

ANALISIS PERAN *SALES EXECUTIVE* DAN *SALES RESERVATION ADMIN* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN KEPUASAN TAMU DI HOTEL IBIS SURABAYA CITY CENTER

Angelia Agustina Sianturi
Administrasi Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur
22042010144@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin* dalam meningkatkan pendapatan dan pengalaman tamu di Hotel Ibis Surabaya City Center. Ibis Surabaya City Center merupakan hotel yang termasuk dalam jaringan internasional Accor Hotels yang berfokus pada pelayanan yang berkualitas serta memaksimalkan pendapatan melalui penjualan kamar dan layanan lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang melibatkan wawancara dengan pihak manajemen hotel, yaitu *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua posisi ini memiliki peran strategis dalam mengoptimalkan pendapatan hotel dan menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan. *Sales Executive* berfokus pada promosi dan pemasaran untuk meningkatkan jumlah tamu yang menginap, sementara *Sales Reservation Admin* berperan dalam mengelola reservasi secara efisien untuk memastikan kepuasan tamu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kolaborasi antara kedua posisi ini sangat penting untuk kesuksesan operasional hotel.

Kata kunci: *sales executive*, *sales reservation admin*, pendapatan, pengalaman tamu, hotel ibis surabaya city center.

ABSTRAK

This research aims to analyze the role of the Sales Executive and Sales Reservation Admin in increasing income and guest experience at the Ibis Surabaya City Center Hotel. Ibis Surabaya City Center is a hotel that is part of the Accor Hotels international network which focuses on quality service and maximizing revenue through room sales and other services. This research uses a qualitative approach with a case study method involving interviews with hotel management, namely Sales Executives and Sales Reservation Admins. The research results show that these two positions have a strategic role in optimizing hotel revenue and creating a satisfying guest experience. Sales Executive focuses on promotions and marketing to increase the number of guests staying, while Sales Reservation Admin plays a role in managing reservations efficiently to ensure guest satisfaction. This research concludes that collaboration between these two positions is very important for the success of hotel operations.

Article History

Received: Januari 2025
Reviewed: Januari 2025
Published: Januari 2025

Plagiarism Checker No 223
DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

<p>Keywords: <i>sales executive, sales reservation admin, income, guest experience, hotel ibis surabaya city center.</i></p>	
---	--

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor yang sangat kompetitif, di mana peningkatan pendapatan dan kepuasan tamu menjadi prioritas utama bagi manajemen hotel. Sebagai tempat penginapan, hotel diharapkan mampu menyediakan berbagai layanan yang memenuhi kebutuhan tamu, mulai dari fasilitas dasar seperti kebersihan dan kenyamanan kamar, hingga layanan tambahan lainnya. Tamu adalah konsumen yang datang dengan harapan tinggi untuk menerima pelayanan terbaik yang disediakan oleh hotel. Mereka menginginkan kenyamanan, kecepatan, serta kualitas layanan yang memadai. Oleh karena itu, tingkat kepuasan tamu sangat bergantung pada bagaimana hotel mampu memenuhi harapan mereka. Jika pelayanan yang diberikan memuaskan, maka tamu cenderung akan merasa nyaman, yang berujung pada kemungkinan mereka menginap lebih lama atau bahkan merencanakan kunjungan kembali di masa mendatang. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan buruk, tamu tidak hanya akan merasa kecewa tetapi juga mungkin memberikan ulasan negatif yang dapat merugikan reputasi hotel.

Hotel Ibis Surabaya City Center sebagai bagian dari jaringan global Accor, berusaha mengoptimalkan aspek pendapatan dan kepuasan tersebut dengan melibatkan peran strategis *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin*. Ibis Surabaya City Center merupakan hotel bintang empat yang terletak di pusat kota Surabaya, Indonesia. Memiliki konsep akomodasi yang nyaman dan terjangkau, Ibis Surabaya City Center menawarkan berbagai fasilitas yang cocok untuk para wisatawan, seperti kamar yang modern, restoran, *meeting room*, dan akses mudah ke berbagai tempat wisata serta pusat perbelanjaan di Surabaya.

Dengan lokasi strategis di pusat kota, hotel ini sering menjadi pilihan bagi tamu yang mencari kenyamanan dan kemudahan akses ke berbagai titik penting di Surabaya, seperti kawasan perbelanjaan, tempat makan, dan fasilitas bisnis. Ibis Surabaya City Center juga dikenal dengan pelayanan ramah dan fasilitas yang memenuhi kebutuhan tamu yang menginap untuk tujuan bisnis maupun berwisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Hotel

Kata "HOTEL" berasal dari kata *hospitium* dalam bahasa Latin yang berarti tempat penerimaan tamu. Seiring berjalannya waktu, makna kata ini pun berkembang. Pada masa lalu, untuk membedakan antara Guest House (rumah penginapan) dan Mansion House (rumah besar), istilah "hostel" digunakan untuk merujuk pada rumah besar yang disewakan kepada masyarakat umum sebagai tempat untuk menginap sementara. Pada umumnya Hostel dikelola oleh seorang tuan rumah yang bertanggung jawab atas pengaturan kebutuhan tamu yang menginap.

Selama menginap di hostel, para tamu atau penginap diharapkan untuk mengikuti aturan dan peraturan yang ditetapkan oleh tuan rumah atau pengelola tempat tersebut. Sistem pengelolaan yang mengutamakan koordinasi antara host dan penginap ini merupakan cikal bakal konsep penginapan yang lebih modern. Dalam konteks hotel saat ini, konsep tersebut berkembang menjadi bentuk usaha perhotelan yang lebih terstruktur, di mana hotel dikelola secara profesional untuk memberikan kenyamanan dan pelayanan terbaik bagi tamu yang menginap. Seiring dengan perubahan zaman dan meningkatnya permintaan tamu yang mengutamakan kepuasan, mereka cenderung tidak menyukai aturan atau peraturan yang

terlalu ketat seperti yang ada pada hostel. Oleh karena itu, kata "hostel" pun mengalami perubahan. Huruf "s" pada kata tersebut dihilangkan, sehingga kata hostel bertransformasi menjadi "hotel" seperti yang kita kenal saat ini (Toha & Miyanto, 2015).

2.2 Pengertian *Sales Reservation Admin*

Menurut Bagyono (2006), istilah reservasi berasal dari kata *to reserve* yang berarti memesan. Dalam konteks perhotelan, hal ini merujuk pada aktivitas pemesanan kamar. Sedangkan *Sales Reservation Admin* merupakan posisi dalam departemen perhotelan yang bertanggung jawab untuk mengelola pemesanan kamar dan berbagai fasilitas lainnya di hotel. Tugas utama dari *Sales Reservation Admin* adalah untuk memastikan proses reservasi berjalan lancar, mulai dari menerima pemesanan kamar, memverifikasi informasi, hingga memastikan bahwa semua kebutuhan tamu terpenuhi dengan baik sesuai dengan permintaan mereka.

2.3 Pengertian *Sales Executive*

Sales Executive dalam sebuah hotel adalah posisi dalam departemen *sales* dan marketing perhotelan yang bertugas untuk menawarkan dan memasarkan hotel kepada public serta bertanggung jawab untuk mengelola dan meningkatkan penjualan kamar dan layanan di hotel. *Sales Executive* bekerja untuk mempromosikan hotel kepada calon tamu atau pelanggan potensial, seperti perusahaan, *travel agent*, dan individu dengan tujuan utama untuk meningkatkan pendapatan dan tingkat hunian hotel.

Sales Executive memiliki fokus kerja dalam membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan, baik itu tamu reguler, perusahaan, atau *travel agent*. *Sales Executive* berusaha agar pelanggan tetap loyal dan memilih hotel tersebut untuk kunjungan mendatang.

2.4 Pengertian Pendapatan

Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa pendapatan merupakan jumlah uang yang diperoleh oleh perusahaan dari hasil penjualan produk atau layanan kepada pelanggan. Pendapatan merupakan salah satu indikator kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan finansial, karena pendapatan yang tinggi dapat mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menjual barang atau jasa yang bernilai bagi konsumen.

Pendapatan dapat diperoleh melalui penjualan barang atau jasa yang memiliki nilai bagi konsumen. Berdasarkan PSAK No. 23 Revisi 2015, pendapatan juga diartikan sebagai penghasilan yang diperoleh dari kegiatan rutin entitas, yang sering disebut dengan berbagai istilah, seperti penjualan, penghasilan dari jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

2.5 Pengertian Kualitas

Kualitas suatu produk atau layanan sangat terkait dengan tingkat kepuasan konsumen. Hariyanto (2014 dalam Indriastuty, 2019) mengungkapkan bahwa kualitas yang ditawarkan oleh barang atau jasa dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami harapan dan kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam.

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, Chinh & Anh (2008) berpendapat bahwa kualitas juga mencakup keunggulan, nilai, kesesuaian penggunaan, pencegahan kerugian, serta kemampuan untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Lovelock & Wirtz (2011) menambahkan bahwa kualitas layanan tercermin dari sejauh mana harapan konsumen dapat dipenuhi secara konsisten. Oleh karena itu, kualitas tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir produk atau layanan, tetapi juga dengan kemampuannya untuk terus memenuhi ekspektasi pelanggan dari waktu ke waktu (Kotler dan Keller, 2012; Chinh & Anh, 2008; Lovelock & Wirtz, 2011 dalam Simarmata et al., 2017).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Analisis Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengungkap persoalan utama terkait dengan peran kedua posisi tersebut dalam meningkatkan pendapatan dan kepuasan tamu di hotel.

3.2 Metode Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek yang diteliti secara langsung. Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan untuk mempelajari secara langsung peran dan kegiatan yang dilakukan oleh *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin* di Hotel Ibis Surabaya City Center.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber, yaitu kepada *Sales Executive*, *Sales Reservation Admin* dan tamu. Melalui wawancara, peneliti dapat memperoleh perspektif langsung dari pihak yang terlibat.

3) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dan mempelajari berbagai sumber literatur yang relevan dengan konsep-konsep yang diteliti, yaitu peran *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin*. Data yang diperoleh melalui studi pustaka ini akan digunakan untuk memperkaya landasan teori yang digunakan dalam penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perkerjaan *Sales Executive* di Hotel Ibis Surabaya City Center

1) Pemasaran dan Penjualan Kamar

Menawarkan produk hotel, termasuk layanan kamar, fasilitas, dan paket promo kepada calon tamu atau *travel agent*. Dalam hal ini *Sales Executive* harus mampu mengenali kebutuhan pasar dan menyesuaikan penawaran dengan permintaan.

2) Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan

Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, baik perusahaan, *travel agent*, atau tamu reguler. *Sales Executive* bertanggung jawab dalam menjaga komunikasi yang baik dan responsif untuk menciptakan loyalitas tamu.

3) Reporting

Sales Executive juga bertanggung jawab untuk melaporkan hasil penjualan mereka kepada *General Manager (GM)* secara berkala, baik harian, mingguan, atau bulanan. Laporan ini mencakup jumlah kamar yang terjual, pendapatan yang dihasilkan dari penjualan kamar, serta pencapaian target yang telah ditetapkan oleh hotel. Laporan ini membantu GM dalam memantau kinerja tim sales dan menentukan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mencapai target yang belum tercapai.

4.2 Deskripsi Perkerjaan *Sales Reservation Admin* di Hotel Ibis Surabaya City Center

1) Membuka email yang masuk dan memeriksa reservasi kamar dalam sistem hotel berdasarkan data yang tercantum di email.

2) Melakukan pemantauan tarif kompetitor pada pukul 9 pagi, 12 siang, dan 5 sore dengan memperbarui harga hotel kompetitor berbintang serupa, kemudian menyusun laporan yang akan dikirimkan kepada General Manager (GM).

3) *Handling Telephone Inquiries*. Salah satu tugas utama Sales Reservation Admin adalah

menangani pertanyaan dan permintaan reservasi yang masuk melalui telepon. Mereka harus memberikan informasi yang jelas tentang ketersediaan kamar, harga, fasilitas, dan menjawab segala pertanyaan terkait layanan hotel, serta mengarahkan pelanggan untuk melakukan reservasi jika diperlukan.

- 4) *Inputting Reservation into the Computer System*. Setelah menerima permintaan reservasi baik melalui email, telepon, atau metode lainnya, *Sales Reservation Admin* bertanggung jawab untuk memasukkan data reservasi ke dalam sistem komputer hotel. Mereka harus memastikan bahwa setiap data tamu yang melakukan pemesanan kamar tercatat dengan baik, termasuk informasi terkait jenis kamar yang dipesan, durasi menginap, dan permintaan khusus tamu
- 5) *Being aware of all*. Sebagai *Sales Reservation Admin*, maka harus selalu mengetahui mengenai semua promosi, paket, dan tarif spesial yang berlaku di hotel. Mereka juga perlu mengetahui promo yang sedang berlangsung dan yang akan datang, serta harga spesial yang berlaku untuk perusahaan yang telah menjalin kerja sama dengan hotel. Pengetahuan ini sangat penting agar mereka dapat memberikan informasi yang tepat kepada tamu dan memastikan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

4.3 Peran *Sales Executive* dalam Meningkatkan Pendapatan

Sales Executive di Hotel Ibis Surabaya City Center memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan pendapatan hotel. Tugas utama mereka adalah mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar baik dari segmen korporat, kelompok, maupun individual. Dalam mencapai tujuan ini, *Sales Executive* bertanggung jawab untuk mengembangkan berbagai inisiatif pemasaran yang dapat menarik lebih banyak tamu ke hotel, meningkatkan tingkat hunian, serta memperkenalkan hotel kepada pelanggan potensial.

Salah satu aspek kunci dari peran mereka adalah membangun dan memelihara hubungan dengan *travel agent* dan mitra bisnis lainnya, yang berfungsi untuk memperluas jaringan distribusi dan menciptakan lebih banyak peluang bisnis. Sebagai ujung tombak dalam pemasaran hotel, *Sales Executive* juga harus terus memantau tren pasar dan preferensi konsumen, serta mengadaptasi strategi pemasaran dengan cepat. Misalnya, dengan menyesuaikan promosi dengan musim liburan atau acara khusus di kota, *Sales Executive* dapat membantu hotel memaksimalkan pendapatan selama periode puncak. Dengan melakukan pendekatan yang berbasis pada data dan tren pasar, mereka juga dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran untuk menggaet lebih banyak pelanggan dan memperpanjang durasi menginap tamu.

4.4 Peran *Sales Reservation Admin* dalam Meningkatkan Pengalaman Tamu

Sales Reservation Admin memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan di Hotel Ibis Surabaya City Center. Mereka bertanggung jawab untuk mengelola semua proses reservasi yang masuk, baik melalui berbagai saluran komunikasi seperti email, telepon, ataupun *travel agent*. Setiap reservasi yang diterima harus diproses dengan cepat dan tepat agar tamu dapat menikmati kenyamanan menginap di hotel tanpa hambatan.

Sales Reservation Admin juga berperan dalam memastikan ketersediaan kamar yang sesuai dengan permintaan tamu, memberikan informasi yang akurat mengenai harga, fasilitas, dan layanan tambahan yang tersedia di hotel. Selain itu, mereka juga harus mampu menangani permintaan khusus dari tamu, seperti preferensi kamar tertentu, atau kebutuhan lain yang dapat meningkatkan kenyamanan selama menginap.

Jika terjadi keluhan atau perubahan dalam reservasi, *Sales Reservation Admin* bertanggung jawab untuk menyelesaikannya dengan cepat dan profesional. Kemampuan mereka dalam berkomunikasi secara efektif dan menunjukkan empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Dengan memberikan pelayanan yang responsif dan memastikan

bahwa setiap detail pemesanan tamu terpenuhi, mereka berperan dalam meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan.

Selain itu, Sales Reservation Admin juga berfungsi sebagai penghubung antara tamu dan departemen lain dalam hotel. Dengan memantau data occ dan memastikan bahwa sistem reservasi diperbarui secara real-time, mereka membantu seluruh tim hotel dalam mempersiapkan kedatangan tamu dan mengoptimalkan pelayanan.

4.5 Hubungan antara Sales Executive dan Sales Reservation Admin dalam Meningkatkan Pendapatan dan Pengalaman Tamu

Kolaborasi antara *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin* sangat penting dalam menciptakan pengalaman tamu yang luar biasa dan meningkatkan pendapatan hotel. *Sales Executive* mengidentifikasi peluang pasar, sementara *Sales Reservation Admin* memastikan bahwa setiap transaksi berjalan lancar dan sesuai dengan ekspektasi tamu. Kedua posisi ini saling melengkapi untuk mencapai tujuan bersama dalam meningkatkan pendapatan dan kepuasan tamu.

5. KESIMPULAN

Peran *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin* di Hotel Ibis Surabaya City Center sangat penting dalam meningkatkan pendapatan hotel dan menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan. *Sales Executive* berfokus pada pemasaran dan penjualan untuk menarik lebih banyak tamu, sementara *Sales Reservation Admin* memastikan bahwa proses reservasi dan layanan tamu berjalan dengan efisien. Kolaborasi antara kedua posisi ini sangat berkontribusi terhadap kesuksesan operasional hotel. Oleh karena itu, penting bagi manajemen hotel untuk memberikan pelatihan yang tepat bagi kedua posisi ini agar dapat bekerja secara maksimal dalam mencapai tujuan hotel.

Pelayanan yang baik merupakan kunci utama dalam menciptakan pengalaman tamu yang memuaskan di Hotel Ibis Surabaya City Center. *Sales Executive* dan *Sales Reservation Admin* memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan hal tersebut. *Sales Executive* bertanggung jawab untuk menarik tamu dengan strategi pemasaran yang tepat, sementara *Sales Reservation Admin* memastikan bahwa proses reservasi berjalan dengan lancar dan memberikan pelayanan yang efisien kepada tamu. Kedua posisi ini harus bekerja sama untuk meningkatkan pendapatan hotel dan menciptakan citra positif di mata tamu. Dengan kolaborasi yang baik dan pelayanan yang memuaskan, Hotel Ibis Surabaya City Center dapat membangun loyalitas tamu dan mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama bagi tamu yang mencari kenyamanan dan pelayanan terbaik.

REFERENSI

- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(1), 107-115.
- Arianty, N., & Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. 2024. Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76-85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2015. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

- Kresna Galang, Arditama. (2022). Peran Sales Executive pada Masa Pandemi COVID-19 di Goldvitel Hotel Surabaya. (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah: Jember). Diakses dari <http://repository.unmuhjember.ac.id/14879/>.
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 17(1), 1-8.
- Lestari, M. P. (2016). Sistem Informasi Reservasi Kamar Hotel Berbasis Web Pada Hotel Turtle Beach. Universitas Komputer Indonesia.
- M. Shodiq Bimo Sakti, A. Y. (2016). Optimalisasi Peran Reservation Section Pada Proses Pemesanan Kamar Hotel (Studi Kasus Hotel D'cokro Yogyakarta). 469(3), 319-323. <https://doi.org/10.7868/s0869565216210155>.
- Nina Noviasuti & Desy Agustina Cahyadi. (2020). PERAN RESERVASI DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP TAMU DI HOTEL NOVOTEL LAMPUNG. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan)*, 3 (1).
- Prasasti, R. (2020). Peran dan Strategi Sales & Marketing Department pada Kegiatan Sales Call di Hotel. *Jurnal Sosial Pariwisata*, 2(2), 149.
- Prasetyo, D. (2023). Dampak Pelayanan Pelanggan terhadap Loyalitas Tamu di Sektor Perhotelan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 11(1), 23-35.