa Gaffar (2007, hal.74) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan susunan dari lima elemen yaitu:

- a. Keseluruhan kepuasan pelanggan, rendah atau ketidak keteraturan dari tingkat kepuasan membatalkan pelanggan bagi perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan,
- b. Komitmen pelanggan untuk menciptakan pembelian ulang di dalam sebuah hubungan dengan perusahaan,
- c. Keinginan untuk menjadi pembeli ulang,
- d. Keinginan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain,
- e. Daya tahan pelanggan untuk berpindah kepada pesaing bahwa loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pihak yang menggunakan produk atau jasa baik untuk keperluan sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan jasa atau produk yang berulang dan dengan suka rela merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada rekan rekannya.

### 2.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan

Menurut teori yang diungkapkan oleh Jill Griffin (dalam Hurriyati, 2010, hal. 130) indikator untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan adalah:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur
2. Melakukan pembelian diluar lini produk/ jasa
3. Merekomendasikan produk
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing

## 2.6 Pengertian Member

Member adalah suatu identitas keanggotaan dalam suatu organisasi. Keanggotaan merupakan suatu pengakuan sebagai pelanggan yang bergabung dalam suatu organisasi perusahaan atau kelompok secara resmi dan diakui. Pentingnya kenyataan yang terjadi bahwa pelanggan akan menjadi salah satu individual ataupun anggota dalam member dari sebuah perusahaan (Gronroos, 2000:23). Keanggotaan biasanya ditandai dengan adanya sebuah kartu anggota atau member *card*. Yang dapat menjadi member dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat berupa individu ataupun agen pembelian yang jasanya juga akan digunakan orang lain. Sedangkan menurut Blackwell, *et.al*, (1995:397) Keanggotaan adalah kegiatan dalam mencapai dukungan status formal dalam sebuah kelompok. Ketika orang – orang dianggap sebagai anggota dalam kelompok, konsumen telah mencapai penerimaan status secara resmi.

## 2.7 Pengertian Tamu Very Important Person (VIP)

Menurut Agusnawar (2004), *Very Important Persons (VIP)* merupakan Tamu yang dianggap penting dalam sebuah hotel, seperti selebritis, tamu yang menginap dikamar mahal, pejabat pemerintah, pimpinan perusahaan, langganan tetap dan orang yang mempunyai pengaruh penting bagi pendapatan hotel. Adanya upaya memberikan pelayanan istimewa atau pelayanan fasilitas khusus kepada tamu, sehingga dari pelayanan tersebut, kadang mengakibatkan adanya perbedaan dalam pengenaan tarif kepada tamu VIP. Tamu VIP merupakan tamu yang mendapatkan *treatment* atau perlakuan khusus selama menginap di hotel. Pelayanan yang baik dan maksimal terhadap tamu VIP dapat menjadikan tamu VIP sebagai salah satu media promosi serta pencitraan hotel yang dapat meningkatkan tingkat kunjungan di hotel.

### BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

##### 3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Lokasi pelaksanaan praktek kerja nyata yang dilakukan penulis adalah di Sheraton Surabaya Hotel & Towers beralamat di Jalan. Embong Malang No.25-31, Surabaya letak yang strategis di tengah kota, berhubungan langsung dengan salah satu tempat perbelanjaan terbesar di Surabaya yaitu Tunjungan Plaza, mudah dijangkau, dan dekat dengan pusat perkantoran juga perdagangan membuat hotel ini memiliki banyak tamu. Sheraton Surabaya Hotel & Towers merupakan salah satu hotel bintang 5 yang ada di kota Surabaya. Dalam hal ini penulis melakukan praktek kerja nyata di beberapa *section* yang berkaitan dengan *Food and Beverage department*.

##### 3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Waktu pelaksanaan kegiatan praktek kerja nyata ini dilaksanakan oleh mahasiswa selama enam bulan. Jadwal pelaksanaan praktek kerja nyata sesuai Surat Tugas Nomor: 5341/UN25.1.2/SP/2017 yaitu terhitung mulai tanggal 08 Januari 2018 sampai dengan 05 Juli 2018 di Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Adapun kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan sesuai dengan *work shift* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers seperti pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. *Work Shift* kegiatan praktek kerja nyata di Sheraton Surabaya Hotel & Towers

<i>Work Shift</i>	Jam Kerja	Istirahat
<i>Morning</i>	07.00-16.00 WIB	12.00-13.00 WIB
<i>Middle</i>	09.00-18.00 WIB	14.00-15.00 WIB
<i>Afternoon</i>	11.00-20.00 WIB	17.00-18 .00 WIB

Sumber: Hotel Sheraton Surabaya Hotel & Towers 2018

## 3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

### 3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam pelaksanaan praktek kerja nyata data diperoleh dan dibuat laporan tugas akhir oleh penulis dengan judul “Peran Membership VIP Club Dalam Membangun Loyalitas antara Member dengan Sheraton Surabaya Hotel & Towers”. Sehingga pada pelaksanaan praktek kerja nyata penulis ditempatkan pada beberapa *section* yang berkaitan dengan *Food and Beverage department*. Namun sebelum di *Food and Beverage department* penulis berada di *Front Office Department* pada bagian *Guest Service centre* tapi penulis hanya bertugas selama satu bulan saja karna adanya sistem *rolling* di bulan pertama.

### 3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata

Kegiatan praktek kerja nyata yang dilakukan di Sheraton Surabaya Hotel & Towers harus sesuai dengan *job description* yang telah ditentukan. Selama pelaksanaan praktek kerja nyata penulis melaksanakan semua *job description* yang telah diberikan. Kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan oleh penulis pada dua *department* yaitu *Front Office department* di bagian *Guest Service centre*. Dan *Food and Beverage Department*, di bagian membership VIP Club/ *Business Center* yang berada dalam satu *section* dan *Restaurant Kafe Bromo*. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

#### 1. *Guest Service centre*

*Guest Service centre* merupakan *section* yang berada di *Front Office Department*, Penulis bertugas sebagai *Telephon Operator* yang menghubungkan telepon masuk dari luar maupun dari dalam hotel yang menyambungkan telepon ke *section* maupun *department* lain dan selalu mengisi *log shift* saat menerima telepon dari luar maupun dari dalam. Juga melayani permintaan tamu hotel misalnya untuk *makeup room*, *luggage down*, maupun permintaan *amenities* lainnya. Ketika ada permintaan dari tamu hotel yang menginap staf *Guest Service centre* harus segera memberi informasi ke *section* lain sesuai permintaan tamu, misalnya apabila ada tamu ingin *makeup room* staf harus menghubungi bagian *Housekeeping* melalui HT maupun telepon dengan menyebutkan nomor kamar,

apabila tamu ingin memesan makanan maka staf harus menyambungkan ke bagian *restaurant* yang diinginkan oleh tamu, setelah staf memberi informasi ke *department* lain staf akan menghubungi kembali tamu untuk *courtesy call* menanyakan apakah keinginan tamu sudah terpenuhi, dan menawarkan permintaan yang lain apabila ada. Selain *Telephon Operaton Guest Service centre* Juga melayani *reservation room* yang melayani pemesanan kamar grup maupun personal melalui telepon maupun *email*, mengirim kode *booking* ke setiap tamu yang akan menginap di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

## 2. VIP Club

Pada *section* ini penulis diberi tugas sebagai staf yang melayani member VIP Club untuk melakukan *reservasion* benefit yang ada di VIP Club seperti reservasi kamar, reservasi *free cake*, maupun reservasi penggunaan benefit *lunch/dinner* di *restaurant*, *Courtesy Call* memberikan kesan atau image yang positif dengan cara menghubungi member yang telah memakai benefit menanyakan bagaimana kesan yang didapat meminta saran dan pendapat untuk kebaikan hotel kedepannya, *Filing Data*, setelah melakukan *Courtesy call input* data dalam sistem. *Birthday Call* memberi ucapan selamat ulang tahun kepada member yang sedang berulang tahun dan memberikan potongan harga sebesar 50% untuk member yang mau merayakan ulang tahun di restaurant Sheraton Surabaya Hotel & Towers dengan maksimal 10 *pax*. *Assist to mamber to make reservasion*, *Remind members to use VIP Club Benefits* mengingatkan kepada member agar segera memakai benefit yang tersisa untuk segera di pergunakan sebelum masa ahir kartu member, *E-mail & WA VIP Club* untuk memberi informasi tentang promo yang bisa di gunakan oleh member VIP Club maupun informasi untuk acara *Gathering* member VIP club.

## 3. Business Centre

Pada *section* ini penulis diberi tugas sebagai *office facilities service* (*internet, faximile, email, scanning, printing, dan copying*), melayani pelayanan untuk reservasi (*meeting room*, tiket pesawat, dan tiket kereta api), menjalankan tugas administrasi *Business Centre*, menerima penitipan dan pengiriman dokumen, surat-surat, dan paket untuk karyawan maupun untuk *tenant* di area

hotel. Sheraton Surabaya Hotel & Towers bekerja sama dengan Abror untuk pemesanan tiket pesawat dan bekerja sama dengan DHL dalam jasa pengantar barang. Sehingga apabila ada tamu yang akan memesan tiket pesawat staf *Business Centre* segera menghubungi Abror, begitu juga apabila ada tamu yang akan mengirim barang staf *Business Centre* akan menghubungi pihak DHL. Setiap ada pemasukan di *Business Centre* staf harus segera posting ke bagian *Receptionist*.

#### 4. *Restaurant Kafe Bromo*

Pada *section* ini penulis diberi tugas untuk membantu pada saat *Breakfast* di *Restaurant Kafe Bromo* sebagai *Greeter* atau *Usher* yang tugasnya menyambut dan menyapa tamu yang datang ke *restaurant* untuk menikmati sarapan pagi, *Escorting The Guest* atau mengantarkan dan membantu tamu mencarikan tempat duduk yang sesuai dengan jumlah tamu, menawarkan minuman kopi/ teh dan memberikan *bill* yang berisi paket sarapan yang sudah termasuk sama harga kamar, untuk mengisi nama dan tanda tangan tamu, meminta *Guest Comment* kepada tamu untuk menu makanan maupun pelayanan yang diberikan kepada tamu. *Guest Comment* akan di serahkan ke supervisor guna untuk evaluasi harian. Memberikan informasi atau *Last Call* untuk tamu bahwa *restaurant* akan segera tutup dan menawarkan bantuan untuk tamu yang mau meminta tambahan makanan atau minuman, Menyiapkan dan memeriksa meja makan untuk *Lunch Time*, *set up china ware, glass ware, silver ware dan napkin* secara personal. Sehingga penulis dapat menerapkan berbagai ketentuan yang ditetapkan oleh Sheraton Surabaya Hotel & Towers dalam semua tugas-tugas yang terdapat di *Restaurant Kafe Bromo*.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam pelaksanaan praktek kerja nyata menggunakan jenis data kualitatif. penelitian kualitatif menurut Moleong (2007:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi,

tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Data kualitatif yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara staf Sheraton Surabaya Hotel & Towers dan observasi atau pengamatan langsung aktivitas staf Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

### 3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam pelaksanaan praktek kerja nyata ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

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 penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010:22). Sumber data primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh dari hasil wawancara para staf Sheraton Surabaya Hotel & Towers

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis serta dari studi pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto dan lain-lain (Arikunto, 2010:22).

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan praktek kerja nyata ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik

## BAB 5. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil praktek kerja nyata yang sudah dilaksanakan oleh penulis di Sheraton Surabaya Hotel & Towers, pada *Food and Beverage department* dapat disimpulkan bahwa sikap loyalitas berperan penting dalam kemajuan sebuah hotel dalam membentuk kesetiaan pelanggan akan suatu produk maupun jasa. Kemampuan di bidang komunikasi dalam mempromosikan produk *Food and Beverage* sangatlah penting untuk Sheraton Surabaya Hotel & Towers guna menjual produk-produk hotel dan bertujuan untuk menambah pendapatan hotel. Selanjutnya dengan melakukan pelayanan tamu secara baik dan benar juga akan berpengaruh terhadap minat calon tamu untuk menggunakan jasa pelayanan Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Salah satu fasilitas yang dijual oleh *Food and Beverage departement* ialah membership VIP Club Sheraton Surabaya, yang menawarkan berbagai fasilitas dalam satu kartu. Selain membership juga *bussines centre*. yang melayani berbagai kegiatan perkantoran. Seperti *fotocopy, print*, jasa pengatikan dan juga persewaan komputer.

### 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan penulis untuk *Food and Beverage department*. Sheraton Surabaya Hotel & Towers, diantaranya adalah:

1. Menambah staf *bussines centre* agar selalu ada yang *in-charge* demi memberi pelayanan yang memuaskan bagi tamu yang akan menggunakan fasilitas *bussines centre*.
2. Memperluas *restaurant kafe Bromo* agar bisa menampung banyak tamu, sehingga tidak sampai menolak reservasi.
3. Menambah staf untuk *Food and Beverage department* mengingat saat *high season* hotel pasti akan membutuhkan tenaga kerja yang lebih ekstra guna menunjang kelancaran operasional yang ada di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agusnawar. 2004. *Receptionist Hotel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budi, A. P. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Darsono, A. 2011. *Housekeeping Hotel*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Dharmmesta, Basu Swastha 2009, *Loyalitas Pelanggan sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi peneliti*. Jurnal Ekonomi dan bisnis Indonesia, vol. 14, no 3.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul. W Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*, edisi ke 6 jilid kedua. Jakarta: Binapura Aksara.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Gronroos, C. 2000. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach 2nd edition*. UK: John Wiley & Sons, Chichester.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.

- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel.
- Putri, E. 2016. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta :Deepublish.
- Prastowo, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Ar-ruzz Media.
- Rai, I Gusti Bagus. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sembiring, Meskardo., dan Fikriani (Eds). 2015. *Omset berlipat dari bisnis Hotel, tur dan Travel*. Ygyakarta: Cermelang Publishing.
- Sudarso, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta Deepublish.
- Soekanto, Soerjono. 2002, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafmdo Persada.
- Soenarno, Adi. 2006. *Front Office Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- Soekanto, Soerjono. 2012, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali
- Sulastiyono, A. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, 2012. *Service Management*. Yogyakarta: Andy Offset.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang  
Kepariwisata.

Vanessa, Gaffar. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing  
Public Relation*. Bandung: Alfabet.



## LAMPIRAN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jl. Kalimantan - Kampus Tegayutan Telp. (0331) 335586, 331742 Fax. (0331) 335586  
Jember 68121 Email: [dekan@unjember.ac.id](mailto:dekan@unjember.ac.id)

Nomor : 4857/UN25.1.2/SP/2017 5 Desember 2017  
Lampiran : satu eksemplar  
Hal : Permohonan Tempat Magang

Yth. Pimpinan Sheraton Surabaya Hotel & Towers  
Jl. Embong Malang 25-31, Kedungduri, Tegayutan  
Surabaya

Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Lapangan) untuk penyelesaian laporan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, kami berharap dengan hormat kesediaan Saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang Saudara pimpin. Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang adalah :

Nama : Indah Yuni Novitasari  
NIM : 150903102014  
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1 (satu) eksemplar proposal Praktek Kerja Nyata (PKN).

Atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.



an Dekan  
Wakil Dekan I

Dr. Madi Prayitno, M.Kes  
NIP.19610608 198802 1 001



Memorandum of Understanding (MOU)

Between  
Universitas Jember

And  
*Sheraton Surabaya Hotel & Towers*  
*Human Resources Department.*

This MOU is performed and intended to set the terms, conditions, and stipulations of an internship being performed by bellow student's name :

No	Name	Department
1.	Indah Yuni Novitasari	Front Office-Guest Service Center
2.	Grossi Filantiko	Food & Beverages service-Kafe Bromo

a graduate or undergraduate student in  
(Institution) \_\_\_\_\_, (address) \_\_\_\_\_

The Internship period will start on **8 January 2018** and will be end on **8 July 2018**. He/she is enrolled in 8 hours of internship with graded credit and required to perform 40 hours of work/week.

During their Internship program, the Intern's entitle for duty meals at staff cafeteria, Uniform and Locker facilities for Intern's.

Supervisor will write a Final evaluation of the intern's performance, indicating Progress of his/her work performance at specific rating scale and will be submitted as a part of completion report of this program.

As a part of requirements \_\_\_\_\_ (Institution) as a sponsoring agency's need to have a Intern's Accident or Health/Life coverage Insurance to prevent any dispute related prevention of working accidents and give a copy of those certificate to Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Or any Guarantee letter from other parties related this matter.

**Sheraton**

SHERATON SURABAYA  
HOTEL & TOWERS  
Jl. Embong Malang 25-31  
Surabaya, 60261  
T. 6231 546 8000  
F. 6231 546 7000  
sheraton.com/surabaya

Intern's will be provided Code of Conduct by Sheraton Surabaya Hotel & Towers or Starwood Hotels & Resort to prevent any illegal copied or misused documents from other parties.

This MOU agreed and signed before On Internship program started. Therefore it must be sent to Training Department Sheraton Surabaya Hotel & Towers before the internship begin and copied will be sent to sponsoring agency's.

71



The work that student will performs based on the Hotel New Associates Training Profile program and Daily task in operation.

Terms conditions and stipulations of this MOU are clearly understood and agreed to by the following:

1. Indah Yuni Novitasari
2. Grossi Filantiko

\_\_\_\_\_  
STUDENT'S

\_\_\_\_\_  
SIGNATURE DATE

\_\_\_\_\_  
School/University/Academy Reps

\_\_\_\_\_  
SIGNATURE DATE

  
\_\_\_\_\_  
Ari Triardiani  
TRAINING MANAGER

\_\_\_\_\_  
18 December 2017  
SIGNATURE DATE

**Sheraton®**

SHERATON SURABAYA  
HOTEL & TOWERS  
Jl. Embong Malang 25-31  
Surabaya, 60261  
T. 6231 546 8000  
F. 6231 546 7000  
sheraton.com/surabaya



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto Telp. (0331) 335586 - 331342

Fax (0331) 335586 Jember 68121 Email : fisip@unej.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor : 5341/UN25.1.2/SP/2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada :

Nama : Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par  
 N I P : 198801052015042003  
 Jabatan : Dosen  
 Pangkat, golongan : Penata Muda Tingkat I, III/b

Sebagai supervisi mahasiswa Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember di **Sheraton Surabaya Hotel & Towers**, terhitung mulai tanggal 8 Januari s.d 8 Juli 2018.

Adapun nama mahasiswa sebagai berikut :

No.	Nama	NIM	Penempatan
1.	Indah Yuni Novitasari	150903102014	Front Office-Guest Service Center
2.	Grossi Filantiko	150903102012	Food & Beverages Service-Kafe Bromo

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 29 Desember 2017

a.n Dekan  
Wakil Dekan I,Dr. Hadi Prayitno, M.Kes  
NIP 19610608 198802 1 001

Tembusan :

1. Dekan FISIP UNEJ (sebagai laporan)
2. Kaprodi D-III Usaha Perjalanan Wisata
3. Kasubag Akademik FISIP UNEJ



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121  
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	80	A
2	Kemampuan / Kerjasama	80	AB
3	Etika	80	AB
4	Disiplin	80	AB
NILAI RATA - RATA		80	AB

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : INDAH YUNI NOVITASARI  
NIM : 150903102019  
Jurusan : Ilmu Administrasi  
Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : NUR CHOLIFAH  
Jabatan : Food & Beverage SPV  
Instansi : Sheraton Surabaya Hotel & Tower  
Tanda Tangan :

  
  
SHERATON  
SURABAYA HOTEL & TOWERS  
L + D

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	
9	E	< 45	SANGAT KURANG



Sheraton Surabaya Hotel & Towers



Jenis jenis kamar Sheraton Surabaya Hotel & Towers

*Deluxe room*



*Premium deluxe room*



*Royal suite room*



*Executive suite room*



*Junior suite room*



*Residential Room*



*Food & Beverage venue*

*Kafe Bromo Restaurant*



*La Patisserie Cake Shop*



*Lung Yuan Chinese Restaurant*



*Kawilounge*



*Guest Service Center*



*Business Center & VIP Club*



Kolam Renang dan *Health Club*

