

STRATEGI PENJUALAN *MEETING PACKAGE* DI LOJI HOTEL SOLO



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Ahli Madya Program
Studi Diploma III Usaha Jasa Pariwisata

Disusun Oleh :

Harmini

C9411021

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Universitas Sebelas Maret (UNS)

2014

commit to user

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

STRATEGI PENJUALAN *MEETING PACKAGE*

DI LOJI HOTEL SOLO

Disusun Oleh :

Harmini

C9411021

Telah disetujui oleh pembimbing

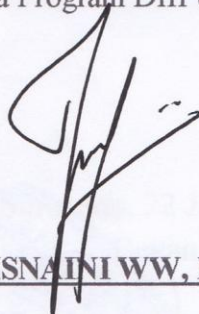
Pembimbing Utama



SUGIMAN, SE, MM

Mengetahui

Ketua Program DIII UPW



Dra. ISNAINI WW, M. Pd

NIP. 19590591985032001

PENGESAHAN UJIAN

Judul Laporan Tugas Akhir : Strategi Penjualan *Meeting Package* di Loji Hotel

Nomor Mahasiswa : C94112021
Solo

Nama Mahasiswa : Harmini

Nomor Induk Mahasiswa : C9411021

Tanggal Ujian : 22 Juli 2014

DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA PENGUJI TUGAS AKHIR

DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA

1. Dra. Isnaini W. Wardhani, M. Pd
Ketua

(.....)

2. Tiwuk Kusuma Hastuti, SS, M.Hum
Sekretaris

(.....)

3. Sugiman, SE, MM
Penguji I

(.....)

4. Umi Yuliati, SS, M.Hum
Penguji II

(.....)

Surakarta, 22 Juli 2014

Dekan



Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph. D

NIP. 1960032819860110001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Harmini

Nomor Mahasiswa : C9411021

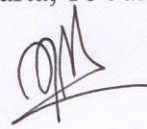
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Karya Tulis : Strategi Penjualan *Meeting Package* di Loji Hotel Solo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiat, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non- material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Apabila ternyata kelak atau kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya siap menerima sanksi dan bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 18 Juli 2014



Harmini

MOTTO

**Tinggalkan Gengsi Hidup Berawal dari Mimpi,
Lakukan yang Tinggi Agar Semua Terjadi**

(Bondan Prakoso)

Mimpi Adalah Kunci, Untuk Menaklukan Dunia

(Laskar Delangi, Nidji)

Bermimpilah selagi kamu masih bisa bermimpi

(Penulis)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, karya kecil ini ku persembahkan :

1. Untuk Allah SWT yang selalu memberi rahmad serta hidayahnya kepada penulis.
2. Untuk kedua orang tuaku, Ayahanda Slamet Haryono dan Ibunda Rusmini, sebagai ungkapan rasa sayang dan rasa baktiku. Terima kasih banyak atas segala do'a, kesabaran dan keikhlasannya yang selama ini diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT selalu memberikan barakah dan inayah-Nya.
3. Untuk Adikku tersayang, Wiwit Haryanti.

commit to user

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat serta karuniaNya yang telah diberikan, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul :**Strategi Penjualan *Meeting Package* di Loji Hotel Solo.**

Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan Laporan Tugas Akhir ini salah satunya adalah untuk memenuhi sebagian tugas dan syarat dalam mencapai Gelar Ahli Madya Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata. Dalam menyusun laporan ini, penulis menyadari terdapat banyak kesulitan yang dihadapi. Namun, dengan adanya bimbingan, bantuan, motivasi, dan kerjasama dari berbagai pihak, akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang berbahagia ini, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Riyadi Santosa, M.Ed, Ph. D selaku dekan Fakultas Sastra dan Seni Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Dra. Isnaini WW, M.Pd selaku ketua program DIII Usaha Perjalanan Wisata Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Insiwi Febriary S, SS, M. A selaku pembimbing akademik.
4. Bapak Sugiman, SE, MM selaku pembimbing utama yang selalu memberi pengarahan dan semangat dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
5. Bapak Andry Ridyaputra selaku *Manager of Sales* dan Bapak Adji Budi selaku *HRD Manager* yang telah memberikan ijin dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.

commit to user

6. Ibu Ayu Handayani selaku *Assistant Sales Manager* yang telah memberikan ilmu dan membimbing dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.
7. Ayah dan Ibu, terima kasih atas kasih sayang, nasehat, dan bimbinganya.
8. Adikku Wiwit Haryanti dan keponakanku Itun, terima kasih selalu menghibur saat penat melanda penulis.
9. Rikhi Sutrisno, terima kasih atas motivasi, dukungan, dan membantu dengan ihklas tanpa mengeluh sedikitpun dalam memberi bantuan dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
10. Sahabat-sahabatku, khususnya *Gank Lemes*, Niladan semua tidak bisa disebut satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi Mahasiswa Usaha Perjalanan Wisata.

Wallaikum Salam Wr. Wb

Surakarta, 18 Juli 2014

Penulis

commit to user

ABSTRAK

Harmini, 2014. Strategi Penjualan Meeting Package Di Loji Hotel. Program Pendidikan Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi bidang MICE di Loji Hotel Solo, strategi penjualan *meeting package* di Loji Hotel Solo, kendala yang dihadapi dalam penjualan *meeting package* dan cara mengatasinya. Solo sangat berpotensi dalam penyelenggaraan kegiatan MICE. Disebabkan banyaknya hotel-hotel berbintang yang sudah menyediakan paket-paket meeting dengan fasilitas masing-masing. Selain itu juga banyaknya kegiatan yang diselenggarakan di Solo.

Loji Hotel salah satu hotel yang memiliki potensi dalam penyelenggaraan kegiatan MICE, karena letaknya yang strategis juga letaknya dekat dengan pusat perbelanjaan dan dekat dengan stasiun. Strategi yang dilakukan dalam penjualan *meeting package*, Loji Hotel mempunyai 2 cara yang dilakukan oleh *Sales Executive*, yaitu *sales call* dan *telesales*. Serta dalam penjualan *meeting package group sales executive* memiliki 3 tahap yaitu, tahap penawaran, tahap penjualan, tahap setelah penjualan.

Penjualan *meeting package* Loji Hotel juga memiliki 2 kendala, yaitu kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal adalah kendala yang terjadi di lingkup dalam hotel seperti kurangnya staff yang khusus menangani masalah *meeting package*. Sedangkan kendala eksternal adalah kendala yang terjadi dari luar hotel seperti persaingan antara hotel-hotel yang menjadi competitor dalam penjualan *meeting package*.

Kesimpulannya adalah dalam penjualan *meeting package* di Loji Hotel *sales executive* harus mengetahui cara serta tahap-tahap yang digunakan. Selain itu juga *sales executive* harus menguasai produk-produk yang akan ditawarkan dalam penjualan *meeting package*. Dalam penjualan *sales executive* juga harus memberi pelayanan secara maksimal agar *customer* bersedia datang lagi untuk menyelenggarakan kegiatan MICE di Loji Hotel.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DARTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penulisan.....	3
D. Manfaat Penulisan.....	3
E. Kajian Pustaka.....	4
1. Definisi Pariwisata	4
2. Definisi Penjualan	4
3. Definisi Pemasaran Pariwisata	4
4. Definisi Hotel	5
5. Definisi MICE.....	7
6. Definisi <i>Meeting Package</i>	7
F. Metode Penelitian.....	8
1. Sumber Data.....	8
2. Teknik Pengumpulan Data.....	8
G. Sistematika Penulisan	9

BAB II GAMBARAN UMUM POTENSI SOLO DAN LOJI HOTEL DI BIDANG MICE.....	10
A. Potensi Solo di Bidang MICE.....	10
B. Loji Hotel	11
1. Sejarah Singkat.....	11
2. Profil.....	12
3. Fasilitas Loji Hotel	13
C. <i>Banqueting, Convetion Servis and Facilities</i>	14
1. Hayam Wuruk	14
2. Sky Patio.....	15
3. Majapahit Ballroom.....	16
4. Restoran Gajah Mada	16
5. <i>Business Center</i>	16
6. <i>24 Hour Room Servis</i>	17
7. <i>24 Customer Servis</i>	17
8. Spa.....	17
9. Rumah Makan Gemah Ripah	18
D. Struktur Organisasi	19
BAB III STRATEGI, KENDALA & CARA MENGATASI PERMASAHAN DALAM PENJUALAN MEETING PACKAGE DI LOJI HOTEL SOLO	21
A. Strategi Penjualan <i>Meeting Package</i>	21
1. Kelebihan <i>Meeting Package</i> di Loji Hotel Solo.....	21
2. Cara <i>Sales & Marketing</i> Dalam Menangani Penjualan <i>Meeting Package</i>	22
B. Produk <i>Meeting Package</i> di Loji Hotel Solo	30
1. Macam- Macam Produk <i>Meeting Package</i> Serta Harganya	30
2. Customer yang menggunakan Jasa <i>Meeting Package</i> di Loji Hotel Solo.....	31
C. Kendala Yang dihadapi Dalam Penjualan <i>Meeting Package</i> dan Cara Mengatasinya	32
1. Kendala yang dihadapi dalam penjualan <i>Meeting Package</i>	32
2. Cara Mengatasi Kendala Yang Dihadapi Penjualan <i>Meeting Package</i>	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	34
A. Kesimpulan	34
B. Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Macam-macam Produk Meeting Package di Loji Hotel.....	29
Tabel 2: Pengguna jasa <i>meeting package</i> Loji Hotel pada bulan April – Juli 2014	31

