BAB III

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN PRAKTIK KERJA

3.1 Pelaksanaan Praktik Kerja


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

9. Menyiapkan *oshibori* (おしほり) atau saputangan basah baik yang hangat maupun dingin.
10. Mencuci *oshibori* (おしほり).
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**

<table>
<thead>
<tr>
<th>No.</th>
<th>Hari dan Tanggal</th>
<th>Kegiatan</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1.</td>
<td>Senin, 8 Februari 2010</td>
<td>a. Pengenalan tempat PKL</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>b. Penegnalan <em>room rate</em> (harga ruangan)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>c. Pengenalan cara memegang <em>tray</em></td>
</tr>
<tr>
<td>2.</td>
<td>Kamis, 11 Februari 2010</td>
<td>a. Pengenalan cara melipat <em>oshibori</em></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>b. Pengenalan cara menyajikan minuman</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>c. <em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td>Jum’at, 12 Februari 2010</td>
<td>a. Pengenalan cara memasuki <em>room</em></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>b. Pengenalan cara men-<em>suggest</em> pesanan</td>
</tr>
<tr>
<td>4.</td>
<td>Sabtu, 13 Februari 2010</td>
<td>a. Pengenalan cara pengoperasian mesin <em>input</em></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>lagu beserta <em>remote</em>.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>b. <em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>5.</td>
<td>Rabu, 17 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>6.</td>
<td>Kamis, 18 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>7.</td>
<td>Jum’at, 19 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>8.</td>
<td>Sabtu, 20 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>9.</td>
<td>Rabu, 24 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>10.</td>
<td>Kamis, 25 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>11.</td>
<td>Jum’at, 26 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>12.</td>
<td>Sabtu, 27 Februari 2010</td>
<td><em>Service</em></td>
</tr>
<tr>
<td>No.</td>
<td>Hari dan Tanggal</td>
<td>Kegiatan</td>
</tr>
<tr>
<td>-----</td>
<td>---------------------</td>
<td>----------</td>
</tr>
<tr>
<td>13.</td>
<td>Jum’at, 5 Maret 2010</td>
<td>Service</td>
</tr>
<tr>
<td>14.</td>
<td>Sabtu, 6 Maret 2010</td>
<td>Service</td>
</tr>
<tr>
<td>15.</td>
<td>Jum’at, 12 Maret 2010</td>
<td>Service</td>
</tr>
<tr>
<td>16.</td>
<td>Sabtu, 13 Maret 2010</td>
<td>Service</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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 meletakan 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 menunjung tinggi kesopanan.

a. *Mizuari* adalah air dingin yang biasa digunakan untuk campuran wishky 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 dating 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 santuk. Sebagai salah satu solusi membuang kepenatan, adalah melaluhikan 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 lelah 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 negri, 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 今晚は (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 reunian 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 karaoke yang 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 disuguhi 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 di tempat 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** (Pocciari 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** (Pocciari 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 :

   - **Small room** kapasitas untuk 6 orang Rp. 60.000,- /jam

   - **Medium room** kapasitas untuk 10 orang Rp. 75.000,-/jam

   - **Large room** kapasitas untuk 14 orang Rp. 100.000,-/jam

   - **Vip room** 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,-
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 Lamborgini Rp. 90,000,-
   - Lava Lamp Rp. 90,000,-
   - Rainbow Rp. 90,000,-

g. Beer
   - Bintang small Rp. 30,000,-
   - Guiness Rp. 35,000,-

h. Soft Drink
   - Poccari 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.

5. Tempat karaoke merupakan tempat yang pas untuk sekedar bersilaturahmi bersama rekan kerja, teman sepermainan, atau bersama keluarga.


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 nya dapat pula menambah devisa Negara.

4.2 Saran


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 jiga 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 kejuuran 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 memainenance tamu yang sudah menjadi konsumen loyal dan untuk meraih konsumen baru.

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


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


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