



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

PROSES PENJUALAN *MEETING ROOM* DI HOTEL NEO TENDEAN JAKARTA SELATAN



RAHMA ANDINI

NIM: 2205311029

**TUGAS AKHIR
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Diploma III Politeknik Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS
LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rahma Andini
NIM : 2205311029
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Penjualan *Meeting Room* Di Hotel Neo
Tendean Jakarta Selatan

Depok, 22 Juli 2025

Koordinator Program Studi

Pembimbing

Taufik Akbar, SE., M.S.M
NIP.198409132018031001

Fachri Aditya, M.M
NIP.199102062022031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.
NIP 198007112015041001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS
LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Rahma Andini
NIM : 2205311029
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Penjualan *Meeting Room* Di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 22 Juli 2025
Waktu : 10.00 – 10.50 WIB

**POLITEKNIK
TIM PENGUJI
NEGERI
JAKARTA**

Ketua Sidang : Fachri Aditya, M.M
NIP : 199102062022031005 (.....)

Penguji I : Risya Zahrotul Firdaus, M.Si
NIP : 198609082020122006 (.....)

Penguji II : Riza Hadikusuma, M.Ag
NIP : 197404032001121002 (.....)

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-Nya, lantaran Laporan Tugas Akhir yang diadakan di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan mampu diselesaikan dengan baik. Laporan ini ditulis sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga di Politeknik Negeri Jakarta serta sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pelaksanaan praktik kerja lapangan (PKL) di industri perhotelan. Pada kesempatan ini, izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih dan rasa hormat atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan praktik kerja lapangan (PKL) ini kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2025-2029.
3. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga periode 2021-2025.
4. Taufik Akbar, SE., M.S.M selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis.
5. Fachri Aditya, M.M, selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan serta dukungan dalam proses penulisan laporan tugas akhir ini.
6. Ibu Yuli Indah Sari dan Ibu Annisya Rizky Abror, selaku pembimbing di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, yang telah membimbing, memberikan ilmu, serta pengalaman berharga selama praktik kerja lapangan berlangsung.
7. Terima kasih kepada seluruh karyawan Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, yang sudah memberikan kesempatan untuk belajar dan bekerja sama dalam lingkungan profesional.
8. Seluruh Dosen Administrasi Niaga, khususnya dosen pengajar program studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan, serta seluruh Staff Administrasi Jurusan Administrasi Niaga.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Ibu Tuti Prihatin dan Bapak Mad Hasan, kedua orang tua penulis yang terus mendukung penulis dalam menempuh pendidikan dan memberikan dukungan dalam segala bentuk. semoga ayah dan mama selalu sehat, panjang umur dan bahagia selalu. serta, Dina aulia adik penulis yang telah memotivasi penulis agar bisa menjadi contoh yang baik.
10. Sahabat penulis, Adam Maulana Jamil dan Fitri Yani yang telah menemani sampai detik ini terimakasih telah mendukung, juga memotivasi penulis.
11. Sahabat seperjuangan selama di perkuliahan, Jenny Putri Samira & Nabila Cahyarani Ferissya terimakasih selalu mengingatkan, mendukung, dan tetap saling menggenggam sampai kita bisa menyelesaikan hingga akhir perkuliahan.
12. Terimakasih untuk teman teman Diploma III Administrasi Bisnis terutama teruntuk kelas AB - 6A.

Dalam penulisan laporan ini, tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan karena keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun atas laporan ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Jakarta, 6 Juni 2025

Rahma Andini



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penulisan.....	3
1.4 Manfaat Penulisan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Administrasi	6
2.2 Penjualan dalam Industri Perhotelan.....	7
2.2.1 Tujuan dan Fungsi Penjualan.....	8
2.2.2 Strategi Penjualan Hotel.....	8
2.3 Pengertian <i>Meeting Room</i>	9
2.3.1 Peran <i>Meeting Room</i>	10
2.4 Definisi dan Fungsi <i>Telemarketing</i>	11
2.4.1 Strategi <i>Telemarketing</i> untuk <i>Meeting Room</i>	12
2.4.2 Hubungan <i>Telemarketing</i> dengan Dokumen Penjualan.....	13
2.5 Pengertian <i>After Sales Service</i>	14
2.5.1 Pentingnya <i>After Sales</i> dalam Penjualan <i>Meeting Room</i>	14
2.5.2 Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.....	15
2.6 Kepuasan Pelanggan	16
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	18
3.1 Sejarah Perusahaan.....	18
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	19

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



3.3 Tugas dan Wewenang	19
3.4 Struktur Perusahaan	20
3.4.1 Struktur Departemen Sales & Job Description	22
3.5 Aktivitas Perusahaan Secara Umum	23
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
4.1 Proses Penjualan <i>Meeting Room</i> melalui Strategi <i>Telemarketing</i> di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan	25
4.2 Hambatan yang Dihadapi pada Saat Proses Penjualan <i>Meeting Room</i> di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan	38
4.3 Solusi yang Diterapkan untuk Mengatasi Tantangan dalam Penjualan <i>Meeting Room</i> di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan	40
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	50

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1	Gambar Logo Hotel Neo Tendean.....	18
Gambar 3. 2	Denah Lokasi Perusahaan.....	18
Gambar 3. 3	Struktur perusahaan	21
Gambar 3. 4	Struktur Organisasi <i>Dept. Sales & Marketing</i> , Hotel Neo Tendean	22
Gambar 4. 1	<i>Flowchart</i> Proses <i>Telemarketing</i> Penjualan <i>Meeting Room</i>	27
Gambar 4. 2	Tampilan <i>Database Telemarketing</i>	28
Gambar 4. 3	Contoh PDF Brosur Digital yang Dilampirkan saat <i>Broadcast</i>	29
Gambar 4. 4	Tampilan <i>Chat Inquiry</i> Pelanggan setelah <i>Broadcast</i> Terkirim	30
Gambar 4. 5	Tampilan <i>Chat</i> Konfirmasi Pemesanan	31
Gambar 4. 6	Contoh Dokumen <i>Confirmation Letter</i>	34
Gambar 4. 7	Tampilan <i>Proforma Invoice</i> dan <i>Guaranteed Letter</i>	35
Gambar 4. 8	Contoh Dokumen <i>Banquet Event Order</i> dan <i>Group Information Letter</i>	36
Gambar 4. 9	Formulir <i>Banquet Comment</i>	37

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara	50
Lampiran 2. Hasil Dokumentasi	56
Lampiran 3. PDF Brosur Digital	59



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2024 terdapat 4.584 unit hotel berbintang di Indonesia, dengan total omzet industri ini mencapai Rp188,6 triliun pada tahun 2023. Sebagai ibu kota negara sekaligus pusat kegiatan bisnis nasional, Jakarta berada di urutan kedua dalam jumlah hotel bintang lima, yaitu sebanyak 37 unit, meskipun kota ini bukan destinasi wisata utama seperti Bali. Fakta ini menunjukkan bahwa perkembangan sektor perhotelan di Jakarta lebih banyak dipengaruhi oleh tingginya mobilitas kerja, aktivitas kunjungan bisnis, serta meningkatnya permintaan terhadap fasilitas MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*).

Selain itu, kontribusi Jakarta terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 17%, sehingga menjadikan kota ini sebagai wilayah dengan aktivitas ekonomi paling dominan di tanah air. Kondisi ini mendorong permintaan yang tinggi terhadap layanan akomodasi dan ruang pertemuan, terutama dari perusahaan, instansi pemerintah, dan komunitas bisnis. Dalam konteks ini, hotel bukan hanya menyediakan kamar untuk menginap, tetapi juga menjadi lokasi strategis untuk penyelenggaraan berbagai kegiatan bisnis Kota Jakarta sebagai ibu kota negara dan pusat kegiatan ekonomi, bisnis, serta pemerintahan, menunjukkan perkembangan signifikan dalam kebutuhan akan fasilitas akomodasi dan ruang pertemuan. Hal ini didorong oleh tingginya mobilitas kerja, pelaksanaan acara bisnis, serta berbagai kegiatan instansi dan korporasi yang memerlukan sarana *representatif* untuk rapat atau pelatihan.

Hotel tidak hanya berperan sebagai penyedia tempat menginap, tetapi juga menjadi lokasi strategis untuk menyelenggarakan pertemuan atau acara skala kecil

hingga menengah. Menurut Noor (2017:1.4) *Meeting room* adalah bagian dari MICE yakni usaha di bidang jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran adalah kegiatan yang menyediakan layanan bagi penyelenggaraan pertemuan sekelompok orang seperti negarawan, pebisnis, dan akademisi untuk mendiskusikan isu-isu yang menyangkut kepentingan bersama. Salah satu fasilitas yang menjadi penunjang utama kegiatan tersebut adalah ruang pertemuan (*meeting room*). Ketersediaan *meeting room* yang nyaman, lengkap dengan dukungan peralatan teknis dan konsumsi, menjadi nilai tambah yang sangat penting bagi para pelanggan, baik individu maupun kelompok.

Salah satu metode utama yang digunakan oleh tim *sales* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan adalah strategi *telemarketing*. Tim sales memungkinkan melakukan penjualan secara rinci melalui strategi *telemarketing* mengenai penjualan *meeting room* yang ditawarkan. Menurut Daniswara (2024:263), Strategi *telemarketing* dilakukan dengan penggunaan surat, telepon, *faks*, *email*, atau internet untuk berkomunikasi dengan calon klien. Strategi ini menuntut kemampuan menyesuaikan komunikasi dengan kebutuhan pelanggan agar berpeluang menghasilkan konversi penjualan,

Berdasarkan pengalaman penulis selama menjalani program praktik kerja lapangan (PKL) di Departemen *Sales & Marketing* Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, diketahui bahwa proses penjualan *meeting room* memerlukan pemahaman menyeluruh terhadap alur kerja, mulai dari strategi promosi hingga pelayanan purna acara. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih judul tugas akhir yang mencerminkan dari praktik kerja lapangan yang telah dilakukan, yaitu dengan judul “Proses Penjualan *Meeting Room* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Proses dalam penjualan *meeting room* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan
- b. Hambatan yang terjadi saat proses penjualan *meeting room* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Solusi yang diterapkan untuk mengatasi tantangan dalam proses penjualan *meeting room* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan.

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Menjelaskan proses penjualan *meeting room* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan secara menyeluruh.
- b) Menjelaskan hambatan yang dihadapi dalam proses penjualan *meeting room* melalui strategi *telemarketing* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan.
- c) Menjelaskan solusi yang diterapkan oleh tim *Sales & Marketing* Hotel Neo Tendean dalam mengatasi tantangan-tantangan tersebut guna meningkatkan efektivitas penjualan.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi penulis, tugas akhir ini memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam memahami dan menganalisis proses penjualan jasa, khususnya pada *meeting room* di industri perhotelan. Penulis juga memperoleh wawasan praktis mengenai tantangan dan strategi yang digunakan dalam kegiatan pemasaran, sehingga dapat meningkatkan kompetensi akademik maupun keterampilan di bidang manajemen pemasaran.
- b. Manfaat bagi perusahaan, tugas akhir ini dapat dijadikan sumber informasi untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas proses penjualan *meeting room* di Hotel Neo Tendean. Selain itu, tugas akhir ini juga membantu perusahaan dalam mengenali kendala yang sering dihadapi serta merumuskan strategi penjualan yang lebih tepat guna meningkatkan daya saing.
- c. Manfaat bagi dunia ilmu pengetahuan, tugas akhir ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan penjualan jasa. Temuan dalam tugas akhir ini dapat dijadikan referensi

bagi akademisi dalam mengkaji strategi penjualan, pengelolaan hubungan pelanggan, dan pengembangan bisnis di sektor perhotelan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang terdiri dari data utama dan data pendukung. Metode utamanya adalah wawancara, sedangkan dokumentasi dan wawancara digunakan sebagai data pelengkap, yaitu:

a. Wawancara

Proses wawancara dilakukan secara terstruktur dalam bentuk percakapan atau dialog untuk mendapatkan informasi lebih mendalam. Wawancara merupakan metode yang dilakukan melalui percakapan langsung antara peneliti dan narasumber yang berkaitan langsung dengan objek penelitian. Metode ini bertujuan menggali informasi lebih dalam dan terperinci yang tidak bisa diperoleh hanya melalui pengamatan (Syafri, 2022:36). Sedangkan menurut (Sugiyono, 2018:310) wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan secara terstruktur maupun bebas, tergantung pada arah dan kebutuhan informasi. Proses ini memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk menyesuaikan pertanyaan agar hasilnya lebih mendalam dan kontekstual. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis melakukan wawancara dengan dua pihak yang terlibat langsung, yaitu Ibu Yuli Indah Sari selaku *Sales Manager* dan Ibu Annisya Rizky Abror selaku *Sales Executive* di Hotel Neo Tende Jakarta Selatan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait Proses Penjualan *meeting room* Di Hotel Neo Tende Jakarta Selatan. Daftar pertanyaan wawancara terdapat pada Lampiran 1.

b. Observasi

Menurut Cartwright dalam Rini dan Nindhita (2022:1) observasi merupakan kegiatan yang dilakukan secara pengamatan, pencatatan, dokumentasi perilaku secara terencana sejalan pada tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2018:310) observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek di

lapangan, baik dalam kondisi alami maupun dalam konteks yang telah ditentukan. Tujuan observasi adalah untuk memperoleh data yang nyata dan relevan melalui keterlibatan langsung peneliti. Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung objek atau aktivitas yang sedang berlangsung di lapangan. Tujuan dari metode ini adalah memperoleh informasi nyata dan relevan berdasarkan keterlibatan langsung peneliti (Didin, 2020:81). Dalam tugas akhir ini, penulis melakukan observasi dengan mengamati aktivitas dan terlibat langsung pada proses agar mendapatkan data yang valid dan akurat mengenai Proses Penjualan *Meeting Room* di Departemen *Sales & Marketing* Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan bahan-bahan tertulis, visual, atau digital sebagai sumber informasi. Data ini dapat berupa foto, arsip, surat, laporan, atau bentuk dokumen lainnya yang relevan (Sugiyono, 2018). Menurut Sigit, (2016), dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui penelaahan terhadap catatan-catatan, dokumen resmi, maupun materi visual yang berkaitan dengan peristiwa yang telah terjadi, guna mendukung validitas hasil penelitian. Penulis mengumpulkan berbagai dokumen pendukung yang relevan, seperti proposal penawaran *meeting room*, brosur digital, data pelanggan, *confirmation letter*, *banquet event order*, *group information* dan formulir *banquet comment*. Dokumen-dokumen ini membantu penulis dalam menganalisis alur administrasi dan strategi *telemarketing* yang diterapkan oleh pihak hotel.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi lapangan, wawancara dengan tim *sales & marketing*, serta analisis terhadap proses penjualan *meeting room* melalui strategi *telemarketing* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Proses penjualan *meeting room* dilakukan melalui strategi *telemarketing* yang telah terstruktur dan efisien. Proses ini dimulai dari penyusunan *database*, pengiriman *broadcast*, komunikasi dua arah, konfirmasi pemesanan, penyusunan dokumen, pelaksanaan acara hingga *after sales*. Proses ini efektif dalam menjangkau target pasar perusahaan atau lembaga pemerintah tanpa melakukan pertemuan secara langsung.
- b. Beberapa hambatan ditemukan antara lain adalah lambatnya respons calon klien, validitas *database* belum akurat, persaingan harga, permintaan proposal tambahan, keterbatasan jumlah staf. Serta perubahan mendadak dari pihak klien yang cukup mengganggu alur kerja tim operasional hotel.
- c. Tim *Sales & Marketing* Hotel Neo Tendean telah menerapkan sejumlah solusi yang bersifat adaptif dan terfokus. Seperti *follow-up* secara personal dan terjadwal. Update *database* rutin, penyesuaian harga dengan anggaran klien, menyediakan template proposal, pembagian tugas internal dan meningkatkan komunikasi lintas departemen. Seluruh solusi ini diterapkan untuk menjaga efektivitas *telemarketing* dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, strategi *telemarketing* dalam penjualan *meeting room* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi alat utama dalam mempercepat proses komunikasi penjualan, membangun hubungan profesional jangka panjang dengan klien, serta meningkatkan daya saing Hotel Neo Tendean dalam industri MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Merujuk pada hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif bagi Hotel Neo Tendean dalam upaya meningkatkan efektivitas strategi penjualan *meeting room* melalui metode *telemarketing*, antara lain:

a. Optimalisasi *follow-up* personal

Pendekatan personal dalam melakukan *follow-up* terbukti meningkatkan respons dari calon klien. Oleh karena itu, penjadwalan *follow-up* secara sistematis perlu diperkuat, dan gaya komunikasi harus dijaga tetap profesional, ramah, serta responsif agar membangun kedekatan dan kepercayaan dari klien.

b. Pemanfaatan *tools* digital untuk manajemen kerja tim *sales*

Dengan keterbatasan jumlah staf, penggunaan aplikasi atau *tools* digital seperti CRM sederhana, *spreadsheet* kolaboratif, atau *task manager* akan sangat membantu dalam membagi tugas, memantau progres *follow-up*, serta memastikan tidak ada klien yang terlewat dalam siklus komunikasi.

c. Pengembangan strategi retensi dan evaluasi pasca-acara

Formulir evaluasi (*Banquet Comment*) yang dikumpulkan setelah acara harus diolah dan dimanfaatkan sebagai bahan penyusunan strategi retensi pelanggan. Dengan menindaklanjuti masukan klien secara konkret, hotel dapat meningkatkan kualitas layanan dan memperbesar peluang terjadinya repeat order.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan Hotel Neo Tendean dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat daya saing di sektor MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), serta memperluas jaringan pasar melalui pendekatan *telemarketing* yang lebih efektif dan adaptif.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun





DAFTAR PUSTAKA

- Adoe, V. S., dkk. (2024). Manajemen Penjualan Dan Kewiraniagaan. Pangkalpinang: Scient Techno Direct.
- Daniswara, R. A., & Wardani, N. I. (2024). Strategi Telemarketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Inovasi Teknologi Solusindo (Trustmedis). *Future Academia : The Journal Of Multidisciplinary Research On Scientific And Advanced*, 2(3), 262–267.
<https://doi.org/10.61579/Future.V2i3.150>
- Dewi, N. L. L. A. R., Triyuni, N. N., & Winia, I. N. (2018). *Marketing Strategy Through Sales Call And Telemarketing To Increase Room Revenue At The Lerina Hotel Nusa Dua*. *Journal Of Applied Sciences In Travel And Hospitality*, 1(2), 197.
- Dima, C. C., & Rahayu, E. (2021). Transisi Komunikasi Pemasaran *Sales & Marketing* Dari *Offline* Ke *Online* Untuk Brosur Promosi Fasilitas Hotel Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang. *Proceeding of Sendiu 2021*, 650–659.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/8665>
- Fajri, I. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner Di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *The Journal : Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45.
<https://doi.org/10.17509/Thej.V8i1.11689>
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian: Untuk ilmu ekonomi, manajemen, dan akuntansi (Edisi revisi)*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
<https://www.scribd.com/document/653428821/2-Ebook-Metopen-Kuning#content=query:observasi,pageNum:71,indexOnPage:0,bestMatch:false>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan kuantitatif & kualitatif*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
<https://www.scribd.com/document/653429106/1-Ebook-Metopen>
- Himmawan, D., & Aulia, L. M. (2024). Analisis Strategi Telemarketing Dan Edukasi Kepada Masyarakat Terhadap Tabungan Haji Pascamerger Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Jatibarang. *Jsef: Journal Of Sharia Economics And Finance*, 3(2), 98–104.
<https://doi.org/10.31943/Jsef.V3i2.47>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

- Hulfa, I., dkk. (2024). Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata. Badung: Intelektual Manifes Media.
- Krisyanti, I. A. P. N., Sadjuni, N. L. G. S., & Witarsana, I. G. A. G. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di Karma Kandara Resort Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(2), 115–128.
<https://doi.org/10.52352/Jbh.V11i2.677>
- Malau, T. F., dkk. (2022). Pentingnya Administrasi Sarana Dan Prasarana Pendidikan. *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 1(4), 186–195.
- Marliani, L. (2018). Definisi Administrasi Dalam Berbagai Sudut Pandang. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Galuh*, 5(4), 17–21.
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1743/1407>
- Noor, A. A. (2017). *Pengertian Mice (Meeting Incentive Conference Exhibition)*. In *Manajemen Event*.
<https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/Spar4316-m1.pdf>
- Pahlevie, M. R., Bambang, H., & M, Y. M. (2016). *Rancang Bangun Sistem Informasi Administrasi Informatika*. Surabaya: STIKOM Surabaya. 5(7), 1–7.
- Prihandono. (2024). Analisis Proses Administrasi Di Departemen *Marketing* Pada Pt Raga Perkasa Ekaguna. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 1667–1685.
<https://doi.org/10.34127/Jrlab.V13i3.1215>
- Syafrida, H. H. S. (2021). *Metodologi Penelitian* (Cet. I, Mei 2021). Yogyakarta: KBM Indonesia. <https://www.scribd.com/document/727441784/E-Book-Metodologi-Penelitian-Syafrida>
- Sitepu, A. P., dkk. (2022). Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Jasa Kamar Hotel (Studi Kasus Pada Hotel De Bintang Villa). *Open Journal Systems*, 17(1), 81–92.
- Solihat, A. (2019). Layanan Purna Jual Pada Produk Otomotif. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 1(1), 6–10.
<https://doi.org/10.35899/Biej.V1i1.5>
- Sugesti, S. (2025). Analisis Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur *Banquet Waiter* Dalam Menyiapkan *Meeting Room* Di Hotel Lpp Garden Yogyakarta. *Jrt: Journal Of Responsible Tourism*, 4(3), 1809–1102.
<https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Suryana, S. E., Warsito, B., & Suparti, S. (2021). Penerapan *Gradient Boosting* Dengan *Hyperopt* Untuk Memprediksi Keberhasilan *Telemarketing Bank*. *Jurnal Gaussian*, 10(4), 617–623.
<https://doi.org/10.14710/J.Gauss.V10i4.31335>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Warsono, H., Astuti, R. S., & Marom, A. (2019). *Buku Ajar Teori Administrasi. In Ilmu Administrasi Dan Ilmu Administrasi Negara*. Surabaya (Erlangga).
<https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara

Wawancara dengan *Sales Executive* Hotel Neo Tendean

1. Bagaimana proses umum *telemarketing* yang dilakukan oleh tim *Sales & Marketing* dalam menawarkan *meeting room*?

Sebagai *Sales Executive* di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, proses *telemarketing* kami dimulai dengan penyusunan dan pemutakhiran *database* klien. Setelah itu, kami melakukan *broadcast* penawaran menggunakan *WhatsApp Business* yang sudah disiapkan dengan konten profesional. Jika ada respon, kami tindak lanjuti melalui komunikasi dua arah, baik via chat maupun panggilan langsung. Bila klien tertarik, kami lanjutkan dengan penyusunan dokumen administratif seperti *Confirmation Letter*, *Proforma Invoice*, *Banquet Event Order (BEO)*, hingga *Group Information*. Setelah acara berjalan, kami juga melakukan evaluasi pelayanan melalui *Banquet Comment Form* sebagai bagian dari *after-sales service*.

2. Mengapa strategi *telemarketing* dipilih dibandingkan metode lain?

Kami memilih *telemarketing* karena strategi ini memungkinkan kami menjangkau calon klien secara cepat dan efisien, tanpa perlu melakukan kunjungan langsung yang memakan waktu dan biaya. Terutama untuk pasar korporat dan instansi, metode ini sangat efektif karena komunikasi bisa langsung ke pengambil keputusan. Selain itu, dengan *WhatsApp Business*, kami bisa menyampaikan penawaran secara personal namun tetap profesional.

3. Apa saja kendala yang paling sering tim hadapi selama proses *telemarketing* berlangsung?

Kendala yang paling sering kami alami adalah lambatnya respon dari calon klien, terutama saat mengirim *broadcast* pertama. Selain itu, validitas *database* juga menjadi tantangan, karena ada beberapa kontak yang sudah tidak aktif. Kami juga menghadapi persaingan harga dari hotel lain, serta permintaan klien terhadap proposal formal yang lebih mendetail. Di musim event, keterbatasan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tenaga kerja juga cukup terasa, apalagi ketika harus mengatur banyak klien dalam waktu bersamaan.

4. Apa yang dilakukan tim untuk mengatasi lambatnya respon dari calon klien?
Biasanya kami tidak hanya mengandalkan satu kali *broadcast*. Setelah pengiriman awal, kami lakukan follow-up secara personal dan terjadwal. Kami pastikan pendekatan kami tetap sopan dan tidak terlalu agresif, agar klien merasa nyaman. Jika memungkinkan, kami juga menyesuaikan waktu follow-up dengan jam kerja mereka agar pesan kami lebih diperhatikan.
5. Bagaimana tim memastikan bahwa *database* kontak klien selalu akurat dan terbaru?
Kami melakukan update *database* secara berkala. Biasanya setelah event selesai atau setelah menghubungi klien, kami evaluasi kembali apakah kontak tersebut masih aktif atau perlu diperbarui. Kami juga sering saling berbagi informasi antar rekan *sales* mengenai klien-klien baru yang potensial, agar data kami selalu segar dan relevan.
6. Apa strategi yang digunakan untuk menghadapi persaingan harga dari hotel lain?
Kami tidak selalu bermain di harga murah, tapi kami berusaha fleksibel sesuai anggaran klien. Kami tawarkan value lain seperti lokasi strategis, fasilitas lengkap, pelayanan yang responsif, serta bonus tambahan seperti *free coffee break* atau dekorasi ringan. Hal ini kami sesuaikan agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan kami.
7. Bagaimana tim menghadapi permintaan proposal resmi dari klien, khususnya instansi pemerintah atau perusahaan besar?
Kami sudah menyiapkan template proposal formal yang siap untuk disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing klien. Jadi saat ada permintaan, kami bisa langsung menyesuaikan dengan cepat. Proposal tersebut biasanya berisi rincian fasilitas, harga, paket, serta informasi pendukung yang dibutuhkan untuk keperluan administrasi internal mereka.
8. Apa upaya yang dilakukan untuk mengatasi keterbatasan tenaga kerja di tim *sales* saat musim event?
Kami melakukan pembagian tugas secara internal dan saling *backup* antar tim. Saat beban kerja tinggi, kami juga memperkuat koordinasi dengan tim

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

operasional agar alur kerja tetap efisien. Dalam beberapa kondisi, kami mengatur prioritas penanganan klien berdasarkan jadwal event terdekat atau nilai potensi reservasi.

9. Bagaimana tim menyiasati perubahan mendadak dari pihak klien, misalnya soal jumlah peserta atau jenis konsumsi?

Perubahan mendadak memang sering terjadi. Untuk menyiasatinya, kami menjaga komunikasi yang terbuka dan cepat antara tim sales dengan tim *banquet* dan *kitchen*. Jadi jika ada perubahan dari klien, kami bisa langsung sampaikan dan sesuaikan. Kami juga biasakan klien untuk memberikan final confirmation minimal H-2 sebelum event agar koordinasi lebih stabil.

10. Setelah acara selesai, apakah ada proses evaluasi terhadap layanan yang diberikan?

Ya, kami selalu melakukan proses after-sales dengan memberikan *Banquet Comment Form* kepada klien. Dari sana, kami bisa mengukur kepuasan mereka dan mengidentifikasi area yang bisa kami tingkatkan. *Feedback* ini sangat penting karena menjadi bahan evaluasi untuk pelayanan kami ke depannya dan menjaga loyalitas klien.

Wawancara dengan *Manajer Sales & Marketing* Hotel Neo Tendean

1. Bagaimana proses umum *telemarketing* yang dilakukan oleh tim Sales & Marketing dalam menawarkan *meeting room*?

Di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, proses telemarketing kami dirancang secara terstruktur dan efisien. Dimulai dari penyusunan database kontak calon klien yang valid dan relevan, kemudian kami melakukan pengiriman penawaran melalui *WhatsApp Business*. Setelah itu, kami melanjutkan komunikasi dua arah untuk menggali kebutuhan klien lebih lanjut. Jika ada ketertarikan, tim akan memproses reservasi mulai dari konfirmasi pemesanan hingga penyusunan dokumen administratif seperti *Confirmation Letter*, *Proforma Invoice*, *Banquet Event Order (BEO)*, dan *Group Information*. Proses ini ditutup dengan evaluasi pasca-acara menggunakan *Banquet Comment Form* sebagai bagian dari pelayanan *after sales* kami.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Kenapa strategi *telemarketing* dipilih dibandingkan metode lain?
Kami memilih *telemarketing* karena metode ini sangat efisien untuk menjangkau pasar korporat dan instansi secara cepat tanpa perlu kunjungan langsung. Dalam praktiknya, *telemarketing* memungkinkan kami melakukan pendekatan personal dan langsung kepada pengambil keputusan. Selain itu, platform seperti *WhatsApp Business* memberikan fleksibilitas dalam komunikasi sekaligus kecepatan dalam mendistribusikan informasi penawaran secara luas namun tetap profesional.
3. Selama menjalankan *telemarketing*, biasanya kendala apa saja yang paling sering tim hadapi?
Kendala yang sering kami hadapi antara lain lambatnya respons dari calon klien setelah pengiriman *broadcast*, kemudian *validitas database* yang kadang belum sepenuhnya akurat. Kami juga menghadapi tantangan berupa persaingan harga dari hotel-hotel lain di area Jakarta Selatan, serta permintaan klien terhadap proposal formal tambahan di luar brosur yang telah kami kirim. Di saat beban kerja meningkat, keterbatasan tenaga kerja juga menjadi tantangan operasional kami.
4. Jika klien lambat merespons atau tidak merespons sama sekali, tindakan apa yang biasanya dilakukan tim?
Biasanya tim kami akan melakukan *follow-up* secara personal dan terjadwal, baik melalui pesan *WhatsApp* lanjutan maupun dengan melakukan panggilan langsung yang sopan. Kami juga memastikan waktu pengiriman ulang disesuaikan dengan jam kerja atau hari aktif instansi, agar peluang dibacanya pesan semakin tinggi. *Follow-up* ini kami lakukan dengan pendekatan yang humanis dan tidak memaksa.
5. Apa langkah yang dilakukan untuk memastikan database klien tetap valid dan akurat?
Kami melakukan pemutakhiran database secara berkala. Setiap kali terjadi interaksi baru atau setelah acara selesai, tim akan memperbarui informasi kontak berdasarkan status terakhir dari klien tersebut. Selain itu, kami juga menjalin kerja sama lintas departemen serta aktif mencari referensi baru dari klien yang sudah pernah menggunakan layanan kami.

6. Dalam menghadapi persaingan harga dengan hotel lain, apa strategi yang diterapkan agar tetap kompetitif?

Kami tetap menjaga fleksibilitas harga dengan menyesuaikan penawaran terhadap anggaran klien, namun tanpa menurunkan kualitas layanan. Selain itu, kami juga sering menambahkan *value-added* seperti fasilitas tambahan atau bonus seperti *free coffee break* atau dekorasi standar tanpa biaya tambahan. Strategi ini cukup efektif dalam menjaga loyalitas klien dan membedakan kami dari *kompetitor*.

7. Jika klien masih meminta proposal formal meskipun sudah mendapat brosur digital, bagaimana cara tim menyikapinya?

Kami sangat memahami kebutuhan tersebut, terutama untuk instansi pemerintahan dan perusahaan besar yang membutuhkan dokumentasi resmi. Oleh karena itu, kami sudah menyiapkan template proposal resmi yang dapat langsung kami sesuaikan dengan kebutuhan masing-masing klien. Proses penyesuaiannya pun cepat karena sudah distandarisasi dan sering digunakan.

8. Ketika beban kerja meningkat tetapi personel terbatas, bagaimana manajemen mengatur agar pekerjaan tetap terkendali?

Kami mengatur pembagian tugas secara internal agar beban kerja lebih seimbang antar anggota tim. Selain itu, kami meningkatkan koordinasi dengan tim operasional hotel, agar semua unit bergerak dengan satu arahan. Jika dibutuhkan, kami juga mengajukan dukungan tenaga tambahan dari departemen lain untuk memastikan kelancaran proses penjualan hingga pelaksanaan acara.

9. Apakah sering terjadi perubahan mendadak dari klien, dan bagaimana tim mengelola situasi tersebut?

Ya, perubahan mendadak cukup sering terjadi, misalnya jumlah peserta yang berubah atau jenis konsumsi yang diganti. Untuk menghadapinya, kami meningkatkan komunikasi lintas departemen, khususnya dengan tim *banquet* dan *kitchen*. Selain itu, kami meminta klien untuk memberikan konfirmasi final minimal dua hari sebelum acara, agar kami punya waktu untuk menyesuaikan seluruh aspek teknis dengan optimal.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10. Setelah acara selesai, adakah mekanisme evaluasi yang dilakukan terhadap pelayanan yang diberikan?

Tentu saja. Kami memiliki mekanisme evaluasi berupa *Banquet Comment Form* yang diisi oleh klien setelah acara selesai. Formulir ini menjadi bahan evaluasi bagi tim *Sales & Marketing* dan tim operasional untuk mengetahui kelebihan serta area yang perlu diperbaiki. Evaluasi ini sangat penting bagi kami dalam menjaga kualitas pelayanan serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas klien di masa mendatang.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 2. Hasil Dokumentasi



Wawancara Bersama *Sales Manager* dan *Sales Executive*



Dokumentasi bersama *Hotel Manager*, *Sales Manager*, *Sales Executive* dan *Trainee*

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Dokumentasi Kegiatan Pengerjaan Dokumen Pemesanan



Dokumentasi Pada Saat Menjadi Greenter Untuk Menyambut Tamu Iftar Ramadhan Karena Keterbatasan Jumlah Staff Saat Event Besar

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Dokumentasi *Sales Blitz* Untuk Penawaran *Iftar Package* Dan *Meeting Room*



Dokumentasi Kegiatan Telephone Untuk Melakukan Penawaran





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. PDF Brosur Digital

Hotel Neo Tendea
J. Wihrenmorgens No. 131
Tendean, South Jakarta 12100 Indonesia
T + 62 21 2226 488, 21 47 8555
F + 62 21 2226 269
Tendea@neoindonesia.com

Attractions

Rosewood & Walnuts Meeting Room

Setup Style	Capacity
Boardroom	15 persons
Theater	20 persons

Oak Meeting Room

Setup Style	Capacity
U-Shape	39 persons
Theater	56 persons
Classroom	42 persons
Cocktail	56 persons

Ebony Meeting Room

Setup Style	Capacity
U-Shape	45 persons
Theater	56 persons
Classroom	42 persons
Cocktail	56 persons

Clay Café, Bar, Resto

Offers a variety of cuisines featuring a wide selection of Indonesian favorites served for breakfast, lunch, and dinner, along with alcoholic beverages and coffee.
Open from 06:00 AM to 10:00 PM.

Superior Room

- 21 sqm
- Queen Bed or Twin Bed
- Bathroom with standing shower
- Coffee and Tea Maker
- Safety Deposit Box
- Full Amenities
- Mini Bar
- Available: Smoking & Non Smoking room

Standard Room

- 19 sqm
- Queen Bed or Twin Bed
- Bathroom with standing shower
- Coffee and Tea Maker
- Safety Deposit Box
- Mini Bar
- Available: Smoking & Non Smoking room

Lobby Area

Escape the city heat on a hot, sunny day with a refreshing dip in our outdoor pool before enjoying a beverage poolside. What better way to relax, de-stress or enjoy some light exercise than with an invigorating swim.

- Outdoor pool with depth of 0.9 m

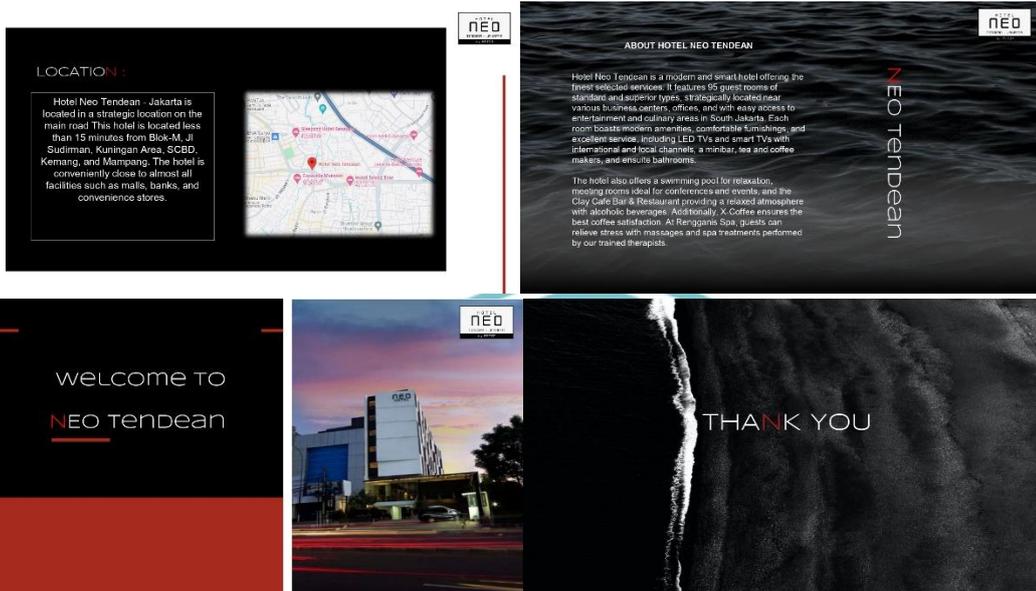
FACILITY HOTEL NEO TENDEAN

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA