

**LAPORAN MAGANG
PT. WOLFGANG LET'Z ASIA
YOGYAKARTA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



Disusun oleh:

Christopher O'neal Ade Surya

211931154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

LAPORAN MAGANG

PT. WOLFGANG LETZ ASIA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

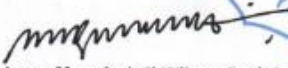
CHRISTOPER O'NEAL ADE SURYA

Nomor Induk Mahasiswa: 211931154

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 16 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Prof., M.Si., Ph.D.

Penguji


Conny Tjandra Rahardja, Dra., M.M.

Yogyakarta, 16 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This internship report is the entire summary of the internship activities carried out to complete the final project which is one of the requirements for the author's graduation as a student at STIE YKPN Yogyakarta. Internship activities done at PT. Wolfgang Let'z Asia for a period of 3 months starting from 05 September 2022 to 09 December 2022. During this internship, the author received many opportunities to learn, experience and knowledge also the opportunity to apply knowledge of service marketing and effective advertising which the author has taken by doing observations and direct participation in several divisions of PT. Wolfgang Let'z Asia. In this opportunity, the writer is placed in three divisions. The first is in the performance division as an executor employee who helps hotels to exist in the online market which is called OTA. The second is in the support division as an operator employee who connect the communication between the hotel, consumers and the company itself. Finally, in the office operational division as a finance employee who participates in data collection on room reservations. The author hopes to be able to take advantage of the experience and new knowledge gained for future opportunities in facing the world of work.

Keywords: *PT. Wolfgang Let'z Asia, marketing, advertising, hospitality business, OTA, e-commerce manager*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

I. PENDAHULUAN

Pada era modern seperti saat ini, mendapatkan pekerjaan merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jenis pekerjaan yang tersedia memang sangat beragam bahkan hampir tidak terbatas. Tetapi suatu pekerjaan tentu dilengkapi dengan standar khusus sehingga pekerjaan tersebut dapat dilaksanakan dengan baik dan mengurangi risiko kegagalan sekecil mungkin. Salah satu faktor penting yang dijadikan pertimbangan dalam memilih dan menentukan keberhasilan mendapatkan pekerjaan adalah tingkat pendidikan yang diraih seseorang selama masa tertentu sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh suatu perusahaan. Untuk mencari karir, seseorang harus bisa memenuhi standar pekerjaan dengan mengambil mata pelajaran yang relevan seperti yang dikemukakan Herr (1984) dalam Lestari (2017). Hal ini kemudian dijadikan patokan bahwa syarat minimal dalam mendapatkan pekerjaan adalah memiliki bekal ilmu yang menjadi landasan pekerjaan tersebut. Ilmu-ilmu tersebut bisa didapat baik melalui pendidikan formal maupun informal. Secara formal, tingkat pendidikan yang dianggap cukup untuk modal kerja adalah pendidikan strata satu karena pada tingkat ini, ilmu yang dipelajari sangat fokus hanya pada satu bidang tertentu.

Begitu pula dengan kegiatan pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) YKPN Yogyakarta. Salah satu institusi pendidikan yang telah berdiri sejak 42 tahun silam ini memfokuskan diri untuk menyediakan pendidikan yang meliputi seluruh ilmu bisnis melalui sudut pandang ekonomi. STIE YKPN menaungi dua program studi yaitu akuntansi dan manajemen. Untuk lulus dari program strata satu, STIE YKPN mensyaratkan mahasiswanya untuk mencapai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

144 satuan kredit semester (SKS) yang normalnya ditempuh dalam 8 semester (4 tahun). Untuk menutup keseluruhan SKS yang harus dijalani oleh mahasiswa STIE YKPN, terdapat satu tugas akhir dengan bobot 6 SKS. Tugas akhir tersebut merupakan media untuk membuktikan bahwa ilmu yang sudah didapat mata kuliah sebelumnya bisa diterapkan dalam kehidupan nyata. STIE YKPN sendiri saat ini memiliki berbagai pilihan tugas akhir yang bisa dipilih oleh mahasiswa sesuai dengan program studi, minat, serta kemampuan mahasiswa. Untuk laporan ini, merupakan hasil dari pelaksanaan tugas akhir magang atau studi lapangan.

Magang sendiri bisa diartikan sebagai suatu teknik belajar yang melibatkan adanya pengamatan dari satu atau beberapa individu pada pekerjaan dan hasilnya terlihat dari umpan balik untuk memperbaiki kinerja atau mengoreksi kesalahan (Danim, 2014:4). Sedangkan menurut Martanto (2014:4), magang merupakan pelatihan yang umumnya bertempat pada lingkungan kerja nyata untuk menaikkan keahlian seseorang untuk meningkatkan produktivitas seseorang dengan jangka waktu pendek. Keberadaan magang juga telah diatur dan disahkan dalam beberapa peraturan negara ini seperti Undang-Undang No.13 tahun 2003 mengenai ketenagakerjaan dan Permenaker (Peraturan Menteri Ketenagakerjaan) No.6 Tahun 2020 mengenai penyelenggaraan pemagangan di dalam negeri. Dari beberapa penjelasan di atas, secara umum magang merupakan proses belajar secara langsung dalam lingkungan kerja yang nyata dengan pengawasan pekerja yang profesional di bidangnya sehingga peserta magang memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan yang relevan dengan baik. Pemilihan tempat magang juga harus disesuaikan dengan pertimbangan rencana karir, bidang yang diminati, dan ketersediaan kesempatan magang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sebagai seorang mahasiswa manajemen, penulis telah menempuh berbagai mata kuliah yang berfokus membentuk seorang tenaga kerja yang bertugas untuk memanageri tugas, divisi atau bahkan perusahaan secara keseluruhan. Selama berkuliah, penulis mengambil mata kuliah konsentrasi yang berhubungan dengan manajemen periklanan. Terdapat dua mata kuliah yang diajarkan yaitu pengiklanan efektif dan pemasaran jasa. Berdasarkan dua ilmu yang didapat tersebut, penulis memilih sebuah perusahaan yang menerapkan dan bergerak di bidang terkait penerapan ilmu-ilmu tersebut. Perusahaan tersebut adalah PT. Wolfgang Let'z Asia.

PT. Wolfgang Let'z Asia secara sederhana merupakan perusahaan yang berperan sebagai *e-commerce* yang menjembatani hotel-hotel untuk menjual kamar secara daring atau *online* melalui berbagai *online travel agent*. Perusahaan *start-up* yang awalnya berbentuk CV dengan nama Let'z Saitama Service ini membantu pihak-pihak hotel yang bekerja sama dengan kontrak tertentu untuk memasarkan, menetapkan harga, mengatur administrasi pemesanan kamar, dan menangani para tamu sehingga hotel-hotel tersebut memiliki tambahan pemasukan tanpa perlu menambah jumlah pegawai dan pekerjaan. Perubahan nama yang ada bertujuan untuk menandakan perjalanan PT. Wolfgang Let'z Asia yang diharapkan bisa semakin besar dan mencakup pasar yang lebih luas setelah beroperasi kurang lebih satu tahun.

Berdasarkan semua penjelasan di atas, penulis berkesempatan untuk melaksanakan tugas akhir berupa studi lapangan atau magang di PT. Wolfgang Let'z Asia dengan tujuan mampu menerapkan ilmu yang telah didapat selama berkuliah dan menambah keahlian sebagai calon pegawai berpengalaman untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bersaing dan mencapai karir dalam dunia kerja yang berfokus pada pengiklanan dan pemasaran jasa.

II. PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

PROFIL ORGANISASI

Pandemi *Coronavirus Disease* atau secara awam dikenal dengan virus Covid-19 merupakan suatu fenomena yang sangat mengguncang dunia selama dua tahun terakhir. Adanya virus penyakit yang sangat cepat menyebar bahkan hanya dengan kontak fisik ini memberikan dampak negatif yang besar hampir kepada semua sektor kehidupan manusia tak terkecuali aktivitas bisnis. Banyak perusahaan besar hingga kecil mengalami produktivitas yang tersendat bahkan berhenti total karena hal ini. Tetapi tidak sedikit juga yang mampu bertahan dengan melakukan perubahan pada bidang-bidang tertentu sehingga mampu menjamin pengurangan risiko penularan virus corona dalam aktivitas produksinya.

Tidak terkecuali pada usaha perhotelan dan penginapan, yang notabnya banyak melakukan kontak langsung dengan para pelanggan. Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik), pada tahun 2018 jumlah pelaku sektor usaha hunian ini bisa mencapai total 28.243 bangunan, di mana bangunan yang benar-benar dikategorikan sebagai hotel hanya ada sekitar 3.314 saja. Yang memprihatinkan adalah selama terjadinya pandemi ini, hampir 50%, tepatnya 1.642 hotel yang terpaksa tutup berdasarkan data PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) per tanggal 05 April 2020. (Diayudha, 2020:43). Sebagian lainnya kemudian bertahan dengan mengubah kebiasaan yang ada, terutama cara penjualan mereka. Peralihan dari penjualan konvensional (*direct booking* atau

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melalui telepon) menjadi pemesanan modern dengan sistem *online* meningkatkan penjualan hingga 30% meski masa pandemi masih berjalan. Hal ini dikarenakan kemudahan yang didapatkan, seperti tidak perlu datang langsung ke hotel, tidak menghabiskan banyak waktu dan biaya, kemudahan pembayaran, pemilihan kamar, pemilihan tanggal, hingga pembatalan jika terjadi situasi mendadak.

PT. Wolfgang Let'z Asia sendiri lahir pada tahun 2021 dalam bentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) dengan nama resmi Let'z Saitama Service dari adanya fenomena keterpurukan dunia perhotelan. Perusahaan ini melihat adanya ketimpangan persaingan pasar antara hotel di mana mereka yang tidak bergabung dengan manajemen hotel besar layaknya *Marriot Group, Sahid Group, Dafam Group* dan lain sebagainya, tidak bisa mendapat kesempatan dan porsi pasar yang sama untuk menjual produknya (kamar) secara maksimal. Adanya ketidakseimbangan ini banyak didasarkan oleh masalah finansial atau pendanaan hotel-hotel mandiri yang kurang sehingga mereka tidak bisa membentuk sistem penjualan *online* yang baik, *team e-commerce* internal dengan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang tinggi, dan pemesanan yang lebih terkomputasi di saat mereka yang tercukupi terus menguasai pasar. *Motto* yang PT. Wolfgang Let'z Asia usung, "*powering independent hotel*" memiliki maksud bahwa mereka ingin menjadikan para pelaku hotel mandiri ini mendapat persaingan yang setara dengan raksasa penguasa pasar.

AKTIVITAS MAGANG

Selama satu tahun ini, PT. Wolfgang Let'z Asia telah bermitra dengan sekitar 300 hotel dengan berbagai jenis bangunan dan tipe produk yang disediakan oleh masing-masing hotel. Sedangkan dalam pendistribusian *online*, perusahaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

manajemen hotel ini bekerja sama dengan delapan perusahaan OTA (*online travel agent*), yang terdiri dari Tiket.com, Booking.com, Traveloka, Airbnb, Pegipegi, Expedia, YCS Agoda, dan Mister Aladin. Melalui saluran ini, setiap harinya PT. Wolfgang Let'z Asia beroperasi dengan mencatat pesanan masuk, menyampaikan kepada pihak hotel, menjawab pertanyaan, keluhan, dan permintaan tamu, serta mengatur jumlah produk (kamar) yang jumlahnya disesuaikan dari pihak hotel.

Pada kesempatan magang ini, penulis di tempatkan pada dua divisi utama yaitu divisi *performance* sebagai *executor* dan divisi *support* sebagai *operator*, serta divisi sampingan pada divisi *office operational* sebagai *finance*. Alasan penempatan pada dua divisi utama tersebut adalah mudah untuk dipelajari dalam jangka pendek. Selain itu, melalui penempatan ini, penulis bisa mengamati perbandingan antara pemesanan online dan pemesanan offline. Sedangkan pada divisi *office operational*, penulis hanya membantu memasukan data mengenai pemesanan yang telah terjadi tanpa melakukan proses perhitungan untuk nantinya dilaporkan kepada pihak hotel. Sebelum melaksanakan kegiatan magang secara efektif, penulis menjalani *training*, sehingga mampu melaksanakan tugas dengan baik meski pun dalam pelaksanaannya masih diiringi dengan proses belajar juga.

III. LANDSAN TEORI

PEMASARAN

Pemasaran berasal dari kata dasar pasar, tetapi pada pembahasan ini pasar yang dimaksud bukanlah secara harafiah melainkan dalam arti yang lebih luas. Menurut Kotler (1997) dalam bukunya menjabarkan pengertian pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial di mana setiap individu maupun kelompok yang terlibat di

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dalamnya mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan sebagai hasil dari siklus penciptaan, penawaran dan pertukaran nilai yang sepadan dari suatu produk. Bagi perusahaan atau pengusaha, terutama yang berfokus pada tujuan berupa profit, kegiatan ini menjadi sangat penting karena jika mereka tidak berhasil melaksanakannya maka akan berdampak buruk mulai dari kerugian hingga kebangkrutan.

Mungkin untuk masyarakat awam, pemasaran terdengar sebagai hal sederhana yang hanya meliputi transaksi jual beli. Namun jika ditinjau lebih jauh, pemasaran menjadi hal yang jauh lebih kompleks dibandingkan sekadar aktivitas transaksi produsen dan konsumen. Pernyataan ini didukung oleh Charles dan Delbert dalam Alma (2014:76) yang menuliskan bahwa pemasaran adalah suatu distribusi dengan semua kegiatan yang diperlukan untuk menempatkan atau menyampaikan barang di tangan konsumen. Kegiatan yang dirasa bisa menjadi kunci sukses pemasaran antara lain periklanan, penjualan, interaksi dengan masyarakat, promosi, penentuan harga jual dan penelitian terhadap konsumen sasaran baik sebelum maupun sesudah suatu produk dipasarkan (Smith, 2001:10).

PERIKLANAN

Secara umum iklan dapat diilhami sebagai cara suatu usaha, baik yang menyediakan produk dalam bentuk barang maupun jasa, untuk menunjukkan eksistensi merek dagangnya. Di sisi lain, tidak bisa dipungkiri juga bahwa suatu produk yang memang memiliki tujuan untuk dipublikasikan kepada konsumennya harus mau memperlihatkan dirinya melalui iklan. Menurut, Iklan bisa artikan susunan dari kumpulan pesan bersifat non-personal, yang ditujukan untuk khayalak umum, mengenai produk tertentu di mana penyampaiannya melalui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

saluran atau media yang disesuaikan dengan pertimbangan berbagai aspek (Kotler & Keller, 2016).

BISNIS PERHOTELAN

Sebagai makhluk hidup yang terus melakukan mobilitas atau pergerakan, tentunya manusia memerlukan tempat untuk berhenti sejenak guna beristirahat. Bagi masyarakat modern, tempat tersebut mengacu pada sebuah rumah atau hunian tetap yang dipakai dalam jangka waktu lama. Tetapi jika seseorang melakukan perjalanan jauh untuk waktu tertentu, maka diperlukan suatu bangunan yang menyediakan berbagai akomodasi layaknya sebuah rumah untuk menjadi tempat tinggal sementara. Kebutuhan tersebut yang mendasari adanya bisnis perhotelan di dunia ini. Mandasari (2011) dalam tulisannya memaparkan beberapa pengertian hotel seperti berikut:

1. Menurut Dirjen Pariwisata - Deparpostel

Hotel merupakan suatu jenis akomodasi yang dalam pengoperasiannya menggunakan baik sebagian atau seluruh bangunan dengan tujuan menyediakan kebutuhan penginapan, pangan, dan jasa lainnya untuk khayalak umum di bawah pengelolaan secara komersial.

2. Menurut AHMA (American Hotel and Motel Association)

Hotel adalah tempat, di mana dalam tempat itu disediakan satu atau lebih kamar untuk menginap, jasa penyedia makanan dan minuman, serta jenis pelayanan lain bagi tamu atau orang yang tinggal dengan jangka waktu tertentu.

3. Menurut Webster (Kamus Bahasa Inggris)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hotel adalah lembaga komersial yang menyediakan fasilitas kamar untuk menginap, makanan, minuman, serta layanan lainnya untuk publik.

ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)

Kemajuan dan perkembangan teknologi telah membawa banyak perubahan pada berbagai bidang kehidupan manusia. Dari satu zaman ke zaman berikutnya, bisa dipastikan terdapat penemuan baru dengan tujuan untuk memudahkan kegiatan manusia baik kegiatan rutin maupun khusus. Hal ini pun dialami dalam dunia pariwisata. Pada abad ke-21 ini, kegiatan *traveling* atau bepergian merupakan kebutuhan manusia yang dijadikan ladang bisnis karena saat ini seseorang tidak hanya sekadar melakukan perjalanan melainkan memperhatikan akomodasi yang akan mereka gunakan untuk mencapai atau saat berada di tempat tujuannya. Salah satu aspek yang menentukan bisnis pariwisata berhasil adalah kemudahan konsumen dalam mendapat informasi dan melakukan pemesanan. Di sinilah peran *Online Travel Agent* atau akrab disingkat menjadi OTA memainkan peran penting mereka. OTA bisa diartikan sebagai pihak ketiga yang menyediakan jasa promosi secara *online* bagi berbagai akomodasi *traveling*, seperti hotel, transportasi dan tempat wisata sehingga mampu untuk mendistribusikan informasi dan memfasilitasi pemesanan dari konsumen kepada pihak penyedia akomodasi tersebut (*Australian Tourism Data Warehouse, 2013*).

E-COMMERCE MANAGER

Saat membicarakan sebuah bidang, hal yang tidak bisa dipisahkan adalah orang-orang yang berperan di dalamnya. Tanpa orang-orang tersebut, maka bidang tersebut tidak bisa menjadi topik yang menarik untuk dipelajari. Seperti halnya dalam pemasaran dan promosi secara online ini. Dibalik layar berjalannya OTA

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang sukses, terdapat karyawan yang menjalankan perannya masing-masing, salah satunya *e-commerce manager*. E-commerce atau electronic commerce sendiri bisa diartikan sebagai sistem bisnis yang menyatukan perusahaan, konsumen dan pihak bisnis lainnya ke dalam satu jaringan utama dengan teknologi internet (Hotana, 2018). Konsep ini yang telah menjadi landasan berdirinya sebuah OTA selama ini.

Tetapi di balik kemudahan yang dirasakan dan kesannya semua hal itu dilakukan oleh sistem, masih terdapat orang-orang yang mengawasi, memperbaiki bahkan merancang sistem tersebut agar dapat digunakan semua orang. Peran yang cocok untuk pekerjaan ini tidak lain adalah seorang manajer. Pekerjaan seorang manajer e-commerce tidak memiliki banyak perbedaan dari manajer pada umumnya. Mereka bukanlah orang yang hanya menguasai satu bidang tapi keseluruhan aspek yang terkandung di dalam berjalannya e-commerce, mulai dari aktivitas pada departemen IT, pengembangan situs website, perencanaan oleh departemen pemasaran, sampai kepada umpan balik yang diberikan oleh konsumen. Aspek- aspek ini harus bisa dijalankan secara beriringan dengan irama yang sama, karena jika satu saja departemen tertinggal, akan terjadi kesalahpahaman yang dapat berakibat fatal untuk seluruh perusahaan (Drobyazko et al., 2019a; Drobyazko et al., 2019b).

Tanggung jawab utama manajer e-commerce adalah menciptakan *branding online*, mengontrol kualitas konten yang dipromosikan, mengembangkan spesifikasi bagi para karyawan yang akan bekerja ssebagai pengendali e-commerce dan merencanakan bisnis untuk terus mengembangkan suatu produk melalui e-commerce yang dipakai sesuai dengan tujuan perusahaan (Papp, 2018; Tatiana et al., 2018).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN PERMASALAHAN

DOUBLE BOOKING

Permasalahan yang paling umum dialami dalam menerima pemesanan dari tamu adalah terjadinya double booking atau pemesanan ganda. Makna ganda di sini tidak selalu memiliki maksud dua kali, tetapi lebih kepada terjadinya pemesanan pada kamar yang sama yang sebelumnya telah dipesan. Misalnya suatu hotel atau penginapan memiliki kapasitas lima kamar dengan tipe yang sama. Pada tanggal tertentu, lima kamar tersebut telah habis terjual, baik secara online mau pun offline, tetapi masih ada pemesanan masuk secara online. Kasus seperti ini bisa dikatakan sebagai double booking, dikarenakan adanya pemesanan terhadap kamar yang telah habis terjual. Kasus double booking bisa juga terjadi jika saat muncul pemesanan masuk, namun terdapat kendala pada hotel baik yang bersifat mendadak atau pun tidak

TAMU TIDAK HADIR TANPA KONFIRMASI PEMBATALAN

Kasus tamu tidak hadir tanpa konfirmasi atau lebih akrab disebut *no show* menjadi masalah apabila tamu tersebut memilih tipe pembayaran langsung di hotel. Hal ini bisa disebut sebagai risiko, karena jika tamu tersebut tidak datang maka hotel tidak menerima uang pembayaran padahal kamar yang ada telah disiapkan.

Permasalahan ini muncul disebabkan oleh tamu menemukan hotel dengan harga yang lebih murah dengan asumsi memiliki fasilitas yang sama dengan yang dipesan, tamu membatalkan perjalanan karena suatu kendala, atau berbagai kemungkinan lainnya. Hal ini juga berdampak bagi PT. Wolfgang Let'z Asia dalam perolehan komisi. Semakin banyak tamu *no show*, artinya semakin sedikit

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

komisi yang diterima padahal kamar tersebut telah ditandai sebagai terjual. Hal ini bisa menjadi masalah yang ini lebih rumit apabila pihak hotel tidak menyadari atau tidak menyampaikan perihal tamu no show tersebut kepada pihak perusahaan mau pun adanya kesalahan dari pihak internal operator Let'z yang akan memengaruhi kualitas laporan bulanan PT. Wolfgang Let'z Asia kepada pihak hotel.

DOUBLE GREETING DAN KURANGNYA KOMUNIKASI HOTEL

Kunci dari keberhasilan kerja sama antara PT. Wolfgang Let'z Asia dan mitra hotelnya adalah kelancaran informasi inventaris kamar dan hal penting lainnya. Sebagai pihak yang membantu hotel untuk berkembang, pihak PT. Wolfgang Let'z Asia memulai percakapan pada grup *whatsapp* yang telah dibuat dengan greeting untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada pagi hari agar inventasi yang disampaikan pihak hotel masih belum tercampur adanya pemesanan, karena rata-rata jam pemesanan hotel bermula dari pukul 11.00 pagi sampai dini hari setiap harinya. Tetapi perusahaan ini tidaklah menetapkan jadwal pasti untuk kegiatan greeting ini yang menyebabkan terkadang dua operator mengirim pesan greeting dari masing-masing perangkatnya. Meskipun masalah ini sangatlah minor, tetapi jika terjadi berulang kali maka akan terasa membuang-buang waktu dan tidak menunjukkan sikap profesional. Sama halnya dengan kasus double booking, permasalahan ini juga bisa dikategorikan dalam human error yang memerlukan ketelitian saat bekerja.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

V. KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

KESIMPULAN

Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh oleh penulis selama kegiatan magang:

1. PT. Wolfgang Let'z Asia merupakan perusahaan yang menjual jasanya untuk mengelola hotel independen dan membantu hotel tersebut untuk lebih berkembang dengan menerapkan penjualan kamar melalui saluran distribusi online yang dikenal dengan online travel agent (OTA) serta mendukung para pemilik hotel independen agar lebih terbuka pada kemajuan teknologi yang bisa mendorong angka penjualan.
2. Penulis secara langsung mempelajari dan menerapkan teori periklanan melalui skema dan cara kerja saluran distribusi online untuk menjual kamar hotel yang diperoleh dengan penempatan penulis di divisi performance sebagai karyawan executor yang tugas utamanya adalah mendaftarkan hotel pada OTA pilihan PT. Wolfgang Let'z Asia.
3. Penulis menerapkan teori pemasaran dengan menempati posisi operator pada divisi support yang menjembatani transaksi antara konsumen atau tamu dengan pihak hotel mulai dari menyampaikan pemesanan yang terstruktur, membantu menyampaikan kebutuhan tamu dan mengatur jumlah kamar yang dijual setiap harinya pada saluran distribusi online.
4. Penulis mengembangkan kemampuan yang dibutuhkan dalam dunia kerja seperti kedisiplinan, pola kerja yang baik, keseimbangan antara bekerja dan kehidupan sosial, kerja sama tim dan masih banyak lainnya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

REKOMENDASI

Berikut adalah rekomendasi baik bagi PT. Wolfgang Let'z Asia dan STIE YKPN Yogyakarta:

5.2.1 PT. WOLFGANG LET'Z ASIA

1. Perlunya kegiatan *training* secara rutin dengan tujuan untuk memeriksa dan menilai kinerja karyawan sehingga meningkatkan keselarasan dan profesionalitas serta tercipta *quality control* yang bisa dijadikan patokan dalam merekrut karyawan baru.
2. Mengurangi risiko terjadinya human error dengan membuat program yang mampu melaksanakan kegiatan greeting secara otomatis yang juga mendorong nilai profesionalitas.
3. Lebih mendorong komunikasi dengan semua mitra hotel agar semua informasi dapat disampaikan dengan jelas yang mampu membantu mengurangi potensi kasus double booking atau pun terlewatnya data tamu no show.

5.2.2 STIE YKPN YOGYAKARTA

1. Memberikan pilihan institusi yang bisa dijadikan sebagai objek kegiatan magang sebagai mahasiswanya sebagai referensi sehingga tidak terjadi kebingungan pada saat menentukan objek magang tersebut.
2. Membangun kerja sama dengan berbagai institusi baik pemerintahan maupun swasta yang menunjukkan hubungan mutualisme. STIE YKPN Yogyakarta nantinya bisa menyarakan mahasiswa untuk melaksanakan magang atau pun mengambil lowongan pekerjaan pada institusi tersebut dan di sisi lain institusi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

itu akan mendapatkan lulusan sarjana yang pendidikannya bisa dijamin oleh STIE YKPN Yogyakarta.

REFLEKSI DIRI

Melaksanakan kegiatan magang di PT. Wolfgang Let'z Asia memiliki manfaat langsung dan tidak langsung yang bisa dirasakan oleh penulis. Adanya kesempatan untuk belajar mengenai bagaimana cara kerja online travel agent dan sistematika pengelolaan hotel yang baik dan terstruktur sedikit membantu penulis untuk mengenal dan mengetahui bagaimana dunia pariwisata bekerja dan potensi yang bisa dimanfaatkan pada masa yang akan datang. Tidak hanya itu, penulis juga berkesempatan mempraktikkan ilmu-ilmu yang diperoleh selama menjalani kuliah, terutama pada bidang pemasaran jasa dan periklanan efektif. Terlepas dari manfaat yang berhubungan dengan teori mata kuliah, penulis juga mendapatkan keuntungan lain dengan memilih magang sebagai tugas akhir seperti pengalaman kerja langsung, relasi yang merupakan ahli di bidangnya, kesempatan bekerja yang lebih luas setelah lulus dan lain sebagainya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU, SKRIPSI DAN JURNAL

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Australian Tourism Data Wirehouse. (2013). *Tutorial 39a On Line Travel Agents 101*. Australia: Australian Tourism Data Warehouse.
- Diayudha, L. (2020). Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19: Analisis Deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, Vol. 3.
<https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2166>
- Dimiyati, A.S. (1989). *Pengetahuan Dasar Perhotelan*. Semarang: CV Desire Sanan.
- Drobayzko, S., Makedon, V., Zhuravlov, D., Buglak, Y., & Stetsenko, V. (2019). *Ethical, Technological and Patent Aspects of Technology Blockchain Distribution*. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, Vol. 22.
- Drobayzko, S., Potyshniak, O., Radionova, N., Paranytsia, S., & Nehoda, Y. (2019). *Security of Organizational Changes Via Operational Integration: Ensuring Methodology*. *Journal of Security and Sustainability Issues*, Vol. 9.
- Herr, E. L., & Cramer, S. H. (1984). *Career Guidance and Counseling Through the Life Span*. Boston: Little Brown Company.
- Hotana, M. S. (2018). Industri E-Commerce Dalam Menciptakan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Hukum Persaingan Usaha. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, Vol. 1.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition*. 14th. ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Terjemahan Adi Zakaria Afiff. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Lestari, I. (2017) Meningkatkan Kematangan Karir Remaja Melalui Bimbingan Karir Berbasis Life Skills. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, Vol. 3.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Lukitaningsih, A. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 13, Hal. 116-129.
- Mandasari, K. (2011). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih jasa perhotelan*. (Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro Semarang).
<https://repofeb.undip.ac.id/5521/>
- O'Brien & Marakas. (2011). *Management Information System*. Illinois Chichago: Mc Graw-Hill / Irwin Northwestern University.
- Pamungkas, I. N. A. (2016). *IMC"0'logy*. Yogyakarta: Deepublish,.
- Papp, J. (2018). *Qualit Manaement in The Imain Sciences E-book*. Elsevier Health Sciences.
- Pradiatiningtyas, D. (2015). Analisa *Buying Behavior* pada *Online Travel Agent*. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. 6.
- Smith, P. R. (2001). *Great Answer to Tough Marketing Questions*. Jakarta: Erlangga, Hal. 10.
- Tatiana, U., Ludmyla, G., Iryna, T., Olga, D., & Ludmila, S. (2018). *Economical Self Sufficiency Of a Territorial Community As a System Sharacteristic of Its Self-development*. *Academy of Strategic Management Journal*, Vol. 17.
- Utomo, W., & Azwar, A. (2018). ANALISIS EFEKTIFITAS CBET (COMPETENCY BASE EDUCATION AND TRAINING) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN SOFT SKILLS, TANGGUNG JAWAB DAN DISIPLIN TERINTEGRASI (STUDI PROGRAM MAGANG MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRSI NIAGA POLITEKNIK NEGERI JAKARTA). *Epigram*, Vol 15.

SUMBER PERATURAN NEGARA

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

Peraturan Menteri Ketenagakerjaan No.6 Tahun 2020 mengenai penyelenggaraan pemagangan di dalam negeri.