



© 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

**PROSEDUR PENJUALAN *MEETING ROOM*
OLEH *SALES MARKETING*
HOTEL NEO TENDEAN JAKARTA**



NATALIANA BR SINUHAJI

NIM: 2305311038

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan D3 Politeknik Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2026**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Jalan Prof.DR.G.A.Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425

Telepon (021) 7270036, Hunting, Fax (021) 7270034

Laman: <http://www.pnj.ac.id>, Pos-el: humas@pnj.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Nataliana Br Sinuhaji
NIM : 230531108
Program Studi : D3 Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Posedur Penjualan Meeting Room Oleh Sales
Marketing Hotel Neo Tendean Jakarta

Depok,16.....Juli 2016

Kepala Program Studi

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Risya Zahrotul Firdaus, M.Si
NIP 198609082020122006

Dra. Ni Made Widhi Sugianingsih, M.M
NIP. 196405071992012001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

Jalan Prof.DR.G.A.Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425

Telepon (021) 7270036, Hunting, Fax (021) 7270034

Laman: <http://www.pnj.ac.id>, Pos-el: humas@pnj.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nataliana Br. Sinuhaji
NIM : 2305311038
Program Studi : D3 Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Prosedur Penjualan *Meeting Room* Oleh *Sales Marketing*
Hotel Neo Tendean Jakarta

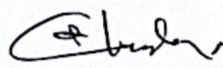
Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program studi Diploma-3 Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 16 Juli 2026
Waktu : 10.30 – 11.30

TIM PENGUJI

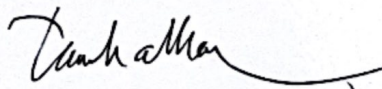
Ketua Sidang : Dra. Ni Made Widhi Sugianingsih, M.M

NIP : 196405071992012001

()

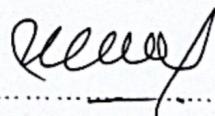
Penguji 1 : Taufik Akbar, M.S.M

NIP : 198409132018031001

()

Penguji 2 : Dra. Mawarta Onida Sinaga, M.Si

NIP : 196203061990032001

()



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini di Hotel Neo Tendea. 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). Penulisan laporan ini dapat diselesaikan karena adanya dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin menyampaikan ungkapan syukur dan ucapan terima kasih 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.
3. Risyah Zahrotul Firdaus, M.Si., selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta,
4. Ni Made Widhi Sugianingsih, SE.,MM., selaku dosen pembimbing laporan magang yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya sehingga saya dapat menyusun laporan magang ini dan dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik.
5. Seluruh Dosen dan Staff Politeknik Negeri Jakarta yang telah membagikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis.
6. Ibu Yuli Indah Sari, Kak Ricky Wijaya sebagai Tim Sales Marketing dan seluruh karyawan Hotel Neo Tendea yang sudah menerima kehadiran penulis.
7. Keluarga besar penulis terkhusus kepada Ibu, Abang, dan Kakak, selaku saudara dan keluarga yang menjadi sumber semangat penulis dalam menjalani setiap proses perkuliahan penulis.
8. Teman-teman AB 6D, DIII Administrasi Bisnis selaku teman seperjuangan penulis yang selalu memberi semangat dan perhatian kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Jakarta.

9. Filoskanasyana teman-teman semasa kecil yang masih setia menemani hingga saat ini, serta mendukung proses studi terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang selalu diberikan.
10. Kakak, abang dan teman-teman POSA penulis yang menjadi teman bertumbuh dalam rohani bersama penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan dan tidak sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, kritik atau masukan yang membangun untuk meningkatkan kualitas laporan ini, dan dapat memberi manfaat kepada berbagai pihak.

Depok, 01 Juli 2026



Nataliana Br Sinuhaji
NIM 2305311038



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

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	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Prosedur	6
2.1.1 Fungsi dan Tujuan Prosedur.....	7
2.2 Pelayanan	7
2.2.1 Kualitas Pelayanan.....	8
2.3 Penjualan	9
2.3.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	10
2.4 Pengertian <i>Sales Marketing</i>	10
2.5 Pengertian <i>Sales Call</i>	11
2.5.1 Bentuk - Bentuk <i>Sales Call</i>	12
BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN	14
3.1 Sejarah Perusahaan.....	14
3.2 Visi dan Misi	15
3.3 Tugas dan Wewenang.....	15
3.4 Struktur Organisasi Hotel Neo Tendean.....	18
3.4.1 Struktur dan Tugas Departemen <i>Sales Marketing</i>	20
3.5 Aktivitas Hotel Secara Umum	22



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

BAB IV PEMBAHASAN.....	24
4.1 Prosedur Penjualan <i>Meeting Room</i> Melalui <i>Sales Call</i> di Hotel Neo Tende Jakarta Selatan.....	24
4.1.1 Identifikasi Calon Pelanggan Melalui Database oleh Tim <i>Sales Marketing</i>	27
4.1.2 Telemarketing melalui <i>WhatsApp Business</i> oleh <i>Sales Marketing</i>	29
4.1.4 <i>Sales Call</i> (Kunjungan Langsung) oleh <i>Sales Marketing</i>	31
4.1.5 Penyusunan <i>Offering Letter</i> dan <i>Confirmation Letter</i>	32
4.1.6 Penerimaan Pembayaran dan Konfirmasi	33
4.1.7 Penyusunan <i>Banquet Event Order</i> (BEO).....	34
4.1.8 Pelaksanaan Acara.....	35
4.2 Dokumen Administrasi Penjualan <i>Meeting Room</i> di Hotel NEO Tende Jakarta 35	
4.2.1 Bentuk dan Isi Dokumen <i>Offering Letter</i>	36
4.2.2 Pembuatan dan Pengiriman <i>Confirmation Letter</i>	37
4.2.3 Pembuatan dan Pengirim <i>Banquet Event Order</i> (BEO).....	38
4.3 Hambatan yang Dihadapi pada saat Proses Penjualan <i>Meeting Room</i> dan Upaya yang dilakukan oleh Hotel Neo Tende Jakarta Selatan	39
4.3.1 Lambatnya respon dari calon klien terhadap pesan <i>broadcast</i>	40
4.3.2 <i>Validitas database</i> yang kurang akurat	40
4.3.3 Persaingan Harga dengan Hotel Lain.....	41
4.3.4 Permintaan Proposal Resmi Tambahan.....	41
4.3.5 Keterbatasan Jumlah Staf saat Volume Kerja Tinggi	42
4.3.6 Perubahan Mendadak dari Klien.....	42
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Hotel Neo Tendean	14
Gambar 3. 2 Lokasi Hotel Neo Tendean	15
Gambar 3. 3 Tipe Room Meeting Hotel Neo	17
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi Hotel Neo Tendean.....	18
Gambar 3. 5 Struktur Organisasi Sales Marketing.....	20
Gambar 4. 1 <i>Flowchart</i>	26
Gambar 4. 2 Database Sales Marketing	27
Gambar 4. 3 Telemarketing Melalui WhatsApp Business oleh Sales Marketing	30
Gambar 4. 4 Dokumentasi Sales Call bertemu dengan PIC	32
Gambar 4. 5 Tampilan Dokumentasi Offering Letter	37
Gambar 4. 6 Tampilan Dokumentasi Confirmation Letter	38
Gambar 4. 7 Tampilan Dokumentasi Banquet Event Order (BEO).....	39

**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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Pengambilan Data Perusahaan	49
Lampiran 2. Hasil Wawancara	50
Lampiran 3. Pedoman Wawancara	55
Lampiran 4. Hasil Dokumentasi	56
Lampiran 5. Lembar/Ceklist Observasi	57
Lampiran 6. Hasil Uji Turnitin.....	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia, khususnya di sektor jasa, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Perhotelan menjadi salah satu sektor yang berkembang signifikan, didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa akomodasi, baik untuk keperluan bisnis, wisata, maupun kegiatan lainnya. Bisnis dalam industri juga menghadapi tantangan. Salah satunya adalah fluktuasi permintaan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi politik, bencana alam, atau pandemi global. Selain itu, persaingan yang ketat antar pelaku bisnis juga menuntut inovasi dan kreativitas dalam menawarkan produk dan jasa yang unik dan berkualitas (Yuliani, 2025). Meningkatnya jumlah hotel, terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, telah memicu persaingan yang ketat di antara para pelaku industri perhotelan. Situasi ini mengharuskan setiap hotel untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif guna mempertahankan eksistensinya serta menarik pelanggan. Pemasaran merupakan landasan penting dalam dunia bisnis, yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen. Strategi ini memainkan peran sentral dalam menarik perhatian konsumen, membangun kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan meraih kesuksesan di dunia bisnis (LSPR, 2023).

Hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai sarana pendukung berbagai aktivitas seperti rapat, seminar, pelatihan, *gathering*, hingga acara perusahaan. Oleh karena itu, hotel dituntut untuk menyediakan fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang profesional guna memenuhi kebutuhan tamu. Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan serta membangun citra positif hotel di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.



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

Di industri perhotelan yang sangat kompetitif, setiap hotel harus menerapkan strategi penjualan yang tepat untuk meningkatkan tingkat hunian kamar dan pendapatan dari fasilitas lainnya. Departemen yang memainkan peran kunci dalam hal ini adalah Penjualan & Pemasaran. Departemen ini bertanggung jawab untuk membangun hubungan dengan pelanggan, mempromosikan penawaran hotel, dan memastikan kebutuhan tamu terpenuhi melalui berbagai layanan dan paket yang tersedia di hotel. Salah satu layanan yang sangat diminati oleh pelanggan terutama perusahaan dan lembaga pemerintah adalah penyediaan paket pertemuan. Kebutuhan akan ruang pertemuan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan aktivitas bisnis, sesi pelatihan, seminar, dan acara organisasi. Hotel yang dilengkapi dengan ruang pertemuan dengan kapasitas dan fasilitas yang memadai tentu memiliki peluang besar untuk menarik pelanggan dari sektor korporat maupun pemerintah.

Hotel NEO Tendea Jakarta merupakan salah satu hotel berbintang tiga di Jakarta Selatan yang memiliki lokasi strategis dan mudah diakses. Selain menyediakan fasilitas penginapan, hotel ini juga menawarkan berbagai fasilitas pendukung seperti ruang meeting untuk kebutuhan bisnis dan acara perusahaan. Dengan lokasi yang dekat dengan pusat bisnis dan perkantoran, Hotel NEO Tendea menjadi salah satu pilihan bagi tamu corporate dalam menyelenggarakan kegiatan meeting maupun acara lainnya. Strategi pemasaran yang umum dilakukan dalam industri perhotelan adalah *sales call*, yaitu kegiatan kunjungan langsung yang dilakukan oleh tim sales kepada perusahaan, instansi pemerintah, travel agent, maupun pelanggan potensial untuk memperkenalkan produk dan layanan hotel. Tim *Sales & Marketing* tidak hanya bekerja di dalam kantor, tetapi juga secara rutin melakukan kunjungan (visit) setiap hari kepada calon pelanggan maupun pelanggan tetap sebagai upaya membangun dan menjaga hubungan kerja sama yang baik. Kegiatan kunjungan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperluas jaringan pelanggan, menawarkan promo atau paket terbaru, mempertahankan kerja sama yang sudah terjalin, serta menggali kebutuhan pelanggan terkait akomodasi, meeting package, maupun kegiatan perusahaan lainnya.

Melalui sales call dan kunjungan rutin tersebut, pihak hotel dapat melakukan komunikasi secara langsung sehingga proses penawaran menjadi lebih efektif dan



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

personal. Selain memperkenalkan produk hotel, tim sales juga dapat mengetahui kebutuhan spesifik pelanggan, menangani keluhan, serta meningkatkan peluang terjadinya pemesanan kamar maupun fasilitas meeting. Oleh karena itu, aktivitas visit harian yang dilakukan oleh sales menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan efektivitas penawaran serta pencapaian target penjualan hotel.

Melalui program magang di departemen Penjualan & Pemasaran Hotel NEO Tendea di Jakarta, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam melakukan kunjungan penjualan sebagai salah satu strategi pemasaran hotel tersebut. Penulis turut terlibat dalam kegiatan operasional penjualan, termasuk mendampingi staf dalam kunjungan harian ke berbagai perusahaan dan organisasi untuk mempresentasikan penawaran hotel tersebut. Dari kegiatan tersebut, penulis memahami bahwa *sales call* bukan hanya sekadar kunjungan, tetapi juga merupakan bentuk pendekatan personal yang bertujuan membangun hubungan baik dengan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, serta menciptakan peluang kerja sama yang berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana prosedur penjualan *meeting room* melalui kegiatan *Sales Call* oleh *Sales & Marketing* di Hotel NEO Tendea Jakarta?
- b. Apa saja dokumen yang diperlukan dalam proses administrasi penjualan *meeting room* di Hotel NEO Tendea Jakarta?
- c. Apa saja hambatan yang terjadi dalam administrasi penjualan *meeting room* serta upaya penyelesaian yang dilakukan oleh pihak hotel?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan prosedur penjualan *meeting room* melalui kegiatan *sales call* yang diterapkan oleh *Sales & Marketing* di Hotel NEO Tendea Jakarta.
- b. Mengetahui dokumen yang digunakan dalam kegiatan administrasi penjualan *meeting room* di Hotel NEO Tendea 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. Menjelaskan kendala yang dihadapi dalam proses administrasi penjualan meeting room serta solusi yang diterapkan oleh pihak hotel dalam mengatasinya.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis, tugas akhir ini memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam memahami dan menganalisis peranan kegiatan *sales call* dalam meningkatkan penjualan *meeting room* di industri perhotelan, khususnya di Hotel NEO Tendea Jakarta. Penulis juga memperoleh wawasan praktis mengenai kendala serta strategi yang digunakan oleh tim *Sales & Marketing*, sehingga dapat meningkatkan kompetensi akademik maupun keterampilan di bidang pemasaran jasa.
- b. Bagi Hotel Neo Tendea, tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Hotel NEO Tendea Jakarta, khususnya departemen Penjualan & Pemasaran, dalam mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas panggilan penjualan untuk pemesanan ruang rapat. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi selama proses penjualan dan menentukan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan.
- c. Bagi Instistusi dan Dunia Ilmu Pengetahuan, tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan penjualan jasa, khususnya dalam penerapan kegiatan *sales call* pada industri perhotelan. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi akademisi maupun peneliti lain dalam mengkaji strategi pemasaran, hubungan pelanggan, dan peningkatan penjualan di sektor hospitality.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode

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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional Departemen Penjualan & Pemasaran di Hotel Neo Tendean, khususnya terkait proses penjualan ruang rapat melalui kunjungan penjualan. Penulis secara langsung mengamati serangkaian tugas yang dilakukan oleh koordinator penjualan, mulai dari mengidentifikasi calon pelanggan dan melakukan kunjungan langsung (*sales call*), hingga penyusunan dokumen administrasi seperti *Offering Letter*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO).

b. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan berbagai dokumen pendukung dalam proses penjualan meeting room di Hotel Neo Tendean, meliputi *database* kontak calon pelanggan, *weekly report sales*, brosur hotel, surat penawaran (*Offering Letter*), surat konfirmasi pemesanan (*Confirmation Letter*), dan *Banquet Event Order* (BEO). Selain itu, penulis juga mendokumentasikan kegiatan *sales call* melalui foto dan catatan lapangan sebagai bukti pendukung.

c. Wawancara

Metode ketiga adalah wawancara dengan *Sales Manager* Hotel Neo Tendean sebagai pelengkap observasi dan dokumentasi. Melalui wawancara, penulis memperoleh data yang tidak tertulis, seperti kendala lapangan, strategi negosiasi, dan upaya pemeliharaan hubungan dengan pelanggan. Dengan menggabungkan ketiga metode ini, penulis menyusun tugas akhir yang komprehensif mengenai prosedur penjualan meeting room melalui *sales call* 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

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai prosedur penjualan *meeting room* melalui kegiatan *sales call* oleh *Sales Marketing* Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan, dapat disimpulkan bahwa prosedur penjualan yang diterapkan telah berjalan secara sistematis dan terstruktur. Prosedur ini mencakup tahapan identifikasi calon pelanggan melalui database, telemarketing melalui *WhatsApp Business*, pelaksanaan *sales call* langsung, penyusunan *Offering Letter* dan *Confirmation Letter*, penerimaan pembayaran, penyusunan *Banquet Event Order* (BEO), hingga pelaksanaan acara. Seluruh tahapan ini melibatkan koordinasi antar departemen dan bertujuan untuk memastikan penanganan transaksi yang konsisten dan profesional sesuai dengan teori prosedur yang berlaku.

Dokumen administrasi yang digunakan dalam proses penjualan terdiri dari tiga dokumen utama, yaitu *Offering Letter* sebagai surat penawaran resmi, *Confirmation Letter* sebagai bukti kesepakatan akhir antara hotel dan klien, serta *Banquet Event Order* (BEO) sebagai dokumen internal yang berisi instruksi teknis pelaksanaan acara untuk seluruh departemen terkait. Ketiga dokumen ini berfungsi sebagai alat koordinasi, bukti transaksi, dan dasar pertanggungjawaban operasional hotel. Dalam pelaksanaannya, Hotel Neo Tendean menghadapi berbagai hambatan, baik internal maupun eksternal.

Hambatan eksternal meliputi lambatnya respons calon klien terhadap pesan *broadcast*, persaingan harga yang ketat, dan permintaan proposal resmi tambahan. Sementara itu, hambatan internal yang dihadapi antara lain *validitas database* yang kurang akurat, keterbatasan jumlah staf saat volume kerja tinggi, serta perubahan mendadak dari klien. Namun, tim *Sales Marketing* telah berupaya mengatasinya melalui optimalisasi teknologi komunikasi, penerapan sistem manajemen *database*



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

yang lebih akurat, strategi harga dinamis, standardisasi dokumen, teknik time blocking, serta penguatan kebijakan dan koordinasi internal. Seluruh upaya ini mencerminkan komitmen Hotel Neo Tendean dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing di industri perhotelan.

5.2 Saran

Berdasarkan hambatan yang sudah dialami, Penulis memiliki saran untuk Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan :

- a. Untuk Mengimplementasikan sistem CRM yang melengkapi fitur otomatisasi *follow-up*, sehingga pesan pengingat dapat dikirim secara otomatis kepada calon klien yang belum merespons dalam waktu tertentu. Selain itu, personalisasi pesan dengan menyebutkan nama perusahaan atau bidang usaha calon klien perlu ditingkatkan agar pesan terasa lebih relevan dan meningkatkan kemungkinan respons.
- b. Melakukan pembersihan dan pembaruan *database* secara berkala, minimal setiap tiga bulan sekali, dengan melibatkan verifikasi silang melalui sumber data eksternal seperti direktori bisnis atau media sosial perusahaan. Hotel juga perlu menetapkan prosedur standar bagi seluruh staf yang berinteraksi dengan pelanggan untuk selalu memperbarui data kontak setiap kali terjadi interaksi.
- c. Mengembangkan paket *meeting room* yang lebih inovatif dan fleksibel, seperti paket *hybrid meeting* atau paket *corporate retreat* yang menggabungkan ruang pertemuan dengan fasilitas rekreasi. Hotel juga perlu lebih aktif membangun hubungan jangka panjang dengan klien korporat melalui program loyalitas dan pendekatan *account management* yang personal.
- d. Melakukan penyusunan template proposal yang menyeluruh dan lengkap, sehingga tim sales hanya perlu menyesuaikan bagian-bagian tertentu sesuai kebutuhan klien tanpa menyusun seluruh dokumen dari awal. Hotel juga dapat mengembangkan online proposal *system* agar klien dapat mengakses dan menyesuaikan proposal secara mandiri melalui portal khusus.

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

- e. Mempertimbangkan penambahan staf *Sales Marketing* secara bertahap seiring peningkatan volume bisnis. Sebagai langkah jangka pendek, hotel dapat memanfaatkan tenaga magang untuk membantu tugas administratif dan mengadopsi perangkat lunak otomatisasi penjualan untuk menangani tugas rutin seperti pelacakan prospek dan pembuatan laporan.
- f. Menyusun kebijakan pembatalan dan perubahan yang lebih jelas serta disosialisasikan kepada klien sejak awal negosiasi, mencantumkan tenggat waktu, biaya tambahan, dan konsekuensi pembatalan. Hotel juga perlu memperkuat koordinasi internal dengan mengadakan rapat koordinasi singkat setiap pagi untuk membahas jadwal acara dan potensi perubahan.





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 PUSTAKA

- Asmawih. (2023). SWOT Analysis In Strategy Sales Call on Sales and Marketing Department at The Hotel All Seasons Jakarta Thamrin. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 188-199.
- Guestara. (2026, June 12). *Chrome*. Opgehaald van <https://www.guestara.com:https://www.guestara.com/post/whatsapp-broadcast-campaigns-for-hotels-step-by-step-guide>
- Herawati, T. (2022). Pengaruh Prosedur Kerja dan Manajemen Diri Terhadap Keselamatan Kerja Pada Karyawan PT. X. *e-journals.unmul.ac.id*, 168.
- Jennyfer. (2025). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Sales Marketing Hotel Berbintang di Kota Padang. *JURNAL NAWASENA*, 21.
- Joko. (2021). Segmentasi Pelanggan Berbasis Potensi Bisnis di Industri Perhotelan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 210-225.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laila. (2023). Prosedur Pelayanan Perbaikan Mobil. *digilib.unila.ac.id*, 8.
- LSPR, I. (2023, June 23). *Apa Itu Marketing? Strategi Ampuh Mengoptimalkan Potensi Bisnis*. Opgehaald van [lspr.ac.id: https://www.lspr.ac.id/apa-itu-marketing/](https://www.lspr.ac.id:https://www.lspr.ac.id/apa-itu-marketing/)
- Lukito. (2020). Efektifitas Komunikasi Dalam Proses Sales Call Gunawangsa Hotel MERR Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya*, 15-22.
- Raihan. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi Sicepat dengan Analisa Sentimen pada aplikasi media sosial Twitter. *repository.pnj.ac.id*, 11.
- Ratna, D. (2022). Analisa Efektivitas Penerapan Standard Operating Prodecure (SOP) Pada Departemen Community & Academy Run System (PT Global Sukses Solusi Tbk). *dspace.uui.ac.id*, 15.
- Rian. (2025, August 12). *Sales Marketing Adalah: Pengertian, Tugas, dan Strateginya*. Opgehaald van [nextdigital.co.id: https://nextdigital.co.id/sales-marketing-adalah/](https://nextdigital.co.id:https://nextdigital.co.id/sales-marketing-adalah/)
- Setiawan. (2022). Pengelolaan Data Pelanggan Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Pemasaran di Hotel Bintang Lima Surabaya. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 45-56.



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Suherman, S. (2023). Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Warteg. *repository.pnj.ac.i*, 20.

Tjiptono, F. (2020). *Service, Quality & Satisfaction*. yogyakarta: ISBN: 978-979-29-0509-0.

Triani. (2020). Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan dan Akuntansi)*, 83-88.

Wardani. (2025). Prosedur Penjualan Residential Meeting Melalui Sales Call oleh Coordinator Sales di Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan. *Laporan Magang, Politeknik Negeri Jakarta*, 16.

Yahya, S. (2026). Pengaruh Sales Call, Effective Call dan Sku Sold Terhadap Peningkatan Penjualan Salesman UD. Prima Jaya Mandiri (DIST. PT. Nestle Indonesia). *journal.stkipsubang.ac.i*, 210.

Yuliani. (2025). Repository Politeknik Negeri Bali. *Strategi Pemasaran Meeting Package Berbasis Sales Call System Bagi Corporate Consument dalam meningkatkan penjualan di Fame Hotel Sunset Road Bali*, 1-2.

**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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Pengambilan Data Perusahaan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
Jalan Prof Dr. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telepon (021) 7270036, Hunting, Fax (021) 7270034
Laman : <http://www.pnj.ac.id> Pos-el : humas@pnj.ac.id

SURAT IZIN PENGGUNAAN DATA UNTUK TUGAS AKHIR DAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuli Indah Sari
Jabatan : Sales Manager
Instansi/Perusahaan : Hotel NEO Tendea Jakarta
Alamat : Jalan Wolter Monginsidi Nomor 131, Rawa Barat, Kebayoran Baru,
Jakarta Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : Nataliana Br Sinuhaji
NIM : 2305311038
Program Studi : D3 Administrasi Bisnis
Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta

telah memperoleh izin dari **Hotel NEO Tendea** untuk menggunakan dan mencantumkan data yang diperoleh selama kegiatan magang di lingkungan instansi/perusahaan kami sebagai bahan penyusunan tugas akhir yang berjudul:

"Prosedur Penjualan Meeting Room Melalui Kegiatan Sales Call Oleh Sales Marketing Hotel Neo Tendea"

Selain itu, instansi/perusahaan kami juga memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk menggunakan data tersebut dalam publikasi ilmiah terkait tugas akhir yang disusun. Adapun data yang diizinkan untuk dipergunakan adalah sebagai berikut (jika diperlukan rincian):

1. Data *Confirmation Letter*, *Banquet Event Order* (BEO) & *Group Information* Hotel NEO Tendea
2. Data *Production Sales Call* Hotel Neo Tendea
3. Database PIC yang sudah melakukan reservasi di Hotel Neo Tendea
4. Data Tamu yang melakukan Kunjungan Ulang
5. Data Revenue dalam periode tertentu
6. Struktur Organisasi, Visi & Misi Serta Logo Hotel NEO Tendea

Demikian surat izin ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 Juni 2026

Sales Manager





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

Lampiran 2. Hasil Wawancara

Tanggal Wawancara : 11 Juni 2026

Waktu : 15.00 – 16.00 WIB

Pewawancara : Nataliana Br Sinuhaji

Narasumber : Ibu Yuli Indah Sari (Manager Sales Marketing)

Pewawancara	Narasumber
Selamat pagi Bu, di sini saya izin minta waktu nya sebentar untuk melakukan wawancara sebentar terkait penyusunan Tugas Akhir saya, Bu. Tujuan daripada wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi dan data mengenai prosedur penjualan meeting room melalui kegiatan Sales call oleh Sales marketing, izin saya rekam ya Bu.	Ya, silahkan Natali.
Baik Bu, Terimakasih. Langsung saja Bu ke pertanyaan yang pertama, bagaimana prosedur penjualan meeting room dalam kegiatan Sales Call oleh Sales Marketing?	Secara garis besar prosedur penjualan <i>meeting room</i> melalui <i>sales call</i> dimulai dari identifikasi calon pelanggan melalui <i>database</i> dan <i>weekly report</i> , kemudian dilanjutkan dengan kontak awal melalui WhatsApp atau telepon untuk menjadwalkan pertemuan. Inti dari prosedur ini adalah kunjungan langsung (<i>sales call</i>) ke calon klien untuk melakukan presentasi dan negosiasi secara tatap muka. Setelah terjadi

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

	kesepakatan, kami menyusun <i>Offering Letter</i> sebagai surat penawaran, dan jika disetujui klien, diterbitkan <i>Confirmation Letter</i> sebagai bukti kesepakatan yang mengikat. Setelah pembayaran diterima, kami membuat <i>Banquet Event Order</i> (BEO) yang menjadi pedoman operasional bagi seluruh departemen, lalu acara dilaksanakan dan diakhiri dengan evaluasi serta pemeliharaan hubungan dengan klien.
Baik Bu cukup jelas, untuk pertanyaan nomor 2, bagaimana proses perencanaan target penjualan meeting room setiap periodenya?	Kalau target penjualan meeting room setiap periode sih kita mengikuti dari revenue banket ya. Misalkan kliennya target pasar, kompetensi meeting room-nya gimana, tergantung kondisinya juga. Karena persaingan bintang tiga ini terhadap hotel-hotel tuh sangat ketat ya, jadi kita harus tim sales tuh udah tahu segmen pasar yang mereka tangani masing-masing
Baik, Bu. Dilanjut. Pertanyaan ketiga, bagaimana sistem monitoring terhadap aktivitas sales call yang dilakukan oleh tim sendiri?	Biasanya sih kita lebih ke ada reporting ya, reporting daily, reporting weekly, sama reporting monthly. Jadi setiap yang ada tentative dan yang sudah fix itu masuk ke Kalender. Saya sebagai leader akan nge-approach ketika daily, apakah improve, sudah sampai mana respon klien ini biasanya tim follow up saja.
Lalu selama proses <i>sales call</i> ini, apakah ada kendala yang sering	Tentu ada. Beberapa kendala yang sering kami hadapi antara lain lambatnya respons



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

dihadapi oleh tim Sales & Marketing?	dari calon klien terhadap pesan <i>broadcast</i> , <i>database</i> yang kurang akurat, persaingan harga yang ketat dengan hotel lain, permintaan proposal tambahan yang memakan waktu, keterbatasan staf saat volume kerja tinggi, dan perubahan mendadak dari klien seperti pembatalan atau pergeseran jadwal
Dari kendala tersebut, bagaimana upaya yang dilakukan hotel untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, Bu?	Untuk mengatasinya, kami menerapkan komunikasi multikanal melalui telepon, WhatsApp, dan email, serta tetap melakukan kunjungan langsung jika diperlukan. Kami juga rutin memperbarui <i>database</i> dan menjalin komunikasi dengan lebih dari satu kontak di setiap perusahaan. Dalam hal harga, kami memberikan fleksibilitas negosiasi namun tetap memperhatikan batas keuntungan, serta memperkuat nilai tambah layanan. Untuk permintaan proposal, kami tingkatkan kemampuan komunikasi tim agar proposal lebih tepat sasaran. Saat volume kerja tinggi, kami mengandalkan koordinasi internal yang cepat antar departemen. Sedangkan untuk perubahan mendadak, kami lakukan komunikasi intensif dan konfirmasi berkala menjelang acara
Lalu yang selanjutnya, bagaimana cara hotel menentukan segmentasi pasar untuk produk meeting room?	Biasanya segmentasi pasar sendiri ditentukan dari karakteristiknya pelanggan, gitu. Karena kan pelanggan satu dengan pelanggan yang



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

	lain itu kan beda.Nggak bisa kita samakan. Ada beberapa klien yang memang budgetnya rendah, dan ada beberapa klien yang budgetnya tinggi. Jadi di era efisiensi sama global warming di sini, semua mau nggak mau kita harus ngambil sales yang medium low ke bawah dulu untuk saat ini.
Baik. Yang ketujuh, seberapa besar kontribusi sales call terhadap total penjualan meeting package ini?	Sales call sendiri tuh sangat memiliki kontribusi yang cukup besar. Karena terutama kita udah nggak bisa lagi nih jemput bola untuk nyari klien. Kita harus tetap visit, beberapa klien juga kita kasih souvenir. Itu sangat membantu untuk maintain relationship, terutama.
Lalu yang kedelapan, bagaimana kebijakan hotel dalam menentukan harga paket meeting room ini?	Nah, kembali lagi, karena semua ada departemen, ada mempunyai ada accounting, ada F&B. Dari situ kan kita bisa menentukan dasar cost. Dari dasar cost sendiri akan muncul semakin banyak quantity orang yang meeting, itu cost akan bisa menurun. Jadi kita mainnya lebih ke volume
Baik. Selanjutnya bagaimana peran kerja sama antar departemen dalam mendukung penjualan meeting room ini?	Kalau ke departemen lain sih lebih misalkan kayak F&B contohnya. Kalau ketika mereka lagi tidak berimprovisasi dalam suatu event, kita juga di situ kan ada feedback. Nah, dari feedback situ departemen mana yang kira-kira tidak produktif, kita akan sampaikan. Jadi ketika klien komplain, dari situ akan



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

	muncullah improve untuk perbaikan dari departemen tersebut
Yang terakhir. Menurut Ibu, apa faktor utama yang membuat penjualan meeting room berhasil meningkat?	Kalau meningkat tuh kembali lagi, nah, dari sales call, kembali juga dari kita main di ads, dan juga kadang-kadang dari klien satu dengan klien yang lain, itu bisa membawa juga dampak ke meeting di sini. Wedding juga sama, dari mulut ke mulut terutama. Terus memang pelanggan lah, hubungan dengan pelanggan itu harus kita kuatkan di situ. Dan sama kita harus sebagai sales harus bisa melihat pasar. Mungkin pasarnya sekarang demand-nya lagi seperti apa. Contohnya lagi wedding, sekarang kita main dengan wedding intimate, nah itu juga pasarnya kita bisa ambil. Jadi semua market bisa kita pakai sih.
Baik Ibu, jawaban dari pertanyaan saya cukup jelas, Terimakasih sudah meluangkan waktu dan kesempatannya, Bu	Iya Natali, dengan senang hati.



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

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Tempat : Hotel Neo Tendean Jakarta Selatan
Tanggal : 11 Juni 2026
Waktu : 15.00 – 16.00 WIB
Pewawancara : Nataliana Br Sinuhaji
Terwawancara : Yuli Indah Sari
Posisi dari Terwawancara : Manager Sales Marketing

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana prosedur penjualan meeting room dalam kegiatan Sales Call oleh Sales Marketing di Hotel Neo Tendean?
2. Bagaimana proses perencanaan target penjualan meeting room setiap periodenya?
3. Sistem monitoring apa yang terdapat pada aktivitas sales call yang dilakukan oleh tim sendiri?
4. Selama proses *sales call* ini, apakah ada kendala yang sering dihadapi oleh tim Sales & Marketing?
5. Bagaimana upaya yang dilakukan hotel untuk mengatasi kendala-kendala tersebut?
6. Bagaimana cara hotel menentukan segmentasi pasar untuk produk meeting room?
7. Seberapa besar kontribusi sales call terhadap total penjualan meeting package ini?
8. Bagaimana peran kerja sama antar departemen dalam mendukung penjualan meeting room ini?
9. Apa faktor utama yang membuat penjualan meeting room berhasil meningkat?

Jakarta, 11 Juni 2026
Manager Sales Marketing

(Yuli Indah Sari)



© 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 4. Hasil Dokumentasi



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

Lampiran 5. Lembar/Ceklist Observasi

Judul Tugas Akhir : Prosedur Penjualan *Meeting Room* Oleh *Sales Marketing*
Hotel Neo Tendean Jakarta

Tempat Observasi : Hotel Neo Tendean Jakarta

Bagian : Sales Marketing

Objek Observasi : Prosedur Penjualan Meeting Room

Waktu Observasi : 12 Januari – 12 Juni 2026

Observer : Nataliana Br Sinuhaji

No	Aspek yang Diamati	Indikator Observasi	Ya	Tidak
1	Identifikasi Calon Pelanggan	Tim Sales Marketing mengidentifikasi calon pelanggan melalui database yang terstruktur, berisi nama perusahaan, PIC, nomor telepon, WhatsApp, dan email.	✓	
2	Sumber Data Pelanggan	Data diperoleh dari daftar perusahaan yang pernah menginap/mengadakan acara, inquiry dari Front Desk/Website, mitra kerja (travel agent & event organizer).	✓	
3	Telemarketing (WhatsApp Business)	Tim melakukan broadcast WhatsApp Business untuk menawarkan paket meeting room, promosi, dan fasilitas hotel kepada calon klien.	✓	
4	Segmentasi Audiens	Database disegmentasi berdasarkan segmen pasar: corporate, government, travel agent, wedding, dan social event.	✓	
5	Sales Call (Kunjungan Langsung)	Sales Marketing melakukan kunjungan tatap muka langsung ke kantor/ tempat usaha calon pelanggan untuk bertemu PIC.	✓	



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6	Diskusi Kebutuhan Klien	Sales melakukan diskusi mendalam mengenai jenis acara, jumlah peserta, durasi, tatanan ruangan, kebutuhan teknis, dan preferensi konsumsi.	✓	
7	Penyusunan Offering Letter	Sales menyusun surat penawaran resmi (Offering Letter) yang memuat spesifikasi paket, fasilitas, harga, dan syarat ketentuan.	✓	
8	Pengiriman Offering Letter	Offering Letter dikirimkan kepada calon klien melalui email atau diserahkan langsung.	✓	
9	Penyusunan Confirmation Letter	Setelah klien menyetujui penawaran, Sales menerbitkan Confirmation Letter sebagai bukti kesepakatan akhir yang mengikat kedua belah pihak.	✓	
10	Penerimaan Pembayaran	Pelanggan melakukan pembayaran sesuai ketentuan (penuh/uangmuka) dan hotel memberikan bukti pembayaran resmi (kwitansi).	✓	
11	Penyusunan Banquet Event Order (BEO)	Sales menyusun BEO sebagai dokumen internal berisi instruksi teknis pelaksanaan acara untuk seluruh departemen terkait.	✓	
12	Distribusi BEO	BEO didistribusikan ke departemen Food & Beverage, Housekeeping, Teknik, dan Front Office sebagai acuan persiapan acara.	✓	
13	Pelaksanaan Acara	Seluruh departemen melaksanakan acara sesuai BEO. Sales Marketing hadir untuk memastikan acara berjalan lancar.	✓	
14	Evaluasi Pasca-Acara	Tim Sales Marketing melakukan evaluasi dengan meminta masukan dari pelanggan (guest comment/wawancara) untuk perbaikan ke depan.	✓	



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6. Hasil Uji Turnitin

