

## PERAN DAN STRATEGI SALES & MARKETING DEPARTMENT PADA KEGIATAN SALES CALL DALAM PEMASARAN PRODUK DI AMARIS HOTEL BANJAR

Rizky Prasasti<sup>1</sup>, Teddy Rosadi<sup>2</sup>

Akademi Pariwisata Nasional Banjarmasin

Email korespondensi misal : teddyrosadi90@gmail.com

---

### Keywords :

Sales & Marketing

Sales Call

Amaris Hotel

### Abstract

*This article discusses the role and strategy of the Sales & Marketing Department in Sales Call activities in product offerings at Amaris Hotel Banjar. Sales call is the main task and routine activity carried out every day by Sales Executives. The function of sales call activities is to promote hotels and their supporting facilities and Sales Executives play an important role in increasing revenue, namely in the form of events held at hotels and room occupancy rates. The research method in extracting data uses a method of collecting data through interviews with resource persons, namely the Sales & Marketing Department Coordinator, through the Amaris Hotel Banjar brochure, and the author also uses the observation method by practicing directly in the field following sales call activities to find out how Sales Executives work in marketing. product. The results obtained were that the sales call was divided into 3 visits, namely go show/first visit, appointment sales visit, and corporate sales mission. The products sold are rooms, meeting packages, and banquet products.*

---

### Kata Kunci :

Sales & Marketing

Sales Call

Amaris Hotel

### Abstrak

*Artikel ini membahas tentang peran dan strategi Sales & Marketing Department pada kegiatan Sales Call dalam penawaran produk di Amaris Hotel Banjar. Sales call merupakan tugas utama dan kegiatan rutin yang dilakukan setiap hari oleh Sales Executive. Fungsi dari kegiatan sales call untuk mempromosikan hotel beserta fasilitas penunjang dan Sales Executive berperan penting untuk meningkatkan revenue (pendapatan) yaitu berupa event yang diselenggarakan di hotel maupun tingkat hunian kamar. Metode penelitian dalam penggalian data menggunakan cara mengumpulkan data melalui wawancara dengan narasumber yaitu Cordinator Sales & Marketing Departmennt, melalui brosur Amaris Hotel Banjar, dan Penulis juga menggunakan metode observasi dengan praktek turun langsung ke lapangan mengikuti kegiatan sales call guna mengetahui cara kerja Sales Executive dalam memasarkan produk. Hasil yang diperoleh yakni pada pelaksanaan sales call dibagi menjadi 3 kunjungan yaitu go show/first visit, appointment sales visit,dan corporate sales mission. Produk yang dijual adalah kamar, meeting package, dan banquet product.*

---

<b>Article History:</b>	<b>Received:</b>	<b>Accepted:</b>
-------------------------	------------------	------------------

## PENDAHULUAN

Pariwisata Indonesia telah menjadi salah satu sektor penting dalam berbagai bidang kehidupan seperti ekonomi, sosial, dan budaya. Pendapatan dari sektor ini semakin meningkat, terbukti dengan sector pariwisata Indonesia menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan Devisa Negara. Dalam mendukung kegiatan kepariwisataan dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai diantaranya Objek Daya Tarik Wisata dan Hotel (Andri Setyawan, 2013).

Hotel di Indonesia sangat beragam mulai dari Hotel Bintang Satu sampai dengan Bintang Lima. Dimana semua hotel di Indonesia memiliki produk dan fasilitas yang sama yang ditawarkan kepada tamu. Perbedaan fasilitas hanya berdasarkan klasifikasi bintang dari hotel tersebut. Banyak nya hotel yang telah berdiri dan berkembang di Kota Banjarmasin menimbulkan persaingan dalam memasarkan produk hotel masing-masing.

Hotel juga mendesain dengan baik untuk menimbulkan suasana yang dapat membuat tamu dan pengunjung tertarik pada hotel tersebut. Hotel harus bisa menjual produknya melalui pemasaran, dimana harus menjalankan berbagai strategi pemasaran. Peranan pemasaran sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup hotel tersebut.

Amaris Hotel Banjar adalah hotel budget dengan klasifikasi bintang 2 yang beralamat di Jalan Ahmad Yani km 7 Kabupaten Banjar di bawah naungan Santika Indonesia Hotel & Resort. Hotel ini memiliki 93 kamar yang terbagi

dalam 3 tipe kamar yaitu Smart Room, Hollywood Room dan Family Room. Sesuai dengan slogan Amaris yakni Smart, Journey and Enthusiastic menggunakan konsep “Hospitality from the heart” dengan mengangkat sentuhan Indonesia sebagai citra pelayanan. Amaris Hotel Banjar mempunyai strategi khusus dalam meningkatkan pemasaran produknya melalui beberapa strategi yang dimiliki oleh Sales Marketing.

Pemasaran (Marketing) adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Pemasaran dapat dilakukan dengan iklan, promosi penjualan, kehumasan yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan jasa dan membeli produk di hotel (Kotler dan Armstrong, 2008). Dalam pemasaran produk hotel banyak cara yang dilakukan, salah satunya dengan penggunaan Sales Call untuk memasarkan produk hotel tersebut.

Berdasarkan paparan latar belakang masalah tersebut, maka dilakukan sebuah kajian dan penelitian dengan permasalahan pokok penelitian “Analisis

Peran dan Strategi Sales Marketing Department pada kegiatan Sales Call dalam pemasaran produk di Amaris Hotel Banjar”.

## METODE

Artikel ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode yang terapkan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Waktu pengumpulan data dalam penelitian selama 3 bulan, yakni mulai tanggal 20 Januari hingga 20 maret 2020 di Amaris Hotel Banjar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Temuan Hasil Penelitian

#### A. Gambaran Umum

Amaris hotel sebuah penginapan yang menyediakan kamar dan sarapan dengan harga terjangkau untuk pebisnis muda dan wisatawan yang menghargai nilai dari sebuah waktu dan uang. Amaris hotel dirancang menjadi hotel *modern and minimalist* tetapi tetap mengedepankan energi yang berasal dari skema warna yang semarak. Amaris Hotel merupakan kategori *Chain Hotel* yaitu hotel jaringan yang sudah tersebar di 64 kota di Indonesia. Amaris Hotel merupakan *Smart Hotel* yang memiliki konsep “*Bed and Breakfast*” dengan menyediakan tempat tidur yang nyaman dan berkualitas yang biasa disebut “*Amaris Dream*” dan makan pagi prasmanan dengan menu pilihan.

gambar 1. Amaris Hotel Banjarmasin



Santika Indonesia Hotels & Resort adalah salah satu group hotel di Indonesia dan dikelola oleh PT Grahawita Sntika, unit bisnis Kelompok

kompas Gramedia. PT. Grahawita Santika didirikan pada tanggal 22 Agustus 1981. Santika Indonesia Hotels & Resort telah memiliki lebih dari 50 hotel yang tersebar diseluruh Indonesia. Amaris merupakan salah satu hotel yang bernaung dalam group Santik, yakni kini memiliki cabang lebih dari 25 hotel di Indonesia.

Pada tahun 1978, para perintis Kompas Gramedia mulai memikirkan diversifikasi usaha di luar bisnis utama. Salah satu hasilnya adalah pembentukan perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan. Maka, pada tanggal 22 Agustus 1981, terbentuklah PT.GRAHAWITA SANTIKA.

PT. Grahawita Santika didirikan untuk mengelola bisnis perhotelan di bawah Kelompok Kompas Gramedia. Hotel Soeti adalah hotel pertama yang dibeli dari pemiliknya, Ibu Soetiyah Pudjosuwarno. Cikal bakal Hotel Santika ini terletak di Jalan Sumatra No. 52-54, Bandung. Pada tahun 1988, hotel sederhana dengan 33 kamar yang dibangun di area seluas 3.200 meter persegi ini direnovasi menjadi 70 kamar. Setelah renovasi tersebut selesai, hotel ini diresmikan sebagai Hotel Santika Bandung berbintang tiga oleh Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi, Susilo Sudarman pada tanggal 27 Maret 1989. Hotel Santika Bandung inilah yang menjadi pelopor pendirian Santika Indonesia Hotels & Resorts.

Latar belakang pendirian Hotel Santika ini disebabkan pembredelan harian Kompas pada tahun 1978. Oleh karena itu, para pendiri Kelompok Kompas Gramedia harus memikirkan diversifikasi unit bisnis di luar bisnis intinya sebagai media komunikasi. Mereka membuat rencana untuk mencegah pemecatan massal. Jika suatu hari harian Kompas akan dibredel kembali, masih ada anak perusahaan yang bisa menyokong karyawan mereka. Beberapa bisnis mulai dilakukan, termasuk diantaranya adalah industri perhotelan.

Pada awalnya, rencana pendirian sebuah hotel tidak disetujui oleh pihak manajemen, karena pada saat itu bisnis hotel dianggap memiliki konotasi yang negatif serta Return on Investment dinilai berjalan lamban. Bagaimanapun juga, Bapak Binawarna Sardjan, anggota Tim Investasi Kelompok Kompas Gramedia pada saat itu, bisa meyakinkan Ketua Tim Investasi Kelompok Kompas Gramedia, Bapak Indra Gunawan, untuk menyetujui rencana pendirian hotel. Berkat kegigihan dan kerja keras Bapak Binawarman Sardjan, maka Hotel Santika berhasil didirikan.

Beberapa tahun setelah Hotel Santika yang pertama diresmikan dan dikelola, Hotel Santika pun berhasil mengembangkan sayapnya dan mencapai lebih dari 50 properti yang tersebar di Indonesia. Sesuai dengan

brand value-nya, yaitu “Indonesian Home” dan motto pelayanannya, yaitu “Hospitality from the Heart”, Santika Indonesia Hotels & Resorts selalu menonjolkan nilai kebudayaan Indonesia, termasuk sisi keramah-tamahannya kepada seluruh tamunya. Sejak tahun 2006, Santika Indonesia Hotels & Resorts mengubah strateginya berdasarkan segmentasi pasar dengan membagi beberapa brand menjadi The Royal Collection, Hotel Santika Premiere, Hotel Santika, dan Amaris Hotel.

Amaris Hotel merupakan salah satu grup hotel terkemuka di Indonesia. Grup ini didirikan pada tahun 2007. Amaris Hotel adalah brand untuk properti Santika Indonesia Hotels & Resorts berbintang dua atau yang lebih dikenal dengan konsep budget hotel. Keunikan dari Amaris Hotel bisa dilihat dari warna hotelnya yang terdiri dari warna hijau, merah, biru, dan kuning. Saat ini, Amaris Hotel memiliki lebih dari 45 properti yang tersebar di Indonesia hingga di Singapore.

Amaris Hotel Banjar adalah Amaris Hotel kedua yang dibangun di Indonesia. Hotel ini resmi dibuka pada tanggal 23 Desember 2009. Bangunan hotel terdiri dari 3 lantai dan memiliki 93 kamar

Visi Santika Indonesia Hotels & Resorts adalah menjadi grup hotel terbesar di Indonesia dan merambah bisnisnya ke Asia Tenggara. Pada akhir tahun 2013, Santika Indonesia Hotels & Resorts akan mengelola setidaknya 64 properti, yang setara dengan 18.200+ kamar. Hingga sekarang, Santika Indonesia Hotels & Resorts menjadi kelompok bisnis investasi dan pengelola hotel internasional termasuk vila mewah, hotel, resort, serta spa dan restoran yang terdapat di dalam hotel dan resort-nya.

Misi Menciptakan nilai lebih bagi Stake Holders dengan menyajikan produk bermutu disertai pelayanan profesional yang ramah dalam mewujudkan “Sentuhan Indonesia” sebagai citra Santika.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Tahapan/proses penjualan dalam kegiatan *Sales Call*

Perkembangan industri pariwisata terutama Akomodasi Perhotelan tiap tahun semakin meningkat dan sangat pesat seiring dengan meningkatnya aktifitas perekonomian. Tentunya dengan banyak nya Hotel berbintang dan non bintang yang kian bertambah harus diiringi dengan tingkat hunian (*occupancy*) yang stabil. Pada situasi ini *Sales & Marketing Department* harus mempunyai strategi khusus untuk mampu menghadapi persaingan bisnis perhotelan sekaligus meningkatkan *occupancy*.

#### a. Strategi *Sales Executive* Amais Hotel Banjar ( Sesuai *Standard Operational Prosedure* ) :

- 1) Menjelaskan Amaris Hotel Banjar merupakan Brand hotel chain nasional dibawah naungan Santika Indonesia Hotels & Resort
  - 2) Memiliki standar pelayanan yang tinggi & terbaik di kelasnya serta mempunyai tingkat pelayanan yang sama diseluruh cabang Amaris di Indonesia
  - 3) Memiliki standar *breakfast* yang lebih baik dibanding hotel lain sekelasnya
  - 4) Memiliki aplikasi *My Santika* yang mempunyai harga lebih murah dari aplikasi lainnya. Melalui aplikasi ini dapat juga menjadi bahan promosi kepada tamu-tamu hotel agar dapat menggunakan dan memesan kamar dari aplikasi yang dibuat oleh Santika Indonesia.
  - 5) Memiliki aplikasi *My Value* yang berguna untuk mendapatkan/ cek poin (*membership*) di Amaris Hotel seluruh Indonesia, Santika dan Kompas Gramedia. Melalui aplikasi ini juga dapat digunakan untuk me-redeem poin yang sudah didapatkan untuk pembayaran kamar maupun diskon pembelian buku di toko buku Gramedia.
  - 6) Menyusun promo paket penawaran fasilitas hotel yang bisa dinikmati tamu seperti :
    - (a) Paket kamar+breakfast/lunch/dinner
    - (b) Paket kamar+drop to airport
    - (c) Paket kamar+pengantaran ke tempat wisata di Banjarmasin
  - 7) Memberikan *discount* dihari-hari besar tertentu
- b. Strategi *Sales Executive* Amaris Hotel Banjar yang terjadi saat ini :
- 1) Lebih meningkatkan promosi produk hotel melalui *E-Commerce*
  - 2) Memaksimalkan penjualan kamar melalui *Online Travel Agent (OTA)* seperti Traveloka, Pegi-pegi, Tiket.com dsb
  - 3) Lebih memprioritaskan pengembangan dan pembekalan SDM *Sales Executive* melalui *training* dari Amaris International Management

Tahapan pada pelaksanaan *Sales Call* dapat dilihat pada struktur dibawah ini :

**Tabel 1.** Prosedur Pelaksanaan *Sales Call*

Sales & Marketing Department



Sumber : Coordinator Sales & Marketing Department, 2020

## 2. Analisis Data

### a. Kinerja Sales Executive dalam menjual kamar, Meeting Package dan Banquet Product

Kegiatan *Sales Call* dimulai dari *Daily Sales Report* yang dibuat berdasarkan laporan kunjungan setiap harinya. Pelaksanaan kunjungan tersebut dapat dilihat ditabel 1.

Hasil kinerja *Sales Call* selama 1 minggu (*Weekly Sales Report*) dijadikan satu laporan yang dibuat oleh *Sales Executive* kemudian rekapan laporan tersebut dilaporkan kepada *Hotel Manager* untuk mengetahui hasil dari kegiatan *Sales Call*.

### b. Kendala dan hambatan dalam kegiatan Sales Call

Dalam kegiatan *Sales Call* peran Sales & Marketing Department sebagai bagian dari Supporting di unit hotel sudah berjalan cukup baik dan terstruktur. Namun masih ditemukan beberapa kendala dan hambatan seperti :

- 1) Tamu/*costumer* yang didatangi tidak ada di tempat *Sales call* merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan *sales executive* setiap harinya. Kegiatan ini rutin dilakukan dan sudah terjadwal setiap hari jumat oleh *Coordinator Sales Marketing* dengan para *sales marketing* untuk menentukan jadwal kunjungan *sales call*. Namun terkadang ketika kegiatan tersebut sedang berjalan dan *sales executive* mendatangi tempat yang akan dituju, kendala nya ialah jadwal temu dengan tamu/*costumer* yang tidak berada di tempat dikarenakan ada kegiatan/aktifitas lain. Dengan begitu *sales executive* harus menjadwalkan ulang kunjungannya dengan tamu tersebut yang tentunya akan memakan waktu dan biaya operasional.
- 2) Permintaan/menawar harga dari tamu/*costumer* yang terlalu rendah dari penawaran
- 3) Ballroom yang terpisah dari bangunan hotel Di Amaris Hotel Banjar memiliki beberapa fasilitas penunjang selain kamar yaitu Meeting room dan Ballroom yang memiliki kapasitas hingga 500 orang. Biasanya Ballrom digunakan untuk acara-acara besar seperti weeding,table manner,dan seminar perusahaan. Tetapi yang menjadi kendala adalah bangunan ballroom tersebut yang terpisah dari bangunan hotel sehingga tidak sedikit tamu yang complain terhadap fasilitas penunjangnya. Terutama juga letak Amaris Hotel Banjar yang berdekatan dengan pasar traidisional yang dicap kumuh oleh sebagian orang menjadikan salah satu kekurangan dan tidak adanya jembatan penghubung antara bangunan hotel dan ballroom juga menjadi kekurangan selanjutnya.
- 4) Harga Hotel Competitor jauh dibawah Amaris Hotel Banjar (perang harga) Persaingan antara hotel untuk mencapai target revenue dan occupancy yang stabil juga menemui hambatan. Merambahnya hotel-hotel baru di Banjarmasin yang bintang nya setara dengan Amaris Hotel Banjar menjadikan para sales harus memutar otak. Harga jual kamar maupun event yang terkadang jauh dari harga yang ditawarkan membuat sales harus mau tidak mau mengikuti keadaan pasar. Namun ketentuan yang dibuat oleh Management membuat para sales tidak bisa dengan mudah menurunkan harga secara drastis, namun tentunya ada kebijakan tersendiri bagi tamu-tamu yang ingin menginap untuk bisa mendapatkan harga terendah ketika menginap di Amaris Hotel Banjar seperti rencana longstay,tamu-tamu member,maupun tamu-tamu relasi yang sudah mempunyai kontrak/perjanjian dengan Amaris Hotel Banjar.
- 5) Kondisi bangunan Amaris Hotel Banjar yang belum ada renovasi Amaris Hotel Banjar merupakan Amaris ke-2 di Indonesia setelah

Amaris Panglima Polim di Jakarta. Amaris Hotel Banjar berumur sekitar 10 tahun.

- 6) SDM Sales Executive yang belum berpengalaman Karena SDM Sales Executive yang belum berpengalaman berpengaruh pada kinerja Sales Call menjadi kurang efektif dikarenakan tidak mengetahui secara rinci pasar untuk penjualan produk hotel tersebut tidak tepat dan SDM yang kurang berpengalaman berdampak pada kurangnya relasi Government/Corporate. Baru-baru ini Amaris Hotel Banjar merekrut Fresh Graduate sebagai Sales Executive yang masih memerlukan bimbingan dan arahan khusus dari Coordinator Sales & Marketing Department.

### 3. Pembahasan Hasil Penelitian

#### a. Peran Sales Executive dalam kegiatan Sales Call

Sales Executive merupakan orang yang menjalankan Sales Call, sedangkan Sales Call merupakan kegiatan rutin (*Job Desk*) dari seorang Sales Executive yang bertujuan untuk meningkatkan *Occupancy* dan *Revenue* suatu hotel guna menunjang kelangsungan hidup maupun perkembangan hotel tersebut.

Adapun pekerjaan yang dilakukan oleh Sales Executive adalah :

- 1) Melakukan Sales visit atau kunjungan keluar untuk mencari relasi seperti perusahaan dan instansi pemerintah
- 1) Melakukan Sales call atau menawarkan kamar, Meeting Package, atau Banquet Product melalui sambungan telepon
- 2) Merencanakan aktivitas promosi maupun Event di unit hotel
- 3) Melakukan kerja sama dengan perusahaan media cetak maupun media elektronik sebagai sarana kegiatan promosi dan pemasangan iklan
- 4) Menjaga tingkat Occupancy unit hotel agar tetap stabil
- 5) Merencanakan target penjualan kamar secara Daily, Weekly dan Monthly

Berhasil atau tidaknya kegiatan Sales Call tergantung dari Sales Person dalam penguasaan produk yang ditawarkan dan bagaimana agar produk yang ditawarkan dapat memenuhi keinginan tamu/client apabila ingin mengadakan event dihotel tersebut.

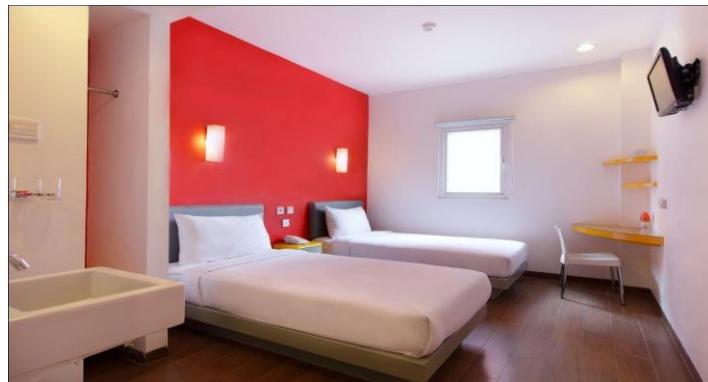
Jadi peran Sales Executive dalam kegiatan Sales Call sangat berpengaruh karena disamping menjadi salah satu pilar penting yang ada dihotel juga menjadi penyumbang tamu paling besar dan terlaksana nya Event dihotel melalui cara kerja yang efektif maupun strategi dalam memasarkan produk.

b. Produk yang dipasarkan

1) Room Type dan Room Rate di Amaris Hotel Banjar

a) Smart Room

**gambar 2.** Room Type dan Room Rate Amaris Hotel Banjar



*Smart Room/Standard Room* merupakan tipe kamar yang terkesan *simple* namun tetap mengedepankan slogan *Smart, Dynamic and Modern* yang menjadi salah satu kelebihan dari Amaris Hotel Banjar dikelasnya. Dengan luas kamar sekitar  $3 \times 4\text{m}^2$  dengan ukuran *Single bed*  $120 \times 200\text{cm}$  dan *Double Bed*  $160 \times 200\text{cm}$ . Fasilitas yang terdapat di *Smart Room* adalah :

- *Tv 21inc*
- *Air Conditioner (AC)*
- *Guest Aminities* dan *Guest Supliess*
- *Breakfast for 2 person*
- *Wifi*

Untuk *Room Rate* di Amaris Hotel Banjar berkisar dari Rp 300.000,- nett (*Room Only*) dan Rp 330.000,-nett *Include Breakfast for 2 person*.

b) Hollywood Room

**gambar 3.** Hollywood Room

Jenis kamarr ini yang membedakan hanya luas kamar dan *Type Bed* nya saja, yaitu 4x4m<sup>2</sup> untuk luas kamar dan 200x200cm untuk *Type Bed* nya. Sedangkan untuk fasilitas yang diberikan kepada tamu relative sama dengan *Type Smart Room*. Room Rate untuk type ni adalah Rp 380.000,-nett *include breakfast for 2 person*

c) *Family Room*

**gambar 4.** Family Room

Di *Type* ini adalah tipe kamar yang memang khusus diperuntukkan untuk tamu keluarga yang menginap dengan kapasitas tamu didalamnya bisa mencapai 4 orang dengan menggunakan *Type Bed King Size* dan beberapa fasilitas tambahan sebagai pembeda dengan *Type* sebelumnya, yaitu :

- TV 32inc
- Water Heater/Coffe Maker lengkap beserta coffee, sugar, creamer, dan tea
- Sofa kecil dan tempat khusus untuk koper tamu
- Room Rate untuk Type Family Room yaitu Rp 410.000,-nett *include breakfast for 2 person*.

Dibawah ini adalah gambaran *Family Room* :

## 2) Meeting Package

**gambar 5.** Produk Meeting Package Amaris Hotel Banjar



**gambar 6.** Produk Meeting Package Amaris Hotel Banjar



Sumber : Coordinator Sales & Marketing Department, 2019

*Meeting Package* dapat diuraikan sebagai berikut :

### 1. Halfday Meeting Package

*Halfday Meeting* adalah paket *meeting* yang memiliki durasi  $\frac{1}{2}$  hari kerja. Biasanya berlangsung 4-5 jam, disertai *Coffee Break* 1x & *Lunch/Dinner*. Tipe ini cocok untuk acara seminar maupun lokakarya singkat yang menampilkan 1 hingga 2 topik pembicaraan.

### 2. Fullday Meeting Package

*Fullday* merupakan jenis *meeting package* yang dapat anda pesan selama 8jam. Dalam *meeting package* ini anda akan mendapat 1x *meals (lunch/dinner)* & 2x *Coffee Break*

### 3. Residensial Meeting Package

Mirip dengan *Fullboard Meeting*, namun durasinya yang panjang maka peserta *meeting* pun mendapat 1x *breakfast* di keesokan

harinya untuk para peserta sebelum *check-out* yang menandakan selesainya acara *Residensial Meeting Package* ini.

#### 4. *Fullboard Meeting Package*

Paket ini menawarkan durasi satu hari penuh, tetapi anda tidak menginap. Apabila meeting dilaksanakan dihotel, paket ini biasanya berdurasi satu hari penuh dari jam 08.00 pagi hingga jam 22.00 malam. Dan biasanya akan disediakan 2x makan, yaitu 2x *Lunch & Dinner*, serta 2x *Coffe Break* pada waktu sebelum makan siang & sebelum waktu makan malam. Paket ini cocok untuk acara yang lebih berat dan membutuhkan waktu panjang dalam pelasanaannya.

#### 5. *Coffee Break*

*Coffee Break* adalah istilah untuk istirahat singkat selama 10 hingga 20 menit di hari kerja, di suatu acara pertemuan atau perkumpulan yang merupakan waktu umum untuk menikmati secangkir kopi atau teh dan makanan kecil.

##### a) *Banquet Package*

gambar 7. Produk Banquet Package Amaris Hotel Banjar





## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa hambatan & kendala dalam kegiatan Sales Call terutama dalam pemasaran produk hingga SDM Sales Executive di Amaris Hotel Banjar. Dari hal tersebut berdampak pada kinerja sales Executive dan target budget yang diberikan Sales & Marketing Department merupakan salah satu pilar penting dihotel yang berperan sebagai penyumbang Occupancy terbesar dan juga meningkatkan Revenue hotel melalui kegiatan Sales Call dengan strategi yang dimiliki oleh masing-masing Sales Person dalam penguasaan produk maupun Selling.

### B. Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan analisis, maka adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis yakni :

1. Amaris Hotel Banjar perlu meningkatkan fasilitas secara keseluruhan yang meliputi *Room*, *Meeting Room*, dan *Banquet*
2. Amaris Hotel Banjar harus memiliki inovasi baru mengenai peningkatan produk yang lebih variatif dan menarik untuk dijual
3. Perekutan *Sales Executive* harus memiliki pengalaman agar nantinya memudahkan menemukan relasi
4. Perlunya peningkatan *skill Sales Executive* dalam *Sales Call* melalui pembekalan yang diberikan oleh Amaris International Management guna

meningkatkan kinerja dan wawasan serta dapat menjadi bahan *Sharing* antar *Sales Executive* Amaris Hotel

**DAFTAR PUSTAKA**

[https://nanopdf.com/pendahuluan-a-latar-belakang-dunia-pariwisata-saat\\_pdf](https://nanopdf.com/pendahuluan-a-latar-belakang-dunia-pariwisata-saat_pdf)

<https://jenishotel.info/pengertian-hotel>

<https://deparrtment-hotel.blogspot.com/2019>

<https://amarishotel.com/id/about-amaris>

Narasumber *Coordinator Sales & Marketing Department* Amaris Hotel Banjar

Narasumber *Human Resource Development* Amaris Hotel Banjar