

## BAB III

### PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN PRAKTIK KERJA

#### 3.1 Pelaksanaan Praktik Kerja

Pelaksanaan praktik kerja lapangan merupakan prasyarat kelulusan Diploma III Bahasa Jepang Universitas Widyatama Bandung. Penulis melaksanakan praktik kerja lapangan di sebuah tempat karaoke yang memiliki segmentasi pengunjung internasional. Praktik kerja lapangan penulis laksanakan di Jun Executive Karaoke Hotel Savoy Homann Bandung.

Selama melaksanakan praktik kerja penulis ditempatkan sebagai *waitress* atau pelayan, tugas dari seorang *waitress* secara keseluruhan adalah sebagai berikut :

9. Menyiapkan *oshibori* (おしぼり) atau saputangan basah baik yang hangat maupun dingin.
10. Mencuci *oshibori* (おしぼり).
11. Menyiapkan daftar makanan atau minuman di setiap *room*.
12. Menyiapkan kelengkapan buku yang berisi daftar lagu.
13. Menempatkan *soft drink* di setiap *table room*.
14. Membantu untuk menyarankan pesanan saat tamu hendak memesan makanan atau minuman.
15. Melayani pesanan tamu.
16. *Clear up table* yang telah digunakan.

Adapun aktivitas penulis saat ditempatkan sebagai *waitress*, adalah:

### Jurnal PKL

No.	Hari dan Tanggal	Kegiatan
1.	Senin, 8 Februari 2010	a. Pengenalan tempat PKL b. Penegnanan <i>room rate</i> (harga ruangan) c. Pengenalan cara memegang <i>tray</i>
2.	Kamis, 11 Februari 2010	a. Pengenalan cara melipat <i>oshibori</i> b. Penegnanan cara menyajikan minuman c. <i>Service</i>
3.	Jum'at, 12 Februari 2010	a. Pengenalan cara memasuki <i>room</i> b. Pengenalan cara men- <i>suggest</i> pesanan
4.	Sabtu, 13 Februari 2010	a. Pengenalan cara pengoperasian mesin <i>input</i> lagu beserta <i>remote</i> . b. <i>Service</i>
5.	Rabu, 17 Februari 2010	<i>Service</i>
6.	Kamis, 18 Februari 2010	<i>Service</i>
7.	Jum'at, 19 Februari 2010	<i>Service</i>
8.	Sabtu, 20 Februari 2010	<i>Service</i>
9.	Rabu, 24 Februari 2010	<i>Service</i>
10.	Kamis, 25 Februari 2010	<i>Service</i>
11.	Jum'at, 26 Februari 2010	<i>Service</i>
12.	Sabtu, 27 Februari 2010	<i>Service</i>

No.	Hari dan Tanggal	Kegiatan
13.	Jum'at, 5 Maret 2010	<i>Service</i>
14.	Sabtu, 6 Maret 2010	<i>Service</i>
15.	Jum'at, 12 Maret 2010	<i>Service</i>
16.	Sabtu, 13 Maret 2010	<i>Service</i>

Penjelasan Kegiatan :

1. Pengenalan Tempat PKL

Penulis mempelajari jumlah kamar atau ruangan karaoke yang tersedia, berkenalan dengan rekan kerja, pengenalan properti.

2. Pengenalan *Room Rate*

Penulis mempelajari harga *room* yang tersedia di tempat praktik kerja agar selanjutnya dapat menginformasikan kembali kepada konsumen terutama bagi konsumen yang baru pertama kali datang.

3. Memegang *Tray*

Penulis mempelajari cara memegang *tray* saat akan menyuguhkan pesanan kepada tamu, yaitu tangan kiri memegang *tray* (baki), tangan diletakkan tepat di tengah-tengah baki agar seimbang, dan tangan kanan berfungsi untuk membuka pintu ruangan dan meletakkan minuman di atas meja.

4. Melipat Oshibori (おしぼり)

Oshibori merupakan nama lain untuk sapu tangan kecil yang berbahan handuk, (handuk tangan) yang dapat berupa handuk dingin atau panas, oshibori dingin diberikan kepada para tamu ketika pertama kali mereka

memasuki ruangan dan biasanya oshibori hangat diberikan disaat tamu merasa letih atau sudah mabuk.

#### 5. Menyajikan Minuman

Penulis mempelajari cara yang pantas untuk menyajikan minuman kepada para tamu, diantaranya *mizuari* atau *oyuari* dan *on the rock*. hal ini diharuskan karena sebagian besar pengunjung Jun Executive Karaoke adalah orang Jepang yang mana sangat menjunjung tinggi kesopanan.

- a. *Mizuari* adalah air dingin yang biasa digunakan untuk campuran whisky atau minuman beralkohol lainnya.
- b. *Oyuari* adalah air hangat yang biasa digunakan untuk campuran sake.
- c. *On the rock* adalah minuman beralkohol asli tanpa campuran apapun baik *soft drink* atau *mizuari* dan *oyuari*.

#### 6. Memasuki Ruangan/Room

Penulis mempelajari cara yang sopan dan baik ketika hendak memasuki *room* untuk menyampaikan pesanan tamu agar tamu tidak merasa terganggu.

#### 7. Penerimaan Tamu

Penulis menempatkan atau mengantar tamu ke ruangan karaoke sesuai berdasarkan jumlah orang atau sesuai dengan jenis *room* yang diinginkan oleh tamu, juga seorang *waitress* bertugas mengantarkan tamu sampai ke pintu keluar saat tamu hendak pulang.

#### 8. Men-*suggest* (Menyarankan) Pesanan

Penulis memberikan daftar menu dan juga memberikan informasi mengenai paket harga atau penawaran menarik yang disediakan perusahaan kepada para

tamu, bagi tamu yang baru pertama kali mengunjungi tempat tersebut penulis menyarankan pesanan yang dapat membuat tamu nyaman dan merasa tertarik untuk datang kembali.

#### 9. Pengoperasian Mesin *Input Lagu* beserta Remote

Penulis membantu untuk memasukan lagu ke dalam monitor sesuai dengan lagu yang diinginkan oleh tamu apabila tamu tersebut tidak ditemani *lady escort*.

#### 10. *Service*/Pelayanan

*Service* mencakup seluruh kegiatan diantaranya di mulai dari melipat oshibori, menempatkan *soft drink* di setiap ruangan, memeriksa kelengkapan tissue, asbak dan ketersediaan daftar menu di setiap ruangan, ketersediaan buku panduan lagu di setiap ruangan, melayani pesanan tamu serta membereskan ruangan yang selesai dipakai.

### **3.2 Pembahasan Praktik Kerja**

#### **3.2.1 Jun Executive Karaoke Sebagai Media untuk Dealing Bisnis**

Karaoke di Indonesia dianggap sebagai hobi yang kurang baik, karena identik dengan hal-hal yang negatif seperti mengkonsumsi minuman beralkohol dan hura-hura, Namun, beberapa tahun ini karaoke semakin disukai oleh segala kalangan seiring dengan didirikannya tempat-tempat karaoke baru yang lebih akrab disebut sebagai karaoke keluarga (*family karaoke*). Berkaraokepun kini bukan hanya diminati oleh kalangan eksekutif yang ingin melepas penat dan lelah selama bekerja di kantor, namun anak-anak muda seperti mahasiswa dan pelajar

dan dari berbagai kalangan lain pun juga hobi bersenang-senang dengan *microphone* di tangan, hal ini dapat penulis simpulkan karena Kehidupan di kota besar seperti Jakarta, Bandung dan kota besar lainnya memang identik dengan mobilitas. Kemacetan membuat suasana hati menjadi suntuk. Sebagai salah satu solusi membuang kepenatan, adalah melabuhkan diri ke hiburan karaoke.

Namun tanpa disadari pula karaoke kini telah beralih fungsi sebagai tempat yang nyaman dan santai untuk melakukan negosiasi bisnis atau sekedar obrolan-obrolan ringan antara sesama pengusaha yang sedang memiliki hubungan bisnis atau baru akan melakukan hubungan bisnis. Segmentasi konsumen yang datang ke Jun Executive Karaoke adalah orang Jepang, saat melaksanakan praktik kerja lapangan di perusahaan ini penulis menyaksikan banyaknya fenomena yang penulis rasa menarik untuk dijadikan topik pada tugas akhir ini, yaitu budaya orang Jepang itu sendiri yang bahwa seorang pegawai atau *executive* tidak pernah membicarakan masalah yang terjadi di kantor bersama istri atau anak-anaknya dan juga banyaknya orang Jepang yang bekerja di Indonesia tanpa didampingi oleh istri dan anak-anaknya, selain itu pula budaya orang Jepang yang senang meminum minuman beralkohol membuat mereka lebih memilih karaoke sebagai tempat yang nyaman yang dapat membuat santai selepas letih bekerja, karena di tempat ini mereka dapat meluapkan berbagai macam ekspresi dan bersenang-senang.

Dari latar belakang inilah akhirnya banyak tamu yang menjadikan karaoke sebagai tempat untuk bercengkrama dengan *partner* bisnis yang semula hanya sekedar obrolan santai lalu akhirnya menyinggung masalah pekerjaan dan

terjadilah kesepakatan bisnis atau menjadikan Jun Executive Karaoke sebagai tempat yang tepat untuk dijadikan sebagai sarana pertemuan atau *meeting* non formal bersama kolega bisnisnya dan pada akhirnya kalangan pebisnis, tetap mengandalkan karaoke sebagai tempat hiburan untuk memberikan *service* khusus kliennya. Apalagi jika klien tersebut berasal dari luar kota atau luar negeri, berkaraoke dan menikmati hiburan di karaoke masih dianggap sebagai bagian yang menyenangkan dari perjanjian bisnis.

Tentunya tempat yang nyaman dan santai untuk melakukan kesepakatan bisnis tidak hanya karaoke saja misalnya sering juga para pengusaha melakukan kesepakatan bisnisnya pada saat bermain golf atau saat duduk santai di bar-bar yang menyediakan minuman beralkohol. Namun kelebihan berkaraoke, Selain melakukan kesepakatan bisnis dapat juga dijadikan tempat yang pas untuk menjamu para tamu yang baru saja tiba dari Jepang (bagi tamu Jepang), tamu tersebut diberikan senyuman ramah dan sapaan dalam bahas Jepang seperti 今晩は (selamat malam) atau いらっしゃいませ (selamat datang) dari para *lady escort* dan segenap staf yang berada di *front office* yang memungkinkan mereka lebih nyaman.

Selain itu karaoke merupakan tempat yang sesuai untuk dijadikan tempat bertemu, karena selain kesibukan pekerja yang sangat padat, di tempat ini mereka tidak merasa kaku, bagi orang Jepang khususnya maupun pekerja lainnya saat berada dikantor suasana yang dirasakan adalah suasana kerja yang serius, bahkan mungkin antara sesama pegawai sekantorpun mereka jarang melakukan gurauan atau cerita-cerita kecil yang dapat membuat cair suasana, namun ketika

berkaraoke dibarengi dengan minuman beralkohol mereka tidak malu-malu untuk membicarakan masalah pribadi atau bercanda dan bernyanyi yang mungkin bagi sebagian orang merasa malu untuk bernyanyi di depan umum, namun di tempat karaoke seseorang tiba-tiba merasa percaya diri untuk mengeluarkan suara dan ekspresinya di depan umum.

Jun Executive Karaoke pun sering digunakan untuk pertemuan rutin bulanan terutama bagi komunitas pegolf di Bandung. Mereka bertemu satu kali dalam sebulan dan membicarakan hal-hal yang sedang *trend* saat ini baik di negara mereka sendiri maupun yang sedang *trend* di Indonesia.

Selain berfungsi untuk menjamu para tamu atau hanya sekedar melakukan reunion bulanan, Jun Executive Karaoke sering digunakan sebagai tempat untuk acara perpisahan (送別会/そうべつかい) bagi orang Jepang yang telah tinggal atau bekerja di Indonesia dan akan kembali ke Jepang.

Berdasarkan pengamatan penulis pada saat melaksanakan kerja praktik di Jun Executive Karaoke, penulis berpendapat bahwa karaoke tidak hanya digunakan sebagai tempat bersenang-senang semata namun juga sarana yang cukup tepat untuk melakukan *dealing* bisnis.

### **3.2.2 Jun Executive Karaoke sebagai Media untuk Relaksasi**

Bernyanyi adalah suatu kegiatan yang dapat menghibur dan menyenangkan bagi kebanyakan orang, Meski kadang masih ada saja yang menyalahgunakan, sungguh, berkaraoke memang dapat menghilangkan penat dan bernyanyi menjadi obat mujarab untuk melepaskan beban pekerjaan.

Bersama keluarga, teman karaoke bisa menjadi ajang bersenang-senang karena bisa saling bernyanyi, berteriak, tertawa dan bercengkrama hingga menikmati berbagai macam kudapan maupun 'makanan berat'. tempat karaoke keluarga memang berusaha menyediakan hiburan *all in one*. perihal teknologi pun, pengelola tempat karaoke tidak mau ketinggalan. Selalu mencari dan peka terhadap teknologi terbaru dan tercanggih, sehingga memudahkan dan mudah untuk digunakan. Harga yang mahal terkadang tidak jadi masalah, karena apabila konsumen senang konsumen akan membayar, Menghibur diri memang tidak pernah murah.

Penulis simpulkan pula bahwa karaoke menjadi pilihan keempat oleh orang tua ketika menjalankan '*quality time*' dengan putra-putrinya. Yang pertama adalah pusat perbelanjaan (*mall*), kedua tempat wisata, ketiga kolam renang dan lain-lain. Semakin besar usia anak, maka orang tua akan semakin terbuka untuk mengisi liburan dengan berkaraoke.

Jun Executive Karaoke adalah sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang jasa hiburan, tepatnya sarana karaoke yang didirikan khusus untuk umum dari segala kalangan dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang sangat memuaskan serta mewah namun dengan harga yang bersaing bagi para pengunjungnya.

Jun Executive Karaoke menyuguhkan kualitas suara yang optimal dari perangkat karaokenya sehingga tamu begitu puas dan percaya diri untuk bernyanyi dan bahkan saat mendengarkan lagu yang dinyanyikan oleh rekannya.

Penulis mengedepankan subjek mengenai tamu Jepang dikarenakan Jun Executive Karaoke merupakan satu-satunya tempat karaoke bagi komunitas Jepang di Kota Bandung.

Pihak Jun Executive Karaoke menyediakan beragam lagu, baik lagu yang berbahasa Indonesia maupun berbahasa asing, untuk lagu Jepang Jun Executive Karaoke memiliki kurang lebih 523 album lagu yang pada setiap album isinya bervariasi antara lain terdapat 12,15 atau 20 lagu. Dan selain itu Jun Executive Karaoke menyediakan lagu Jepang tambahan (lagu baru) yang diberi nama Kode B yang berisi 58 album yang mana isi pada setiap albumnya pun bervariasi antara 12,15 atau 20 lagu.

Jun Executive karaoke pun memberikan potongan harga 50% bagi tamu Hotel Savoy Homann Bandung, sehingga jarak yang dekat dan potongan harga yang diberikan semakin menambah kepuasan konsumen yang berkunjung ke Jun Executive Karaoke.

Jun Executive karaoke memberikan kesan ramah bagi setiap pengunjungnya, pengunjung disuguhkan dengan senyuman manis para *lady escort* saat memasuki *room* dan ditemani untuk sekedar mengobrol atau memilihkan lagu. Selain itu khusus bagi pengunjung dari Jepang para *lady escort* telah dibekali dengan kemampuan menyanyikan lagu berbahasa Jepang dan ungkapan-ungkapan khusus dalam bahasa Jepang serta sekilas mengenai kebudayaan Jepang, dan juga lagu dalam bahasa China, Korea, dan Inggris sehingga tamu yang datang tidak merasa berada ditempat asing. oleh sebab itu pula Jun Executive Karaoke merupakan tempat pilihan nomor satu sebagai tempat yang nyaman untuk relaksasi bagi wisatawan Asing khususnya Jepang maupun wisatawan domestik.

### 3.3 Strategi Promosi

Seiring dengan menjamurnya tempat karaoke di Indonesia khususnya di Bandung maka Jun Executive Karaoke harus bersaing dengan tempat-tempat baru tersebut agar tidak kehilangan *market share*-nya serta tetap menjaga konsumen loyal nya agar selalu berkunjung dan menjadikan Jun Executive Karaoke sebagai tujuan utama untuk melakukan dealing bisnis maupun relaksasi.

Adapun salah satu strategi bisnis yang dijalankan oleh Jun Executive Karaoke adalah :

1. Memberikan harga spesial bagi pengunjung yang salah satunya terbagi dalam beberapa paket, yaitu :
  - a. Paket 1 : Rp. 1.200.000,-
    - 1 botol Jack Daniel
    - 2 *Ladies Escort* untuk 3 jam
    - *Free room* untuk 3 jam
    - *Free* 1 set *soft drink* (Pocari Sweat, UC-1000, Green Tea, Coke)
  - b. Paket II : Rp. 1.500.000,-
    - 2 botol Jhony Walker Red Label
    - 2 *Ladies Escort* untuk 3 jam
    - *Free room* untuk 3 jam
    - *Free* 1 set *soft drink* (Pocari Sweat, UC-1000, Green Tea, Coke)
  - c. Paket III : Rp. 2.000.000,-
    - 2 botol Chivas Regal 12
    - 2 *Ladies Escort* untuk 3 jam

- *Free room* untuk 3 jam
  - *Free 1 set soft drink* (Poccari Sweat, UC-1000, Green Tea, Coke)
  - *Free 3 botol Bir Bintang*
  - 1 porsi *Mix fruit*
- d. Paket IV : Rp. 3.200.000,-
- 2 botol Martel V.S.O.P
  - 3 *Ladies Escort* untuk 3 jam
  - *Free 1 set soft drink* (Poccari Sweat, UC-1000, Green Tea, Coke)
  - *Free 1 pitcher Bir Bintang*
  - *Free room* untuk 3 jam
  - 1 porsi *Mix fruit*
  - 1 porsi *French Fries*

2. Harga *Room* yang bersaing, yaitu :

- |   |                   |
|---|-------------------|
| - <i>Small room</i> kapasitas untuk 6 orang   | Rp. 60.000,- /jam |
| - <i>Medium room</i> kapasitas untuk 10 orang | Rp. 75.000,-/jam  |
| - <i>Large room</i> kapasitas untuk 14 orang  | Rp. 100.000,-/jam |
| - <i>Vip room</i> kapasitas untuk 20 orang    | Rp. 150.000,-/jam |

3. Jenis promosi lainnya, diantaranya:

a. Wishky

- |                   |                 |
|-------------------|-----------------|
| - Chivas Regal 21 | Rp. 3.150.000,- |
| - Chivas Regal 18 | Rp. 1.700.000,- |
| - Chivas Regal 12 | Rp. 900.000,-   |
| - Ballantine 17   | Rp. 1.700.000,- |

-	Ballantine Finest	Rp.	550.000,-
-	Green Label	Rp.	1.100.000,-
-	Passport Scotch	Rp.	600.000,-
-	Wild Turkey Bourbon	Rp.	550.000,-
-	Red Label	Rp.	550.000,-
-	Jack Daniels	Rp.	800.000,-
b. Wine			
-	Lois Latour fleurie Less Garans	Rp.	750.000,-
-	Clos du Bios Merlot	Rp.	700.000,-
-	Barton & Guestier Medoc	Rp.	600.000,-
-	Anti Roti Santa Christina Toscano	Rp.	550.000,-
-	Orlando Jacob Creek	Rp.	450.000,-
c. Cocktail			
-	Magic of Jun	Rp.	85.000,-
-	Screaming Orgasm	Rp.	85.000,-
-	Foreign Affair	Rp.	85.000,-
-	Between the sheet	Rp.	85.000,-
-	Rusty Nail	Rp.	85.000,-
-	Brave Bull	Rp.	85.000,-
-	Perfect Martini	Rp.	85.000,-
-	Margarita	Rp.	85.000,-

d. Cognac

- Martel X.O Rp. 3.150.000,-
- Martel Cordon Blue Rp. 2.450.000,-
- Martel V.S.O.P Rp. 1.500.000,-

e. Long Drink

- Long Island Rp. 105.000,-
- Illusion Rp. 105.000,-
- Planter Punch Rp. 105.000,-

f. Fire Ball

- Flaming Lamborghini Rp. 90.000,-
- Lava Lamp Rp. 90.000,-
- Rainbow Rp. 90.000,-

g. Beer

- Bintang small Rp. 30.000,-
- Guinness Rp. 35.000,-

h. Soft Drink

- Pocari sweat can Rp. 23.000,-
- Green tea can Rp. 23.000,-
- Coke can Rp. 23.000,-
- Kratingdaeng Rp. 18.000,-
- You-C 1000 Rp. 18.000,-
- Aqua Rp. 13.000,-

i. Little Bite

- Mix Fruit	Rp.	110.000,-
- Mix Snack	Rp.	110.000,-
- French Fries & Sausage	Rp.	100.000,-
- Atarime (あたりめ) & Peanut	Rp.	95.000,-

j. Juice

- Orange juice	Rp.	21.000,-
- Pineapple juice	Rp.	21.000,-
- Guava juice	Rp.	21.000,-
- Fruit Punch	Rp.	22.000,-
- Shirley Temple	Rp.	22.000,-

k. Rokok

- Marlboro Light	Rp.	20.000,-
- Marlboro Light Menthol	Rp.	20.000,-
- Marlboro Red	Rp.	20.000,-
- Mild Seven	Rp.	20.000,-
- Esse	Rp.	20.000,-
- Sampoerna Red	Rp.	18.000,-
- Sampoerna Menthol	Rp.	18.000,-
- Djie Sam Soe	Rp.	18.000,-
- Gudang Garam	Rp.	18.000,-

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis mengangkat tema “KARAOKE SEBAGAI MEDIA BISNIS DAN RELAKSASI BAGI PELAKU BISNIS MAUPUN WISATAWAN ASING DAN DOMESTIK DI JUN EXECUTIVE KARAOKE HOTEL SAVOY HOMANN”. Tema yang penulis angkat ini sangat menarik untuk di ketahui oleh khalayak umum dan penulis simpulkan bahwa:

1. Tempat karaoke saat ini bukan hanya berfungsi sebagai tempat hiburan yang memiliki konotasi negatif namun juga telah berganti fungsi sebagai tempat yang tepat untuk melakukan transaksi bisnis yang mana dari suasana yang disuguhkan tempat karaoke ini dapat menghasilkan kesepakatan bisnis bernilai ratusan juta rupiah.
2. Karaoke merupakan tempat yang pas untuk menjamu seseorang yang baru singgah ke negara atau kota yang didatanginya maupun untuk acara perpisahan bagi individu atau kelompok yang hendak meninggalkan kota atau negara yang pernah didatanginya.
3. Karaoke mampu mencairkan suasana kaku atau penat yang dirasakan seseorang dengan rutinitasnya, bahkan mampu mempererat hubungan sosial.
4. Karaoke bagi sebagian orang mampu menghilangkan stress karena orang tersebut dapat dengan leluasa benyanyi atau berteriak-teriak diruangan kedap suara tanpa merasa mengganggu orang lain.

5. Tempat karaoke merupakan tempat yang pas untuk sekedar bersilaturahmi bersama rekan kerja, teman sepermainan, atau bersama keluarga.
6. Karaoke membantu mengembangkan bakat seseorang yang hobi bernyanyi dan memiliki impian untuk menjadi seorang artis.
7. Tempat karaoke juga memberikan dampak positif terhadap orang yang berkecimpung di dalamnya baik untuk karyawan perusahaan itu sendiri maupun bagi konsumennya, yang mana sesungguhnya dapat pula menambah devisa Negara.

## **4.2 Saran**

Setelah melaksanakan Praktik Kerja lapangan di Jun Executive Karaoke Hotel Savoy Homann Bandung, dengan memperhatikan kegiatan operasional yang dilakukan di Jun Executive Karaoke Hotel Savoy Homann Bandung, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis mencoba untuk memberikan beberapa masukan yang diharapkan dapat membantu dan bermanfaat bagi Jun Executive Karaoke Hotel Savoy Homann Bandung maupun bagi Fakultas dan Jurusan Bahasa Jepang Universitas Widyatama. Adapun saran-saran yang ingin penulis sampaikan adalah sebagai berikut.

### **4.2.1 Saran bagi Jun Executive Karaoke**

1. Peralatan yang hanya asal berbunyi, tempat yang penting dingin dengan bentuk seperti kamar kubus dan layar televisi, hanyalah paradigma lama yang sudah ditinggalkan para pelaku bisnis karaoke. Peralatan dari pabrikan

terkemuka di bidang audio dan video menjadi andalan untuk menciptakan *output* suara yang memuaskan selain untuk mengangkat gengsi tempat karaoke yang bersangkutan. Sedangkan untuk mempermudah operasional dan kontrol operator terhadap ruang-ruang karaoke, teknologi informatika sangat membantu. Sehingga alangkah lebih baik jika Jun Executive Karaoke pun mengikuti perkembangan teknologi karaoke serta melakukan perbaikan dekorasi ruangan yang pastinya akan sangat berdampak signifikan bagi tingkat kenaikan pengunjung.

2. Menambah jumlah lagu dan selalu *up to date* terhadap lagu-lagu baru yang sedang *trend* di masyarakat.
3. Memperbaiki kualitas lagu Jepang yang telah rusak, agar disaat tamu menyanyikan lagu tersebut merasa puas dan tidak merasa terganggu.
4. Lebih menekankan kejujuran kepada seluruh karyawannya, terutama dalam hal penyimpanan minuman atau hal lainnya.
5. Khusus bagi operator yang memutar lagu asing (lagu Jepang) agar lebih konsentrasi dalam menjalankan tugasnya, sesibuk apapun tamu tidak mau tahu mengenai kendala yang operator alami dan ingin diberikan pelayanan prima.
6. Terus memberikan harga promosi untuk *maintenance* tamu yang sudah menjadi konsumen loyal dan untuk meraih konsumen baru.
7. Persaingan bisnis kian pesat dan semakin ketat perkembangan karaoke semakin menjadi dengan segmentasi yang jelas. Untuk bisnis atau untuk keluarga. Keduanya hadir dengan karakteristik masing-masing. Meski demikian, karakter yang berdasarkan segmentasi itu, menjadi hilang jika

melihat peralatan yang digunakan. Kalangan pebisnis maupun kalangan keluarga, tetap mengutamakan peralatan yang maksimal untuk berkaraoke, selain tempat yang nyaman. maka alangkah lebih baik apabila Jun Executive Karaoke terus berinovasi dan berkreasi dalam mengikuti perkembangan tersebut.

8. Mengingat segmentasi pengunjung Jun Executive Karaoke Hotel Savoy Homann Bandung adalah tamu asing maka alangkah lebih baik apabila *lady escort* diberikan pemahaman bahasa khususnya Bahasa Jepang yang lebih mendalam dan diberikan les khusus untuk mempelajari lagu Jepang ataupun lagu asing lainnya.

#### **4.2.2 Saran untuk Fakultas dan Jurusan**

Penulis mengharapkan agar pihak Fakultas atau Jurusan memberikan rekomendasi mengenai tempat pelaksanaan praktik kerja dan sosialisasi mengenai cara dan langkah-langkah penulisan Tugas Akhir agar mahasiswa dapat menggunakan kemampuannya sesuai dengan ilmu yang dipelajari selama menimba ilmu di Universitas Widyatama, selain itu pula agar mahasiswa melaksanakan praktik kerja sesuai dengan bidangnya sehingga disaat terjun di dunia kerja yang sesungguhnya telah siap dengan pengalaman yang didapatnya selama melaksanakan praktik kerja lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

Taniguchi, Goro, 1999, Kamus Standar bahasa Indonesia-Jepang, Jakarta, PT. Dian Rakyat.

<http://dedilesmana.com/ditemukan-operator-karaoke-pertama-di-indonesia/>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Karaoke>

<http://jurnalis-ntt.blogspot.com/2009/05/karaoke-untuk-ekspresikan-hobi.html>

<http://www.mobetrix.com/index.php?m=6&id=28>

<http://www.mobetrix.com/index.php?m=6&id=323>



Utama  
UNIVERSITAS WIDYATAMA