

**PENGARUH *UPSELLING* TERHADAP TARGET  
PENJUALAN *WEDDING PACKAGE* DI HOTEL RAFFLES  
JAKARTA**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada  
Program Diploma IV



**Disusun Oleh:**

**Christopher Jonggur Tua  
NIM: 201923372**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2023**

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

PENGARUH *UPSELLING* TERHADAP TARGET PENJUALAN *WEDDING PACKAGE* DI  
HOTEL RAFFLES JAKARTA

NAMA : CHRISTOPHER JONGGUR TUA  
NIM : 201923372  
JURUSAN : HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN PERHOTELAN

Pembimbing Utama,



Dr. R. Fajar Kusnadi Kusumah Putra, M.sc., CHIA., CHE  
NIP. 19850425 201101 1 005

Pembimbing Pendamping,

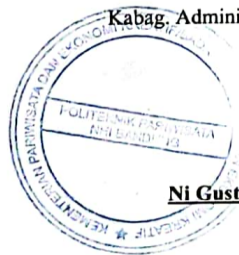


Nenden Dianawati, MM.Par., CHE  
NIP. 19760215 201001 2 005

Bandung, 27 Juni 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE  
NIP. 19710316 199603 2 001


# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *UPSELLING* TERHADAP TARGET PENJUALAN *WEDDING PACKAGE* DI HOTEL RAFFLES JAKARTA

NAMA : Christopher Jonggur Tua  
NIM : 201923372  
JURUSAN : Hospitaliti  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,



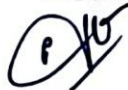
Dr. R. Fajar Kusnadi Kusumah Putra, M.sc., CHIA., CHE  
NIP. 19850425 201101 1 005

Pembimbing Pendamping,



Nenden Dianawati, MM.Par., CHE  
NIP. 19760215 201001 2 005

Penguji I,



Pudir Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE  
NIP. 19850425 201101 1 005

Penguji II,



Drs. Rachmat Mulyawan, MM. Par.  
NIP. 196201291 99203 1 001

Bandung, 11 Agustus 2023

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan  
Kerjasama

Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE  
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Andar Danoya L. Goeltom, S.Sos., M.Sc  
NIP.19710506 199803 1 001

## HALAMAN MOTTO

*“The LORD himself goes before you and will be with you; he will never leave you nor forsake you. Do not be afraid; do not be discouraged.”*

- Deuteronomy 31:8 -

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Di dalam kasih keluargaku yang tak pernah bersyarat seperti kasih Tuhan Yesus Kristus yang tidak pernah selesai.

Teruntuk Opung, Papa, Mama, Bang Harry, Kak Rachel, Kak Yohana, dan adikku terkasih Timmy.

Terima kasih atas tepukan kecil di pundakku dengan harapan yang besar, telah sampailah aku sekarang, di akhir yang membanggakan dan membahagiakan Kasih karunia dari Tuhan selalu menyertai kita dimanapun langkah yang ditetapkan oleh-Nya.

Bukan karena kekuatan ku namun hanya karena kekuatan -Nya



## ABSTRAK

Persaingan hotel berbintang yang semakin ketat di kota Jakarta membutuhkan manajemen pemasaran yang optimal di setiap segmen bisnis termasuk pernikahan, pada tahun 2020 penentuan beserta pencapaian dari target penjualan paket pernikahan di Hotel Raffles Jakarta semakin menurun. Hal ini dapat menjadi masalah apabila target penjualan paket *wedding* tidak tercapai. Penelitian ini berfokus pada pencapaian target penjualan *wedding package*, penerapan strategi *upselling*, dan pengaruh dari penerapan strategi *upselling* terhadap target penjualan *wedding package* di Hotel Raffles Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah multi metode yang berfokus, melibatkan interpretasi, pendekatan alamiah terhadap pokok permasalahan. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi dengan pengolahan data menggunakan aplikasi Nvivo 12 Pro dan triangulasi sumber sebagai uji reliabilitas dan objektivitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik acara pernikahan mempengaruhi teknik pelaksanaan *upselling* sehingga terdapat beberapa teknik khusus. Selain itu, penambahan nilai penjualan dari *upselling* tidak dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan target penjualan di tahun berikutnya, namun strategi ini tetap dinilai penting untuk dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Penulis juga menemukan adanya beberapa tantangan internal dan eksternal dalam menerapkan *upselling*. Hambatan internal dan eksternal dapat diatasi dengan melakukan pelatihan dan meningkatkan komunikasi antar departemen. Untuk itu, penulis merekomendasikan menerapkan kegiatan pelatihan *upselling*, program *mentor-mentee*, dan pelaksanaan SOP *upselling* agar strategi tersebut dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya, penulis merekomendasikan untuk melakukan penelitian secara kuantitatif dengan sampel entitas hotel yang lebih banyak dalam pangsa pasar yang sejenis agar dapat menjawab pengaruh dari fokus penelitian secara statistik dan presentase serta membuat penelitian ini lebih valid dan reliabel.

**Kata Kunci: Karakteristik Acara Pernikahan, Target Penjualan Paket Pernikahan, *Upselling***

## ABSTRACT

The increasingly fierce competition for five star hotels in the city of Jakarta requires optimal marketing management in every business segment including weddings, in 2020 the achievement of sales targets along with the sales target for wedding packages at Raffles Jakarta has decreased. This can be a problem where the wedding package sales target is not achieved. This research focuses on the achievement of wedding package sales targets, the implementation of upselling strategies, and the effect of implementing upselling strategies on wedding package sales targets at Raffles Jakarta. This research uses a qualitative approach and a descriptive method. Qualitative research is a multi-method that focuses, involves interpretation, and a natural approach to the subject matter. Data collection using interviews and observations with data processing using the Nvivo 12 Pro application and source triangulation as a test of reliability and objectivity. The results showed that the characteristics of the wedding event influenced the upselling implementation technique so that there were several special techniques. In addition, the additional sales value from upselling cannot be used as a reference to increase the sales target in the following year, but this strategy is still considered important to be able to achieve the predetermined sales target. The author also found some internal and external challenges in implementing upselling. Internal and external barriers can be overcome by conducting training and improving communication between departments. For this reason, the author recommends implementing upselling training activities, mentor-mentee programs, and the implementation of upselling SOP so that the strategy can be implemented more effectively and efficiently. In addition, for future research, the author recommends conducting quantitative research with a larger sample of hotel entities in a similar market share in order to answer the effect of the research focus statistically and percentage-wise and make this research more valid and reliable.

**Keywords:** *Upselling, Wedding Characteristics, Wedding Package Sales Target*



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur atas Kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini dengan judul “PENGARUH *UPSELLING* TERHADAP TARGET PENJUALAN *WEDDING PACKAGE* DI HOTEL RAFFLES JAKARTA” yang merupakan syarat kelulusan untuk menempuh studi di Diploma IV Pengelolaan Perhotelan.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung dalam pembuatan proyek akhir ini. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Andar Danova L. Goeltom, S.Sos, M.Sc. sebagai Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE. sebagai Kepala Bagian Adminsitrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE. sebagai Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par, CHE. sebagai Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung
5. Bapak Dr. Raden Fajar Kusnadi Kusumah Putra, M.Sc., CHIA., CHE. selaku pembimbing utama yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan motivasi yang membangun selama penyusunan proyek akhir ini
6. Ibu Nenden Dianawati, MM.Par., CHE. selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta mengkoreksi dan memberikan ide selama proses penyusunan penelitian proyek akhir ini.
7. Seluruh dosen dan staff pengajar Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
8. Ibu Gladys Pratiwi selaku *Learning & Development Manager* Raffles Jakarta yang telah memberikan izin penelitian

9. Bapak Tommy Trisdiarto selaku *Director of Sales Marketing* yang telah mendukung dan mengizinkan penelitian untuk dilakukan di department *Sales & Marketing Raffles Jakarta*
10. Bapak Hengki Wirawan, Ibu Shella Bunthara, dan Ibu Naomi Kezia yang telah mendukung penelitian ini dengan sepenuh hati dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat bagi kelancaran penelitian ini
11. Opung, Orang tua, kakak, dan adik yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan proyek akhir ini
12. Rekan – rekan seperjuangan HOALAH, yang tanpanya saya belum tentu bisa berada di tahap ini
13. Seluruh pihak lain yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan proyek akhir baik secara langsung maupun tidak langsung

Penulis dengan seluruh kerendahan hatinya sadar bahwa terdapat beberapa hal yang mungkin kurang berkenan dikarenakan pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas. Sehingga, adanya ketidaksempurnaan dalam pembuatan penelitian proyek akhir ini. Apabila ada kritik, saran dan pendapat yang membangun, maka akan penulis terima agar dapat menyempurnakan penelitian ini sehingga menjadi lebih baik. Semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Bandung, Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Teori.....	9
B. Kerangka Pemikiran .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	37
B. Partisipan dan Tempat Penelitian .....	39
C. Pengumpulan Data.....	40
D. Analisis Data .....	44
E. Pengujian Keabsahan Data .....	48

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
A. Hasil Penelitian .....	53
B. Pembahasan.....	88
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
A. Simpulan .....	107
B. Rekomendasi .....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>124</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
1	BAURAN TIPE EVENT	19
2	KATEGORI SPECIAL EVENTS	20
3	KARAKTERISTIK <i>WEDDING EVENT</i>	22
4	HIRARKI KEBUTUHAN	25
5	ELEMEN SUASANA	26
6	KERANGKA PEMIKIRAN	36
7	KOMPONEN ANALISIS DATA MODEL INTERAKTIF	48
8	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN <i>WEDDING PACAKAGE</i>	102
9	HUBUNGAN <i>UPSELLING</i> DENGAN PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN <i>WEDDING PACKAGE</i>	103
10	FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN <i>UPSELLING</i> DI SUB-DIVISI <i>WEDDING &amp; SOCIAL EVENTS</i>	104
11	PERSONA TAMU PERNIKAHAN DI RAFFLES JAKARTA	105
12	HUBUNGAN KARAKTERISTIK ACARA PERNIKAHAN DENGAN PENERAPAN <i>UPSELLING</i>	106
13	DIAGRAM MEYAKINKAN TAMU	117
14	<i>STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP)</i>	118
15	DIAGRAM ALUR <i>STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP)</i> <i>WEDDING PACKAGE</i>	119

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
1	PENCAPAIAN TARGET KUANTITAS <i>WEDDING PACKAGE</i> 2019 – 2022	5
2	KARAKTERISTIK MANAJEMEN PENDAPATAN	29
3	JADWAL PENELITIAN	52
4	KARAKTERISTIK NARASUMBER	54
5	KEUNIKAN PAKET PERNIKAHAN DI RAFFLES JAKARTA	55
6	TARGET DAN AKTUAL PENJUALAN <i>WEDDING PACKAGE</i> DI RAFFLES JAKARTA 2019 - 2022	59
7	TARGET DAN AKTUAL KEGIATAN WEDDING DI RAFFLES JAKARTA 2019 - 2022	60
8	HASIL OBSERVASI KARAKTERISTIK ACARA PERNIKAHAN	74
9	PEDOMAN KEGIATAN MENTOR - MENTEE	112
10	RENCANA PELATIHAN <i>UPSELLING</i>	114
11	STUDI KASUS PENINGKATAN KETERAMPILAN <i>UPSELLING</i>	115

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>		<b>Halaman</b>
1	LEMBAR CHECKLIST OBSERVASI	125
2	PEDOMAN WAWANCARA	126
3	TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 1	127
4	TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 2	148
5	TRANSKRIP WAWANCARA NARASUMBER 3	176
6	PERSETUJUAN NARASUMBER 1	194
7	PERSETUJUAN NARASUMBER 2	195
8	PERSETUJUAN NARASUMBER 3	196
9	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	197
10	SURAT IZIN PENELITIAN DARI LOKUS	198
11	SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	199
12	DOKUMENTASI PENELITIAN	200
13	BUKTI ANALISIS DATA NVIVO 12 PRO	201
14	BUKTI BIMBINGAN SIAKAD & FORM	203
15	BUKTI SCAN PLAGIARISME	205

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, S. (2020, May 28). *Cassifications of Events*. Classification of Events | Learn 4 Types of Event Management. <https://www.infinievent.in/classification-and-types-of-events>
- Agus, P., Dinatai, K., Agung, G., & Sanjiwani, M. (2023). Implementasi Metode Up-Selling di Potato Head Beach Club Implementation of the Up-Selling Method at Potato Head Beach Club. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 02(2), 418–427. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i2>
- Ajie Hartono, N., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). *Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia*. <http://id.wikipedia.org/wiki/>
- Amin, R. (2022, October 15). *Weddings Are A Much Larger Segment For Us*. BW Businessworld. <https://www.businessworld.in/article/-Weddings-Are-A-Much-Larger-Segment-For-Us-/15-10-2022-450602/>
- DJ Team. (2020, September 15). *What are the Factors Affecting Sales Forecasting?* What Are the Factors Affecting Sales Forecasting? <https://www.demandjump.com/blog/what-are-the-factors-affecting-sales-forecasting>
- Els, Z., & Bekker, J. (2018). *Development of A Data Analytistics-Driven System For Instant, Temporary Personalized Discount Offers*.
- Fenich, G. G. (2015). *Planning and ManageMent of Meetings, exPositions, events, and Conventions*.
- Ganguli Sharma, M., & Sharma, K. (2015). *Up selling-A High Revenue Technique for Hotels Upselling - A High Revenue Technique for Hotels* (Vol. 3, Issue 7).



- Harahap, N. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Hardani, H., Juliana Sukmana, D., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hasan, M., Tuti Khairani Harahap, Mp., Syahrial Hasibuan, Ms., Iesyah Rodliyah, M., Sitti Zuhaerah Thalbah, Mp., Cecep Ucu Rakhman, Mp., Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, M., Inanna, Mh., Andi Aris Mattunruang, Mp. S., Nursaeni, Mp., Yusriani, Mp., Nahriana, Mk., Dumaris Silalahi, Mp. E., Dra Sitti Hajerah Hasyim, Mp., Azwar Rahmat, Ms., Yetty Faridatul Ulfah, Mtp., & Nur Arisah, Mh. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Ivanov, S. (2014). *Hotel revenue management : from theory to practice*.
- Kho, J. (2021, June 23). *KPI Sales : Pengertian, Manfaat, dan Cara Mengukurnya*. Simplidots. <https://www.simplidots.com/kpi-sales/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., Bowen, J., & Baloglu, S. (2022). *Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition-Pearson (2021): Vol. Eight Edition* (Eight Edition).
- Kusuma, C. (2016). *Modul Manajemen Event*.
- Mayasari, S. (2020, August 26). *Bisnis MICE berkontribusi 9% bagi pendapatan hotel milik Surya Semesta Internusa*. *Kontan*. <https://industri.kontan.co.id/news/bisnis-mice-berkontribusi-9-bagi-pendapatan-hotel-milik-surya-semesta-internusa>
- Pandya, M., & Dholakia, A. (2021). *Upselling Strategy: A Review*. 13(1). <https://hrdc.gujaratuniversity.ac.in/Publication>

- Riddhola Erdin, A., & Kasmita. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel New D'Dhave Padang*. <http://jkpbbp.ppj.unp.ac.id/>
- Schiffman, S. (2005). *Upselling Techniques (That Really Work!)*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. [www.wileypluslearningspace.com](http://www.wileypluslearningspace.com)
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Sugiyono - 2015*.
- Vi-Do, P. (2014). *Event Management Case: The Annual International NIBS Conference in Lahti, Finland*.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*.
- Yulianto, J. (2022, September 11). Sektor MICE Menjadi Prioritas Tausia Hotel Management. *Venuemagz*. <https://venuemagz.com/hotel/sektor-mice-menjadi-prioritas-tausia-hotel-management/>