

**LAPORAN TUGAS AKHIR MAGANG
KANTOR PT. COMMEASURE SOLUTION INDONESIA (REDDOORZ)
SEBAGAI REDSELLER**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Dias Lukman Aripin

212231931

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
NOVEMBER 2025**

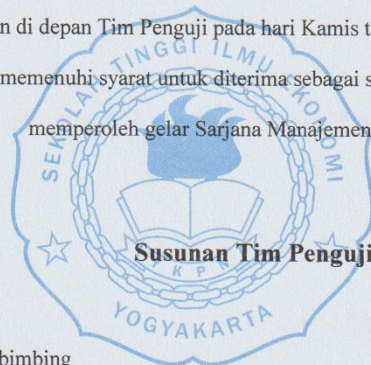
TUGAS AKHIR
LAPORAN MAGANG
KANTOR PT. COMMEASURE SOLUTION INDONESIA (REDDOORZ)
SEBAGAI REDSELLER

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DIAS LUKMAN ARIPIN

Nomor Induk Mahasiswa: 212231931

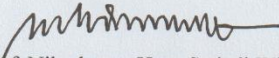
telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 18 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

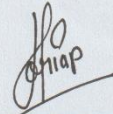


Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Penguji


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


Dr. Maria Pampa Kumalaningrum, SE., M.Si.

Yogyakarta, 5 Januari 2026
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Dr. Wisnu Prajogo, M.B.A.

ABSTRAK

Laporan ini disusun untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai pelaksanaan program magang yang dilakukan di PT. Commeasure Solution Indonesia (RedDoorz) sebagai Redseller selama empat bulan, terhitung sejak tanggal 1 Agustus hingga 28 November 2025. Laporan magang ini juga merupakan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi **manajemen** di STIE YKPN Yogyakarta. Fokus utama kegiatan magang meliputi pemasaran digital, pengelolaan data pelanggan, serta proses reservasi hotel melalui berbagai media sosial, WhatsApp Business dan Messenger. Melalui rangkaian aktivitas tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai bagaimana media sosial mempengaruhi proses pengambilan keputusan pelanggan dalam melakukan pemesanan kamar secara online. Selain itu kegiatan magang ini memungkinkan penulis untuk menerapkan teori pemasaran digital, perilaku konsumen, serta *customer journey* dalam konteks operasional perusahaan.

Kata kunci: magang, media sosial, pemasaran digital, reservasi hotel, RedDoorz.

ABSTRACT

This report is prepared to provide a descriptive overview of the implementation of the internship program carried out at PT. Commeasure Solution Indonesia (RedDoorz) as a Reseller for four months, starting from August 1 to November 28, 2025. This internship report is also a requirement to get a bachelor's degree in the manajemen study program at STIE YKPN Yogyakarta. The main focus of the internship activities includes digital marketing, customer data manajemen, and hotel reservation processes through various sosial media, WhatsApp Business, and Messenger. Through this series of activities, the author gained an understanding of how sosial media influences the decision-making process of customers in making online room reservations. In addition, this internship activity allows the author to apply digital marketing theory, consumer behavior, and customer journey in the context of corporate operations.

Keywords: *internship, sosial media, digital marketing, hotel reservations, RedDoorz.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri perhotelan. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran menjadi strategi yang semakin dominan karena kemampuannya menjangkau konsumen secara luas, cepat, dan lebih tepat sasaran. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi interaktif antara perusahaan dan konsumen. Annisa dan Auliya (2020) menyatakan bahwa media sosial merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran modern karena mampu menyebarkan informasi secara efisien dengan biaya yang relatif rendah.

Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan perhotelan dituntut untuk beradaptasi dengan pendekatan pemasaran digital guna mempertahankan daya saing. Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi ini adalah RedDoorz, jaringan hotel budget berbasis teknologi yang beroperasi di Asia Tenggara, khususnya di Indonesia. RedDoorz mengintegrasikan teknologi digital dalam pengelolaan dan pemasaran akomodasi, sehingga memerlukan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang digital marketing dan penjualan berbasis online.

Sebagai bentuk kontribusi dalam pengembangan sumber daya manusia, RedDoorz membuka program magang bagi mahasiswa dengan posisi Redseller. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman langsung dalam penerapan strategi pemasaran digital, sekaligus mengembangkan keterampilan praktis di bidang penjualan dan komunikasi pemasaran. Melalui program magang ini,

mahasiswa diharapkan mampu memahami dinamika pemasaran digital yang diterapkan dalam industri perhotelan berbasis teknologi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memilih untuk melaksanakan kegiatan magang di PT. Commeasure Solution Indonesia sebagai bagian dari pemenuhan tugas akhir pada Program Studi Manajemen. Kegiatan magang ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademik, tetapi juga untuk meningkatkan kompetensi praktis penulis di bidang digital marketing dan sales. Selain itu, kegiatan ini menjadi sarana penerapan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya pada mata kuliah Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, serta E-Marketing dan Media Sosial, ke dalam konteks dunia kerja yang nyata.

PT. Commeasure Solution Indonesia, yang dikenal dengan merek RedDoorz, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manajemen dan pemasaran akomodasi hotel budget berbasis online. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 dengan kantor pusat di Singapura dan mulai beroperasi di Indonesia pada tahun yang sama, dengan kantor pusat nasional berlokasi di Jakarta. Keberadaan RedDoorz menjadi representasi transformasi digital dalam industri perhotelan yang relevan untuk dikaji melalui kegiatan magang berbasis praktik kerja lapangan.

Tujuan Magang

Penulis memilih magang di RedDoorz bertujuan untuk:

1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di program studi jurusan Manajemen di STIE YKPN Yogyakarta.
2. Menambah wawasan, pengalaman, dan gambaran kepada mahasiswa tentang ilmu manajemen dan pemasaran di dalam dunia kerja.

3. Mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama di perkuliahan ke dalam dunia kerja.
4. Melatih *soft skill* seperti kedisiplinan, tanggung jawab, kemampuan komunikasi, mampu memecahkan masalah pada tugas dan pekerjaan yang diberikan selama magang.

Manfaat Magang

a. Bagi penulis, antara lain:

1. Menambah pengalaman dan pengetahuan dalam bidang Manajemen dan Pemasaran yang sesungguhnya sebelum memasuki dunia kerja.
2. Meningkatkan kemampuan dan kompetensi diri yang dimiliki
3. Menambah networking di mana penulis dapat menjalin dan menambah relasi profesional dengan para praktisi dan profesional dalam dunia kerja dan sangat berguna untuk karir ke depannya.
4. Meningkatkan daya saing CV serta peluang lebih besar untuk mendapatkan tawaran pekerjaan baik di RedDoorz maupun di perusahaan lain setelah lulus.

b. Bagi STIE YKPN antara lain:

1. Menambah kemitraan yang positif dan berkelanjutan antara STIE YKPN dan perusahaan terkemuka seperti RedDoorz.
2. Meningkatkan reputasi perguruan tinggi dengan menunjukkan bahwa lulusan STIE YKPN memiliki kualitas dan etos kerja yang baik sehingga dapat meningkatkan citra dan reputasi perguruan tinggi.

3. Sebagai evaluasi untuk penyempurnaan kurikulum di mana perguruan tinggi mendapatkan masukan langsung mengenai kesenjangan antara teori perkuliahan dengan kebutuhan praktis di dunia kerja.
- c. Bagi Perusahaan RedDoorz antara lain:
1. Akses ke pada talenta muda berpotensi di mana dengan menyediakan program magang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan rekrutan karyawan yang memiliki potensi besar ke depannya.
 2. Membangun citra merek sebagai tempat yang suportif terhadap pembangunan karir talenta muda.
 3. Menghemat biaya dan waktu untuk rekrutmen dibandingkan harus merekrut kandidat baru yang belum mengenal perusahaan.

PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Profil Organisasi

PT. Commeasure Solution Indonesia atau yang lebih dikenal dengan nama RedDoorz merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manajemen dan pemasaran akomodasi hotel budget berbasis online. RedDoorz pertama kali menjalankan operasinya pada tahun 2015 dengan kantor pusat di Singapura, kemudian pada tahun yang sama memasuki pasar Indonesia. Di mana untuk kantor pusat di Indonesia berada di Jakarta. Setahun kemudian pada tahun 2016 RedDoorz berhasil berekspansi di 5 kota besar di Indonesia, hal ini menandai dimulainya pertumbuhan jaringan penginapan terjangkau mereka. Pada tahun 2017 RedDoorz mencapai tonggak penting dengan memiliki jaringan

lebih dari 500 properti penginapan yang terkelola di Indonesia, sekaligus secara resmi memulai bisnis dan operasional mereka di Singapura sebagai pasar domestik pendirian perusahaan. Pada tahun 2018 RedDoorz mengalami lonjakan yang drastis dalam operasional kamar penginapan mencapai 10.000 unit kamar yang tersebar di berbagai lokasi di seluruh Indonesia, dan RedDoorz memperkuat posisinya di Asia Tenggara dengan ekspansi strategis ke Filipina dan Vietnam. Pada tahun 2019 RedDoorz telah memperkukuh dominasinya dengan jangkauan operasional yang di mana RedDoorz tersebar lebih dari 50 kota besar di Indonesia dan mengelola 30.000 unit kamar, menjadi salah satu pemain utama di sektor teknologi perhotelan. Pada tahun 2025 ini RedDoorz telah memiliki lebih dari 4.000 unit properti dan tersebar di 257 kota di Indonesia dan Filipina.

Visi RedDoorz:

Mempermudah usaha penginapan melakukan penjualan secara online dan membantu traveller melakukan reservasi.

Misi RedDoorz:

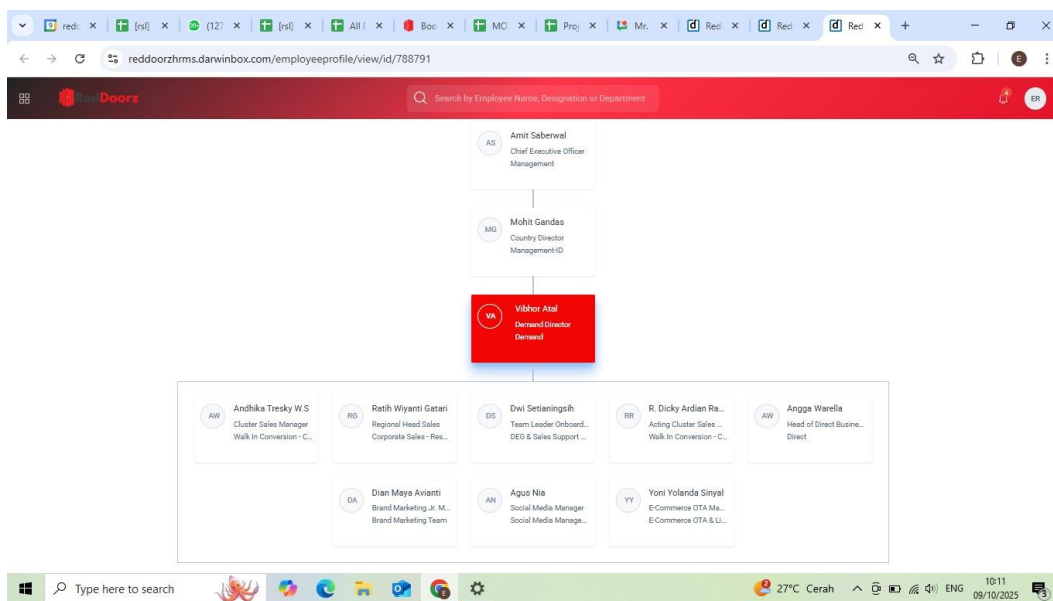
- Mengembangkan dan membantu penginapan dan melakukan penjualan secara online.
- Mempermudah penjualan kamar di bawah merek RedDoorz.
- Membantu penginapan untuk menjalankan fungsi operasional.
- Berusaha menjadi yang terbaik bagi pelanggan.

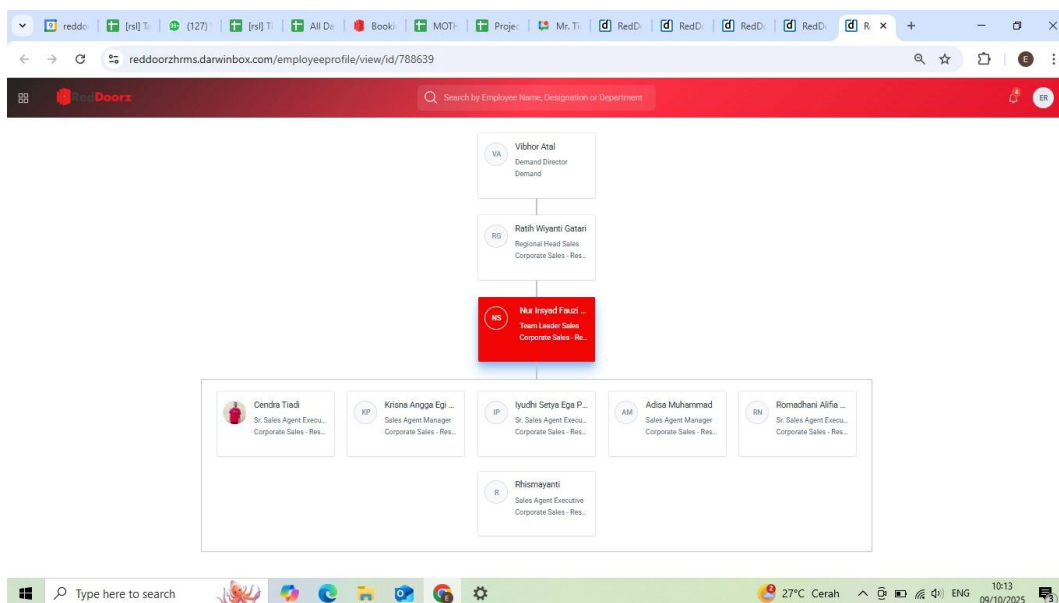
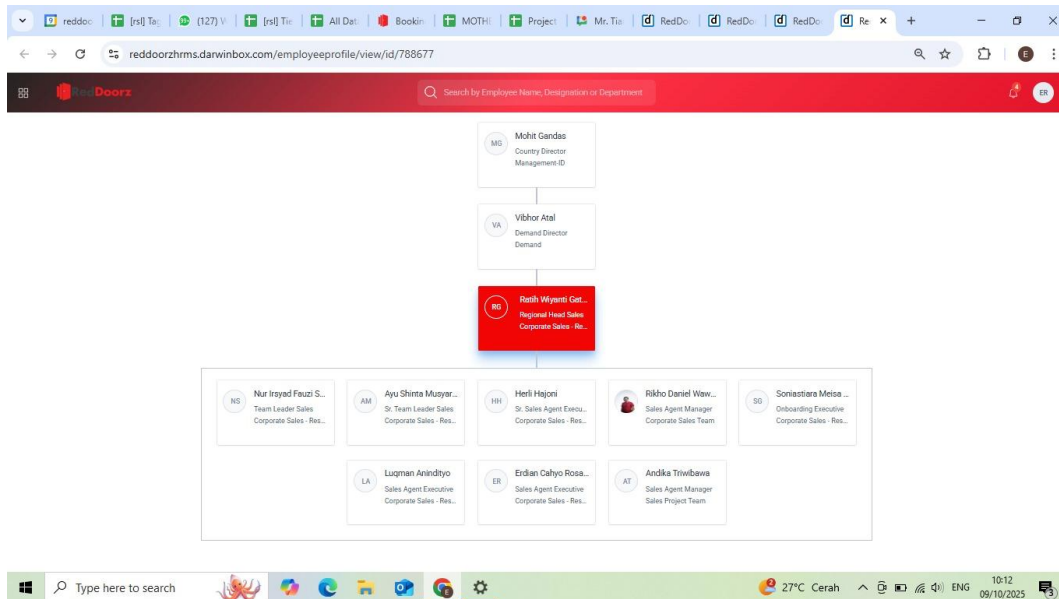
Tujuan RedDoorz:

Tujuan utama RedDoorz adalah menyediakan jaringan akomodasi terstandarisasi yang terjangkau dan dapat di akses secara mudah melalui platform digital, sekaligus meningkatkan kualitas operasional mitra properti melalui pengelolaan berbasis teknologi.

Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi pada PT. Commeasure Solution Indonesia (RedDoorz).





Aktivitas Magang

Selama mengikuti kegiatan magang, penulis melaksanakan beberapa aktivitas magang. Berikut rincian aktivitas magang yang dilakukan oleh penulis selama menjalanikegiatan magang di RedDoorz berlangsung:

1. Pelatihan Dasar

Pelatihan dasar yang dilakukan pada bulan pertama dengan bimbingan mentor, di mana pada pelatihan ini mencakup pengenalan produk dan *brand* RedDoorz, dasar-dasar penggunaan aplikasi, strategi pemasaran, dan menangani tamu.

2. Briefing Pagi

Briefing pagi dilakukan setiap hari senin sampai jumat pada pukul 11:00 yang dipimpin oleh mentor. Kegiatan briefing ini berfungsi sebagai forum koordinasi harian untuk penyampaian rencana kerja, pelaporan inquiry, evaluasi kinerja sebelumnya, serta pemberian arahan, penyesuaian strategi, dan penentuan prioritas guna meningkatkan efektifitas operasional.

3. Promosi di Facebook

Selama masa magang di RedDoorz, penulis berkontribusi aktif dalam kegiatan pemasaran dan pelayanan tamu yang prima dan efisien. Salah satu tugas utama penulis adalah mengoptimalkan penyebaran informasi mengenai informasi kamar atau penginapan di berbagai grup Facebook dan marketplace, untuk meningkatkan visibilitas properti secara signifikan dan memperluas jangkauan terhadap segmen pelanggan potensial yang lebih luas.

4. Promosi di TikTok

Selain itu, penulis memanfaatkan platform digital, khususnya TikTok, untuk melaksanakan kampanye promosi penawaran kamar. Upaya ini berfokus pada penciptaan konten yang menarik dan relevan guna meningkatkan *engagement* dan menarik minat generasi muda sebagai target utama pemasaran.

5. Promosi di Instagram

Penulis juga menggunakan Instagram sebagai platform promosi di mana tujuan utama dari melakukan promosi melalui Instagram adalah untuk menarik pelanggan dan sebagai portofolio digital yang terorganisir untuk memperkuat *branding* dan citra merek.

6. Promosi di Twitter

Penulis memanfaatkan Twitter sebagai media penyebaran kode promo melalui konten teks dan visual yang menarik. Pemilihan Twitter didasarkan pada karakteristiknya yang cepat, interaktif, dan mendukung penyebaran pesan secara real-time melalui fitur retweet dan komentar. Strategi ini bertujuan meningkatkan visibilitas promosi serta memperluas jangkauan audiens terhadap informasi kode promo yang ditawarkan.

7. Mengelola Data Pelanggan

Selama magang di RedDoorz, penulis bertanggung jawab untuk mengelola database pelanggan yang masuk. Penulis menggunakan Microsoft Excel sebagai instrumen utama dalam manajemen basis data pelanggan tersebut. Penggunaan Excel memungkinkan penulis untuk mencatat, mengorganisasi, dan memfasilitasi proses analisis data yang mendalam, serta penyusunan laporan strategis. Laporan-laporan ini memiliki peran krusial dalam mendukung pengambilan keputusan mengenai lokasi-lokasi yang memerlukan peningkatan intensitas promosi atau iklan.

8. Membagikan Kode Promo dan Kartu Nama

Penulis memperoleh tugas untuk melakukan kegiatan membagikan kode promo dan kartu nama secara langsung. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai salah satu

strategi pemasaran langsung yang bertujuan memperluas jaringan komunikasi, membangun hubungan dengan individu maupun komunitas, serta meningkatkan tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap produk dan layanan yang dipromosikan. Melalui pendekatan interpersonal ini, penulis tidak hanya memperkenalkan informasi mengenai promo yang tersedia, tetapi juga berupaya menciptakan hubungan yang lebih personal sehingga calon pelanggan dapat memahami nilai dan manfaat dari produk yang disarankan. Strategi ini diharapkan mampu mendorong peningkatan ketertarikan konsumen serta memperluas jangkauan informasi melalui rekomendasi dari satu individu ke individu lainnya.

9. Follow-up Pelanggan

Selama magang penulis dipercaya untuk mengelola atau menangani pelanggan yang mencari akomodasi atau penginapan di mana salah satu tugas utama penulis adalah melakukan tindak lanjut atau *follow-up* dengan calon tamu. Tindakan lanjut ini mencakup menawarkan beberapa opsi properti sesuai dengan lokasi yang menjadi preferensi tamu, menjelaskan opsi tipe kamar yang ada di properti, menjelaskan fasilitas apa saja yang ada di properti terhadap tamu, setelah tamu memilih properti dan menentukan tanggal pesanan penulis membuat kode booking hotel dan memberikan lokasi properti kepada tamu.

10. Produksi Konten Video untuk Promosi Properti RedDoorz

Penulis memperoleh tanggung jawab untuk memproduksi konten video properti yang berfokus pada promosi properti RedDoorz yang telah ditentukan oleh mentor. Kegiatan ini mencakup proses pengambilan gambar secara langsung di lokasi properti RedDoorz, mulai dari dokumentasi fasilitas, suasana kamar, area

publik, hingga nilai jual unik yang dimiliki oleh properti. Seluruh materi visual yang dihasilkan kemudian diolah menjadi konten pemasaran digital dan dipublikasikan melalui platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook.

11. Membagikan Brosur di Job Fair

Penulis diberikan tugas untuk membantu membagikan brosur pada acara *Job Fair* sebagai bagian dari strategi promosi dan kegiatan perekrutan perusahaan. Tugas ini tidak hanya berfokus pada penyebaran materi informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun citra perusahaan dihadapkan para pencari kerja. Melalui kegiatan ini, penulis berperan dalam menyampaikan informasi mengenai lowongan yang tersedia, memperkenalkan budaya kerja perusahaan, serta menarik minat kandidat potensial agar lebih mengenal dan mempertimbangkan perusahaan sebagai tempat berkarir. Selain itu kegiatan penyebaran brosur di *job fair* juga menjadi sarana interaksi langsung antara perusahaan dan publik, sehingga dapat memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan *brand awareness* dalam konteks *employer branding*.

12. Kerjasama B2B dengan Perusahaan Tour and Travel

Penulis diberi tugas untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan *Tour and Travel*. Dalam aktivitas ini penulis diberi tanggung jawab untuk melakukan pendekatan langsung kepada mitra potensial, menyampaikan penawaran kerja sama yang relevan, serta menjelaskan manfaat penggunaan layanan RedDoorz bagi kebutuhan akomodasi mereka.

Landasan Teori

Teori Media Sosial

Media sosial adalah sekumpulan aplikasi internet yang dibangun atas dasar ideologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna serta pembentukan komunikasi virtual; klasifikasi platform meliputi *social networking sites* yaitu (Facebook, Instagram), *content communities* seperti (TikTok), microblogs seperti (Twitter). Dan platform lain yang relevan bagi strategi pemasaran digital (Kaplan & Haenlein, 2010). Dalam praktik pemasaran perhotelan modern, media sosial berperan bukan hanya sebagai saluran komunikasi satu-arah, melainkan sebagai arena interaksi dua-arah yang memungkinkan hotel untuk menyediakan konten visual (foto, video), menampung umpan balik (*review*, komentar), serta mengeksekusi promosi langsung seperti kode promo dan tautan pemesanan. Oleh karena itu, strategi sosial media marketing di RedDoorz yang mendukung konten video properti, postingan promosi di marketplace Facebook, dan pembagian kode promo di Twitter berakar kuat pada literatur yang menekankan peran media sosial sebagai pendorong *awareness* sekaligus konversi.

Teori Customer Journey Online

Customer Journey Online merupakan konsep yang membahas rangkaian interaksi yang dilakukan konsumen dengan perusahaan melalui media digital, mulai dari kesadaran awal hingga menjadi pelanggan setia. Konsep ini berfokus pada pemetaan perjalanan pelanggan, yang memungkinkan perusahaan memahami perilaku, kebutuhan, dan preferensi konsumen dalam konteks online. Menurut Følstad & Kvale (2018), *Customer Journey* dapat dilihat sebagai proses dinamis dan tidak selalu linier, tetapi sering kali

disederhanakan ke dalam lima fase utama: *Awareness, Consideration, Purchase, Retention, dan Advocacy*. Model ini sejalan dengan konsep *marketing funnel* atau model AIDA, yang menekankan betapa pentingnya mengetahui setiap tahap interaksi pelanggan untuk strategi pemasaran yang efektif.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis

Selama pelaksanaan magang di PT. Commeasure Solution Indonesia (RedDoorz), penulis mengalami sedikit kendala selama melayani pelanggan sampai membuat bookingan pelanggan. Mentor selalu sigap membimbing penulis untuk mengerjakan berbagai tugas, seperti pembuatan konten promosi, promosi di media sosial, membantu mengatasi kendala dalam booking hotel. Ada beberapa kendala atau masalah yang dihadapi penulis selama magang sebagai berikut:

1. Keterlambatan dalam Menanggapi Permintaan Pelanggan

Pada awal magang penulis mengalami kesulitan dalam menanggapi permintaan pelanggan secara cepat, terutama ketika terdapat banyak permintaan yang masuk secara bersamaan dari berbagai kota atau daerah. Dalam situasi tersebut, penulis sering kebingungan dan membutuhkan waktu lebih lama untuk memberikan balasan karena harus memeriksa ketersediaan penginapan sekaligus memahami setiap permintaan pelanggan satu persatu. Keterlambatan ini terjadi karena penulis masih dalam proses menyesuaikan diri dengan lingkungan kerjanya dan penulis belum sepenuhnya memahami informasi tentang lokasi properti maupun pilihan

penginapan yang direkomendasikan di setiap daerah. Selain itu, kemampuan dalam mengelola komunikasi dengan banyak pelanggan secara bersamaan masih sangat rendah, sehingga respon yang diberikan belum optimal.

2. Kesalahan dalam Menentukan *Edit Price*

Penulis mengalami kesalahan dalam menentukan *edit price* di mana penulis terlalu rendah dalam memberikan harga di mana harga yang diberikan penulis di bawah *bottom rate* sehingga mengakibatkan tamu tidak diterima oleh hotel.

3. Masalah pada Akun Facebook

Penulis mengalami masalah pada akun Facebook yang digunakan sebagai media promosi. Hal ini dikarenakan penulis terlalu banyak mengunggah konten promosi dalam waktu yang singkat, sehingga sistem keamanan Facebook mendeteksi aktivitas tersebut sebagai tindakan yang tidak wajar atau berpotensi melanggar kebijakan platform. Akibatnya akun penulis mengalami pembatasan akses untuk berpromosi di grup-grup penginapan dan berkomentar di postingan orang untuk sementara waktu. Situasi ini mengakibatkan aktivitas promosi terhambat dan jangkauan promosi mengalami penurunan.

Pembahasan

Pada bagian ini penulis membahas serta memberikan solusi dan rekomendasi tindakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas aktivitas selama pelaksanaan magang:

1. Keterlambatan dalam Menanggapi Permintaan Pelanggan

Untuk mengatasi keterlambatan dalam menangani pelanggan, penulis mulai menerapkan penggunaan fitur balas pesan cepat pada WA business, mencatat atau

menandai daftar properti pada setiap wilayah sebagai referensi cepat, serta aktif bertanya kepada mentor ketika menemukan permintaan yang kompleks. Dengan memahami pertanyaan-pertanyaan yang akan di tanyakan oleh pelanggan penulis membuat template jawaban pertanyaan yang sering di pertanyakan oleh pelanggan sehingga penulis mampu meningkatkan kecepatan dalam membalas pesan dari pelanggan tanpa mengorbankan ketepatan informasi.

2. Kesalahan dalam Menentukan *Edit Price*

Untuk mengatasi kesalahan dalam menetapkan *edit price*, penulis selalu melakukan pengecekan harga secara lebih teliti, menanyakan kepada mentor apakah dengan harga yang di *request* oleh penulis itu aman untuk di *check-in* kan oleh properti atau tidak, dan penulis mencatat dan menghafal daftar *bottom rate* berbagai properti untuk sebagai langkah penanggulangan agar kejadian serupa tidak terjadi lagi.

3. Masalah pada Akun Facebook

Untuk mengatasi masalah pada akun Facebook yang terkena pembatasan dalam memosting di grup-grup penginapan, penulis melakukan langkah promosi yang lebih terjadwal dan terstruktur, penulis memberi jeda yang cukup dari postingan sebelumnya dan serta mengurangi memposting konten promosi dalam waktu yang singkat agar tidak lagi terdeteksi sebagai aktivitas yang mencurigakan oleh sistem keamanan Facebook. Hal ini sangat efektif dalam menangani masalah pemblokiran sementara dikarenakan terlalu banyak posting konten promosi.

KESIMPULAN, REKOMENDASI, DAN REFLEKSI DIRI

Kesimpulan

Kegiatan magang yang dilakukan penulis selama 4 bulan di RedDoorz dapat memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, baik dari sisi kemampuan akademik dan non akademik. Melalui berbagai aktivitas mulai dari promosi digital, mengelola *inquiry* pelanggan, produksi konten, hingga penanganan reservasi, penulis mendapatkan kesempatan untuk melihat dan belajar langsung bagaimana operasional perhotelan berjalan. Jika sebelumnya teori hanya hadir dalam bentuk modul atau materi kuliah, maka selama magang penulis merasakan konsep diterapkan di lapangan.

Pengalaman ini membuat penulis memahami peran penting digital marketing dalam meningkatkan penjualan hotel, sekaligus mengasah kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbagai platform. Melayani *inquiry* pelanggan yang masuk seperti membalas pesan dengan cepat, memahami kebutuhan tamu, menjaga etika komunikasi, serta memastikan setiap informasi yang disampaikan akurat. Dalam memproduksi konten penulis memahami bahwa kreativitas saja tidak cukup di mana konten harus dipadukan dengan strategi yang tepat agar pesan promosi tersampaikan secara efektif dan sesuai dengan konteks yang ditargetkan.

Selain itu, keterlibatan dalam proses penanganan reservasi membuat penulis memahami betapa pentingnya ketelitian dalam mengelola data, mengonfirmasi pesanan, serta memastikan ketersediaan kamar sesuai dengan permintaan tamu. Seluruh kegiatan tersebut tidak hanya memperkuat kompetensi teknis, tetapi juga membentuk kemampuan *soft skill* seperti manajemen waktu, koordinasi tim, dan kemampuan adaptasi terutama ketika harus menyelesaikan banyak tugas dalam waktu yang singkat.

Dengan demikian, magang di RedDoorz tidak hanya sebagai wadah untuk menerapkan teori perkuliahan, tetapi juga sebagai gambaran nyata mengenai ritme kerja di dunia kerja. Pengalaman ini menjadi bekal yang sangat berharga bagi penulis untuk memasuki dunia kerja dengan kesiapan yang lebih matang, pemahaman yang lebih luas, serta kemampuan praktis yang lebih luas.

Rekomendasi

Rekomendasi untuk RedDoorz

1. Memberikan SOP yang lebih terstruktur kepada peserta magang terutama terkait penentuan *bottom rate* pada proses *edit price*, untuk meminimalisir kesalahan teknis.
2. Membuat sistem kanal chatting yang langsung tersambung antara Redseller dan pihak properti agar proses komunikasi menjadi lebih efisien, terutama saat mengajukan permintaan, melakukan konfirmasi, maupun meminta pihak hotel untuk melakukan *check-in* pada bookingan hotel secara sistem.

Rekomendasi untuk STIE YKPN

1. Memperluas kerjasama dengan perusahaan-perusahaan berbasis digital, sejalan dengan meningkatkan kebutuhan tenaga kerja pada bidang pemasaran, pengelolaan data, dan layanan digital yang semakin berkembang di industri saat ini.
2. Meningkatkan pendampingan selama masa magang agar mahasiswa dapat menyampaikan kendala akademik maupun teknis dengan lebih cepat.

Refleksi Diri

Selama mengikuti program magang di RedDoorz, penulis memperoleh pengalaman kerja nyata dan pemahaman menyeluruh mengenai operasional perusahaan, khususnya di bidang perhotelan, pemasaran, dan bisnis digital. Penulis mampu menerapkan ilmu perkuliahan melalui pembuatan konten promosi dan desain poster, pelaksanaan strategi pemasaran, analisis perilaku konsumen, serta pengelolaan pemasaran digital berbasis media sosial untuk meningkatkan visibilitas merek. Selain itu, penulis mengembangkan kemampuan komunikasi, manajemen operasional hotel, dan kedisiplinan dalam menyelesaikan tugas serta laporan secara tepat waktu. Melalui pekerjaan tambahan berupa kerja sama B2B dengan biro perjalanan dan keikutsertaan dalam kegiatan Job Fair, penulis juga memperoleh pengalaman bernegosiasi, berkomunikasi secara persuasif, serta peningkatan kepercayaan diri. Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kompetensi profesional dan kesiapan penulis untuk menghadapi dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, R., & Auliya, A. (2020). *The role of social media in the marketing strategy in the Hotel Indonesia Group*. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 5(1), 19–25.
- Følstad, A., & Kvale, K. (2018). *Customer journeys: a systematic literature review*. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(2), 196-227.
<https://doi.org/10.1108/JSTP-11-2014-0261>
- Järvinen, J. (2016). *The use of digital analytics for measuring and optimizing digital marketing performance*. [Doctoral dissertation, University of Jyväskylä].
Jyväskylä Studies in Business and Economics, 170.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>