

ABSTRAK

Dalam industri perhotelan terdapat departemen-departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Salah satu departemen yang ada di hotel yaitu *Sales and Marketing department*. *Sales and Marketing department* memiliki tugas untuk meningkatkan tingkat penjualan di hotel tersebut. Oleh karena itu, salah satu cara untuk meningkatkan penjualan tersebut yaitu dengan kegiatan *Sales Blitz*. Ketika para *Sales* melakukan kegiatan *Sales Blitz*, tentunya para *Sales* memiliki strategi untuk melakukan kegiatan *Sales Blitz* dan juga ada kendala-kendala yang dialami oleh para *Sales*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kendala-kendala dan strategi *Sales* ketika melakukan kegiatan *Sales Blitz* dalam meningkatkan penjualan di *Ascott Waterplace Surabaya*. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, serta dokumentasi yang kemudian dianalisa dan dibandingkan dengan teori-teori yang telah diperoleh, setelah itu memberikan kesimpulan dan saran dari sudut pandang penulis untuk memperjelas hasil penelitian berdasarkan pembahasan yang telah ditulis. Hasil yang didapat oleh penulis yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi *Sales* untuk mengatasi kendala ketika melakukan kegiatan *Sales Blitz* untuk meningkatkan penjualan di *Ascott Waterplace Surabaya*.

Kata kunci : *Sales Blitz*, Kendala, Strategi