

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SALES CALL TERHADAP
TAMU INDIA DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR
PADA HOTEL PULLMAN BALI LEGIAN *BEACH***



POLITEKNIK NEGERI BALI

Ni Komang Ayu Amelia Cahyani

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SALES CALL TERHADAP
TAMU INDIA DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR
PADA HOTEL PULLMAN BALI LEGIAN *BEACH***



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Ni Komang Ayu Amelia Cahyani
NIM 2015834121**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SALES CALL TERHADAP
TAMU INDIA DALAM MENINGKATKAN HUNIAN
KAMAR PADA HOTEL PULLMAN BALI LEGIAN
BEACH**

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Ni Komang Ayu Amelia Cahyani
NIM 2015834121**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI *SALES CALL* TERHADAP TAMU INDIA DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL *PULLMAN BALI LEGIAN BEACH*

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada Selasa, 25 Juni 2024

Pembimbing I,



Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par
NIP. 196211251990032001

Pembimbing II,



Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.
NIP. 198912302022031003

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



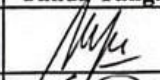


Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par.
NIP. 196409082008122004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI *SALES CALL* TERHADAP TAMU INDIA DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA HOTEL *PULLMAN BALI LEGIAN BEACH*

yang disusun oleh Ni Komang Ayu Amelia Cahyani (NIM 2015834121) telah
disepakati dalam Sidang Skripsi di depan Tim Penguji
pada hari Selasa tanggal 16 Juli 2024

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par NIP. 196211251990032001	
Anggota	Putu Virgananta Nugraha, S.TI., M.Eng. NIP. 199309052022031009	
Anggota	Ni Kadek Herna Lastari, M.Pd. NIP. 199505302022032015	

JURUSAN PARIWISATA POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali,



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par.
NIP. 198409082008122004

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ni Komang Ayu Amelia Cahyani

NIM : 2015834121

Program Studi : D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SALES CALL TERHADAP TAMU
INDIA DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR PADA
HOTEL PULLMAN BALI LEGIAN BEACH**

yang ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata merupakan hasil karya saya. Semua informasi yang tercantum dalam skripsi yang berasal dari karya orang lain telah diberikan penghargaan dengan mencantumkan nama sumber penulis dengan benar sesuai norma, kaidah, dan etika akademik.

Apabila di kemudian hari diketahui bahwa sebagian atau keseluruhan tesis tersebut bukan karya asli saya atau terdapat kasus plagiarisme, saya dengan rela menerima konsekuensi pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lainnya sebagaimana didalilkan oleh Hukum Nasional Indonesia.

Badung, 25 Juni 2024



Ni Komang Ayu Amelia Cahyani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Efektivitas Komunikasi *Sales Call* Terhadap Tamu India Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Hotel Pullman Bali Legian *Beach*” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan Skripsi ini merupakan sebuah wadah penyalur ilmu dan minat mahasiswa dalam melakukan penelitian sebagai langkah dalam memenuhi syarat agar dapat menyelesaikan Pendidikan Terapan D-IV Manajemen Bisnis Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.

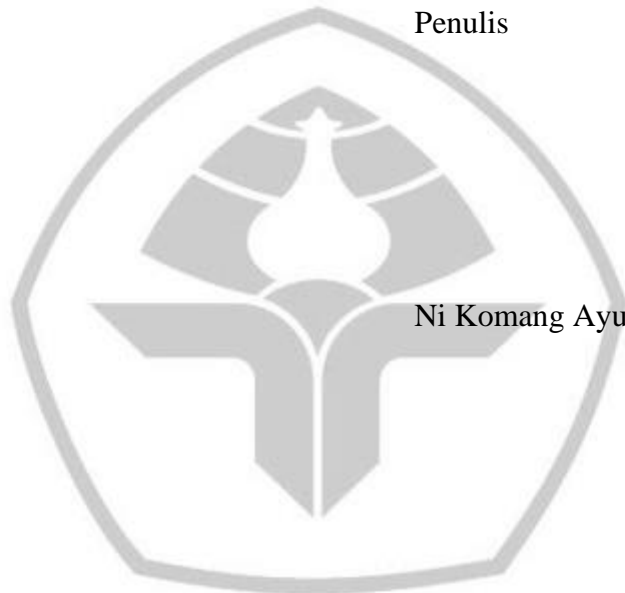
Di mulai nya penulisan Skripsi ini hingga dapat terselesaikan nya tidak lepas dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M.Par. selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan Skripsi.
3. Putu Tika Virginiya, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang serta membantu memberikan kelancaran dan masukan bagi penulis.

4. Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M., selaku Koordinator Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata dan Dosen Pembimbing II yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan Skripsi ini.
5. Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par. selaku Dosen Pembimbing I yang serta memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan Skripsi ini dari tahap awal sampai akhir.
6. Seluruh senior di hotel Pullman Bali Legian *Beach* khususnya di bagian *sales and marketing* yang telah dapat menerima penulis untuk belajar di hotel tersebut, memberikan dukungan, bantuan dalam pengumpulan data, pemahaman serta penyaluran ilmu baru bagi penulis yang sangat berguna untuk kelancaran penulisan Skripsi ini.
7. Kedua orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan Skripsi ini.
8. Teman-teman, yang senantiasa memberikan dorongan motivasi, dukungan secara terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis sehingga besar harapan penulis agar Skripsi ini bisa bermanfaat bagi mahasiswa. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf atas kesalahan dalam melakukan penulisan.

Penulis



Ni Komang Ayu Amelia Cahyani

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Cahyani, Ni Komang Ayu Amelia, (2024), *Efektivitas Komunikasi Sales Call Terhadap Tamu India Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Pada Hotel Pullman Bali Legian Beach*, Skripsi : Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par, dan Pembimbing II : Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.

Kata kunci : Efektivitas Komunikasi, *Sales Call*, Tingkat Hunian Kamar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali Legian Beach. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer berupa hasil wawancara dengan *Assistant Director of Sales* dan *Sales Executive* sebagai pemegang pasar India dan *Revenue Manager* yang mengetahui tentang tingkat hunian kamar, data sekunder berupa data tingkat hunian kamar tamu India dan data *production agent*. Berdasarkan hasil penelitian, kemampuan komunikasi yang baik dan pengetahuan tentang produk hotel oleh *sales person* mempengaruhi efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India. Komunikasi yang baik oleh *sales person* memberikan dampak positif bagi diri *sales person* tersebut maupun citra perusahaan. Efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar sudah pada tingkat efektif yaitu 75% berdasarkan hasil wawancara. Terdapat saran dalam meningkatkan hunian kamar tamu India yaitu *sales person* lebih aktif mencari informasi mengenai *agent* India yang baru beroperasi untuk diajak bekerja sama, selain dengan cara *sales call* yang bisa dilakukan yaitu mengundang artis atau *influencer* India untuk datang ke hotel dengan memberikan voucher gratis menginap dengan *feedback* mereka akan melakukan promosi pada sosial media.

ABSTRACT

Cahyani, Ni Komang Ayu Amelia, (2024), *Effectiveness of Sales Call Communication for Indian Guest in Increasing Room Occupancy at Pullman Bali Legian Beach Hotel*, Undergraduate Thesis : Tourism Business Management, Tourism Department, Politeknik Negeri Bali.

This undergraduate thesis has been supervised and approved by Supervisor I : Dra. Nyoman Mastiani Nadra, M.Par, and Supervisor II : Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M.

Keywords : *Communication Effectiveness, Sales Call, Room Occupancy*

This research aims to determine the effectiveness of sales call communication with Indian guests in increasing room occupancy at the Pullman Bali Legian Beach hotel. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through observation, interviews and documentation. The data used in this research are primary data in the form of interviews with the Assistant Director of Sales and Sales Executives as Indian market holders and Revenue Managers who know about room occupancy rates, secondary data in the form of Indian guest room occupancy rate data and production agent data. Based on the research results, good communication skills and knowledge about hotel products by sales people influence the effectiveness of sales call communication with Indian guests. Good communication by a sales person has a positive impact on the sales person and the company's image. The effectiveness of sales call communication with Indian guests in increasing room occupancy is already at an effective level of 75% based on interview results. There are suggestions for increasing Indian guest room occupancy, namely that sales people are more active in looking for information about newly operating Indian agents to work with, apart from the sales call method that can be done, namely inviting Indian artists or influencers to come to the hotel by giving vouchers for a free stay with their feedback will promote them on social media.

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Tinjauan Tentang Hotel	6
2.1.2 Pemasaran Hotel	6
2.1.3 Promosi	7
2.1.4 Efektivitas	9
2.1.5 Komunikasi.....	10
2.1.6 <i>Sales Call</i>	12
2.1.7 Tingkat Hunian Kamar.....	14
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	20
3.2 Objek Penelitian.....	20
3.3 Identifikasi Variabel	21
3.3.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	21
3.3.2 Variabel Terikat (<i>Dependen Variable</i>)	21

3.4	Definisi Operasional Variabel	21
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5.1	Jenis Data	24
3.5.2	Sumber Data.....	24
3.6	Penentuan Informan.....	25
3.7	Pengumpulan Data.....	25
3.7.1	Observasi	25
3.7.2	Wawancara	26
3.7.3	Dokumentasi	26
3.8	Analisis Data.....	26
3.8.1	Analisis Deskriptif Kualitatif.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	31
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
4.1.2	Sejarah Hotel Pullman Bali Legian <i>Beach</i>	32
4.1.3	Fasilitas Hotel	33
4.1.4	Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	45
4.2	Hasil Pembahasan Penelitian	45
4.2.1	Efektivitas Komunikasi <i>Sales Call</i> Terhadap Tamu India.....	50
4.2.2	Efektivitas Komunikasi <i>Sales Call</i> Terhadap Tamu India Dalam Meningkatkan Hunian Kamar.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		68



 JURUSAN PARIWISATA
 POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Production Agent India Tahun 2022.....	59
Tabel 4.2 Production Agent India Tahun 2023.....	60



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Langkah Pengumpulan Data	27
Gambar 4. 1 Logo Hotel Pullman	31
Gambar 4. 2 <i>Lobby</i>	34
Gambar 4. 3 <i>Deluxe Room</i>	35
Gambar 4. 4 <i>Grand Deluxe Room</i>	35
Gambar 4. 5 <i>Premium Deluxe Room with Ocean View</i>	36
Gambar 4. 6 <i>Premium One Bedroom Suite</i>	37
Gambar 4. 7 <i>Montage All Dining Restaurant</i>	38
Gambar 4. 8 <i>L-Bar</i>	38
Gambar 4. 9 <i>IP-Bar</i>	39
Gambar 4. 10 <i>G-Bar</i>	39
Gambar 4. 11 <i>Gymnasium</i>	40
Gambar 4. 12 <i>Tjakra 7 Spa</i>	41
Gambar 4. 13 <i>Kids Club</i>	41
Gambar 4. 14 <i>Connectivity Lounge</i>	42
Gambar 4. 15 <i>Infinity Pool dan Garden Pool</i>	43
Gambar 4. 16 <i>Legian Ballroom</i>	44
Gambar 4. 17 <i>Jimbaran Meeting Room</i>	44
Gambar 4. 18 <i>Alun-Alun Pullman Bali</i>	45
Gambar 4. 19 <i>Struktur Organisasi Sales & Marketing Pullman Bali</i>	46
Gambar 4. 20 <i>Factsheet Pullman Bali</i>	53
Gambar 4. 21 <i>Grafik Tingkat Hunian Kamar India Tahun 2022</i>	57
Gambar 4. 22 <i>Grafik Tingkat Hunian Kamar India Tahun 2023</i>	58
Gambar 4. 23 <i>Instagram Pullman Bali Legian Beach</i>	61
Gambar 4. 24 <i>Facebook Pullman Bali Legian Beach</i>	62
Gambar 4. 25 <i>Website Pullman Bali Legian Beach</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	68
Lampiran 2 Hasil Wawancara	70



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah kegiatan yang memiliki berbagai tujuan seperti mencari kesenangan, mencari kepuasan, memperoleh ilmu pengetahuan, meningkatkan kesehatan, menikmati olah raga atau hiburan, menunaikan tugas, ziarah dan tujuan lainnya (Rosyid & Widiartanto, 2021). Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia khususnya di Pulau Bali.

Pulau Bali merupakan sebuah pulau yang ada di Indonesia yang sangat terkenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Keindahan dan keberagaman budaya di pulau Bali menjadi salah satu alasannya. Karena keindahannya tersebut, menarik minat para *investor* untuk membangun hotel, *restaurant*, *villa*, dan akomodasi pariwisata lainnya. Banyaknya persaingan hotel yang ada di Bali juga menjadi salah satu alasan untuk melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan kunjungan tamu untuk menginap.

Pada hotel, departemen *sales and marketing* adalah departemen yang memiliki tugas untuk menjual kamar, paket *meeting*, memberikan penjelasan mengenai fasilitas yang dimiliki hotel dan menentukan harga untuk tamu yang akan menginap. Team *sales* akan menganalisa bagaimana penjualan dalam suatu periode apakah sudah berjalan dengan maksimal atau belum.

Promosi adalah proses mengkomunikasikan berbagai informasi berguna tentang perusahaan atau produk yang ditawarkan untuk mempengaruhi pembeli potensial (Mulyana, 2019). *Sales call* merupakan salah satu sarana untuk melakukan promosi yang dilakukan dengan cara komunikasi dua arah antara *sales person* dengan *customer*. Kegiatan promosi ini lebih efektif, karena *sales person* bisa langsung menjelaskan dan memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada calon *customer* maupun *customer*. Kegiatan presentasi saat *sales call* berlangsung, tidak lagi menggunakan brosur dan sudah menerapkan *green tourism* dengan melakukan presentasi menggunakan *Ipad* seperti menampilkan fasilitas hotel seperti foto tipe kamar, foto ruangan *meeting*, *restaurant* dan *bar*, *gym*, *swimming pool*, *spa* dan fasilitas lainnya.

Saat ini wisatawan India cukup banyak mengunjungi Pulau Bali untuk berlibur, maka kesempatan ini harus digunakan sebaik mungkin dengan cara melakukan *sales call* yang menawarkan akomodasi untuk wisatawan yang berasal dari India untuk menginap di hotel Pullman untuk mendapatkan *revenue* dan menambah *occupancy*. Saat ini, negara India masuk ke dalam urutan top 5 negara yang banyak menginap pada hotel Pullman Bali, hotel Pullman juga memberikan pelayanan berupa penyajian makanan khas India yang disediakan pada *restaurant*.

Berdasarkan hasil pengamatan di tempat penelitian, karakteristik tamu India yang suka menawar harga agar mendapatkan harga terendah terkadang menjadi masalah, karena mereka menawar dengan harga yang sangat rendah namun ingin mendapat fasilitas yang lengkap menjadi alasan peneliti untuk mengetahui seberapa

efektif komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar.

Hotel Pullman Bali Legian *Beach* merupakan salah satu hotel bintang lima yang berada di kawasan Legian, Kuta yang dekat dengan salah satu pusat perbelanjaan yaitu *Beachwalk Mall*, Pantai Kuta dan Pantai Legian, hal tersebut yang menjadi salah satu keuntungan hotel ini karena letaknya yang strategis, lokasinya yang dekat dengan pantai dan jarak untuk ke bandara tidak terlalu jauh. Hal ini diharapkan bisa menjadi salah satu alasan meningkatnya kunjungan wisatawan untuk menginap pada hotel ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diuraikan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India ?
2. Bagaimana efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India.
2. Untuk mengetahui efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan uraian sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam literatur khususnya yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar, sehingga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi di penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali Legian *Beach*, serta menambah pustaka di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan sumber informasi yang berguna bagi perusahaan untuk melihat efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada Hotel Pullman Bali Legian *Beach*.

3. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat dari penulis dengan adanya penelitian ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan mengenai melihat efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar serta mengaplikasikan ilmu serta teori yang didapat selama perkuliahan.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Untuk mempermudah penulisan usulan penelitian ini, maka penulis menjabarkan kerangka penulisan yang terdiri dari 5 bab yaitu:

BAB I Pendahuluan

Bab ini adalah bab pertama yang berisi latar belakang pemilihan masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini akan membahas teori-teori yang digunakan dalam penelitian, menyebutkan penelitian-penelitian sebelumnya dan menjelaskan persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian saat ini.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas tentang waktu penelitian dan lokasi penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV Pembahasan

Bab ini membahas mengenai gambaran umum perusahaan tempat dilakukannya penelitian, dan hasil penelitian.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan tentang ringkasan hasil penelitian dan kontribusi penulis terhadap wilayah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dilihat dari pembahasan diatas mengenai efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali Legian *Beach* dapat disimpulkan menjadi dua yaitu :

1. Komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi *sales call* yang dilakukan oleh *sales person* terhadap *agent* atau tamu India langsung. Pemahaman mengenai produk hotel dan kemampuan *sales person* melakukan presentasi saat melakukan *sales call* juga berpengaruh besar untuk meyakinkan *agent* agar merekomendasikan hotel Pullman Bali kepada kliennya dan juga tamu India agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan seperti kamar hotel, *restaurant*, *meeting room*, dan fasilitas lain yang dimiliki hotel. Dengan melakukan komunikasi yang baik khususnya dengan *agent* dan tamu India langsung, tentunya memberikan dampak yang baik agar hotel Pullman Bali selalu diingat karena memberikan pelayanan dan citra yang baik.
2. Efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali sudah masuk ke tingkat efektif yaitu sebesar 75%, dimana angka tersebut sudah cukup baik berdasarkan informasi dari narasumber yaitu *Sales Executive* yang memiliki tugas *menghandle* pasar India di hotel Pullman Bali. Saat ini tamu India masuk ke dalam top 5 tamu

yang paling banyak menginap pada hotel Pullman Bali, lokasi dari hotel yang merupakan daerah yang ramai dikunjungi wisatawan menjadi salah satu alasannya karena tamu India menyukai daerah yang sedang *trending* atau sedang ramai dikunjungi. Tingkat hunian kamar khususnya pasar India dari tahun 2022 – 2023 cukup naik turun, dikarenakan pada awal tahun 2022 hotel masih tutup dan pada periode tersebut masih masa transisi dari *Covid-19* jadi kunjungan tamu masih sedikit. Namun turunnya tingkat hunian kamar tidak terlalu drastis karena dipengaruhi oleh *low season*, *high season* dan *peak season* khususnya di Bali. Strategi yang dilakukan agar bisa menaikkan tingkat hunian kamar yaitu dengan mengikuti *Accor Sales Mission* yang diadakan *Accor group* setiap satu tahun sekali khusus untuk pasar India agar hotel Pullman Bali lebih banyak dikenal oleh *agent-agent* India maupun tamu India langsung. Selain menggunakan *sales call* untuk meningkatkan hunian kamar, tim *marketing* juga turut membantu melakukan strategi promosi melalui akun media sosial hotel seperti pada *Facebook*, *Instagram*, *Website*.

5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, dikatakan bahwa efektivitas komunikasi *sales call* terhadap tamu India dalam meningkatkan hunian kamar pada hotel Pullman Bali Legian *Beach* sudah berada pada tingkat efektif dalam meningkatkan hunian kamar khususnya pasar India. Terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan yaitu :

1. *Sales person* lebih aktif lagi mencari informasi mengenai *agent* khususnya pasar India yang berada di Bali yang baru beroperasi untuk melakukan *sales*

call dan melakukan kerja sama dan juga mencari klien yang potensial untuk menginap yang tentunya akan menambah *occupancy* dan *revenue*.

2. Selain menggunakan strategi *sales call* dalam meningkatkan hunian kamar, mencari informasi mengenai *influencer* India yang bisa diajak untuk melakukan kerjasama untuk mempromosikan hotel Pullman Bali dengan cara memberikan gratis menginap yang sudah termasuk *breakfast*, *lunch* dan *dinner* yang menyajikan makanan khas India, dimana hal tersebut untuk meyakinkan bahwa hotel Pullman Bali cocok bagi tamu India yang ingin menginap dengan berbagai fasilitas yang disediakan.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma, D., Syuyaman Rukma, D. F., & Farisya, G. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar Di Favehotel Cimanuk Garut. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 68–78. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.987>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Alfani, M. H. (2018). Analisis Pengaruh Quality of Work Life (Qwl) Terhadap Kinerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pt. Bank Bri Syariah Cabang Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–13. [https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1\(1\).2039](https://doi.org/10.25299/jtb.2018.vol1(1).2039)
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Aprilukito, J., Simatupang, V., & Suparman, M. (2017). *Kegiatan Sales Call Dalam Penjualan Kamar di Grand Hotel Lembang*. 4(2), 1–17. <https://journal.poltekpar-nhi.ac.id/index.php/barista/article/view/144>
- Cahyani, N. P. E. Y., Astawa, I. K., & Triyuni, N. N. (2021). Increasing Room Occupancy and Room Revenue through Price Decision Strategy. *International Journal of Glocal Tourism*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.58982/injogt.v1i1.12>
- Florecia, O. G. B. (2013). Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (Csr) Bidang Lingkungan Hidup Pada Hotel Bintang Lima Di Kawasan Pariwisata Ubud Kabupaten Gianyar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Hidayat, R., Alam, M., Halim, A. S., & Agustian, S. (2023). Efektivitas Dan Efisiensi Pembiayaan Pendidikan Pasca Covid-19. *Cetta: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2), 228–241. <https://doi.org/10.37329/cetta.v6i2.2180>
- Husnul, K. indah. (2019). Komunikasi Verbal dan non verbal dalam diklat. *Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Diklat*, November, 19.
- Kesumawatie, M. I., Yulfajar, A., & Hamdiyah, N. (2018). Strategi Pemasaran Hotel-Budget Dalam Meningkatkan Occupancy Rate Sebagai Hotel Start-Up Di Kota Surabaya (Studi Kasus pada Hotel Oriza Surabaya). *Media Mahardhika*, 16(2), 254–263.
- Latifah, E. E., Husna, J., Informasi, L., Sekolah, S., Atas, M., & Loyola, K. (2018). *Menengah Atas Kolese Loyola Semarang Ditinjau Dari Prestasi*

Belajar.

- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Petra, U. K., Lukito, S., Goenawan, F., Monica, V., & Komunikasi, P. I. (2019). *Efektifitas Komunikasi Dalam Proses Sales Call Gunawangsa Hotel MERR Surabaya Pendahuluan.*
- Prasasti, R., Rosadi, T., Pariwisata, A., & Banjarmasin, N. (2021). Peran Dan Strategi Sales & Marketing Department Pada Kegiatan Sales Call Dalam Pemasaran Produk Di Amaris Hotel Banjar. *Jurnal Sosial Pariwisata*, 02(02), 148–162.
- Puspitasari, D., & Putra Danaya, B. (2022). Pentingnya Peranan Komunikasi Dalam Organisasi: Lisan, Non Verbal, Dan Tertulis (Literature Review Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 257–268. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.817>
- Rosyid, I., & Widiartanto, W. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Objek Wisata Grand Maerakaca Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1135–1143. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31197>
- Siahaan, M., & Brina, M. (2024). *Proactive Marketing Strategy : Exploring Marketing Strategies to Increase Occupancy through a Dynamic Sales Approach at Madani Hotel Medan Strategi Pemasaran Proaktif : Mengeksplorasi Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Occupancy melalui Pendekatan Penju.* 3(1), 89–102.
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi Tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 50(5), 27–36. <https://www.neliti.com/publications/188442/pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-tamu-hotel-studi-ten>