

TELEMARKETING PADA HOTEL CIPUTRA WORLD SURABAYA

Anthony Chandra Wijaya

Manajemen

Dudi Anandya

Indarini

ABSTRAK

Hotel Ciputra World merupakan hotel bintang lima yang berada di Surabaya. Kegiatan laporan kerja lapangan ini dilakukan untuk mengetahui peran *telemarketing* hotel Ciputra World, sehingga mampu menganalisis konsep *telemarketing* yang diterapkan oleh hotel Ciputra World. Kegiatan laporan kerja lapangan dilakukan selama 6 bulan dan peserta melakukan serangkaian tugas sebagai *sales & marketing trainee*, seperti melakukan *competitor set* dengan hotel kompetitor, membuat *quotation*, *confirmation letter*, *contract rate promo*, *banquet event order*, *group order*, *weekly report*, dan *meal reimbursement*, menerima reservasi, menunjukkan semua tipe kamar dan ruang *meeting* kepada calon pelanggan yang berkunjung langsung ke hotel serta melakukan *telemarketing*. Hasil yang didapatkan dari laporan kerja lapangan menyatakan bahwa aktivitas magang berjalan dengan baik dan peserta memahami konsep *telemarketing* yang belum dilaksanakan dengan baik. Dengan enam konsep *telemarketing*, maka peserta dapat merumuskan permasalahan yang terjadi pada konsep *telemarketing* di hotel Ciputra Surabaya. Rekomendasi yang dapat digunakan untuk menangani konsep *telemarketing* adalah menambahkan masyarakat umum sebagai target pelanggan, rutin melakukan *update* database agar data pelanggan dapat tersimpan dengan baik dan membuat naskah *telemarketing* untuk menjaga arah pembicaraan agar tetap fokus kepada tujuan awal.

Kata Kunci: Perhotelan, *Sales & Marketing*, *Telemarketing*

TELEMARKETING PADA HOTEL CIPUTRA WORLD SURABAYA

Anthony Chandra Wijaya

Manajemen

Dudi Anandya

Indarini

ABSTRACT

***Abstract** - Hotel Ciputra World is a five-star hotel located in Surabaya. This field work report activity was carried out to find out the role of telemarketing at the Ciputra World hotel, so as to be able to analyze the telemarketing concept applied by the Ciputra World hotel. Field work report activities are carried out for 6 months and participants carry out a series of tasks as sales & marketing trainees, such as conducting competitor sets with competitor hotels, making quotations, confirmation letters, contract rate promos, banquet event orders, group orders, weekly reports, and meal reimbursement, receiving reservations, show all types of rooms and meeting rooms to potential customers who visit the hotel directly and doing telemarketing. The results obtained from the field work report stated that the internship activities went well and the participants understood the concept of telemarketing which had not been implemented properly. With six telemarketing concepts, participants can formulate problems that occur in the telemarketing concept at the Ciputra Surabaya hotel. Recommendations that can be used to deal with the concept of telemarketing are adding the general public as target customers, regularly updating databases so that customer data can be stored properly and creating telemarketing scripts to keep the conversation focused on the original goal.*

***Keywords:** Hospitality Company, Sales and Marketing, Telemarketing*