

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat sebagai dampak adanya era globalisasi khususnya di Indonesia. Pariwisata Indonesia telah menjadi salah satunya sektor penting dalam berbagai bidang kehidupan seperti ekonomi, sosial, dan budaya. Dalam mendukung kegiatan kepariwisataan dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai diantaranya objek daya Tarik Wisata dan Hotel (Rusyidi, B., & Fedryansah, M. 2018). “Pariwisata adalah aktivitas pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu memberikan pengalaman bagi para wisatawan”. Pemerintah pusat, pemerintah daerah serta pengusaha sangat berperan adanya dalam untuk mendukung meningkatkan sarana dan prasana bagi wisatawan maupun yang asing seperti sarana akomodasi hotel, wisma, motel, dan sebagainya.

Hotel di Indonesia mempunyai berbagai macam mulai dari hotel bintang satu sampai dengan bintang Lima. Dimana semua hotel di Indonesia mempunyai produk dan fasilitas yang sama yang kami tawarkan kepada tamu. Hotel merupakan bagian yang sangat penting dalam ruang lingkup pariwisata, alasannya yakni hotel adalah salah satu tempat untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sebagai tempat untuk menginap saat untuk beristirahat. Yang bagaimana diungkapkan oleh Sulastiyono (2017:5). Menurut surat keputusan Menparpostel No. KM/37/PW/304/MPPT-86 Hotel adalah jenis tempat tinggal sementara yang digunakan Sebagian atau seluruh bangunan untuk menyiapkan jasa menginap, makanan dan minuman serta layanan lainnya fasilitas umum yang dikelola secara komersial.

Dan tidak juga jumlah hotel di Indonesia berkembang banyak dan cukup pesat pertumbuhan hotel di Indonesia terutama pada saat selesainya pandemi yaitu sebanyak 6,87% pada tahun 2022. Pesatnya tersebut juga terjadi karena adanya perkembangan pariwisata di Indonesia dan mempengaruhi jumlah wisatawan yang semakin banyak mengunjungi Indonesia. Berikut adalah data hotel yang ada di Indonesia dari tahun 2012 – 2022:



Gambar 1. 1 Jumlah Hotel Berbintang di Indonesia
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan grafik diatas, kita dapat melihat bahwa jumlah pertumbuhan hotel berbintang di Indonesia mulai dari tahun 2012 sampai 2022 meningkat pesat. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah Bintang hotel di Indonesia sebanyak 3.763unit pada 2022 jumlah itu naik sebanyak 6,87% jika dibandingkan tahun lalu yang sebanyak 3.521 unit. Seluruh hotel tersebut memiliki 358.833 kamar pada 2022. Jumlahnya juga mengalami kenaikan 3,99% dari tahun lalu yang hanya sebanyak 345.062 kamar.

Provinsi	Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia pada Hotel Bintang								
	Akomodasi			Kamar			Tempat Tidur		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
BANTEN	125,00	129,00	126,00	12 094,00	12 379,00	12 398,00	17 675,00	18 082,00	18 627,00
BALI	507,00	508,00	403,00	70 146,00	54 077,00	46 302,00	97 099,00	73 718,00	63 194,00
NUSA TENGGARA BARAT	72,00	71,00	63,00	5 173,00	5 396,00	4 997,00	7 991,00	8 063,00	7 562,00
NUSA TENGGARA TIMUR	30,00	35,00	34,00	2 243,00	2 586,00	2 628,00	3 766,00	4 267,00	4 088,00
KALIMANTAN BARAT	42,00	45,00	48,00	4 390,00	4 790,00	4 936,00	6 493,00	6 992,00	6 982,00
KALIMANTAN TENGAH	19,00	19,00	20,00	1 534,00	1 520,00	1 673,00	2 242,00	2 352,00	2 340,00
KALIMANTAN SELATAN	57,00	61,00	60,00	4 655,00	4 783,00	4 782,00	6 954,00	7 557,00	6 836,00
KALIMANTAN TIMUR	70,00	71,00	70,00	7 527,00	7 593,00	7 554,00	10 599,00	10 395,00	10 486,00
KALIMANTAN UTARA	6,00	7,00	7,00	323,00	323,00	411,00	518,00	425,00	593,00
SULAWESI UTARA	42,00	41,00	50,00	3 821,00	3 659,00	4 903,00	5 605,00	4 978,00	7 092,00
SULAWESI TENGAH	10,00	11,00	13,00	786,00	985,00	993,00	1 154,00	1 487,00	1 428,00
SULAWESI SELATAN	142,00	151,00	147,00	11 932,00	12 070,00	11 887,00	17 636,00	18 137,00	17 641,00
SULAWESI TENGGARA	21,00	23,00	25,00	1 634,00	1 680,00	1 819,00	2 505,00	2 610,00	2 789,00
GORONTALO	7,00	8,00	7,00	527,00	617,00	590,00	787,00	851,00	926,00
SULAWESI BARAT	7,00	7,00	3,00	429,00	429,00	109,00	679,00	700,00	148,00
MALUKU	20,00	20,00	22,00	1 254,00	1 196,00	1 272,00	1 846,00	1 583,00	1 780,00
MALUKU UTARA	4,00	9,00	11,00	394,00	575,00	664,00	671,00	955,00	999,00
PAPUA BARAT	18,00	19,00	19,00	1 293,00	1 331,00	1 362,00	1 871,00	2 153,00	2 037,00
PAPUA	35,00	38,00	43,00	2 519,00	2 858,00	3 193,00	3 902,00	4 127,00	4 573,00
INDONESIA	3 516,00	3 644,00	3 521,00	363 749,00	367 696,00	345 062,00	539 830,00	532 608,00	499 672,00

Gambar 1. 2 Data Fasilitas Hotel di Indonesia
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan grafik diatas kita dapat melihat bahwa jumlah pertumbuhan hotel dan fasilitas hotel di Indonesia mulai dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Badan pusat statistik (BPS) mencatat, jumlah tempat menginap di tahun 2019 sebanyak 3.516 lalu di tahun 2020 naik di tahun sebanyak 3.644 sedangkan di tahun selanjutnya tahun 2021 sebanyak 3.521, jumlah kamar di tahun 2019 sebanyak 363.749, tahun 2020 meningkat menjadi 367.696, dan tahun berikutnya turun lagi jumlah kamar menjadi 345.062, sedangkan kamar di tahun 2019 sebanyak 539.830, tahun 2020 turun 532.608 sedangkan di tahun 2021 turun sebanyak 499.672.

Untuk menaikkan dan mendapatkan keuntungan, para pengusaha harus mempunyai strategi baru agar dapat mempertahankan perusahaannya serta bersaing dengan pengusaha lain yang bergerak dibidang yang sama. Untuk mendapatkan keberhasilan sebuah hotel dalam menjual produk utamanya adalah kamar. Dapat dilihat dari banyaknya tingkat yang menginap di kamar hotel. Tingkat menginapnya seorang dikamar hotel merupakan suatu keadaan sampai sejauh mana pencapaian penjualan kamar. Dibandingkan adanya seluruh jumlah kamar yang tersedia.

Strategi penting untuk mendapatkan dan menaikkan pendapatan untuk perusahaan, seperti menurut. Strategi adalah proses yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan selalu apa yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang adanya tujuan yang diharapkan. Strategi pemasaran dapat dijelaskan sebagai rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya (Sayekti, N. W. 2020).

Penjualan Menurut (Rachmawati, 2011), menjelaskan bahwa penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya Tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah salah satu aspek yang mempunyai peranan penting dalam sebuah Perusahaan. Pengelolaan penjualan yang kurang baik akan merugikan perusahaan., karena dapat berimbas pada perolehan laba, dan pada akhirnya dapat merugikan pendapatan.

Pemasaran sangat penting dalam sebuah perusahaan khususnya dibidang perhotelan, sehingga munculah departemen yang bertugas untuk memasarkan serta mencari pelanggan yaitu *sales & marketing*. Utami (2018) menyatakan bahwa *sales & marketing* memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan khususnya pada hotel untuk mendapatkan pemasukan. Salah satunya tugas dari *sales & marketing* adalah membuat strategi pemasaran dan

mempromosikan produk kepada pelanggan, dalam pemasaran harus ada beberapa kegiatan yang di dalamnya supaya kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara mudah untuk mendapatkan pelanggan salah satu strategi yang dilakukan oleh hotel yaitu *Sales Call*.

Sales call adalah salah satu kegiatan yang untuk melakukan penjualan di hotel. Marini (2018:74) menjelaskan bahwa *sales call* merupakan kunjungan *sales* kepada perusahaan maupun pelanggan dengan tujuan untuk menghasilkan atau meningkatkan penjualan dimana departemen ini berhubungan langsung dengan produk atau layanan yang dijual kepada calon pembeli. *Sales* biasanya bekerja langsung turun ke lapangan, sehingga dapat dikatakan *sales* sebagai wakil yang percaya oleh perusahaan untuk bertemu langsung dan berinteraksi langsung dengan calon pembeli atau konsumen.

Atria Hotel Gading Serpong berlokasi di Kawasan Kabupaten Tangerang, yaitu Gading Serpong, Jl. Gading Serpong Boulevard Gg. Kavling 2, pakulonan Bar., Kec. Kelapa dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Atria Hotel Gading Serpong yang merupakan salah satu hotel Bintang 4 pertama dikawasan Kabupaten Tangerang, Banten dan memiliki ketersediaan kamar hotel sebanyak 156 unit kamar yang *stylish* yang didesain untuk merelaksasi para tamu tyang menginap. Jenis – jenis kamar yang tersedia *Deluxe Room*, *Excecutive suite*, *Junior suite*, *Premiere suite*. Selain itu Atria Hotel Gading Serpong juga menyediakan fasilitas seperti Restaurant & Bar, kolam renang, layanan spa dan *Gym*.

SUM ACTUAL + FORECAST APR 2023	INITIAL BP 2023	Yesterday Forecast	ACTUAL + FORECAST	Variance To MTD INITIAL BP
Room Available	4,680	4,680	4,680	0
Room Night Sold	3,039	1,657	1,697	-1,342
Room Sold Occ	64.94%	35.41%	36.26%	0
ARR	635,283	599,825	603,661	-31,622
Revpar	412,527	212,374	218,892	-193,635
Room Revenue	1,930,625,000	993,910,408	1,024,413,121	-906,211,879
Banquet Revenue	1,481,504,080	913,742,795	909,123,937	-572,380,143
FB Revenue	897,889,056	420,964,682	492,472,541	-405,416,515
Other Revenue	44,135,152	64,644,927	63,973,925	19,838,773
TOTAL	4,354,153,288	2,393,262,812	2,489,983,524	-1,864,169,764
% MTD Achievement To BP		54.97%	57.19%	VS BP

Gambar 1.3 Data Pendapatan *Sales Call* dibulan April 2023

Sumber: Data Sekunder 2023

Berdasarkan pada gambar diatas menunjukkan bahwa pendapatan kegiatan *sales call* pada saat melakukan penjualan kamar hotel dilihat dari *Room Night Sold* yang dimana dari *Initian BP* 2023 yang artinya target dari Perusahaan sebanyak 3,039 dan target yang ditempuh dilihat dari *Actual + Forecast* sebanyak 1,697.

SUM ACTUAL + FORECAST MAY 2023	INITIAL BP 2023	Yesterday Forecast	ACTUAL + FORECAST	Variance To MTD INITIAL BP
Room Available	4,836	4,836	4,836	0
Room Night Sold	3,570	3,465	3,485	-85
Room Sold Occ	73.82%	71.65%	72.06%	-1.76%
ARR	640,088	622,629	631,654	-8,434
Revpar	472,522	446,115	455,193	-17,329
Room Revenue	2,285,114,310	2,157,410,608	2,201,313,197	-83,801,113
Banquet Revenue	1,849,466,629	2,156,622,377	2,067,868,990	218,402,361
FB Revenue	720,201,380	613,861,864	656,375,206	-63,826,174
Other Revenue	44,613,561	77,048,349	76,515,686	31,902,125
TOTAL	4,899,395,880	5,004,943,198	5,002,073,079	102,677,199
% MTD Achievement To BP		102.15%	102.10%	VS BP

Gambar 1.4 Data Pendapatan *Sales Call* dibulan Mei 2023
Sumber: Data Sekunder 2023

Berdasarkan pada gambar diatas menunjukkan bahwa pendapatan kegiatan *sales call* saat melakukan penjualan kamar hotel dilihat dari *Room Night Sold* yang dimana diliat dari *Initian BP* 2023 yang artinya target dari Perusahaan sebanyak 3,570 dan target yang ditempuh dilihat dari *Actual + Forecast* sebanyak 3,485.

Berdasarkan pada kedua gambar diatas 1.3 dan 1.4 dari bulan April ke bulan Mei adanya peningkatan penjualan kamar hotel setelah dilakukan kegiatan *sales call*, peningkatan yang diperoleh sebanyak 1,788 unit.

Sales tidak hanya memiliki tugas sebagai penjual, *sales* juga bertanggung jawab terhadap distribusi produk atau jasa ke konsumen. Marini (2018) juga berpendapat bahwa *sales* merupakan pelaksanaan dari strategi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan akan sampai dengan tepat jika proses *selling* atau penjualan dilakukan dengan baik, secara tidak langsung *sales* juga akan menjalin hubungan dengan konsumen. Sikap atau layanan *sales* menjadi faktor penting dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini akan menciptakan konsumen menjadi pelanggan dalam waktu lama.

Dari penjabaran diatas, peneli tertarik untuk meneliti Mengukur Aktivitas *Sales Call* Terhadap Penjualan Kamar (Studi Pada Atria Hotel Gading Serpong 2023) yang dilakukan oleh pihak *Sales & Marketing* Atria Hotel Gading Serpong. Peneliti ingin mencoba meneliti bagaimana proses *Sales Call* dilakukan untuk dapat mencapai target penjualan yang diinginkan dan agar Atria Hotel Gading Serpong dapat bertahan dalam persaingan bisnis perhotelan di Kabupaten Tangerang. Sumber: Olahan Data Penulis, 2023.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis merumuskan permasalahan ke dalam pokok-pokok memperasalahan utama, diantaranya:

1. Bagaimanakah pelaksanaan *sales call* penjualan kamar hotel?
2. Bagaimanakah hasil penjualan kamar hotel?
3. Seberapa besar hasil pengukuran aktivitas *sales call* terhadap penjualan kamar hotel?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *sales call* penjualan kamar hotel
2. Untuk mengetahui hasil penjualan kamar hotel
3. Untuk mengetahui seberapa pengukuran aktivitas *sales call* terhadap penjualan kamar

1.4 Batasan Masalah

Supaya pembahasan penelitian lebih terfokus, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut: Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Hal ini digunakan agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi terarah dan tidak terlalu luas. Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Sales call* sebagai variabel independen penelitian diukur dengan dimensi-dimensi: *Marketing* (Pemasaran), dan *Trustworthiness* (Kepercayaan).
2. Penjualan variable dependen penelitian didefinisikan sebagai jumlah kamar yang terjual
3. Objek Penelitian ini adalah Atria Hotel Gading Serpong
4. Periode pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Januari – Juni tahun 2023

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai rekomendasi atau sebagai masukan untuk hotel di Tangerang. Penelitian ini sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan jumlah penjualan kamar hotel dan sebagai motivasi karyawan dalam pengembangan kinerja dan hasil suatu produk yang dijual di hotel tidak hanya makanan dan minuman, melainkan Kamar.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulis sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang uraian atau gambaran secara singkat tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai landasan-landasan teori, mengemukakan dengan jelas ringkas, dan tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas analisis pendekatan penelitian yang digunakan, jenis penelitian, variable operasional. Tahapan penelitian, populasi dan sampel, instrumen dan pengumpulan data, uji keabsahan data, dan teknis analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas analisis data-data pembahasan dari hasil aktivitas yang diperoleh selama melakukan praktek kerja lapangan di Atria Hotel Gading Serpong

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan hasil yang diperoleh dari penelitian dan saran yang ditujukan pada objek penelitian ataupun yang terkait.