

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Pedoman Wawancara



### **STRATEGI SALES MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH OCCUPANCY DI HOTEL GRAND MERCURE SOLO BARU**

Sehubungan dengan dilaksanakannya Tugas Akhir ini saya mengajukan formulir pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian Tugas Akhir guna untuk dijadikannya data sebagai keperluan pengujian. Dimohon Ibu – Ibu sekalian dapat berkenan mengisi formulir sesuai dengan pendapat dan pengalaman pribadi masing-masing.

Isi kolom kosong dibawah ini dengan pendapat pribadi anda sesuai dengan pertanyaan yang diajukan mengenai Strategi *Sales Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah *Occupancy* di Hotel Grand Mercure Solo Baru.

#### **Formulir Wawancara Strategi *Sales Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah *Occupancy* di Hotel Grand Mercure Solo Baru.**

Jenis Pengujian	Wawancara
Jenis Sample	Strategi <i>Sales Marketing</i> dalam Meningkatkan Jumlah <i>Occupancy</i>
Intruksi	Berikan pendapat anda pada kolom Jawab yang sudah disediakan sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.

## I. IDENTITAS RESPONDEN

1.	Nama	
2.	Jenis Kelamin	L/P
3.	Posisi / Jabatan	
4.	Waktu Tahun Kerja	

## II. DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban Informan
1.	Apa strategi Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam pemasaran jasa yang paling efektif ?	
2.	Apakah ada keluhan dari tamu mengenai produk kamar yang disediakan ?	
3.	Apa ada kelemahan pada proses pemasaran jasa yang selama ini diterapkan ?	
4.	Bagaimana persepsi Masyarakat sekitar mengenai keberadaan Hotel Grand Mercure Solo Baru ?	
5.	Apa yang menjadi point penting dan kelebihan dari Hotel Grand Mercure Solo Baru dibanding dengan hotel kompetitor lainnya ?	

6.	Bagaimana peluang Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam menjual produk jasanya ?	
7.	Apa yang membuat Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih banyak diminati dari pada hotel kompetitor lainnya ?	

## Lampiran 2 Hasil Wawancara

### Hasil Wawancara Informan ke 1

#### III. IDENTITAS RESPONDEN

1.	Nama	Natasya Indah
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Posisi / Jabatan	<i>Sales Manager</i>
4.	Waktu Tahun Kerja	2 Tahun

#### IV. DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban Informan
1.	Apa strategi Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam pemasaran jasa yang paling efektif ?	Tidak ada strategi, tergantung pada strategi pertahunnya, seperti di tahun 2024 berada di tahun politik jadi kita memiliki streategi harus mengambil pasar yang tepat seperti mengacu ke KPU, Bawaslu, dan BPS karena tahun politik, jadi kita tepat sasaran untuk menggali event-event meeting atau convension karena convension kita bisa menampung 1.500 sampai 2.000 orang.
2.	Apakah ada keluhan dari tamu mengenai produk kamar yang disediakan ?	Tidak ada keluhan dari tamu, karena kita ada penggantian nama <i>brand</i> untuk terus ganti ke Grand Mercure, jadi di tahun ini hotel sedang di renovasi dan masih berjalan, sudah hampir 80 kamar sudah terenovasi dari 340 kamar. Untuk keluhan kamar tidak ada, sejauh ini aman-aman saja.

3.	Apa ada kelemahan pada proses pemasaran jasa yang selama ini diterapkan ?	Untuk kelemahan pemasaran jasa pada Hotel Grand Mercure Solo Baru belum ada.
4.	Bagaimana persepsi Masyarakat sekitar mengenai keberadaan Hotel Grand Mercure Solo Baru ?	Hotel Grand Mercure Solo Baru memiliki Convension Hall yang besar yang seperti saya sebutkan dan memiliki kamar hingga 340 kamar, mampu menampung banyak kapasitas orang yang berada di Hotel. Tentu akan memberikan efek di sekitar masyarakat seperti mempunyai lingkungan seperti memiliki 2 Mall di sebelah hotel, karena hotel kita mempunyai tamu yang sangat banyak, mereka bisa ikut membantu UMKM di sekitar hotel.
5.	Apa yang menjadi point penting dan kelebihan dari Hotel Grand Mercure Solo Baru dibanding dengan hotel kompetitor lainnya ?	Hotel Grand Mercure Solo Baru sebenarnya bukan terletak di Solo Kota tetapi di Sukoharjo, tapi dalam satu lingkup se Solo Raya Hotel Grand Mercure Solo Baru adalah hotel yang mempunyai kamar terbanyak di banding Hotel Alila, Hotel Alila hanya memiliki 240 kamar sedangkan Hotel Grand Mercure Solo Baru memiliki 340 kamar dan memiliki ballroom Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih besar dari hotel kompetitor lainnya. Untuk kelebihan yang kedua karena hotel sedang di renovasi jadi interior hotel lebih baru dari hotel kompetitor lain.
6.	Bagaimana peluang Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam menjual produk jasanya ?	Mempunyai banyak peluang dikarenakan invest dari Hotel grand Mercure Solo Baru memiliki banyak kamar dan memiliki banyak convention hall lebih besar dari hotel lainnya

7.	Apa yang membuat Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih banyak diminati dari pada hotel kompetitor lainnya ?	Banyak diminati karena dari convension hall yang mampu menampung 1.500 sampai 2.000 orang/pack, Hotel Grand Mercure Solo Baru juga memiliki meeting room kecil-kecilan yang mempunyai 13 meeting room dan kapasitas dari meeting room dapat menampung 50 orang/pack, point plus dari Hotel Grand Mercure Solo Baru adalah dekat dengan mall dan memiliki banyak peminat untuk datang ke hotel.
----	---	--

## Hasil Wawancara Informan ke 2

### I. IDENTITAS RESPONDEN

1.	Nama	Ulitha Sembiring
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Posisi / Jabatan	<i>Front Office Manager</i>
4.	Waktu Tahun Kerja	2 Tahun

### II. DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban Informan
1.	Apa strategi Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam pemasaran jasa yang paling efektif ?	Hotel Grand Mercure Solo Baru terkenal dengan fasilitas hotel bintang 5 di Solo Baru, Sukoharjo. Kemudian hotel sudah <i>join Accor Member</i> jadi semakin banyak orang yang mengetahui tentang <i>Accor</i> , banyak orang yang sudah mempercayai Hotel Grand Mercure Solo Baru dan beralih ke Hotel Grand Mercure Solo Baru.
2.	Apakah ada keluhan dari tamu mengenai produk kamar yang disediakan ?	Beberapa Kamar Hotel masih tahap renovasi, jadi masih masa peralihan, sedangkan beberapa kamar sudah di renovasi, tentunya tamu bisa memesan hanya khusus tipe <i>executive</i> saja, bila tamu memesan kamar selain tipe <i>executive</i> sementara ini masih dengan tipe yang lama, jadi tamu mengira nama hotel berubah tetapi untuk design kamar masih belum berubah, karena itu baru proses. Untuk ditahun ini renovasi telah selesai.

3.	Apa ada kelemahan pada proses pemasaran jasa yang selama ini diterapkan ?	Untuk proses pemasaran hotel sudah menyiapkan strategi dengan matang, hanya saja terkadang Staff harus menjelaskan lokasi, tepatnya Hotel Grand Mercure Solo Baru bertempat di Sukoharjo, beberapa tamu atau pemerintah masih mempunyai paham Hotel Grand Mercure masih ada dipusat Kota Surakarta. Itu berkaitan dengan bisnis, dll.
4.	Bagaimana persepsi Masyarakat sekitar mengenai keberadaan Hotel Grand Mercure Solo Baru ?	Sangat didukung oleh masyarakat, karena Hotel Grand Mercure Solo Baru mampu mengangkat UMKM lokal seperti daerah Sukoharjo pada khususnya dan umumnya ada dari Lawean dan Kampung Batik, karena Hotel menyediakan pusat oleh-oleh didalam hotel dan tentunya konsep Hotel Grand Mercure Solo Baru mengangkat UMKM lokal.
5.	Apa yang menjadi point penting dan kelebihan dari Hotel Grand Mercure Solo Baru dibanding dengan hotel kompetitor lainnya ?	Hotel Grand Mercure Solo Baru memiliki banyak kamar dan banyak fasilitas seperti <i>meeting room</i> dengan fasilitas bintang 5, jadi ketika ada tamu yang mengadakan <i>meeting</i> dengan skala besar, dengan <i>meeting room</i> atau <i>ballroom</i> serta kamar, tamu bisa <i>oneshoot</i> langsung ke satu hotel saja tanpa pindah-pindah atau <i>booking</i> dari satu tempat.
6.	Bagaimana peluang Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam menjual produk jasanya ?	Hotel mempunyai banyak kesempatan, jadi dalam <i>event</i> besar sekarang keperluan kamar diikuti dengan acara <i>meeting</i> , apabila <i>meeting</i> mengundang banyak orang atau peserta <i>meeting</i> , pasti akan memerlukan akomodasi kamar yang banyak dan hotel sudah menyediakan.

7.	Apa yang membuat Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih banyak diminati dari pada hotel kompetitor lainnya ?	Selain hotel sudah menyangand <i>Brand Accor</i> , dimana banyak sekali member-member <i>Accor</i> di dunia, bahkan mengenal kalau di Solo Baru sudah ada <i>Accor Group</i> , tamu pastinya akan <i>interest</i> atau lebih memilih <i>brand</i> hotel, selain itu hotel juga berada di pusat kota Solo Baru yang dekat dengan pusat bisnis dan juga pusat perbelanjaan, jadi lebih mudah untuk dicari dan tamu percaya dengan produk hotel.
----	---	---

### Hasil Wawancara Informan ke 3

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

1.	Nama	Niagara Purwitosari
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Posisi / Jabatan	<i>Senior Sales Manager</i>
4.	Waktu Tahun Kerja	2 Tahun

#### II. DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban Informan
1.	Apa strategi Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam pemasaran jasa yang paling efektif ?	Yang pertama melihat data terlebih dahulu, karena Hotel ini sudah berdiri sebelumnya dengan nama <i>brand</i> yang sebelumnya, lalu melihat tamu mana saja yang sering masuk atau berkunjung ke hotel, maka tamu itu yang hotel cari terlebih dahulu sebelum hotel mencari tamu yang baru.
2.	Apakah ada keluhan dari tamu mengenai produk kamar yang disediakan ?	Untuk keluhan saat ini tidak ada dikarenakan hotel masih tahap renovasi, jadi ada beberapa kamar masih memakai design yang lama, selebihnya tamu sangat senang dan puas dengan produk hotel yang baru.
3.	Apa ada kelemahan pada proses pemasaran jasa yang selama ini diterapkan ?	Untuk kelemahan pasti ada, salah satunya hotel tidak mempunyai tempat parkir untuk bus kemudian kamar masih banyak dengan design yang lama karena masih diproses untuk terus direnovasi.

4.	Bagaimana persepsi Masyarakat sekitar mengenai keberadaan Hotel Grand Mercure Solo Baru ?	Persepsi dari masyarakat, mereka sangat senang karena di Solo baru ada Grand Mercure adalah satu-satunya hotel yang ada di Solo dan <i>Brand Accor</i> adi bertambah, masyarakat senang dikarenakan <i>Accor</i> adalah <i>brand</i> yang ada diseluruh dunia dan sekarang di Solo telah hadir Hotel Grand Mercure Solo Baru dan masyarakat senang.
5.	Apa yang menjadi point penting dan kelebihan dari Hotel Grand Mercure Solo Baru dibanding dengan hotel kompetitor lainnya ?	Hotel Grand Mercure Solo Baru memiliki salah satu kelebihan yaitu mempunyai <i>ballroom</i> yang besar dan mempunyai banyak <i>meeting room</i> , itu adalah salah satu kelebihan Hotel Grand Mercure Solo Baru dibanding hotel yang lainnya, dan kamar hotel yang jumlahnya banyak mencapai 340 kamar dalam satu <i>building</i> .
6.	Bagaimana peluang Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam menjual produk jasanya ?	Mempunyai peluang yang sangat besar, karena di Solo tidak banyak hotel yang memiliki <i>ballroom</i> sebesar Hotel Grand Mercure Solo Baru, dan juga memiliki banyak kamar. Oleh karena itu Grand Mercure memiliki peluang yang sangat besar, karena tidak memiliki saingan yang terlalu banyak.
7.	Apa yang membuat Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih banyak diminati dari pada hotel kompetitor lainnya ?	Salah satunya mempunyai kamar yang banyak, mempunyai <i>ballroom</i> yang besar, juga memiliki banyak <i>meeting room</i> , dan letak Hotel Grand Mercure Solo Baru terletak ditengah Kota Solo Baru yang dimana terletak disamping sudah ada 2 <i>Mall</i> dan untuk mencari makan lebih mudah, karena itu diminati oleh banyak tamu.

## Hasil Wawancara Informan ke 4

### I. IDENTITAS RESPONDEN

1.	Nama	Mei Ayu
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Posisi / Jabatan	<i>Sales Manager</i>
4.	Waktu Tahun Kerja	2 Tahun

### II. DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	Jawaban Informan
1.	Apa strategi Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam pemasaran jasa yang paling efektif ?	Untuk strategi hotel mempunyai banyak tamu salah satunya dari pemerintahan, jadi hotel akan lebih kompetitif, untuk harga pemerintahan dengan cara menyesuaikan pemerintahan yang datang ke hotel, jadi hotel bisa menjangkau pemerintahan untuk datang ke Hotel Grand Mercure Solo Baru.
2.	Apakah ada keluhan dari tamu mengenai produk kamar yang disediakan ?	Sejauh ini untuk keluhan dari tamu tidak terlalu banyak dikarenakan ada beberapa permintaan, seperti permintaan <i>Smoking Area</i> . Hotel hanya mempunyai tiga lantai untuk kamar yang mempunyai <i>Smoking Area</i> , jadi hotel hanya menerima keluhan itu saja.
3.	Apakah ada kelemahan pada proses pemasaran jasa yang selama ini diterapkan ?	Untuk kelemahan pada proses pemasaran lebih cenderung ke Lokasi, karena lokasi dari hotel berada di Kabupaten Sukoharjo dan jauh dari Solo, sebenarnya tidak terlalu jauh karena hotel terletak diperbatasan Solo dan Sukoharjo, tetapi untuk lokasi hotel memang berada di Kabupaten Sukoharjo.

4.	Bagaimana persepsi Masyarakat sekitar mengenai keberadaan Hotel Grand Mercure Solo Baru ?	Persepsi dari masyarakat sangat bagus, Hotel Grand Mercure Solo baru adalah satu-satunya hotel bintang 5 di Sukoharjo, jadi disekitaran pemda dan disekitaran <i>Company Account</i> di Sukahrjo cenderung memilih Hotel Grand Mercure Solo Baru.
5.	Apa yang menjadi point penting dan kelebihan dari Hotel Grand Mercure Solo Baru dibanding dengan hotel kompetitor lainnya ?	Kelebihannya Hotel Grand Mercure Solo Baru adalah satu-satunya hotel yang memiliki jumlah kamar terbanyak di Solo dan sekitarnya, untuk kamar hotel memiliki jumlah kamar yaitu 340 kamar, untuk <i>function</i> hotel juga sangat banyak, mungkin dengan hotel kompetitor lainnya Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih unggul, karena hotel mempunyai 10 <i>meeting room</i> dan 2 <i>Convation Hall</i> .
6.	Bagaimana peluang Hotel Grand Mercure Solo Baru dalam menjual produk jasanya ?	Mempunyai peluang yang cukup bagus, karena hotel bisa menjangkau dari segala segmen, untuk segmen dari pemerintahan hotel lumayan bagus, untuk <i>company</i> seperti <i>banking</i> dan <i>insurance</i> , untuk farmasi, dll. hotel banyak dikunjungi.
7.	Apa yang membuat Hotel Grand Mercure Solo Baru lebih banyak diminati dari pada hotel kompetitor lainnya ?	Tentunya dari fasilitas hotel, kebanyakan hotel di Solo mempunyai <i>meeting room</i> yang kecil dan memiliki <i>ballroom</i> yang kecil. Hotel Grand Mercure Solo mempunyai <i>function</i> yang sangat bagus, teurtama untuk <i>ballroom</i> memiliki kapasitas hingga 2000 orang dan mempunyai kamar yang memadai.

### Lampiran 3 Form Kesiediaan Pembimbing

#### SURAT KESEPAKATAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Pihak Pertama:

Nama : Ardani Aji Winata  
NIM : 20100014

Program Studi : Diploma III Perhotelan  
Pihak Kedua:

Nama : Wiyanti, S.Kom., M.M.  
Status : Dosen

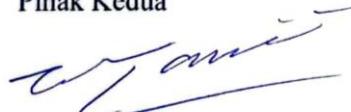
NIDN : 0625058001  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Pangkat/Golongan : III B

Pada hari ini Jumat tanggal 24 April telah terjadi kesepakatan bahwa pihak Kedua bersedia menjadi Pembimbing I Tugas Akhir Pihak Pertama dengan syarat Pihak Pertama wajib melakukan bimbingan Tugas Akhir sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam 1 (satu) minggu. Adapun waktu dan tempat pelaksanaan disepakati antar pihak.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan penuh kesadaran guna kelancaran penyelesaian Tugas Akhir.

Tegal, 24 Juli 2024

Pihak Kedua



Wiyanti, S.Kom., M.M  
NIPY. 09.020.454

Pihak Pertama



Ardani Aji Winata  
NIM. 20100014

Mengetahui,

Kepala Prodi Diploma III Perhotelan



Puput Dewi A., S.ST.Par, M.Par.  
NIPY.12.017.362

## SURAT KESEPAKATAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Pihak Pertama:

Nama : Ardani Aji Winata  
NIM : 20100014

Program Studi : Diploma III Perhotelan

Pihak Kedua:

Nama : Hana Yulinda F, M.Pd  
Status : Dosen

NIDN : 0622079202  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Pangkat/Golongan : III B

Pada hari ini Jumat tanggal 24 April telah terjadi kesepakatan bahwa pihak Kedua bersedia menjadi Pembimbing II Tugas Akhir Pihak Pertama dengan syarat Pihak Pertama wajib melakukan bimbingan Tugas Akhir sekurang-kurangnya 1 (satu) kali dalam 1 (satu) minggu. Adapun waktu dan tempat pelaksanaan disepakati antar pihak.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan penuh kesadaran guna kelancaran penyelesaian Tugas Akhir.

Pihak Kedua

  
Hana Yulinda F, M.Pd  
NIPY.10.020.459

Tegal, 24 Juli 2024

Pihak Pertama

  
Ardani Aji Winata  
NIM.20100014

Mengetahui,

Kepala Prodi Diploma III Perhotelan

  
Puput Dewi A., S.ST.Par, M.Par.  
NIPY.12.017.362

## Lampiran 4 Form Bimbingan

### PEMBIMBING I

NO	HARI	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Jumat	17 Mei 2020	- Bab I Pada batasan masalah a. objek Penelitian ini dibatasi hanya pada hotel? b. responden penelitiannya? c. Penelitian hanya membah? d. Penelitian ini hanya mem bahas tentang? e. Metode Penelitian adalah?	
2.	Semin	29 June 2020	Bab II awan Bab III . 3.1 bahan Penelitian 3.2. Alat Penelitian 3.3. Alur Penelitian 3.3.1 Waktu dan tempat Penelitian 3.3.2 Sumber data dan Informan Penelitian 3.3.3 metode / teknik pengumpulan data 3.3.4 Analisis data 3.3.4.1 analisis swot Cat: Pada 3.3.2 dilengkapi lg untuk Sumber data dan Penelitian Informan . Dan pada sub-sub bagian yang menggunakan a,b,c,d diganti dengan angka 1,2,3	
3	semin	22 Juli 2020	Bab III di ubah sesuai prosedur yang terbah, Bab IV diubah dari bulan Maret - Juli - Acc proposal	

## PEMBIMBING I

STRATEGI SALES MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
OCCUPANCY DI HOTEL GRAND MERCURE SOLO BARU

NO	HARI	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
4	Rabu	24 Juli 2024	Laporan Bab II diganti mengikuti Pedoman yang baru	
5	Kamis	25/7/2024	2. data sekunder 1. observasi 2. wawancara 3. dokumentasi 4. studi pustaka 4.2 → saran perbaikan 4.2.1 HOTEL 4.2.2 kampus 4.2.3 mahasiswa	Jelaskan tskenanya 
6	Kamis	25/7/2024	OK ACC	

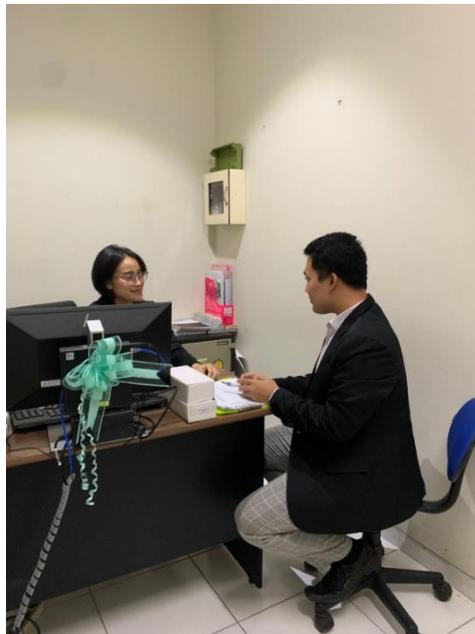
## PEMBIMBING II

NO	HARI	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Jumat	17 Mei 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bab I sitasi ditempatkan di akhir kalimat</li> <li>- Penulisan kata</li> <li>- Judul kalimat tidak menggunakan bold, dan tidak kapital semua</li> <li>- tulis miring pada kata asing</li> </ul>	
2	Senin	22 July 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bab I - Bab IV</li> <li>- Penomoran</li> <li>- tulis miring pada kata asing</li> <li>- kepanjangan swot</li> <li>- sitasi yang belum lengkap</li> </ul>	
3	Rabu	24 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ACC Proposal</li> <li>- Penulisan kata di laporan</li> </ul>	
4.	Kamis	25 Juli 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulisan kata di laporan</li> <li>- ACC</li> </ul>	

## Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara



**Gambar 1 Natasya Indah-Sales Manager**



**Gambar 2 Ulitha Sembiring-Front Office Manager**



**Gambar 3 Niagara Purwitosari-Senior Sales Manager**



**Gambar 4 Mei Ayu-Sales Manager**

**Lampiran 6 Halaman Persetujuan Proposal Tugas Akhir**

**HALAMAN PERSETUJUAN  
PROPOSAL TUGAS AKHIR**

**STRATEGI SALES MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
OCCUPANCY DI HOTEL GRAND MERCURE SOLO BARU**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menempuh Mata Kuliah Tuags Akhir  
Pada Program Studi Diploma III Perhotelan

Oleh:

Nama : Ardani Aji Winata

NIM : 20100014

Tegal, 2024

Menyetujui

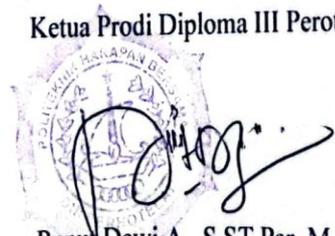
Penilai



Wiyanti, S.Kom, M.M.  
NIPY.09.020.454

Mengetahui

Ketua Prodi Diploma III Perotelan



Pupuk Dewi A., S.ST.Par, M.Par.  
NIPY.12.017.362