

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi

4.1.1 Aktivitas *Sales Marketing* di Hotel Inna Grand Bali Beach

Sales marketing adalah tenaga penjualan yang berhubungan langsung dengan produk atau jasa yang dijual kepada calon konsumen. Tenaga *sales marketing* biasanya bekerja di lapangan, sehingga dapat dikatakan *sales marketing* sebagai wakil yang ditunjuk perusahaan untuk bertemu dan menjalin interaksi dengan calon konsumen. *Sales marketing* tidak hanya memiliki tugas sebagai penjual, *sales marketing* juga bertanggung jawab terhadap distribusi produk atau jasa ke konsumen. Produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan akan sampai dengan tepat jika proses *selling* atau penjualan dilakukan dengan baik, secara tidak langsung *sales marketing* juga akan menjalin hubungan dengan konsumen. Sikap atau pelayanan *sales marketing* menjadi faktor penting dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini akan menciptakan konsumen menjadi pelanggan dalam waktu lama. *Sales marketing* merupakan pelaksana dari strategi *marketing* yang telah ditentukan oleh perusahaan. Berikut ini aktivitas yang dilakukan oleh *sales marketing* di Hotel Inna Grand Bali Beach, yaitu :

1. *Site Inspection*

Inspection atau dalam bahasa Indonesia inspeksi memiliki arti yaitu suatu kegiatan melihat (tinjauan visual) sekaligus melakukan pemeriksaan terhadap suatu barang atau jasa, sedangkan *site* berarti tapak (sebidang lahan atau wilayah). Jadi, *site inspection* adalah suatu aktivitas tinjauan visual untuk mengetahui keadaan atau kualitas suatu wilayah. Dalam kaitannya dengan hotel, *site inspection* merupakan aktivitas atau kegiatan untuk melihat atau memeriksa produk atau layanan yang akan digunakan. Produk atau layanan yang dimaksud yaitu seperti ruang *meeting*, kamar, *coffee break room*, *breakfast room*, serta fasilitas pendukung lainnya yang berkaitan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pada kegiatan ini calon konsumen atau tamu datang ke hotel dan akan dilayani oleh *sales marketing* sesuai dengan perjanjian sebelumnya.

Sebelum kegiatan *site inspection* ini dilakukan, *sales marketing* akan mengadakan meeting atau pertemuan terlebih dahulu dengan *management* yaitu *marketing manager* serta *sales manager*. Pertemuan ini membahas mengenai informasi yang berkaitan dengan calon konsumen atau tamu serta menentukan strategi *marketing* yang akan dilakukan.

Pada saat kegiatan *site inspection* dilakukan, *sales marketing* akan melakukan pendekatan (*approaching*) yaitu dengan memberikan salam yang hangat serta menggunakan kalimat pembuka yang dapat membangun hubungan yang baik. Selanjutnya *sales marketing* akan mengajukan beberapa pertanyaan yang ditujukan untuk menggali informasi tambahan mengenai calon konsumen atau tamu serta kebutuhan dan keinginannya. Selain itu *sales marketing* akan menunjukkan *sales kit*. *Sales kit* adalah alat penjualan yang berupa kumpulan brosur mengenai seluruh fasilitas dan layanan yang diberikan oleh hotel. Hal ini dilakukan agar menarik perhatian dan keingintahuan calon konsumen atau tamu.

Setelah kegiatan pendekatan dilakukan, *sales marketing* akan memberikan penjelasan mengenai produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu calon konsumen juga diajak melihat langsung fasilitas dan layanan yang ada di hotel, sehingga konsumen dapat melihat serta memberikan penilaian langsung.

Apabila calon konsumen atau tamu merasa keberatan, pihak sales akan mengatasi keberatan (*handling objective*). Kebanyakan calon konsumen atau tamu menyatakan keberatan di kualitas fasilitas hotel yang sudah menurun. Pihak *sales* pun memberikan penawaran – penawaran khusus seperti dengan penurunan harga atau dengan penambahan fasilitas sebagai tindakan mengatasi keberatan (*handling objective*), sehingga penutupan penjualan (*Closing The Sale*) dapat dilakukan. Pada tanggal 15 Februari 2018 penulis melakukan *site inspection* bersama Pak Yuli (*sales manager*) dengan seorang *guide* yang berasal dari Gianyar.

Site inspection membahas mengenai rencana kegiatan calon tamu yang akan mengadakan kegiatan meditasi. *Guide* atau calon tamu tersebut menanyakan mengenai ketersediaan tempat yang akan digunakan untuk kegiatan meditasi. Hasil *site inspection*, calon tamu akan membicarakan atau

mengkonfirmasi hasil kunjungannya dengan peserta meditasi terlebih dahulu.

2. Membuat Surat Penawaran.

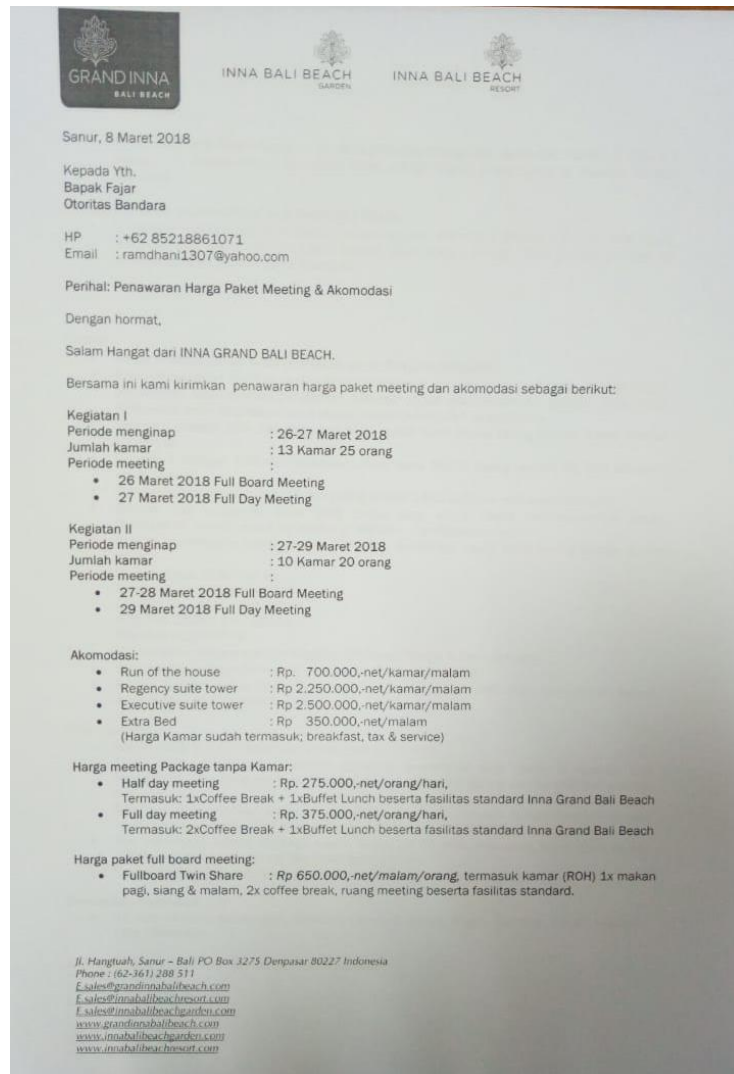
Surat penawaran adalah surat yang dibuat oleh suatu perusahaan atau instansi yang digunakan untuk menawarkan barang atau jasa yang diproduksi. Surat penawaran biasanya dibuat setelah ada permintaan terhadap penawaran barang atau jasa dari suatu perusahaan atau instansi. Selain berfungsi untuk menawarkan barang ataupun jasa, surat penawaran juga memiliki fungsi yaitu sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan barang atau jasa baru, sebagai media promosi dengan konsumen, serta sebagai usaha untuk menjalin kerja sama baik dengan konsumen ataupun instansi terkait. Jadi surat penawaran adalah surat yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menawarkan barang atau jasa yang ia miliki.

Surat penawaran Hotel Inna Grand Bali Beach tersebut berupa surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi, sehingga dengan kata lain produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ini adalah kegiatan *meeting* atau pertemuan serta akomodasi atau layanan kamar. Surat penawaran harga paket *meeting* disiapkan atau dibuat oleh tim *sales marketing*.

Pada umumnya surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi ini dibuat setelah ada permintaan dari konsumen atau calon tamu yang akan mengadakan kegiatan pertemuan atau *meeting* serta layanan kamar atau akomodasi. Permintaan tersebut ada setelah dilakukannya pertemuan atau biasa disebut dengan *site inspection*.

Isi surat penawaran harga paket *meeting* akomodasipun disesuaikan dengan kepentingan konsumen atau calon tamu. Berikut ini contoh surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi.

Gambar 4.1
Surat Penawaran Harga Paket *Meeting* dan Akomodasi



Sumber : *Marketing Departement*

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi memuat hal – hal sebagai berikut :

- Pembuka surat, pada bagian pembuka, surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi memuat logo perusahaan, tanggal pembuatan surat, penerima surat (yang meliputi nama penerima, nama instansi atau perusahaan penerima, no telepon, alamat e-mail penerima serta perihal surat).

- b. Isi surat, surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi memuat yaitu.
- 1) Identitas kegiatan atau *meeting* seperti : nama kegiatan *meeting* atau pertemuan, periode pertemuan, jumlah kamar (apabila menggunakan jasa akomodasi) serta periode menginap.
 - 2) Daftar Harga Akomodasi, akomodasi atau tipe kamar yang ditawarkan yaitu *run of the house (deluxe tower), regency suite tower, executive suite tower* serta *extra bed*.
 - 3) Daftar Harga Paket *Meeting* Tanpa Kamar, paket *meeting* tersebut meliputi *half day meeting, full day meeting, serta fullboard meeting*.
 - 4) Daftar Harga Paket *Meeting* Beserta Kamar, paket tersebut meliputi *fullboard twin share, serta single supplement*.
 - 5) Fasilitas *standard* paket *meeting*, fasilitas tersebut seperti 1 buah *screen, 1 LCD, white board + board maker, wireless mic, sound system, block note + pensil, candy, mineral water, podium, serta mini garden stadard*.
 - 6) *Additional Charge*. *Additional charge* terjadi apabila ada penambahan jumlah layanan , seperti *coffee break, buffet lunch, buffe dinner, serta penambahan fasilitas meeting seperti LCD, serta screen*.
 - 7) Kondisi. Kondisi yang dimaksud yaitu penambahan biaya apabila ada penambahan atau penambahan fasilitas diluar dari garansi yang telah disepakati, nominal deposit I yang harus dibayarkan, periode pelunasan biaya kegiatan, identitas kemana deposit dibayarkan, seta sanksi yang diterima apabila kondisi yang telah disepakati tidak dapat dipenuhi.
 - 8) Ketentuan kamar, yang memuat waktu *check-in*, kebijakan deposit, periode penyerahan *room list* serta peraturan lainnya yang berkaitan dengan perpanjangan waktu *check out (extend)*.
- c. Penutup surat, pada bagian ini memuat ucapan terima kasih dan nama terang pengirim surat.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di lampiran 22.

Surat penawaran yang memuat harga paket *meeting* dan akomodasi yang dibuat merupakan kegiatan *follow up* terhadap kegiatan penjualan yang telah dilakukan.

3. *Blocking Ruang Meeting*

Blocking ruang meeting adalah suatu kegiatan memberikan tanda jika suatu ruangan meeting atau pertemuan pada tanggal tertentu akan diadakan kegiatan pertemuan atau *meeting*. *Blocking* ruangan dilakukan di buku sakti. Buku sakti adalah buku yang memuat informasi tentang jadwal, lokasi, serta jumlah peserta *meeting*. Berikut ini adalah gambar *blocking* ruangan yang penulis lakukan.

Gambar 4.2
Blocking Ruang Meeting

FUNCTION ROOM STATUS		DAY :														DATE : 07 AUG 2018					
Room Hrs	Agung Room	Pre Function	Legong Room	Pendet Room	Joged Room	Kecak Room	Bali Hal Room	Saraswati Room	Pendawa Stage	Pendawa Beach	Baris Room	Rana Sita Room	Laksamana Room	Wibisana Room	Trijata Room	Jalayu Room	Room 11	Room 7	Rama Stage	Others	
07.00																					
08.00																					
09.00																					
10.00																					
11.00																					
12.00																					
13.00																					
14.00																					
15.00																					
16.00																					
17.00																					
18.00																					
19.00																					
20.00																					
21.00																					
22.00																					

Sumber : *Marketing Departement*

4. *Follow Up Calon Tamu*

Follow up adalah suatu kegiatan yang bersifat sebagai tindak lanjut terhadap calon konsumen atau tamu yang telah mendapatkan informasi mengenai produk atau layanan yang dijual. *Follow up* dilakukan setelah kegiatan presentasi pengenalan produk atau layanan yang dijual.

Dalam praktiknya, *follow up* dilakukan dengan menanyakan kembali kepada calon konsumen atau tamu yang berkaitan dengan presentasi atau pengenalan bisnis atau produk yang telah dilakukan sebelumnya, tujuannya adalah agar *sales* mendapatkan jawaban serta tanggapan langsung dari calon prospek atau konsumen kita dari apa yang ditawarkan kepada mereka. Dengan harapan hasil dari *follow up* dapat terjawab langsung apa yang diinginkan oleh calon konsumen atau tamu setelah presentasi, apakah jawaban mereka "Iya" atau "Tidak".

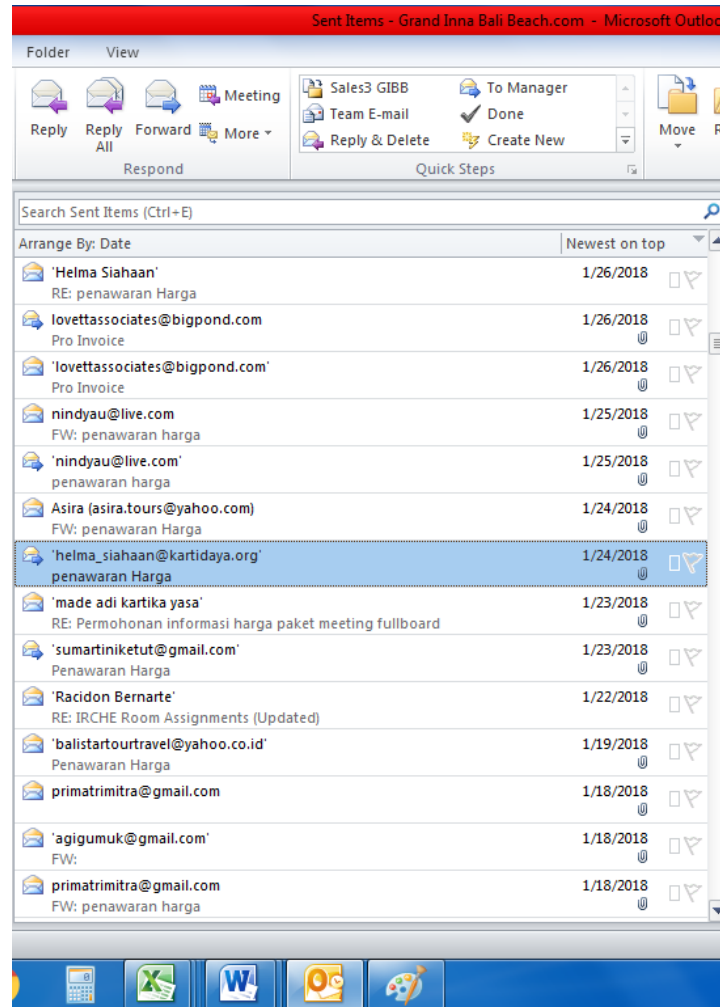
Dalam kaitannya dengan praktik di Hotel Inna Grand Bali Beach, kegiatan *follow up* dilakukan untuk mengetahui tanggapan atau respon dari calon konsumen atau tamu terhadap pengiriman surat penawaran paket *meeting* dan akomodasi yang telah ditawarkan. Kegiatan *follow up* dilakukan melalui seperti : telepon, SMS atau *e-mail*, atau dengan pertemuan langsung. Pertama *sales* akan mengirimkan surat penawaran harga paket *meeting* dan akomodasi kepada calon konsumen atau tamu melalui *e-mail*.

Selanjutnya setelah beberapa jam atau keesokan harinya, apabila belum ada tanggapan atau respon dari calon konsumen atau tamu terhadap pengiriman surat penawaran tersebut, *sales* akan melakukan *follow up* melalui telepon. Dalam praktiknya kegiatan *follow up* ini ada yang langsung mendapatkan tanggapan dari calon konsumen atau tamu dengan sekali menelepon, namun ada juga beberapa calon konsumen atau tamu yang sulit untuk dimintai tanggapan atau respon.

Sebagai contoh pada tanggal 21 Februari 2018 pukul 11.40 penulis melakukan *follow up* terhadap pengiriman surat penawaran paket *meeting* dan akomodasi ke Ibu Iin (Kominfo) melalui telepon. Dari kegiatan *follow up* penulis mendapatkan respon jika kegiatan akan dilaksanakan sesuai dengan surat penawaran.

Berbeda dengan *follow up* tanggal 20 Februari 2018 pukul 8.40 penulis kesulitan untuk menghubungi kembali Ibu Mita (WORK) sehingga penulis tidak mendapatkan respon berkaitan dengan pengiriman surat penawaran paket *meeting* dan akomodasi yang telah dikirimkan sebelumnya. Berikut ini adalah gambar daftar calon tamu yang harus *follow up*.

Gambar 4.3
Daftar *Follow Up* Calon Tamu



Sumber : *Marketing Departement*

5. Membuat Surat Invoice

Invoice adalah surat atau dokumen yang dikeluarkan oleh pihak penjual kepada pembeli yang memuat besarnya tagihan yang harus dibayar oleh pembeli sesuai dengan kesepakatan. *Invoice* juga dapat diartikan sebagai surat atau dokumen yang memuat daftar produk, jumlah serta harga yang harus dibayarkan pihak pembeli kepada pihak penjual. Isi surat *invoive*

adalah rincian secara detail mengenai sejumlah produk atau jasa yang dibeli serta harga yang telah disepakati sebelumnya.

Invoice digunakan antara lain :

- Sebagai informasi barang/jasa yang dibeli oleh pelanggan.
- Sebagai informasi nilai tagihan dan pembayaran yang harus dibayar oleh pelanggan.
- Pelanggan dapat memperbaiki barang/jasa dan/atau nilai yang dibeli jika yang tercantum tidak sesuai dengan pesanan.

Dalam kaitannya dengan hotel, di Inna Grand Bali Beach surat tagihan berupa 2 macam, yaitu *pro invoice* dan *invoice*. Surat *pro invoice* dikeluarkan oleh perusahaan sebelum kegiatan/ pertemuan dilakukan, sedangkan *invoice* dikeluarkan pada saat atau setelah suatu kegiatan atau pertemuan dilaksanakan. Berikut ini adalah contoh surat *pro invoice* yang penulis buat tanggal 15 April 2018 untuk kegiatan IVCA.

Gambar 4.4
Surat *Pro Invoice* Kegiatan IVCA

NO	QTY	NAME	PERIOD	DAYS	RATE	AMOUNT	
1	75	BUFFET DINNER	13 Apr 18	1	200.000	15.000.000	
2	90	CONDOMINIUM SEED AT BARUNA RESTAURANT	13 Apr 18	1	5.000	450.000	
3	1	RENTAL VENUE SOUND SYSTEM COFFEE BREAK 08 PAKS	13 Apr 18	1	7.500.000	7.500.000	
4	30	HALF DAY MEETING	15 Apr 18	1	150.000	4.500.000	
5	30	ACCOMMODATION LUNCH	15 Apr 18	1	133.333	4.000.000	
6	80	BUFFET DINNER BALIYAN ROOM	15 Apr 18	1	200.000	16.000.000	
7	1	RENTAL JATAYU ROOM	13-15 Apr 18	3	300.000	900.000	
						SUB TOTAL	60.850.000
						DEPOSIT	(30.000.000)
						DEPOSIT	
						BALANCE	30.850.000

Apabila terjadi kesalahan dalam penyampaian informasi tersebut diatas, akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

HOTEL ACCOUNT : THE GRAND BALI BEACH
BANK BNI CABANG KENDI
NO REKENING : 0110000197

Demikian yang dibuat kami sampaikan atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Eddy Surochtha
Account Manager

Jl. Klingsrah, Sema - Bali PO Box 3275 Denpasar 80227 Indonesia
Phone : +62-361 298 511
E-mail: info@innagrandbali.com
E-mail: innagrandbali@innagrandbali.com
E-mail: innagrandbali@innagrandbali.com
www.innagrandbali.com
www.innagrandbali.com

Sumber : *Marketing Departement*

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat jika surat *pro invoice* memuat :

- a. Nama kegiatan
- b. Tanggal kegiatan / *event*
- c. Jumlah, nama atau rincian produk atau jasa yang digunakan,
- d. Periode penggunaan produk atau jasa
- e. Biaya serta total biaya tagihan
- f. Alamat atau no rekening yang dituju untuk membayar tagihan.

6. Membuat *Contract Rate Travel Agent*


Contract rate adalah salah satu bentuk surat kerja sama. Surat kerjasama adalah surat kesepakatan antara dua buah pihak, seperti suatu perusahaan atau instansi dengan pihak lainnya. Surat kerjasama ini akan mengikat kedua belah pihak untuk menjamin adanya kepastian, atau dengan kata lain surat kerjasama ini akan mengikat diri masing – masing pihak untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu.

Surat perjanjian ada dua macam yaitu surat perjanjian lisan serta surat perjanjian tertulis. Surat kerjasama ini berfungsi untuk menciptakan ketenangan bagi kedua belah pihak yang berjanji karena di dalam surat tersebut sudah ada kepastian, mengetahui secara jelas batas hak dan kewajiban pihak yang berjanji, menghindari terjadinya perselisihan serta bahan penyelesaian perselisihan atau perkara yang mungkin timbul akibat suatu perjanjian.

Surat perjanjian di Hotel Inna Grand Bali dikenal dengan istilah *contract rate*. *Contract rate* memuat surat perjanjian antara pihak hotel dengan pihak *travel agent*. *Contract rate* ini dibuat oleh *sales travel agent* setelah adanya permintaan dari calon konsumen(*travel agent*). Permintaan tersebut ada setelah *sales* melakukan kegiatan *sales call*. *Sales call* adalah kegiatan *sales* mengunjungi calon konsumen (*travel agent*) untuk mendapatkan reservasi calon konsumen. Berikut ini contoh *contract rate* yang dibuat penulis pada tanggal 1 Maret 2018.

Gambar 4.5
Halaman Depan *Contract Rate*

Grand Inna Bali Beach
 Jl. Hangtuah, Sanur – Bali
 Po Box 3275 Denpasar 80227 Indonesia
 Phone : (62-361) 288 511
 Fax : (62-361) 287 917, sales 288459
 E-mail : sales@grandinnabalibeach.com
 Homepage : www.grandinnabalibeach.com

 OK

TL 0099

AGREEMENT

THE UNDERSIGNED REPRESENTING:
INNA GRAND BALI BEACH
 Sanur, Bali – Indonesia

HERE WITH MADE AN AGREEMENT WITH:

Company : TMS Tour & Travel
 Person in charge : Mr. Djony Wu
 Title : General Manager
 Address : Jl. Buluh Indah 99x Denpasar Bali
 Phone : 414252 Fax : 414251
 Email : gm@tmstours.net

BOTH PARTIES HAVE AGREED UPON:

- All rates quoted in **rupiah** and inclusive of 21% service charge and Tax, Non Commissionable.
- Room rate : per room per night include breakfast
- Contract rate are applicable for : FIT and GIT
- This rate applicable for : China Market

This agreement valid : from 1 April 2018 to 31 March 2019

GRAND INNA BALI BEACH (Deluxe Tower)

Room Category	Occupancy	SEASON I	SEASON II	SEASON III
Deluxe Tower	Sgl/ Dbl	Rp 660,000,-	Rp 800,000,-	Rp 860,000,-
Junior Suite Tower	Sgl/ Dbl	Rp 1,020,000,-	Rp 1,160,000,-	Rp 1,220,000,-
Regency Suite Tower	Sgl/ Dbl	Rp 1,570,000,-	Rp 1,710,000,-	Rp 1,770,000,-
Executive Suite Tower	Sgl/ Dbl	Rp 2,340,000,-	Rp 2,470,000,-	Rp 2,540,000,-
Extra bed		Rp 350,000,-	Rp 350,000,-	Rp 350,000,-

SEASON I : 1 April – 24 December 2018, 6 January – 2 February 2019
 10 February – 31 March 2019

SEASON II : 3 - 9 February 2019

SEASON III : 25 December 2018 - 05 January 2019

FOC Policy:


- Every 8 paying rooms get 1/2 room complimentary
- Every 10 paying rooms get 1 room complimentary
- Every 15 paying rooms get 1 1/2 room complimentary
- Every 20 paying rooms get 2 rooms complimentary
- Maximum 3 rooms complimentary for group over than 30 paying rooms.

Hotel with unique cordiality

Sumber : Marketing departement

Gambar 4.6
Halaman Belakang *Contract Rate*

Grand Inna Bali Beach
 Jl. Hangtuah, Sanur – Bali
 Po Box 3275 Denpasar 80227 Indonesia
 Phone : (62-361) 288 511
 Fax : (62-361) 287 917, sales 288459
 E-mail : sales@grandinnabali.com
 Homepage : www.grandinnabali.com



New Years Eve Gala Dinner on 31 Dec 2018 at IDR.350.000,-net/adult, Children under 12 years old joint New Years Eve Dinner at IDR.150.000,-net/child

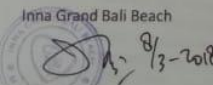
During the Chinese New Years period: 3 - 9 February 2019, Compulsory Dinner with rate IDR. 150.000 net/adult, Children Under 12 Years old IDR.100.000,-net/child

CONDITIONS & GROUP CONCESSION:

1. These above rate given for off line booking only.
2. The given allotment will be evaluated after the initial of 3 months and , will be adjusted according to percentage of materialization.
3. The hotel has the right to revoke allotment after an initial of 3 months no production.
4. Black out date or stop selling will be informed at least 30 days before cut off date.
5. Check out time is at 12.00 hrs, check in time after 12.00 hrs, late check out till 18.00 hrs 50% off above rate, over than 18.00 hrs full charge will apply.
6. **Family plan**, no charge on room only for maximum 2 children under 12 years old sharing the same room with parents using an existing bedding, breakfast to be charge at **Rp. 100.000,-** per person.
7. **Airport transfer at Rp. 350.000,-** net per car (one way transfer)
8. **Cancellation FIT** : one night charge will apply if cancelled less than 48 hours prior arrival
9. **Cancellation GIT** : one night charge will apply if cancelled less than 7 days prior arrival.
10. **No Show**, the whole seasons charge will apply.
11. **TERM OF PAYMENT** : Full Prepayment
12. If the above term of payment is neglected, a 10% interest per month will be charged from the over due accounts.
13. Those who has not credit agreement, the hotel will not accept any voucher or other travel document to guarantee payment.
14. Those who has credit agreement, original voucher or other travel document have to be handed to the reception desk on arrival at the latest, otherwise guest will be required to pay in cash.
15. Any dispute regarding the payment will authorize the hotel to suspend further services.
16. All disparities and dispute which may arise out of this agreement shall be settled amicably. The place of Jurisdiction will be in Denpasar.
17. **Benefit** : Fruit and Flower on arrival and upgrade to Deluxe Tower for honeymooner, a 25% discount for all Spa Treatments.
18. **Hotel's Account** : The Grand Bali Beach
 Bank BNI 46 Cabang Renon, Denpasar
 Foreign acct : 0055290149 Swift Code : BNINIDJARNN
 Rupiah acct : 0110099797

Kindly return the copy after you have duly sign as an agreement of this offer, otherwise this rate will not valid for **TMS Tour & Travel**
 Thank you for your excellent collaboration and I look forward to serve the best manner to all of your valued guest at Inna Grand Bali Beach.
 Sanur, 08 March 2018

Date:
Accepted by & on behalf of

Inna Grand Bali Beach

Ari Sulstfari
 Marketing Manager
 As/Da

Djony Wu
 General Manager

Hotel with unique cordiality

Sumber : *Marketing departement*

Contract rate ini bemuat hal – hal sebagai berikut :

- a. Identitas *travel agent* yang meliputi nama *company(travel agent)*, *personal in charge* (orang yang menandatangani atau bertanggung jawab terhadap *contract rate*), *title*(jabatan orang yang menandatangani atau bertanggung jawab terhadap *contract rate*), *address company(travel agent)*, nomor telepon serta alamat *company (travel agent)*.
- b. Pernyataan persetujuan mengenai beberapa hal seperti besarnya pajak serta tarif layanan (*tax and service*), status *booking* (termasuk *breakfast* atau tidak), jenis *booking* (personal atau *group check - in*), serta pasar calon konsumen atau tamu.
- c. Periode perjanjian, yaitu seberapa lama surat perjanjian tersebut berlaku.
- d. Daftar harga setiap tipe kamar di masing – masing *season*.
- e. Daftar periode *season*, *season* adalah masa atau waktu. *Season* dalam dunia pariwisata ada *low season*, *peak season*, serta *high season*.
- f. Ketentuan FOC (*Free of Charge*), yaitu kamar yang terbebas dari biaya atau mendapatkan *compliment*.
- g. *Special price* atau harga spesial yang diberikan jika ada situasi tertentu seperti harga makan malam pada saat malam tahun baru atau harga makan malam pada saat perayaan tahun baru China.
- h. Kondisi dan konsensi *group (Conditions and Group Concession)* yaitu beberapa kondisi ketentuan *group check-in* seperti harga kamar yang terdapat di *contract rate* hanya berlaku untuk *off line booking*, ketentuan *stop selling*, ketentuan waktu *check in*, *check out*, serta biaya – biaya lainnya (*airport transfer, family plan*).

7. Membuat *Sales call Report*

Sales call adalah salah satu proses yang terjadi di dalam proses penjualan di hotel. *Sales call* merupakan kunjungan *sales* kepada prospek maupun kepada pelanggan dengan tujuan untuk menghasilkan ataupun meningkatkan penjualan. *Sales call* akan dikatakan bisa sukses jika kita dapat *closing* atau customer bisa melakukan pembelian. Di hotel Inna Grand Bali Beach, *sales call* ini dilakukan oleh *sales* di bidang *travel agent* dengan mengunjungi prospek atau pelanggan(*agen travel agent*).

Sebelum kegiatan *sales call* ini dilaksanakan, *sales travel agent* terlebih dahulu menentukan target *sales call* mulai dari siapa yang akan dikunjungi, berapa jumlah *travel agent* yang akan dikunjungi serta apa tujuan dari kegiatan *sales call* tersebut. Hal tersebut dilakukan agar kegiatan *sales call* dapat dilakukan dengan lancar. Biasanya dalam sehari *sales* dapat melakukan kegiatan *sales call* dengan mengunjungi empat sampai lima *travel agent*. Setelah kegiatan *sales call* dilakukan, *sales* akan membuat *sales call report* atau laporan dari kegiatan *sales call* yang telah dilakukan. Sebelum membuat *sales call report*, *sales* terlebih dahulu membuat rangkuman kegiatan *sales call* setiap hari di *Microsoft Excel*. Berikut adalah contoh rangkuman *sales call* yang dilakukan oleh *sales travel agent* (Pak Dwi Astarjana) pada tanggal 2 Januari 2018.

Gambar 4.7
Rangkuman *Sales Call*

NO	COMPANY / ADDRESS	CONTACT PERSON	REMARKS
1	Hew Bidadari Tour Jl. Gurita I no. 20 A Sesetan Denpasar Bali T: 4723233 F: 4723232	Ketut Suarsana reservation@hewbidadari.tour.com	Courtesy Visit FUJ Group Periode Bulan January dan February periode CHY 2018
2	Ekajaya Bali Wisata Tour Jl. Selabudi 15 Kuta Bali T: 752277 F: 751007	Ketut Supita suota@ekajayabaliwisata.com	Courtesy Visit Tamn mereka masih support di bintang 3 ke bawah di daerah Kuta
3	Bali Oke Wisata (BOW) Jl. By Pass Ngurah Rai Nusadua T: 081-246712723	Toni / sunarti bowbali88@gmail.com	Courtesy visit FUJ Group Series mereka di Bulan Jan & Feb 2018
4	Excellent Holiday Jl. Mertenadi No. 368 Ruko sunset Jaya Blok A 1 Tlp: 8496224	Alita alita@exceller-holiday.com	Courtesy Visit Rencana ada Group China periode 22 - 26 Feb 2018 sebanyak 60 kamar Request paket H/D Meeting dan 2 X Dinner (BBQ dan Sea Food) Harga dan kondisi sdh kita kirim, sambil menunggu konfirmasi dr mereka
5	Bali Pesona Wisata Tour Jl. Raya Sesetan KOMPI Perlokian sesetan agur T: 254745 F: 254742	Lingga Yasa lv@balipesonawisata.com	Courtesy Visit FUJ Grp Series periode bulan Jan - Maret 2018

Sumber : Marketing departement

Pada gambar diatas dapat dilihat jika rangkuman *sales call* memuat yaitu :

- Tanggal *sales call*.
- Nama *driver* atau pengemudi yang mengantarkan kegiatan *sales call*.
- Company/ address*, yaitu nama serta alamat *travel agent* yang dikunjungi.
- Contact person*, yaitu pihak *travel agent* yang menerima kegiatan *sales call* yang dilakukan.

e. *Remarks*, yaitu pembahasan atau hasil dari kegiatan *sales call*.

Setelah merangkum kegiatan *sales call*, *sales* kemudian membuat *sales call report*. *Sales call report* ada tiga macam yaitu : *Face To Face Report*, *Telemarketing Report*, serta *Lead Bussiness*. *Sales call report* ini dibuat di *google form*. Pada tanggal 30 April sampai 11 Mei 2018 penulis diminta untuk membuat *sales call report face to face sales* Pak Dwi serta Pak Eddy. Gambar 4.8 adalah contoh *sales call report* khususnya *face to face* yang penulis buat.

Gambar 4.8
Sales Call Report Face to Face

Sales Report Grand Inna Bali Beach :
Face-to-face Activity

*Wajib
* Required

1. Sales Name *

Ari Sulistiari
 Yuliantana
 Eddy Sumertha
 Dewa Mahaputra
 Arya Leriandika

Other: _____

2. Tanggal Kegiatan *

MM DD YYYY
01 / 02 / 2018

3. Waktu *

Time
13 : 15 AM

4. Face-to-face Activity *

Sales visit / Sales Mission / Sales Blitz
 Rincian Detail

Sales Report Grand Inna Bali Beach

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSejSLjpt_SXHBMylSyrAXyRDnUCK0S0Q

5. Status Appointment *

Confirmed

Tentative

Canceled

6. Nama Account *

Excellent Holiday

7. Nama Client *

Alita

Sales Report Grand Inna Bali Beach

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSejSLjpt_SXHBMylSyrAXyRDnUCK0S0Q

Follow up surat yang sudah dikirimkan

12. Next Meeting *

MM DD YYYY

01 / 02 / 2018

13. Business Leads *

Tidak ada

Ada, Wajib isi business leads form

SUBMIT

Sales Report Grand Inna Bali Beach

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSejSLjpt_SXHBMylSyrAXyRDnUCK0S0Q

9. Agenda Pembahasan *

Rencana akan ada Group China periode 22 - 26 Feb 2018 sebanyak 60 kamar dan Request paket H/D Meeting dan 2 X Dinner (BBQ dan Sea Food)

10. Hasil Pembahasan *

Mengirimkan surat yang memuat harga dan kondisi di Hotel Inna Greand Bali Beach

11. Next Action *

Follow up surat yang sudah dikirimkan

12. Next Meeting *

MM DD YYYY

Sumber : *Marketing departement*

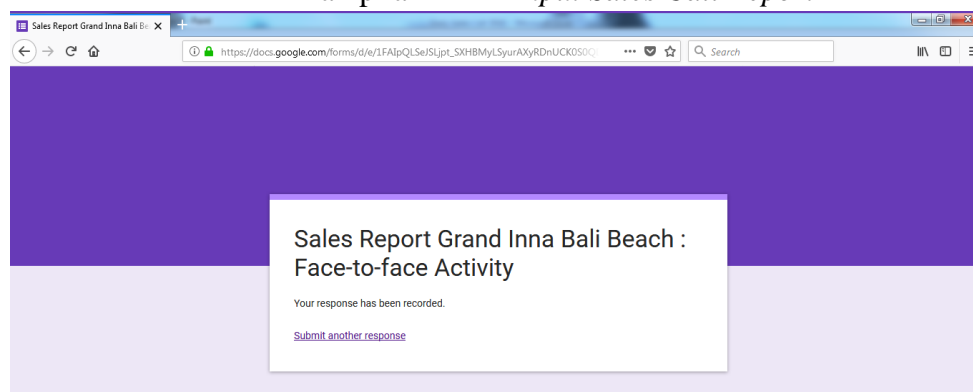
Berdasarkan gambar – gambar diatas, *sales call report* memuat hal – hal sebagai berikut:

- a. *Sales name*, yaitu nama *sales* yang mengadakan kegiatan *sales call*.
- b. Tanggal kegiatan *sales call* dilakukan.
- c. Waktu yaitu jam kegiatan *sales call* dilakukan.
- d. Jenis *face to face activity*, apakah *sales visit*, *business rievew*, atau *site inspection*.

- e. Status *appointment*, apakah *confirm*, *tentative*, atau *canceled*.
- f. *Nama account*, yaitu nama *travel agent* yang menjadi objek *sales call*.
- g. Nama client, yaitu nama pihak yang menerima kegiatan *sales call*.
- h. Jabatan, yaitu nama jabatan pihak yang menerima kegiatan *sales call*.
- i. Agenda pembahasan kegiatan *sales call*.
- j. Hasil pembahasan kegiatan *sales call*.
- k. *Next action*, yaitu tindakan selanjutnya berdasarkan hasil pembahasan *sales call*.
- l. *Next meeting*, yaitu waktu pertemuan selanjutnya.
- m. *Business leads*, catatan historikal kegiatan *sales call*.

Setelah *sales call report* selesai diinput, maka akan keluar tampilan berikut yang menandakan *sales call report* telah tersimpan.

Gambar 4.9
Tampilan Akhir *Input Sales Call Report*



Sumber : *Marketing departement*

4.1.2 Kinerja *Sales Marketing* dalam Mempertahankan Peringkat Bintang Lima Hotel Inna Grand Bali Beach

Pemberian peringkat terhadap hotel menggambarkan kualitas sebuah hotel, mulai dari pelayanan, makanan, kebersihan, kelengkapan fasilitas serta kemudahan akses atau lokasi dengan tujuan wisata. Semakin lengkap atau banyak kualitas yang dimiliki semakin banyak bintangnya. Hotel Inna Grand Bali Beach adalah salah satu hotel dengan peringkat bintang lima di Bali. Semua elemen memiliki peranan untuk dapat mempertahankan peringkat bintang lima yang telah dimiliki hotel Inna Grand Bali Beach, salah satunya *sales marketing*.

Berikut ini peranan *sales marketing* dalam mempertahankan peringkat bintang lima Hotel Inna Grand Bali Beach yaitu :

a. *Service*

Service atau layanan merupakan kunci utama bagi penyedia jasa perhotelan. Pelayanan yang di berikan oleh Hotel Inna Grand Bali Beach yaitu melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat, menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, serta menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha. Selain itu setiap minimal dua minggu sekali pihak *management* melakukan kontrol untuk menjaga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan atau tamu, serta memastikan bahwa keluhan atau *feedback* dari pelanggan dapat ditangani dengan baik. Pelayanan tersebut tentunya bertujuan agar tercipta kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan, mempertahankan pelanggan, serta menjaga *image* atau citra hotel sebagai peringkat bintang lima. Pelayanan memiliki fungsi yang cukup penting baik untuk pelanggan maupun perusahaan sendiri. Tak hanya pelanggan yang merasa puas tetapi perusahaan juga punya peluang besar untuk memenangkan pasar jika mampu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan atau tamu.

Selain memberikan pelayanan kamar, hotel Inna Grand Bali Beach juga memberikan layanan pertemuan atau *meeting*. Jumlah ruangan *meeting* yang ada di Hotel Inna Grand Bali Beach 12 buah. Kapasitas *meeting room* yang disediakan pun beragam, mulai dari ukuran terkecil yaitu dengan kapasitas 20 orang sampai dengan 1.000 orang.

Hotel Inna Grand Bali Beach adalah hotel satu – satunya yang memiliki kapasitas ruangan *meeting* terbesar yang ada di Bali. Nama ruangan *meeting* dengan kapasitas jumlah peserta *meeting* terbanyak adalah Agung *room*. Agung *room* sering digunakan oleh perusahaan atau institusi yang akan mengadakan pertemuan dengan jumlah peserta hingga 1.000 orang. Adapun beberapa instansi yang pernah mengadakan pertemuan di agung *room* yaitu PDIP pada tanggal 22 – 25 Februari 2018, Baznas pada tanggal 21 – 22 maret 2018, serta Varash *Meeting* pada tanggal 2 – 5 Maret 2018. Berikut gambar agung *room* pada saat kegiatan Rakernas III PDIP.

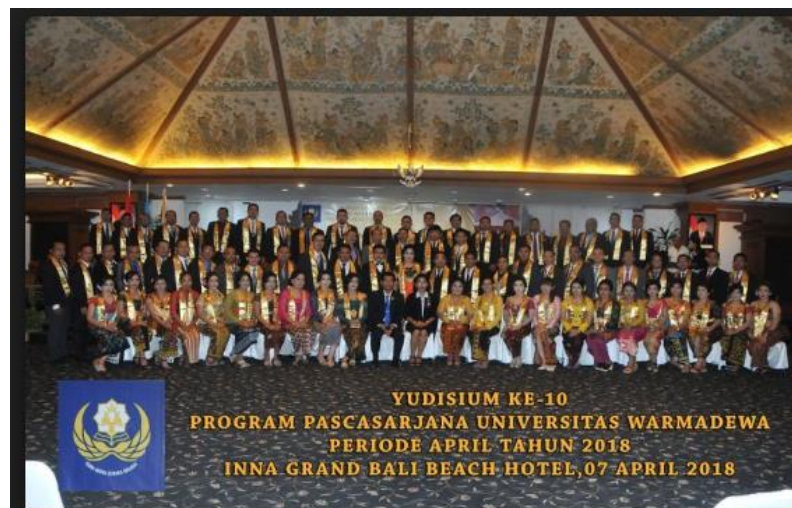
Gambar 4.10
Rakernas III PDIP



Sumber : www.google.com

Selain itu, agung *room* juga biasanya digunakan untuk kegiatan pelepasan wisudawan dan wisudawati atau kegiatan yudisium oleh beberapa perguruan tinggi negeri atau swasta yang ada di bali. Diantaranya yaitu yudisium Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa pada tanggal 7 April 2018 dengan jumlah peserta wisuda 900 orang serta wisuda Universitas Hindu Indonesia pada tanggal 24 Mei 2018 dengan jumlah peserta 1.200 peserta. Berikut adalah gambar Yudisium Universitas Warmadewa tanggal 7 April 2018.

Gambar 4.11
Yudisium Universitas Warmadewa



Sumber: www.google.com

b. Kamar atau properti

Sejak mulai beroperasi pada tahun 1966 Hotel Inna Grand Bali Beach telah menetapkan beberapa standar operasional pelayanan yang dapat menjamin kenyamanan pelanggan yang menginap. Standar operasional tersebut meliputi kamar yang bersih, televisi, ketersediaan air minum, serta jaringan *wiffi*. Standar operasional tersebut diterapkan di semua kamar yang disediakan. *Sales* harus menjual semua kamar atau properti yang dimiliki oleh Hotel Inna Grand Bali Beach. Aktivitas menjual menjelaskan mengenai beberapa hal, seperti :

1. Harga kamar, harga kamar adalah salah satu faktor penting dalam menentukan keputusan untuk menginap di suatu hotel. Di Hotel Inna Grand Bali Beach, harga dasar atau *average room rate* kamar sudah ditentukan oleh kantor pusat (PT HIN). Harga tersebut kemudian diolah dengan menambahkan besarnya pajak layanan serta layanan sarapan (jika menggunakan). Pihak *sales marketing* tentunya tidak dapat memberikan harga dibawah dari ketentuan ARR yang diberikan oleh kantor pusat.

2. Promo

Promo atau promosi adalah salah satu strategi yang Hotel Inna Grand Bali Beach lakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk kita. Promosi penting untuk dilakukan agar calon konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk barang atau jasa yang ditawarkan, untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar tidak beralih ke pesaing, serta untuk meningkatkan laba perusahaan yang ditunjukkan dengan tingginya tingkat hunian hotel atau *occupancy*. Promosi Hotel Inna Grand Bali Beach dilakukan melalui media *offline* maupun *online*. Promosi *offline* seperti menyebarkan paket – paket liburan pada saat Libur Lebaran, Natal, atau Tahun Baru Imlek. Promosi *online* dilakukan melalui *online travel agent* yang diajak bekerja sama, seperti melalui agoda, tikek.com, booking.com, serta traveloka. Berikut ini contoh promosi Hotel Inna Grand Bali Beach.

Gambar 4.12
Promo Hotel Inna Grand Bali Beach

The screenshot shows the Agoda search results for Inna Grand Bali Beach Hotel. The search criteria are: Bali, 24 Jul 2018 to 25 Jul 2018, 2 Dewasa, 0 Anak, 1 Kamar. The search results show 4,857 properties available. The selected property, Inna Grand Bali Beach Hotel, has a 5-star rating and a price of Rp 546,000. A 54% discount is highlighted. The page also shows a map of the property location and a list of filters.

Sumber www.agoda.com

c. Value of money

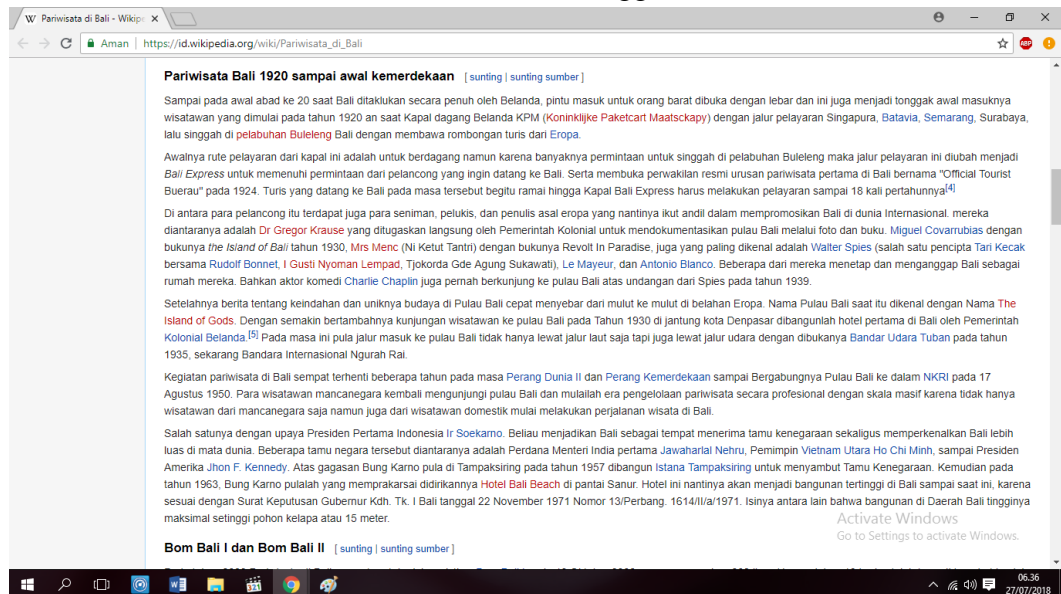
Value of money merupakan nilai yang didapatkan oleh pelanggan dari uang atau usaha yang dikeluarkan. *Value of money* menjelaskan apakah biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan sesuai dengan apa yang didapatkan. *Value of money* akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Semakin besar *value of money* yang pelanggan dapatkan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Jika dilihat dari perspektif perusahaan, *value of money* berfungsi sebagai daya tarik calon konsumen, hal ini tentunya dapat dijadikan sebagai suatu strategi untuk bersaing dengan para kompetitor.

Hotel Inna Grand Bali Beach dibangun pada tahun 1963 dan diresmikan pada tahun 1966. Pembangunan hotel Inna Grand Bali Beach ini merupakan simbol kebangkitan kembali pariwisata Bali setelah terjadinya perang dunia dan revolusi kemerdekaan Republik Indonesia pada tahun 1939 – 1945, sehingga hotel Inna Grand Bali Beach merupakan hotel pertama yang dibangun oleh pemerintahan setelah adanya perang dunia dan revolusi kemerdekaan Republik Indonesia di Bali. Selain itu, hotel Inna Grand Bali Beach juga menjadi bangunan tertinggi yang ada di Bali hingga saat ini karena

sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Kdh.Tk I Bali tanggal 22 November 1971 Nomor 13/Perbang.1614/II/a/1971 yang mengatur mengenai tinggi bangunan yang ada di Bali maksimal setinggi pohon kelapa atau 15 meter (4 – 5 lantai) sedangkan hotel Inna Grand Bali Beach memiliki jumlah lantai yaitu sembilan buah.

Gambar 4.13

Hotel Pertama dan Tertinggi di Bali



Sumber : www.id.wikipedia.org

4.2 Rekap Hasil Observasi 4 Bulan Pada Hotel Grand Inna Bali Beach

Tabel 4.1

Hasil Observasi 4 Bulan Pada Hotel Grand Inna Bali Beach

No	Deskripsi	Identifikasi
1	Ketidaksesuaian harapan tamu	Keluhan kualitas fasilitas
2	Ketidakhahaman menggunakan aplikasi OTA(Online Travel Agent)	Kesalahan memilih <i>room plan</i>
3	Ketidaksesuaian <i>length of stay</i>	Perubahan periode menginap secara mendadak
4	Kesulitan dalam <i>follow up</i>	Tidak ada kewenangan dalam memberikan keputusan

4.3 Pembahasan

4.3.1 Identifikasi

1. Keluhan kualitas fasilitas
2. Kesalahan memilih *room plan*
3. Perubahan periode menginap secara mendadak.
4. Tidak ada kewenangan dalam memberikan keputusan

4.3.2 Solusi

1. Keluhan kualitas fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memperlancar dan mempermudah proses kerja untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kaitannya dengan penyedia jasa seperti hotel, fasilitas merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. *Hal ini disebabkan karena fasilitas yang ada di hotel merupakan salah satu alat yang yang dapat menarik perhatian calon konsumen untuk menginap. Fasilitas tersebut seperti ac, tv, kulkas, kolam renang, spa, restaurant, dan lain sebagainya. Semakin lengkap fasilitas yang dapat diberikan oleh pihak hotel maka konsumen akan merasa puas. Selain itu, kualitas fasilitas juga harus diperhatikan, semakin baik kualitas fasilitas yang dimiliki, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.*

Hotel Inna Grand Bali Beach sampai dengan tahun 2018 telah berumur 55 tahun, sehingga kualitas fasilitas yang dimiliki sudah tidak semaksimal pada saat awal beroperasi. Hal inilah yang menimbulkan banyaknya keluhan dari tamu mengenai kualitas fasilitas yang tidak maksimal. Keluhan tersebut seperti adanya kerusakan pada rak tv, shower yang tidak berfungsi, air panas yang tidak menyala dan lain sebagainya. Keluhan tersebut disampaikan review website media reservasi tamu dengan memberikan skor atau nilai rendah terhadap fasilitas hotel. Berikut ini adalah contoh keluhan yang dilakukan oleh tamu.

*Gambar 4.14
Keluhan Fasilitas*



Sumber : *Marketing departement*




Hal ini tentunya mengakibatkan ketidakpuasan atau kekecewaan tamu. Oleh karena tersebut pihak hotel seharusnya lebih memperhatikan kualitas fasilitas tamu dengan cara melakukan pemeriksaan secara rutin terhadap kualitas fasilitas, mengganti fasilitas yang sudah diberfungsi. Selain itu, pihak hotel juga dapat menggunakan social media yang dimiliki hotel sebagai media untuk memberikan informasi detail mengenai keadaan hotel beserta fasilitas yang sesungguhnya, sehingga ketidakpuasan tamu akan kualitas fasilitas dapat diminimalisir.


2. Ketidakhahaman menggunakan aplikasi OTA

Hotel Inna Grand Bali Beach memiliki dua jenis *room plan*. *Room plan* tersebut adalah *room only* dan *room breakfast*. *Room only* adalah *room plan*, atau rencana konsumen atau tamu yang hanya menggunakan jasa kamar, sedangkan *room breakfast* adalah pemberian layanan kamar beserta makan pagi atau *breakfast* kepada tamu. Berikut adalah gambar *room plan* hotel Inna Grand Bali Beach.


Gambar 4.15
Room Plan Room Only


← **Inna Grand Bali Beach** ⋮
 Sanur, Bali


 Check-in 27 Aug 2018	 Duration 4 night(s)	 Room 1 room(s)
---	--	---




Deluxe Tower Building - Room Only
2 guest(s)/room

 Breakfast not included Rp-1.248.595/room/night

 Non-refundable **Rp 936.446**

 Free WiFi Earn 561 Points




[See Details](#) Select


 Login Deal

Sumber : Aplikasi Traveloka


Gambar 4.16
Room Plan Room Breakfast


← **Inna Grand Bali Beach** ⋮
 Sanur, Bali


 Check-in 27 Aug 2018	 Duration 4 night(s)	 Room 1 room(s)
---	--	---



Regency Suite
2 guest(s)/room

 Free Breakfast Rp-2.473.845/room/night

 Free Cancellation **Rp 1.484.307**

 Free WiFi Earn 890 Points

[See Details](#) Select

Sumber : Aplikasi Traveloka

Namun dalam praktiknya sering terjadi kesalahpahaman dalam menentukan jenis *room plan* yang akan digunakan oleh tamu. Tamu baik tamu domestik maupun mancanegara beranggapan jika semua *room plan* yang ada di properti sudah termasuk layanan *breakfast* (sarapan) padahal ada beberapa hotel atau properti yang menerapkan *room only* di dalam *booking* atau reservasi. Namun kesalahan seperti ini didominasi dilakukan oleh tamu domestik. Mereka terlalu terburu – buru melakukan *booking* sehingga tidak mencermati jika ada beberapa hotel yang memiliki *room plan room only*. Akibatnya pada saat *check in* di *receptionist* akan ada perbedaan *room plan* antara tamu dengan dokumen reservasi yang dimiliki oleh pihak hotel. Pihak *receptionist* akan melakukan pemeriksaan dengan pihak reservasi hotel. Setelah itu pihak reservasi hotel akan memeriksa dokumen asli reservasi tamu yang didapatkan pihak hotel dari media yang tamu gunakan sebagai reservasi (traveloka, booking.com, agoda, mataupun melalui travel agent). Apabila dokumen reservasi tersebut ditemukan perbedaan juga, maka pihak hotel akan mengklarifikasi perbedaan tersebut kepada tamu. Tamu yang menginap di hotel Inna Grand Bali Beach ada yang melakukan reservasi secara personal (Free Independent Traveler) maupun secara berkelompok (Group Inclusive Tours). Maka pihak hotel seharusnya melakukan :

- a. Tamu personal (FIT) : tamu diberi penawaran berupa biaya tambahan untuk breakfast jika menginginkan *room plan room breakfast*.
 - b. Tamu berkelompok (GIT) : mengarahkan agar menghubungi pihak *travel agent* yang digunakan untuk reservasi untuk memastikan jenis bookingan apakah termasuk *room breakfast* atau *room only*.
3. Ketidaksesuaian *length of stay*.
Ketidaksesuaian *length of stay* ialah adanya ketidakcocokan antara jumlah periode menginap tamu di dokumen reservasi dengan kenyataannya. Contohnya tamu melakukan reservasi atau *booking* tanggal 2 Agustus sampai dengan 4 Agustus 2018, namun dalam praktiknya tamu melakukan *check in* di tanggal 1 Agustus. Hal seperti ini dikenal dengan istilah *early check in*. Solusinya yaitu pihak hotel seharusnya memberikan biaya tambahan sebagai akibat dari *early check in* yang dilakukan oleh tamu.
 4. Kesulitan dalam *follow up* surat penawaran.
Surat penawaran yang berupa surat penawaran paket *meeting* dan akomodasi dikirim ke calon tamu melalui *email*. Setelah proses pengiriman dilakukan, *sales*

akan melakukan *follow up* terhadap surat penawaran tersebut. Tujuan dari kegiatan *follow up* tersebut adalah untuk memastikan bahwa surat penawaran sudah diterima dengan baik. Selain itu, pihak sales juga akan menanyakan persetujuan terhadap isi dari surat penawaran yang dikirimkan. Apabila calon konsumen tidak setuju dengan beberapa isi surat penawaran, pihak *sales* akan melakukan diskusi atau negosiasi dengan pihak calon tamu agar hal – hal yang kurang disetujui dapat menemukan kesepakatan. Namun dalam kegiatan *follow up* ini sering menimbulkan kendala, seperti sulitnya menghubungi calon konsumen. *Contact person* yang diberikan konsumen terkadang berbeda atau tidak aktif, atau *contact person* aktif namun telepon dari hotel tidak dijawab, atau bahkan calon konsumen berhasil dihubungi namun ia hanya bertindak sebagai *staff* bukan pemegang keputusan, jadi harus menunggu atasannya untuk memberikan jawaban kepada pihak hotel. Hal – hal seperti inila yang membuat *sales marketing* mengalami kendala dalam mempersiapkan *event* atau pertemuan yang akan diadakan terlebih lagi waktu pelaksanaan kegiatan sangat singkat. Seharusnya pihak hotel memastikan bahwa *contact person* yang tercantum di dalam surat penawaran adalah orang yang berwenang atau memiliki wewenang untuk memberikan keputusan yang berkaitan dengan rencana kegiatan yang akan dilakukan, sehingga periode *follow up* lebih efisien.