

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

RINGKASAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Rindi Astarina

2120 31209

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

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

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

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RINDI ASTARINA

Nomor Induk Mahasiswa: 212031209

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 29 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)


Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Rudy Badrudin, Dr., M.Si.


Penguji



Daniel J.I. Kairupan, S.AB., MBA.

Yogyakarta, 29 Desember 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

Aktivitas Magang

Aktivitas yang di lakukan oleh penulis pada saat kegiatan magang yang di laksanakan 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 berjalanya waktu penulis mengenal semua karyawan-karyawan yang ada di Whiz Hotel Malioboro.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

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.

3. *Membuat Grup Sales Arrangement (GSA)*

Grup Sales Arrangement (GSA) pada hotel Whiz Hotel Malioboro berfungsi untuk koordinasi dengan departemen lain termasuk operasional

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dan keuangan, agar dapat memastikan bahwa kebutuhan klien terpenuhi dengan baik.

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.

5. Membuat *Banquet Event Order (BEO)*

Banquet Event Order (BEO) merupakan dokumen koordinasi dengan divisi lain mengenai perencanaan acara, koordinasi layanan, rincian menu, pengaturan ruangan, jadwal acara dan biaya pada Whiz Hotel Malioboro.

6. Membuat Surat Penawaran

Surat penawaran pada Whiz Hotel Malioboro digunakan sebagai alat komunikasi dengan calon klien atau Perusahaan yang berencana mengadakan acara atau menginap di Whiz Hotel Malioboro. Pada surat penawaran tersebut berisikan tentang informasi harga, rincian layanan, penawaran khusus dan waktu berlaku 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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Landasan Teori

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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. Analisis SWOT

4. Analisa 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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

5. 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.

6. 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*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

Analisis Pelaksanaan Magang

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:

a. 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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

b. *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.

c. *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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

d. 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*.

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:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

a. 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 *salles 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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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 kujungan 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.

b. *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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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:

- c. 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.
- d. 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.

c. **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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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.

d. 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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pada Whiz Hotel Malioboro, memiliki kelemahan yang salah satunya yaitu, ketersediaan mobil yang tidak mencukupi kebutuhan klien. 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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Simpulan

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

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

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Malioboro maupun vendor persewaan mobil. Dalam pengadaan unit baru harus dipertimbangkan untuk mengganti unit lama atau menambahkan unit baru untuk meningkatkan ketersediaan mobil.

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.