

ABSTRACT

Sebagai sarana akomodasi bagi kepariwisataan, persaingan antar hotel di Bali sangat ketat. Oleh karena itu, hotel-hotel tersebut melakukan banyak strategi pemasaran dalam menjual produk mereka. *Front officer* sebagai sumber informasi bagi para tamu hotel diharapkan memiliki *product knowledge* yang baik sehingga mereka dapat memberikan service yang baik. *Product knowledge* yang dimiliki seorang *front officer* tidak semata-mata mengenai fasilitas hotel tetapi juga hal-hal yang berkaitan dengan perjalanan dan pariwisata karena bisnis perhotelan tidak bisa terlepas dari bisnis perjalanan dan pariwisata. Melalui *product knowledge* yang baik, para *front officer* dapat menstimulasi AIDA para tamu dengan cara mempromosikan nilai lebih yang dapat dinikmati jika mereka tinggal di hotel tersebut.

AIDA adalah singkatan dari *Attention* – perhatian, *Interest* – minat, *Desire* – hasrat, *Action* – tindakan. Dengan tahapan AIDA, diharapkan agar para tamu mendapat perhatian (*attention*) ketika berinteraksi dengan para *front officer*. Ketika ia mendapatkan perhatian (*attention*) akan produk hotel, akan tumbuh minat (*interest*) untuk mengetahui tentang produk hotel lebih jauh. Setelah timbul minat (*interest*), akan muncul hasrat (*desire*) yang berujung pada aksi (*action*), yaitu membeli produk hotel.

Dalam masa magang di Hotel Rosani, Kuta-Bali, saya menemukan masalah bahwa tidak semua pegawai hotel memiliki *product knowledge* yang sama. Berdasarkan masalah ini, saya tertarik untuk mencari tahu penyebab dan efek dari masalah ini juga mencari tahu solusi terbaik untuk memecahkan masalah ini. Oleh karena itu, saya mengambil bahasan Tugas Akhir yang berjudul “How to Equally Distribute Product Knowledge Related to Travel and Tourism among the Front officers at Rosani Hotel, Kuta-Bali in Stimulating Customers’ Attention-Interest-Desire-Action (AIDA)”

Berdasarkan kompilasi teori, saya menemukan beberapa solusi yang dapat digunakan sebagai jalan keluar permasalahan yang dihadapi Hotel Rosani. Setelah meninjau keadaan Hotel Rosani serta menelaah efek-efek positif dan negatif yang ditimbulkan oleh beberapa solusi tersebut, saya mengambil keputusan bahwa ada dua buah solusi yang dapat digabungkan sehingga menghasilkan solusi terbaik bagi permasalahan yang ada. Solusi pertama adalah membuat brosur baru mengenai hotel yang juga memuat informasi mengenai perjalanan dan pariwisata yang mana brosur tersebut dapat dipakai sebagai alat penyamarataan *product knowledge* para *front officer*. Solusi kedua adalah pemberian *reward* sebagai tindak lanjut proses evaluasi. Saya memiliki keyakinan bahwa kedua solusi tersebut merupakan jalan keluar terbaik bagi permasalahan yang ada.

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
ACKNOWLEDGEMENTS	iii
TABLE OF CONTENTS	v
CHAPTER I: INTRODUCTION	1
A. Background of the Study	1
B. Identification of the Problem	4
C. Objectives and Benefits of the Study	4
D. Description of the Institution	4
E. Limitation and Method of the Study	5
F. Organization of the Term Paper	5
CHAPTER II: PROBLEM ANALYSIS	7
CHAPTER III: POTENTIAL SOLUTIONS	10
CHAPTER IV: CONCLUSION	13
BIBLIOGRAPHY	