

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan sebuah industri yang telah lama ada dan terus berkembang mengikuti perkembangan jaman. Adanya perkembangan dari industri perhotelan sangatlah berpengaruh dalam meningkatkan laju perekonomian di sebuah negara, termasuk di Indonesia. Dijelaskan bahwa setelah Perang Dunia Kedua, industri perhotelan telah berkembang menjadi lebih profesional dan tersebar luas sehingga berusaha memperoleh basis pengetahuan hingga dapat meningkatkan operasinya dan mengembangkan para manajer masa depan. Industri perhotelan merupakan industri yang bergerak dalam bidang akomodasi dalam segi penginapan dan tempat istirahat. Industri perhotelan dapat dikatakan sebagai industri yang semakin berkembang pesat dan terus berkembang hingga saat ini.

Hampir di semua negara mencoba untuk mengembangkan industri perhotelannya. Hal ini dirasa bahwa, industri perhotelan merupakan industri yang memiliki prospek bagus dan menjanjikan serta mendapatkan banyak keuntungan dalam bidang ekonominya. Adanya upaya negara dalam mengelola sektor dan industri pariwisata dapat dilihat dengan bagaimana potensi industri perhotelan menyumbang pendapatan devisa negara yang cukup besar. Adanya penanaman Modal Asing (PMA) terutama di industri pariwisata dan perhotelan, dijelaskan oleh Mahendra Siregar, Ketua Badan Koordinasi Penanaman Modal Indonesia (BKPM), adanya investasi asing langsung (FDI) tumbuh sebesar 18% (Renadia, 2015:).

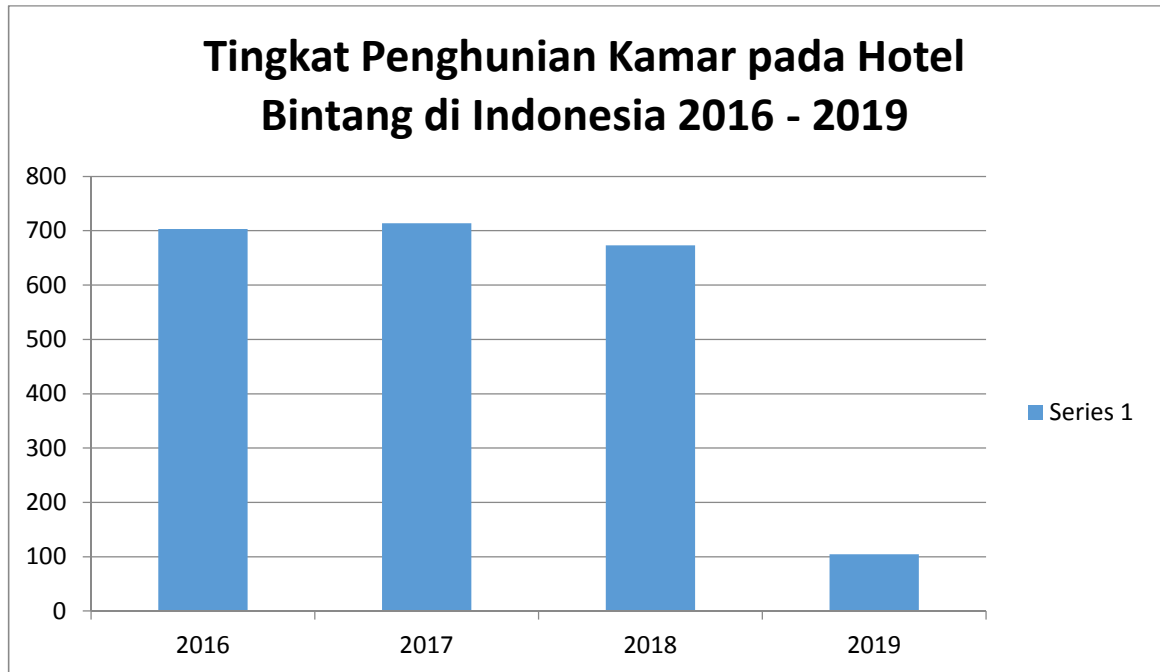
Kini persaingan hotel semakin ketat. Khususnya di Jawa Timur (Jatim), banyak hotel baru berbagai kelas yang terus bermunculan. Mulai dari hotel kelas melati sampai hotel bintang lima. Tidak hanya di kota besar saja, kini hotel berbintang mulai merambah ke daerah-daerah atau *secondary city*. Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Jatim Herry Siswanto mengatakan, oleh sebab itu, pelaku industri perhotelan dituntut untuk lebih kreatif

dalam menjaring pelanggan agar tidak kalah dengan kompetitor. Sampai saat ini total hotel di Jatim berada di kisaran angka 650. "Yang menarik, akhir-akhir ini terlihat pertumbuhan hotel bintang tiga ke atas di daerah-daerah cukup pesat sekali," terangnya di Surabaya, Selasa (9/4). Menurutnya, hal tersebut tidak terlepas dari pertumbuhan ekonomi di daerah yang semakin menggeliat dan didukung oleh kebijakan keleluasaan dari pemerintah daerah (pemda) dalam memberikan kemudahan fasilitas perizinan pendirian hotel. Selain itu, pembangunan hotel berbintang di daerah sebenarnya cukup dibutuhkan. Dapat dimanfaatkan sebagai tempat penyelenggaraan meeting, incentive, convention, and exhibition (MICE) untuk kegiatan pemerintah dan juga korporat. Serta menunjang fasilitas pariwisata yang sekarang sedang digenjot.

"Nah, dengan semakin berkembangnya pembangunan hotel di area secondary city, maka sangat berpotensi bisa membantu meningkatkan pendapatan daerah masing-masing," kata Herry.

Selain itu, jika segmen MICE meningkat, maka sektor *food & beverage* (F&B) juga akan ikut terkerek. Di samping itu, PHRI tahun ini juga telah menyiapkan beberapa strategi demi menaikkan tingkat okupansi. Antara lain gencar melakukan berbagai promosi yang bisa menarik minat konsumen. Serta menyediakan transaksi pemesanan kamar hotel via aplikasi. Tujuannya, memberikan kelonggaran bagi konsumen untuk memesan kamar jauh-jauh hari.

(Sumber: Radar Surabaya, Pertumbuhan Hotel Berbintang di Daerah Meningkat, 2019)

Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang Indonesia 2016 - 2019**Tabel 1.1**

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2018)

Kegiatan komunikasi organisasi juga dirasakan dalam industri perhotelan (*hospitality industry*) yang sangat berkembang beberapa tahun terakhir ini. Secara umum, perkembangan hotel-hotel di Jawa Timur, khususnya Surabaya saat ini telah mencapai 30% di tahun 2013 karena banyaknya wisatawan yang masuk ke Jawa Timur. Tidak hanya hotel bintang 5 saja, tetapi hotel bintang 3 sangat berkembang saat ini dan bersaing untuk mendapatkan tingkat penjualan yang tinggi. (Sumber: Jessica Gani, 2014).

Tabel Perkembangan Hotel di Surabaya

Tabel 1.2

No.	Indikator Perhotelan	2015	2016	2017
1.	Jumlah hotel	550	550	967
2.	Kamar tersedia	6 066	6 066	8 535
3.	Tempat tidur tersedia	11 292	11 292	15 888
4.	Rata-rata lama menginap tamu			
	Asing	2.03	1.85	1.99
	Domestik	2.14	1.23	1.35
	Jumlah	2.14	1.24	1.35
5.	Tingkat Penghunian Kamar	39.74	35.90	29.65
6.	Tingkat Penghunian Tempat Tidur	50.20	37.50	33.65
7.	Ganda Atas Kamar	2.16	1.89	2.07

Sumber : BPS Kota Surabaya, 2016

Pengelolaan hotel cukup rumit, sehingga memerlukan berbagai macam *department* yang berbeda-beda untuk menangani hotel. Secara garis besar, departement hotel merupakan pembagian dari tugas tugas di dalam hotel yang mempunyai tanggung jawab satu bidang di dalam hotel, *sales & marketing* menjadi salah satu *department* bagian dari hotel yang bertanggung jawab untuk penjualan dan pemasara untuk *revenue* hotel.

Untuk penjualan dan pemasaran untuk revenue hotel. Pelayanan sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun bisnis seperti perbankan, penerbangan, hotel, konsultasi adalah bisnis yang berbasikan pelayanan.

Bisnis hotel di Surabaya memiliki persaingan yang ketat. Setiap hotel harus memiliki strategi dan sumber daya manusia (SDM) yang memadai untu dapat bersaing di dunia perhotelan kota Surabaya, jika tidak memiliki strategi yang baik maka kemungkinan mengalami kalah saing sangat tinggi. Dilihat dari

asal katanya, Hotel dalam Bahasa perancis, dan seterusnya menjadi hotel dengan pengertian sebagai rumah penginapan.

Pada tahun 1970-an sampai dengan 2001, penggolongan kelas hotel bintang satu sampai dengan bintang lima lebih mengarah ke aspek bangunannya seperti luas bangunan, jumlah kamar hotel dengan bobot penilaian yang tinggi. Tetapi sejak tahun 2002 berdasarkan keputusan menteri kebudayaan dan pariwisata no.KM 3/HK 001/MKP 02 tentang penggolongan kelas hotel, bobot penilaian aspek mutu pelayanan lebih tinggi dibandingkan dengan aspek fasilitas bangunannya. (Library Binus)

Perkembangan MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) di Indonesia pada saat ini merupakan sesuatu hal yang sangat menjanjikan bagi industri pariwisata. Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam MICE seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 pasal 14 ayat 1 tentang kepariwisataan. Dalam jurnal stikosa Surabaya, perkembangan industri MICE di Indonesia juga memiliki dampak munculnya industri perhotelan adanya hotel-hotel baru di setiap ibukota provinsi sehingga kegiatan MICE berskala nasional bahkan internasional dapat diselenggarakan di ibukota-ibukota provinsi salah satunya Surabaya yang merupakan kota kedua terbesar setelah Jakarta dan Surabaya yang juga merupakan ibu kota Provinsi Jawa Timur. (Sumber: Cindy. 2019)

Surabaya memiliki perkembangan bisnis yang pesat dan cukup signifikan. Pembangunan infrastruktur yang terkait dengan sarana dan prasarana penunjang perekonomian juga berkembang dengan cepat. Pembangunan dengan cepat tersebut meliputi pembangunan akses transportasi yang baik, pembangunan gedung bertingkat, kemudahan akses pendidikan dan banyak pelaku bisnis yang menjalankan bisnis khususnya bisnis hotel di Surabaya. Hotel sendiri merupakan salah satu perusahaan yang berkembang menyediakan jasa layanan berupa pelayanan penginapan, penyedia *food & beverage* (makanan dan minuman) serta fasilitas yang lainnya seperti *meeting room* (ruang pertemuan), tempat olahraga, spa, restaurant, dan bar. Perkembangan bisnis industri MICE di Surabaya

menimbulkan dampak dalam persaingan bisnis antar hotel dan memberikan tantangan tersendiri untuk meningkatkan jumlah konsumen. Banyaknya pemain dalam pasar bisnis hotel dengan segala keunggulan, layanan, harga produk jasa yang ditawarkan membuat hotel semakin sulit merebut pasar hati konsumen, karena konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan hotel yang dapat menarik minat konsumen. Sehingga hotel harus mampu mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini maupun yang akan datang.

Hotel sendiri di Indonesia berkembang dengan sangat pesat dikarenakan sektor pariwisata di berbagai daerah di Indonesia yang sedang berkembang perkembangan sektor pariwisata juga berbanding lurus dengan perkembangan hotel di sekitarnya. Bisnis pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang besar mengingat Indonesia memiliki banyak keindahan alam. Di samping itu bisnis pariwisata sangat sensitif terhadap isu keamanan dan pariwisata di Indonesia sudah mengalami permasalahan, untuk mencegah dan mengurangi kerugian akibat ancaman, gangguan dan atau bencana di hotel, serta mewujudkan kenyamanan, kemaamanan dan keselamatan hotel. Setiap hotel usaha hotel wajib mengikuti persyaratan dan penerapan Sistem Pengamanan Hotel yang sesuai dengan ketentuan dalam peraturan Menteri ini. Setiap usaha hotel yang tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam peraturan menteri ini akan dikenai sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Tidak hanya sektor pariwisata saja, hotel sekarang sudah berkembang untuk sektor bisnis seperti acara penting yang dilakukan di hotel adalah pernikahan, meeting atau rapat.

Dengan populasi penduduk sekitar 3 juta orang, Surabaya telah menjadi kota Metropolitan dengan beberapa keanekaragaman yang kaya di dalamnya. Selain itu, Surabaya saat ini juga telah menjadi pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di Indonesia. Surabaya merupakan pelabuhan utama dan pusat perdagangan komersial di wilayah timur Indonesia, dan sekarang menjadi salah satu kota terbesar di Asia Tenggara. Bersama dengan Lamongan di barat laut, Gresik di barat, Bangkalan di timur laut, Sidoarjo di selatan, Mojokerto dan Jombang di barat daya menjadi kesatuan yang dinamakan Gerbang Kertosusila, seperti Jabodetabek di Jakarta dan sekitarnya.

Sebagai ibukota provinsi, Surabaya juga merupakan rumah bagi banyak kantor dan pusat bisnis. Perekonomian Surabaya juga dipengaruhi oleh pertumbuhan baru dalam industri asing dan beberapa segmen industri yang akan terus berkembang, terutama dalam hal properti, dimana gedung pencakar langit, mall, plaza, apartemen dan hotel berbintang akan terus terbangun setiap tahunnya. Dari segi pariwisata, layaknya kota yang sarat akan sejarah, Surabaya memiliki beberapa obyek wisata yang bisa dikunjungi yang berhubungan dengan sejarah masa lampau. Ditambah lagi, Surabaya memiliki keanekaragaman kuliner yang selalu dicari oleh wisatawan yang datang, seperti: rujak uleg, rawon, nasi bebek, kupang lontong, lontong balap dan masih banyak lagi.

Hotel La Lisa Surabaya sebagai hotel yang telah beroperasi selama 3 tahun telah berhasil berkembang dalam bisnis perhotelan yang berani bersaing dari hotel yang lainnya. La Lisa Hotel Surabaya memiliki sales yang telah banyak memiliki banyak pengalaman dan juga banyak relasi. Sehingga memudahkan untuk melakukan pemasaran. Aktivitas yang melibatkan penjualan dan pemasaran tersebut dikelompokkan menjadi bagian khusus di La Lisa Hotel Surabaya yaitu pada bagian *sales & marketing Department*.

Sales & marketing department sangat berperan dalam membangun citra suatu hotel. Karena itu setiap pegawai selalu diuntut untuk menjadi '*sales person*' dimana dalam melayani pelanggan kita harus melakukannya dengan pelayanan prima yang menjunjung tinggi ilmu pelayanan dan juga sebagai pegawai kita bisa menjual seluruh fasilitas dan juga pelayanan terbaik untuk pelanggan namun demikian hal ini bukan hanya tanggung jawab *sales & marketing department* saja. Lalu bagaimana dengan hotel yang baru saja berdiri hal ini merupakan menjadi tantangan baru bagi para *sales & marketing* dimana mereka bukan saja menumbuhkan citra baik hotel melainkan juga menciptakan citra baik hotel itu sendiri.

La Lisa Hotel Surabaya mengarahkan pemasarannya dengan baik dengan cara melakukannya *Sales Call* dikarenakan memiliki power yang sangat kuat untuk meningkatkan penjualan di bandingkan dengan hanya memasarkan melalui

telemarketing dikarenakan sebelumnya belum pernah bertemu dengan pelanggan dan langsung menghubungi dengan telepon kemungkinan besar pihak pelanggan akan merasa terganggu dan kemungkinan tertarik hanya sedikit karena tidak bertatap muka secara langsung dapat menurunkan rasa percaya seseorang. Beberapa kelebihan sales call antara lain yaitu; meningkatkan percaya diri karena berbicara langsung dengan pelanggan tersebut, memiliki fokus karena dengan bertemu pelanggan dan tidak melakukan kegiatan lainnya, lebih fleksibel karena pihak pelanggan dan sales dapat menentukan waktu dan tempat untuk bertemu, meningkatkan profesionalisme karena jika bertemu secara langsung membuktikan bahwa sales memiliki integritas dan kesungguhan dalam bekerja, memiliki tujuan karena dengan bertemu tujuan yang ingin disampaikan, meningkatkan hubungan baik dengan calon pelanggan setelah mengenal pelanggan secara langsung maka rasa percaya dan komunikasi selanjutnya akan lebih mudah, meningkatkan penjualan secara karena jika banyak pelanggan yang sudah percaya secara langsung akan meningkatkan penjualan.

Keberhasilan dalam penjualan dan pemasaran produk hotel merupakan tanggung jawab pihak manajemen dari hotel. Pemasaran La Lisa Hotel Surabaya meliputi peningkatan mutu dan kualitas produk dan penambah event hotel yang dapat mendongkrak hunian dan pendapatan hotel. Dalam personal selling yang diadakan La Lisa Hotel dilakukannya *sales call* dengan cara promosi penjualan dari adanya database ke beberapa perusahaan seperti *travel agent*, *government*, dan perusahaan lainnya komunikasi secara langsung kepada calon konsumen untuk memperkenalkan *product knowledge* yang ditawarkan tujuan terciptanya suatu penghasilan.

Tetapi berbagai kendala bisa terjadi di *Sales & Marketing Department* dari pembayaran telat dari pelanggan, hingga terjadinya miskomunikasi tentang event yang sedang berlangsung sehingga terjadi komplain dari pelanggan sudah menjadi tugas seorang sales untuk menjual dan memastikan keinginan pelanggan dapat terpenuhi dan event berjalan dengan lancar sehingga pelanggan melakukan repeat order dan menjadikan La Lisa Hotel Surabaya menjadi pilihan event maupun menginap. Dengan demikian untuk semua rangkaian yang ingin

djelaskan didalam tugas laporan kerja lapangan ini adalah 'Presentasi penawaran meeting room yang dilakukan sales call di La Lisa Hotel Surabaya'.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan maka rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini adalah :

- Bagaimanakah presentasi *meeting room* yang dilakukan oleh sales?

1.3 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan praktek kerja lapangan sebagai berikut:

- Untuk mengaplikasikan teori yang sudah di pelajari selama masa perkuliahan.
- Memperluas pengetahuan mahasiswa dan mahasiswi terhadap dunia industri perhotelan agar berkembang dengan baik.
- Sebagai persyaratan akademik di Program Diploma III Manajemen Pemasaran.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Penulis

- Menambah wawasan dan pengetahuan yang dapat dipergunakan sebagai media pembelajaran dalam bidang strategi pemasaran bagi perusahaan.
- Sebagai pengalaman awal untuk mahasiswa sebelum terjun langsung ke dunia kerja nyata.
- Mampu menggunakan pengalam kerjanya untuk mendapat kesempatan kerja.

1.4.2 Bagi Perusahaan

- Laporan Praktek Kerja Lapangan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengetahui dari keluhan para konsumen.

1.4.3 Bagi Pembaca

- Memberikan pandangan tentang dunia kerja di bidang perhotelan khususnya *sales & marketing*.
- Sebagai pertimbangan sebelum memulai praktik kerja lapangan meliputi persiapan dan pelaksanaan praktik kerja lapangan.

1.5 Jadwal Tugas Akhir

Tabel Gantt Chart jadwal kegiatan PKL

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Permohonan Pengajuan PKL	■	■																														
2.	Pelaksanaan PKL			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																
3.	Pemilihan Dosen Pembimbing					■	■																										
4.	Penentuan Topik dan Bimbingan Dosen									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
5.	Penyusunan Laporan PKL																									■	■						
6.	Penyerahan Laporan PKL																									■	■	■	■				