

**LAPORAN AKHIR AKTIVITAS MAGANG
PADA DIVISI SALES EXECUTIVE
WHIZ HOTEL MALIOBORO YOGYAKARTA**

Acc REVISI Laporan TA Magang

Pembimbing: 31 Desember 2023



LAPORAN MAGANG

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

Rindi Astarina

2120 31209

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN AJARAN 2023**

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan magang dan membuat laporan magang dengan baik dan tepat waktu. Laporan kegiatan magang ini disusun berdasarkan kegiatan serta pelaksanaan magang yang dilaksanakan mulai tanggal 4 September 2023 hingga 4 Desember 2023 sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi sarjana S1 dalam program manajemen Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Penulis mengakui bahwa kelancaran kegiatan magang dan penulisan laporan magang tidak akan tercapai tanpa dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan kelancaran dan kemudahan selama proses kegiatan magang dan penyusunan laporan kegiatan magang.
2. Bapak Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
3. Bapak Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si., PH.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan magang di Whiz Hotel Malioboro.

4. Bapak Rudy Badrudin, Dr., M.Si., selaku dosen wali dan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan laporan kegiatan magang.
5. Kedua orang tua Ibu Sri Murwani dan Bapak kambali Kadarusman yang selalu memberikan dukungan dan doa agar penulis dapat menyelesaikan studi S1 Manajemen pada Sekolah tinggi ilmu ekonomi YKPN.
6. Aji Sareka Pranata sebagai partner spesial saya, terimakasih selalu menemani dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama menyelesaikan tugas akhir berupa kegiatan magang.
7. Azzahra Mutiara Putri sebagai partner menyelesaikan studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
8. Teman-teman yang selalu menemani dan memberikan saran selama perkuliahan serta memberikan dukungan dalam menjalankan tugas akhir hingga penyusunan laporan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan kegiatan magang ini masih memiliki banyak kelemahan dan belum mencapai tingkat kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga penyusunan laporan kegiatan magang ini memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Yogyakarta, 12 Desember 2023

Penulis

Rindi Astarina

ABSTRAK

Magang pada divisi sales executive Whiz Hotel Malioboro dimulai pada tanggal 4 September 2023 hingga 4 Desember 2023 dengan 5 hari kerja memberikan pemahaman mendalam tentang aspek penjualan dan pemasaran dalam industri perhotelan. Selama magang, penulis aktif terlibat dalam strategi pemasaran, negosiasi penawaran, dan pengelolaan hubungan pelanggan. Penekanan diberikan pada peningkatan citra hotel dan peningkatan pendapatan melalui peningkatan penjualan kamar dan layanan tambahan.

Pengalaman magang melibatkan interaksi intensif dengan klien potensial, penyusunan proposal penawaran, pembuatan *confirmation letter* (CL), pembuatan *Banquet Event Order* (BEO), dan pembuatan *Grup Saels Arrangement* (GSA). Selain itu, penulis juga terlibat dalam kegiatan check-in dan check-out klien.

Kata kunci: Magang, Sales Executive, Pemasaran, Penjualan, dan Whiz Hotel Malioboro

ABSTRACT

Internship in the sales executive division of Whiz Hotel Malioboro starts on September 4 23023 to December 4 2023 with 5 working days providing an in-depth understanding of sales and marketing aspects in the hotel industry. During the internship, the author was actively involved in marketing strategy, offer negotiation, and customer relationship management. Emphasis is placed on improving the hotel's image and increasing revenue through increased sales of rooms and additional services.

The internship experience involves intensive interactions with potential clients, drafting bid proposals, creating confirmation letter (CL), creating Banquet Event Order (BEO), and creating Grup Saels Arrangement (GSA). Apart from that, the uthor is also involved in client check-in and check-out activities.

*Keywords: Internship, Sales Executive, Marketing, Sales and Whiz Hotel
Malioboro*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1	9
1.1. Latar Belakang	9
1.2. Tujuan Aktivitas Magang	10
1.3. Manfaat magang	10
1.3.1 Manfaat bagi penulis:	11
1.3.2 Manfaat bagi Whiz Hotel Malioboro	11
1.3.3 Manfaat bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta:	11
1.4. Waktu, Tempat Magang dan Pelaksanaan Magang	11
1.5. Sistematika Laporan Magang	12
BAB 2	14
2.1 PROFIL PERUSAHAAN.....	14
2.1.1 Visi dan Misi Whiz Hotel Malioboro	15
2.1.2 Nilai Perusahaan.....	15
2.1.3 Hotel Informasi	16
2.1.4 Fasilitas Hotel	16
2.1.5 Struktur Perusahaan	20
2.2 Aktivitas Magang	23
BAB 3	30
3.1. Pemasaran Jasa	30
3.2. Komunikasi Bisnis	31
3.3. Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat</i>).....	32
3.4. Sertifikasi <i>Microsoft Word</i>	33
BAB 4	35
4.1 Analisis Permasalahan.....	35
4.1.1. Kurang Terencana saat pemasaran jasa atau sales call.....	35

4.1.2.	<i>Slow Respons Terhadap Pesan dari Klien</i>	36
4.1.3.	Dadakan Memberikan GSA dan BEO	36
4.1.4.	Ketersediaan Mobil yang tidak Memenuhi Kebutuhan Klien	37
4.2	Pembahasan dan Solusi Masalah.....	37
4.2.1.	Kurang Persiapan saat <i>Sales Call</i>	37
4.2.2.	<i>Slow Respons Terhadap Pesan dari Klien</i>	40
4.2.3.	Dadakan Memberikan GSA dan BEO	41
4.2.4.	Ketersediaan Mobil tidak Memenuhi Kebutuhan Klien	42
BAB 5	45
5.1.	Simpulan.....	45
5.2.	Rekomendasi	47
5.3.	Refleksi Diri	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Whiz Hotel Malioboro	14
Gambar 2.2. Standard Room	17
Gambar 2.3. Superior Doubel Room	18
Gambar 2.4. Superior Twin Room.....	18
Gambar 2.5. Deluxe Room	19
Gambar 2.6. Logo Meeting Room	20
Gambar 2.7. Struktur Perusahaan	20
Gambar 2.8. Sales call Harian Jogja	24
Gambar 2.9. Sales Call Radio Jogja	24
Gambar 2.10. Proses Pembuatan Confirmation Letter	25
Gambar 2.11. Proses Pembuatan GSA	26
Gambar 2.12. Proses Pembuatan Invoice	26
Gambar 2.13. Proses Pembuatan BEO	27
Gambar 2.14. Proses Pembuatan Surat Penawaran	28
Gambar 2.15. Akun Instagram Whiz Hotel Malioboro	28
Gambar 2.16. Akun Facebook Whiz Hotel Malioboro	29

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta merupakan salah satu perguruan tinggi yang telah tumbuh dan berkembang, menjadi salah satu lembaga pendidikan ekonomi terkemuka di Indonesia. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta memiliki pilihan tugas akhir, salah satunya berupa magang kerja. Salah satu tujuan kegiatan magang kerja, untuk menyiapkan mahasiswa maupun mahasiswi agar dapat mengenal dunia kerja yang sesungguhnya. Pengalaman magang memiliki peluang yang lebih untuk meningkatkan daya tarik perusahaan.

Pada saat ini objek wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta semakin berkembang dan terus berinovasi, baik wisata budaya ataupun sejarah, kuliner dan tempat wisata alam. Sehingga dapat mendorong berkembangnya perusahaan perhotelan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini hotel yang memiliki harga terjangkau dan lokasi strategis menjadi pilihan wisatawan.

Pelaksanaan aktivitas magang kerja yang dilakukan penulis, di Whiz Hotel Malioboro yang merupakan sebuah hotel bintang dua yang terletak di pusat kota Yogyakarta. Whiz Hotel Malioboro beralamat di Jalan Dagen No.8, Malioboro. Penulis memilih melakukan magang kerja di sana, dikarenakan Whiz Hotel Malioboro memiliki program magang kerja yang baik memberikan pengalaman yang berharga, dan Whiz Hotel Malioboro terletak dipusat kota Yogyakarta, yang

merupakan salah satu destinasi wisata utama di Yogyakarta. Lokasi yang strategis memungkinkan penulis untuk belajar tentang industri perhotelan di lingkungan yang ramai dan menarik bagi wisatawan.

Perkembangan dunia industri perhotelan di Indonesia semakin pesat, salah satunya pada wilayah Yogyakarta, banyaknya tempat wisata di Yogyakarta yang dapat mendatangkan para wisatawan, membuat banyak sekali pelaku usaha memilih untuk bergelut pada dunia perhotelan, karena para wisatawan secara tidak langsung akan membutuhkan tempat tinggal sementara pada saat berkunjung dan tempat yang dituju adalah hotel.

1.2. Tujuan Aktivitas Magang

Tujuan magang kerja antara lain:

1. Mengaplikasikan ilmu atau teori yang sudah didapatkan pada saat perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.
2. Mendapatkan pengalaman praktik dalam lingkungan kerja yang sesungguhnya.
3. Meningkatkan keterampilan dalam komunikasi, manajemen waktu, dan pemecahan masalah.

1.3. Manfaat magang

Dengan melakukan aktivitas magang di Whiz Hotel Malioboro penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada penulis, Whiz Hotel Malioboro dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta. Manfaat dari magang kerja sebagai berikut:

1.3.1 Manfaat bagi penulis:

1. Menambah pengalaman bekerja.
2. Melatih tanggung jawab dan disiplin.

1.3.2 Manfaat bagi Whiz Hotel Malioboro

1. Membantu pekerjaan di Whiz Hotel Malioboro.
2. Menjalin kerja sama antara Whiz Hotel Malioboro dengan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.

1.3.3 Manfaat bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta:

1. Membantu dalam meningkatkan kualitas mahasiswa atau mahasiswi agar dapat menghasilkan lulusan yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh dunia kerja.
2. Meningkatkan kualitas hubungan dan kerja sama antara Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta dengan Whiz Hotel Malioboro.

1.4. Waktu, Tempat Magang dan Pelaksanaan Magang

1.4.1. Waktu dan Tempat

Penulis melakukan kegiatan magang kerja pada:

Tanggal : 04 September 2023 s.d. 08 Desember 2023

Perusahaan : Whiz Hotel Malioboro

Lokasi :Jalan Dagen No.8, Malioboro

Periode : 5 September 2023 – 5 Desember 2023

Jam kerja : Senin – Jumat :08.00 – 15.00

1.4.2. Penempatan Magang

Departemen : *Sales Executive*

Durasi magang : 3 bulan

1.5. Sistematika Laporan Magang

Dalam penyusunan laporan magang akhir aktivitas magang ini, penulis menyusun 5 bab terdiri dari:

1. BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I berisikan laporan akhir magang ini menjelaskan tentang latar belakang penulisan laporan tugas akhir aktivitas magang, tujuan aktivitas magang, manfaat yang didapatkan dan penjelasan tentang waktu, tempat, dan pelaksanaan magang.

2. BAB II : PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

Pada bab II berisikan tentang profil lengkap Whiz Hotel Malioboro, termasuk logo perusahaan, visi dan misi perusah, nilai-nilai perusahaan, struktur organisasi, aktivitas magang penulis dan gambar-gambar penulis ketika sedang melakukan pekerjaan yang diberikan.

3. BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab III berisikan tentang landasan teori atau teori-teori dari para ahli yang dipakai oleh penulis, untuk membantu dalam menyelesaikan masalah yang dialami oleh penulis, selama aktivitas magang berlangsung di Whiz Hotel Malioboro dan membantu penulis untuk mencari solusi dari permasalahan yang terjadi, selama aktivitas magang di Whiz Hotel

Malioboro serta menjadi landasan untuk membantu dalam menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir aktivitas magang.

4. BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV berisikan tentang analisis dan penjelasan masalah-masalah yang dihadapi oleh penulis, ketika melaksanakan tugas ketikan magang serta memberikan solusi dengan mengkaitkan teori-teori dari para ahli.

5. BAB V : SIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Pada bab V atau bab terakhir dalam laporan magang, berisikan tentang rangkuman dari keseluruhan laporan aktivitas magang penulis, selama tiga bulan di Whiz Hotel Malioboro, penulis memberikan kesimpulan dan rekomendasi yang diberikan kepada Whiz Hotel Malioboro dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

BAB 2

PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

2.1 PROFIL PERUSAHAAN

PT Intiwhiz International merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Intiland Development Tbk yang bergerak di bidang *hospitality* dan bisnis perhotelan sejak tahun 2008. Salah satu *brand* hotel yang dinaungi oleh PT Intiwhiz International adalah Hotel Whiz yang telah tumbuh dan berkembang di beberapa kota besar di Indonesia termasuk Yogyakarta dengan Whiz Hotel Malioboro.



Gambar 2.1.
Logo Whiz Hotel Malioboro

Whiz Hotel Malioboro sebagai hotel berbintang dua terletak di pusat Kota Yogyakarta, dengan konsep minimalis modern tepatnya di Jalan Dagen No.8, Malioboro, diresmikan pada tanggal 10 Oktober 2010. Lokasi yang strategis, berjarak 50 meter dari Malioboro dan pusat pemerintahan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Whiz Hotel Malioboro memiliki enam lantai dengan jumlah 100 kamar terdiri dari empat tipe kamar yaitu 9 kamar *Standard Room*, 53 kamar

Superior Rooms Twin, 33 kamar *Superior Rooms Double* dan 5 kamar *Deluxe Rooms* dan 1 *Meeting Room* dengan kapasitas maksimal 35 orang serta fasilitas *restaurant* untuk sarapan pagi. Whiz Hotel Malioboro memiliki target konsumen yang sebagai dasar dalam strategi pemasaran adalah para eksekutif local yang berpergian ke daerah Yogyakarta, dengan menawarkan fasilitas terbaik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen local.

2.1.1 Visi dan Misi Whiz Hotel Malioboro

Visi:

“To be slught after fast growing hotel chain in Indonesia.”

“Menjadi jaringan hotel yang paling diminati dan tumbuh dengan pesat di kawasan Indonesia.”

Misi:

“To provide home for travelers who want to get the most value for their money.”

“Menjadi rumah bagi mereka yang berpergian dan ingin memperoleh manfaat optimal dari harga yang mereka bayarkan.”

2.1.2 Nilai Perusahaan

Whiz Hotel Malioboro memiliki nilai perusahaan sebagai berikut:

1. *Integrity*
2. *Building Trush*
3. *Continuous Learning*
4. *Customer fokus*
5. *Team work communication*

2.1.3 Hotel Informasi

Check – In : Pukul 14.00

Check – Out : Pukul 12.00

Jumlah ruangan : 100 kamar

Bintang hotel : 2

2.1.4 Fasilitas Hotel

1. 100 kamar
2. Taman Sari Restaurant
3. 1 ruang rapat dengan kapasitas 35 orang
4. Seluruh kamar bebas rokok
5. TV kabel layar datar
6. Taman area untuk merokok
7. Wi-fi
8. Fasilitas laundry
9. Area Parkir
10. Pengamanan 24 jam
11. Ruang ibadah

Tipe Kamar Hotel

Whiz hotel memiliki 3 jenis type kamar sebagai berikut:

1. Standard Room

Fasilitas:

- Luas kamar 14 m^2
- Kamar bebas rokok

- Laundry
- Air mineral
- TV Kabel
- Shower air panas dan air dingin
- Wi-fi



Gambar 2.2.
Standard Room

2. Superior Room Double/ Twin

Fasilitas:

- Luas 16 m²
- Kamar bebas rokok
- Laundry
- Air mineral
- TV Kabel
- Shower air panas dan air dingin
- Wi-fi



Gambar 2.3.
Superior Double Room



Gambar 2.4.
Superior Twin Room

3. *Deluxe Room*

- Luas 18 m²
- Kamar bebas rokok
- Laundry
- Air mineral
- TV kabel
- Tea & coffee maker

- Shower air panas dan air dingin
- Wi-fi



Gambar 2.5.
Deluxe Room

Ruang Rapat

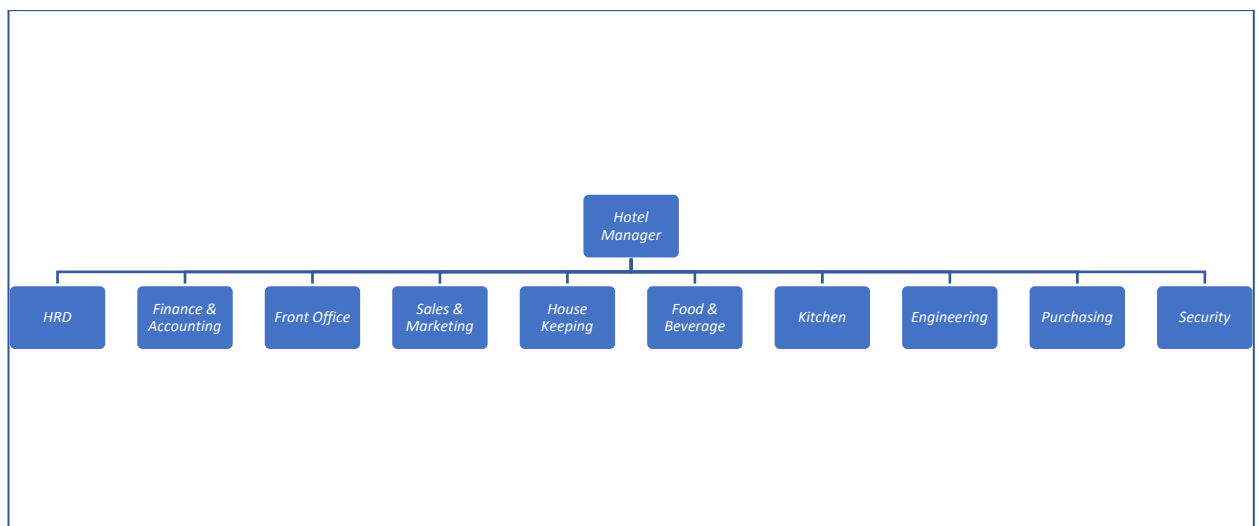
Ruang rapat Whiz Hotel Malioboro memiliki fasilitas sebagai berikut:

- Ukuran ruangan 12m x 5m
- *Signed board*
- *Infokus & screen*
- *Sound system, mic wireless*



Gambar 2.6.
Meeting Room

2.1.5 Struktur Perusahaan



Gambar 2.7.
Struktur Perusahaan

Berikut ini adalah penjelasan dari struktur organisasi Whiz Hotel Malioboro, antara lain:

1. Hotel Manager

Tugas utama dari hotel *manager* memimpin sembilan departemen, pengawasan dan bertanggung jawab terhadap semua keputusan yang

diambil Whiz Hotel Malioboro meliputi keputusan keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan operasional.

2. *Human Resource Development (HRD)*

Bertanggung jawab atas manajemen sumber daya manusia dalam rekrutmen, pengembangan karyawan, perencanaan karier serta melaksanakan peraturan yang telah ditetapkan perusahaan.

3. *Finance & Accounting*

Finance & Accounting Whiz Hotel Malioboro bertanggung jawab atas masuk dan keluar keuangan Whiz Hotel Malioboro termasuk pembuatan jurnal, laporan keuangan dan perpajakan. Departemen ini sangat penting untuk mengetahui kesehatan perusahaan dengan melakukan analisis pada *cash flow* dan laporan keuangan.

4. *Front Office*

Pada *Front Office* merupakan pusat layanan Whiz Hotel Malioboro bertanggung jawab atas pemberian informasi, *check-in* dan *check out*, pemesanan, penanganan pembayaran, pengelolaan kunci, dan administrasi.

5. *Sales & Marketing*

Bertanggung jawab dalam pemasaran Whiz Hotel malioboro dengan promosi konvensional melalui *salles call* dan juga promosi digital melalui sosial media. *Salles & Marketing* juga bertanggung jawab melakukan komunikasi dengan klien hotel serta menyusun penawaran. Membuat membuat *Confirmation Letter (CL)*, *Grup Sales Arrangement (GSA)*, *invoice*, *Banquet Event Order (BEO)* dan Surat Penawaran.

6. *Housekeeping*

Bertanggung jawab atas kebersihan, dan keamanan lingkungan dalam hotel. Dalam dunia perhotelan *housekeeping* sangat dibutuhkan yaitu untuk menjaga kebersihan kamar, mengatur ruangan, menjaga kebersihan umum, dan mengelola laundry hotel. *Housekeeping* harus menjalankan tugas dengan cermat karena kebersihan dan kenyamanan lingkungan dapat berdampak yang signifikan terhadap kepuasan klien.

7. *Food & Beverage*

Bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan dan memberikan pelayanan menyajikan makanan dan minuman kepada klien untuk menciptakan pengalaman kuliner yang menyenangkan bagi klien.

8. *Kitchen*

Pada divisi *kitchen* ini memiliki tanggung jawab dalam persiapan, pengolahan, dan penyajian makanan kepada klien.

9. *Engineering*

Engineering memiliki tanggung jawab untuk memastikan semua fasilitas, peralatan, dan sistem di hotel beroperasi dengan baik.

10. *Security*

Pada divisi *security* memiliki tanggung jawab terhadap kedatangan klien termasuk parkir juga membantu klien dalam membawa barang bawaan.

2.2 Aktivitas Magang

Aktivitas yang dilakukan oleh penulis pada saat kegiatan magang yang dilaksanakan pada tanggal 5 September 2023 hingga 5 Desember 2023 di Whiz Hotel Malioboro pada divisi *Sales Executive*. Penulis diberikan pada tempat yang penulis inginkan dengan begitu penulis dapat mempraktikkan teori-teori manajemen yang selama ini dipelajari selama perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta. Pada awal kedatangan penulis di Whiz Hotel Malioboro penulis dikenalkan oleh karyawan-karyawan yang ada dalam satu ruangan. Dengan seiring berjalannya waktu penulis mengenal semua karyawan-karyawan yang ada di Whiz Hotel Malioboro.

Penulis mendapatkan kesempatan pada divisi *sales executive* berkaitan dengan salah satu teori manajemen yaitu pemasaran jasa, sehingga penulis diberikan tugas memasarkan hotel dengan cara konvensional yaitu *sales call* yang dilaksanakan setiap hari Selasa dan Kamis, dan juga pemasaran digital dengan membuat konten video ataupun foto yang di *upload* di media sosial yang dimiliki Whiz Hotel Malioboro, pada saat hari selain hari tersebut diminta untuk membuat Confirmation Letter (CL), Grup Sales Arrangement (GSA), invoice, Banquet Event Order (BEO) dan Surat Penawaran. Berikut merupakan rincian kegiatan penulis yang dilaksanakan selama magang berlangsung:

1. Sales call

Sales call merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan pada hari Selasa dan Kamis untuk membangun hubungan dengan calon pelanggan melalui presentasi singkat penawaran room dan meeting room untuk mencapai

tujuan penjualan. Kegiatan tersebut mendatangi perusahaan, travel agent, consultant, media, bank, dan pemerintahan yang ada di wilayah Yogyakarta.



Gambar 2.8.
Sales call Harian Jogja

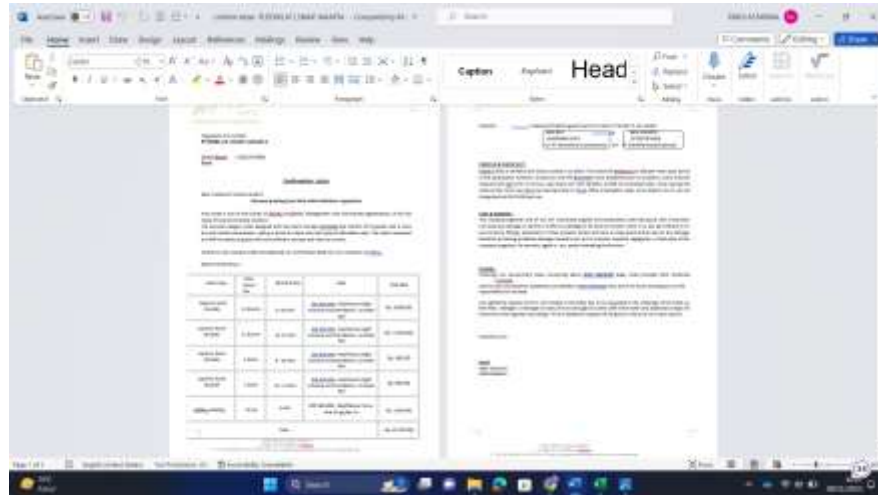


Gambar 2.9.
Sales Call Radio Jogja

2. Membuat *Confirmation Letter* (CL)

Confirmation Letter dibuat untuk mengonfirmasi transaksi, dan juga untuk memastikan bahwa pihak Whiz Hotel Malioboro dengan pihak klien Whiz

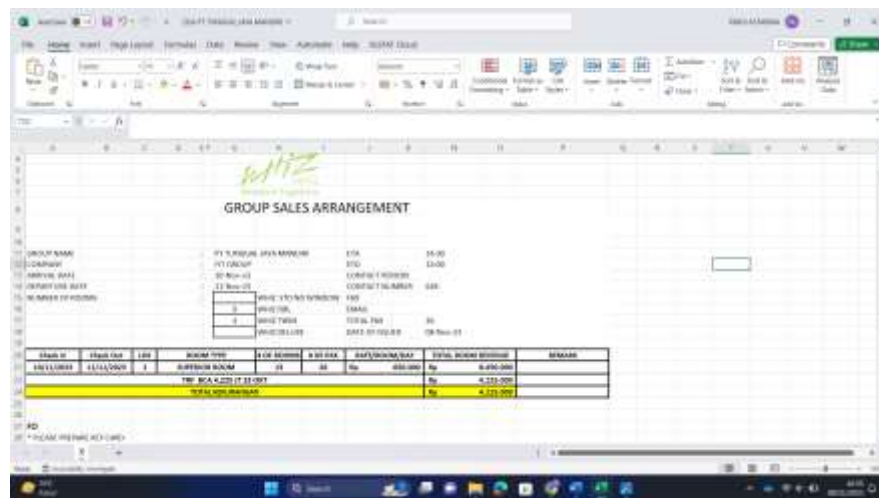
Hotel Malioboro telah setuju dengan rincian yang ada pada *confirmation letter* yang telah dibuatkan oleh penulis.



Gambar 2.10.
Proses Pembuatan *Confirmation Letter*

3. Membuat Grup Sales Arrangement (GSA)

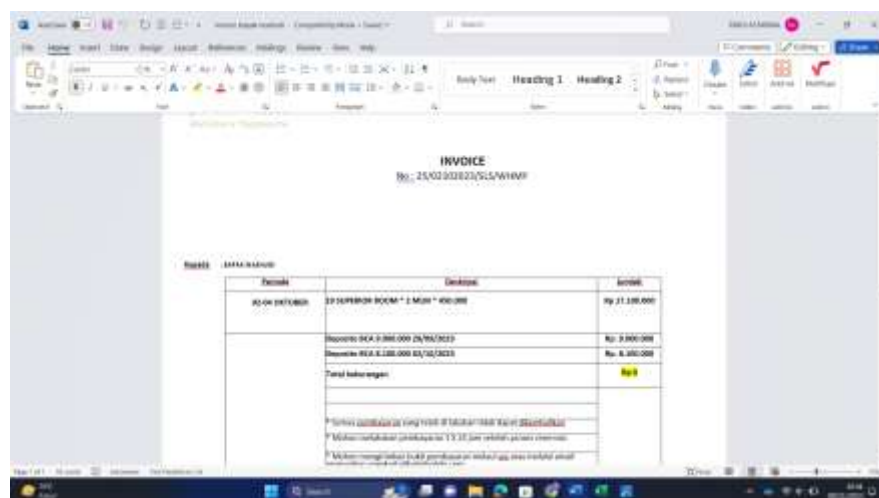
Grup Sales Arrangement (GSA) pada hotel Whiz Hotel Malioboro berfungsi untuk koordinasi dengan departemen lain termasuk operasional dan keuangan, agar dapat memastikan bahwa kebutuhan klien terpenuhi dengan baik.



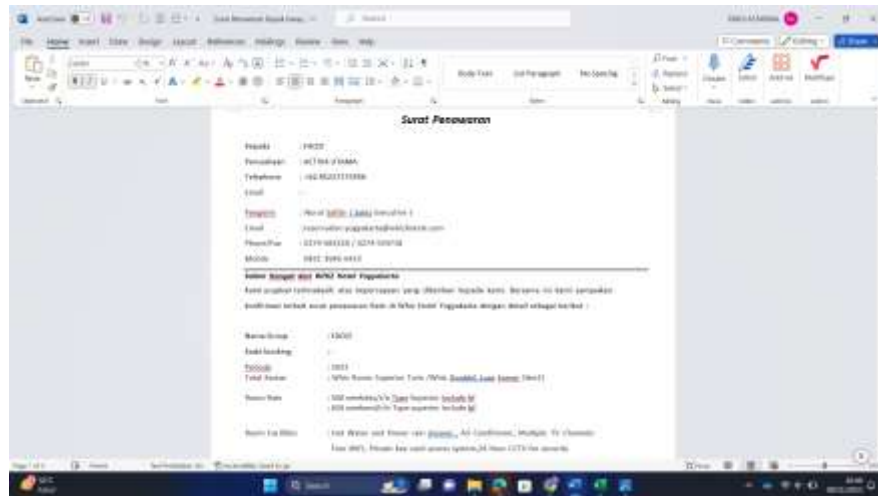
Gambar 2.11.
Proses Pembuatan GSA

4. Membuat *Invoice*

Invoice merupakan dokumen keuangan yang dikeluarkan oleh hotel untuk memberikan bukti transaksi ataupun rincian transaksi kepada klien. Whiz Hotel Malioboro juga membutuhkan *invoice* untuk informasi laporan keuangan.



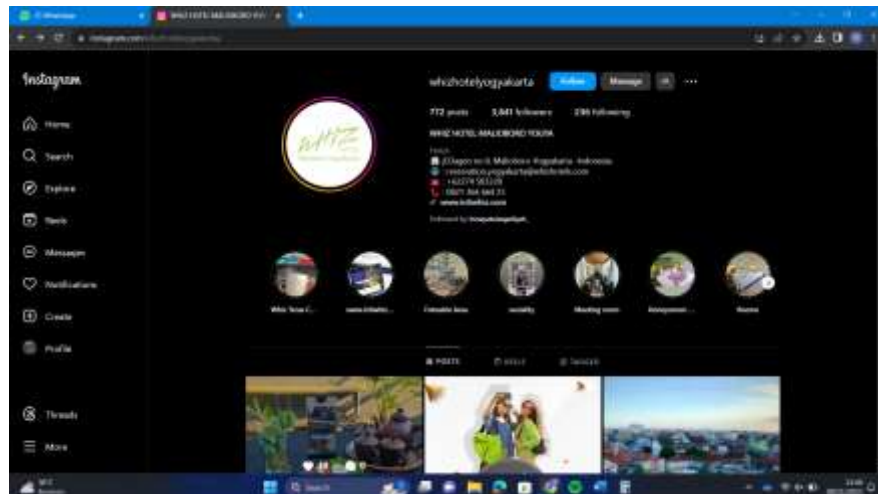
Gambar 2.12.
Proses Pembuatan *Invoice*



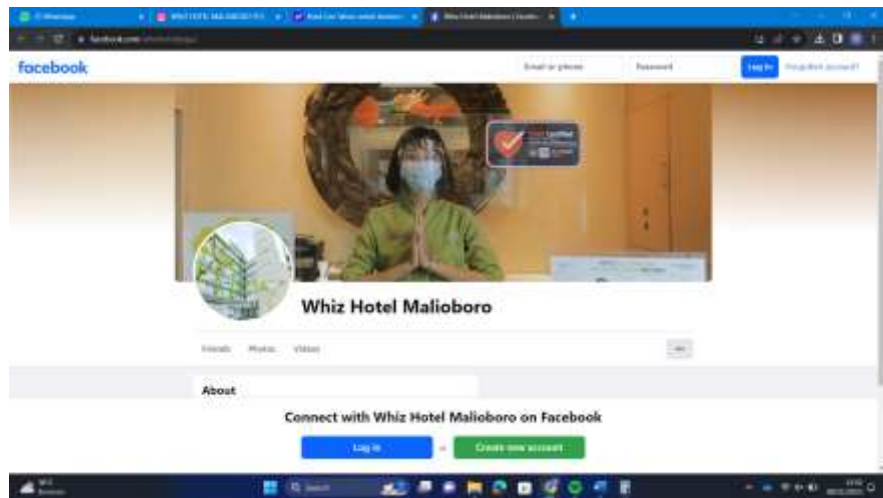
Gambar 2.14.
Proses Pembuatan Surat Penawaran

7. *Digital marketing*

Digital marketing yang dilakukan Whiz Hotel Malioboro yaitu dengan membuat konten foto ataupun video yang dilakukan minimal satu minggu 1x untuk di *posting* pada sosial media instagram, facebook dan whatsapp.



Gambar 2.15.
Akun Instagram Whiz Hotel Malioboro



Gambar 2.16.
Akun Facebook Whiz Hotel Malioboro

BAB 3

LANDASAN TEORI

3.1. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah pemasaran produk tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh klien dengan proses promosi, penjualan dan distribusi layanan yang ditawarkan oleh suatu Perusahaan atau perseorangan kepada calon pengguna jasa. Menurut (Hamdani, 2006), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut (Yazid, 2008), pemasaran jasa merupakan perhubungan antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil apabila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut merupakan hal yang tidak bisa ditawar-menawar lagi. Menurut (Daryanto, 2011), pemasaran jasa adalah mengenai janji-janji. Janji-janji yang dibuat kepada pelanggan harus dijaga. Kerangka kerja strategis diketahui sebagai *service triangle* yang memperkuat pentingnya orang dalam Perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun *customer relationship*.

Pemasaran jasa memiliki peranan yang cukup penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan yang saat ini menjadi tempat magang bagi penulis karena dengan adanya pemasaran jasa dapat membantu perusahaan dalam beberapa hal yaitu:

1. Mendesain lingkungan layanan
2. Promosi jasa dan edukasi konsumen
3. Penanganan pengaduan dan pemulihan layanan
4. Cara mengatasi kegagalan layanan
5. Menyeimbangkan permintaan dengan kapasitas produktif

Pemasaran jasa bukanlah sekedar penjualan jasa kepada pengguna jasa namun, pemasaran jasa bagi perusahaan magang penulis merupakan penjualan jasa yang harus mencapai tingkat kepuasan pengguna jasa dan menciptakan hubungan baik dengan pengguna jasa, sehingga pengguna jasa dapat mengulang pembelian kembali.

3.2. Komunikasi Bisnis

Komunikasi bisnis adalah interaksi antara satu orang dengan orang lain atau organisasi dengan topik pembahasan mengenai bisnis. Menurut Purwanto (2003), komunikasi bisnis adalah pertukaran gagasan, pendapat, informasi, dan instruksi yang memiliki tujuan tertentu yang disajikan personal maupun interpersonal melalui simbol atau sinyal untuk mencapai tujuan perusahaan. menurut Menurut (Akib, 2023), komunikasi terdiri dari lima hal yang wajib untuk dijawab yaitu komunikator atau siapa yang menyampaikan pesan; pesan atau apa yang disampaikan; media atau saluran, kanal atau medium apa yang digunakan; komunikan atau kepada siapa pesan tersebut disampaikan; dan efek atau dampak yang dihasilkan dari penyampaian pesan. Menurut (Thian, 2021), bentuk dasar

komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non verbal.

Dalam dunia bisnis menggunakan komunikasi verbal ataupun non verbal, dalam komunikasi verbal yang sering digunakan pada Whiz Hotel Malioboro diantaranya:

1. Dalam surat yang akan dikirim ataupun diterima oleh perusahaan.
2. Memberikan informasi pada klien yang akan melakukan *check-in* dan *check-out*.
3. Dalam diskusi ataupun *briefing* perusahaan.

Dalam komunikasi non verbal yang sering digunakan pada Whiz Hotel Yogyakarta diantaranya:

1. Tersenyum kepada klien yang masuk dan keluar hotel.
2. Untuk membedakan toilet pria dan wanita dengan menggunakan gambar.
3. Dengan isyarat menganggukkan kepala untuk memberikan respon setuju.

Tidak hanya perusahaan saja namun juga organisasi pada dasarnya melakukan komunikasi bisnis, untuk memperoleh tujuan organisasi ataupun perusahaan. Pada Whiz Hotel secara tidak langsung selalu menggunakan komunikasi bisnis dalam pembahasan permasalahan yang terjadi dalam Whiz Hotel Malioboro dan juga komunikasi bisnis dengan klien untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

3.3. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*)

Analisi SWOT digunakan sebagai perencanaan strategi perusahaan dalam kelangsungan perusahaan yaitu dengan analisis faktor-faktor internal dan eksternal

yang berpengaruh terhadap pemasaran Perusahaan. Menurut (Suryatama, Cahyono, 2022), analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau usaha perusahaan. Menurut (Rangkuti, 2013), analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Menurut (Rachmat, 2014), analisis SWOT adalah analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi.

Saat melakukan analisis SWOT, penting untuk memahami kerangka strategi yang mencakup pemasaran, keunggulan kompetitif, dan analisis lingkungan. Dengan cara ini, dapat membantu organisasi membuat keputusan strategis yang lebih baik dan mengelola risiko dengan efektif.

3.4. Sertifikasi *Microsoft Word*

Microsoft Word adalah salah satu program pengolah kata yang paling banyak digunakan dalam kehidupan dunia kerja. Dengan *Microsoft Word* Perusahaan dapat membantu perusahaan dalam hal :

1. Membuat *confirmation letter*
2. Membuat *grup sales arrangement*
3. Membuat *invoice*
4. Membuat *banquet event order*

5. Membuat *surat penawaran*

Microsoft Word memiliki beragam fitur yang memudahkan pengguna membuat dokumen dengan tampilan sesuai kebutuhan, termasuk pilihan format teks, menambahkan gambar, menggunakan tabel, dan membuat tata letak yang sesuai keinginan pengguna.

BAB 4

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Permasalahan

Selama penulis melakukan kegiatan magang yang dimulai dari 4 September 2023 sampai 4 Desember 2023, terhitung tiga bulan penulis menjalankan kegiatan magang pada Whiz Hotel Malioboro untuk memenuhi tugas akhir penulis. Kegiatan magang selama tiga bulan yang dilaksanakan penulis pada whiz hotel Malioboro, penulis melakukan pengamatan dan menemukan ada beberapa masalah yang terjadi namun, penulis yakin bahwa tidak hanya Whiz Hotel Malioboro saja yang memiliki masalah. Penulis juga menemukan solusi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah tersebut. Semua hotel pasti memiliki permasalahan masing-masing. Masalah yang ditemukan penulis pada Whiz Hotel Malioboro antara lain:

4.1.1. Kurang Terencana saat pemasaran jasa atau sales call

Penulis menemukan ada beberapa kesalahan yang disebabkan oleh kurang persiapan saat sales call pada Whiz Hotel Malioboro yaitu:

1. Pada saat akan *sales call*, divisi yang terkait mencari klien yang akan dikunjungi pada hari yang sama dilaksanakannya *sales call* tanpa mempersiapkan dihari sebelumnya dan hanya mencari dengan aplikasi *google maps* tanpa konfirmasi terlebih dahulu terhadap klien yang akan dikunjungi.'
2. Pada saat melaksanakan *sales call*, mendatangi tempat yang ternyata sudah tidak lagi beroperasi.

4.1.2. *Slow Respons Terhadap Pesan dari Klien*

Penulis menemukan ada beberapa kesalahan yang terjadi pada Whiz Hotel Malioboro yaitu:

1. Ketika mendapatkan pesan dari klien tidak dengan segera untuk membalasnya, membuat klien menunggu lama dan harus mengirim pesan ulang dengan berganti nomor reservasi.
2. Sering terjadi mengabaikan telepon dari klien dan tidak menelepon balik klien
3. Ketikan memberikan jawaban pesan terhadap klien tidak menggunakan bahasa yang baku hanya saja menggunakan bahasa pesan pada umumnya.

4.1.3. *Dadakan Memberikan GSA dan BEO*

Penulis menemukan ada beberapa kesalahan yang terjadi pada Whiz Hotel Malioboro yaitu:

1. Pada saat ada special request dari klien untuk mengadakan *romantic dinner*, pemberian GSA diberikan h-2 acara dan kebetulan pada saat itu ada *human error* berupa lupa menaruh kain kemudian untuk mengatasinya meminjam kain dengan pada Hotel Grand Malioboro.
2. Pada saat ada pemesanan melebihi kapasitas meeting room dan diterima, dalam pemberian BEO h-1 acara dan kebetulan pada saat itu sarung meja kurang 1 kemudian untuk mengatasi dengan meminjam sarung meja pada Hotel Grand Malioboro.

4.1.4. Ketersediaan Mobil yang tidak Memenuhi Kebutuhan Klien

Penulis menemukan ada beberapa kesalahan yang terjadi pada Whiz Hotel Malioboro yaitu:

1. Permintaan klien untuk penggunaan mobil hampir ada dalam setiap harinya namun, dengan ketersediaan mobil yang terbatas menyebabkan Whiz Hotel Malioboro untuk tidak bisa memenuhi kebutuhan tersebut.
2. Pada saat mobil akan digunakan untuk *sales call* terkadang mobil sedang digunakan untuk memenuhi kebutuhan klien, menyebabkan pada hari tersebut tidak diadakanya *sales call*.

4.2 Pembahasan dan Solusi Masalah

Setiap permasalahan pasti memiliki jalan keluar. Saat penulis menjalankan kegiatan magang di Whiz Hotel Malioboro, penulis mengidentifikasi permasalahan yang muncul dan berhasil menemukan solusinya. Penulis kemudian menyampaikan solusi tersebut kepada HRD dengan harapan agar saran tersebut dapat disalurkan kepada *hotel manager* Whiz Hotel Malioboro. Solusi tersebut yaitu:

4.2.1. Kurang Persiapan saat *Sales Call*

Dalam pemasaran jasa yang telah dipelajari saat perkuliahan terdapat 5W dalam perencanaan komunikasi pemasaran:

1. *Who is our target audience?*
(Siapa target audiens kita?)
2. *What do we need to communicate and achieve?*
(Apa yang perlu kita komunikasikan dan capai?)

3. *How should we communicate this?*

(Bagaimana seharusnya kita menyampaikan ini?)

4. *Where should we communicate this?*

(Dimana seharusnya kita menyampaikan ini?)

5. *When do communications need to take place?*

(Kapan komunikasi perlu dilakukan?)

Teori 5W perlu untuk dijadikan acuan sebelum melakukan *sales call*. Pertama, mempersiapkan siapa target audiens yang akan dikunjungi, dapat dipersiapkan dengan membuat data mingguan ataupun bulanan, dan dilaksanakan sesuai data yang sudah ada. *Sales call* dengan memiliki acuan data dalam pelaksanaannya menjadikan kegiatan *sales call* terencana dan lebih efisien.

Kedua, mempersiapkan apa yang akan dikomunikasikan dan apa yang ingin dicapai, dengan berkomunikasi membahas mengenai jasa yang ditawarkan. Diskusi mendalam mengenai layanan yang ditawarkan terkhusus ketersediaan *room* dan *meeting room*, sehingga memastikan bahwa setiap komunikasi terfokus dan terarah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Ketiga, membahas cara efektif untuk mengkomunikasikan tujuan yang ingin dicapai, dimana seorang *sales executive* perlu memilih metode komunikasi yang sesuai. Selain fokus pada penjualan *room* dan *meeting room*, strategi ini juga mencakup upaya untuk memperoleh klien baru melalui kerja sama jangka panjang, menekankan pentingnya pendekatan komunikatif yang mendukung pencapaian tujuan bisnis.

Keempat, disarankan untuk menentukan lokasi pertemuan dengan klien, melakukan konfirmasi terkait kedatangan, dan memperoleh alamat yang jelas terkait perusahaan yang menjadi tujuan *sales call*. Teori keempat ini menekankan pentingnya persiapan yang teliti dan komunikasi yang baik dalam menjalankan kegiatan *sales call*.

Kelima, disarankan untuk mengonfirmasi waktu kedatangan dengan perusahaan, bertujuan untuk mencegah terjadinya kesalahan komunikasi antara Whiz Hotel Malioboro dan perusahaan yang menjadi tujuan *sales call*. Teori kelima ini menekankan pentingnya verifikasi informasi untuk memastikan kelancaran proses komunikasi dan kejelasan dalam pelaksanaan *sales call*.

Penulis menemukan solusi agar saat *sales call* dapat dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang benar dalam pemasaran jasa. Dalam masalah ini penulis memberikan tiga solusi yaitu:

1. Pada divisi *sales executive* sebaiknya mengikuti teori 5W dalam pemasaran jasa yang dilaksanakan dengan membuat daftar untuk perusahaan yang akan dikunjungi dalam satu minggu ataupun satu bulan yang akan datang dengan diketahui oleh *hotel manager*, harus menjalankan sesuai daftar perusahaan yang telah disusun, dan
2. Setelah dilaksanakan *sales call* HRD sebaiknya meminta *report* disertai dengan foto kunjungan perusahaan.
3. Sebaiknya sebelum melaksanakan *sales call* wajib memberikan informasi terlebih dahulu pada perusahaan yang akan dikunjungi agar dapat memastikan bahwa perusahaan bersedia untuk dikunjungi, juga dapat

meningkatkan kredibilitas sehingga mencerminkan profesionalisme sales executive Whiz Hotel Malioboro, dan dapat mengoptimalkan waktu agar lebih efisien.

4.2.2. *Slow Respons Terhadap Pesan dari Klien*

Dalam memberikan respons kepada klien termasuk dalam komunikasi bisnis, tidak diperbolehkan untuk melakukan *slow respons* dengan begitu dapat meningkatkan layanan klien yang didapatkan dari klien merasa dihargai, klien harus mendapatkan informasi yang dibutuhkan secara jelas, dengan tidak melakukan *slow respons* dapat menciptakan citra yang profesional untuk Whiz Hotel Malioboro dan dapat mencapai kepuasan klient.

Pesan telepon/*whatsapp* yang didapat dari klien sebaiknya untuk diprioritaskan untuk segera diberikan tanggapan, surat yang diterima dari klient diberikan jawaban pada hari yang sama dari hari surat diterima.

Penulis menemukan solusi agar Whiz Hotel Malioboro dapat lebih baik dalam memberikan *respons* kepada klien. Penulis memberikan saran kepada HRD untuk menyampaikan kepada *sales executive* agar memperbaiki *respons* terhadap klien.

Dalam masalah ini penulis memberikan 2 solusi yaitu:

1. Membuat *Standar Operasional Prosedure* (SOP) dalam membalas pesan ataupun telepon dari klien agar ada langkah-langkah sistematis yang harus diikuti, sehingga klien memiliki kesan profesional dan ramah terhadap Whiz Hotel Malioboro.

2. Membuat pesan otomatis yang berisi mengenai penilaian dan evaluasi untuk divisi sales executive terhadap pemberian informasi kepada klien. Penilaian yang diberikan oleh klien harus dievaluasi oleh HRD.

4.2.3. Dadakan Memberikan GSA dan BEO

Dalam komunikasi bisnis pemberian GSA idealnya diberikan dua hari sebelum kedatangan tamu. Dalam GSA dan BEO terdapat informasi dari klien berupa:

1. *Grup name*
2. *Arrival date*
3. *Departure date*
4. *Contact person*
5. Pemesanan kamar
6. Detail pembayaran

Dalam GSA juga terdapat informasi mengenai persiapan untuk kedatangan klien yaitu:

1. *Divisi Front office*
 - *Please prepare key card*
 - *DP in hand*
2. *Housekeeping*
 - *Please prepare all rooms before arrival time properly*
 - *Please clean meeting area*
3. *Security*
 - *Please prepare parking area for 1 big bus*

4. *Food baverange*

- *Please prepare breakfast based on the quantity*

5. *Accounting*

- *Hp in hand*

6. *Engineering*

- *Please make sure all key card and air conditioner properly*

Persiapan untuk kedatangan klien perlu melakukan komunikasi bisnis yang tertulis dalam GSA dan BEO seperti yang telah disebutkan, membutuhkan waktu yang tidak singkat namun, membutuhkan waktu yang cukup lama terkhusus dalam mempersiapkan *special request*.

Penulis menemukan solusi agar permasalahan dadakan dalam memberikan informasi GSA dan BEO tidak terulang kembali. Penulis memberikan saran kepada HRD dengan harapan disampaikan oleh sales executive agar memperbaiki sistem pemberian GSA dan BEO. Dalam masalah ini penulis memiliki satu solusi saja yaitu:

1. GSA dan BEO diberikan H-4 kedatangan tamu atau maksimal H-2 kedatangan tamu agar dapat dipersiapkan dengan matang oleh divisi-divisi terkait.

4.2.4. Ketersediaan Mobil tidak Memenuhi Kebutuhan Klien

Analisis SWOT pada Whiz Hotel Malioboro menurut penulis yaitu:

1. Strengths (kekuatan)
 - Lokasi hotel yang berada pada area malioboro.

- Banyak aksesibilitas transportasi umum yang tersedia.
 - Pelayanan karyawan yang ramah.
 - Memiliki klien yang loyal.
2. Weaknesses (kelemahan)
 - Pemeliharaan bangunan yang kurang tertata.
 - Ketersediaan mobil yang tidak mencukupi kebutuhan klient
 3. Opportunities (peluang)
 - Wisatawan lokal ataupun mancanegara pada area Malioboro yang selalu ramai.
 4. Threats (ancaman)
 - Persaingan yang ketat dengan hotel yang ada area Malioboro.

Pada Whiz Hotel Malioboro, memiliki kelemahan yang salah satunya yaitu, ketersediaan mobil yang tidak mencukupi kebutuhan klient. Kebutuhan mobil pada sebuah hotel merupakan salah satu kebutuhan yang harus ada, untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan klien. Permintaan klien untuk menggunakan ataupun menyewa mobil apabila, tidak terpenuhi akan menyebabkan klien tidak nyaman, dan berakibat terhadap kepuasan tamu yang berkurang.

Dalam menyediakan fasilitas mobil selain untuk memenuhi kebutuhan klien, juga bisa mendapatkan tambahan sumber pendapatan, dan klien mendapatkan kemudahan perjalanan.

Penulis menemukan solusi agar permasalahan mobil dapat teratasi, penulis memberikan saran kepada sales executive. Saran penulis untuk permasalahan ketersediaan mobil tidak memenuhi kebutuhan klien yaitu:

1. Bekerja sama dengan vendor persewaan mobil sehingga Whiz Hotel Malioboro dapat memenuhi kebutuhan klien dan memperoleh tambahan pemasukan dari vendor yang telah dipilih.
2. Membeli unit baru agar dapat meningkatkan kualitas layanan, dan juga dapat meningkatkan efisiensi operasional. Mobil yang ada saat ini, sering sekali mengalami gangguan kendaraan maka dari itu dengan unit baru juga dapat mengurangi biaya pemeliharaan yang diakibatkan oleh kerusakan.

BAB 5

SIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

5.1. Simpulan

Pada bab 5 ini, penulis memiliki beberapa simpulan, memberikan rekomendasi, dan melakukan refleksi pribadi mengenai pengalaman selama tiga bulan menjalani kegiatan magang di Whiz Hotel Malioboro dari tanggal 4 September 2023 hingga 4 Desember 2023. Selama periode kegiatan magang, penulis mendapatkan berbagai pengalaman dan pengetahuan tambahan. Penulis merasa sangat antusias dalam menjalani kegiatan magang.

Teori-teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan sangat membantu penulis selama menjalankan aktivitas magang pada divisi *sales executive*. Selama tiga bulan tersebut penulis menemukan beberapa masalah yang terjadi, seperti yang sudah dituliskan di bab 4 yaitu terdapat beberapa masalah di Whiz Hotel Malioboro. Penulis memiliki kesimpulan terkait dengan beberapa masalah yang terjadi antara lain:

1. Persiapan untuk sebelum *sales call* harus dipersiapkan dengan membuat data klien yang akan dikunjungi dalam periode mingguan ataupun bulanan. Pada saat sebelum *sales call*, harus melakukan persiapan 5W. Dengan mengimplementasikan perbaikan ini, diharapkan divisi *sales executive* dapat meningkatkan efisiensi, ketepatan, dan profesionalisme dalam menjalankan kegiatan *sales call*.

2. Dalam meningkatkan pelayanan kepada klien, Whiz hotel malioboro perlu mengatasi beberapa masalah yang ditemukan penulis dalam memberikan *respons* terhadap klien. Tidak memberikan respons dengan cepat terhadap pesan ataupun telepon dari klien, menyebabkan klien menunggu, dan sebaiknya dalam membalas pesan pada klien menggunakan bahasa yang formal. Whiz Hotel Malioboro sebaiknya membuat SOP untuk respons klien mengenai cara memberi tanggapan pesan ataupun telepon klien dengan menyertakan langkah-langkah, waktu tanggapan yang cepat, dan penerapan bahasa yang profesional yang harus diikuti oleh divisi *sales executive*. Penambahan pesan otomatis evaluasi di setiap akhir pesan untuk mengetahui penilaian klien terhadap *sales executive* dalam menyampaikan informasi terkait kebutuhan klien, evaluasi yang diberikan dapat digunakan HRD sebagai bahan pembelajaran dan perbaikan oleh divisi *sales executive*.
3. Pemberian GSA (*Group Sales Agreement*) dan BEO (*Banquet Event Order*) tidak boleh dilakukan dadakan, terutama saat ada *special request*. HRD dapat membuat kebijakan bahwa GSA (*Group Sales Agreement*) dan BEO (*Banquet Event Order*) harus diberikan h-4 atau maksimal h-2 sebelum kedatangan tamu agar dapat mengurangi resiko *human error*. HRD dapat menyampaikan kebijakan baru ini kepada divisi *sales executive*. Dengan menerapkan solusi ini, diharapkan Whiz Hotel Malioboro dapat meningkatkan efisiensi, mencegah kesalahan mendadak, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada klien.

4. Permasalahan permintaan klien untuk penggunaan mobil hampir setiap hari tetapi, ketersediaan mobil yang terbatas. Solusi yang diberikan penulis yaitu dengan bekerja sama dengan vendor persewaan mobil yang dapat memberikan tambahan armada ketika permintaan tinggi, dan harus menyusun kesepakatan yang menguntungkan baik bagi Whiz Hotel Malioboro maupun vendor persewaan mobil. Dalam pengadaan unit baru harus dipertimbangkan untuk mengganti unit lama atau menambahkan unit baru untuk meningkatkan ketersediaan mobil.

5.2. Rekomendasi

5.2.1. Bagi Mahasiswa

Saran bagi mahasiswa yang akan melakukan kegiatan magang yaitu:

1. Mahasiswa harus memahami dengan baik mengenai diri sendiri agar saat memilih perusahaan untuk magang, mahasiswa dapat memilih tempat magang yang sesuai dengan minat dan keahliannya. Penempatan yang sesuai dengan keinginan pribadi akan meningkatkan motivasi dan semangat dalam menjalani magang.
2. Mahasiswa harus mempraktikkan etika dan sopan santun selama magang, karena perilaku yang baik akan mendapatkan penilaian yang positif dari

karyawan dan perusahaan. Tanggung jawab dan tugas yang diberikan oleh perusahaan harus dijalankan dengan baik.

3. Mahasiswa yang menjalankan magang, penting untuk selalu bertanya kepada rekan atau atasan. Mengajukan pertanyaan dapat membantu mahasiswa memahami tugas dengan baik.

5.2.2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Saran yang diberikan untuk Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta dari penulis yaitu:

1. Menjalin kerja sama dengan Whiz Hotel Malioboro. Penulis merasa dengan melaksanakan magang di Whiz Hotel Malioboro, dapat mempraktikkan langsung tentang teori-teori yang diberikan pada saat perkuliahan. Salah satu tempat yang tepat untuk dilaksanakannya kegiatan magang jurusan manajemen.
2. Menjalin kerja sama dengan perusahaan lainnya. Dengan kerja sama dapat memberikan manfaat besar bagi mahasiswa dalam memilih tempat untuk dilaksanakannya kegiatan magang, dan juga mahasiswa memiliki peluang yang lebih besar serta informasi yang lengkap dapat di cari dengan mudah.

5.2.3. Bagi Whiz Hotel Malioboro

Saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk Whiz Hotel Malioboro yaitu:

1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan magang adalah langkah yang dapat memberikan dampak yang baik bagi Whiz Hotel

Malioboro. Dengan adanya kegiatan magang mahasiswa dapat membantu Whiz Hotel Malioboro dalam menyelesaikan pekerjaan. Seringkali mahasiswa lebih teliti dan cermat, karena mahasiswa memiliki semangat yang tinggi. Dengan begitu dapat membantu Whiz Hotel Malioboro mengetahui kelebihan dan kekurangan yang terjadi sehingga dapat meningkatkan kinerja pada divisi yang terkait.

2. Memberikan mentor yang sesuai dengan kemampuan mahasiswa yang akan menjalankan aktivitas magang dapat memaksimalkan pengalaman mahasiswa dengan menerapkan pengetahuan teori, pengembangan keterampilan yang sesuai, peluang berkembang lebih cepat, dan memiliki motivasi yang tinggi.

5.3. Refleksi Diri

Penulis memiliki kesan yang tersendiri di hati penulis, setelah menyelesaikan kegiatan magang selama tiga bulan, yang dimulai pada 4 september 2023 hingga 4 desember 2023 di Whis Hotel Malioboro. Penulis yakin bahwa kuliah itu penting, karena tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mempersiapkan penulis untuk menghadapi tantangan dunia kerja. Teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan sangat berguna ketika penulis melaksanakan kegiatan magang. Keaktifan penulis dalam mengikuti organisasi memberikan keyakinan yang besar saat penulis melaksanakan kegiatan magang, karena organisasi telah membantu penulis mengasah mental, keterampilan berkomunikasi, dan kemampuan berpikir kritis. Meskipun penulis mengalami pengalaman positif selama kegiatan magang tetapi, penulis tetap menyadari adanya kekurangan yang perlu diperbaiki dalam

menjalankan kegiatan magang. Adapun hal positif dan negatif yang dirasakan penulis yaitu:

1. Hal positif

- Menambah wawasan dalam dunia kerja
- Meningkatkan keterampilan dalam komunikasi bisnis
- Meningkatkan kepercayaan diri dalam komunikasi
- Dapat belajar mengatur waktu
- Memiliki pengalaman di dunia kerja

2. Hal negatif

- Kurang berani dalam menyampaikan pendapat
- Kurang berani untuk meminta belajar hal lain selain pada divisi *sales executive*
- Pada awal kegiatan magang sulit beradaptasi dengan karyawan lain

Dukungan yang melimpah dari orang tua, teman, orang yang dicintai, serta HRD Whiz Hotel Malioboro, berhasil menutupi hal-hal negatif atau kekurangan yang dirasakan penulis. Baik dalam aktivitas magang maupun dalam penyelesaian laporan tugas akhir kegiatan magang, dukungan tersebut menjadi pendorong utama. Berkat motivasi yang diberikan oleh mereka, penulis mampu menyelesaikan tugas-tugas tersebut dengan tepat waktu, sehingga laporan aktivitas magang dapat diselesaikan sesuai dengan persyaratan kelulusan sarjana S1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, S. (2023). *komunikasi bisnis*. Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Daryanto. (2011). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Hamdani, R. L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Selemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (n.d.).
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2013). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suryatama, E. (2022). Cahyono. *Si batik Journal*, 4.
- Suryatama, E. (2022). Cahyono. *Sibatik Journal*, 4.
- Thian, A. (2021). *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa: Konsep dan implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA
Jl. Seturan, Depok, Sleman-DIY 55281, Indonesia
Telp. 0274-486321, 486160, Fax: 486081

BERITA ACARA SERAH TERIMA MAHASISWA MAGANG SEMESTER.....TA.....

Pada hari ini, ~~Senin~~ ^{Senin} tanggal ~~7~~ ⁴ Bulan ~~September~~ ^{September} pukul ~~07.00~~ ^{07.00} WIB,
di ruang ~~Meeting~~ ^{Meeting} telah dilaksanakan serah terima mahasiswa magang Program Studi
~~Akti & Mnj~~ ^{Akti & Mnj} sejumlah ~~3~~ ³ orang

No	Nama	Nomor Mahasiswa
1	Rindi Astonina	2120 31209
2	Anggraeni Putri	1120 31213
3	Fathu Narywa H	1120 31269
4		

Oleh
Dosen Pembimbing:

Kepada
Nama: Pitulya E
Jabatan: HRD
Perusahaan/Instansi: Whiz Hotel Malioboro
Alamat: Jalan Dagen No.8 Malioboro

Berita acara ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,
Pembimbing Perusahaan/Instansi

Pitulya E
NIK
HOTEL
Malioboro Yogyakarta

Yogyakarta, 4 sept 2023
Dosen Pembimbing,

NIK



STIE YKPN YOGYAKARTA
PENILAIAN PERUSAHAAN
KEGIATAN MAGANG

Kepada Yth. KaProdi Akuntansi/Manajemen
Berikut ini kami sampaikan nilai hasil kegiatan mahasiswa

Nama: Rindi Astorina
Nomor Mahasiswa: JU0 31209

No	Kriteria	Kurang Baik Nilai 50-69	Baik Nilai 70-89	Sangat Baik Nilai 90-100	Score 50-100
1	Inisiatif	Tidak pernah menyampaikan ide/gagasan dalam melaksanakan pekerjaan magang	Beberapa kali menyampaikan ide/gagasan dalam melaksanakan pekerjaan magang	Sering menyampaikan ide/gagasan dalam melaksanakan pekerjaan magang	92
2	Disiplin	Jarang datang dan menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	Hampir selalu datang dan menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	Selalu datang dan menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	89
3	Retelepon	Jarang melaksanakan pekerjaan sampai selesai dengan kualitas yang baik	Hampir selalu melaksanakan pekerjaan sampai selesai dengan kualitas yang baik	Selalu melaksanakan pekerjaan sampai selesai dengan kualitas yang baik	93
4	Berpikir kritis, kreatif dan analisis	Kurang menunjukkan kemampuan berpikir kritis, kreatif dan analisis yang cukup baik	Menunjukkan kemampuan berpikir kritis, kreatif dan analisis yang cukup baik	Menunjukkan kemampuan berpikir kritis, kreatif dan analisis yang sangat baik	90
5	Kemampuan beradaptasi	Kurang mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja magang dengan baik	Mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja magang dengan cukup baik	Mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja magang dengan sangat baik	95
6	Kemampuan komunikasi (lisan dan tulisan)	Kurang mampu melakukan komunikasi (tertulis/lisan) dalam pekerjaan	Mampu melakukan komunikasi (tertulis/lisan) dalam pekerjaan dengan cukup baik	Mampu melakukan komunikasi (tertulis/lisan) dalam pekerjaan dengan sangat baik	91
7	Penampilan	Kurang memenuhi standar pekerjaan profesional di tempat kerja	Cukup memenuhi standar pekerjaan profesional di tempat kerja	Memenuhi standar pekerjaan profesional di tempat kerja	90
8	Kemampuan Teknis	Kurang menguasai kemampuan dasar teknis untuk melaksanakan pekerjaan magang	Cukup menguasai kemampuan dasar teknis untuk melaksanakan pekerjaan magang	Sangat menguasai kemampuan dasar teknis untuk melaksanakan pekerjaan magang	90
9	Kemampuan bekerjasama dalam tim	Kurang mampu bekerjasama dalam tim	Dapat bekerjasama dalam tim dengan cukup baik	Sangat mampu bekerjasama dalam tim dengan sangat baik	94
10	Hasil pekerjaan (kontribusi)	Hasil pekerjaan kurang memuaskan dan tidak memberikan kontribusi terhadap pekerjaan tim	Hasil pekerjaan cukup memuaskan dan cukup memberikan kontribusi terhadap pekerjaan tim	Hasil pekerjaan memuaskan dan memberikan kontribusi terhadap pekerjaan tim	93
Nilai Rata-Rata					91

Yogyakarta, 8 Desember 2023

Mhidus
REZA PRATIWI
HOTEL
Ttd & Cap Pihak Perusahaan (P) Yogyakarta

*) Nilai sah jika ada tanda tangan dan cap pihak perusahaan
**) Penandatanganan adalah seseorang manajer



Whiz Hotel Malioboro Yogyakarta
Jl. Malioboro No. 100 Yogyakarta
Telp. (0271) 512 222
www.whizhotel.com

To Whom It May Concern

Certificate No. 079-HRD-WHMY/IX/2023

Date Of Issue Desember 8th, 2023

This is to certify that:

RINDI ASTARINA

Has been On The Job Training at Whiz Hotel Malioboro Yogyakarta (two stars hotel) from the period of September 4th, 2023 to December 4th, 2023 in Position of **Sales Marketing**

The Value of Training : A

During her tenure of work, She has proved her self a avery willing person to satisfy customers, the staffs and the company as well as enough qualifications in her capacity carrying daily job performances

We would like to take this opportunity to thank her and wish her every success in her future career path.

Yogyakarta, Desember 8th, 2023

Reza Firdaus

Hotel Manager Whiz Hotel Malioboro Yogyakarta







