

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri perhotelan telah berkembang menjadi salah satu sektor terbesar di dunia. Kata "hospitality" sendiri berarti sikap ramah dan murah hati dalam menyambut serta menghibur tamu. Sedangkan, industri perhotelan merujuk pada sektor industri yang fokus utamanya adalah memberikan layanan, keramahan, dan hiburan bagi tamu. Salah satu cabang dari industri ini adalah industri makanan dan minuman. Kegiatan dalam industri perhotelan berkaitan erat dengan upaya memberikan hiburan bagi tamu, sehingga industri ini memiliki keterkaitan dengan sektor pariwisata (Asep Parantika, 2021). Salah satu hotel yang ada di Bali dan terletak dekat dengan bandara internasional adalah Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali ini dibangun pada tahun 1992. Hotel ini merupakan hotel Holiday Inn pertama di Bali dan dikelola oleh Intercontinental Hotel Grup. Pada tahun 2002 Holiday Inn tidak lagi dikelola Intercontinental Hotel Grup dan mengubah nama hotel menjadi Holiday Inn Bali Hai. Dan pada tahun 2009 hotel berubah nama lagi menjadi hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. Holiday Inn Resort Baruna Bali merupakan hotel berbintang 5 terletak di daerah Kuta selatan. Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali ini juga memberikan pelayanan berupa restaurant, yaitu Envy Restaurant yang merupakan *All Day Dinning Restaurant* mengusung tema *outdoor*, dengan menu makanan *Asian* dan *Western*. Envy Restaurant yang berdekatan dengan pesisir pantai Jerman yang langsung menghadap *view* pantai ini sangat diminati tamu lokal maupun mancanegara karena

view sunsetnya. Restaurant ini dapat menampung kurang lebih 120 *seat*, melayani *Lunch*, dan *Dinner* menggunakan *ala carte*.

Penjelasan tersebut menekankan pentingnya peran *server* dalam memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan bagi tamu yang datang ke Envy Restaurant Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, para *server* diharapkan memberikan pelayanan yang sempurna dan mencerminkan profesionalisme. Mereka juga memiliki tanggung jawab dalam *Up selling* untuk mencapai atau bahkan melampaui target pendapatan bulanan yang telah ditetapkan. Mencapai target ini tidaklah mudah, karena *server* harus mampu menawarkan serta menjual lebih banyak makanan dan minuman yang menguntungkan perusahaan (Asep Parantika, 2021).

Up selling adalah strategi menawarkan produk serupa namun dengan harga jual lebih tinggi dan tambahan manfaat bagi konsumen (Prananta, 2024). *Up selling* mengacu pada teknik penjualan di mana penjual mendorong calon pelanggan untuk membeli produk atau layanan yang lebih mahal dan berkualitas lebih baik, dengan tujuan meningkatkan keuntungan perusahaan atau hotel. Sesuai dengan fasilitas yang akan didapatkan, dalam upaya untuk membuat perusahaan atau hotel mendapat profit *sell* yang lebih baik. Untuk itu seorang yang berada di bagian *server* harus mempunyai kemampuan yang memadai untuk “berjualan” (Salsabila Chaerunnisa1, 2019).

Up selling merupakan Strategi pemasaran penjualan dengan menawarkan produk dengan nilai jual yang lebih tinggi kepada tamu bertujuan agar penjualan lebih tinggi untuk mencapai sebuah target yang sudah disepakati oleh perusahaan (Yuli Setyorini, 2024). Strategi *Up selling* adalah program penjualan yang menawarkan produk serupa namun dengan nilai atau harga yang lebih tinggi dibandingkan produk

sejenis lainnya (I Komang Yoga Prananta¹, 2024). Di Envy Restaurant ditemukan kurangnya kesadaran pramusaji akan pentingnya *Up selling* yang dapat berdampak pada penjualan *food and beverage*. Kurangnya kesadaran tersebut menjadi fokus penelitian, mengingat *Up selling* sangat diharapkan oleh manajemen hotel. *Up selling* di Envy Restaurant sangat dibutuhkan apalagi pada saat *low season* untuk meningkatkan *revenue* setiap hari. Target penjualan di Envy Restaurant yaitu 35jt/hari. Jadi untuk mencapai *revenue* 35jt/hari pramusaji Envy Restaurant harus/diwajibkan menerapkan *Up selling* untuk meningkatkan penjualan di Envy Restaurant

Di Envy Restaurant Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali pramusaji diwajibkan untuk *Up selling*. Menjadi tantangan tersendiri bagi pramusaji, khususnya bagi yang belum melaksanakan perannya dengan baik karena belum mampu melakukan *Up selling*, sehingga berdampak pada penjualan *Food and Beverage*. Disamping itu target penjualan di Envy Restaurant yaitu 30jt perharinya, maka dari itu pramusaji di Envy Restaurant diwajibkan untuk menerapkan strategi *Up selling*. Melihat kondisi ini penting sekali pramusaji untuk menguasai perannya tidak hanya menyajikan tetapi mampu melakukan *Up selling*. Dari latar belakang atau beberapa hasil observasi awal sehingga dibutuhkanlah kajian lebih lanjut mengenai peran pramusaji dalam meningkatkan penjualan di Envy Restaurant Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bahwa penjualan *Food and Beverage* di Envy Restaurant, Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali belum mencapai hasil yang optimal. Salah satu penyebabnya adalah strategi *up selling* yang belum diterapkan secara maksimal oleh staf restoran. Kurangnya pelatihan yang berkelanjutan, pemahaman yang terbatas mengenai teknik *up selling*, serta belum adanya evaluasi kinerja yang terstruktur

menjadi faktor penghambat dalam implementasi strategi ini. Selain itu, motivasi dan komunikasi antara staf dan manajemen dalam penerapan *up selling* juga masih kurang konsisten. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai bagaimana strategi *up selling* dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan penjualan serta kontribusinya terhadap pencapaian target pendapatan restoran.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana penerapan strategi *up selling* di Envy Restaurant, Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi *up selling* oleh staf restoran?
3. Sejauh mana pengaruh strategi *up selling* terhadap peningkatan penjualan *Food and Beverage* di Envy Restaurant?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis penerapan strategi *up selling* di Envy Restaurant, Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali.
2. Mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi *up selling* oleh staf restoran.
3. Mengetahui pengaruh strategi *up selling* terhadap peningkatan penjualan produk *Food and Beverage* di Envy Restaurant.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada upaya peningkatan penjualan produk *Food and Beverage* melalui strategi *up selling* yang diterapkan di Envy Restaurant, Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. Penelitian ini tidak mencakup strategi pemasaran lainnya seperti *cross selling*, promosi harga, atau digital marketing. Fokus penelitian hanya pada penerapan strategi *up selling* oleh staf restoran dan pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini juga hanya berlaku pada konteks Envy Restaurant dan belum tentu dapat digeneralisasikan ke seluruh bagian atau *outlet* lain di hotel.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil pelaksanaan penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

- a) Menambah pengetahuan mengenai strategi *up selling* sebagai metode peningkatan penjualan *Food and Beverage* di industri perhotelan.
- b) Memberikan wawasan akademis mengenai peran strategi penjualan langsung (*direct selling strategy*) dalam meningkatkan pendapatan restoran hotel.
- c) Berkontribusi terhadap pengembangan teori pemasaran dan manajemen operasional di bidang hospitality, khususnya dalam konteks peningkatan penjualan melalui strategi interpersonal oleh staf.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Hotel

Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi manajemen Holiday Inn Resort Baruna Bali dalam mengoptimalkan penerapan strategi *up selling* di Envy Restaurant untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan makanan dan minuman.

a. Bagi Manajemen Hotel

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi manajemen hotel lainnya dalam memahami dan menerapkan strategi *up selling* secara efektif sebagai salah satu upaya peningkatan penjualan yang berkelanjutan.

b. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber rujukan untuk penelitian lanjutan yang membahas strategi penjualan di industri perhotelan, serta dapat dikembangkan ke area lain seperti *cross selling*, digital promotion, atau program loyalitas pelanggan.

