
Peran Leisure Sales dalam Meningkatkan *Occupancy* (Studi Kasus di *Movenpick Resort & SPA Jimbaran Bali*)

Yulitae¹, Dwi Agus Kristianto², Amin Kiswanto³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, Indonesia

Email : yulitaetyull@gmail.com, aguskris@stipram.ac.id, aminkiswanto@stipram.ac.id

Abstrak

Perkembangan pesat industri perhotelan membutuhkan peran penting sales dalam menjaga keberlangsungan hotel. Salah satu tipe akomodasi yang memerlukan keterlibatan sales adalah resort, khususnya melalui peran leisure sales. Resort merupakan jenis akomodasi yang sangat bergantung pada kontribusi sales, terutama leisure sales, untuk meningkatkan pendapatan dan tingkat hunian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran leisure sales dalam meningkatkan tingkat hunian (*occupancy*) di *Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan pencarian informasi melalui internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leisure sales memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan tingkat hunian hotel. Keterlibatan leisure sales tidak hanya mampu meningkatkan *occupancy*, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan profitabilitas dan citra hotel. Selain itu, strategi penjualan yang diterapkan oleh leisure sales memungkinkan hotel untuk bersaing lebih efektif di industri perhotelan yang kompetitif, terutama di wilayah pariwisata utama seperti Bali. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi peran leisure sales sangat penting untuk keberhasilan operasional dan daya saing hotel, serta memberikan wawasan strategis bagi hotel lain yang ingin meningkatkan performa melalui peran leisure sales.

Kata kunci : resort; peran; leisure sales.

Abstract

The rapid development of the hotel industry requires an important role for sales in maintaining hotel sustainability. One type of accommodation that requires sales involvement is resorts, especially through the role of leisure sales. Resorts are a type of accommodation that relies heavily on sales contributions, especially leisure sales, to increase revenue and occupancy rates. This study aims to analyze the role of leisure sales in increasing occupancy in Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali. The research method used is qualitative descriptive, with data collection techniques through direct observation and information search through the internet. The results of the study show that leisure sales have a significant influence in increasing hotel occupancy rates. Leisure sales involvement is not only able to increase occupancy, but also contributes to improving the profitability and image of the hotel. In addition, the sales strategy implemented by leisure sales allows hotels to compete more effectively in the competitive hospitality industry, especially in key tourism areas such as Bali. The conclusion of this study confirms that optimizing the role of leisure sales is very important for the success of hotel operations and competitiveness, as well as providing strategic insights for other hotels that want to improve performance through the role of leisure sales.

Keywords: resort; role;
leisure sales

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata semakin diminati dan menjadi kebutuhan dalam kehidupan umat manusia, tidak jarang di antara kita yang sering melakukan kegiatan berpariwisata untuk sekedar menghilangkan penat sejenak maupun untuk kebutuhan bisnis. Di dalam sektor pariwisata ada industri perhotelan yang menjadi salah satu bagian penting dalam menunjang produktifitas pariwisata, yaitu untuk menyediakan jasa kamar, makan dan minum bagi para pengunjungnya (Atriyani, 2019; Printianto Et Al., 2020). Kedua sektor ini saling bergantung dan tidak dapat dipisahkan. Industri perhotelan berperan penting dalam mempromosikan dan mendukung keberlangsungan sektor pariwisata. Menurut Anjani et al., (2023) Hotel bermacam-macam jenisnya, setiap jenis mengikuti standar yang berbeda. Sebagai tempat yang ditujukan untuk akomodasi tamu, fokus utamanya adalah menyediakan tempat istirahat yang nyaman. Sebagian tamu ada yang menginap dengan tujuan hanya sekedar untuk beristirahat dengan nyaman saja. Namun, ada juga beberapa tamu menganggap hotel sebagai tempat untuk rekreasi sehingga fasilitas sangat dinilai kualitas dan kelengkapannya oleh tamu (Adhitama, 2020; Gustianingrum & Lissimia, 2023; Utamingtyas, 2020).

Salah satu hotel yang melibatkan peran sales & marketing department di hotelnya yaitu Movenpick Resort & Spa Jimbaran, Bali (Putra, 2017; Riyadi, 2019). Seperti yang kita ketahui Bali merupakan salah satu pulau di Indonesia yang terkenal akan destinasi wisata dan budayanya, sehingga banyak dari para pembisnis perhotelan beramai-ramai ikut ambil keuntungan dengan membangun berbagai jenis hotel di berbagai tempat. Berdasarkan kualifikasinya Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali merupakan hotel resort yang terletak di kawasan pariwisata, dan tergolong baru di bandingkan dengan hotel pesaing lainnya, Resort ini di buka pada bulan maret tahun 2017 di pulau Bali. Dengan adanya peran sales team dan kerjasama dengan marketing team Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali mampu dengan sukses bersaing dan menjadi salah satu family resort terbaik di Bali.

Penelitian terkait peran leisure sales dalam meningkatkan *occupancy* hotel umumnya telah mencakup berbagai aspek, termasuk strategi pemasaran dan kerjasama dengan agen perjalanan, namun belum secara mendalam mengeksplorasi interaksi langsung antara leisure sales dan pelanggan dalam konteks resort (Supriadi, 2022). Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap peran leisure sales dalam meningkatkan tingkat hunian (*occupancy*) di resort kelas atas, yang belum banyak dibahas secara mendalam dalam literatur sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi dan internet searching, yang memberikan perspektif baru terkait bagaimana strategi leisure sales diterapkan dalam konteks resort di Bali. Selain itu, penelitian ini memperkenalkan strategi khusus leisure sales yang dapat diadaptasi oleh hotel dan resort lainnya dalam meningkatkan daya saing dan profitabilitas mereka di pasar yang kompetitif, khususnya di Bali yang merupakan salah satu destinasi wisata utama di dunia (Pratisca, 2018).

Penelitian ini mendesak dilakukan mengingat semakin ketatnya persaingan dalam industri perhotelan, terutama di Bali yang menjadi destinasi wisata utama di Indonesia dan

dunia. Pasca-pandemi Covid-19, sektor perhotelan mulai bangkit dan hotel-hotel berlomba untuk meningkatkan hunian kamar dan profitabilitas mereka (Chusumastuti & Poereta, 2022). Dalam kondisi ini, peran leisure sales menjadi semakin penting untuk menarik wisatawan, terutama dalam segmen keluarga dan rekreasi. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai peran leisure sales dalam meningkatkan *occupancy*, hotel dapat mengoptimalkan strategi penjualan mereka, sehingga mampu bertahan dan bersaing di pasar yang sangat kompetitif. Urgensi ini juga didukung oleh fakta bahwa keberhasilan leisure sales dapat berdampak signifikan terhadap kestabilan finansial dan pertumbuhan hotel dalam jangka panjang.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Supriadi, (2022) penelitian dilakukan di Hotel Alila Solo dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan studi pustaka. Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder dengan teknik analisis data dengan menggunakan triangulasi data. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa strategi penjualan kamar berdasarkan market segment, promo room package, dan metode reservasi berpengaruh terhadap peningkatan room *occupancy* hotel.

Tujuan penelitian ini untuk mengoptimalkan peran leisure sales dalam industry perhotelan dalam meningkatkan *occupancy*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran dan dampak leisure sales dalam meningkatkan tingkat hunian (*occupancy*) di Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali. Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana leisure sales berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas hotel, mengeksplorasi strategi dan pendekatan yang dilakukan oleh leisure sales dalam menarik pelanggan potensial dan menilai efektivitas leisure sales dalam menghadapi persaingan di industri perhotelan, khususnya dalam konteks resort. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai strategi penjualan dalam industri perhotelan, khususnya mengenai peran leisure sales dalam meningkatkan *occupancy*, bagi manajemen hotel, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan dalam menyusun strategi penjualan yang lebih efektif guna meningkatkan *occupancy* dan profitabilitas serta penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya peran leisure sales dalam industri perhotelan, yang dapat diadopsi oleh hotel-hotel lainnya dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam mengumpulkan, menganalisis dan menyusun JIK ini, Menurut DS & Wusko, (2020), penelitian deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk menguraikan dan menjelaskan fenomena-fenomena yang terjadi, baik yang bersifat alamiah maupun hasil rekayasa manusia, dengan menfokuskan pada karakteristik dan kualitas antar kegiatan.

Penelitian ini dilakukan di Mövenpick Resort & Spa Jimbaran Bali yang terletak di Jl. Wanagiri No.1, Jimbaran, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali 80362

Adapun subjek dalam penelitian adalah department sales yang berfokus pada bagian leisure sales team dan objek penelitian dalam penelitian ini yaitu bagaimana peran leisure sales dalam meningkatkan *occupancy* di Mövenpick Resort & Spa Jimbaran Bali.

Penulis mengumpulkan data menggunakan metode observasi yang dimana menurut DS & Wusko, (2020) observasi diartikan sebagai proses mengamati suatu objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan keinginan serta tujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data lainnya yang dilakukan penulis yaitu dengan teknik Internet Searching yang dimana mengumpulkan informasi melalui internet dengan merujuk pada referensi, jurnal, artikel, hingga peraturan perundang-undangan secara daring yang terkait dengan objek penelitian

Teknik wawancara ini dilakukan secara langsung melalui tanya jawab antara peneliti atau pengumpul data dengan responden atau informan atau sumber data. yang kemudian disusun dan disimpulkan oleh peneliti. Penulis mengumpulkan data melalui catatan, buku, transkrip, hingga gambar kegiatan.

Teknik analisis data yang dilakukan penulis yaitu dengan melibatkan langkah-langkah seperti pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Pengumpulan data menurut Sugiono, (2016) pada langkah ini menjelaskan apa yang peneliti lihat, dengar, rasakan, dan tanyakan perihal informasi yang diperoleh. Data yang dikumpulkan masih mentah, berisi informasi yang belum diolah dengan baik.

Reduksi data merupakan suatu langkah dalam analisis data yang melibatkan upaya menyederhanakan, mengelompokkan, dan menghilangkan data yang tidak terlalu relevan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa data dapat memberikan informasi yang berguna dan memudahkan penulis dalam menarik Kesimpulan.

Penyajian data melibatkan proses pengaturan data secara sistematis dan jelas, dengan niat mempermudah pemahaman mengenai informasi yang ditulis oleh penulis.

Penarikan Kesimpulan pada tahap ini, hasil reduksi data merujuk pada tujuan analisis yang ingin dicapai penulis, Tujuan dari tahap ini yaitu mencari makna dari data yang dikumpulkan dengan cara menemukan hubungan, persamaan, atau perbedaan kemudian menarik kesimpulan sebagai solusi dari permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Movenpick Resort & Spa Bali

Movenpick Resort & Spa memiliki sejarah yang berawal dengan didirikannya sebuah restoran pada tahun 1948 di Zurich, Swiss oleh Ulie Prager, yang saat itu menjabat sebagai kepala divisi perusahaan. Kemudian, pada tahun 1973, Movenpick memutuskan untuk memperluas portofolionya dengan membangun sebuah hotel pertamanya di Zurich, Swiss. Dengan perkembangan perusahaan yang pesat hingga sekarang ini, Movenpick berhasil memperluas jejaknya ke Indonesia dengan mendirikan hotel pertamanya di Pulau Bali, yang dikenal sebagai Movenpick Resort & Spa Jimbaran, Bali pada tahun 2017.

Movenpick Resort & Spa Jimbaran, Bali berada di jalan Wanagiri No. 1, Jimbaran, Kuta Selatan, Badung Regency, Bali. Yang dimana resort ini terletak persis di dalam kompleks Samasta Lifestyle Village, sebuah destinasi wisata yang menawarkan berbagai fasilitas menyenangkan seperti restoran, kafe, hiburan, serta area perbelanjaan oleh-oleh Bali.

Resort ini memiliki 297 kamar dengan tipe kamar yaitu Classic Room type, Junior suite, Family room type, premium suite, dan Jimbaran pool suite. Adapun fasilitas yang dimiliki resort ini diantaranya yaitu restoran, kolam renang, meeting room, kids club, gym, recreation, dan spa.

Fasilitas Movenpick Resort & Spa Bali

Movenpick Resort and Spa Jimbaran Bali memiliki fasilitas yang dapat memanjakan pengunjung yang datang dimulai dari restoran yang dijaga ketat kebersihannya, hingga area rekreasi yang menyenangkan dan luas. berikut fasilitas yang dimiliki oleh Movenpick Resort and Spa Jimbaran Bali.

a. Anarasa Restoran

Anarasa Restaurant merupakan restoran All Day Dining dengan memberikan tontonan open kitchen bagi tamu yang berkunjung serta menyediakan 273 tempat duduk baik di dalam ruangan maupun di luar ruangan. Restoran ini menawarkan live cooking stations, breakfast buffet, set lunch menu, dan À la carte menu.

b. Gejala Pool Bar

Adalah bar yang berada di area kolam renang yang menyajikan international light meals, pizzas, hingga minuman beralkohol dan non-alkohol

c. Katha Lobby Lounge & Library

Katha merupakan lobby loungenya Movenpick Resort & Spa Jimbaran, Bali. Yang dimana tamu bisa merasakan five single-origin espressos yang disajikan dengan indah bagi tamu yang datang.

d. Arkipela Spa & Wellness

Arkipela Spa & Wellness merupakan tempat dimana para pengunjung bisa merasakan perpaduan antara kesehatan fisik, emosional, dan spiritual yang diberikan oleh karyawan yang professional, sehingga pengunjung dapat dimanjakan dengan sangat baik.

e. Meera Kids Club

Merupakan tempat penitipan anak yang dimana memiliki banyak sekali fasilitas dan kegiatan menyenangkan untuk menghibur anak-anak yang berkunjung, serta orang tua tidak perlu khawatir karena adanya staff yang mengawasi setiap kegiatan anak selama di area bermain.

f. Swimming Pool

Movenpick memiliki 4 jenis kolam renang yaitu diantaranya Lap Pool, Leisure Pool, Kids Pool, Toddler Pool dengan total keseluruhan sebesar 5.000 M²

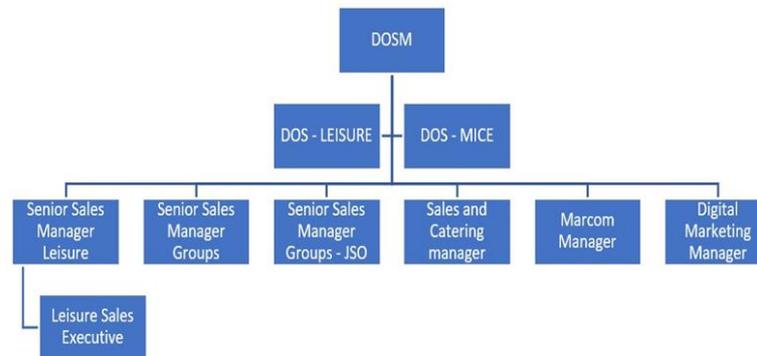
g. Meeting Room

Movenpick menyediakan 4 jenis meeting room yaitu diantaranya Akasa Ballroom, Baga, Boardroom, & Ballroom Foyer yang biasanya digunakan oleh tamu grup untuk acara gathering dan lainnya.

Pembahasan

Struktur Organisasi

Leisure sales dalam industri perhotelan merupakan bagian dari departemen Sales dan Marketing yang berkonsentrasi pada penjualan kamar dan fasilitas kepada tamu yang berorientasi pada rekreasi atau liburan (Pancaningsih et al., 2022). Movenpick Resort & Spa Jimbaran, Bali merupakan salah satu hotel yang membutuhkan adanya peran leisure sales untuk meningkatkan okupansi hotelnya, mengingat hotel ini merupakan sebuah family resort yang dimana para pengunjungnya rata-rata datang untuk menikmati liburan baik di luar hotel maupun di dalam hotel. Untuk membahas lebih dalam bagaimana peran leisure sales di Movenpick Resort & Spa Jimbaran, Bali. berikut struktur organisasi Sales & Marketing Departement



Gambar 1. Struktur Organisasi Sales & Marketing Dept. Movenpick Bali

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis.

1. Peran Leisure Sales

Selama melaksanakan program On Job Training, penulis berkesempatan memiliki peran menjadi Leisure Sales Trainee yang dimana penulis dapat belajar banyak hal mengenai kegiatan sales hotel, serta ilmu berharga lainnya. Berdasarkan pengamatan penulis selama menjalani On Job Training, adapun peran yang dilakukan oleh tim penjualan dalam segmen leisure sebagai berikut.

a. Analisis Pasar

Melakukan Analisa pasar untuk mengetahui tren, preferensi, serta kebutuhan pelanggan potensial. dan juga menganalisis data demografis, customer culture, dan pola pemesanan untuk mengidentifikasi peluang pasar.

b. Development Promotion Program

Menciptakan program-program khusus untuk menarik pelanggan, termasuk penawaran paket akomodasi, recreation, hingga penawaran spesial lainnya.

c. Partnership dan Collaboration

Menjalin hubungan dengan travel agent untuk meningkatkan visibilitas dan distribusi akomodasi, yang dimana adanya kontrak khusus yang dapat menguntungkan pihak travel agent maupun pihak hotel.

d. Berpartisipasi dalam acara industri pariwisata

Berpartisipasi dalam acara tertentu merupakan salah satu cara untuk mempromosikan hotel terhadap audiens yang relevan dan juga terbangunnya networking untuk memperluas jangkauan pemasaran (Andriani et al., 2023).

e. Selling and Booking Management

Memastikan proses pemesanan dan penjualan berjalan lancar dan efisien. serta memantau tingkat *occupancy* baik harian, bulanan, hingga tahunan, serta berperan dalam melakukan penyesuaian ADR.

f. Evaluasi Kinerja

Mengevaluasi dan menganalisis kinerja campaign maupun strategi lainnya dengan tujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan serta mengidentifikasi masalah beserta solusi pemecahannya.

Untuk mengetahui lebih dalam bagaimana peran dan tanggung jawab setiap sales person di Movenpick Resort Spa & Jimbara, Bali. Berikut tugas dan tanggung jawabnya:

a. Director Of Leisure Sales

- 1) Memimpin identifikasi, upaya penjualan, dan hubungan dengan top leisure travel producers.
- 2) Memimpin upaya untuk mengumpulkan dan mengorganisir informasi kompetitif yang relevan.
- 3) Membantu dalam pembuatan dan analisis budgets, forecasting, rates, dan pricing guidelines.
- 4) Merencanakan Leisure Travel Marketing dan Action Plans.
- 5) Memimpin strategi dalam mencapai target *occupancy* dan revenue dalam segment leisure.
- 6) Mewakili perusahaan pada acara seperti travel industry tradeshows, conference dan meetings.
- 7) Monitoring pengiriman pesan kepada leisure travel customers mengenai pembaruan program sales, dan tawaran lainnya.
- 8) Meninjau produksi akun dan pola perjalanan untuk menentukan segmen pasar yang sesuai untuk negosiasi
- 9) Berkolaborasi dengan tim revenue management dan reservation team.
- 10) Berinteraksi dengan public relations untuk memastikan semua orang mendapatkan informasi baru mengenai program, paket, dan travel industry events yang dapat memberikan liputan hubungan masyarakat positif dalam media perdagangan atau lokal.
- 11) Bertanggung jawab atas semua konsorsium dan kemitraan strategis.
- 12) Menjaga relationship dengan competitors baik secara regional dan nasional.

b. Leisure Sales Manager

- 1) Membantu dalam mengembangkan dan mengeksekusi strategi penjualan komprehensif untuk menarik pelancong rekreasi termasuk individu, keluarga, dan kelompok rekreasi.
- 2) Memimpin upaya penjualan hotel dengan key leisure market account. Melakukan sales call, menghadiri tradeshows, forums, workshops, dan acara industri lainnya untuk mempromosikan hotel serta mendapatkan prospek yang berkualifikasi. Menyiapkan

korespondensi kepada pelanggan, internal booking reports, leisure presentations, dan melakukan file maintenance.

- 3) Mengidentifikasi dan mengkualifikasi potensi prospek melalui riset, jaringan, dan upaya outreach. Menjaga saluran prospek yang kuat.
- 4) Membangun dan menjaga hubungan yang kuat dengan leisure clients, memahami kebutuhan dan preferensi mereka untuk memberikan rekomendasi yang disesuaikan dan meningkatkan pengalaman mereka. Mengelola dukungan pelanggan setiap harinya dengan agency accounts.
- 5) Mengembangkan dan mempertahankan pengetahuan tentang tren pasar, persaingan, dan pelanggan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman. Menyesuaikan strategi penjualan sesuai kebutuhan.
- 6) Bekerja sama dengan anggota tim untuk memastikan promosi paket rekreasi yang efektif dan pelaksanaan pengalaman tamu yang luar biasa.
- 7) Menganalisis data penjualan rekreasi dan tren pasar untuk memperkirakan pendapatan dengan akurat. Menyediakan laporan kegiatan/ rencana penjualan reguler dan pembaruan.

c. Leisure Sales Executive

- 1) Menumbuhkan dan merawat hubungan dengan klien untuk meningkatkan pendapatan.
- 2) Mengembangkan dan melaksanakan strategi penjualan yang sejalan dengan tren pasar.
- 3) Melakukan penelitian pasar menyeluruh untuk mengidentifikasi peluang-peluang baru.
- 4) Berkolaborasi dengan tim untuk operasi yang lancar.
- 5) Meraih dan melampaui target penjualan melalui inisiatif strategis.
- 6) Berpartisipasi atas nama perusahaan dalam pameran atau konferensi.
- 7) Menegosiasikan/menyelesaikan kesepakatan dengan customer.

d. Leisure Sales Coordinator

- 1) Bertanggung jawab untuk membuat proposal dan kontrak dengan travel agent
- 2) Mengelola surat internal/eksternal, formulir, pemesanan, kontrak, resume, jadwal, dan surat
- 3) Menjawab telepon dan membantu tamu internal dan eksternal dengan permintaan mereka. Korespondensi melalui email yang diarahkan oleh manajer sesuai kebutuhan.
- 4) Membantu lead coordinator seperti kebutuhan para senior di departemen sales.
- 5) Membantu sales person dalam melakukan site inspection bersama client.
- 6) Membantu dalam menyiapkan presentasi untuk sales trip, sales call, tradeshow, dan acara kegiatan lainnya.
- 7) Membantu dalam pengiriman dokumen terkait penjualan kepada client.
- 8) Bekerjasama dengan client untuk memastikan situs web di perbaharui
- 9) Bertanggung jawab penuh untuk mengelola, menjaga, dan merawat semua data departemen sales.

Penjelasan diatas merupakan beberapa tugas dan tanggung jawab seorang sales person yang dimana setiap sales memiliki peran yang berbeda-beda dalam kegiatan penjualan.

2. Pengaruh leisure sales

Dengan adanya peran leisure sales dalam menjual hunian hotel, maka perlu diketahui bagaimana peranannya memiliki dampak positif serta menguntungkan bagi perusahaan. Berdasarkan dari pengumpulan dan analisis data yang dilakukan penulis, dapat diketahui bahwa peranan leisure sales di movenpick resort sangat memberikan pengaruh besar dalam meningkatkan *occupancy* hotel.

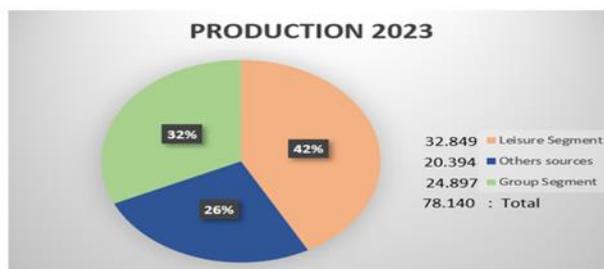


Gambar 2. Leisure Segment Production

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Dengan mengamati perkembangan produksi penjualan oleh leisure sales dari tahun 2021 hingga 2023 dapat diketahui leisure sales sangat signifikan dalam meningkatkan tingkat hunian hotel. Statistik menunjukkan peningkatan yang mencolok, terutama saat beralih dari tahun 2022 ke tahun 2023, dimana peningkatan ini dapat dihubungkan dengan membaik nya kehidupan sosial dari pandemi Covid-19. Sehingga peningkatan minat wisatawan untuk menginap di hotel maupun melakukan kegiatan wisata lainnya terus naik.

Production 2023		
LEISURE	Fully Inclusive Tour	19.047
	Opaque	12.584
	Tour Series	1.218
GROUP	Adhoc Leisure Groups	5.560
	Government Military Em	4.598
	Groups Meeting	4.520
	BAR on Leisure Prepaid	4.297
	BAR on Leisure	3.987
	Group Fairs Events	1.651
	Incentive Groups	284
	BAR on Business Prepaid	7.264
	BAR on Business	7.147
OTHERS	Friends Family Trade	1.566
	Staff on Vacation	1.299
	LCR Rates	894
	Complimentary	676
	House	572
	Staff on Duty	342
	Package	298
	ICRG Rates	224
	Longstay	87
	Layover unexpected	17
	Airline Training	8
Paymaster	-	
Total R/N	78.140	



Gambar 3. Production 2023

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis.

Sedangkan data diatas merupakan Production Report 2023 dari semua segments termasuk Leisure Segment, Group Segment, Direct Booking, OTA, dan lain sebagainya.

Yang dimana leisure sales berhasil unggul 42% jika dibandingkan dengan Group segment dan sumber lainnya dengan total produksi sebesar 32.849. Adapun hasil yang diperoleh segmen leisure datang dari FIT sebesar 19.047, Opaque 12.584 serta Tour Series sebesar 1.218.

3. Optimalisasi Peran Leisure Sales

Setelah mengetahui peran dan pengaruh leisure sales di Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali, dapat diketahui bahwa adanya peran leisure sales berdampak besar dan positif untuk meningkatkan *occupancy* suatu resort ataupun hotel. Sehingga langkah selanjutnya yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan mengoptimalkan peran leisure sales dalam meningkatkan *occupancy* hotel. Adapun cara mengoptimalkan peran leisure sales di antaranya yaitu:

a. Peningkatan Pelatihan dan Pengembangan

Memberikan pelatihan yang lebih intensif dan berkelanjutan kepada tim penjualan tentang berbagai aspek seperti teknik penjualan, layanan pelanggan, tren industri pariwisata terkini, dan pelatihan bermanfaat lainnya. Hal ini akan meningkatkan efektivitas dan kemahiran sales dalam meningkatkan *occupancy*.

b. Pengembangan Networking

Membangun dan meningkatkan koneksi kerjasama dengan travel agent maupun stakeholder lainnya seperti melakukan agenda pertemuan, fam trip untuk travel agents, dan ikut serta dalam acara industri hospitality dan kepariwisataan. Dengan jaringan yang lebih luas, leisure sales dapat menjangkau lebih banyak calon tamu dan menawarkan paket-paket menarik.

c. Interesting Campaign

Membuat kampanye yang menarik seperti seasonal campaign, honeymoon packages, festive campaign, dan promosi lainnya, untuk menarik minat customer.

Dengan mengoptimalkan kinerja dan peran leisure sales, hal ini dapat membantu dalam meningkatkan efisiensi kerja dan produktifitas sales

KESIMPULAN

Keberhasilan dalam meningkatkan *occupancy* di resort tidak hanya bergantung pada ketersediaan fasilitas yang memadai, tetapi juga pada penerapan strategi penjualan yang efisien. Dalam industri perhotelan, khususnya di resort, leisure sales memainkan peran penting dalam meningkatkan *occupancy* hotel dikarenakan pemahaman yang terspesialisasi dan komprehensif tentang kebutuhan dan preferensi calon tamu dalam aspek rekreasi dan waktu luang. seperti Movenpick Resort & Spa Jimbaran Bali, keterlibatan peran leisure sales telah berhasil membuahkan hasil positif, tidak hanya mencakup peningkatan hunian kamar tetapi juga mempengaruhi citra, reputasi, dan pemanfaatan fasilitas resort secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, I. N. D. (2020). *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur Home Resort Di Terusan Nunyai Di Lampung Tengah, Lampung*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Andriani, D., Andriani, Y., & Pratama, A. (2023). Strategi Pemasaran Pada Hotel Wisata Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 107–114.
- Anjani, J., Kiswanto, A., Damiasih, D., Susanto, D. R., & Maulana, R. (2023). Strategi Sales Admin Dalam Mengelola Event Pesparawi Jambi Di Gallery Prawirotaman Hotel Yogyakarta. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(1), 65–72.
- Atriyani, D. (2019). *Analisis Peran Industri Pariwisata Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Lokal Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Hotel Dan Restoran Di Kabupaten Pesisir Barat)*. Uin Raden Intan Lampung.
- Chusumastuti, D., & Poereta, E. A. (2022). Strategi Hotel Lombok Astoria Dalam Mempertahankan Citra Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(3), 259–269.
- Ds, Y. N., & Wusko, U. (2020). Analysis Of Students' Environmental Care Attitudes At Sdit Al-Irsyadiyyah. *Jurnal Sekolah Dasar*, 5(2), 92–97.
- Gustianingrum, R., & Lissimia, F. (2023). Kajian Konsep Arsitektur Modern Tropis Pada Bangunan Resort Studi Kasus: Bhotanica Khao Yai, Thailand. *Jurnal Arsitektur Sulapa*, 5(1).
- Pancaningsih, R., Baaq, S. H., Latifah, R. N., Wahit, A. N., Handayu, M. D., Rahmawati, E., Maharani, V. D. P., Zain, M. F., & Santoso, A. P. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store Di Sukoharjo. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 134–148.
- Pratisca, R. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Hotel The Rinra Makassar Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Okupansi*. Universitas Fajar.
- Printianto, I., Tyas, D. W., & Annisa, R. N. (2020). Peluang Dan Tantangan Penerapan Prinsip Syariah Di Industri Perhotelan: Studi Kasus Hotel Unisi Yogyakarta. *Pringgitan*, 1(2).
- Putra, Y. P. (2017). Lesson Learned: Nature And Waterfront Architecture (Case Study: Resort). *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 273–284.
- Riyadi, A. A. N. (2019). *Hotel Resort Di Kawasan Wisata Alam Posong, Kab Temanggung*. Unika Soegijapranata Semarang.
- Sugiono. (2016). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, B. (2022). *Analisis Kinerja Pemasaran Pariwisata*.
- Utaminingtyas, B. M. (2020). *Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur Pengembangan Wisma Kaliurang Menjadi Hotel Resort Menggunakan Konservasi Arsitektur Di Kaliurang, Sleman, Diy*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



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