

**STRATEGI SALES CALL DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS TRAVEL AGENT PADA THE WESTIN
RESORT NUSA DUA BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

Ni Kadek Diati Srintiari

NIM 2115713021

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

**STRATEGI SALES CALL DALAM MEMPERTAHANKAN
LOYALITAS TRAVEL AGENT PADA THE WESTIN
RESORT NUSA DUA BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

Ni Kadek Diati Srintiari

NIM 2115713021

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJEK AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ni Kadek Diati Srintiari

NIM : 2115713021

Prodi/Jurusan : Administrasi Bisnis / Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Proyek Akhir saya dengan judul:

“Strategi Sales Call Dalam Mempertahankan Loyalitas Travel Agent Pada The Westin Resort Nusa Dua Bali”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Proyek Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Proyek Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK

Badung, 27 April 2024
Yang menyatakan,



Ni Kadek Diati Srintiari
NIM. 2115713021

Lembaran Persetujuan dan Pengesahan

STRATEGI SALES CALL DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS TRAVEL AGENT PADA THE WESTIN RESORT NUSA DUA BALI

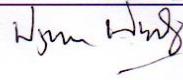


Projek Akhir ini diajukan guna memenuhisyarat untuk memperoleh Ijazah Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

NI KADEK DIATI SRINTIARI

NIM 2115713021

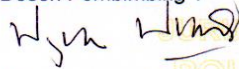
Badung...21. Agustus.....2024

Disetujui oleh,

Nama Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji I Wayan Wirga SE, MBA NIP. 196107261988111001	
Dosen Penguji 1, Ida Ayu Putri Widhaswari Ayasa, SE, MM NIP. 202111008	
Dosen Penguji 2, Ni Luh Komang Sadastriani, SE NIP.	


Pembimbing

Dosen Pembimbing 1




I Wayan Wirga, SE, MBA
NIP. 196107261988111001

Dosen Pembimbing 2



Ni Putu Rita Sirtadevi, S.Tr.Akt., M.Acc.
NIDN. 0004069501

Disahkan oleh,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,




Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D
NIP. 196409291990032003

Diketahui oleh
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,


I Made Widjantara, S.Psi., M.Si
NIP. 197902182003121002

DAFTAR ISI

Surat Pernyataan Keaslian Karya Projek Akhir	i
Lembaran Persetujuan dan Pengesahan	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Pokok Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Metode Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Strategi.....	15
B. Komunikasi.....	19
C. <i>Sales call</i>	22
D. Loyalitas Pelanggan	29
E. Travel Agent.....	33

F. Flowchart.....	38
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	40
A. Sejarah The Westin Resort Nusa Dua Bali.....	40
B. Bidang Usaha.....	44
C. Struktur Organisasi.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Kebijakan Perusahaan	74
B. Analisis dan interpretasi Data.....	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Simpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pemesanan kamar yang didapat oleh The Westin Resort Nusa Dua Bali dari travel agent berdasarkan lamanya kerja sama	4
Tabel 4. 1 Pembagian Tanggung jawab terkait market dari travel agent pada sales person The Westin Resort Nusa Dua Bali	86



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Simbol-simbol flowchart.....	39
Gambar 3. 1 Deluxe Room.....	45
Gambar 3. 2 Premium Room.....	46
Gambar 3. 3 Westin Suite	47
Gambar 3. 4 Ikan Restaurant & Bar	49
<i>Gambar 3. 5 Hamabe Restaurant</i>	<i>50</i>
Gambar 3. 6 Prego <i>Restaurant</i>	51
Gambar 3. 7 Seasonal Tastes Restaurant	51
Gambar 3. 8 <i>Lobby Bar & Lounge.....</i>	52
Gambar 3. 9 By The Water.....	52
Gambar 3. 10 Velada Restaurant.....	53
Gambar 3. 11 <i>Meeting Room</i>	54
Gambar 3. 12 Struktur Organisasi Hotel.....	57
Gambar 3. 13 Struktur Organisasi Departemen Sales and Marketing.....	66
Gambar 4. 1 Alur pelaksanaan sales call	79

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Pesanan Kamar dari *Travel agent* di The Westin Resort Nusa Dua, Bali periode 2022-2023

Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 4 Surat Kesediaan Membimbing Pembimbing 1

Lampiran 5 Proses Bimbingan Bersama Pembimbing 1

Lampiran 6 Proses Bimbingan Bersama Pembimbing 2

Lampiran 7 Surat Keterangan Penyelesaian Projek Akhir



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Projek Akhir yang berjudul “Strategi *Sales call* Dalam Mempertahankan *Loyalitas Travel Agent* Pada The Westin Resort Nusa Dua Bali.” dengan baik. Laporan projek akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan program studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari keberhasilan terhadap penyusunan Laporan Projek Akhir ini tidak akan tercapai tanpa adanya bimbingan, arahan, serta dukungan yang telah diberikan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis sampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.Si., M.eCom, selaku direktur politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi., M.Si Selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
4. Bapak I Wayan Wirga, SE., MBA selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Projek Akhir ini dengan baik.

5. Ibu Ni Putu Rita Sintadevi, S.Tr., Akt., M.Acc. selaku pembimbing II yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proyek Akhir ini dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dalam semester sebelumnya sebagai bekal dalam penyusunan Laporan Proyek Akhir.
7. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik mental maupun material.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, atas bantuan dan saran yang diberikan sehingga laporan proyek akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini. Akhir kata semoga Laporan proyek akhir yang telah penulis selesaikan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Badung, 27 April 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS Penulis
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bali merupakan pulau yang memberikan dampak besar bagi pariwisata Indonesia. Adapun daya tarik dari Pulau Bali berupa keindahan alam, budaya, kuliner, dan keramahan masyarakat. Dari tahun ketahun kedatangan turis ke Bali selalu meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2022), jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke provinsi Bali mengalami peningkatan pada tahun 2022 yaitu menjadi 2.155.747 wisatawan mancanegara yang sebelumnya berjumlah 1.069.473 pada tahun 2020 dan pada tahun 2021 bertambah sebanyak 51 wisatawan yaitu sejumlah 1.069.524 wisatawan mancanegara. Peningkatan kunjungan ini tentunya memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan perhotelan di Bali yaitu berupa peningkatan hunian kamar. Salah satu hotel di Bali Selatan yang mendapat dampak positif dari kenaikan jumlah wisatawan ini adalah The Westin Resort Nusa Dua

Bali. The Westin Resort Nusa Dua Bali merupakan perusahaan perhotelan yang berada di bawah naungan Marriott International dan berlokasi di Kawasan Nusa Dua ITDC Lot N3, Nusa Dua, Bali.

Keberlangsungan suatu hotel dipengaruhi oleh tingkat hunian kamar dan jumlah pendapatan/*revenue* yang didapatkan. Begitu pula dengan The Westin Resort Nusa Dua Bali. Dalam pengembangannya, The Westin Resort Nusa Dua Bali bekerjasama dengan pihak eksternal seperti media dan *influencer*. Namun promosi penjualan yang hanya melibatkan media dan *influencer* masih belum maksimal (Andika *et al.*, 2021). Dengan kenyataan ini hotel tetap harus mampu menarik minat tamu sebanyak-banyaknya dan mampu mempertahankan tamu yang sudah ada. Salah satu cara untuk menunjang promosi yang belum maksimal adalah dengan menjalin kerjasama dengan *travel agent*.

Travel agent adalah layanan yang bekerja sama dengan hotel sebagai media promosi dan memberikan pelayanan kepada para wisatawan untuk mempermudah memesan kamar dengan permintaan khusus apa saja (Lukmana *et al.*, 2023). *Travel agent* memiliki peranan yang penting bagi The Westin Resort Nusa Dua, Bali untuk memenuhi pemesanan kamar. Hal ini karena *travel agent* yang bekerjasama dengan The Westin resort Nusa Dua, Bali akan mengarahkan tamu yang memesan kamar hotel di *travel agent* yang bersangkutan untuk menginap di The Westin Resort Nusa

Dua Bali. Adapun jumlah pemesanan kamar yang didapat dari *travel agent* pada tahun 2022 hingga tahun 2023 berdasarkan lamanya kerja sama dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Data pemesanan kamar yang didapat oleh The Westin Resort Nusa Dua Bali dari *travel agent* berdasarkan lamanya kerja sama.

Lama Kerjasama	Tahun	
	2022	2023
<3 Tahun	61	36
3-5 Tahun	973	1.327
>5 Tahun	6.963	17.604
Total	7.997	18.967

Tabel 1.1 berisikan data jumlah jumlah pesanan kamar dari *travel agent* berdasarkan lamanya hubungan kerjasama yang terjalin. Adapun detailnya terdapat pada Lampiran 3. Peningkatan pesanan kamar yang diterima dari *travel agent* begitu pesat. Pada tahun 2022 jumlah pesanan dari *travel agent* sebanyak 7.997 kamar dan pada tahun 2023 meningkat sebanyak hampir tiga kali lipat yaitu sebanyak 19.078 kamar. Hal ini terjadi karena hubungan kerja sama yang telah lama terjalin antara hotel dengan pihak *travel agent* biasanya akan berbanding lurus dengan loyalitas dari *travel agent*. *Travel agent* yang memberikan pemesanan kamar yang banyak merupakan *travel agent* yang telah menjalin kerja sama

yang cukup lama dengan The Westin Resort Nusa Dua Bali. Sedangkan *travel agent* yang memberikan sedikit pesanan merupakan *travel agent* yang baru menjalin kerjasama dengan The Westin Resort Nusa Dua Bali.

Travel agent yang loyal terhadap The Westin Resort Nusa Dua Bali akan selalu mengarahkan semua tamu yang memesan akomodasi di *travel agent* tersebut untuk menginap di The Westin Resort Nusa Dua Bali. Salah satu cara untuk mempertahankan loyalitas adalah dengan menjalankan komunikasi yang baik dan menjaga kerjasama yang telah terjalin agar tetap erat. Menjaga komunikasi dan hubungan kerjasama dengan *travel agent* adalah suatu keharusan karena semakin sering *sales* hotel berkomunikasi dengan *travel agent* maka *brand* hotel akan semakin tertanam pada *travel agent* tersebut. Kerja sama dan komunikasi terhadap *travel agent* yang tidak dipertahankan dengan baik dapat menyebabkan menurunnya kepercayaan dari *travel agent* terhadap hotel, reputasi hotel menjadi kurang baik, kesulitan mendapat informasi pasar dari *travel agent*, serta akan menghilangkan loyalitas dari *travel agent*. Hilangnya kepercayaan dan loyalitas dari *travel agent* akan menyebabkan kerugian yang kompleks mulai dari menurunnya jumlah pesanan kamar yang menyebabkan penurunan *revenue* serta dapat mengancam keberlangsungan hotel itu sendiri. Oleh

sebab itu hotel harus mencari cara agar tidak kehilangan loyalitas dari *travel agent*.

Salah satu cara yang dilakukan oleh *sales* The Westin Resort Nusa Dua Bali untuk menjalin komunikasi dan mempertahankan kerjasama dengan *travel agent* adalah dengan melaksanakan kegiatan *sales call*. *Sales call* adalah kegiatan kunjungan terhadap hal-hal yang bersifat *profit opportunity* atau pelanggan dan bertujuan untuk mendapatkan penjualan atau meningkatkan penjualan bagi mereka yang sudah menjadi pelanggan (Limidy, 2023). Pada pelaksanaan *sales call* kegiatan komunikasi dilakukan secara langsung sehingga dapat menyampaikan pesan yang lebih kompleks atau bahkan penggunaan layanan yang sedang ditawarkan dan menjawab pertanyaan calon pelanggan saat itu juga (Puspita & Wibowo, 2023). Biasanya, kegiatan *sales call* ketika bertemu dengan klien prosesnya seperti mulai dari perkenalan nama dan agensi, melakukan proses penawaran, hingga menjelaskan keuntungan yang akan didapat. Dengan melakukan *sales call* atau kunjungan secara langsung, hubungan kerja sama antara hotel dengan dengan *travel agent* akan terjaga dengan baik.

Berdasarkan pemaparan Latar belakang di atas, penelitian *Sales call* sebagai strategi dalam mempertahankan loyalitas *travel agent* perlu dilakukan karena *sales call* merupakan promosi

komunikasi dua arah secara langsung yang dapat menjadi strategi dalam mempertahankan loyalitas *travel agent*. Dalam penelitian ini, penulis mengangkat judul “Strategi *Sales Call* Dalam Mempertahankan Loyalitas *Travel agent* di The Westin Resort Nusa Dua Bali”. Penelitian ini berfokus pada potensi kegiatan *sales call* sebagai strategi dalam mempertahankan loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas dapat diusulkan pokok masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan strategi *sales call* yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas *travel agent* di The Westin Resort Nusa Dua Bali?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. untuk mengetahui strategi *sales call* yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan pikiran terhadap ilmu pengetahuan

mengenai strategi *sales call* dalam mempertahankan loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
- 2) Menambah pengetahuan bagi penulis tentang strategi *sales call* yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

- 1) Dapat dijadikan referensi bacaan pada Politeknik Negeri Bali.
- 2) Dapat dijadikan bahan dasar penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi *sales call* yang dilakukan untuk mempertahankan loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali.

c. Bagi The Westin Resort Nusa Dua Bali

- 1) Sebagai bahan masukan dan saran untuk pengembangan strategi bagi perusahaan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

penelitian dilakukan di The Westin Resort Nusa Dua Bali yang yang beralamat di Kawasan Pariwisata Nusa Dua, BTDC Lot N-3,

Nusa Dua, Bali sebagai tempat dilaksanakannya observasi dan wawancara.

2. Objek Penelitian.

Objek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Objek dari penelitian yang dilakukan adalah loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah data kualitatif yaitu penulis menggunakan data kualitatif yang berupa informasi seperti gambaran umum perusahaan dan informasi lain yang digunakan untuk membahas rumusan masalah.

menurut Sugiyono (2016:15) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

b. Sumber Data

1) Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, Sugiyono (2018:456). Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan contohnya diperoleh dari responden melalui *interview*.

Data primer yang diperoleh oleh penulis seperti hasil wawancara dan diskusi bersama bersama Ibu Praba Dewi yaitu *sales executive* dan Ibu Henny Seliyanti selaku *Account Director of Sales* di The Westin Resort Nusa Dua Bali yang menjadi anggota *sales representative* yang menjalankan tugas *sales call*.

2) Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen, Laporan-laporan, dan buku- buku yang berhubungan dengan penelitian, Sugiyono (2018:456). Data sekunder bisa didapatkan dari catatan, buku, dan majalah berupa artikel, buku-buku sebagai teori dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah Kembali. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh penulis dari dokumen yang bersangkutan dengan

permasalahan yang ditulis peneliti seperti dokumen dari Perusahaan berupa catatan yang diperoleh pada tahun 2022-2023 repot/laporan pemasangan kamar.

c. Metode Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, Sugiyono (2018:229). Observasi adalah suatu kegiatan berupa pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang terlihat pada objek penelitian. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi yang dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan segala peristiwa yang berhubungan dengan kegiatan *sales call*.

2) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam, Sugiyono (2016:317). Wawancara dilaksanakan bersama dengan Ibu Praba Dewi sebagai narasumber yang mengisi jabatan sebagai *Sales Executive* dan ibu Henny Selviyanti yang mengisi jabatan sebagai *Account*

Director yang biasanya melaksanakan kegiatan *sales call* ke beberapa *travel agent*. Penulis juga melaksanakan kegiatan wawancara bersama narasumber yang berasal dari pihak *travel agent* yang sering dikunjungi dan tidak pernah dikunjungi oleh tim *sales* The Westin Resort Nusa Dua Bali.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang pelaksanaannya bebas artinya tidak terikat dengan rencana awal dan pertanyaan bisa berubah kapan saja atau memunculkan pertanyaan baru dengan tujuan menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan dapat memperoleh informasi secara mendalam.

3) Studi Literatur

Dari metode ini peneliti dapat membandingkan masing-masing data yang telah didapat dari hasil penelitian dengan data-data literatur yang ada yaitu jurnal ilmiah dan beberapa artikel ilmiah yang berhubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

4) Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode ini lebih mudah dibandingkan dengan metode

pengumpulan data yang lain. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen,(Hardani *et al* 2020)

Teknik dokumentasi digunakan oleh penulis untuk mengambil data yang dianggap penting. Dokumentasi yang dimaksud adalah foto-foto mengenai kegiatan wawancara dengan narasumber, dan foto-foto terkait dengan The Westin Resort Nusa Dua Bali dan kegiatan *sales call*.

5) Triangulasi

Triangulasi data adalah teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Wijaya, 2018). Triangulasi dilakukan melalui wawancara, observasi langsung dan tidak langsung, ini dimaksudkan dalam bentuk pengamatan atas beberapa kejadian yang kemudian dari hasil pengamatan tersebut dihubungkan antara keduanya.

d. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono yang dikutip dari Santina (2021:56) analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting

dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Metode analisis data yang digunakan penulis yaitu teknik deskriptif kualitatif. Deskriptif adalah penyajian data dengan menggambarkan yang diuraikan dalam bentuk kalimat. Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6).

Metode analisis yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini yaitu metode analisis deskriptif kualitatif dengan memaparkan dan menguraikan keterangan-keterangan atau data yang dikumpulkan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi *sales call* dalam mempertahankan loyalitas *travel agent* pada The Westin Resort Nusa Dua Bali dapat ditarik simpulan bahwa:

1. Strategi *sales call* yang diterapkan adalah dengan melaksanakan *sales call* minimal 2 kali dalam seminggu. *Sales call* dilaksanakan oleh masing-masing *sales person* di Departmen *Sales* The Westin Resort Nusa Dua Bali dengan pembagian tugas untuk *sales call* sesuai dengan market yang dipegang dengan tujuan dapat memfokuskan komunikasi dan hubungan yang telah terjalin dengan *travel agent*. Selain itu *sales call* juga secara rutin dilakukan ke travel agent yang berada di luar Provinsi Bali bahkan ke luar negeri. *Sales call* yang dilaksanakan

terdiri dari tiga tahap yaitu tahap persiapan, Pelaksanaan dan tindak lanjut atau *follow up*. Berdasarkan tujuan dan proses pelaksanaannya strategi *sales call* menggunakan pendekatan metode konsultatif.

2. Selama pelaksanaan *sales call* terdapat satu kendala yang harus dijadikan bahan evaluasi yaitu kegiatan persiapan berupa pelaksanaan kegiatan administrasi yang memakan waktu lumayan lama sehingga waktu yang seharusnya bisa difokuskan untuk melaksanakan *sales call* menjadi terbagi.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut.

1. Kegiatan *sales call* hendaknya tidak terlalu menitik beratkan kegiatan administrasi agar tidak menghambat pelaksanaan *sales call*. Hal-hal yang berkaitan administrasi bisa diserahkan kepada sekretaris dari *department sales* yang bertanggung jawab terhadap kegiatan administrasi pada departemen tersebut. Serta untuk mengefesienkan waktu terkait pelaksanaan *sales call*, penyusunan *sales plan* hendaknya disusun dalam rentang waktu satu bulan sehingga sisa waktu setiap minggu yang digunakan bisa digunakan untuk memaksimalkan pelaksanaan kegiatan *sales call*.

2. Departemen *sales* hendaknya tidak hanya berfokus pada travel agent yang telah menjadi *partner* kerja sama namun diharapkan untuk tetap menambah daftar kerja sama dengan terus menambah *account-account* baru agar *production* yang didapatkan bisa meningkat.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, N., dan Sapri, S. 2022. Komunikasi Antara Kognitif dan Kemampuan Berbahasa. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, Vol. 1, No. 1, 1-8.
- Andika, I. K. E. S., Armoni, N. L. E., Mudana, I. G., and Widana, I. P. K. A. 2021. "Marketing communication strategy using online platforms to build brand image at The Westin Resort Nusa Dua Bali". *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, Vol. 37, No. 1, 27-34.
- Anisah, N., Padillah, S. P., Barus, P., Sepriandito, R., Rusdi, M., Hasibuan, R. B., dan Kustiawan, W. 2022. Psikologi komunikasi. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2, No. 1, 1705-1715.
- Asmawih, N., Limidy, N. D. S., Toro, N. S., Tobaroni, N., and Maulidasari, N. D. 2023. SWOT analysis in Strategy Sales call on sales and Marketing department at the hotel all seasons Jakarta Thamrin. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, Vol.2, No.2, 188-199.
- Ataullayeva , M. 2024. Communicative Competence As A Factor Of Personal And Professional Development Of A Future Specialist. *Журнал академических исследований нового Узбекистана*, Vol. 1, No. 2, 17-22.
- Handayani, N. N. L. a. F., Utama, N. I. K., Susyarini, N. N. P. W. A., Sari, N. P. Y. W., and Sudiarta, N. I. M. 2023. The contribution of online and offline travel agent reservations to increase room occupancy at the Westin Resort Nusa Dua, Bali. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, Vol. 2, No.3, 248-263.
- Lim, J., & Park, M. J. 2021. *Management Education for the Authenticity of Salespersons on Consultative Selling Competence: The Role of Customer Orientation*. Available at SSRN 4674538
- Lukmana, D. R., Listyorini, H., Octafian, R., dan Hendrajaya, H. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra, Dan Fungsi Ota (Online Travel Agent) Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Hotel Grand Dian Brebes). *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol. 19, No. 2, 49-74.
- Paramitha, L., and Priyanto, P. 2019. Role Of Call Sales In Improving Levelsroom Days In The Saler Salak The Heritagehotel. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, Vol. 4, No. 1, 3.

- Puspita, A. D. 2023. Mengukur Aktivitas Sales Call Terhadap Penjualan Kamar Hotel (Studi Pada Atria Hotel Gading Serpong 2023). *eProceedings of Applied Science*, Vol. 10, No.6.
- Putro, G. A. A. P. 2021. Pengaruh Online Travel Agent (Ota) Traveloka Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Calista Beach Baubau. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, Vol. 1, No. 7, 1683- 1700.
- Suastini, N, M. elvin, I, P, R., Adyatma, P., Sadjuni, N, L., and Sulistyawati, N,. L. 2023. The Influence of Celebrity Endorsement Through Social Media Instagram on Purchase Intention at the Westin Resort Nusa Dua, Bali. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, Vol. 2, No. 3, 349-360.
- Tankovic, A. C., Kapeš, J., and Benazić, D. 2022. Measuring the importance of communication skills in tourism. *Ekonomski Istraživanja/Ekonomski Istraživanja*, Vol. 36, No.1, 460-479.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2022. Statistik Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Bali 2022. Denpasar: BPS Provinsi Bali.
- Achmadi, T. A., Anggoro, A. B., Irmayanti, I., Rahmatin, L. S., Anggriyani, D. 2020. Analisis 10 tingkat soft skills yang dibutuhkan mahasiswa di abad 21. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, Vol. 8, No. 2, 145-151.
- Firmansyah, R., Hunaifi, N., dan Sugiyono, S. 2019. Perancangan Sistem Informasi Literasi Berbasis Web Untuk Meningkatkan Minat Baca Siswa. *JUST IT: Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*, Vol. 10, No. 1, 52-61.

