

ANALISIS PENERAPAN STANDARD OPERASIONAL PROSEDUR DEPARTEMEN SALES & MARKETING PADA *EVENT BANQUET* DI CK TANJUNGPINANG HOTEL & CONVENTION CENTER

Hetty Yulianti Sihite¹

¹Pengelolaan Perhotelan, ¹Politeknik Bintan Cakrawala
hetty@pbc.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Standar Operasional Prosedur (SOP) Departemen *Sales & Marketing* pada *Event Banquet* di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center. Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah maupun non-pemerintah, usaha maupun non-usaha, berdasarkan indikator-indikator teknis, administratif, dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan sistem kerja pada unit kerja yang bersangkutan. Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah hal yang penting yang wajib dimiliki setiap perusahaan dan harus menjadi patokan dan pegangan dalam melakukan kegiatan bekerja oleh semua petugas *Sales & Marketing* di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center untuk meminimalisir kesalahan sehingga membuat kenyamanan dan kepuasan terhadap tamu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan analisis dalam penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Departemen *Sales & Marketing* pada *Event Banquet* di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi secara langsung. Hasil penelitian ini bahwa alur dan hasil kerja sudah sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan departemen namun SOP tersebut belum terdokumentasikan dalam bentuk dokumen tertulis yang disahkan oleh manajemen.

Kata kunci : Standar Operasional Prosedur (SOP), Penerapan, *Sales & Marketing, Banquet*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu bidang yang menghasilkan pendapatan terbesar di Indonesia dengan kekayaan alam yang dimiliki untuk dimanfaatkan sebagai destinasi wisata yang menarik kedatangan turis mancanegara. Dalam hal ini pemerintah dapat mengambil peran untuk memperkenalkan keberagaman budaya yang ada di Indonesia. Dengan adanya kegiatan wisata maka daerah yang menjadi tujuan wisata tersebut harus menyediakan akomodasi serta fasilitas pendukung untuk memperlancar kegiatan wisata itu sendiri. Apabila wisatawan melakukan kegiatan wisata dalam waktu 24 jam, maka diperlukan adanya akomodasi sebagai tempat beristirahat. Dengan kegiatan wisata yang seperti ini maka industri akomodasi dan pariwisata memiliki hubungan yang sangat erat, industri akomodasi tersebut dapat dibagi dalam beberapa bidang seperti penyeberangan antarnegara maupun daerah dan juga akomodasi penginapan.

Tempat penginapan yang dijadikan akomodasi pariwisata itu dapat berupa hotel, resort, apartemen, dan juga *homestay*. Akomodasi pariwisata adalah suatu tempat yang diperuntukan bagi para wisatawan ketika berkunjung ke daerah wisata. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Sedangkan pengertian industri perhotelan adalah segala macam bentuk usaha yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi dalam penginapan. Hotel juga menyediakan makanan serta minuman dan berbagai jenis jasa lainnya

yang saling berhubungan dan bentuk pelayanannya ditujukan kepada masyarakat, baik yang menggunakan fasilitas penginapan atau yang hanya sekedar menggunakan jasa atau produksi tertentu dari hotel tersebut.

Menurut the American Hotel and Motel Association (AHMA) hotel dapat didefinisikan sebagai sebuah bangunan yang dikelola secara komersial dengan memberikan fasilitas penginapan untuk umum dengan fasilitas pelayanan sebagai berikut: menyediakan pelayanan makan dan minum, pelayanan kamar, pelayanan barang bawaan, pencucian pakaian dan dapat menggunakan fasilitas/perabotan dan menikmati hiasan-hiasan yang ada didalamnya (Utama, 2014). Semua hotel tersebut memiliki keistimewaannya masing-masing sesuai klasifikasi hotel berbintang. Banyaknya hotel yang memiliki daya tariknya tersendiri sehingga dapat mengakibatkan persaingan bisnis dibidang pariwisata atau perhotelan semakin ketat dalam mendapatkan pasar.

Pada bagian operasional hotel terbagi diantaranya yaitu *front office department, food & beverage department, housekeeping department, security department, engineering department*. Di kantor belakang yang terdiri dari *accounting departement, purchasing department, human resources department dan sales & marketing department*. Dari setiap departemen yang ada di hotel memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda, namun dari setiap departemen juga menjalin hubungan antar departemen.

Sales & marketing department suatu hotel mempunyai tujuan dan fungsi dasar yang sangat penting dalam membantu manajemen untuk menginformasikan dan memasarkan secara teratur dan efektif serta efisien kepada publik internal dan publik eksternal dengan

menyediakan informasi yang jujur dan akurat. Sehingga tugas *sales & marketing* hotel tidak hanya fokus mendatangkan tamu menginap di hotel saja namun juga mempromosikan fasilitas, outlet serta ballroom yang ada di hotel untuk difungsikan dan menambahkan pendapatan hotel. Hampir setiap hari sales melakukan kegiatan *sales call* diluar kantor untuk menjangkau pelanggan baru dan juga menjaga hubungan dengan pelanggan lama. Marketing harus memikirkan ide baru untuk mempromosikan hotel serta membuat pelanggan tertarik mengunjungi hotel. Sales & marketing menjadi salah satu departemen yang paling penting karena berhubungan dengan menjangkau pelanggan menggunakan dan mengunjungi hotel, semakin banyak perusahaan dijangkau oleh sales maka pendapatan hotel pasti semakin meningkat.

Secara umum *banquet section* adalah bagian terbesar dari *Food and Beverage Service Department* di hotel. *Banquet section* memiliki peran penting untuk meraih meraih pendapatan tambahan bagi hotel melalui penjualan jasa pelayanan makanan, minuman, dan penjualan ruangan untuk function, karena dapat menampung kapasitas tamu dalam skala besar. *Banquet* adalah bagian dari *Food and Beverage Service* yang melayani dan bertanggung jawab dalam penjualan makanan dan minuman pada kegiatan khusus di luar restoran (*special event*) setelah terjadi kesepakatan bersama. Kegiatan ini bisa terjadi di dalam hotel maupun di luar hotel (Asmara & Masalah, 2019).

Baik *sales & marketing* maupun *banquet* memiliki hubungan kerja yang erat. Jika tamu membutuhkan penggunaan ballroom, ruang rapat maupun makanan dan minuman maka departemen ini harus bekerja sama guna memberikan layanan yang baik bagi tamu. Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di hotel CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center yang merupakan salah satu hotel terbaik di kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau yang memiliki banyak ruang meeting dan juga fasilitas ballroom. Tingginya minat pelanggan menggunakan *ballroom* di hotel dalam bentuk event banquet ini menunjukkan bahwa hotel CK Tanjungpinang merupakan salah satu alternatif hotel yang memiliki fasilitas dan ruang rapat yang memadai. Dari fasilitas yang dimiliki CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center akan menjadi sebuah keuntungan dalam bersaing dengan kompetitor sehingga *sales & marketing* yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menerapkan SOP yang baik dan benar.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini penulis juga melakukan studi literatur (*library Research*) melalui berbagai kajian dalam memperkuat analisis yang didukung oleh berbagai sumber yang memiliki kedalaman teori. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis data sekunder dan primer. Berdasarkan data yang akan diambil, maka data tersebut akan diolah dan disajikan agar dapat ditarik kesimpulan dari data-data tersebut. Teknik penyajian hasil data dalam penelitian ini adalah berupa deskripsi hasil wawancara

terkait penerapan SOP di Event Banquet, CK Tanjungpinang Hotel & Convention Center. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami buku, artikel, jurnal, dan sumber-sumber serta dokumen.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara secara mendalam yang telah dilakukan peneliti kepada informan mengenai penerapan standar operasional prosedur (SOP) departement *Sales & Marketing* pada *event banquet* di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Centre. Dalam melakukan observasi dan wawancara mendalam terhadap informan. Untuk mengetahui penerapan standar operasional prosedur (SOP) Departement *Sales & Marketing* pada *event banquet*. Peneliti menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan fokus pada penelitian mengenai penerapan standar operasional prosedur (SOP) *Sales & Marketing* pada *event banquet* di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Centre. Agar penelitian ini lebih objektif dan data-data yang didapat menjadi lebih akurat, peneliti mencari informan tambahan dengan cara melakukan wawancara yang mendalam.

Lingkup objek penelitian yang ditetapkan penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai penerapan standar operasional prosedur (SOP) *Sales & Marketing* pada *event banquet* di CK Tanjungpinang Hotel & Convention Centre. Dari pemaparan oleh informan selaku *Sales & Marketing Manager* dikonfirmasi bahwa belum adanya dokumen SOP resmi yang di setujui dan disahkan oleh management dan departemen terkait regulasi *banquet event*, sehingga SOP masih bersifat sosialisasi verbal antar departement dalam pekerjaan. Namun dalam pelaksanaan kerja telah berjalan dengan baik.

Peran departement *Sales & Marketing* pada *event banquet* yaitu dengan membantu dalam hal penjualan produk *banquet* dan juga membantu mempromosikan produk tersebut guna meningkatkan pendapatan hotel. Saat ada produk baru yang akan di keluarkan oleh *Departement Banquet* maka yang akan melakukan promosi adalah *Departement Sales & Marketing*, sebagai tanda kerja sama antar departemen. Proses persetujuan pembelian dan penyewaan ruang rapat dan fasilitas lainnya di hotel tentunya kesepakatan dari kedua belah pihak baik dari pihak hotel maupun tamu yang akan melakukan kegiatan pada meeting room.

Dalam proses persetujuan penjualan atau penyewaan ruang rapat, ballroom, paket penyewaan restaurant untuk event yang diminta tamu maka *Departement Sales & Marketing* akan membuatkan *banquet function order* yang di berikan ke bagian Banquet dan F&B Departement juga kepada bagian lain yang terkait. Dalam hal ini formulir sudah tersedia di hotel namun belum di buat SOP terkait regulasi, alur pemesanan sampai terbitnya *banquet function order*.

Kondisi lainnya mengenai pembatalan penjualan atau penyewaan ruang rapat, ballroom, paket

penyewaan restaurant untuk *event* tertentu dilakukan secara verbal dengan komunikasi internal saja dengan ketentuan dari Sales & Marketing yaitu maksimal 1 minggu sebelum acara. Berkaitan dengan pembatalan ini juga belum dibuatkan SOP yang di sahkan oleh management. Demikian juga apabila terjadi perubahan pemesanan, tata letak, jumlah peserta sebelum acara di laksanakan maka langsung akan disetujui oleh pihak hotel jika permintaan dari customer tersedia dan persetujuan dari departemen yang bersangkutan seperti kitchen dan banquet. Kebijakan untuk pembatalan dan perubahan harus di buatkan reguaslo, alur kerja dalam SOP tertulis sehingga semua karyawan yang terlibat mengetahui dan mengerjakan sesuai dengan alur kerja.

Pentingnya manajemen membuat SOP yang disahkan agar semua staff yang terlibat dalam operasional kerja mengetahui ruang lingkup pekerjaannya, alur kerja dan langkah-langkah kerja. Jika ditemukan penyimpangan dalam melaksanakan kerja sehingga dapat diperbaiki sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan bahwa penerapan standar operasional prosedur (SOP) Department Sales & Marketing pada banquet event Hotel CK Tanjungpinang Hotel & Convention Centre dilakukan oleh sales dan marketing sangat berdampak besar dalam meningkatkan pendapatan hotel serta menjalin hubungan kerja yang baik dengan departement lain khususnya Food & Beverage Department untuk Banquet event. Mulai dari kegiatan sales dalam menjangkau dan menarik tamu sampai marketing yang melakukan promosi menjadi salah satu ujung tombak bagi keberhasilan suatu hotel. Pastinya semua hal yang dilakukan diatas tetap dengan prosedur kerja yang sudah disetujui oleh management. Sales dan marketing juga berusaha semaksimal mungkin memenuhi keinginan pelanggan serta tetap menjaga komunikasi dan kinerja yang baik sesuai prosedur kerja yang telah diisyaratkan oleh manajemen guna mempertahankan kualitas kerja serta kerjasama yang baik dalam melakukan kerja.

Saran yang dapat diberikan kepada pihak hotel untuk meningkatkan kinerja kerja dan hubungan kerja yang baik antara departemen *sales & marketing* dengan F&B departemen terutama pada *section banquet* adalah memiliki dokumen SOP secara tertulis dan disahkan, kemudian disosialisasikan kepada setiap staf yang bersangkutan, membuat surat pernyataan secara formal ketika terjadi perubahan dalam pelaksanaan teknis operasional, melakukan validasi melalui persetujuan dengan tamu serta *banquet staff*, Membuat *manpower planning* terutama untuk menyikapi ketika perubahan pesanan dalam jangka waktu yang terlalu dekat dengan waktu pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Asmara, B., D., & Masalah, A. L. B. (2019). Jurnal Pariwisata Indonesia ISSN : 1907-2457 (Print) ISSN : 2581-2688 (Online) Peran Banquet Service Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Tamu di The Alana Hotel And Convention Center

Surakarta Jurnal Pariwisata Indonesia. ISSN : 1907-2457 (Print) ISSN : 2581-2688 (Online). 14(2), 1–9

Atma. (2020). SURAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Strategi Komunikasi Pemasaran pada Sales Promotion melalui Event di Cafe Tiga Tjeret Surakarta Terhadap Minat Beli Konsumen). 6, 1–1

Hendriyanti, L., & Santoso, I. B. (2021). Strategi Pemasaran Food and beverage untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cavinton Hotel Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 60–72. <https://doi.oPetra>. (2018). ANALISIS PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DI DEPARTEMEN MARKETING DAN HRD PT CAHAYA INDO. 6(1).

Sederhana, L., & Sederhana, A. K. (2020). SEMANGAT KERJA KARYAWAN PADA HOTEL PULLMAN BALI LEGIAN NIRWANA BADUNG (Studi Kasus : Departemen Food & Beverage Kitchen). 818, 1–26

Suparyanto dan Rosad. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Garuda Plaza Medan. *Suparyantoy*, 5(3), 248–253.

Utama, I. G. B. R. (2014). Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif. In Deep publish. <https://penerbitbukudeepublish.com/shop/buku-pengantar-industri-pariwata>

Yana Diana. (2020). Pengaruh Job Description Terhadap Kinerja Karyawan Di Departemen Tata Hidangan Pada Hotel Grand Ion Delemen Malaysia. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 123–139. <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/v>