

**LAPORAN MAGANG KERJA  
DIVISI MARKETING  
HOTEL KAZAIN YOGYAKARTA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**I KOMANG TRIADI WAHYU PRAMANA PUTRA**

**2120 31379**

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

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR

### LAPORAN MAGANG KERJA DIVISI MARKETING HOTEL KAZAIN YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**I KOMANG TRIADI WAHYU PRAMANA PUTRA**

Nomor Induk Mahasiswa: 212031379

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Selasa tanggal 25 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

#### Susunan Tim Penguji:



Pembimbing

Bambang Setia Wibowo, SE., MM.

Penguji

Heni Kusumawati, SE., M.Si.

Yogyakarta, 25 Juni 2024  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



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

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## INTISARI

Yogyakarta merupakan daerah yang sering dijadikan destinasi wisata karena keindahan alam dan tempat-tempat bersejarah yang dimilikinya. Pertumbuhan jumlah wisatawan yang meningkat setiap tahun di Yogyakarta sejalan dengan perkembangan sektor perhotelan. Salah satunya adalah Hotel Kazain Yogyakarta, sebuah usaha yang bergerak di bidang perhotelan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memahami dan mengetahui bagaimana lingkungan kerja yang ada di Hotel Kazain Yogyakarta. Penulis melakukan magang dengan tujuan menerapkan kemampuan dan kompetensi yang dimiliki, serta untuk memahami dunia kerja secara langsung di Hotel Kazain Yogyakarta. Penulis berharap dapat memperoleh wawasan yang luas dan mendalam mengenai lingkungan pekerjaan di industri perhotelan dan pemasaran. Selama magang yang berlangsung selama 2 bulan di divisi pemasaran, penulis menemukan beberapa hal yang dapat menjadi masukan untuk Hotel Kazain Yogyakarta, di antaranya terhambatnya proses komunikasi, sumber daya manusia yang kurang berkompeten dalam bidangnya, kurangnya sosialisasi perusahaan terkait pekerjaan. Penulis mencoba memberikan solusi terkait permasalahan-permasalahan tersebut dengan melakukan analisis yang berkaitan dengan teori-teori relevan dari para ahli.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ISI

### 1. PENDAHULUAN

Salah satu syarat kelulusan program pendidikan, terutama program sarjana, adalah proyek atau karya akademis. STIE YKPN menawarkan berbagai jenis tugas akhir, termasuk magang. Magang adalah bagian penting dari pendidikan tinggi karena memberikan pengalaman berharga kepada mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan dan pengalaman kerja serta menerapkan pengetahuan yang sudah mereka pelajari di kelas ke dunia kerja. Sebagai mahasiswa STIE YKPN Yogyakarta, penulis memiliki kesempatan langsung untuk melakukan program magang yang ditawarkan oleh kampus sebagai bagian dari syarat kelulusan saya. Program magang adalah menyiapkan lulusan calon pendidik yang profesional diperlukan pentahapan sejak dari kemampuannya mengenali, mengamati sekolah sampai dengan dapat berdiri mengajar di kelas sebagai sosok yang dinanti dan dirindu oleh peserta didiknya dibutuhkan proses panjang. (Ismail, Hasan, & Musdalifah, 2018)

Hotel adalah bangunan, lembaga, atau bisnis yang menawarkan penginapan, makanan, dan layanan lainnya kepada pengunjungnya. Hotel dapat dikategorikan berdasarkan layanan yang ditawarkan, jumlah biaya, dan ukurannya. Untuk menjalankan sebuah hotel secara efisien, serangkaian tindakan dan praktik dikenal sebagai manajemen hotel. Ini juga mencakup banyak hal, seperti keuangan, pemasaran, pengelolaan sumber daya manusia, dan manajemen hotel.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Seperti halnya dalam bisnis secara umum, bagian pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan citra hotel. Citra hotel dapat diartikan sebagai kemampuan hotel untuk menarik perhatian calon tamu, sehingga calon tamu memiliki potensi yang besar untuk menggunakan layanan hotel. Citra merek merupakan serangkaian asosiasi yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisir menjadi suatu makna. Citra merek juga dikatakan sebagai penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen sebagai cermin asosiasi yang tertanam diingatan konsumen. (Cindy Fransisca Tingkir, 2014). Penerapan pemasaran diharapkan dapat berdampak positif pada berbagai aspek kesuksesan hotel, seperti citra merek yang baik, kualitas layanan, dan peningkatan pendapatan hotel.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik lebih lanjut untuk melakukan kegiatan magang di industri perhotelan divisi manajemen marketing, sebagai upaya saya untuk berkontribusi dan menerapkan ilmu yang sudah saya dapatkan di STIE YKPN Yogyakarta.

## 2. PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Kazain Hotel Yogyakarta adalah sebuah hotel baru yang berdiri sejak tanggal 20 November 2023. Hotel ini berdiri karena di beli oleh Siswanto dari hotel sebelumnya yang bernama Hope Hotel. Siswanto merupakan seorang pengusaha yang bergerak dibidang *property development*. Hotel bintang 1 dengan 12 kamar yang terletak di Kawasan Prawirotaman, Yogyakarta, Hotel Kazain Yogyakarta berada di lokasi yang strategis, yaitu di pusat industri pariwisata Daerah Istimewa

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Yogyakarta. Dengan kepemilikan baru dan lokasi yang strategis, Hotel Kazain Yogyakarta menawarkan pengalaman menginap yang nyaman dan akses dekat dengan berbagai tempat wisata di area Kota Yogyakarta. Dengan fasilitas dan dekorasi yang elegan, hotel ini diharapkan menjadi pilihan utama bagi *backpacker* yang ingin menikmati budaya dan pariwisata di Kota Yogyakarta dengan *budget* yang murah.

### 3. AKTIVITAS MAGANG

Aktivitas magang yang dilakukan penulis selama 3 bulan mencakup beberapa macam kegiatan. Kegiatan penulis pada saat pertama kali sampai di Hotel Kazain Yogyakarta adalah langsung ditempatkan dibagian Divisi Manajemen Pemasaran, kemudian penulis diberi gambaran singkat mengenai bagian pekerjaan Divisi Manajemen Pemasaran. Aktivitas yang telah penulis lakukan dijabarkan ke dalam beberapa poin yang tertera di bawah ini.

#### 1) Melakukan Aktivasi Aplikasi Pemesanan Digital

Aktivasi aplikasi pemesanan digital merupakan langkah strategis yang dilakukan untuk meningkatkan kemudahan akses bagi calon konsumen dalam melakukan pemesanan tanpa harus mengunjungi langsung hotel. Selain memfasilitasi proses pemesanan kamar hotel dengan lebih efisien, hal ini juga memperluas jangkauan pasar potensial dengan menjangkau konsumen di berbagai lokasi secara luas. Dengan aplikasi pemesanan digital, calon konsumen dapat dengan mudah menjelajahi berbagai pilihan kamar, melihat fasilitas yang tersedia, dan melakukan reservasi sesuai preferensi mereka, semua dilakukan secara digital melalui

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perangkat mereka. Disini penulis melakukan aktivasi pada perusahaan aplikasi Booking.com dan Tiket.com. Langkah ini tidak hanya menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan praktis bagi konsumen, tetapi juga memungkinkan Hotel Kazain Yogyakarta untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan daya saingnya di industri perhotelan yang semakin kompetitif. Dengan demikian, aktivasi aplikasi pemesanan digital menjadi salah satu upaya penting dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mengoptimalkan proses pemesanan di era digital ini.

## 2) Merumuskan Analisis SWOT Hotel Kazain Yogyakarta

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan salah satu pondasi penting dalam menentukan arah dan langkah pengembangan bisnis. Dalam konteks pemasaran hotel, analisis ini sangat diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta untuk merumuskan strategi segmentasi pasar, penetapan target, dan penempatan posisi yang tepat. Diharapkan bahwa analisis ini akan memberikan manfaat signifikan bagi pihak hotel, baik dalam hal pemasaran maupun aspek lainnya.

## 3) Aktivasi Akun Media Sosial

Penulis diminta untuk membuat dan mengaktifkan akun media sosial sebagai platform untuk melaksanakan strategi pemasaran digital. Media sosial yang akan dimanfaatkan mencakup *TikTok, Instagram, dan Facebook*. Langkah ini merupakan bagian dari upaya untuk memperluas jangkauan bisnis dan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

meningkatkan interaksi dengan audiens. Dengan menghadirkan keberadaan di platform-platform tersebut, diharapkan penulis dapat memanfaatkan berbagai fitur dan alat yang disediakan untuk mempromosikan produk atau layanan dengan lebih efektif. Selain itu, keberadaan aktif di media sosial juga memungkinkan penulis untuk terlibat interaksi langsung dengan calon konsumen, memperkuat citra merek, dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens target.

#### 4) Aktivasi Google Bisnis

Penulis diminta untuk mengaktifkan akun Google Bisnis, yang meliputi Google Maps, meninjau rating, dan mengunggah foto-foto yang mewakili fasilitas hotel. Langkah ini diambil sebagai strategi untuk memperkenalkan bisnis secara digital serta menyediakan informasi terkait lokasi, fasilitas, dan harga hotel kepada calon konsumen dengan lebih mudah. Aktivasi Google Bisnis juga memungkinkan hotel untuk memperluas jangkauan dan mendekati calon konsumen secara luas melalui platform yang sering digunakan oleh banyak orang untuk mencari dan membandingkan pilihan akomodasi dengan memastikan kehadiran yang kuat dan informatif di Google Bisnis, diharapkan hotel dapat menarik minat lebih banyak calon tamu, memperoleh ulasan yang baik, dan meningkatkan reputasi *online* yang positif.

#### 5) Pemotretan Produk Hotel

Penulis melakukan pemotretan sebagai bagian dari strategi untuk menampilkan identitas dan fasilitas hotel kepada calon konsumen. Proses pemotretan mencakup penangkapan gambar dari berbagai sudut yang mencakup, antara lain,

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemandangan tampak depan hotel, ruang tunggu hotel, area resepsionis, interior kamar hotel, area depan kamar hotel, serta fasilitas yang tersedia di dalam hotel. Melalui penggunaan visual ini, diharapkan bahwa penulis dapat menyampaikan secara efektif pesan dan atmosfer yang ingin disampaikan oleh hotel kepada calon konsumen. Setiap gambar yang dihasilkan diharapkan mampu menarik perhatian, memberikan gambaran yang jelas tentang pengalaman menginap di hotel, dan mendorong minat serta keinginan bagi calon konsumen untuk menjelajahi lebih lanjut tentang layanan dan fasilitas yang ditawarkan.

## 6) Posting Konten Media Sosial

Sebagai bagian dari strategi pemasaran digital, penulis bertanggung jawab untuk mengelola pemosting konten di akun media sosial hotel. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan jadwal yang telah ditetapkan, mengikuti tren terkini, serta memanfaatkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan bahwa konten yang diposting tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan informasi yang relevan kepada calon konsumen mengenai Kazain Hotel Yogyakarta. Melalui penggunaan media sosial secara strategis, hotel dapat memperkuat kehadirannya dalam ranah digital, membangun interaksi yang positif dengan audiens, serta meningkatkan kesadaran dan minat terhadap layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Selain itu, konten yang disampaikan juga diharapkan mampu mencerminkan identitas dan nilai-nilai unik dari hotel tersebut, yang dapat membedakannya dari pesaing dan menarik minat calon tamu potensial.

## 7) Melakukan Transaksi Penjualan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Penulis terlibat dalam proses transaksi penjualan sebagai hasil dari upaya pemasaran dan aktivasi yang telah dilakukan sebelumnya. Hal ini merupakan indikasi yang jelas dari keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan. Melalui pendekatan pemasaran yang efektif, penulis berhasil memperoleh respon positif dari konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian produk atau layanan yang ditawarkan. Proses transaksi ini bukan hanya menjadi bukti konkret dari pencapaian yang telah diraih, tetapi juga memvalidasi keseluruhan strategi pemasaran yang telah diterapkan. Dengan demikian, penulis dapat mengambil inspirasi dan pembelajaran dari keberhasilan tersebut untuk merancang langkah-langkah lanjutan yang lebih efektif dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan mencapai target bisnis yang lebih ambisius di masa mendatang.

## 8) Penyediaan Barang Elektronik

Penulis ditugaskan untuk melakukan penyediaan barang elektronik di awal sebagai sarana untuk melakukan kegiatan marketing dan juga transaksi yang akan dilakukan pihak hotel. Penyediaan barang elektronik disini mencakup *smartphone*, komputer dan PC, *Wi-Fi*, *Printer*.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 4. LANDASAN TEORI

### 1. Komunikasi Bisnis

Menurut (Zein Adin & Intania Hafni Yunia Izzati, 2021) komunikasi bisnis adalah setiap komunikasi yang digunakan untuk membangun *partnerships*, sumber daya intelektual, untuk mempromosikan satu gagasan; suatu produk; servis; atau suatu organisasi, dengan Sasaram untuk menciptakan nilai bagi bisnis yang dijalankan. Komunikasi bisnis mencakup semua informasi dari sisi internal dan eksternal organisasi. Komunikasi internal termasuk komunikasi tentang tujuan organisasi.

Komunikasi semakin penting dalam proses manajemen saat ini. Keterampilan komunikasi yang baik sangat penting bagi manajer yang mengelola suatu organisasi. Manajer dan karyawan harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik baik secara lisan, tertulis, maupun non-verbal (bahasa isyarat, dsb.) untuk berkomunikasi baik dalam dan di luar lingkup pekerjaan. Manajer harus memiliki kemampuan berikut: (1) memecahkan masalah dan mengambil keputusan yang tepat, (2) mengatasi konflik di dalam perusahaan, (3) menggunakan hubungan masyarakat untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan, dan (4) memberikan motivasi kerja kepada karyawan.

(Wilbur Schramm,1955) mengembangkan model dasar komunikasi massa dengan komponen-komponen model komunikasi linier yaitu:

1. Sumber: individua tau perusahaan yang mengirimkan pesan.
2. Encoding: mentransfer pesan yang dimaksudkan ke dalam gaya simbolis yang dapat ditransmisikan.
3. Sinyal: penyampaian pesan menggunakan media tertentu.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4. Decoding: memahami gaya simbolik pesan untuk memahami pesan.
5. Penerima: individu atau perusahaan yang menerima pesan.
6. Umpan balik: komunikasi penerima kembali ke sumber pada saat menerima pesan.
7. Kebisingan: distorsi proses komunikasi, sehingga sulit bagi penerima untuk menafsirkan pesan sebagaimana dimaksud oleh sumber.

## 2. Manajemen Pemasaran

Salah satu kunci keberhasilan perusahaan adalah pemasaran. Prinsip pemasaran tidak hanya tentang penjualan, tetapi juga tentang memberikan kepuasan kepada konsumen untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Ini menunjukkan betapa pentingnya fungsi pemasaran, sehingga setiap perusahaan harus memberikan perhatian khusus pada pemasaran.

Pemasaran berasal dari kata "market" yang berarti pasar. Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial, dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja kepada orang-orang dengan imbalan uang. Pemasaran berarti memasarkan, yaitu upaya seseorang untuk memenuhi keinginan orang lain. Dalam konteks bisnis, pemasaran secara harfiah berarti upaya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen dengan cara memenuhi keinginan konsumen.

Menurut (Kotler, 2006) menyatakan bahwa marketing adalah proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan layanan dengan orang lain secara bebas.

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik, perusahaan harus melakukan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian terhadap aktivitas pemasaran. Tujuannya adalah untuk memuaskan kebutuhan manusia serta mencapai tujuan organisasi.

### 3. Pemasaran Digital

Menurut (Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N., 2022).

Pemasaran digital adalah usaha memajukan merek dengan menggunakan media canggih yang dapat menjangkau konsumen secara nyaman, personal, dan relevan.

Pemasaran online kini menjadi tindakan wajib bagi semua pengelola bisnis. Jenis pemasaran digital ini mencakup berbagai prosedur dan praktik yang termasuk dalam kategori pemasaran web. Selain menggunakan internet, pemasaran digital juga melibatkan komponen penting lainnya seperti telepon seluler, SMS, pemasaran iklan, dan elemen non-digital lainnya.

### 4. Pemasaran Media Sosial

Pemasaran media sosial adalah tren baru dan metode yang berkembang pesat untuk menjangkau pelanggan yang ditargetkan dengan mudah. Pemasaran media sosial didefinisikan sebagai penggunaan platform media sosial untuk mempromosikan perusahaan dan produknya. Jenis pemasaran ini merupakan bagian dari aktivitas

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemasaran online yang melengkapi strategi promosi berbasis web tradisional, seperti buletin email dan kampanye iklan online (Fadli et al.,2023)

Dengan mendorong pengguna menyebarkan pesan kepada kontak pribadi, pemasaran media sosial telah membawa konsep penyebaran eksponensial dan kepercayaan ke dalam komunikasi dan pemasaran massal. Dengan pendekatan baru ini, alat-alat baru terus dikembangkan dan ditingkatkan untuk bisnis. Pemasar media sosial sekarang mendapatkan wawasan yang lebih baik dan lebih efektif melalui aplikasi analitik yang diperkenalkan oleh platform media sosial resmi.

## 5. Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut (Susan, 2019) Sumber daya manusia (SDM) adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak organisasi, baik dalam institusi maupun perusahaan, yang berfungsi sebagai aset dan harus dilatih serta dikembangkan kemampuannya. Secara umum, pengertian SDM dibagi menjadi dua: SDM makro, yaitu jumlah penduduk usia produktif di suatu wilayah, dan SDM mikro, yaitu individu yang bekerja di institusi atau perusahaan.

SDM sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia adalah elemen utama organisasi dibandingkan dengan sumber daya lainnya seperti modal atau teknologi, karena manusia yang mengendalikan faktor-faktor tersebut. SDM adalah faktor penting yang tidak dapat dipisahkan dari organisasi, baik institusi maupun perusahaan. SDM juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan. Pada dasarnya, SDM adalah

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

manusia yang dipekerjakan di organisasi sebagai penggerak, pemikir, dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi.

## 6. Perilaku Organisasi

Perilaku organisasi berasal dari ilmu perilaku yang memfokuskan pada tingkah laku manusia di dalam suatu organisasi. Ada dua komponen dasar yang mendukung bidang pengetahuan ini, yaitu individu yang berperilaku dan organisasi formal sebagai wadah perilaku tersebut. Keduanya saling terkait dan ketika bersatu, akan membentuk perilaku organisasi yang menjadi fokus studi dalam ilmu perilaku organisasi.

Perilaku organisasi terdiri dari dua konsep, yaitu perilaku yang mencakup tindakan, sikap, atau tingkah laku, dan organisasi yang merupakan entitas sosial yang terkoordinasi, memiliki batas yang jelas, dan berfungsi secara berkelanjutan untuk mencapai tujuan bersama. Motivasi memainkan peran penting dalam organisasi karena terkait erat dengan tujuan organisasi dan mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan tujuan tersebut.

Dalam tahun 2008, Sudrajat menjelaskan 2 teori motivasi yang dikemukakan oleh beberapa penulis:

### 1. Teori Abraham H. Maslow (Teori Kebutuhan)

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Abraham H. Maslow menekankan pada lima tingkat atau hierarki kebutuhan manusia. Hierarki ini mencakup: (1) kebutuhan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

fisiologis, seperti makanan, minuman, dan istirahat; (2) kebutuhan akan rasa aman, baik secara fisik maupun mental; (3) kebutuhan akan kasih sayang; (4) kebutuhan akan harga diri, yang sering tercermin dalam simbol status; dan (5) aktualisasi diri, yang melibatkan pengembangan potensi individu untuk mencapai kemampuan nyata. Kebutuhan fisiologis dan keamanan kadang-kadang dikategorikan sebagai kebutuhan primer, sementara yang lainnya disebut sebagai kebutuhan sekunder. Meskipun ada berbagai klasifikasi kebutuhan manusia, namun yang jelas adalah bahwa kebutuhan tersebut berbeda-beda antara individu karena setiap orang adalah unik. Selain itu, kebutuhan manusia tidak hanya terkait dengan materi, tetapi juga mencakup aspek psikologis, mental, intelektual, dan bahkan spiritual.

## 2 . Teori Herzberg (Teori Dua Faktor )

Ilmuwan ketiga yang diakui atas kontribusinya dalam pemahaman motivasi adalah Herzberg. Teorinya dikenal sebagai "Model Dua Faktor" dari motivasi, yang membedakan antara faktor motivasional dan faktor hygiene atau "pemeliharaan". Faktor motivasional adalah dorongan intrinsik yang berasal dari dalam diri seseorang, sedangkan faktor hygiene adalah faktor ekstrinsik yang berasal dari luar diri yang juga mempengaruhi perilaku seseorang. Herzberg mengidentifikasi faktor motivasional termasuk pekerjaan itu sendiri, pencapaian, peluang pertumbuhan, kemajuan karier, dan pengakuan. Sedangkan faktor hygiene mencakup status dalam organisasi, hubungan dengan atasan dan rekan kerja, gaya kepemimpinan, kebijakan organisasi, kondisi kerja, dan sistem imbalan. Tantangan dalam menerapkan teori Herzberg adalah menentukan pengaruh relatif dari faktor-faktor intrinsik dan ekstrinsik dalam kehidupan individu. (Sudrajat, 2008)

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 7. Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi sering dijelaskan sebagai gabungan sistem yang terdiri dari individu, jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi di sebuah organisasi. Di sisi lain, Teknologi Informasi lebih menitikberatkan pada elemen telekomunikasi, manajemen basis data, dan teknologi pemrosesan informasi lainnya yang digunakan dalam sistem informasi berbasis komputer. Sistem informasi manajemen, pada intinya, merupakan sistem pendukung manajemen yang menghasilkan laporan dan respons yang telah ditentukan secara periodik, khusus, berdasarkan permintaan, dengan landasan pelaporan yang diperlukan.

Sistem Informasi Eksekutif (EIS) adalah sistem informasi khusus berbasis komputer yang digunakan oleh manajer dan eksekutif untuk mengakses data dan informasi yang membantu dalam mengidentifikasi masalah, menemukan solusi, dan menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis organisasi.

Piramida terdiri dari empat jenis sistem informasi yang berbeda yang terdiri dari berbagai tingkatan sistem informasi. Sistem informasi eksekutif berada di puncak piramida, dan tingkat menengah terdiri dari sistem informasi manajemen dan pendukung keputusan. Sistem informasi yang bersangkutan berada di tingkat paling dasar. (Fharaelvina, 2022).

Management Information System (MIS) adalah tingkat berikutnya dalam piramida, dan terdiri dari tiga komponen utama: manajemen, informasi, dan sistem.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

MIS bertugas mengumpulkan data dari berbagai sumber database, baik internal maupun eksternal, dan mengubahnya menjadi informasi yang bermanfaat bagi berbagai tingkat dan jenis organisasi. Perencanaan, proses, pengambilan keputusan, peningkatan kinerja, dan pemilihan kontrol kualitas dan alternatif adalah semua aspek pembuatan kebijakan yang dibantu oleh MIS.

Pada tingkat selanjutnya adalah Decision Support System (DSS), sebuah aplikasi berbasis komputer yang bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih baik dan membantu Executive Information System (EIS) memecahkan masalah bisnis dan membuat keputusan yang lebih baik. DSS juga digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang kompleks, yang tidak dapat dilakukan dengan kalkulasi manual.

Sistem dukungan eksekutif (ESS) berada di tingkat tertinggi piramida. ESS mendukung manajer tingkat atas dengan data internal dari Sistem Pengendalian Transaksi (MIS) dan TPS, serta data eksternal. Selain digunakan untuk mencapai tujuan strategis dan relevan organisasi, data ini digunakan untuk merancang kerangka kerja yang sesuai.

## 8. Analisis Permasalahan

Selama penulis melakukan aktivitas magang di Kazain Hotel Yogyakarta, penulis menemukan dan menganalisis beberapa masalah yang terjadi selama aktivitas magang, seperti terhambatnya proses komunikasi, pengaruh motivasi dalam

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pekerjaan, dan kurangnya sosialisasi dari perusahaan terkait dengan pekerjaan yang dilakukan penulis.

## 1. Terhambatnya Proses Komunikasi

Komunikasi merupakan aspek yang sangat krusial dalam dunia bisnis. Penulis menemukan bahwa terdapat hambatan dalam proses komunikasi yang terjadi antara pemilik hotel dan staf hotel. Hambatan ini berkaitan dengan komunikasi mengenai pekerjaan yang harus dilaksanakan dan proses pekerjaan yang melibatkan pemilik maupun staf hotel. Kendala komunikasi ini menyebabkan penulis, yang sedang menjalani program magang, mengalami kesulitan baik dalam menjalankan tugas-tugas pekerjaan maupun dalam proses kerjanya. Hambatan tersebut berdampak signifikan terhadap kelancaran kegiatan sehari-hari dan efisiensi operasional.

## 2. Sumber Daya Manusia Yang Kurang Berkompeten Dalam Bidangny

Dalam pekerjaan, memilih dan memperkerjakan orang sesuai dengan bidangnya adalah sesuatu yang penting, ini bertujuan untuk memaksimalkan proses serta hasil yang diharapkan perusahaan, disini penulis menemukan adanya masalah dalam sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan. Rata-rata staf yang berada di perusahaan tidak menguasai bagian pekerjaan yang mereka lakukan, sehingga ini berdampak pada proses magang penulis dan juga kemajuan perusahaan.

## 3. Kurangnya Sosialisasi Perusahaan Terkait Pekerjaan

Kurangnya sosialisasi yang terjadi di sini berkaitan dengan kurangnya arahan pekerjaan dari pemilik kepada staf dan manajer. Penulis diarahkan untuk melakukan aktivasi aplikasi pemesanan online, namun tidak menerima bimbingan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

lanjutan dari pemilik. Kurangnya pemahaman dari staf dan penulis, yang sedang menjalani program magang, menyebabkan terhambatnya proses aktivasi aplikasi pemesanan hotel. Akibatnya, penulis harus mencari bimbingan dari pihak ketiga secara mandiri, di luar jam kerja dan di luar waktu aktif magang. Situasi ini menunjukkan betapa pentingnya arahan yang jelas dan bimbingan yang memadai dalam memastikan kelancaran pelaksanaan tugas dan keberhasilan proyek. Ketidakefisienan ini juga menyoroti perlunya komunikasi yang lebih baik dan dukungan berkelanjutan dari pemilik untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas staf serta mengoptimalkan proses operasional.

## 9. Pembahasan Permasalahan

### 1. Terhambatnya Proses Komunikasi

Kelemahan perusahaan ini termasuk ke dalam *gap* yang menyebabkan terjadinya *noise* antara sumber atau yang mengirimkan pesan kepada penerima yang disini adalah owner. *Noise* yang terjadi disini berada di *encoding* atau gaya simbolik pesan untuk memahami pesan. Hal ini disebabkan karena pemilik dan staff dari hotel belum memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola sebuah bisnis perhotelan. Mengingat pemilik dari hotel merupakan pengusaha yang bergerak di bidang *property development* Sebagai contoh saat owner memberikan informasi yang

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terbatas terkait pekerjaan yang harus dilakukan, sehingga penulis melakukan *double check* untuk memastikan pekerjaan apa yang harus dilakukan.

## 2. Sumber Daya Manusia Yang Kurang Berkompeten Dalam Bidangnya

Sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan bisa dibilang tidak berkompeten dalam bidangnya, disini penulis mengalami langsung beberapa kendala terkait pengetahuan dan pengalaman kerja yang terbatas yang dimiliki oleh staf, sehingga cukup menghambat proses pekerjaan yang dilakukan serta hasil untuk perusahaan.

Masalah yang terjadi disini karena proses rekrutmen yang didasarkan pada pemilik dan staf yang belum berkompeten menjalankan bisnis perhotelan, sehingga proses recruitment dan kompetensi SDM mengakibatkan performa yang tidak maksimal dalam operasional dan hasil yang diharapkan.

Langkah pemilik dan staf untuk memperbaiki ini adalah dengan cara melakukan mentoring atau *internship* kepada pihak yang lebih berkompeten dalam industri perhotelan. Serta melakukan *recruitment* yang berdasarkan kompetensi yang dibutuhkan hotel, mengingat proses *recruitment* yang berjalan sebelumnya dilandaskan pada keluarga dari pemilik hotel.

*Recruitment* yang dilakukan didasarkan pada perencanaan dan kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan, sehingga perusahaan mengetahui keperluan dan tidak terjadi kesalahan yang berakibat pada hasil yang diperoleh perusahaan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## 3. Kurangnya Sosialisasi Perusahaan Terkait Pekerjaan

Kendala dalam proses sosialisasi yang dialami penulis disini cukup mengganggu proses magang yang dilakukan, kurangnya sosialisasi terkait pekerjaan yang dilakukan dan juga terbatasnya informasi yang diberikan perusahaan kepada penulis. Saat sosialisasi dilakukan oleh staf maupun owner seharusnya menjadi sumber informasi yang dibutuhkan oleh penulis sebagai mahasiswa magang diperusahaan seperti rincian kegiatan, langkah-langkah yang harus dilakukan dan juga pemahaman terkait tugas yang diberikan.

Upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan tentunya adalah melakukan mentoring kepada pihak yang berkompeten dalam bidangnya atau melakukan kerjasama dengan pihak yang berkompeten dalam bidangnya. Hal ini mengingat keterbatasan ilmu dan kompetensi yang dimiliki oleh pemilik hotel dan staf hotel.

## 10. Kesimpulan

Selama magang di Kazain Hotel Yogyakarta, penulis menemukan beberapa masalah dan solusi alternatif yang bisa digunakan perusahaan agar pekerjaan selalu berjalan lancar dan lebih efektif. Masalah-masalah tersebut termasuk terhambatnya proses komunikasi, sumber daya manusia yang kurang berkompeten dalam bidangnya, dan kurangnya sosialisasi perusahaan terkait pekerjaan. Alternatif solusi untuk masalah-masalah ini adalah meningkatkan komunikasi antara pemilik dan staf, memberdayakan sumber daya manusia dengan baik, serta memberikan arahan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

jelas dari perusahaan kepada staf. Jika pekerjaan berjalan lancar, proses dan hasil yang diperoleh perusahaan juga akan memuaskan.

## 11. Rekomendasi

Sebaiknya perusahaan selalu memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia dan komunikasi yang dilakukan kepada staf supaya mendapat hasil yang diinginkan perusahaan. Komunikasi yang baik akan memudahkan staf untuk melakukan pekerjaannya serta manajemen yang baik akan mempengaruhi kinerja staf dan juga hasil yang diperoleh perusahaan.

Kazain Hotel Yogyakarta selain menjadi perusahaan yang bergerak dibidang hotel juga perusahaan yang tepat untuk menambah ilmu dan wawasan. tingkatkan selalu semangat dalam bekerja supaya visi misi perusahaan dapat tercapai.

## 12. Refleksi Diri

Penulis memperoleh banyak pengetahuan dan pengalaman selama tiga bulan magang di Kazain Hotel Yogyakarta. Melalui magang ini, penulis diberi kesempatan memahami dunia kerja nyata dan hubungannya dengan teori yang dipelajari selama perkuliahan. Mata kuliah seperti komunikasi bisnis, perilaku organisasi, pemasaran digital, dan manajemen sistem informasi ternyata sangat relevan dengan praktik di dunia kerja yang sebenarnya. Berkat kegiatan magang ini, penulis mendapatkan pemahaman yang sebelumnya hanya teoritis. Misalnya, penulis mengetahui cara menyelesaikan tantangan pekerjaan yang diberikan, memahami pengembangan bisnis melalui branding, dan cara melakukan aktivasi

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

aplikasi pemesanan digital. Selain mendapatkan pengalaman kerja langsung, penulis juga memperoleh keuntungan tambahan dengan memilih magang sebagai tugas akhir, yaitu menambah relasi dalam dunia kerja yang sangat penting dan berguna nantinya.

Pelaksanaan magang ini juga memberi penulis kesempatan untuk meningkatkan kualitas diri, kerja sama tim, serta melatih mental, tanggung jawab, dan lain-lain. Setelah magang selesai, penulis menyadari ada beberapa hal penting untuk sukses dalam bekerja. Beberapa di antaranya adalah selalu mengutamakan etika, kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, memahami sifat orang di lingkungan kerja, dan mudah beradaptasi. Sebagai hasilnya, bagi penulis, magang ini memberikan pengalaman untuk mempersiapkan diri sebelum benar-benar memasuki dunia kerja yang sebenarnya.

Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat membantu pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan magang menerima rekomendasi penulis dan berkembang bersama menjadi lebih baik atau bagi pihak eksternal yang menggunakan laporan magang ini sebagai referensi.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR PUSTAKA

- Ismail, I., Hasan, H., & Musdalifah, M. (2018). Pengembangan Kompetensi Mahasiswa Melalui Efektivitas Program Magang Kependidikan. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 2(1), 124-132.  
<https://doi.org/10.33487/edumaspul.v2i1.48>
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Yogyakarta, 2024. Daerah Istimewa Yogyakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
- Tingkir, C. F. (2014). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian*. Retrieved from <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JKM/article/view/201>
- Adin, Z., & Izzati, I. H. Y. (2021). *Konsep Dasar dan Peranan Komunikasi dalam Dunia Bisnis*. Retrieved from <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/konsep-dasar-dan-peranan-komunikasi-dalam-dunia-bisnis>
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran digital: Upaya memajukan merek dengan media digital*. Retrieved from [Qoala Plus Media](#) and [Dunia Pengertian](#)
- Fadli, M., Budiman, A., Ardiansyah, R., & Setiawan, I. (2023). Social Media Marketing: Definition, Strategies, and Benefits. Majoo. Retrieved from <https://majoo.id/solusi/detail/social-media-marketing>
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Fharaelvina. (2022). *Sistem Informasi: Tipe-tipe dan Contoh Analisis pada Aplikasi*.  
<https://Medium.Com/>.<https://medium.com/@fharaelvina.au/sistem-informasi-tipe-tipe-dan-contoh-analisis-pada-aplikasi-c5792bc52bae>