

TUGAS AKHIR

**PENDEKATAN SALES & MARKETING UNTUK MEMBANGUN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP HOTEL BUMI SURABAYA CITY
RESORT**

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh sebutan Ahli Madya
(A.Md.) Manajemen Perhotelan



Disusun Oleh:

Elsa Pramesti Cahyani
NIM. 151511113071

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2019**

LEMBAR KATRU TANDA MAHASISWA



TUGAS AKHIR

**PENDEKATAN SALES & MARKETING UNTUK MEMBANGUN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP HOTEL BUMI SURABAYA CITY
RESORT**

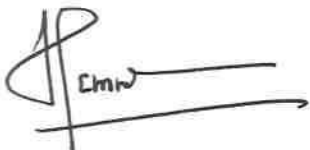
Disusun oleh:

Elsa Pramesti Cahyani

NIM. 151511113071

Telah Disetujui dan diterima dengan baik

Dosen Pembimbing



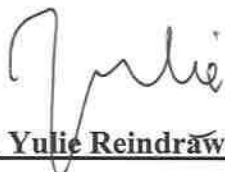
Nur Emma Suriani, S.Sos., M.Si.

NIP. 197512232003122001

Tanggal: 05-08-2019

Koordinator Program Studi

Diploma III Manajemen Perhotelan



Dian Yulie Reindrawati, S.Sos., MM., PhD

NIP. 197607071999032001

Tanggal: 05-08-2019

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan oleh:

Nama : ELSA PRAMESTI CAHYANI
NIM : 151511113071
Program Studi : Diploma III Manajemen Perhotelan Universitas Airlangga

Telah Melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Hotel Bumi Surabaya City Resort
pada Sales and Marketing pada tanggal 11 Januari 2018 s/d 10 Juli 2018

Disetujui oleh:

Sales Manager

Hotel Bumi Surabaya

Hana Primarini

Tanggal: 6 August 2019

Director of Sales and Marketing

Hotel Bumi Surabaya

Endah Retnowati

Tanggal: 6 Agustus 2019

Talent and Learning Manager

Hotel Bumi Surabaya
Talent & Organizational Development

Isa Baroro

Tanggal: 6 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ELSA PRAMESTI CAHYANI
NIM : 151511113071
Program Studi : Diploma III Manajemen Perhotelan Universitas Airlangga
Judul : Pendekatan Sales & Marketing untuk membangun loyalitas
Konsumen Terhadap Hotel Bumi Surabaya City Resort.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah hasil dari pemikiran saya sendiri dan bukan dari hasil penjiplakan (plagiarism). Dalam tugas akhir ini segala kutipan baik dari segi gambar maupun tulisan telah mengikuti kaidah dan etika yang berlaku yakni terdapat sumber yang jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan surat pernyataan ini maka saya siap bertanggung jawab atas sanksi yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, Agustus 2019



Elsa Pramesti Cahyani

NIM. 151511113071

DAFTAR ISI

Judul	Halaman
Lembar Kartu Tanda Mahasiswa	
Lembar Pengesahan	
Pernyataan Orisinalitas.....	
Kata Pengantar	i
Daftar Isi.....	ii
Daftar Gambar.....	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	4
1.5 Rencana Kegiatan.....	6
BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	
2.1 Sejarah Singkat Bumi Surabaya City Resort.....	11
2.2 Profil Bumi Surabaya City Resort.....	12
2.2.1 Gambaran Umum Bumi Surabaya City Resort	12
2.2.2 Lokasi Bumi Surabaya City Resort	13
2.2.3 Strategi Bumi Surabaya City Resort.....	14
2.2.4 Fasilitas Bumi Surabaya City Resort	15
2.2.4.1 Akomodasi.....	15
2.2.4.2 Restaurant and Lounge	20
2.2.4.3 Recreation and Leisure	26
2.2.4.4 Function Room	30
2.3 Deskripsi Hasil Praktik Kerja Lapangan	36

2.3.1 Gambaran Umum Sales and Marketing Department.....	36
2.3.2 Struktur Organisasi Sales and Marketing Department	39
2.3.3 Job Discription Sales and Marketing Department	40
2.4 Pembahasan Hail Praktik Kerja Lapangan	41
2.4.1 Peran Sales Marketing Department Dalam Bisnis Perhotelan	41
2.4.2 Peran Client dalam mewujudkan pencap[aian target revenue	42
2.4.3 Peran Sales Marketing Dalam Membangun Loyalitas Konsumen ...	43
BAB III Simpulan dan Saran	
3.1 Simpulan.....	46
3.2 Saran	47
Daftar Pustaka	48
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Task List Sales Marketing Department	9
Gambar 1.2	: Buku Laporan PKL.....	10
Gambar 2.1	: Hotel Bumi Surabaya.....	12
Gambar 2.2	: Lokasi Hotel Bumi Surabaya.....	14
Gambar 2.3	: Classic Room.....	16
Gambar 2.4	: Classic Club Room	17
Gambar 2.5	: Classic Suite Room.....	17
Gambar 2.6	: Classic Executive Room.....	18
Gambar 2.7	: Classic Penthouse	19
Gambar 2.8	: Classic Appartment.....	20
Gambar 2.9	: Siti Inggil Restaurant	21
Gambar 2.10	: Arumanis Restaurant	22
Gambar 2.11	: Cascades Restaurant	23
Gambar 2.12	: Kizahashi Restaurant	24
Gambar 2.13	: Lobby Lounge.....	25
Gambar 2.14	: Delicatessen	25
Gambar 2.15	: Club Longue	26
Gambar 2.16	: Club Olympia	27
Gambar 2.17	: Swimming Pool	28
Gambar 2.18	: Asia Spa.....	28
Gambar 2.19	: Business Centre	29
Gambar 2.20	: Parking Area	29
Gambar 2.21	: Masjid Nurul Iman.....	30
Gambar 2.22	: Isyana Ballroom.....	32
Gambar 2.23	: Isyana Room	33
Gambar 2.24	: Rajasa Room.....	33
Gambar 2.25	: Airlangga Room	34

Gambar 2.26 : Gajahmada Room	34
Gambar 2.27 : Wijaya Room.....	35
Gambar 2.28 : The Tavern.....	35
Gambar 2.29 : Primavera.....	36
Gambar 2.30 : Struktur Organisasi Sales Marketing Department	39
Gambar 2.31 : Promo Hari Kemerdekaan	44
Gambar 2.32 : Majapahit Travel Fair	45
Gambar 2.33 : Foodies Gathering.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Rencana Kegiatan Ptaktik Kerja Lapangan	6
Tabel 2.1	: Jenis Dan Jumlah Kamar Hotel Bumi Surabaya	15
Tabel 2.2	: Kapasitas Function Room.....	31
Tabel 2.3	: Ukuran Function Room	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Sertifikat Praktik Kerja Lapangan
- Lampiran 2 : Penilaian Praktik Kerja Lapangan
- Lampiran 3 : Daftar ruangan, kontak, dan harga *meeting package* Hotel Bumi Surabaya

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya yang di peruntukkan untuk umum dan dikelola secara komersial untuk mendapatkan keuntungan. Pengertian tersebut tertuang dalam Surat Keputusan Menparpostel No. KM 37/PW.340/MPPT-86, tentang usaha dan penggolongan hotel.

Di Indonesia perkembangan hotel secara modern diawali dengan dibukanya Hotel Indonesia pada tahun 1962 di Jakarta. Para pengusaha nasional pada waktu (setelah kemerdekaan Indonesia) itu membentuk suatu asosiasi yang disebut dengan Organisasi Perusahaan Sejenis (OPS). Kemudian, saat ini di Indonesia telah terdapat organisasi untuk usaha perhotelan yang disebut dengan Perhimpunan Hotel dan Restaurant Indonesia (PHRI). PHRI berperan sebagai asosiasi yang berpartisipasi dalam perkembangan usaha perhotelan dan usaha restaurant.

Bidang perhotelan merupakan bagian dari industri pariwisata. Industri pariwisata dapat diartikan sebagai sebuah himpunan bidang usaha yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan oleh mereka yang melakukan perjalanan wisata. Ruang lingkup industri pariwisata menyangkut berbagai sektor ekonomi. Adapun aspek-aspek yang tercakup dalam indutri pariwisata, dan salah satu bagian yang menjadi pendongkrak keberhasilan industri pariwisata adalah bidang perhotelan.

Bidang perhotelan memiliki peranan penting dalam penyedia jasa, Karena bidang ini diharuskan untuk selalu memenuhi dan memuaskan keinginan tamu mulai dari akomodasi, produk makanan serta pelayanan/jasa. Pelayanan prima

merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam usaha perhotelan karena baik tidaknya suatu pelayanan akan mempengaruhi jumlah tamu yang memiliki keinginan menginap serta menggunakan fasilitas-fasilitas lain di hotel tersebut. Selain itu, pelayanan yang dapat memuaskan tamu dapat membuat citra hotel menjadi baik.

Walaupun industri perhotelan di Indonesia berkembang dengan pesat, namun masih tertinggal jika dibandingkan dengan negara-negara lain. Oleh karena itu, belakangan ini lembaga pendidikan pariwisata termasuk pendidikan perhotelan semakin dituntut untuk menghasilkan tenaga kerja yang handal dan professional sehingga dapat bersaing dengan tenaga kerja asing. Agar dapat memenuhi tuntutan tersebut, lembaga pendidikan pariwisata perlu mengembangkan pengelolaan pendidikan sehingga kualitas lulusan pendidikan pariwisata sesuai dengan kebutuhan pasar tenaga kerja.

Praktik kerja lapangan adalah salah satu bentuk program pendidikan dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh untuk mencapai tingkat keahlian tertentu. Dengan adanya praktik kerja lapangan dapat memberikan wawasan bagi pemegang tentang dunia perhotelan yang sesungguhnya dan dapat mengetahui *passion* yang dimiliki saat magang di hotel.

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengutamakan pelayanan terhadap customer. Namun dengan adanya persaingan yang ketat dalam dunia usaha terutama perebutan pasar, maka dibutuhkan lebih dari sekedar pelayanan yang terbaik atau pelayanan prima. Sebuah hotel haruslah juga memiliki strategi pemasaran yang baik. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.

Tujuan hotel yang paling utama adalah mencari keuntungan. Salah satunya melalui *Sales & Marketing Department*. Untuk mewujudkan pencapaian target tingkat hunian hotel baik kamar ataupun meeting room, serta fasilitas yang ada *Sales & Marketing Department* memiliki peranan yang penting. Sehingga

pelayanan yang diberikan oleh *sales person* dapat memengaruhi citra sebuah hotel, hal ini erat kaitannya dengan loyalitas yang diberikan pelanggan kepada hotel. Apabila *sales person* dapat menjalankan tugasnya dengan baik yaitu menjadi pendengar yang baik serta dapat memenuhi keinginan tamu selama itu tidak bertentangan dengan etika profesi dan SOP (Standart Operasional Procedure) maka tamu akan merasa puas dan nyaman, sehingga tamu tersebut menjadi loyal kepada hotel. Lalu bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen pada sebuah hotel yang telah lama berdiri agar konsumen selalu loyal dan tidak berpindah pindah. Oleh karena itu, pendekatan *sales & marketing* kepada konsumen untuk membangun loyalitas konsumen terhadap Hotel Bumi Surabaya City Resort sangat krusial untuk diteliti.

1.2 RumusanMasalah

Sesuai dengan pembahasan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan sejumlah permasalahan sebagai berikut:

1. Mengapa *sales and marketing department* menjadi bagian yang penting dalam bisnis perhotelan?
2. Seberapa pentingnya *guest* / tamu dalam mewujudkan pencapaian target tingkat hunian hotel baik kamar, *function room*, atau fasilitas-fasilitas lain di hotel?
3. Strategi apa yang dilakukan *sales person* untuk menarik minat *guest* serta menjadikannya loyal terhadap hotel?

1.3 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan di Hotel Bumi Surabaya tepatnya pada departemen *Sales and Marketing* adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dunia kerja yang sesungguhnya di hotel khususnya pada departemen *sales marketing* sera *job desk* seorang *sales person*.

2. Mengetahui bagaimana cara berkomunikasi yang baik saat berhadapan dengan konsumen baik secara langsung maupun melalui telepon.
3. Mengetahui bagaimana cara mempertahankan konsumen sehingga dapat loyal kepada Hotel Bumi Surabaya.
4. Mengetahui dari prosedur awal konsumen memesan suatu *meeting room* atau kamar hingga pada hari H saat acara berlangsung.
5. Mengetahui langkah-langkah serta cara-cara *sales person* dalam menghadapi pelanggan baik *complain*, tambahan ataupun perubahan saat menangani *event*.
6. Untuk menerapkan materi-materi yang didapatkan selama masa perkuliahan.
7. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar Ahli Madya Manajemen Hotel.

1.4 Manfaat

Manfaat yang ingin dicapai dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan di Hotel Bumi Surabaya diantara lain:

a. Manfaat bagi penulis

1. Menambah wawasan akan tugas dan tanggungjawab selama menjadi *sales person* pada khususnya dan menambah wawasan akan seluk beluk hotel pada umumnya.
2. Mengetahui potensi dalam diri sehingga dapat menentukan *passion* di bidang perhotelan.
3. Menambah pengalaman bekerja, sehingga dapat diperhitungkan oleh perusahaan-perusahaan lain.
4. Sebagai tempat untuk mengaplikasikan ilmu yang di peroleh selama masa perkuliahan dan menguji *soft skills* maupun *hard skills*.

b. Manfaat bagi Akademik (Almamater)

1. Menjalin kerja sama antara hotel dengan Universitas Airlangga pada umumnya dan Manajemen Perhotelan pada khususnya.
2. Membuktikan bahwa Mahasiswa DIII Manajemen Perhotelan Universitas Airlangga mampu dan dapat menjadi andalan sebagai lulusan yang dapat diperhitungkan dalam dunia perhotelan.
3. Dapat meng-*update* kurikulum sesuai dengan perkembangan industri perhotelan baru-baru ini.

c. Manfaat bagi subyek pkl

1. Membantu melaksanakan tugas-tugas karyawan sehingga menjadi lebih ringan.
2. Mempererat hubungan antara hotel dengan Universitas Airlangga pada umumnya dan manajemen Perhotelan pada khususnya.
3. Memperoleh tenaga kerja yang sesuai bidangnya, dan dapat direkrut menjadi karyawan sehingga tidak perlu merekrut tenaga kerja mulai dari awal.

d. Manfaat bagi pembaca

1. Menambah wawasan pembaca akan bidang perhotelan pada umumnya, terutama pada *sales and marketing department*.
2. Sebagai bahan pertimbangan pembaca untuk menentukan *passion* yang dimiliki.
3. Pembaca dapat mengetahui kendala, serta masalah-masalah yang ada pada bidang *sales marketing*.
4. Pembaca dapat menyiapkan diri sebagai bekal membuat tugas akhir dan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.

Sesuai dengan tabel 1.1 Rencana Kegiatan Praktik Kerja Lapangan berikut pembahasannya;

1. Pembekalan

Pembekalan dilangsungkan pada minggu pertama bulan November, pembekalan dibimbing oleh koordinator program studi manajemen perhotelan. Pembekalan ini dimaksudkan untuk memberi motivasi kepada mahasiswa yang akan melaksanakan PKL serta memberi masukan dan saran dalam menghadapi proses seleksi wawancara. Pembekalan juga sangat diperlukan oleh mahasiswa sebab pembekalan berguna sebagai acuan para mahasiswa untuk mencari tempat PKL yang cocok. Selama pembekalan mahasiswa juga diberitahu tentang teknis pengisian laporan PKL, penyusunan tugas akhir.

2. Pencarian Informasi

Pencarian Informasi tempat pelaksanaan PKL sudah dapat dimulai pada bulan November. Mahasiswa dapat memilih hotel mana yang akan dijadikan sebagai tempat PKL. Pencarian informasi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dapat langsung menghubungi bagian HRD hotel yang dituju atau mencari informasi melalui kakak tingkat atau dosen yang bersangkutan.

3. Permohonan Pengajuan ijin

Permohonan Pengajuan ijin melaksanakan PKL didapatkan dari pihak akademik kampus. Persyaratannya adalah mahasiswa diwajibkan menyelesaikan sejumlah 100 sks, foto copy ktm, serta fotokopi kartu hasil studi terakhir. Surat permohonan pengajuan ijin melaksanakan PKL dapat difungsikan sebagai surat pengantar bahwa mahasiswa yang bersangkutan benar merupakan mahasiswa yang akan melaksanakan PKL.

4. Melengkapi Syarat-Syarat

Setelah menemukan tempat PKL yang cocok, mahasiswa harus melengkapi segala persyaratan yang diajukan oleh pihak hotel. Di Bumi Surabaya City Resort persyaratan PKL antara lain;

- Surat Permohonan OJT dari Kampus
- Data Riwayat Hidup
- Kartu Hasil Studi Terakhir
- Foto berwarna ukuran 4x6 (2 lembar)
- Foto copy kartu tanda mahasiswa
- Foto copy KTP
- Surat ijin dari orang tua
- Surat keterangan sehat dari dokter dan riwayat penyakit yang ditanda tangani oleh orang tua

Di hotel Bumi Surabaya City Resort semua persyaratan tersebut harus dipenuhi selambat-lambatnya pada minggu pertama bulan Desember.

5. Wawancara

Seleksi wawancara dilakukan pada minggu pertama bulan Desember, tepatnya di tanggal 4, 5, dan 6. Wawancara tersebut dilaksanakan di hotel Bumi Surabaya City Resort bertempat di ruangan Tavern yang terletak di lantai 1. Proses wawancara berlangsung pukul 09.30 WIB hingga pukul 16.00 WIB.

6. Pelaksanaan Orientasi

Setelah dinyatakan lolos oleh pihak HRD hotel Bumi Surabaya City Resort kemudian dilaksanakan proses orientasi. Orientasi dilaksanakan pada minggu kedua dan ketiga bulan Desember. Program orientasi dimaksudkan untuk mengenalkan hotel Bumi Surabaya City Resort kepada *trainee* serta memberi gambaran umum teknis pelaksanaan PKL.

7. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

PKL di Hotel Bumi Surabaya City Resort dilaksanakan pada tanggal 12 Januari 2018 hingga 11 Juli 2018. Selama masa PKL *trainee* diwajibkan untuk mematuhi seluruh peraturan dan tata tertib yang telah disepakati pada saat orientasi. Pada Departemen *Sales and Marketing* para *trainee* diwajibkan untuk mempelajari segala sesuatu yang sudah tertera dalam *Task List*.

Gambar 1.1 *Task List Sales and Marketing Department*

Name		Departmental Trainee's Task List		Doing																																			
Department		Mentor	Training Activities																												Date								
Period			Month 1																												Start	End							
Task List			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	2	3				
General Orientation		Bordan																																					
Grooming & Hygiene		Isa																																					
Basic Telephone Skills		Isa																																					
The Way Hotel Works		Isa																																					
Company Profile		Isa																																					
Company Culture		Isa																																					
Company Strategy		Bordan																																					
Fire Training		Isa																																					
ISCR Presentation		Isa																																					
Guidance how to use toilet		Bordan																																					
Condition of internship		Isa																																					
Trainee Policy & Procedure		Isa																																					
Trainee Disciplinary Action		Isa																																					
Trainee Agreement		Isa																																					
Trainee Evaluation		Isa																																					
Hotel Facilities		Isa																																					
Use The Hotel		Isa																																					
introduce all areas staff		Hana																																					
How to know sales staff segment		Hana																																					
How to know other department related catering		Sonya																																					
How to answer the phone		Hana																																					
How to operate photo copy		Hana																																					
How to operate fax machine		Hana																																					
How to use server "Z" at computer		Sonya																																					
How to use speed dial book		onyia / Hana																																					
How to send file to Accounting		Sonya																																					
How to know event process		Sonya																																					
How to file data		Sonya																																					

Sumber : Dokumen Pribadi

8. Pembagian Dosen Pembimbing

Pembagian dosen pembimbing dilaksanakan pada minggu pertama bulan Januari.

9. Penentuan Judul Tugas Akhir

Sangat sulit untuk menentukan sebuah judul tugas akhir. Mahasiswa harus mampu menemukan masalah krusial yang sangat cocok untuk diteliti dalam departemennya selama melaksanakan PKL.

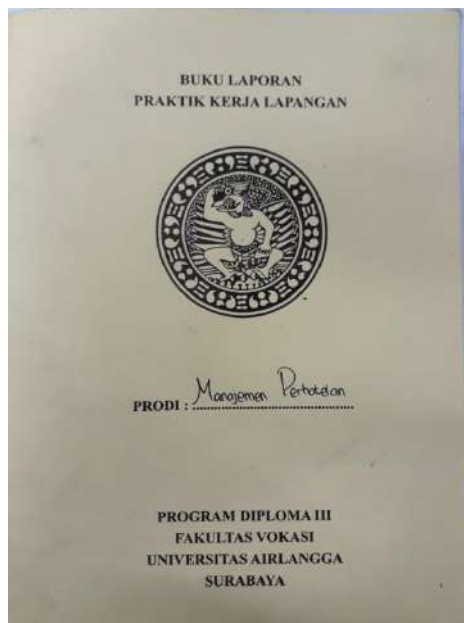
10. Penyusunan Tugas Akhir

Penyusunan tugas akhir sudah dapat dilaksanakan ketika sudah menemukan judul yang pas. Lamanya pengerjaan tugas akhir juga tergantung oleh mahasiswa yang bersangkutan. Akan tetapi batas pengumpulan tugas akhir paling lambat yaitu pada tanggal 8 Juni 2018.

11. Penyusunan Laporan PKL

Penyusunan laporan PKL dapat dilakukan setiap hari selama masa PKL. Mahasiswa akan diberikan buku kuning sebagai pencatatan laporan kegiatan harian selama masa PKL dimana buku kuning tersebut wajib di tandatangani oleh *Supervisor* atau *Manager* departemen yang bersangkutan.

Gambar 1.2 Buku Laporan PKL



Sumber : Data Pribadi

12. Pengumpulan Laporan PKL

Pengumpulan Laporan PKL wajib dikumpulkan paling lambat pada 8 Juni 2018. Laporan PKL juga merupakan acuan dosen sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan nilai yang pantas untuk mahasiswa yang bersangkutan.

13. Pengumpulan Tugas Akhir

Sama seperti laporan PKL, pengumpulan tugas akhir juga dikumpulkan paling lambat pada 8 Juni 2018 dalam bentuk hard copy yang telah disetujui oleh pihak hotel maupun dosen yang bersangkutan.

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

2.1 Sejarah Singkat Bumi Surabaya City Resort

Hotel Bumi Surabaya sebelumnya telah dikenal dengan nama Hyatt Regency atau Bumi Hyatt Regency Surabaya. Hotel ini pertama kali diresmikan pada tanggal 16 Desember 1979 oleh Menteri Perhubungan Roesmin Noerjadin. Setelah melewati masa *Commercial Operation*, Hyatt regency memperoleh Izin Usaha Tetap No.104/T/PARPOSTEL/1990 tanggal 12 Februari 1990 yang dikeluarkan oleh Ketua Badan Koordinasi Penanaman Modal atau BKPM atas nama Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi.

Tahun 1989 Bumi Hyatt Surabaya berubah menjadi Hyatt Regency Surabaya memiliki lambang berupa garis kres. Pada bulan November 1993 Hyatt Regency Surabaya melakukan perluasan gedung sebagai salah satu strategi untuk memuaskan para konsumen. Pada waktu itu Gubernur KDH Tk.I Jawa Timur, bapak Soelarso juga sempat melakukan kunjungan kerja di proyek pembangunan hotel ini pada tanggal 20 November 1993. Peresmian proyek ini dilakukan oleh bapak Joop Ave selaku Menteri PARPOSTEL dan bapak Susilo Soedarman selaku Menko Polkam. Peresmian ini bertepatan dengan ulang tahun Hyatt Regency Surabaya yang ke – 14.

Pembangunan fisik perluasan hotel sesuai dengan jadwal yaitu bulan November 1993, secara prinsip telah dapat diselesaikan, baik bangunan Regency Tower, Apartment, maupun Gedung perkantoran.

Pada tahun 2008 Hyatt Regency Surabaya berubah nama menjadi Hotel Bumi Surabaya yang dikelola langsung oleh PT. Bumiputera Wisata. Tahun 2013 menjadi tahun yang sangat spesial untuk Hotel Bumi Surabaya, dimana mereka mengganti nama baru, dengan logo baru serta branding baru yaitu Hotel Bumi Surabaya City Resort yang biasa disingkat menjadi BiSCR dengan berlogokan daun semanggi serta branding “*stay with friendliest*”

2.2 Profil Bumi Surabaya City Resort

2.2.1 Gambaran Umum Bumi Surabaya City Resort

Gambar 2.1 Hotel Bumi Surabaya



Sumber : Internal hotel Bumi Surabaya City Resort

Nama Perusahaan	: PT. Bumiputera Wisata
Nama Hotel	: Bumi Surabaya City resort
Alamat	: Jl. Jend. Basuki Rakhmat 106 – 128 Surabaya 60271
Telepon	: (031) 531 1234
Website	: www.bumisurabaya.com
Instagram	: @Bumisurabaya
Facebook	: Bumi Surabaya City Resort
Google Plus	: Bumi Surabaya City Resort
Twitter	: @BumiSurabaya

Hotel Hyatt Regency Surabaya Merupakan hotel bintang lima pertama yang ada di Surabaya, dan pada tanggal 1 November 2008 hotel Hyatt Regency Surabaya berganti nama menjadi Hotel Bumi Surabaya, dengan pergantian nama tersebut berarti Hotel Bumi Surabaya sudah tidak lagi menjadi bagian dari Hyatt Regency. Hotel Bumi Surabaya sekarang berada di bawah naungan PT. Bumiputera Wisata. Seluruh manajemen yang awalnya milik Hyatt Regency, kini telah beralih menjadi manajemen Bumi Surabaya City Resort sendiri.

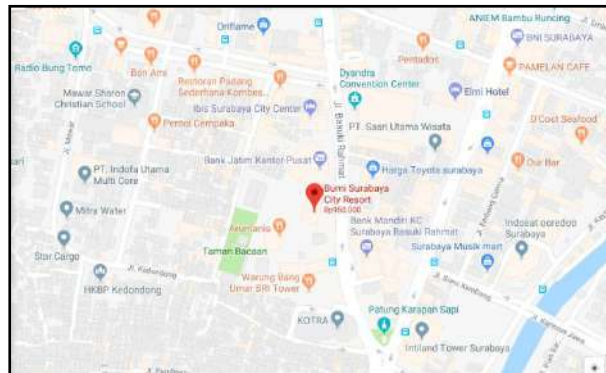
Hotel ini merupakan satu-satunya hotel berbintang lima yang berada di pusat kota Surabaya yang mengusung hotel resort. Bumi Surabaya City Resort memiliki beberapa ruang terbuka. Setelah berganti nama, hotel ini memiliki 242 kamar termasuk *apartment*. Selain kamar, Hotel Bumi Surabaya juga memiliki gedung yang disewakan untuk perkantoran dan memiliki 6 lantai yang disebut dengan Graha Bumi Surabaya.

Bumi Surabaya City Resort, memiliki ciri khas yang dapat dibedakan dengan hotel berbintang lima lainnya di Surabaya, diantara lain yaitu seluruh ruangan di area hotel Bumi Surabaya City Resot memiliki aroma khas dari sereh dan jahe. Selain itu ciri khas lain yang dimiliki hotel ini adalah lantunan musik jawa tradisional yang memberikan kesan tradisinonal, alunan musik tersebut dapat terdengar diseluruh area hotel, maupun dilorong kantor. Dari segi penampilan karyawan, karyawan dituntut untuk selalu tampil *fresh* dan rapi serta untuk para karyawan wanita diwajibkan untuk memakai bunga kamboja sebagai ciri khas para karyawan hotel Bumi Surabaya City Resort.

2.2.2 Lokasi Bumi Surabaya City Resort

Berlokasikan di Jl. Jend. Basuki Rahmat No. 106 – 128. Hotel Bumi Surabaya City Resort memiliki Lokasi yang strategis, yaitu berada tepat di pusat kota Surabaya, dekat dengan pusat perbelanjaan (Tunjungan Plaza) dan kantor perusahaan–perusahaan nasional maupun internasional. Lokasi ini berjarak 20 km dari bandara Internasional Juanda, 7 km dari pelabuhan Tanjung Perak, dan 5 km dari stasiun Kereta Api Gubeng Surabaya

Gambar : 2.2 Lokasi Hotel Bumi Surabaya City Resort



Sumber : Sources Google

2.2.3 Strategi Perusahaan hotel Bumi Surabaya City Resort

- **Visi**

“To be recognized as the friendliest hotel in town”

Dikenal sebagai hotel paling ramah di kota ini.

- **Misi**

“Hotel Bumi Surabaya will deliver a consistent level of product and service which is excellent, innovative and customer deliver”

Hotel Bumi Surabaya akan secara konsisten memberikan produk layanan terbaik, inovatif, dan berdasarkan keinginan pelanggan.

- **Tujuan**

“ Be the top 3 amongst 5 stars hotels in town by market share, profitability and customer perception”

Menjadi salah satu 3 besar dari hotel bintang 5 di kota dalam hal perolehan pasar, keuntungan dan persepsi pelanggan.

- **Taktik**

a) *Maximising the usage of all our sense in every single step to exceed guest’s expectation in 3 steps; satisfy their eyes, satisfy their ears, satisfy their tongue*

- b) *Delivery our brand promise “Stay with the friendliest”*
- a) Memaksimalkan penggunaan semua panca indera di setiap langkah untuk melampaui harapan pelanggan, melalui 3 langkah sederhana yaitu, puaskan matanya, puaskan telinganya, dan puaskan lidahnya.
- b) Menyampaikan *brand promise* Bumi Surabaya City Resort “*Stay with friendliest*”

2.2.4 Fasilitas Bumi Surabaya City Resort

2.2.4.1 Akomodasi

Bumi Surabaya City Resort memiliki 242 kamar, dan memiliki 7 jenis kamar diantara lain *classic room, classic club room, classic suite room, classic executive suite room, classic penthouse, single apartement* dan *double apartement* yang memiliki ukuran dan jenis yang berbeda. berikut merupakan rincian kamar – kamar tersebut :

Tabel 2.1 Jenis dan Jumlah Kamar Hotel Bumi Surabaya City Resort

Jenis Kamar	Jumlah Kamar
<i>Classic Twin Room</i>	36
<i>Classic King Room</i>	119
<i>Classic Club Twin Room</i>	16
<i>Classic Club King Room</i>	47
<i>Classic Suite</i>	8
<i>Classic Executive Suite</i>	2
<i>Classic Penthouse</i>	2
<i>Classic Single Apartment</i>	4
<i>Classic Double Apartment</i>	8

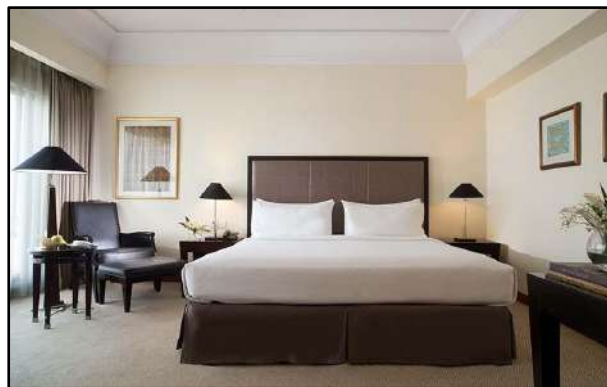
Sumber : Internal Hotel Bumi Surabaya

A *Classic Room*

Classic room merupakan tipe kamar terendah yang ada di hotel Bumi Surabaya City Resort. Memiliki luas 42 meter persegi *classic room* dilengkapi dengan AC, LED TV dengan 64 *channel* nasional dan Internasional, *hairdryer*, timbangan badan, mini bar, *bathrobe*, *bedroom slippers*, *save deposit box*, *bathup*, *standing shower*, telepon, serta perlengkapan penunjang lainnya. Setiap konsumen yang menginap akan mendapatkan *complimentary welcome fruit* dimana berisikan buah buahan segar, beberapa botol air mineral, serta *coffee and tea set*.

Classic Room ini dibanderol dengan harga Rp 1.800.000,- net per kamar per malam. Pada kamar jenis ini terdapat 26 kamar dengan ukuran *bed twin* dan 119 kamar dengan ukuran *bed king*. Ada 36 kamar khusus untuk perokok tersedia di lantai 6, 7, dan 8, para perokok dapat bebas merokok di dalam kamar.

Gambar 2.3 *Classic Room*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

B *Classic Club Room*

Classic Club Room dibanderol dengan harga Rp 2.100.000,- net per kamar per malam. Konsumen dapat menikmati fasilitas mewah seperti “hotel didalam hotel”. Pada tipe kamar ini hanya terletak di lantai 23 keatas. Konsumen yang menginap di kamar *classic club room* dapat menikmati santap pagi di *club lounge* yang ada khusus di lantai 23. Setiap konsumen yang menginap di tipe kamar *classic club room* juga mendapatkan *complimentary cocktail* setiap sore hari, *coffee and tea service*,

welcome fruit dan beberapa botol air mineral. *Benefit* lainnya yaitu dapat menggunakan fasilitas *boardroom* berkapasitas 6 hingga 10 orang yang terdapat di *area club lounge*.

Gambar 2.4 *Classic Club room*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

C *Classic Suite Room*

Classic suite room dibanderol dengan harga Rp 7.500.000,- net per kamar per malam. Kamar jenis ini memiliki luas 82 meter persegi dan memiliki fasilitas yang cukup lengkap diantara lain yaitu ruang tamu yang terpisah dengan tempat tidur, kamar mandi yang masing masing memiliki *bath up* serta *standing shower*. Untuk fasilitas lainnya tidak jauh berbeda dengan tipe kamar *classic club room*.

Gambar 2.5 *Classic Suite Room*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

D Classic Executive Room

Tipe kamar mewah ini dibanderol dengan harga Rp 8.500.000,- net per kamar per malam. Berukuran 125 meter persegi, kamar ini dilengkapi dengan fasilitas penunjang seperti ruang tamu yang terpisah dengan tempat tidur. Tamu yang menginap di tipe kamar ini akan diperlakukan selayaknya sebagai *VIP guest*. Tamu juga dapat menikmati fasilitas yang ada di Club Lounge. Dengan ukurannya yang luas kamar ini juga dilengkapi ruangan khusus untuk menyetrিকা, dan menyimpan baju, ukuran kamar mandi juga lebih luas dibandingkan dengan tipe kamar di bawahnya.

Gambar 2.6 *Classic Executive Room*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

E Classic Penthouse

Classic penthouse merupakan tipe kamar termahal yang ada di Hotel Bumi Surabaya. Dibanderol dengan harga Rp 17.500.000,- net per kamar per malam, tipe kamar ini hanya memiliki dua kamar yang masing-masing memiliki konsep yang berbeda yaitu *Traditional Chinese* dan *Traditional Javanese*. Kamar ini terletak di lantai 26 hotel Bumi Surabaya City Resort

Memiliki luas 250 meter persegi, kamar ini memiliki dua lantai yang dihubungkan dengan tangga di dalam ruangan, selain itu kamar ini juga memiliki dua kamar tidur, ruang tamu, ruang makan, ruangan khusus untuk sekretaris, teras pribadi, kamar mandi yang lebih luas dengan *Jacuzzi* didalamnya, dan dua *garden chairs*.

sama seperti tipe kamar *classic executive room*, *classic penthouse* juga diberikan fasilitas yang sama selayaknya *VIP guest* dan dapat mengakses *club lounge*.

Gambar 2.7 *Classic Penthouse*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

F Classic Apartment

Classic apartment memiliki dua tipe yang berbeda yaitu *single apartment* dengan luas 65 meter persegi dan *double apartment* yang memiliki luas 140 meter persegi. Pada tipe *single apartment* memiliki fasilitas satu kamar tidur dengan ruang tamu, dapur pribadi dan teras yang memiliki dua kursi untuk bersantai. *Double apartment* memiliki dua lantai yang dihubungkan dengan tangga didalam ruangan, dua kamar tidur, ruang tamu, ruang makan, dapur pribadi, seta teras yang memiliki dua kursi untuk bersantai. Selain fasilitas tersebut *classic apartment* juga memiliki *standart amenities* dan *guest supplies*

Classic apartment terletak di lantai tiga bangunan lama Hotel Bumi Surabaya City Resort. Untuk tipe *single apartment* dibanderol dengan harga Rp 39.000.000,- net sedangkan *double apartment* dibanderol dengan harga Rp 59.000.000,- net. *Apartment* ini hanya dikhususkan untuk tamu yang ingin menginap dalam jangka waktu yang lama.

Gambar 2.8 *Classic Apartment*

Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

2.2.4.2 Restaurant And Lounge

Restaurant and lounge merupakan fasilitas yang dapat dipergunakan tamu yang menginap ataupun tamu yang tidak menginap untuk menikmati makanan atau minuman serta kudapan ringan. Setiap hotel berbintang pasti memiliki *restaurant* yang dapat dinikmati oleh tamu dengan nuansa-nuansa yang berbeda. Berikut adalah restoran dan *lounge* yang dimiliki Bumi Surabaya City Resort:

A. Siti Inggil Restaurant

Siti Inggil Restoran terletak di bagian *outdoor* Bumi Surabaya City Resort tepatnya berada dekat dengan taman Majapahit serta berhadapan dengan Arumanis restoran. Lokasinya sangat asri, dihiasi oleh pepohonan dan tumbuhan sehingga menjadikannya lebih sejuk. Restoran ini memiliki konsep tradisional Jawa dengan sajian berbagai masakan khas Jawa serta dekorasi ruangan yang kental dengan budaya Jawa. Selain itu, konsep *live station* atau dapur terbuka menjadi daya tarik tersendiri karena pengunjung dapat melihat secara langsung *chef* yang sedang memasak sembari menikmati masakan.

Selain dapat menikmati menu dengan cara *ala carte* para pengunjung juga dapat menikmati sajian makanan dengan cara *package all you can eat* dengan harga

Rp 199.791,- net per orang. *Package all you can eat* adalah sebuah konsep baru Hotel Bumi Surabaya City Resort dimana tiga restoran yaitu Siti Inggil, Arumanis dan Kizahashi menjadi satu seperti Pasar Tradisional.

Kapasitas : 80 tempat duduk
 Hari Buka : Senin s/d Minggu
 Jam Buka : 06.00-10.00 Pagi (*Breakfast*)
 12.00-15.00 Siang (*Lunch*)
 18.00-22.00 Malam (*Dinner*)

Gambar 2.9 Siti Inggil Restaurant



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

B. Arumanis Restaurant

Arumanis restoran terletak di lantai dasar Bumi Surabaya City Resort, bersebelahan dengan Kisahazhi restoran dan berhadapan dengan Siti Inggil. Perpaduan konsep China dan Indonesia membuat restoran ini terlihat sangat menarik dan enak untuk dipandang ditambah dengan alunan musik tradisional yang menyejukkan hati membuat Arumanis restoran semakin nyaman. Selain itu para pramusaji juga mengenakan busana khas nusantara.

Menu yang disajikan dalam restoran ini sama seperti konsep yang diusung yaitu menyediakan menu *chinese* dan *indonesian food*. Ada lebih dari 30 menu yang di sediakan restoran ini. Sama seperti Siti Inggil restoran tamu di persilahkan untuk

memilih dan mengambil menu sendiri, makanan yang ada di restoran ini di sajikan secara *buffet* atau *ala carte*.

Kapasitas	: 90 kursi
Hari Buka	: Senin sampai Minggu
Jam Buka	: 06.00-10.00 Pagi (<i>Breakfast</i>) 12.00-15.00 Siang (<i>Lunch</i>) 18.00-22.00 Malam (<i>Dinner</i>)

Gambar 2.10 Arumanis Restaurant



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

C. Cascades Restaurant

Restoran yang hanya buka saat *dinner* ini terletak di lantai tiga dekat dengan area *swimming pool* dan *primavera*. Pengunjung hanya perlu naik menggunakan lift ke lantai tiga melewati *primavera* dan *swimming pool*. Restoran ini menyajikan menu *western* khususnya *Italian food* dengan menu andalan *pizza*, dan *stone grill cooking*.

Kapasitas	: 60 set pada area ruang makan 48 set pada area Gazebo
Hari Buka	: Senin sampai Minggu
Jam Buka	: 18.00-22.00 Malam (<i>Dinner</i>)

Gambar 2.11 Cascades Restaurant



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

D. Kizahashi Japanese Restaurant

Restoran dengan menu andalan *Teppanyaki*, *Shabu Shabu*, dan *Sushi* ini terletak di lantai dasar Hotel Bumi Surabaya City Resort dimana bersebelahan dengan Arumanis dan Siti Inggil. Pengunjung dapat menikmati menu khas ala Jepang dengan nuansa, dekorasi, cara penyajian, *uniform* pramusaji dan tempat makan di buat semirip mungkin selayaknya restoran Jepang. Kizahashi memiliki lebih dari 15 menu dengan suguhan *live show* memasak *Teppanyaki* ala Jepang.

Kapasitas	: 125 kursi
Hari Buka	: Senin sampai Minggu
Jam Buka	: 6.00-10.00 Pagi (<i>Breakfast</i>) 12.00-15.00 Siang (<i>Lunch</i>) 18.00-22.00 Malam (<i>Dinner</i>)

Gambar 2.12 Kizahashi Restaurant



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

E. Lobby Lounge

Lobby Lounge merupakan *outlet* yang hanya menyajikan minuman serta makanan ringan saja. Pengunjung dapat menikmati Suasana Hotel Bumi Surabaya City Resort pada area *indoor* ataupun *outdoor*. *Lobby Lounge* terletak di lantai dasar dimana area *indoor* berhadapan dengan Delicatessen dan area *outdoor* berhadapan dengan Majapahit *Garden*. tempat ini sangat cocok untuk bersantai serta berbincang bincang.

Kapasitas : 25 kursi
Jam Buka : Senin s/d Jum'at pukul 09.00-22.00 WIB
Sabtu & Minggu pukul 12.00-20.00 WIB

Gambar 2.13 *Lobby Lounge*

Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

F. Delicatessen

Terletak berhadapan dengan Lobby Lounge yang berada di lantai dasar, Delicatessen menawarkan berbagai macam *cake and cookies*, selain itu menu yang paling banyak diminati oleh pengunjung adalah *ice cream gelato* seharga Rp 25.000,- net per cup, serabi dengan harga Rp 15.000,- net per pcs dan kue leker.

Jam Buka : Senin sampai Minggu jam 09.00-22.00 malam

Gambar 2.14 Delicatessen



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

G. Club Longue

Club Lounge terletak di lantai 23, hanya tamu yang menginap di tipe kamar *classic club room* keatas saja yang dapat menikmati fasilitas yang ada di dalam *the club lounge* ini. Fasilitas yang ada di *The Club Room* antara lain, *private check in and check out, continental breakfast, evening cocktail, coffe and tea services*, dan penggunaan *boardroom* dengan kapasitas 6 hingga 10 orang selama dua jam tanpa ada biaya tambahan.

Jam Operasional : Senin Sampai Minggu
Continental Breakfast (06.00-11.30)
Evening Cocktail (17.00-20.00)

Gambar 2.15 *The Club Longue*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

2.2.4.3 Recreation And Leisure

Bumi Surabaya City Resort menyediakan berbagai fasilitas penunjang untuk berolahraga dan melakukan relaksasi diantaranya yaitu, Club Olympia, *Swimming pool* dan Asia Spa. Para tamu dapat melakukan kegiatan olahraga seperti berenang, tenis, *jogging, aerobic*, dan lain sebagainya. Selain itu untuk Relaksasi, para tamu dapat menikmati fasilitas spa, *Massage* yang disediakan hotel ini. Berbagai fasilitas tersebut berada di lantai 3 Bumi Surabaya City Resort.

A. *Club Olympia*

Club Olympia merupakan fasilitas kebugaran yang ada di Bumi Surabaya City Resort dimana terdapat berbagai macam alat kebugaran, squash, lapangan tenis serta ruangan khusus untuk aerobic. Selain tamu yang menginap di hotel fasilitas ini juga dibuka untuk umum dan menyediakan paket dengan promo khusus untuk membeinya tak jarang juga Hotel Bumi Surabaya City Resort mengadakan *member gathering* untuk para member setianya.

Gambar 2.16 *Club Olympia*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

B. *Swimming Pool*

Swimming pool terletak berdekatan dengan Primavera dan Cascades restoran yang terdapat di lantai 3. Area ini memiliki dua kolam untuk dewasa dan anak-anak. Selain itu di area *swimming pool* terdapat beberapa gazebo. Fasilitas ini juga dapat dinikmati oleh umum.

Gambar 2.17 *Swimming Pool*

Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

C. **Asia Spa**

Asia Spa memiliki konsep tradisional Indonesia dengan bahan-bahan *massage* dan aroma khas yang membuat badan semakin rileks. Spa ini menyediakan berbagai macam paket *body massage* yang dapat memanjakan tamu. Asia Spa terletak di lantai 3 Bumi Surabaya City Resort, lebih tepatnya di belakang area tamansari.

Gambar 2.18 Asia SPA



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

D. **Business Center**

Business Center Bumi Surabaya City Resort terletak di lantai dasar, dekat dengan area *reception*. Business center ini menyediakan berbagai layanan seperti foto

copy, scan, fax, print, dan lain lain. Di dalam *business centre* terdapat dua *meeting room* berkapasitas 6-10 orang. Ruangan ini disewakan per jam, apabila tamu menginginkan makanan ringan maka tamu harus membayar secara *ala carte*.

Gambar 2.19 *Business Centre*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

E. Parking Area

Area parkir yang dimiliki Bumi Surabaya City Resort dapat menampung sekitar 400 mobil, dan memiliki dua lantai, selain itu Bumi Surabaya City Resort juga memiliki area parkir sepeda motor untuk karyawan dan tamu. Area parkir ini dikelola oleh *secure parking* dan berbayar dimana 3-5 jam pertama dikenakan tarif dasar kemudian di jam selanjutnya akan bertambah sesuai dengan lamanya parkir.

Gambar 2.20 *Parking Area*



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

F. Masjid Nurul Iman

Bumi Surabaya City Resort memiliki sebuah Masjid bernama Nurul Iman yang terletak di sebelah area parkir pengunjung. Masjid ini mampu menampung sekitar 100 orang jamaah dan memiliki dua area wudhu untuk perempuan dan laki-laki. Pada hari jumat biasanya masjid Nurul Iman ini di gunakan sebagai tempat melaksanakan sholat jumat untuk karyawan hotel maupun warga sekitar.

Gambar 2.21 Masjid Nurul Iman



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

2.2.4.4 Function Room

Function Room merupakan fasilitas di Hotel Bumi Surabaya City Resort yang disewakan untuk keperluan *meeting*/seminar maupun *event* dengan berbagai macam package antara lain ;

- *Coffee break package at Rp 200.000,- net per person*
- *Lunch or dinner package at Rp 320.000,- net per person*
- *1x coffee break and lunch or dinner at Rp 350.000,- net per person*
- *2x coffee breaks, and lunch or dinner at Rp 380.000,- net per person*
- *1x coffee break, lunch and dinner at Rp 500.000,- net per person*
- *2x coffee breaks, lunch and dinner at Rp 570.000,- net per person*
- *3x coffee breaks, lunch and dinner at Rp 600.000,- net per person*

Memiliki 13 ruangan dengan daya tampung yang berbeda-beda berikut merupakan rician berbagai function room yang ada di Hotel Bumi Surabaya City Resort.

Tabel 2.2 Kapasitas *Function Room*

Room	Set – Up					
	Classroom Style	Theatre	U-Shape Style	Cocktail	Buffet	Round Table
Isyana Ballroom	350	800	180	800	770	500
Isyana Room	150	500	100	450	370	250
Rajasa Room	100	200	75	250	200	100
Airlangga Room	100	200	80	150	130	120
Gajahmada Room	45	80	35	75	70	50
Wijaya Room	20	50	22	20	20	20
Primavera	40	100	30	125	50	40
The Tavern	-	100	-	150	-	-
Trowulan 1	20	40	20	40	30	20
Trowulan 2	20	40	20	40	30	20
Trowulan 3	30	80	30	50	50	50
Tamansari	-	-	-	300	300	200

Sumber : Internal Hotel Bumi Surabaya

Tabel 2.3 Ukuran *Function Room*

Room	Back Drop Size	Banner Size	Stage Size	Meter	Ceiling Height
Isyana Ballroom	12x4	12x0,9	12x4,8x0,6	32x25	5
Isyana Room	7x4	7x0,9	7,2x4,8x0,6	32x16	5
Rajasa Room	6x4	6x0,9	6x2,4x0,6	32x9	5
Airlangga Room	6x2	6x0,9	6x2,4x0,4	15x15	2,8
Gajahmada Room	6x2	6x0,9	4,8x2,4x0,4	14x7	2,5
Primavera	-	-	6x2	12x5	2,5
The Tavern	-	-	-	13x6	-
Trowulan 1	-	-	-	10x5	2,3
Trowulan 2	-	-	-	7x10	2,3
Trowulan 3	-	-	-	7x10	2,3
Tamansari	-	-	-	9x10	-

Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

A. Isyana Ballroom

Isyana Ballroom merupakan *function room* terbesar yang ada di Hotel Bumi Surabaya City Resort City Resort. Ruangan ini dapat dipakai sebagai *venue wedding party*, seminar / meeting dan *exhibition* dengan jumlah peserta mencapai ratusan (menyesuaikan dengan tatanan ruangan). Tepat di depan Isyana Ballroom terdapat dua lorong yakni Jenggala dan Kahuripan sebagai *free function room*. Dua lorong tersebut dapat digunakan sebagai area *buffet* atau sebagai tempat untuk pameran. Disamping Isyana Ballroom juga terdapat *VIP room* dengan kapasitas terbatas. Isyana Ballroom dapat dibagi menjadi dua ruangan dengan sekat khusus yang disebut Isyana room dan Rajasa room, kedua ruangan tersebut dapat dipisahkan dengan sekat khusus. Apabila tamu hanya menyewa wuangannya saja maka akan dikenakan *room rental* seharga Rp 85.000.000,- net per hari

Gambar 2.22 Isyana Ballroom



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

B. Isyana Room

Merupakan 2/3 dari Isyana Ballroom. Isyana Room terletak di lantai dua bangunan main wing atau gedung lama Hotel Bumi Surabaya City Resort. Apabila tamu hanya menyewa ruangnya saja maka akan dikenakan *room rental* seharga Rp 60.000.000,- net per hari

Gambar 2.23 Isyana Room



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

C. **Rajasa Room**

Rajasa room terletak di lantai dua Bumi Surabaya City Resort. Ruangan ini merupakan 1/3 dari Isyana Ballroom. Harga *room rental* Rajasa room yaitu Rp 25.000.000,- net perhari

Gambar 2.24 Rajasa Room



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

D. **Airlangga Room**

Airlangga Room juga terletak di lantai dua Bumi Surabaya City Resort. Harga *room rental* Airlangga room yaitu Rp 20.000.000,- net perhari. Ruangan ini sangat spesial karena terdapat relief di dalam ruangnya.

Gambar 2.25 Airlangga Room



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

E. Gajahmada Room

Gajahmada room juga terletak di lantai dua Hotel Bumi Surabaya City Resort.

Harga *room rental* gajahmada room yaitu Rp 9.000.000,- net perhari

Gambar 2.26 Gajahmada Room



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

F. Wijaya Room

Ruangan meeting berkapasitas kecil ini terletak di lantai dua hotel Bumi Surabaya City Resort. Harga *room rental* untuk wijaya room adalah RP 6.000.000,- net perhari

Gambar 2.27 *Wijaya Room*

Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

G. *The Tavern*

The Tavern merupakan *function room* yang sudah memiliki *layout* termasuk panggung sejak dibangun. Sebelum menjadi *function room* yang biasa digunakan sebagai acara *social event* maupun *event-event* lainnya, ruangan ini sebelumnya adalah satu-satunya *bar* yang dimiliki Hotel Bumi Surabaya City Resort. Harga Room Rental untuk The Tavern yaitu Rp 25.000.000,- net per hari.

Gambar 2.28 *The Tavern*

Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

H. Primavera

Selain sebagai restaurant, primavera juga dapat digunakan sebagai function room. Primavera terletak di lantai tiga bangunan baru Hotel Bumi Surabaya City Resort berdekatan dengan area *swimming pool*, Tamansari *garden*, dan cascades restoran.

Gambar 2.29 Primavera



Sumber: Internal Hotel Bumi Surabaya

2.3 Deskripsi hasil PKL

2.3.1 Gambaran Umum *Sales & Marketing Department*

Sihite menyebutkan bahwa Sale adalah : menawarkan sesuatu produk kepada tamu, sebagai suatu pekerjaan atau kegiatan untuk menjadikan seseorang sebagai customer atau langganan. Jadi arti *sales* di sini adalah penjualan. Sedangkan *Marketing* adalah pemasaran dan apabila diterjemahkan adalah : “Usaha untuk memasyarakatkan hasil produksi perusahaan melalui berbagai cara agar hasil produksi tersebut banyak diminati oleh masyarakat luas”, (Sihite,1996:1).

Definisi yang lengkap dari manajemen yang terdapat dalam *Sales & Marketing Department*, menurut Sihite (1996:2) adalah ; “Merupakan suatu fungsi yang melaksanakan segala perencanaan, penugasan dan pengawasan terhadap kegiatan penjualan daripada suatu perusahaan, dalam hal penerimaan tenaga penjual

(*salesman*), seleksi (*recruiting*), pengaturan latihan (*training*), pengarahan (*supervise*), pengawasan (*control*), pembiayaan (*cost*), dan motivasi para *salesman*”.

Sales and Marketing Hotel Bumi Surabaya memiliki beberapa divisi yaitu Marcom (*Marketing Communication*), *Room Division*, dan *Catering Division*. ketiga divisi tersebut saling berkaitan guna mencapai tujuan perusahaan yakni memenuhi target *occupancy* baik kamar, fasilitas dan *function room* serta menjaga *brand image* perusahaan dimata para pengunjung dan *competitor*. Tugas utama Department *Sales and Marketing* adalah untuk meningkatkan revenue hotel serta menjalin hubungan baik dengan para *client dan customer*, karena *client* merupakan sumber utama pemasukan hotel.

Kekompakan sebuah team merupakan kemenangan yang sebenarnya. Oleh karena itu setiap departemen haruslah saling kompak dengan departemen yang lain. Hubungan antara departemen satu dengan yang lain juga merupakan hal utama dalam membangun citra sebuah perusahaan. *Sales Marketing* juga harus menjaga hubungan baik dengan departemen lain diantara lain;

a) *Accounting Department*

Dalam hal ini peran *accounting* department sangat krusial karena berhubungan dengan uang yang masuk kedalam hotel. *Accounting* juga membantu melakukan penagihan kepada *client* yang sebelumnya pernah melakukan *event* maupun MICE di Hotel Bumi Surabaya.

b) *Food and Beverage Department*

Meskipun F&B department dibagi menjadi dua bagian yaitu *F&B service* serta *F&B Product* keduanya memiliki peranan yang sama yaitu menjadi dagangan *sales marketing*. Dalam hal ini *F&B Product* menyiapkan makan baik untuk *event*, MICE ataupun di restoran. Sedangkan *F&B Service* bertugas untuk menyajikan makanan yang telah disiapkan termasuk memenuhi kebutuhan makan tamu. *Sales Marketing* bertugas untuk menjual paket makanan yang ada di hotel, kemudian F&B lah yang menyajikannya.

c) *Housekeeping Department*

Departemen ini bertugas untuk membersihkan dan memastikan bahwa area hotel tetap bersih dan rapi. Housekeeping juga bertanggung jawab bahwa function room tetap bersih. Selain itu para housekeeper juga membantu membersihkan area office sales marketing department.

d) *Front Office Department*

Sebagai bagian terdepan sebuah hotel, *Front Office Department* bertugas untuk menyambut para tamu yang masuk baik tamu event, MICE maupun tamu kamar Hotel Bumi Surabaya. Front Office department biasanya juga mengantarkan *client* seorang *sales person* ke *sales executive office*.

e) *Security Department*

Security Department mempunyai tugas utama yakni menjaga keamanan hotel. Untuk acara event atau MICE para *client* haruslah membuat *police license*, apabila *client* tersebut tidak dapat membuat *police license* sendiri maka pihak *security* hotel dapat membuatkan *police license* tersebut dengan biaya administrasi Rp 100.000,- net

f) *Purchasing Department*

Sales Marketing sangat membutuhkan department ini karena seluruh pembelian baik alat tulis kantor hingga barang barang yang diperlukan oleh divisi marcom harus melalui departemen ini.

g) *Information System Department*

Kebutuhan internet para tamu saat event atau MICE dapat dipenuhi oleh IS dengan membuat wifi dengan password sesuai dengan acara yang tengah berlangsung.

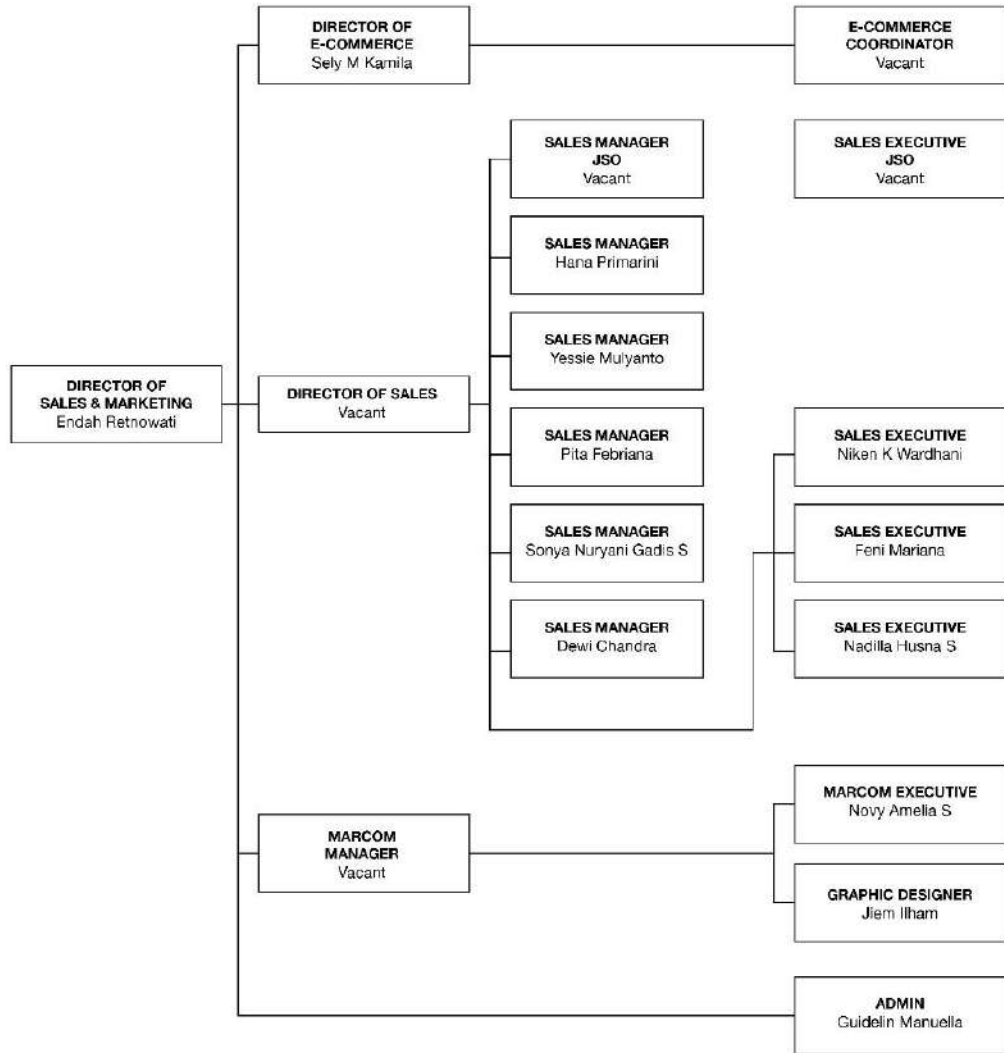
h) *Laundry Department*

Bagian ini bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian uniform para *sales person*

2.3.2 Struktur Organisasi Sales & Marketing Department

Gambar : 2.30 Struktur Organisasi Sales Marketing Department

SALES & MARKETING
ORGANIZATIONAL CHART



Sumber : Internal Hotel Bumi Surabaya

2.3.3 Job Description Sales & Marketing Department

Setiap pekerjaan memiliki tanggung jawab tugas masing-masing, tak berbeda dengan *Sales Marketing Department*. Sesuai dengan masing-masing divisi yang ada tentunya memiliki peran tersendiri sesuai dengan bidangnya. Berikut merupakan tugas dan tanggung jawab setiap divisi yang ada di *Sales Marketing Hotel Bumi Surabaya*;

a) *Room Division*

- Bertanggung jawab atas seluruh penjualan kamar baik melalui travel agent atau *direct* dengan *sales* yang bersangkutan.
- Membuat *contrac rate* dengan perusahaan-perusahaan tertentu
- Melakukan *sales call* ke perusahaan-perusahaan
- Memenuhi target revenue penjualan kamar
- Membuat *monthly report* yang dipertanggung jawabkan saat *sales meeting*
- Melakukan presentasi tentang hotel bumi Surabaya ke perusahaan yang memiliki potensi menginap atau melakukan *event* di Hotel Bumi Surabaya
- Membuat proposal serta confirmation letter untuk MICE (*Room Only*)
- Menjaga hubungan baik dengan para *client*
- Membuat group resume
- Membuat rooming list

b) *Catering Division*

- Bertanggung jawab atas seluruh penjualan *function room* yang ada di hotel Bumi Surabaya
- Memenuhi target *revenue* penggunaan *function room*
- Membuat proposal serta confirmation letter untuk *event* dan atau MICE
- Membuat *Function Order* atau *amandement letter*
- Menjalin hubungan baik dengan para *client*
- Menerima *bussines lead*

- Membuat dan mengirimkan *Catering Daily Forecast*
- Melakukan *sharing competitor event*
- Menjelaskan kepada *client* mengenai paket *meeting* atau *wedding*
- Membuat *banquet weekly report*
- Mengecek *banquet revenue reconcile* dari *accounting*

c) *Marcom Division*

- Bertanggung jawab atas seluruh akun social media Hotel Bumi Surabaya
- Melakukan photo taking di area Hotel Bumi Surabaya
- Membuat hotel promotion
- Membuat berbagai macam flyer atau brosur
- Bertanggung jawab membuat *event* internal hotel yang berhubungan dengan *client* seperti *member gathering* dan *media gathering*
- Membuat poster *promotion* Hotel Bumi Surabaya secara *continue*
- Menjalani kerjasama dengan berbagai media
- Mengirim *birthday cake* ke berbagai *media relation*
- Membuat *routing slip*
- Membuat *company profile*

Selain tugas dan tanggung jawab diatas ada beberapa kegiatan lain yang dilakukan seorang *sales person* yaitu; *Exhibition, Travel Agent Workshop, Table Top, Sales Call, New Call, Sales Blitz, Telemarketing, Feedback.*

2.4 Pembahasan Hasil Praktek Kerja Lapangan

2.4.1 Peran *Sales Marketing Department* dalam Bisnis Perhotelan

Sales Marketing memiliki peranan yang sangat krusial selain *accounting department*. Tugas utama department ini adalah untuk mencapai target *revenue* yang diinginkan perusahaan, oleh karenanya setiap *sales person* harus mampu mencapai target tersebut. Hal utama yang harus dilakukan adalah menjalin hubungan baik

kepada para *client* sehingga *client* tersebut menjadi loyal kepada hotel dengan cara sering melakukan *event* maupun MICE di Hotel Bumi Surabaya.

Brand Image sebuah hotel dapat menentukan citra hotel tersebut. Citra sebuah hotel dapat menentukan seseorang untuk memilih sebuah hotel yang ingin dia inapi maupun untuk membuat *event* atau MICE disana. Tentunya, sebuah *brand image* juga dapat menentukan harga pasar dari hotel tersebut. *Sales Marketing* Department ialah pionir dalam menunjukkan brand image perusahaan kepada para *client*.

2.4.2 Peran Client dalam Mewujudkan Pencapaian Target Revenue

Client / Guest merupakan satu-satunya sumber pemasukan utama hotel. Semakin banyak *business lead* yang diterima maka semakin besar kemungkinan *event* atau MICE yang diselenggarakan di Hotel Bumi Surabaya. Tentunya hal ini dapat membuat para *sales person* mampu untuk mewujudkan target *revenue* yang ditentukan oleh perusahaan.

Dilihat dari segi produktifitas ada empat kualifikasi *client (account)* yang digolongkan menurut Hotel Bumi Surabaya yaitu;

a) *Retention*

Adalah *account* regular hotel yang sering melakukan *event* ataupun MICE di Hotel Bumi Surabaya. *Account* jenis ini harus dipertahankan karena ialah sumber pemasukan utama yang selalui setia untuk menggunakan fasilitas yang ada di hotel Bumi Surabaya

b) *Development*

Account jenis ini memiliki potensi untuk terus menggunakan fasilitas yang ada, namun mereka masih cenderung untuk memilih hotel lain, oleh karenanya sebagai *sales person* harus dapat merangkul serta menjadikan kekurangan yang ada menjadi sebuah kelebihan.

c) *Aquicition*

Aquicition dapat disebut dengan *sleeping account* dimana mereka sudah lama tidak memakai Hotel Bumi Surabaya sebagai tujuan hotel yang utama. Dalam

kualifikasi ini *account* baru (perusahaan yang baru sekali menggunakan hotel Bumi Surabaya sebagai venue) juga termasuk dalam *Aquicition*.

d) *Others*

Account yang termasuk dalam kualifikasi ini ialah *account* yang tidak termasuk ketiga katagori diatas, *Account* jenis ini biasanya adalah tamu individu dan belum pernah menggunakan Hotel Bumi Surabaya sebelumnya.

2.4.3 Peran *Sales Marketing* dalam membangun loyalitas konsumen

Strategi merupakan landasan bagi seorang *sales person* dalam memenuhi target *revenue* yang akan dicapai. Strategi sangat dibutuhkan agar para konsumen merasa senang, loyal dan terus memakai jasa dan produk yang dihasilkan oleh hotel. Strategi yang kreatif dan unik menjadi daya tarik tersendiri dihati para konsumen. Berikut merupakan strategi yang dilakukan oleh *Sales Marketing Department* Hotel Bumi Surabaya untuk membagun loyalitas konsumen terhadap hotel adalah sebagai berikut:

- Memaksimalkan penggunaan semua panca indera di setiap langkah untuk melampaui harapan pelanggan, melalui tiga langkah sederhana yaitu, puaskan matanya yakni dengan cara menjaga kebersihan dan keindahan hotel, puaskan telinganya yakni seorang sales person harus memahami kebutuhan konsumen dan dapat menjadi pendengar yang baik, dan puaskan lidahnya yakni dengan cara menjaga cita rasa makanan yang menjadi ciri khas hotel. Strategi ini merupakan strategi dasar yang telah ditetapkan oleh Manajemen Hotel Bumi Surabaya dan dijalankan oleh seluruh karyawan Hotel Bumi Surabaya
- Membuat paket penawaran spesial baik itu penawaran kamar, *function room* ataupun restoran, sesuai dengan tema yang telah ditentukan. Misalnya paket penawaran spesial hari kemerdekaan yaitu menginap tiga malam dengan harga khusus.

Gambar 2.31 Promo Hari Kemerdekaan



Sumber : instagram @bumisurabaya

- Memberikan potongan harga kepada konsumen *regular* agar mereka tetap loyal kepada hotel. Contohnya saat meeting di hotel bumi Surabaya dengan minimum kuota yang ditentukan mendapatkan harga spesial dari harga *publish*.
- Mengikuti *wedding exhibition* yang diselenggarakan oleh pihak luar hotel, untuk mengenalkan kepada masyarakat bahwa *function room* hotel Bumi Surabaya dapat digunakan sebagai acara pernikahan. Akan tetapi pada tahun 2018 hotel bumi Surabaya tidak turut berpartisipasi karena anggaran untuk mengikuti *wedding exhibition* digunakan untuk membuat *wedding chapel*.
- Mengikuti *Travel Fair* yang diselenggarakan oleh pihak luar hotel, untuk mempromosikan kamar-kamar serta fasilitas yang ada di Hotel Bumi Surabaya. Salah satu contohnya adalah *Majapahit Travel Fair* yang dilangsungkan pada 13 April 2018 bertempat di hotel bumi Surabaya.

Gambar 2.32 *Majapahit Travel Fair*

Sumber : instagram @bumisurabaya

- Selalu rutin memberikan *hampers* ataupun *cake* setiap perayaan natal dan idul fitri kepada *corporate regular* yang selalu menggunakan hotel Bumi Surabaya sebagai hotel pilihan untuk menyewa kamar ataupun *meeting room*. Contoh *corporate* yang biasa menerima *hampers* ialah Bank Jatim, Bank Mandiri, dll.
- Selalu rutin melakukan *site inspection* terhadap hotel pesaing agar dapat melihat kekurangan dan kelebihan Hotel Bumi Surabaya.
- Mengadakan *customers gathering*, *media gathering* dan *foodies gathering* agar dapat lebih dekat dengan konsumen. berikut merupakan contoh *foodies gathering* yang diadakan pada tanggal 12 Juli 2018.

Gambar 2.33 *foodies gathering*

Sumber : instagram @bumisurabaya