

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Bahasa Yunani, Ekonomi berasal dari kata “*oikos, nomos*” yang arti katanya yaitu segala aturan yang mengatur dalam rumah tangga. Secara Bahasa, menurut Abraham Maslow ekonomi merupakan salah satu bidang pengkajian yang berfungsi untuk menyelesaikan masalah asas kehidupan manusia melalui cara mempersatukan aspek sumber ekonomi yang ada berdasarkan teori maupun prinsip yang dinilai efektif dan efisien, (Mulachela, 2021) dengan kata lain melalui ekonomi yang stabil dan senantiasa meningkat dapat berbanding lurus dengan kesejahteraan manusia hasil dari masalah manusia yang terselesaikan.

Sejak adanya Covid-19 khususnya di Indonesia yang telah resmi dinyatakan oleh Bapak Presiden Joko Widodo bahwa Indonesia telah terpapar Covid-19 pertama pada bulan Maret 2020 lalu yang kemudian sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di beberapa industri di Indonesia. Salah satu industri yang terkena dampak Covid-19 cukup besar adalah pada industri pariwisata khususnya dibidang perhotelan atau *hospitality* karena adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang ditetapkan oleh pemerintah sejak adanya Covid-19 dan berdampak pada penurunan ekonomi pada bidang bisnis *hospitality*. *Hospitality* sangat sensitif terhadap perubahan ekonomi dan bergantung pada keputusan pelanggan mereka, (Guillet & Mattila, 2010). Pada laporan ini, makna *hospitality* diartikan sebagai hubungan antara tamu dengan pelayanan dan juga merujuk pada aktivitas ramah tamah seperti penerima tamu serta pelayanan untuk para tamu dengan kebebasan dan kenyamanan. Menurut (Mill, 1990), *Hospitality* adalah tempat ketika wisatawan dapat merasa diterima saat berkunjung ke tempat tersebut, orang-orang tidak akan datang jika mereka tidak merasa diterima. Adapun *Hospitality Industry* memiliki hubungan erat dengan industri perhotelan yang termasuk pada industri jasa yang menawarkan akomodasi kamar beserta pelayanan, penyedia makanan dan minuman

serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil, (Juliansyah, 2019). Perkembangan hotel yang begitu pesat khususnya di Indonesia menimbulkan persaingan dengan kompetitor dengan melihat tingkat hunian/*occupancy*. Dari adanya dampak Covid-19 ini, memberikan dampak buruk pada *occupancy* setiap hotel. Menurut data BPS ditahun 2020 lalu, pada bulan Januari hingga Februari *occupancy* hotel masih menunjukkan rata-rata normal yaitu 49,71%, namun sejak adanya pandemi menyebabkan *occupancy* hotel menurun drastis pada bulan Maret menjadi rata-rata 32,24% dan terus menurun hingga bertahan dibawah 20% pada bulan Juni 2020.

Adapun juga akibat pandemi Covid-19 sangat berdampak pada sektor pariwisata, berdasarkan data BPS (2021), terjadi penurunan wisatawan yang signifikan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Dari adanya penurunan baik dari segi pariwisata maupun *occupancy*, hal ini sangat berpengaruh pada *revenue* hotel. Sehingga hotel mencari cara untuk tetap dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19 diantaranya menaati protokol kesehatan disetiap aktivitas yang terdapat di Hotel. Namun, hal ini tidak cukup untuk dapat memulihkan kembali keadaan hotel seperti semula. Maka dari itu Hotel perlu melakukan berbagai cara untuk dapat memulihkan kembali *occupancy rate* dan *revenue* hotel, dalam upaya pemulihan tersebut yang dapat dilakukan oleh hotel untuk mengoptimisasi strategi agar hotel dapat survive ditengah pandemi Covid-19 diantaranya adalah memaksimalkan pendekatan pemasaran *Sales Call* dan *Telemarketing* untuk bisa mendapatkan *leads* yang berpotensi dalam memaksimalkan *revenue* dan *occupancy*.

*Sales Call* adalah aktivitas pencarian *leads* bisnis baik berupa penjualan kamar, *event* (MICE), atau produk hotel lainnya yang dilakukan secara langsung atau mendatangi langsung dengan melakukan *contact person* ke calon perusahaan oleh tim *sales* yaitu *sales manager* dan *sales executive*, (Budi, 2013). Yang memiliki wewenang untuk melakukan *Sales Call* adalah para-Sales yang berada di *Sales & Marketing Department* yang dimiliki hotel.

*Telemarketing* adalah kegiatan pemasaran jasa atau produk melalui media telepon, (Ibnu, 2020).

*Sales Call* dan *Telemarketing* ditujukan untuk *leads* bisnis yang memiliki target pasar yang sama seperti *Travel Agent, Corporate, Event Organizer, dan Government* yang dinilai mampu mencapai target *revenue* hotel dan berpotensi untuk meningkatkan *occupancy*. *Sales Call* dan *Telemarketing* dilakukan secara rutin sesuai dengan jam kerja khususnya *Sales Call* yang perlu melakukan janji temu terhadap calon *leads* untuk bisa bertemu dan berdiskusi langsung untuk melakukan kerjasama dan melakukan negosiasi penawaran hingga mendapatkan hasil kontrak kerjasama antara dua belah pihak.

Hotel Santika Premiere ICE BSD City untuk menghasilkan *leads* dalam jumlah yang besar juga menggunakan dua strategi tersebut melalui *telephone contact* dan melakukan *contact person* kepada calon *leads* yang ingin dikunjungi. *Sales Call* dilakukan oleh *Sales Manager* dan *Sales Executive* setiap hari Senin – Kamis, membuat janji terlebih dahulu kepada tamu yang bersangkutan dan berdiskusi ditempat, setelah itu *sales* menghubungi lebih lanjut untuk diskusi yang telah dibicarakan agar dapat dibuatkan *confirmation letter* oleh penulis dan untuk ditandatangani oleh tamu sesuai dengan perjanjian yang berlaku. Begitu pula dengan strategi *telemarketing*, selain penulis menerima *telephone contact* dari tamu, untuk dapat memaksimalkan *occupancy* disaat pandemi ini, penulis menghubungi *leads* yang berpotensi besar akan menginap di Hotel Santika Premiere ICE BSD City seperti pada saat menjelang acara Indobuildtech di ICE pada bulan Maret 2022 lalu.

Dikarenakan *leads* yang ingin menginap atau menggunakan ruang *meeting* di Hotel Santika Premiere ICE BSD City masih terbatas dan *occupancy* yang belum stabil akibat pandemi Covid-19, maka dari itu setiap *sales* perlu berdiskusi antar *sales* serta memikirkan cara yang efektif dan efisien bagi tim selama proses penerimaan calon *leads* agar *leads* yang masuk dapat secara optimal dan mampu memaksimalkan *occupancy* hotel ditengah pandemi Covid-19. Dari upaya strategi yang telah dilakukan Hotel Santika Premiere ICE BSD City untuk dapat memaksimalkan *occupancy*, penulis ingin mendalami lebih lanjut bagaimana cara meningkatkan efektivitas selama proses *Sales Call* dan *Telemarketing* dalam menghasilkan *leads* yang benar-benar berpengaruh besar terhadap peningkatan *occupancy* hotel.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dari praktek kerja magang yang penulis laksanakan di Hotel Santika Premiere ICE BSD City adalah untuk mengetahui lebih lanjut terkait langkah-langkah bagaimana melakukan penjualan produk dan jasa khususnya dibidang usaha Hotel. Penulis ingin mempelajari bagaimana pendekatan yang efektif dan berpeluang besar diterima oleh tamu kepada calon tamu yang akan menggunakan jasa Hotel Santika Premiere ICE BSD City.

Praktek kerja magang yang dilaksanakan di Hotel Santika Premiere ICE BSD City merupakan implementasi dari teori yang telah penulis pelajari di perkuliahan. Dalam praktek kerja magang ini penulis mendapatkan gambaran tentang dunia kerja dan belajar banyak terkait tanggung jawab, profesionalitas dalam bekerja, berbicara yang baik dan sopan, kerja sama dengan *partner* kerja, belajar cepat tanggap saat diberikan perintah, belajar untuk aktif bertanya saat diberi perintah, melatih *time management*, melatih kejujuran dan melatih bagaimana menyampaikan kembali informasi yang diamanahkan kepada penulis agar tidak terjadi *miss communication*.

Adapun tujuan dari praktek kerja magang yang telah dilaksanakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat kelulusan mata kuliah praktek kerja magang MBKM Track 1
2. Mengenal lingkungan kerja dibidang sales marketing khususnya *Hospitality*
3. Memperluas wawasan penulis dan relasi didunia kerja
4. Mempraktekkan langsung teori yang pernah dipelajari penulis sehingga dapat menjadi pengalaman bagi penulis
5. Mampu mengimplementasikan teori yang pernah dipelajari dan memahami langsung maksud dari teori tersebut ketika dipraktekkan dan dapat merasakan manfaatnya didalam dunia kerja

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode waktu kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis di Hotel Santika Premiere ICE BSD City adalah sejak bulan Januari 2022 hingga bulan Juli 2022. Penulis terhitung melaksanakan praktek kerja magang dimulai pada tanggal 17 Januari 2022 – 17 Juli 2022 berlaku sesuai dengan kontrak 6 bulan praktek kerja magang.

Data pelaksanaan kerja magang yang dilakukan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Hotel Santika Premiere ICE BSD City  
 Bidang Usaha : *Hospitality*  
 Waktu Pelaksanaan : 17 Januari 2022 – 17 Juli 2022  
 Posisi Magang : Sales Admin  
 Alamat : Indonesia Convention Exhibition, Jalan BSD Grand Boulevard, Pagedangan, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15339

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur yang telah dilalui penulis sejak *pre internship* hingga mendapatkan tempat magang adalah sebagai berikut:

1. Pada tanggal 15 bulan November 2021 penulis menanyakan informasi terkait lowongan magang dengan kakak tingkat yang sedang melaksanakan magang di Hotel Santika Premiere ICE BSD City saat yang bernama Jessica Chandani Citra dan dibantu *follow-up* untuk menanyakan ketersediaan posisi magang serta mengirimkan CV kepada HRD.
2. Pada tanggal 17 bulan November 2021 Bapak Rahpin selaku HR *Officer* menghubungi saya bermaksud untuk mengundang penulis melaksanakan interview pada tanggal yang telah ditentukan.

3. Pada tanggal 18 bulan November 2021 penulis kembali dihubungi oleh Bapak Rahpin untuk mengisi *Application Form* Santika (OJT)
4. Pada tanggal 23 bulan November 2021 penulis melaksanakan *interview* pertama dengan Bapak Rahpin via *zoom meeting*. Selama proses *interview* penulis mengawali dengan menyapa dan perkenalan diri, kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan-pertanyaan dari Bapak Rahpin seputar pengalaman kerja, berkuliah, tentang Hotel dan memberikan informasi serta gambaran pekerjaan dan lingkungan selama bekerja di Hotel Santika Premiere ICE BSD City.
5. Pada tanggal 25 bulan November 2021 penulis kembali dihubungi oleh Bapak Rahpin untuk dapat melanjutkan *interview* dengan *user* dari departemen *Sales & Marketing*.
6. Pada tanggal 26 bulan November 2021 penulis melaksanakan *interview* kedua oleh *user* dari Departemen *Sales & Marketing* yang bernama Mba Bella selaku *Assistent Director of Sales* melalui *zoom meeting*. Selama *interview* berlangsung Mba Bella memberikan informasi lebih mendetail terkait tugas-tugas yang akan dilakukan penulis pada posisi sales admin dan Mba Bella juga bertanya terkait kinerja penulis jika sedang melaksanakan tugas.
7. Pada tanggal 29 bulan November 2021 penulis dihubungi kembali oleh Bapak Rahpin menyatakan bahwa penulis diterima magang di Hotel Santika Premiere ICE BSD City dan menanyakan kapan penulis bisa memulai kegiatan magang, kemudian penulis memberikan informasi bahwa penulis bisa memulai magang di tanggal 16 Januari 2022.
8. Pada tanggal 17 bulan Januari 2022 penulis memulai hari pertama magang di Hotel Santika Premiere ICE BSD City bersama dengan OJT lainnya dari berbagai kampus dan sekolah. Penulis dibimbing langsung oleh Bapak Rahpin untuk *House Tour* memperkenalkan apa saja jasa dan produk serta mengunjungi seluruh departmen yang terdapat di Hotel Santika Premiere ICE BSD City. Setelah *House Tour* dengan Bapak Rahpin, penulis menuju *Sales*

*& Marketing Office* untuk mulai bekerja yang dibimbing langsung oleh Ci Glenyce selaku Sales Admin Hotel Santika Premiere ICE BSD City.