

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pemasaran *sales call* yang kurang optimal dalam penjualan pada *graduation event* di Hotel Santika Premiere Kota Harapan Indah. Penelitian ini dilatarbelakangi karena kurangnya minat masyarakat sekitar terhadap *graduation event* pada acara *banquet*, sehingga pada *graduation event* di Hotel Santika Premiere Kota Harapan Indah hanya dilakukan dua tahun sekali. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui sejauh mana *sales call* melakukan promosi dengan menjelaskan kegiatan *sales call* tersebut. Promosi yang digunakan seperti *sales call*, ataupun ke sekolah-sekolah dan universitas yang belum memiliki ruang aula atau fasilitas lainnya yang dapat mendukung acara kelulusan, dan tujuan lainnya adalah mengetahui dan penulis dapat menganalisis seberapa berkontribusinya acara *graduation event* didalam acara *banquet*. Metode penelitian yang digunakan penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai metode penelitian, sedangkan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah teknik pengumpulan data dengan observasi yang penulis lakukan di departemen *banquet service* selama enam bulan, dan wawancara (*Interview*) yang dilakukan dengan bagian *sales and marketing* di Hotel Santika Premiere Kota Harapan Indah. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa hasil kegiatan *sales call* tidak mencapai dalam pencapaian target yang telah ditentukan oleh pihak Hotel, karena sekolah-sekolah dan universitas yang terdapat di Bekasi sudah memiliki aula sendiri untuk melaksanakan *Graduation Event*. Hotel Santika Premiere Kota Harapan Indah menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan para pesaingnya.

Kata kunci: Pemasaran *Sales Call*, *Graduation Event*, Hotel