**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Berbicara mengenai pelayanan jasa yang maksimal dari karyawan hotel, tentunya terdapat *good attitude, good performance, and knowledge for sale the hotel*. Departemen Penjualan dan Pemasaran (*Sales & Marketing Department*) dalam suatu organisasi hotel memegang peranan penting untuk menunjang kelancaran bisnis hotel tersebut. Kegiatan *marketing* adalah pelaksanaan dari segala aktivitas perusahaan yang dilakukan untuk menciptakan informasi tentang perusahaan dan berusaha untuk meningkatkan serta menyebarkan hasil produksinya sesuai dengan permintaan masyarakat pada saat ini (jangka pendek), maupun yang akan datang (jangka panjang). Seorang *Sales Manager* Hotel bersama dengan perangkat tugas di bagiannya haruslah memahami cara bagaimana mengatur kegiatan-kegiatan pemasaran secara keseluruhan dengan konsep dan pola perencanaan dan juga koordinasi kegiatan-kegiatan penjualan dan aspek dari segi lain di bidang pemasaran.

Dalam menjalankan tugasnya tersebut seorang *sales* hotel sudah pasti akan berhubungan dengan banyak orang yang bersentuhan langsung dengan produk yang ditawarkan hotel beserta fasilitas-fasilitas yang disediakan. Efektifitas dari seorang tenaga penjual secara langsung dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan. Oleh  karena  itu diperlukan seorang *sales* yang benar-benar memahami tugasnya yang harus bertemu dengan banyak orang dan mempengaruhi mereka sehingga mereka tertarik untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau hotel. Dalam hubungannya dengan banyak orang inilah, *sales* diharuskan untuk berkomunikasi dengan baik dan benar.  Berkomunikasi adalah syarat wajib yang dibutuhkan seorang *sales* dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Agar penyampaian maksud dan tujuan yang diinginkan dapat terlaksana dengan baik, *sales* juga harus dapat menempatkan dirinya dan melihat dengan siapa dia berhubungan.

Seorang tamu pada umumnya akan terus berhubungan dengan *sales* selama ia menggunakan segala fasilitas yang terdapat di hotel. Karena orang pertama yang ditemui pada saat mengenal produk hotel  adalah *sales hotel* tersebut, oleh karena itu seorang *sales* yang baik harus bisa menjaga hubungan yang baik dengan tamu hotel maupun dengan rekan kerja di departemen lain yang berhubungan dengan tamu tersebut. Berdasarkan masalah yang sering dihadapi oleh seorang *sales* hotel biasanya berhubungan dengan tamu *corporate* / perusahaan, tidak mendapatkan kamar seperti yang dijanjikan sales pada waktu pertama kali menawarkan produk hotel merupakan sesuatu yang dapat dibilang gagal dalam membangun kepercayaan konsumen, untuk itu bagaimana seharusnya keahlian komunikasi bagi seorang sales dalam menangani tamu apalagi tamu perusahaan yang dominannya mempunyai kontrak kerja sama dengan hotel. Dalam menyusun Tugas Akhir penulis mengangkat masalah tentang **“Pentingnya *Product Knowledge & Communication Skill* Bagi *Sales & Marketing* Dalam Melayani *Corporate Guest* Di Hotel Mercure Bali Legian”,** penulis mencoba untuk menguraikan dan mengemukakan selama berada dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan selama empat bulan di Mercure Bali Legian pada *Sales & Marketing Department*.

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

* Seberapa penting seorang *Sales* dituntut harus dapat menguasai *Product Knowledge* dan *Communication Skill* dalam menjalankan tugasnya?
* Bagaimana seorang sales dalam menangani tamu seperti salah satunya *corporate guest*?
  1. **Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam pembahasan ini yaitu, “Pentingnya *Product Knowledge & Communication Skill* Bagi *Sales & Marketing* Dalam Melayani *Corporate Guest* Di Hotel Mercure Bali Legian”

* 1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penulisan ini adalah seberapa penting penerapan *product knowledge* bagi setiap *sales* dalam melayani tamu di hotel Mercure Bali Legian.

* 1. **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat secara teoristis dan secara praktis.

1. Bagi Politeknik Negeri Manado

Tugas akhir ini penulis harapkan agar dapat digunakan sebagai salah satu panduan atau pedoman dalam proses perkuliahan oleh Politeknik Negeri Manado pada umumnya dan pada jurusan Pariwisata khususnya serta untuk menambah dan melengkapi bahan refrensi pada perpustakaan Politeknik Negeri Manado.

1. Bagi Industri

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi departemen *Sales & Marketing* di Mercure Bali Legian.

1. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber pembelajaran atau sebagai sarana menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori yang diterima dalam studi diperkuliahan.