PERAN SALES EXECUTIVE PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI GOLDVITEL HOTEL SURABAYA

Kresna Galang Arditama

Pembimbing : Syah Riza Octavy Sandy, SE. S.Kom, M.Si

Progam Studi Diploma III Perhotelan Fakultas Ilmu Soial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Jember

ABSTRAK

"Peran *Sales Executive* Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Goldvitel Hotel Surabaya" merupakan tugas akhir yang bertujuan untuk mengetahui peran *sales and marketing* di Goldvitel Hotel Surabaya di masa pandemi berjalan baik atau belum. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada tugas ini adalah observasi,wawancara dan dokumentasi yang selanjutnya dianalisis dengan analisi deskriptif dan analisis SWOT. Kesimpulan akhir ini adalah peran *sales executive* pada masa pandemi covid-19 di Goldvitel Hotel Surabaya sangat penting untuk berkembangnya hotel, hal ini dikarenkan kegiatan *sales executive* dalam rangka mendatangkan tamu dan membuat *brand image* baik bagi hotel.

Kata kunci : Peran, *Sales Executive*, Pandemi Covid-19

ABSRACT

"The Role of Sales Executive During the Covid-19 Pandemic at Goldvitel Hotel Surabaya" is the final project that aims to find out the role of sales and marketing at Goldvitel Hotel Surabaya during the pandemic is going well or not. The data collection methods carried out on this task are observation, interviews and documentation which are further analyzed by descriptive analysis and SWOT analysis. This final conclusion is that the role of sales executive during the Covid-19 pandemic in Goldvitel Hotel Surabaya is very important for the development of hotels, this is planned by sales executive activities in order to bring in guests and create a good brand image for the hotel.

Keywords : *Role, Sales Executive, Covid-19 Pandemic*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi trend kehidupan manusia moderen, karena aktivitas manusia ini memiliki dimensi yang luas, tidak sekedar memenuhi kebutuhan untuk bersenang-senang untuk menikmati perjalanan, namun aktivitas ini banyak menimbulkan aktivitas ekonomi, seni dan budaya. Pariwisata memiliki dampak yang luas membangun dalam pembangunan ekonomi, sosia dan budaya, kegiatan Pendidikan, kegiatan agama, olahraga, kegiatan ilmiah bahkan telah menjadi disiplin ilmu tersendiri. Pariwisata menjadi progam pribadi Ketika sesorang merencanakan perjalanan untuk menikmati perjalananya disuatu wilayah destinasi, dan menjadi progam pemerintah daerah dan pemerintah pusat atau badan swasta, Ketika melakukan pengelolaan dan mengorganisasikanya sehingga dapat memetik nilai ekonomi maupun nilai budaya dari kegiatan itu. (Arjana. 2021:1)

Sales and marketing department di hotel bertugas dalam memasarkan produk hotel serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran hotel. Dengan berbagai cara, bagian ini berusaha untuk mendapatkan tamu sebayak mungkin kedalam hotel, agar dapat menentukan banyaknya peningkatan pendapatan yang di peroleh melalui tamu-tamu yang menginap dan mengunakan fasilitas-fasilitas hotel yang menangani penjualan dan pemasaran dalam suatu perusahaan. (Harahap, 2021: 62)

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang disusun sebagai berikut :

Bagaimana Peran Sales Executive Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Goldvitel Hotel Surabaya?

2. Kajian Pustaka

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari Bahasa sanseketa yang merupakan gabungan dari dua kata yaitu pari dan wisata. Pari artinya berkali-kali, berulang-ulang, berkeliling dari satu tempat ke tempat yang lain. Wisata artinya adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain. (Revinda, dkk. 2020:3)

Pariwisata adalah perjalanan seseorang dari tempat asalnya ke suatu daerah tujuan wisata dalam jangka waktu tertentu bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi hanya untuk menikmati kegiatan wisata atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang berbeda. Motivasi kepergiannya karena banyak kepentingan, antara lain ekonomi, sosial budaya, politik, agama, kesehatan, memuaskan rasa ingin tahu, lebih banyak pengalaman dan belajar. (Nasrullah, dkk.2020:14)

b. Pengertian Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamanya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk semetara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. Menurut Soekadijo

(1997) menjelaskan bahwa, wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya. World Tourism Organization (WTO), menyebutkan wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau Negara asing dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut. (Maesaroh, 2019:44) Menurut Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan wisatan adalah orang yang melakukan wisata. Sedangkan menurut Sihite (2000:49) menjelaskan bahwa pengertian wisatawan dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Wisatawan nusantara

   Wisatawan nusantara adalah wisatawan dalam negri atau wisatawan domestic.

2. Wisatawan mancanegara

   Wisatawan mancanegara adalah warga negara suatu negara yang mengadakan perjalanan wisata keluar lingkungan dari negaranya (memasuki negara lain).(Maesaroh, 2019:45)

c. Pengertian Hotel

Hotel merupakan salah satu contoh akomodasi yang kini banyak di temui di berbagai daerah, terutama destinasi wisata. Sebagai salah satu unsur industri pariwisata, keberadaan hotel sangat penting dalam

menunjang perkembangan pariwisata di suatu daerah. (Purwaningrum dan Syamsu, 2021:9)

Hotel adalah adalah sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan yang meliputi pelayanan makan dan minum, pelayanan kamar, barang bawaan, pencucian pakaian, dan dapat menggunakan fasilitas prabot dan menikmati fasilitas yang lain di dalam hotel. (Putri, 2018: 1)

d. Pengertian Sales And Marketing Departement

Sales and marketing department di hotel bertugas dalam memasarkan produk hotel serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran hotel. Dengan berbagai cara, bagian ini berusaha untuk mendapatkan tamu sebayak mungkin kedalam hotel, agar dapat menentukan banyaknya peningkatan pendapatan yang di peroleh melalui tamu-tamu yang menginap dan mengunakan fasilitas-fasilitas hotel yang menangani penjualan dan pemasaran dalam suatu perusahaan. (Harahap, 2021: 62)

3. Metode Pentlitian

a. Tehnik Wawancara

Menurut Kerlinger (1992) wawancara adalah peran situasi tatap muka interpersonal dimana satu orang (interviewer), bertanya kepada satu orang yang diwawancarai, beberapa pertanyaan yang dibuat untuk mendapatkan jawaban yang berhubungan dengan masalah penelitian. (Fadallah, 2021:1)

b. Tehnik Dokumentasi

Dokumen merupakan kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis ataupun film (berbeda dari catatan) , berupa data yang akan ditulis, dilihat, disimpan, dan digulirkan dalam penelitian, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti yang rinci dan mencakup segala keperluan data yang diteliti, mudah diakses. Istilah dokumen merujuk pada materi seperti foto, video, file, memo, surat, catatan harian, catatan khusus klinis, dan memorabilia segala macam yang bisa digunakan sebagai informasi tambahan sebagai bagian dari studi kasus yang sumber data utamanya adalah observasi atau wawancara partisipan. (Anggito dan Setiawan, 2018:146)

c. Tehnik Observasi

Observasi yang berarti pengamatan bertujuan untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga di peroleh pemahaman atau semagai alat re-checkingin atau pembuktian terhadap informasi/keterangan yang di peroleh sebelumnya. (Safithry, 2018:48)

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Analisis Deskriptif Peran Sales Executive Di Goldvitel Hotel Surabaya Di Masa Pandemi

Departemen Penjualan dan Pemasaran (Sales and Marketing Department) Bagian yang bertugas membuat perencanaan pemasaran, periklanan atau promosi dan penjualan produk dan fasilitas hotel, baik

dalam kota maupun luar kota. Bagian ini dipimpin seorang marketing manager. Peran sales executive di bagi menjadi dua yaitu :

a) Berperan sebagai brand ambasador hotel.

Adapun kegiatan yang dilakukan dalam melaksakan peran sebagai brand ambasador hotel adalah sebagai berikut :

1. Melakukan broadcast promo yang ada di hotel melalu E-mail ke data base yang di miliki sales and marketing.
2. Jika ada tamu yang datang ke hotel sales wajib Menemani dan melakukan showing room dan memperlihatkan fasilitas hotel lainya.
3. Melakukan sales call. Sales call adalah merupakan kunjungan sales kepada prospek maupun kepada pelanggan dengan tujuan untuk menghasilkan ataupun meningkatkan penjualan.
4. Membuat Quotation surat penawaran .
5. Membuat perjajian dengan media lokal yang bisa saling menguntungkan.
6. Menyusun Langkah dan strateg pemasaran dalam jangkan 1 bulan kedepan.
7. Membuat segala jenis laporan kegiatan yang di lakukan.

b) Berperan menjadi konten kreator.

Adapun kegiatan yang dilakukan dalam melaksakan peran sebagai konten kreator adalah sebagai berikut :

1. Membuat ide konten yang kreatif dan menarik untuk di posting di media sosial hotel.
2. Memposting postingan di media sosial Instagram, facebook dan tiktok minimal satu kali sehari.
3. Membuat ide promo setiap bulan untuk di posting di media sosial hotel.

c) Berperan sebagai penanggung jawab kelancaran event hotel.

Adapun kegiatan yang dilakukan dalam melaksakan peran sebagai Penanggung jawab kelancaran event di hotel adalah sebagai berikut:

1. Menerima dan melakukan persetujuan follow up event melalu media online, televon maupun secara langsung.
2. Mengawasi segala persiapan yang dilakukan sebelum acara event berlangsung hinga selesai jika ada event yang berlangsung di hotel.
3. Membuat BEO (Banquet event order) jika sudah ada persetujuan event yang terjadi antara kedua belah pihak.

5. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sales executive merupakan bagian yang bertugas dalam perencanaan pemasaran, periklanan, promosi dan penjualan produk dan fasilitas hotel.

2. Adapun Peran Sales executive Goldvitel Hotel Surabaya adalah Sebagai Brand Ambasador; Sebagai konten kreator; dan sebagai Penanggung jawab kelancaran event di hotel.

b. Saran

Dari kesimpulan di atas penulis ingin memberikan saran yaitu :

1. Mempertahankan dan meningkatkan persan dan tugas sales executive, agar Goldvitel Hotel Surabaya lebih dikenal lebih oleh khalayak umum.

2. Sales executive agar memperluas jaringan dan kerjasama agar brand image Goldvitel Hotel Surabaya lebih terkenal.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

Albi Anggito Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit CV Jejak : Sukabumi.

Arjana, I. G. B. (2021). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.

Fadhallah, R. A., & Psi, S. (2021). *Wawancara*. UNJ PRESS.

Harahap, Z., MM, P., Dino Leonandri, M. M., Sihombing, D., Enos Julvirta Sinuraya, M. M., & Hariman, M. P. (2021). *MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN & PENJUALAN HOTEL*. INTELIGENSIA MEDIA (KELOMPOK PENERBIT INTRANS PUBLISHING).

Maesaroh, R. (2019). *Dampak citra destinasi, kualitas pelayanan dan harapan wisatawan wisata ziarah Banten Lama terhadap kepuasan wisatawan*. Guepedia.

Nasrullah, N., Susanty, S., Rusli, M., Sudarso, A., Purba, P. B., Noviastuti, N., ... & Sudiarta, I. N. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Yayasan Kita Menulis.

Puwaningrum, Hesti dan Moch Nur Syamsu. *Hospitality Industry*. Penerbit CV Insan Cendekia Mandiri: Sumatra Barat.

Putri, E. D. H. (2018). *Pengantar akomodasi dan restoran*. Deepublish.

Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., ... & Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.

Safithry, Esty Aryani (2018). *Asesmen Tehnik dan Non Tehnik.* CV IRHD: Malang.