

**METODE KERJA SAMA ANTARA SALES MARKETING
DAN FRONT OFFICE DEPARTEMENT
DI HERMES PALACE HOTEL MEDAN**

KARYA TULIS AKHIR (KTA)

*Dianjurkan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya
Pariwisata (A.Md.Par)*

Oleh:
NURI FITRIA
1906010006



**FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2022-2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada Panitia Karya Tulis Akhir

Program Studi D3 Perhotelan Fakultas Vokasi

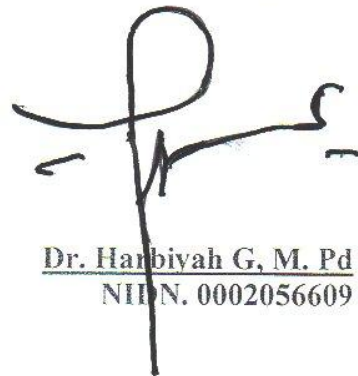
Universitas Muhammadiyah Aceh

Judul:

**METODE KERJA SAMA ANTARA SALES MARKETING DAN
FRONT OFFICE DI HERMES PALACE HOTEL MEDAN**

Banda Aceh, 19 Agustus 2022

Pembimbing



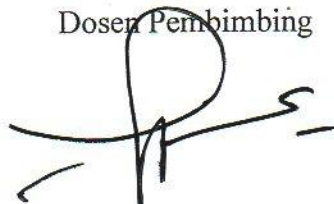
Dr. Harbiyah G. M. Pd
NIDN. 0002056609

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Metode Kerja Sama Antara Sales Marketing Dan Front
Office Departemen di Hermes Palace Hotel Medan
Nama Mahasiswa : Nuri Fitria
Npm : 1906010006
Fakultas : Vokasi
Program Studi : D3 Perhotelan

Banda Aceh, 29 Agustus 2022

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



Dr. Harbiyah G. M. Pd
NIDN. 00020566009

Diketahui/Disahkan Oleh:

Program Studi D3 Prodi Perhotelan

Ketua



Riska Nanda, S.Pd., M.Sc
NIK. 19940725 202007 2 001

Universitas Muhammadiyah Aceh

Dekan



Dr. H. Aliamin, S.E., M. Si. Ak, CA
NIK. 19590217 199101 1 001

LEMBAR TANDA TANGAN

Telah Dipertahankan Di depan Tim Penguji Karya Tulis Akhir

Program Studi D3 Perhotelan Dan

Telah Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Dari Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Ahli Madya Pariwisata

Pada Tanggal 26 Agustus 2022

Panitia Penguji

Penanggung Jawab : Dr. H. Aliamin, S.E., M.Si. Ak, CA


(.....)

Ketua : Marlina, S.Pd., M.Pd


(.....)

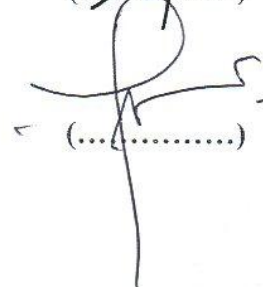
Penguji 1 : Riska Nanda, S.Pd., M.Sc


(.....)

Penguji II : Ira Dama Yanti, S.T., M.T


(.....)

Pembimbing : Dr. Harbiyah G, M.Pd


(.....)

**METODE PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME
DAN FRONT OFFICE DEPARTEMEN DI HERMES
PALACE HOTEL MEDAN**

**METODE KERJA SAMA ANTARA SALES MARKETING DAN FRONT
OFFICE DI HERMES PALACE HOTEL MEDAN**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar ahli madya pada Program Studi DIII Perhotelan pada Jurusan Vokasi, Universitas Muhammadiyah Aceh adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri. Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan akhir ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tugas akhir ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai kebijakan.

Banda Aceh, 18 Agustus 2022



Penulis

METERAI
TEMPEL

EAAJX908804090

Nuri Fitria
1906010006

Kata Kunci : Kerja Sama, Sales Marketing, Front Office

**METODE KERJA SAMA ANTARA SALES MARKETING
DAN FRONT OFFICE DEPARTEMEN DI HERMES
PALACE HOTEL MEDAN**

NURI FITRIA
1906010006

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi permasalahan mengenai 1) Bagaimana hubungan kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan? 2) Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* departemen? 3) Bagaimana cara mengatasi kendala yang dihadapi dalam kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan?.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang dikemas dalam bentuk *table triangulasi data*. Teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi lapangan, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan metode kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan. Menurut hasil penelitian hampir mendekati sempurna, tetapi ada beberapa kendala kecil yang perlu diperhatikan, yang masih bisa dicari solusinya. Seperti, sering terjadinya *overload bookingan* akibat miss komunikasi, kurangnya teliti dalam mengelolah aplikasi power pro.

Berdasarkan hasil permasalahan yang telah penulis uraikan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa metode kerja sama *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan hampir mendekati sempurna, tetapi, ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi dalam melakukan metode kerja sama antara *sales marketing* dan *front office*, demi mendukung kelancaran pendapatan hotel tersebut.

Kata Kunci : Kerja Sama, Sales Marketing, Front Office.

**COOPERATION METHODS BETWEEN SALES MARKETING
AND FRONT DEPARTMENT OFFICE AT HERMES
PALACE HOTEL MEDAN**

NURI FITRIA
1906010006

ABSTRACT

The background of this research is the problems regarding 1) How is the cooperation relationship between sales marketing and the front office at Hermes Palace Hotel Medan? 2) What are the obstacles faced in the cooperation between sales marketing and the front office department? 3)

How to overcome the obstacles faced in cooperation between sales marketing and the front office at Hermes Palace Hotel Medan?. The method used in this study is a qualitative descriptive method which is packaged in the form of a data triangulation table. Data collection techniques are through field observations, interviews, literature studies and documentation.

The results of this study indicate the method of cooperation between sales marketing and the front office at Hermes Palace Hotel Medan. According to the research results, it is almost perfect, but there are some small obstacles that need to be considered, which can still be solved. For example, the frequent occurrence of booking overloads due to miscommunication, lack of thoroughness in managing power pro applications.

Based on the results of the problems that the author has described, it can be concluded that the method of cooperation between sales marketing and the front office at Hermes Palace Hotel Medan is almost perfect, however, there are several things that need to be improved in the method of cooperation between sales marketing and the front office. , in order to support the smooth income of the hotel.

Keywords: Cooperation, Sales Marketing, Front Office.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis ucapkan kepada Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap hamba-Nya. Dengan rahmat dan nikmat-Nya. Itulah Penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Akhir (KTA) yang berjudul: “**Metode Kerja Sama Antara Sales Marketing dan Front Office Departement di Hermes Palace Hotel Medan**” tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW selaku penutup segala Nabi dan Rasul. Yang diutuskan dengan sebaik-baik agama, sebagai rahmat untuk seluruh manusia, sebagai personifikasi yang utuh dari ajaran agama Islam. Dan sebagai tumpuan harapan pemberi cahaya syari’at di akhirat kelak. Karya Tulis Akhir ini ditulis untuk dapat menyelesaikan. Kuliah penulis gunanya untuk meraih gelar Ahli Madya Pariwisata pada Jurusan Perhotelan Fakultas Vokasi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Karya Tulis Akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini pula perkenankanlah Penulis. Menyampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya. Serta rasa penghargaan yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sabri dan Ibunda Rusna, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan. Moral dan materiil demi kelancaran pendidikan yang Penulis jalani, dan tanpa merasa bosan sedikit pun dengan segenap jiwa dan ketulusan hatinya. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada ALLAH SWT yang selalu memberikan ujian dan cobaan dan dibalik itu ada hikmah yang positif untuk selalu mengingatkan atas bersyukurnya.
2. Bapak Dr, H. Aliamin, SE, MSI, AK, CA selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Muhammadiyah Aceh dan Ibu Riska Nanda, S.Pd, M.Se selaku ketua Prodi Perhotelan.
3. Ibu Harbiyah G, M.P.d selaku Dosen Pembimbing Materi Karya Tulis Akhir yang selalu dapat meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya tulis akhir.
4. Terima kepada kedua orang tua penulis bapak sabri dan ibu rusna, yang selalu mendukung ataupun mendorong penulis dalam masa penulisan karya tulis akhir.

Kepada Allah SWT Penulis berserah diri, semoga dengan bantuan, dan bimbingan. Serta nasehat dari seluruh pihak menjadi amal ibadah, yang ikhlas hendaknya dan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga karya tulis akhir ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Aamiin.

Banda Aceh, 18 Agustus 2022
Penulis

NURI FITRIA
1906010006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR TANDA TANGAN	
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Hotel dan Fungsi Hotel	5
B. Jenis Hotel	7
C. Departement Dalam Hotel	8
D. Kerja Sama	10
E. Pengertian Sales Marketing	11
G. Pengertian Front Office	12

BAB III METODELOGI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Metode Penelitian	14
B. Hasil Penelitian	20
C. Pembahasan Hasil Penelitian	26

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	35
B. Saran	36

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1. Triangulasi	20
Gambar 2. Struktur Organisasi Sales Marketing	32
Gambar 3. Struktur Organisasi Front Office Departemen	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 2. Nama-Nama Tamu Yang Menginap	
Lampiran 3. Surat Keterangan Tamu Yang Menginap	
Lampiran 4 Banquest Event Order	
Lampiran 5. Daftar Pertanyaan Wawancara	
Lampiran 6. Table 1 Triangulasi Sumber	
Lampiran 7. Table 1 Triangulasi Sumber Data	
Lampiran 8. Table 1 Triangulasi Sumber Data	

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Hotel dan Fungsi Hotel

1. Pengertian Hotel

Menurut Junaidi (2020: 5), hotel merupakan sebuah perusahaan pedoman atau badan usaha yang menyediakan layanan berupa penginapan untuk seseorang yang melakukan perjalanan. Dikelola oleh pemilik dengan layanan berupa tempat tidur berserta fasilitasnya makanan, dan minuman serta fasilitas lengkap lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel, seseorang harus membayar dengan tarif atau harga yang sudah ditentukan oleh pihak hotel.

Menurut Wayang (2020: 3), hotel juga tertuang dalam Sk menparpostel Nomor KM 34/HK103/MPPT-87. Dalam Sk disebutkan bahwa: “ Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan di dalam keputusan pemerintah.”

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tempat tidur kepada orang yang sedang melakukan perjalanan, dan mampu membayar dengan jumlah yang sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian. Menurut Hermawan (2018: 8), hotel dapat diambil kesimpulan adalah suatu sarana penginapan bagi orang-orang yang melakukan perjalanan dengan

segala fasilitas-fasilitasnya yang memenuhi persyaratan nyaman yang dikelola secara komersial.

Dari berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan pengertian hotel adalah sebuah usaha bisnis akomodasi yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, serta jasa lainya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Hotel sendiri dikelola oleh pemiliknya dengan layanan berupa tempat tidur berserta fasilitasnya makanan, dan minuman serta fasilitas lengkap lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel, dan mampu membayar dengan jumlah yang sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian.

2. Fungsi Hotel

Menurut Wayan (2020: 24), fungsi hotel adalah sebagai tempat tinggal sementara. Selama berada jauh dari tempat tinggal asalnya, oleh sebab itu dalam bahasa Inggris sering disebutkan bahwa *hotel is home* (sebagai rumah ke dua). Kebutuhan tamu dapat di bandingkan dengan kebutuhan dasar manusia lainnya, yaitu berupa kebutuhan fisik seperti, keamanan, ketenangan, dan ketentraman, kebutuhan sosial, harga diri, cinta kasih, serta penghargaan atas prestasi dirinya. Kebutuhan tamu yang pokok dalam sebuah hotel adalah istirahat, mandi, makan, minum, dan hiburan.

Fungsi hotel sebagai bangunan komersial sangat terkait dengan tiga aspek yaitu, aspek penjual, aspek pembeli dan aspek produk yang diperjual belikan (jasa penginapan). Para pengelola hotel mulai memperhatikan aspek tersebut, dalam usahanya untuk menciptakan dan mendukung fungsi dasar hotel. Sebagai

tempat penginapan, setiap hotel merencanakan hal-hal yang berkaitan dengan fisik hotel tersebut supaya menjadi tempat yang nyaman dan menyenangkan bagi pengunjungnya. Hal ini diwujudkan melalui elemen-elemen produk dari perencanaan akan tercipta suatu kesan secara keseluruhan yang merepresentasikan karakter atau ciri hotel seperti yang diinginkan oleh pihak hotel, dan bisa diterima oleh pengunjungnya.

B. Jenis Hotel

Menurut Gusti (2015: 54), penentuan jenis hotel terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan hal tersebut dibangun, sehingga hotel dikelompokkan dalam beberapa jenis diantaranya :

1. *City hotel* yaitu hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya yang bertujuan bagi masyarakat untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). *City Hotel* disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis.
2. *Residential hotel* ialah hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama.
3. *Resort hotel* ialah hotel yang berlokasi di daerah pengunungan atau di tepi pantai, di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.
4. Motor (motel) hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar.

Berkembangnya bisnis dibidang jasa perhotelan. Jenis-jenis hotel pun semakin beragam. Hotel atau penginapan tidak saja menyediakan kamar tetapi juga fasilitas pendukung bagi kebutuhan dan pemuasan bagi keinginan tamu, agar mereka semakin nyaman, dan tinggal mereka semakin nyaman dan tinggal lebih lama di hotel tersebut. Jenis-jenis penginapan yang berkembang saat ini, antara lain 1. Hotel menyediakan ruang untuk tidur dan tempat untuk makan tamu yang menginap, selain fasilitas diatas, hotel di belahan bumi Eropa dan Amerika biasanya juga menyediakan *bars* sebagai salah satu fasilitas yang selalu harus ada. Sementara itu, di belahan bumi lain seperti di daerah atau Negara Islam yang tidak menyediakan *bars*. 2. Motel merupakan singkatan dari (motor hotel), merupakan suatu bangunan yang menyediakan akomodasi yang lengkap dengan ruang parkir mobil atau garasi. 3. *Cottage* merupakan bangunan yang terdiri dari rumah-rumah untuk akomodasi yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk berekreasi atau santai. 4. Inn merupakan salah satu jenis hotel yang menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi keinginan para tamu, seperti menyediakan demonstrasi kesenian tari, sehingga tamu dapat belajar menari, atau belajar mengukir serta tidak dikenakan biaya. 5. *Hostel* merupakan tempat penginapan dengan biaya murah dengan fasilitas tambahan yang terbatas. 6. *Suite* hotel merupakan penginapan dengan kamar hotel biasa.

C. Departemen Dalam Hotel

Menurut Nasrul (2022: 16), hotel-hotel besar pada umumnya mempunyai beberapa departemen dalam melaksanakan pembagian tugas sehingga operasional hotel dapat berjalan dengan baik diantaranya : 1. *Front office departement* yaitu

departemen yang bertugas dalam menjual kamar, memberikan pelayanan informasi, pelayanan pada tamu dan mengangkat barang tamu. 2. *Housekeeping Departement* yaitu bagian yang bertanggung jawab atas pemeliharaan kebersihan kamar, serta area hotel. 3. *Food & Beverage Departement* yaitu bagian yang menyiapkan dan melayani pemesanan makanan dan minuman tamu. 4. *Accounting Departement* yaitu departement yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan hotel. 5. *Sales Marketing Departement* yang bertanggung jawab pada usaha pemasaran dan penjualan produk dan fasilitas hotel. 6. *Human Resources Departement* yaitu bagian yang bertugas dalam penerimaan (*rekruitment*) termasuk penyelenggaraan pendidikan karyawan serta mengurus hak dan kewajiban karyawan. 7. *Engginering Departement* yaitu bagian yang bertanggung jawab atas pemeliharaan seluruh fasilitas hotel. 8. *Purchasing Departement* yaitu bagian yang menangani penyediaan seluruh kebutuhan hotel. 9. *Security Departement* yaitu bagian yang bertanggung jawab atas keamanan dan ketertiban hotel.

Secara garis besar departemen di hotel dapat kita simpulkan merupakan pembagian dari tugas-tugas yang ada didalam hotel. Setiap departemen memiliki tanggung jawab pada satu bidang yang telah tertentu didalam hotel, tapi saling berhubungan dengan departemen lain. Salah satu departemen yang sangat penting dalam bidang pemasaran hotel adalah *sales marketing* yang itu sendiri dibuat untuk mempermudah pekerjaan dalam sebuah organisasi sehingga tidak terjadinya tolak-menolak dalam melakukan pekerjaan yang telah ditentukan oleh pihak hotel.

D. Pengertian Kerja Sama

Kerja sama atau *team work* merupakan kerja sama antara dua orang atau lebih dalam melakukan suatu proses, untuk mencapai tujuan bersama disana masing-masing pihak akan memberikan solusi. Pemikiran dan tanggapan yang berbeda dan memunculkan suatu tawar-menawar satu sama lain. Pengertian kerja sama menurut Latif (2014: 10), adalah kerja sama sekelompok atau *team* dapat berupa sikap. Tingkah laku, dan perbuatan dalam upaya mencapai kemudahan dalam melakukan pekerjaan. Dalam kamus Poerwadarmita kerjasama perbuatan saling bantu-membantu, atau yang dilakukan bersama-sama dalam melaksanakan suatu pekerjaan agar pekerjaan tersebut menjadi modal. Pada perusahaan jasa kerjasama dapat diartikan sebagai suatu usaha bantu-membantu yang saling menguntungkan. Antara bagian yang satu dengan bagian yang lain didalam memberikan pelayanan kepada pelanggan agar para tamu merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Sebuah lembaga, ataupun perusahaan terutama di bidang perhotelan. Biasanya kerja sama tim, telah menjadi suatu kebutuhan atau mewujudkan keberhasilan dalam mencapai tujuan. Kerjasama tim biasanya menjadi sebuah dorongan sebagai energi, ataupun motivasi bagi setiap individu yang bergabung dalam tim kerja tersebut. Apabila kerja sama tim biasa berjalan dengan baik, maka kelancaran dalam komunikasi dan rasa tanggung jawab individu dalam tim akan dapat terbentuk.

E. Sales Marketing

1. Pengertian Sales Marketing

Menurut Sunarto (2021: 2), *sales marketing departement* merupakan suatu proses yang melibatkan individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk, jasa dan nilai secara bebas menurut. Menurut SunarnoSastroatmodjo (2020: 4), *sales marketing departement* merupakan suatu proses sosial dari aktivitas *individual* atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam bentuk barang, jasa, uang, waktu, tenaga, tempat dan nilai lainnya melalui proses transaksi

Sales Marketing Departement di hotel diperlukan untuk perencanaan yang tepat untuk pemasukan hotel. *Sales Marketing Depatement* dalam suatu organisasi memegang peranan penting untuk menunjang kelancaran bisnis dalam sebuah pasar yang besar. *Sales marketing* sangat penting untuk meningkatkan *revenue* atau pendapatan hotel. Menurut Philip Kotler dalam bukunya *principle of marketing, edisi. i-1980* memberi batasan mengenai batasan pemasaran yaitu “*Marketing is getting the right goods and services to the right people at the right place at the right time at the right price with the right communication and promotion.*”

2. Tujuan Sales Marketing

Sales Marketing Departement adalah menukarkan nilai tambah yang ada sebanyak mungkin pembeli, sering mungkin sehingga pembeli untung, penjual untung. Menurut Goldsmith (2018: 14), ada beberapa tujuan yang ingin dicapai

pemasaran, diantaranya : a). Menciptakan kepuasan pelanggan melalui produk-produk yang berkualitas. b). Meningkatkan kompetensi perusahaan terkait dengan pemasaran. c). Menjawab tantangan kompetisi dalam dunia bisnis. d). Menjalin relasi jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen. e). Memperoleh laba melalui perubahan dunia bisnis dengan pesat.

Sales Marketing Department mempunyai tujuan dan fungsi dasar yang sangat penting. Dalam membantu manajemen untuk menginformasikan dan memasarkan secara teratur kepada publik di dalam, dan publik dari luar dengan menyediakan informasi yang jujur dan akurat. Kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh *sales marketing* adalah promosi. Tujuan dari promosi adalah untuk melakukan pembelian kembali oleh konsumen di dalam, dan melakukan pembelian atas produk yang dilakukan oleh konsumen di luar.

F. Front Office

1. Pengertian *Front Office*

Menurut Agus (2020: 1), *front office* merupakan pusat yang memberikan informasi kepada tamu kepada tamu tentang informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan, dan kemudian dapat melakukan pemesanan untuk jenis kamar tertentu selama periode tertentu. Terdapat beberapa *korespondensi* untuk ditindak-lanjuti dan selanjutnya mengkonfirmasi pemesanan, memberikan informasi tambahan (seperti peta cara menuju hotel) atau membuat penyesuaian pada pemesanan saat rencana tamu berubah.

Menurut Agus (2020: 2), *front office* berasal dari bahasa inggris “*front*” yang berarti depan, dan “*office*” berarti kantor. Jadi *front office* adalah kantor

depan. Dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau *lobby*. Area ini merupakan tempat yang paling sibuk di hotel. Dengan lokasi dibagian depan maka *front office* termasuk departemen yang paling mudah dicari dan dilihat oleh tamu.

Menurut Wayang (2020: 3), bagian kantor depan hotel (*front office departement*) merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam hal penyediaan, pemesanan kamar, dan penerimaan wisatawan saat kedatangan, saat akan kepulangan (*check out*). Oleh karena fungsinya itu, maka lokasi atau letak kantor depan hotel seharusnya berada ditempat yang dilihat atau diketahui oleh tamu. karena perannya tersebut pula, penampilan pakaian dan seragam kerja atau *uniform* dibuat rapi.

Menurut Bagyono dan Agus Sambodo (2020: 4), dalam buku dasar-dasar kantor depan hotel, bahwa kantor depan merupakan salah satu bagian terpenting yang mutlak harus ada sebuah organisasi hotel. Kantor depan. Umumnya, berlokasi dibagian depan bangunan hotel agar mudah diketahui oleh tamu, untuk memperluas ruang gerak para tamu, di area kantor depan juga di bangun sebuah *lobby*. Fungsi kantor depan antara lain menjual kamar, memberi informasi tentang layanan di dalam ataupun diluar hotel, mengkoordinasin pelayanan tamu, menangani layanan komunikasi melalui telepon, serta menangani barang-barang bawaan tamu.

2. Fungsi *Front Office*

Seorang petugas *front office departement* mempunyai fungsi utama yang menyangkut kepentingan tamu. Ada beberapa tugas dan tanggung jawab *front office departement*, diantaranya: a). Menjual kamar merupakan tugas utama bagi petugas kantor depan, yang dilaksanakan oleh *guest room clerk* atau *receptionis*. b). Melaporkan status kamar dilakukan untuk menunjukkan kapasitas pemakaian hotel. c). Mencatat pembayaran rekening tamu (*Guest Bill*) untuk mengetahui dan memantau besaran transaksi tamu. d). Menyelesaikan pembayaran tamu Proses *check out* bagi tamu yang akan meninggalkan hotel dilakukan di kantor depan. e). Menyusun riwayat kunjungan tamu menjadi informasi yang sangat penting untuk program pemasaran dan memelihara hubungan baik dengan tamu. d). Menangani barang-bawaan tamu menjadi tanggung jawab petugas kantor depan, yakni seksi pelayanan barang (bagian layanan berseragam). e). Departemen kantor depan hotel merupakan sumber dan pusat data kegiatan. f). Petugas kantor depan melayani kebutuhan tamu dan pihak-pihak lain yang membutuhkan pelayanan komunikasi baik didalam hotel maupun diluar hotel.

Front Office Departement merupakan pusat informasi yang akan diberikan kepada tamu, mulai dari penjualan harga kamar hotel, fasilitas hotel, makanan, dan minuman yang ada disediakan dihotel, dan menangani barang-bawaan tamu menjadi tanggung jawab petugas kantor depan. dan siap melayani tamu mulai proses *check in* sampai dengan *check out*, dan menyelesaikan pembayaran tamu pada saat proses *check out* bagi tamu yang akan meninggalkan hotel tersebut, dan *front office* mencatat riwayat kunjungan tamu supaya dapat memelihara hubungan baik dengan tamu.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Hotel dan Fungsi Hotel

1. Pengertian Hotel

Menurut Junaidi (2020: 5), hotel merupakan sebuah perusahaan pedoman atau badan usaha yang menyediakan layanan berupa penginapan untuk seseorang yang melakukan perjalanan. Dikelola oleh pemilik dengan layanan berupa tempat tidur berserta fasilitasnya makanan, dan minuman serta fasilitas lengkap lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel, seseorang harus membayar dengan tarif atau harga yang sudah ditentukan oleh pihak hotel.

Menurut Wayang (2020: 3), hotel juga tertuang dalam Sk menparpostel Nomor KM 34/HK103/MPPT-87. Dalam Sk disebutkan bahwa: “ Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan di dalam keputusan pemerintah.”

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tempat tidur kepada orang yang sedang melakukan perjalanan, dan mampu membayar dengan jumlah yang sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian. Menurut Hermawan (2018: 8), hotel dapat diambil kesimpulan adalah suatu sarana penginapan bagi orang-orang yang melakukan perjalanan dengan

segala fasilitas-fasilitasnya yang memenuhi persyaratan nyaman yang dikelola secara komersial.

Dari berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan pengertian hotel adalah sebuah usaha bisnis akomodasi yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, serta jasa lainya bagi umum, yang dikelola secara komersial. Hotel sendiri dikelola oleh pemiliknya dengan layanan berupa tempat tidur berserta fasilitasnya makanan, dan minuman serta fasilitas lengkap lainnya. Untuk dapat menggunakan layanan yang disediakan oleh pemilik hotel, dan mampu membayar dengan jumlah yang sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian.

2. Fungsi Hotel

Menurut Wayan (2020: 24), fungsi hotel adalah sebagai tempat tinggal sementara. Selama berada jauh dari tempat tinggal asalnya, oleh sebab itu dalam bahasa Inggris sering disebutkan bahwa *hotel is home* (sebagai rumah ke dua). Kebutuhan tamu dapat di bandingkan dengan kebutuhan dasar manusia lainnya, yaitu berupa kebutuhan fisik seperti, keamanan, ketenangan, dan ketentraman, kebutuhan sosial, harga diri, cinta kasih, serta penghargaan atas prestasi dirinya. Kebutuhan tamu yang pokok dalam sebuah hotel adalah istirahat, mandi, makan, minum, dan hiburan.

Fungsi hotel sebagai bangunan komersial sangat terkait dengan tiga aspek yaitu, aspek penjual, aspek pembeli dan aspek produk yang diperjual belikan (jasa penginapan). Para pengelola hotel mulai memperhatikan aspek tersebut, dalam usahanya untuk menciptakan dan mendukung fungsi dasar hotel. Sebagai

tempat penginapan, setiap hotel merencanakan hal-hal yang berkaitan dengan fisik hotel tersebut supaya menjadi tempat yang nyaman dan menyenangkan bagi pengunjungnya. Hal ini diwujudkan melalui elemen-elemen produk dari perencanaan akan tercipta suatu kesan secara keseluruhan yang merepresentasikan karakter atau ciri hotel seperti yang diinginkan oleh pihak hotel, dan bisa diterima oleh pengunjungnya.

B. Jenis Hotel

Menurut Gusti (2015: 54), penentuan jenis hotel terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan. Berdasarkan hal tersebut dibangun, sehingga hotel dikelompokkan dalam beberapa jenis diantaranya :

1. *City hotel* yaitu hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya yang bertujuan bagi masyarakat untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). *City Hotel* disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis.
2. *Residential hotel* ialah hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama.
3. *Resort hotel* ialah hotel yang berlokasi di daerah pengunungan atau di tepi pantai, di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.
4. *Motor (motel) hotel* yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar.

Berkembangnya bisnis dibidang jasa perhotelan. Jenis-jenis hotel pun semakin beragam. Hotel atau penginapan tidak saja menyediakan kamar tetapi juga fasilitas pendukung bagi kebutuhan dan pemuasan bagi keinginan tamu, agar mereka semakin nyaman, dan tinggal mereka semakin nyaman dan tinggal lebih lama di hotel tersebut. Jenis-jenis penginapan yang berkembang saat ini, antara lain 1. Hotel menyediakan ruang untuk tidur dan tempat untuk makan tamu yang menginap, selain fasilitas diatas, hotel di belahan bumi Eropa dan Amerika biasanya juga menyediakan *bars* sebagai salah satu fasilitas yang selalu harus ada. Sementara itu, di belahan bumi lain seperti di daerah atau Negara Islam yang tidak menyediakan *bars*. 2. Motel merupakan singkatan dari (motor hotel), merupakan suatu bangunan yang menyediakan akomodasi yang lengkap dengan ruang parkir mobil atau garasi. 3. *Cottage* merupakan bangunan yang terdiri dari rumah-rumah untuk akomodasi yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk berekreasi atau santai. 4. Inn merupakan salah satu jenis hotel yang menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi keinginan para tamu, seperti menyediakan demonstrasi kesenian tari, sehingga tamu dapat belajar menari, atau belajar mengukir serta tidak dikenakan biaya. 5. *Hostel* merupakan tempat penginapan dengan biaya murah dengan fasilitas tambahan yang terbatas. 6. *Suite* hotel merupakan penginapan dengan kamar hotel biasa.

C. Departemen Dalam Hotel

Menurut Nasrul (2022: 16), hotel-hotel besar pada umumnya mempunyai beberapa departemen dalam melaksanakan pembagian tugas sehingga operasional hotel dapat berjalan dengan baik diantaranya : 1. *Front office departement* yaitu

departemen yang bertugas dalam menjual kamar, memberikan pelayanan informasi, pelayanan pada tamu dan mengangkat barang tamu. 2. *Housekeeping Departement* yaitu bagian yang bertanggung jawab atas pemeliharaan kebersihan kamar, serta area hotel. 3. *Food & Beverage Departement* yaitu bagian yang menyiapkan dan melayani pemesanan makanan dan minuman tamu. 4. *Accounting Departement* yaitu departement yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan hotel. 5. *Sales Marketing Departement* yang bertanggung jawab pada usaha pemasaran dan penjualan produk dan fasilitas hotel. 6. *Human Resources Departement* yaitu bagian yang bertugas dalam penerimaan (*rekruitment*) termasuk penyelenggaraan pendidikan karyawan serta mengurus hak dan kewajiban karyawan. 7. *Engginering Departement* yaitu bagian yang bertanggung jawab atas pemeliharaan seluruh fasilitas hotel. 8. *Purchasing Departement* yaitu bagian yang menangani penyediaan seluruh kebutuhan hotel. 9. *Security Departement* yaitu bagian yang bertanggung jawab atas keamanan dan ketertiban hotel.

Secara garis besar departemen di hotel dapat kita simpulkan merupakan pembagian dari tugas-tugas yang ada didalam hotel. Setiap departemen memiliki tanggung jawab pada satu bidang yang telah tertentu didalam hotel, tapi saling berhubungan dengan departemen lain. Salah satu departemen yang sangat penting dalam bidang pemasaran hotel adalah *sales marketing* yang itu sendiri dibuat untuk mempermudah pekerjaan dalam sebuah organisasi sehingga tidak terjadinya tolak-menolak dalam melakukan pekerjaan yang telah ditentukan oleh pihak hotel.

D. Pengertian Kerja Sama

Kerja sama atau *team work* merupakan kerja sama antara dua orang atau lebih dalam melakukan suatu proses, untuk mencapai tujuan bersama disana masing-masing pihak akan memberikan solusi. Pemikiran dan tanggapan yang berbeda dan memunculkan suatu tawar-menawar satu sama lain. Pengertian kerja sama menurut Latif (2014: 10), adalah kerja sama sekelompok atau *team* dapat berupa sikap. Tingkah laku, dan perbuatan dalam upaya mencapai kemudahan dalam melakukan pekerjaan. Dalam kamus Poerwadarmita kerjasama perbuatan saling bantu-membantu, atau yang dilakukan bersama-sama dalam melaksanakan suatu pekerjaan agar pekerjaan tersebut menjadi modal. Pada perusahaan jasa kerjasama dapat diartikan sebagai suatu usaha bantu-membantu yang saling menguntungkan. Antara bagian yang satu dengan bagian yang lain didalam memberikan pelayanan kepada pelanggan agar para tamu merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Sebuah lembaga, ataupun perusahaan terutama di bidang perhotelan. Biasanya kerja sama tim, telah menjadi suatu kebutuhan atau mewujudkan keberhasilan dalam mencapai tujuan. Kerjasama tim biasanya menjadi sebuah dorongan sebagai energi, ataupun motivasi bagi setiap individu yang bergabung dalam tim kerja tersebut. Apabila kerja sama tim biasa berjalan dengan baik, maka kelancaran dalam komunikasi dan rasa tanggung jawab individu dalam tim akan dapat terbentuk.

E. Sales Marketing

1. Pengertian Sales Marketing

Menurut Sunarto (2021: 2), *sales marketing departement* merupakan suatu proses yang melibatkan individu-individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk, jasa dan nilai secara bebas menurut. Menurut SunarnoSastroatmodjo (2020: 4), *sales marketing departement* merupakan suatu proses sosial dari aktivitas *individual* atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam bentuk barang, jasa, uang, waktu, tenaga, tempat dan nilai lainnya melalui proses transaksi

Sales Marketing Departement di hotel diperlukan untuk perencanaan yang tepat untuk pemasukan hotel. *Sales Marketing Depatement* dalam suatu organisasi memegang peranan penting untuk menunjang kelancaran bisnis dalam sebuah pasar yang besar. *Sales marketing* sangat penting untuk meningkatkan *revenue* atau pendapatan hotel. Menurut Philip Kotler dalam bukunya *principle of marketing, edisi. i-1980* memberi batasan mengenai batasan pemasaran yaitu “*Marketing is getting the right goods and services to the right people at the right place at the right time at the right price with the right communication and promotion.*”

2. Tujuan Sales Marketing

Sales Marketing Departement adalah menukarkan nilai tambah yang ada sebanyak mungkin pembeli, sering mungkin sehingga pembeli untung, penjual untung. Menurut Goldsmith (2018: 14), ada beberapa tujuan yang ingin dicapai

pemasaran, diantaranya : a). Menciptakan kepuasan pelanggan melalui produk-produk yang berkualitas. b). Meningkatkan kompetensi perusahaan terkait dengan pemasaran. c). Menjawab tantangan kompetisi dalam dunia bisnis. d). Menjalin relasi jangka panjang antara perusahaan dengan konsumen. e). Memperoleh laba melalui perubahan dunia bisnis dengan pesat.

Sales Marketing Department mempunyai tujuan dan fungsi dasar yang sangat penting. Dalam membantu manajemen untuk menginformasikan dan memasarkan secara teratur kepada publik di dalam, dan publik dari luar dengan menyediakan informasi yang jujur dan akurat. Kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh *sales marketing* adalah promosi. Tujuan dari promosi adalah untuk melakukan pembelian kembali oleh konsumen di dalam, dan melakukan pembelian atas produk yang dilakukan oleh konsumen di luar.

F. Front Office

1. Pengertian *Front Office*

Menurut Agus (2020: 1), *front office* merupakan pusat yang memberikan informasi kepada tamu kepada tamu tentang informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan, dan kemudian dapat melakukan pemesanan untuk jenis kamar tertentu selama periode tertentu. Terdapat beberapa *korespondensi* untuk ditindak-lanjuti dan selanjutnya mengkonfirmasi pemesanan, memberikan informasi tambahan (seperti peta cara menuju hotel) atau membuat penyesuaian pada pemesanan saat rencana tamu berubah.

Menurut Agus (2020: 2), *front office* berasal dari bahasa inggris “*front*” yang berarti depan, dan “*office*” berarti kantor. Jadi *front office* adalah kantor

depan. Dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan sebuah departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau *lobby*. Area ini merupakan tempat yang paling sibuk di hotel. Dengan lokasi dibagian depan maka *front office* termasuk departemen yang paling mudah dicari dan dilihat oleh tamu.

Menurut Wayang (2020: 3), bagian kantor depan hotel (*front office departement*) merupakan bagian yang bertanggung jawab dalam hal penyediaan, pemesanan kamar, dan penerimaan wisatawan saat kedatangan, saat akan kepulangan (*check out*). Oleh karena fungsinya itu, maka lokasi atau letak kantor depan hotel seharusnya berada ditempat yang dilihat atau diketahui oleh tamu. karena perannya tersebut pula, penampilan pakaian dan seragam kerja atau *uniform* dibuat rapi.

Menurut Bagyono dan Agus Sambodo (2020: 4), dalam buku dasar-dasar kantor depan hotel, bahwa kantor depan merupakan salah satu bagian terpenting yang mutlak harus ada sebuah organisasi hotel. Kantor depan. Umumnya, berlokasi dibagian depan bangunan hotel agar mudah diketahui oleh tamu, untuk memperluas ruang gerak para tamu, di area kantor depan juga di bangun sebuah *lobby*. Fungsi kantor depan antara lain menjual kamar, memberi informasi tentang layanan di dalam ataupun diluar hotel, mengkoordinasin pelayanan tamu, menangani layanan komunikasi melalui telepon, serta menangani barang-barang bawaan tamu.

2. Fungsi *Front Office*

Seorang petugas *front office departement* mempunyai fungsi utama yang menyangkut kepentingan tamu. Ada beberapa tugas dan tanggung jawab *front office departement*, diantaranya: a). Menjual kamar merupakan tugas utama bagi petugas kantor depan, yang dilaksanakan oleh *guest room clerk* atau *receptionis*. b). Melaporkan status kamar dilakukan untuk menunjukkan kapasitas pemakaian hotel. c). Mencatat pembayaran rekening tamu (*Guest Bill*) untuk mengetahui dan memantau besaran transaksi tamu. d). Menyelesaikan pembayaran tamu Proses *check out* bagi tamu yang akan meninggalkan hotel dilakukan di kantor depan. e). Menyusun riwayat kunjungan tamu menjadi informasi yang sangat penting untuk program pemasaran dan memelihara hubungan baik dengan tamu. d). Menangani barang-bawaan tamu menjadi tanggung jawab petugas kantor depan, yakni seksi pelayanan barang (bagian layanan berseragam). e). Departemen kantor depan hotel merupakan sumber dan pusat data kegiatan. f). Petugas kantor depan melayani kebutuhan tamu dan pihak-pihak lain yang membutuhkan pelayanan komunikasi baik didalam hotel maupun diluar hotel.

Front Office Departement merupakan pusat informasi yang akan diberikan kepada tamu, mulai dari penjualan harga kamar hotel, fasilitas hotel, makanan, dan minuman yang ada disediakan dihotel, dan menangani barang-bawaan tamu menjadi tanggung jawab petugas kantor depan. dan siap melayani tamu mulai proses *check in* sampai dengan *check out*, dan menyelesaikan pembayaran tamu pada saat proses *check out* bagi tamu yang akan meninggalkan hotel tersebut, dan *front office* mencatat riwayat kunjungan tamu supaya dapat memelihara hubungan baik dengan tamu.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian menggunakan metode kualitatif menurut Tarjo (2019: 6), ditujukan untuk memahami fenomena sosial dari sudut atau partisipan. Penelitian kualitatif mengkaji partisipan dengan multi strategi-strategi yang bersifat seperti observasi langsung, wawancara mendalam, dokumen-dokumen, teknik-teknik pelengkap seperti foto, rekaman, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif, penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah (ilmu pengetahuan alam) ataupun rekayasa manusia. Penelitian mengkaji bentuk aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaannya dengan fenomena lain.

1. Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang, menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif memiliki karakteristik pelayanan alami sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih dipentingkan dari pada hasil. Analisis dalam penelitian kualitatif cenderung dilakukan secara analisis *induktif*

(kalimat utama pada akhir paragraf), dan makna merupakan hal yang hakiki (Tarjo: 2019, 4).

Menurut Tarjo (2019: 16), objek dalam penelitian kualitatif adalah objek yang alami, atau natural, sehingga penelitian *naturalistic*. Objek yang alami adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh penelitian sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek dan keluar dari objek *relatif* tidak berubah. Dalam penelitian kualitatif peneliti menjadi instrument. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*. Untuk menjadi instrumen peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret objek yang diteliti menjadi jelas dan bermakna. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung makna dibalik yang terlihat dan terucap tersebut.

Beberapa penelitian pendapatan para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara tujuan, dan semakin bertambah, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan). Analisis data sifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

a. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi pengamatan penelitian ini dilakukan di Hermes Palace Hotel Medan, dan beralamat di jalan Pemuda No. 22, kecamatan. Medan Maimun. Kota Medan. Provinsi Sumatra Utara.

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah karyawan-karyawan yang berkerja dibagian *sales marketing* departemen, dan *front office* departemen, dan juga yang berhubungan langsung dengan *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data melalui bagian yang ada pada departemen *sales marketing* dan *front office* departemen di Hermes Palace Hotel Medan.

1) Respoden

Kepala Departemen : 1 Orang

2) Informan

Sales : 2 Orang

Front Office : 1 Orang

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengambilan data penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

a. Teknik Wawancara

Penulis melakukan wawancara terhadap beberapa karyawan yang berhubungan langsung dengan *Sales Marketing Departement* dan *Front Office Departement*, dalam kegiatan kerja sama untuk meningkatkan kegiatan *revenue* di Hermes Palace Hotel Medan.

b. Teknik Observasi

Penulis mengadakan pengamatan di Hermes Palace Hotel Medan. Sekaligus ikut terlibat sebagai mahasiswa *tranning* di *Sales Marketing Departement*, sehingga penulis dapat belajar lebih *detail* lagi. Cara kerja sama *Sales Marketing Departement*, terutama cara kerja sama *Sales Marketing Departement* dan *Front Office Departement* di Hermes Palace Hotel Medan.

c. Teknik Pustaka

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dan informasi dari buku-buku, jurnal, karya yang berkaitan dengan penulisan tugas baik perpustakaan maupun instansi terkait dengan Karya Tulis Akhir (KTA).

d. Dokumentasi

Merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan foto-foto, data, buku, agar hasil dari penelitian dapat dipercaya. Penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi pustakan, dan dokumentasi, data yang

dihasilkan dikumpulkan selanjutnya diolah dengan pendekatan kualitatif yang telah dikumpulkan, selanjutnya disusun secara sistematis.

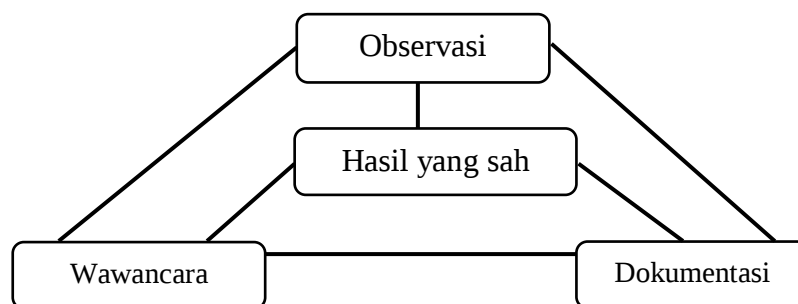
3. Teknik Pengolahan Data

Menurut Albi (2018: 34), istilah teknik pengolahan data dalam menganalisis data penelitian adalah prosedur untuk menganalisis data. Prosedur ini mencakup teknik menafsirkan data yang sudah dianalisis dan cara merencanakan teknik pengumpulan data penelitian sehingga analisis menjadi lebih cepat. Analisis data pada penelitian merupakan cara berfikir yang berkaitan erat dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan seluruh bagian.

Teknik pengolahan data kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengelola data yang bersifat narasi atau teks, karena tujuan dari penelitian ingin mendapatkan data. Tanpa mengetahui cara pengolahan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian apa pun pasti melibatkan data sebagai bahan atau materi yang akan dikelola untuk menghasilkan sesuatu, cara pengolahan data. Pertama, dalam bentuk observasi. Kedua, hanya dalam bentuk pengambilan data saat berada dilapangan. Ketiga, mengajukan beberapa pertanyaan yang tertutup di khususnya pada bagian *front office* dan *sales marketing*.

- a. Triangulasi menurut Rukin (2019: 18), diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti melakukan triangulasi tentunya ada maksud tertentu yang ingin dilakukan. Selain peneliti mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian, juga sekaligus menguji kepercayaan suatu

data melalui berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Kegunaan triangulasi adalah untuk mengetahui ketidaksamaan antara data yang diperoleh dari satu informan (sang pemberi informasi) dengan informan lainnya. Adapun penggunaan teknik triangulasi meliputi tiga hal yaitu: 1) Triangulasi Metode, dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan survei. 2) Triangulasi Sumber Data, adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. 3) Triangulasi Teori, dimana hasil penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan teori yang relevan untuk menghindari bias individu peneliti atas kesimpulan yang dihasilkan. Adapun gambar triangulasi dibawah ini:



Gambar.1
Triangulasi

B. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Hermes Palace Hotel Medan

Hermes Palace Hotel Medan merupakan hotel berada di bawah Manajemen Bencoolen, yang bergerak dalam bidang manajemen hotel Indonesia dengan kehadiran yang tubuh di beberapa sektor *industry* perhotelan. Secara berkelajutan juga memiliki 3 indusrty perhotelan yang berkembang di Indonesia yaitu: Hermes Palace Hotel Banda Aceh, Hermes One Hotel Subulussalam, dan Hermes Palace Hotel Medan. Tiba di Indonesia pada tahun 2006 saat ini sudah berkembang menjadi salah satu *industry* perhotelan yang ada di Indonesia.

Hermes Palace Hotel Medan merupakan salah satu hotel berbintang empat di kota Medan, dan mulai *soft opening* pada tanggal 7 Oktober 2010 yang beralamat di Jalan Pemuda No. 22 Medan. Provinsi Sumatera Utara, dekat dengan *center point mall jarak* dengan *medan grand mosque* hanya di tempuh 1,04 km menuju Hermes Palace Hotel Medan, oleh sebab itu banyak tamu yang memilih untuk menginap dan mengadakan kegiatan meeting di Hermes Palace Hotel Medan, karena dengan bentuk bangunan dan fasilitas yang model, di Hermes Palace Hotel Medan dapat melayani tamu dengan sepenuh hati.

Berikut ini adalah gambaran umum fasilitas Hermes Palace Hotel Medan yang beroperasi pada tanggal 7 Oktober 2010 dengan memiliki beberapa fasilitas sebagai berikut :

- a. Hermes Palace Hotel Medan memiliki 106 kamar yang aktif 104 yang terdiri dari tiga tipe kamar yaitu kamar *standar* jumlah 53 kamar luas 22 m², kamar *deluxe* jumlah 42 kamar luas 24 m², dan *suite* 11 kamar luas 48 m²

dari masing-masing kamar memiliki fasilitas kamar seperti *free wifi, coffe or tea, and mini bar*.

Hermes Palace Hotel Medan juga memiliki fasilitas lain seperti :

- 1) *Serocco rooftop bistro* restorant adalah salah satu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang memiliki berbagai pilihan menu Indonesia dan Internasioanl yang termasuk menu indonesia seperti khas medan dan menu internasional seperti eropa. Restorant ini dibuka pada pukul 07.00- 23.00 dengan kapasitas 80-100 pax.
- b. Meeting room yang terdiri dari tiga ruangan seperti : *maimun ballroom, deli 1-3, mezzanine dan sorocco* dari masing-masing ruangan memiliki kapasitas dari 30 orang sampai 120 orang.

2.

H

asil Wawancara

Pada penelitian ini terkait dengan cara kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan. Penulis membahas cara kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* departemen di Hermes Palace Hotel Medan. Serta kendala, dan upaya yang dihadapi dalam kegiatan kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan. Peneliti akan membahas sesuai dengan hasil penelitian dilapangan dalam pemaparan triangulasi data sebagai berikut :

a. Triagulasi Sumber Data

Menggali kebenaran informasi tertentu dengan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan

mewawancarai lebih dari satu subjek dengan memiliki sudut pandang yang berbeda. Diantaranya, yaitu: 1). Kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* sangat penting terutama untuk meningkatkan *revenue* hotel di Hermes Palace Hotel Medan, menurut informan. 2). Menurut informan, kerja sama *sales marketing* dan *front office departement* sangat penting untuk meningkatkan *revenue* hotel di Hermes Palace Hotel Medan. Terutama dalam bidang *bookingan* tamu dari perusahaan. 3). Menurut informan, *sales marketing* sebagai yang memasarkan produk hotel, sedangkan *front office* yang melayani tamu dari *check in* sampai dengan *check out*, jadi keduanya saling berkerja sama dalam hal meningkatkan *revenue* hotel. 4). Menurut informan, *sales marketing* dan *front office departement* merupakan salah satu departemen di hotel yang sangat penting untuk meningkatkan pendapat hotel. mulai, dari penjualan ruangan, kamar dan fasilitas lainnya yang ada di Hermes Palace Hotel Medan. 5). Menurut informan, *sales marketing* sebagai memasarkan produk hotel, sedangkan *front office* yang melayani tamu dari *check in*. Akibat kurang kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* sering terjadinya *overload bookingan* akibat *miss komunikasi*.

Dari berbagai pendapat informan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan. Diantaranya: 1). Kerja sama *sales marketing* dan *front office departement* sangat penting terutama untuk meningkatkan pendapatan hotel. 2). Kerja sama *sales marketing* dan *front office* dalam

bidang *overload bookingan* tamu dari perusahaan. 3). Kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* dalam meningkatkan *revenue* hotel. 4). kurang teliti *front office* terhadap *overload bookingan* akibat *miss komunikasi*. 5). Meningkatkan pendapatan hotel.

Kendala yang dihadapi dalam kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement*. Diantaranya, yaitu: 1). Menurut informan, beberapa kendala yang pernah dihadapi oleh *team sales marketing* dan *front office*. Pertama, kurang teliti *front office* akibat *overload bookingan* terhadap *miss komunikasi*. Kedua kurang kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* sehingga terjadinya lagi *bookingan* ruang. 2). Menurut informan, jika tim *sales marketing* sedang keluar untuk mencari tamu, maka *front office departement* harus siap menggantikan pekerjaan tim *sales marketing* dalam bidang promosi produk hotel. 3). Menurut informan, jika *front office* kurang teliti dalam mengelolah aplikasi *power pro*, maka sering terjadinya tamu tidak terarah saat berlangsungnya kegiatan. Sehingga tamu merasakan kecewa. 4). Menurut informan, sebetulnya tidak ada kendala yang pernah dihadapi oleh cara kerjasama antara *sales marketing* dan *front office*. 5). Menurut informan, belum ada kendala terhadap kerja sama antara *sales marketing* dan *front office*, mungkin kurang teliti dalam melihat aplikasi *power pro*.

Dari berbagai pendapat informan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kendala yang dihadapi dalam kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan. Diantaranya: 1). Kendala nya

kurang teliti *front office* akibat *overload bookingan*, Kendala nya kerja sama *sales* dan *front office* terhadap *room booking*. 2). *Front office* harus siap menggantikan tim *sales*, apa bilang sedang keluar. 3). kurang teliti *sales marketing* dan *front office departement* dalam mengelolah aplikasi *power pro*, untuk informan 4 dan 5 belum ada kendala yang dihadapi dalam kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan.

Upaya yang dilakukan oleh kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement*. Diantaranya, yaitu: 1). Menurut informan, *sales marketing* harus cepat memberikan informasi kepada *front office* terhadap *room bookingan* dari perusahaan kepada *front office*. 2). Menurut informan, *front office* harus teliti melihat aplikasi *power pro* terutama dalam *overload bookingan*. 3). Menurut informan, *sales marketing* harus memberikan informasi lagi kepada *front office*, bahwa ada tamu yang membuat kegiatan, supaya tidak terjadi kecewaan tamu terhadap pelayanan yang diberikan oleh *front office*. 4). Menurut informan, buat tim *sales* harus teliti dalam penginputan data, supaya tidak terjadinya hal yang tidak di inginkan. 5). Menurut informan, *sales marketing* dan *front office* harus berkerja sama dalam bidan pemasaran produk hotel ataupun dalam bidang memberikan informasi kepada tamu.

Dari berbagai pendapat informan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa upaya kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan. Diantaranya: 1). Menurut informan, tim *Sales* harus

cepat memberikan informasi kepada *front office*. 2). Menurut informan, *front office* harus teliti dalam melihat aplikasi *power pro* terutama dalam *overload booking*. 3). Menurut informan, *sales marketing* harus memberikan informasi lagi kepada *front office*. 4). Menurut informan, tim *sales* harus teliti dalam penginputan data. 5). Menurut informan, *sales marketing* dan *front office* harus berkerja sama.

b. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah data untuk pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data, yang berbeda. Diantaranya, wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga derajat kepercayaan lebih sesuai. Kerja sama *sales marketing* dan *front office* departemen. Diantaranya, yaitu: 1). Wawancara, Kerja sama *sales marketing* dan *front office departement* sangatlah penting. *Sales* yang mencari tamu ataupun dalam bidang mempromosikan produk hotel, sedangkan *front office* yang melayani tamu dari mulai *check in* sampai dengan tau *check out*, dengan adanya kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* tidak akan terjadi lagi *overload booking* akibat *miss komunikasi*. Observasi dari pengamatan peneliti bahwa kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* sangat penting. *Sales marketing* yang mencari tamu mulai dari perusahaan, dan wisatawan. Sedangkan *front office* yang melayani tamu mulai dari tamu *check in* sampai tamu *check out*, dan *front office* memberikan informasi yang berkaitan dengan hotel, sehingga tamu akan tertarik untuk kembali kehotel tersebut. Jadi kerja *sales marketing* dan *front*

office departement sangat penting terutama untuk pendapatan hotel. 2). Wawancara, *overload bookingan* terhadap *miss komunikasi* kurang teliti dalam mengelolah aplikasi *power pro*. Observasi, dari pengamatan peneliti bahwa kendala kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* di Hermes Palace Hotel Medan sangat penting, dan harus teliti dalam melakukan pekerjaan. Supaya tidak terjadi hal yang yang inginkan seperti *overload bookingan*, seorang *sales marketing* dan *front office* sangat penting dalam menjalin kerja sama atau komunikasi yang baik. Supaya bisa mendapatkan pendapatan hotel sesuai dengan target yang telah di tentukan oleh pihak hotel tersebut. 3). Wawancara, memberikan informasi kepada *front office* terhadap *overload bookingan* dari perusahaan kepada *front office*, harus ketelitian dalam melihat aplikasi *power pro* terutama dalam *overload bookingan*, dan tim *sales* harus teliti dalam penginputan data. Observasi, menurut hasil observasi yang dilakukan upaya kerja sama *sales marketing* dan *front office* harus teliti dalam pekerjaan. memastikan setiap data yang diinput melalui aplikasi *power pro* sesuai, dan *front office* harus teliti dari melihat aplikasi *power pro* sehingga tidak terjadinya *overload bookingan* lagi. Tim *sales* harus memberika informasi kepada *front office*, apabila sedang berlangsung kegiatan *events*.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kerja Sama Sales Marketing dan Front Office

Kerja sama *sales marketing* dan *front office departement* sangatlah penting dimana seorang *sales marketing* yang bertugas mempromosi produk hotel mulai

dari *room meeting*, fasilitas hotel, makanan dan minuman yang ada di hotel. Sedangkan *front office departement* yang memberikan informasi kepada ketamu tentang hotel, mulai dari harga kamar dan ruangan yang ada di hotel, dan melayani tamu mulai dari tamu *check in* sampai tamu *check out*, dan membantu tim *sales* saat sedang keluar mulai dari, memberikan informasi tentang *room meeting* dan beberapa bidang lain yang berhubungan dengan kerja tim *sales*.

Setelah melakukan wawancara dan observasi langsung dilapangan penulis mendapatkan beberapa hal yang berhubungan langsung dengan kerja sama antara *sales marketing* dan *front office*. Diantaranya, pertama. Mulai dari segi *room bookingan*, dimana *sales marketing* yang menjual kamar ataupun yang mempromosikan kamar sedangkan, *front office* yang melayani tamu tersebut dari *check in* sampai dengan *check out*. Kedua, penjualan *room meeting*, dimana seorang *sales marketing* yang mempromosi *room meeting* kepada tamu sehingga tamu tersebut menarik untuk mengadakan *events* di hotel tersebut, sedangkan *front office* yang memberikan informasi kepada tamu apa saja yang dibutuhkan tentang hotel pada saat *events* berlangsung, dan ketiga ada beberapa tugas mingguan dan bulanan yang berhubungan langsung dengan kerja sama antara *sales marketing* dan *front office*.

2. Kendala Sales Marketing dan Front Office

Kendala ataupun masalah dalam melaksanakan suatu pekerjaan yang dihadapi melalui kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan, dapat dilihat mengalami beberapa kendala dalam menjalankan tugasnya. Setelah melakukan wawancara dan melaksanakan

observasi pada terjun kelapangan mendapatkan beberapa masalah kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement*, diantaranya yaitu : Pertama, kurang *miss* komunikasi antara *sales marketing* dan *front office* terhadap *overload bookingan*, sehingga terjadinya lagi *overload bookingan*. Kedua, terlambat tim *sales* dalam menginput data diaplikasi *power pro* buat tamu yang mengadakan *events*, sehingga *front* tidak mengetahui adanya kegiatan *events* tersebut. Ketiga, kurangnya teliti dalam melihat aplikasi *power pro* terutama dalam bidang *room booking*.

Beberapa kendala diatas yang sering terjadi dalam melaksanakan kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan. Sehingga bisa dibilang kurang *miss* komunikasi antara *sales marketing* dan *front office departement* terhadap *overload bookingan* sehingga terjadinya lagi *overload bookingan*. Sering terjadi nya terlambat tim *sales* dalam menginput data diaplikasi *power pro* buat tamu yang mengadakan *events*, sehingga *front office* tidak mengetahui adanya *events* yang sedang berlangsung, dan kurangnya ketelitian dalam melihat aplikasi *power pro* terutama dalam bidang *room booking*. Seorang *sales marketing* dan *front office departement*, harus teliti dalam melakukan pekerjaan supaya tidak terganggunya pendapatan yang ada di Hermes Palace Hotel Medan sesuai dengan terget hotel yang telah ditentukan.

3. Upaya Mengatasi Kendala Kerja Sama Sales Marketing dan Front Office

Dalam mendukung kelancaran kerja sama *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan. terutama dalam bidang kerja sama

antara *sales marketing* dan *front office departement*. Menurut hasil observasi dan wawancara langsung pada saat terjun kelapangan mendapatkan beberapa hal yang harus diperhatikan pada saat malakukan kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* dimasa yang akan datang, demi kelancaran kegiatan kerja sama yang baik yang telah ditetapkan di Hermes Palace Hotel Medan. berikut ini merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh *sales marketing* dan *front office departement*, diantaranya: Pertama, teliti. Kedua, menjaga *miss komunikasi* antara *sales marketing* dan *front office departement*. Ketiga, memberikan informasi yang cepat dalam menyampaikan informasi yang terbaru.

Dalam melakukan aktifitas kerja sama *sales marketing* dan *front office departement*, terkadang membuat seorang *sales marketing* dan *front office departement* tidak fokus terhadap kerja sama. *Sales Marketing* yang mempromosikan produk hotel, dan *front office* yang memberikan informasi kepada tamu. Penulis pernah melihat sendiri pada waktu terjun kelapangan pernah terjadinya *room bookingan* beserta *events* yang mendadak, dan datangnya tamu VVIP Gubernur Medan pada hari yang sama dalam waktu sama. Sehingga Tim *sales* dan *front office* tidak bisa fokus pada pekerjaanya. Ini merupakan salah hal yang perlu ditingkatkan dalam kerja sama *sales marketing* dan *front office departement* di Hermes Palace Hotel Medan supaya tidak terganggunya pendapat hotel.

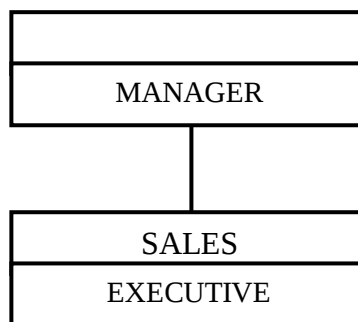
4. Struktur Organisasi Sales Marketing

Menurut Rohadin (2017: 5), struktur organisasi merupakan suatu tingkatan-tingkatan di mana dalam struktur tersebut dapat diketahui bagian-bagian

yang terdapat di sebuah hotel, hubungan antara yang satu dengan yang lainnya, hubungan antara atasan dengan bawahannya. Dengan melihat struktur organisasi maka akan dapat diketahui posisi atau jabatan yang ditempati oleh seseorang sehingga mereka akan mengetahui secara langsung fungsi dan tanggung jawab dengan posisi yang telah ditempatinya. Sehingga akan mengetahui posisi dan siapa atasan mereka. Struktur organisasi dirancang dan disesuaikan dengan keadaanya dan jumlah staf ataupun karyawan yang berada pada sebuah perusahaan maupun bagian. Semakin besarnya perusahaan ataupun bagian maka tentunya, struktur organisasinya juga akan semakin bertambah besar.

Struktur organisasi adalah hubungan antar para karyawan dan aktivitas-aktivitas mereka satu sama lain serta terhadap keseluruhan, dimana bagian-bagiannya adalah tugas-tugas, pekerjaan-pekerjaan atau fungsi-fungsi dan masing-masing anggota kelompok karyawan yang melaksanakannya. Struktur organisasi yang akan dibentuk tentunya struktur organisasi yang baik. Struktur organisasi yang baik harus memenuhi syarat sehat berarti tiap-tiap satuan organisasi yang ada dapat menjalankan peranannya dengan tertib. Struktur organisasi efisien berarti dalam menjalankan peranannya tersebut masing-masing satuan organisasi dapat mencapai perbandingan terbaik antara usaha dan hasil kerja.

Adapun gambar struktur organisasi *sales marketing* dapat dilihat dibawah :



Gambar 2. Struktur Organisasi Sales Marketing

Sumber BDM Hermes Palace Hotel Medan

Komposisi personal struktur organisasi *sales marketing* di Hermes Palace Hotel Medan yaitu sebagai berikut :

- a. *Asst. Sales Manager* : Nathalie Elisyah
- b. *Sales Excutive* : Arifin

a. Job Description Sales Marketing

1). Asst Sales Manager

- a) *Sales Manajer* adalah seseorang yang memiliki tugas untuk menetapkan target penjualan dan program penjualan secara berkala, memelihara dan menciptakan hubungan untuk meningkatkan dan

mengkoordinasikan penjualan, mengevaluasikan target *sales* yang telah dicapai, melakukan strategi pemasaran yang efektif memecahkan masalah pada pencapaian penjualan, dan membangun hubungan dengan tamu, mitra bisnis. Ada beberapa tugas dan tanggung jawab *sales manager*. Antaranya: a) Bertanggung jawab atas bisnis hotel termasuk kamar dan restoran hotel. b) Bertanggung jawab membuat dan mengimplementasikan rencana bisnis. c) Mengelola staf penjualan seperti menugaskan pekerjaan, memantau pesanan dan memeriksa penyelesaian pekerjaan. d) Memprediksi informasi trend perkembangan *industry* hotel. e) Bekerjasama dengan kerja harian, mingguan, bulanan, dan menindak lanjuti penyelesaian rencana tersebut.

2) Sales Executive

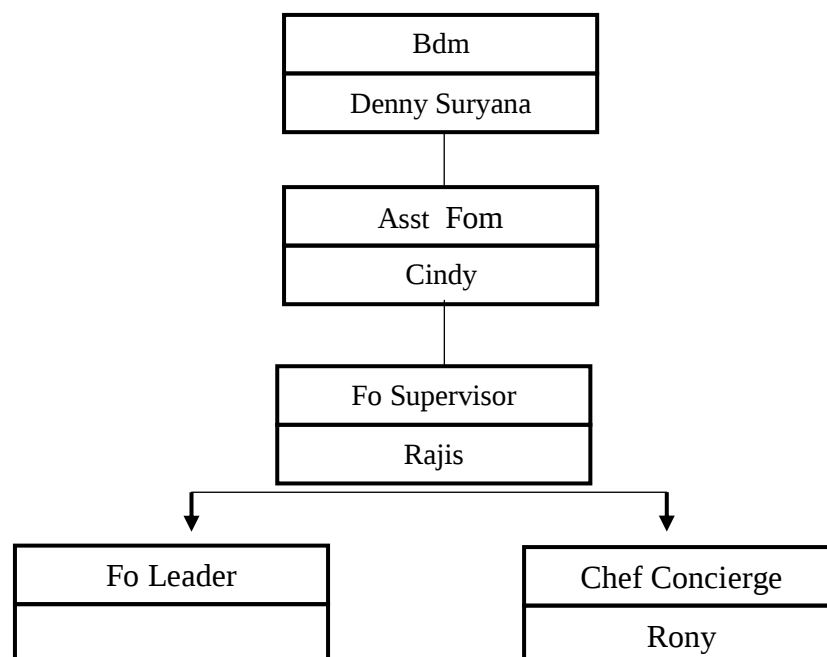
a) *Sales executive* adalah *sales* yang mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan pemasaran perusahaan membina hubungan baik dengan *customer* yang sudah berjalan maupun yang akan menjadi *customer*. Ada beberapa tugas dan tanggung jawab *sales executive*, antaranya, a). Menyusun anggaran dan rencana personalia yang tepat untuk memenuhi target penyelesaian. b). Mengelola, mengawasi dan bertanggung jawab atas aktivitas tetap yang akan diserahkan. c). Mencapai target penjualan perusahaan. d). membuat program marketing perusahaan. e). memperkenalkan produk atau jasa perusahaan kepada klien. f) memasarkan produk atau jasa

perusahaan. g). mencari klien baru. h). membina hubungan dengan klien perusahaan.

5. Struktur Organisasi *Front Office Departement*

Struktur organisasi *front office* dapat dirancang dan disesuaikan dengan keadaanya dan jumlah staf ataupun karyawan yang berada pada sebuah perusahaan maupun bagian. Semakin besarnya perusahaan ataupun bagian maka tentunya, struktur organisasinya juga akan semakin bertambah besar. Adapun struktur organisasi *front office* di Hermes Palace Hotel Medan. Diantaranya, dapat di lihat pada gambar dibawah ini:

Adapun gambar struktur organisasi *front office* dapat dilihat dibawah :



Gambar 3. Struktur Oganisasi *Front Office*
Sumber HRD Hermes Palace Hotel Medan

a. Job Description front office

a. Business Development Manager

1). *Business Development Manager* (BDM) yang mengarahkan dan mengawasi seluruh karyawan secara langsung dan menjamin bahwa operasional sehari-hari di kantor dapat berjalan dengan lancar. Beberapa tugas dan tanggung jawab *business development manager*. diantaranya: a). Berpartisipasi terhadap proses seleksi dan penerimaan karyawan di bagian *front office*. b). Merencanakan pelatihan, *cross train*, dan pelatihan kembali pada karyawan di *front office*. c). Membuat dan mengatur jadwal kerja *front office*. d). Mengawasi pekerjaan bawahan terutama pada saat pergantian *shift* dan jam-jam kerja. e). Mengevaluasi kemampuan kerja dan komunikasi yang baik dengan seluruh departemen di hotel. f). Mengontrol dan memeriksa ulang laporan batas kredit para tamu.

b. Asst Front Office

a) Menjalankan seluruh tugas dan tanggung jawab *front office manager* bila yang bersangkutan berhalang atau tidak dapat menjalankan tugasnya. Beberapa tugas dan tanggung jawab *asisten front office manager*. Diantaranya: a). Membantu *front office manager* dalam

membuat program pelatihan, pembuatan *job description*, standar prosedur serta merencanakan program pelatihan karyawan. b). Membantu *front office manager* dalam proses seleksi penerimaan dan pelatihan karyawan baru. c). Menciptakan tugas dan standar hubungan baik dalam suasana kerja dalam kelompok, dan dapat memperkecil jumlah karyawan. d). Mengadakan *briefing* dengan staf untuk menghadapi acara-acara tertentu. e). Menjalin kerja sama yang baik diantara staf sehingga tidak timbul komunikasi yang salah. f). Mengatur dan bekerjasama dengan bagian keamanan (*security*) menyangkut masalah keamanan di sekitar *lobby*.

c. Front Office Supervisor

a) Mengawasi dan mengontrol pekerjaan para petugas reservasi sehingga dapat menjalankan sebagaimana ditentukan dalam standar *operating procedure* yang berlaku di hotel, khususnya untuk pekerjaan yang berhubungan dengan masalah pemesanan kamar. Beberapa tugas dan tanggung jawab *fo supervisor*. Diantaranya: a). Membuat jadwal kerja para petugas reservasi. b). Membuat perkiraan tentang tingkat hunian yang ada di bagian *reception*. c). Menerima penyerahan tugas dan *supervisor shift* sebelumnya. d). Memeriksa *filling document* agar selalu rapi dan akurat. e). Mengawas tata cara bertelepon para petugas *reservasi*. f). Secara teratur menghadiri rapat di departemen kantor depan.

d. Chief Concierge

a) *Chief concierge* Mengarahkan dan mengawasi penampilan para *bellboy* dan petugas informasi dalam menyambut tamu. Mengurus barang-barang bawaan tamu dan mengantarkan tamu, serta memberikan penjelasan yang tepat kepada tamu dan pengunjung tentang fasilitas dan produk hotel. Beberapa tugas dan tanggung jawab *chief concierge*. Diantaranya: a). Memberi tanda khusus bagi tamu yang dianggap istimewa. b). Melakukan konfirmasi mengenai *reservasi* yang dibuat untuk tamu rombongan. c). Menghitung biaya kamar, makan dan transportasi yang tercantum dalam pemesanan. d). Bekerjasama dengan reseptionis untuk membooking kamar rombongan. e). Mempersiapkan kupon makan untuk rombongan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, penulis memperoleh kesimpulan yang diambil dari penelitian metode kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* departemen di Hermes Palace Hotel Medan, adalah sebagai berikut:

1. Secara umum, menurut hasil wawancara dan observasi. Pada saat peneliti terjun kelapangan. Memperoleh bahwa metode kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* departemen di Hermes Palace Hotel Medan. Hampir mendekati sempurna karena, dari hasil wawancara dan observasi sudah digambarkan mengenai kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement* tersebut.
2. Kendala metode kerja sama antara *sales marketing* dan *front office departement*, dari hasil wawancara dan observasi ini, belum terlalu jauh dari harapan. Hal ini terlihat di Hermes Palace Hotel Medan dimana terdapat beberapa kendala kecil yang masih dapat dicari solusinya seperti. Pertama, dalam bidang *overload bookingan* (Akibat ego personal). Kedua, terlambat tim *sales* dalam menginput data diaplikasi power pro pada saat tamu mengadakan *events*, dan ketiga, kurangnya teliti *front office* dalam mengelolah aplikasi power pro.
3. Upaya yang harus dilakukan dalam metode kerja sama antara *sales marketing* dan *front office* harus teliti dalam melakukan pekerjaan. Memastikan data yang

diinput melalui aplikasi power pro sesuai. *Front office* harus teliti dalam melihat aplikasi power pro, supaya tidak terjadinya *overload bookingan* akibat miss komunikasi, dan tim *sales* harus cepat memberikan informasi kepada *front office* apabila adanya *events*

B. Saran

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ataupun pengetahuan yang terkait dengan dunia kerja sales marketing dan front office pada industri perhotelan.
2. Bagi perusahaan, disarankan harus lebih teliti lagi dalam melakukan kerja sama antara sales marketing dan front office supaya mendapatkan hal yang diinginkan ataupun yang telah ditentukan oleh pihak hotel tersebut.
3. Falkutas Vokasi Muhammadiyah Aceh, Dapat dijadikan sebagai sumber bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat meningkatkan pengetahuan tentang kerja sama *sales marketing* dan *front office* departemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Michelle. 2020. *Upaya Front Office dalam Memberikan Kualitas Pelayanan untuk Kepuasan Tamu di Best Western Papilio Hotel Surabaya*. Skripsi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Anggito, Albi. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak
- Ayudhiaswara, Aulia. 2017. Pentingnya Komunikasi Bagi Sales Person dalam Menjalankan Tugasnya di Hotel Grand Seriti Madani Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata Ampla.
- Bagus, I Gusti Rai Utama. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Bagyono. Sambodo, Agus. 2020. *Dasar-dasar kantor depan: bandung* PT Nias Media Indonesia.
- Caroline, Philomena, Maliluan. dkk. 2017. Strategi Sales and Marketing Departement dalam Mengelola Corporate Rate and Key Account in Hotel Gran Melia Jakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia* Vol. 9, No. 2.
- Florentina, Ika. 2020. *Being A Smart Dan Confident Sales Executive-Sukses Manjadi Sales Executive Dunia Perhotelan dan Pariwisata*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Hary, Hermawan. dkk. 2018. *Pengantar Manajemen Hospitality*: PT. Nasya Expanding Manajemen.
- Junaidi. Dkk. 2020. *Matel Muslim-Friendly Assesment Tool For Hotel Sebuah Pedoman Kompromistis untuk Standarisasi Hotel Ramah Muslim*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Nasrul. 2022. *Konservasi Energi Sistem Tata Udara Bangunan Gedung Hotel*. Makassar: PT Nias Media Indonesia.
- Nanik, Rachmaniyah. Lea K, Anggraeni. Studi Langgam Desain sebagai Dasar Mendesain Hotel. *Jurnal Desain Interior* Vol. 1, No. 1, April 2016.

- Nurita, Wayan. dkk. 2020. *Bahasa Jepang Perhotelan: Effective Japanese For Hotel Staff*. Bandung: Nilacakra Publishing House.
- Nuria. 2019. Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi dan Harapan dengan Hasil Kerja). *Meraja Journal* Vol. 2, No, Juni.
- Nanik, Rachmaniyah. Lea K, Anggraeni. Chyntia, Putri, Adiwijaya. 2016. Studi Langgam Desain sebagai Dasar Mendesain Hotel. *Jurnal Desain Interior* Vol. 1, No. 1, April.
- Putri, Emmita, Devi, Hari. 2018. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian Sistem 3X Baca*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Tarmaezi. 2016. pengantar hospitality. Surabaya :CV. Nas Media Pustaka.
- Rohadin. Wiyatno, Tri, Ngudi. 2021. *Manajemen Organisasi*. Jawa Tengah: Lekeisha.
- Rukin. 2019. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sambodo, Agus. 2020. *Kantor Depan*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- SastroAtmodjo, Sunarto. 2021. *Manajemen Pemasaran (Marketing)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Simanjuntak, Magdalena, Dame. 2020. *Statistik Hotel Dan Akomodasi Lainnya Di Provinsi Sumatera Utara*. Sumatera Utara: BPS Provinsi Sumatera Utara.
- Silvani, Eva, Lawasi. Boge, Triatmanto. 2017 Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen* Vol. 5, No, 1, 47.
- Syarifah, Maula, Masyitah. Tabrana, Mirza. 2018. *Analisis Pengaruh Kompensasi, Kerjasama Tim dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan*

Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Banda Aceh. Jurnal Akuntansi Manajemen Vol. 9 Issue (1).

Puput, Wayan. 2020. *Manajemen Pemasaran Hospitality*. Bandung: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).

Wahyunani, Goldsmith. 2018. *Manajemen Pemasaran (Marketing)*. Jakarta: Media Sains Indonesia.

Wiradendi, Christian, Wolor. Agustin, Dewi, Pratama, Sari. 2021. *Hospitality*. Edisi Kedua. Ponorogo: Gracias Logis Kreatif.

Lampiran 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

1. Nama : Nuri Fitria
2. Tempat Tanggal Lahir : Seuot Baroh, 07 Desember 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Status : Anak ke-3 dari 3 bersaudara
5. Agama : Islam
6. Pekerjaan : Mahasiswi
7. Alamat : Seuot Baroh, Kecamatan Indrapuri. Aceh Besar
8. No. Tlp/Hp : 082248702232
9. Email : nurifitria867@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD NEGERI 1 SIHOUM : 2006-2012
2. SMPS ISLAMIC SOLIDARITY SCHOOL : 2012-2015
3. SMKS Grafika As-Salam Islamic Solidarity SCHOOL : 2015-2018
4. Perguruan Tinggi : Fakultas Vokasi : 2018-Sekarang

Universitas Muhammadiyah Aceh

Lampiran 2

Nama-nama tamu yang menginap di hotel

Reservation Browser

1. Filter

☒ 2. Guest Name ☐ 7. Matched on first word
☒ 3. Company Name ☒ 8. Arrival: Today
☐ 4. Rate Code ☐ 9. Departure
☐ 5. Market Segment ☒ 0. Display Master Folio Only
☐ 6. Nationality ☐ A. Disable Folio Filter

No of Record: 22

Name: **HEPPY H**
 Company: **BOOKING**
 Arrival: **15-Jun-2**
 Departure: **16 Jun**
 Room Type: **DLXD**
 Room No:

Legend	Guest Name	Room	In	Out	Company / MICE Name	Folio		
Check In Remark	Type	S	Nights	Stays	Pax	Child	Billing Instruction	Status
ETA KARINA , Mrs prepayment/ask/dps/ir	DLXD		Today	16 Jun	TIKET.COM		408067	Guaranteed
NOVRIAN RAHARJA , Mr pre payment/askdps/zl	SPRD		Today	16 Jun	TIKET.COM		408107	Guaranteed
ARMAN HARAHAAP , Mr rta/vvrec/askdps/zl	STDT		Today	16 Jun	TRAVELOKA		408105	Guaranteed
JERIKO SIDABUTAR , Mr rta/vvrec/askdps/zl	STDT		Today	16 Jun	TRAVELOKA		408106	Guaranteed
M TAUFIK SYAHBUDDIN , Mr rta/vvrec/askdps/.zl	DLXD		Today	17 Jun	TRAVELOKA		408005	Guaranteed
M TAUFIK SYAHBUDDIN , Mr rta/vvrec/askdps/.zl	DLXD		Today	17 Jun	TRAVELOKA		408006	Guaranteed
MARIO G HENDRA , Mr rta/ask/dps/ir	DLXD		Today	16 Jun	TRAVELOKA		408075	Guaranteed
MARIO G HENDRA , Mr rta/ask/dps/ir	DLXD		Today	16 Jun	TRAVELOKA		408076	Guaranteed
VIKI WJAY , Mr rta/askdps/ry	SPRD		Today	17 Jun	TRAVELOKA		407586	Guaranteed
YONATHAN RIZKI SEPTAYONI , Mr			Today	17 Jun	TRAVELOKA		408046	

Dashboard | Registration | Cashier | XReport | MICE Reservation | Reservation
 ZULFA | 15-Jun-2022 (Rabu), Shift : 1 | Desktop | Exit: 47:59 | Cashier 00:00:00

Lampiran 3

Surat keterangan tamu menginap

 **HERMES PALACE**
MEDAN

SURAT KETERANGAN MENGINAP

Kami dari Hermes Palace Hotel Medan menyatakan bahwa,
Mr. SEPTIYAN ANDI ANGGRAYUDA
Benar adanya menginap di Hermes Palace Hotel Medan di kamar #707
dimulai dari tanggal 07 Juni 2022 – 09 Juni 2022
Demikianlah surat pernyataan ini di buat dengan yang sebenarnya untuk
tujuan yang diperlukan,
Terima Kasih .

Hormat Saya,

Cindy Friscilia
(Asst Front Office Manager)

Jl. Pemuda No. 22 Medan 20151
Sumatera Utara , Indonesia
Phone : +62 61 4515 777
Fax : +62 61 4515 999
E-mail : info@hermeshotelmedan.com
Website : www.hermeshotelmedan.com

Banquest event order

Banquet Event Order

Folio :
 No Document : Rapat Koordinasi Penguatan Pendamping &
 Mice Name : Pemberdayaan Masyarakat Desa Provsu
 Company : PT Cahaya Almuda Bersinar
 Address : Jakarta

Venue : Maimun
 Type Of Event : Residential Twin
 Day / Date : Wed- Thu , 23 m
 Time : TBA
 Layout : Roundtable
 Number of Person : 50 Pax
 Sales Contact : Nathalie

Phone : 0819-0844-9433
 Contact : Mr Iwan

Email :

FOOD & BEVERAGE

Harap disiapkan:

- Set Up Roundtable untuk 50 pax di ruangan Maimun Ballroom 1 table 6 seat,
- Mohon sediakan Meja Narsum untuk 4 pax di atas stage.
- Mohon sediakan Meeting kit dan mineral water.
- Harap sediakan stage tambahan di depan stage permanen.
- Harap sediakan 4 mic.
- Harap sediakan 2 set screen proyektor sisi kanan & kiri.
- Harap Sediakan Hand Sanitizer diruangan maimun.
- Harap sediakan meja registrasi 2 meja di depan area lift
- Harap clear area meja prasmanan.

- Harap sedia kan ruangan khusus untuk set family style di ruangan Mezzanine utk tamu VVIP asisten khusus Mentri Sumber Daya Desa 5 pax.

23 March 22

- Dinner di Sirocco rooftop pukul 18.00.
- CB 1 set on plate pukul 19.00 di Maimun Ballroom.

24 March 22, 2022

- Cb 1 set on plate pukul 09.00 wib di Maimun Ballroom.
- Lunch 11.30 prasmanan di Sirocco.
- CB 2 set on plate pukul 15.00 wib di Maimun Ballroom.
- Dinner 18.00 prasmanan di Sirocco.
- CB 3 set on plate pukul 19.00 wib di Maimun Ballroom

25 March 22 cek out

- Lunch box di sediakan di resepsionis

HOUSE KEEPING

Pastikan area Maimun dan toilet dalam keadaan rapi dan bersih, selalu tersedia tissue dan sabun cuci tangan disetiap toilet serta. Houseman selalu standby 1 jam sebelum dan selama acara berlangsung.

-Harap sediakan Mini Garden di depan stage.

Terima kasih.

FRONT OFFICE

Pastikan seluruh staff Front Office Dept. termasuk concierge mengetahui acara tersebut diatas

Tolong sediakan payung, apabila terjadi hujan.

-Mohon siapkan group kamar dari klien PT Cahaya Almuda Bersinar.

Terima kasih.

ENGINEERING & IT

- Pastikan AC dalam kondisi baik dan terasa dingin.
- Sediakan Sound system, 4 wireless microphone, mixer, jek audio, 2 Cable extention, proyektor dan set utk karaoke.
- Pastikan semua peralatan berfungsi dengan baik ,
- Staff engineering diharapkan standby pada saat persiapan acara lebih kurang 30 Menit sebelum acara dimulai dan standby selama acara berlangsung.
- Mohon bantu pemasangan backdrop dan spanduk.
- Mohon internet lancar untuk zoom. (IT)

Terima Kasih

SECURITY

- Pastikan pengaturan area parkir untuk kendaraan tamu-tamu pada saat acara tersebut di atas. Pastikan tamu-tamu merasa aman selama berada di Hotel kita.

- VIP Parking 3 unit mobil

Terima Kasih

HRD

Harap dipersiapkan tenaga casual (apabila diperlukan) dan mohon koordinasikan dengan bagian F&B Departemen.

Terima kasih.

ALL HOD

Mohon dikoordinasikan untuk kebutuhan casu HRD untuk acara ini.

KITCHEN

Attach to Cheff

Note:

Harap makanan dipersiapkan 30 menit sebelum acara dimulai pastikan kualitas dan kuantitas makanan dijaga. Harap jenis d jumlah makanan sesuai dengan yang tertera pada event order. TERIMA KASIH.

BILLING INSTRUCTION

MOHON DILIHAT PADA LAMPIRAN, TERIMA KASIH

(Asst SMM) (BDM) (IT) (Asst FBM) (Jr.Sous Chef) (Asst Exec.HK) (Ass.FOM) (Chief Security) (Chief Engineer) (HRD) (FC) (GM)

Distribution : GM, EAM, FBM, KITCHEN, HK, FOM, SECURITY, HRM, ENGINEERING, BANQUET, ACCOUNTING, STWO, PASTRY, CASHIER, PURCHASING

Lampiran 5

Daftar pertanyaan wawancara

1. Apa saja metode kerja sama *sales marketing* dan *front office*?
2. Apa saja tanggung jawab yang harus dipatuhi oleh *sales marketing* dan *front office* dalam hal meningkatkan pendapatan Hotel?
3. Apakah kendala yang dirasakan saat bertugas menjadi seorang *sales marketing* dan *front office*?
4. Jika seorang *sales marketing* dan *front office* tidak mengerjakan tugas dengan baik, apakah terpengaruh dengan pendapatan hotel tersebut?
5. Apabila tim *sales* dan *front office* melakukan masalah, adakah berdampak kerugian dalam hal ini?
6. Apakah kerja *sales marketing* dan *front office* bisa membantu pendapatan hotel?

Lampiran 6

Tabel. 1
Triangulasi Sumber

Pertanyaan Penelitian	Informan	Pola
Bagaimana cara kerja sales maketing dan front office departemen?	Informan 1 Kerja sama <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> departemen sangat penting terutama untuk meningkatkan <i>revenue</i> hotel di Hermes Palace Hotel Medan.	- kerja sama sales marketing dan front office di Hermes Palace Hotel Medan.
	Informan 2 Kerja sama <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> departemen sangat penting untuk meningkatkan <i>revenue</i> hotel di Hermes Palace Hotel Medan. Terutama dalam bidang bookingan tamu dari perusahaan.	- Kerja sama sales marketing dan front office dalam bidang bookingan tamu dari perusahaan.
	Informan 3 <i>Sales marketing</i> sebagai yang memasarkan produk hotel, sedangkan <i>front office</i> yang melayani tamu dari <i>check in</i> sampai dengan <i>check out</i> , jadi keduanya saling berkerja sama dalam hal meningkatkan <i>revenue</i> hotel.	- berkerja sama dalam menikatkan <i>revenue</i> hotel.
	Informan 4 <i>Sales marketing</i> sebagai memasarkan produk hotel, sedangkan <i>front office</i> yang melayani tamu dari <i>check in</i> . Akibat kurang kerja sama antara <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> sering terjadinya <i>overload</i> bookingan terhadap <i>miss komunikasi</i> .	- kurang teliti front office terhadap <i>overload</i> bookingan terhadap <i>miss komunikasi</i> .
	Informan 5 <i>Sales marketing</i> dan front office merupakan salah satu departemen di hotel yang sangat penting untuk meningkatkan pendapat hotel. mulai, dari penjualan ruangan, kamar dan fasilitas lainnya yang ada di Hermes Palace Hotel Medan.	- Meningkatkan pendapatan hotel.

Bagaimana kendala yang dihadapi oleh sales marketing dan front office?	Informan 1 Beberapa kendala yang pernah dihadapi oleh <i>team sales marketing</i> dan <i>front office</i> . Pertama, kurang teliti <i>front office</i> akibat overload bookingan terhadap <i>miss komunikasi</i> . Kedua kurang kerja sama antara <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> sehingga terjadinya lagi bookingan ruang	- Kendala nya kurang teliti front office akibat overload bookingan - Kendala nya kerja sama <i>sales</i> dan <i>front office</i> terhadap <i>room booking</i> .
	Informan 2 Jika tim <i>sales marketing</i> sedang keluar untuk mencari tamu, maka front office harus siap menggantikan pekerjaan tim <i>sales marketing</i> dalam bidan promosi produk hotel.	- <i>Front office</i> harus siap mengantikan tim sales, apa bilang sedang keluar.
	Informan 3 Jika <i>front office</i> kurang teliti dalam mengelolah aplikasi power pro, maka sering terjadinya tamu tidak terarah saat berlangsung nya kegiatan. sehingga tamu merasakan kecewa.	- kurang teliti dalam mengelolah aplikasi power pro
	Informan 4 Sebetuinya tidak ada kendala yang pernah dihadapi oleh cara kerjasama antara <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> .	- Tidak ada kendala terhadap kerja sama <i>sales</i> dan <i>front office</i> .
	Informan 5 Belum ada kendala terhadap kerja sama antara sales marketing dan front office, mungkin kurang teliti dalam melihat aplikasi power pro.	- Belum ada kendala terhadap kerja sama <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i>
Upaya apa saja yang harus dilakukan oleh kerja sama antara <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> ?	Informan 1 <i>Sales marketing</i> harus cepat memberikan informasi kepada front office terhadap <i>room bookingan</i> dari perusahaan kepada <i>front office</i> .	- Tim Sales harus cepat memberikan informasi kepada front office.
	Informan 2 <i>Front office</i> harus teliti melihat aplikasi power pro terutama dalam overload bookingan.	- Front office harus teliti dalam melihat aplikasi power pro terutama dalam overload bookingan.

	Informan 3 <i>Sales marketing</i> harus memberikan informasi lagi kepada <i>front office</i>, bahwa ada tamu yang membuat kegiatan, supaya tidak terjadi kecewaan tamu terhadap pelayanan yang diberikan oleh <i>front office</i>.	<i>Sales marketing</i> harus memberikan informasi lagi kepada <i>front office</i>
	Informan 4 Buat tim <i>sales</i> harus teliti dalam penginputan data, supaya tidak terjadinya hal yang tidak diinginkan.	Tim <i>sales</i> harus teliti dalam penginputan data.
	Informan 5 Sales marketing dan front office harus berkerja sama dalam bidang pemasaran produk hotel ataupun dalam bidang memberikan informasi kepada tamu.	Sales marketing dan front office harus berkerja sama.

Lampiran 7

Tabel. 2
Triangulasi sumber data

Pertanyaan Penelitian	Metode Pengumpulan Data
Bagaimana cara kerja sales maketing dan front office departemen?	Wawancara Kerja sama <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> sangatlah penting. <i>Sales</i> yang mencari tamu ataupun dalam bidang mempromosikan produk hotel, sedangkan <i>front office</i> yang melayani tamu dari mulai <i>check in</i> sampai dengan tau <i>check out</i>. Dengan adanya kerja sama antara sales marketing dan <i>front office</i> tidak akan terjadi lagi <i>overload</i> booking akibat <i>miss komunikasi</i>. Observasi Dari pengamatan peneliti bahwa kerja sama antara <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> sangat penting. <i>Sales marketing</i> yang mencari tamu mulai dari perusahaan, badai, dan wisatawan. Sedangkan <i>front office</i> yang melayani tamu mulai dari tamu <i>check in</i> sampai tamu <i>check out</i>, dan <i>front office</i> memberikan informasi yang berkaitan dengan hotel, sehingga tamu akan tertarik untuk kembali kehotel. Jadi kerja <i>sales marketing</i> dan front sangat penting terutama untuk pendapatan revenue hotel.
Bagaimana kendala kerja sales maketing dan front office departemen?	Wawancara - <i>overload</i> bookingan terhadap <i>miss komunikasi</i>. - kurang teliti dalam mengelolah aplikasi power pro. Observasi Dari pengamatan peneliti bahwa kendala kerja sama antara <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> di Hermes Palace Hotel Medan sangat penting , dan harus teliti dalam melakukan pekerjaan. Supaya tidak terjadi hal yang yang inginkan seperti <i>overload</i> bookingan, seorang <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> sangat penting dalam menjalin kerja sama atau komunikasi yang baik. Supaya mendapatkan pendapatan hotel sesuai dengan target yang telah di tentukan oleh pihak hotel tersebut.

Tabel. 3
Triangulasi metode

Pertanyaan Penelitian	Metode Pengumpulan data
Upaya apa yang dilakukan oleh kerja sama sales antara maketing dan front office departemen?	Wawancara - memberikan informasi kepada <i>front office</i> terhadap bookingan dari perusahaan kepada <i>front office</i>. - Harus teliti melihat aplikasi power pro terutama dalam <i>overload</i> bookingan. - Tim <i>sales</i> harus teliti dalam penginputan data Observasi Menurut hasil hasil observasi yang dilakukan upaya kerja sama <i>sales marketing</i> dan <i>front office</i> harus teliti dalam pekerjaan. memastikan setiap data yang diinput melalui aplikasi power pro sesuai, dan <i>front office</i> harus teliti dari melihat aplikasi power pro sehingga tidak terjadinya <i>overload</i> bookingan lagi. Tim <i>sales</i> harus memberika informasi kepada front office, apabila sedang berlangsung kegiatan events.