

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Terdapat banyak perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat terutama sektor industri bidang perhotelan dan pariwisata. Industri perhotelan merupakan industri yang memiliki peran penting dalam perkembangan pariwisata dan perekonomian tiap daerah, yang melibatkan berbagai aspek seperti akomodasi, makanan dan minuman, kebersihan, manajemen fasilitas, pemasaran, dan layanan pelanggan.

Menurut Hermawan (2018:41), hotel merupakan sebuah usaha industri atau jasa yang dikelola secara komersial. Dalam perhotelan, hotel sangat dibutuhkan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara sebagai tempat penginapan bagi mereka yang sedang melakukan perjalanan, yang dilengkapi dengan fasilitas seperti menyediakan kamar, makan, minum, dan transportasi.

Suwuthi (2008:47) mengatakan bahwa perkembangan hotel itu awal mulanya dikenal dengan kata "*Inn*" yang memiliki arti seseorang yang ingin mengontrakan sebagian rumahnya untuk orang lain yang memerlukan tempat menginap. Semakin berjalannya waktu, beberapa fasilitas yang dimiliki oleh *Inn* ini pun semakin bertambah seperti tempat pemandian, penyediaan makanan dan minuman bagi para tamu yang menginap untuk bermalam.

Perusahaan hotel ini bergerak dibidang jasa, sehingga perlu *image* yang baik supaya dianggap sebagai hotel yang memiliki kualitas yang bagus. Hal ini dikarenakan apabila hotel dapat memberikan pelayanan terbaik untuk para pelanggan, maka para tamu pasti akan memberikan *review* mengenai pengalaman mereka pernah menginap di hotel tersebut, sehingga nama hotel tersebut dapat disebarluaskan melalui *word of mouth* dari tamu hotel.

Industri perhotelan memegang peran penting dalam pariwisata, hal ini

membantu wisatawan yang membutuhkan akomodasi tempat tinggal (Ervina,2023). Faktor utama dari berkembangnya industri perhotelan ini adalah dengan *hospitality* yang baik dan kepuasan pelanggan. Sehingga hotel harus meningkatkan kualitas pelayanan supaya dapat mempertahankan kepuasan tamu.

Bisnis perhotelan dan pariwisata dapat semakin berkembang dikarenakan beberapa faktor seperti kunjungan dari wisatawan mancanegara maupun lokal yang datang dari berbagai negara, lalu rata-rata tamu menginap, jumlah kamar yang terjual, tingkat hunian kamar, dan perkembangan jumlah hotel tersebut. Tidak lupa dengan tempat wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan sebagai tempat yang harus dikunjungi.



Gambar 1.1: Data Pariwisata Desember 2019
Sumber: Website bps.go.id (2020)

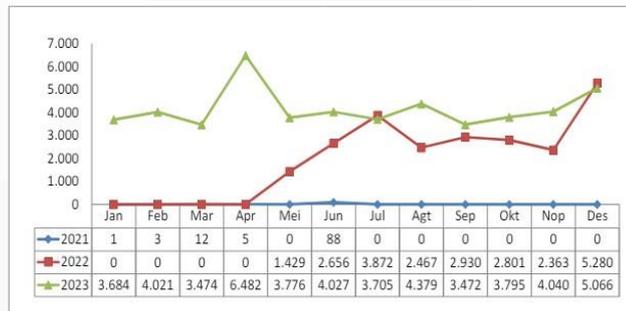
Dapat dilihat dari data di atas, kunjungan wisatawan ke Indonesia mencapai 16.11 juta atau naik 1.88% dibandingkan jumlah kunjungan wisatawan tahun lalu. Total jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia merupakan gabungan dari wisatawan yang menggunakan jalur transportasi darat, air, dan darat. Jumlah kunjungan wisatawan ini telah dirangkum oleh Badan Pusat Statistik sebelum Corona melanda.

Menurut Mimi Yuliani Nazir, selaku Kepala Dinas Kesehatan Riau, mengatakan bahwa kasus Corona pertama di Riau itu terjadi pada 2 Maret 2020. Setelah itu seluruh dunia terpaksa harus melakukan *lockdown* (Luhut, 2021) untuk mencegah penyebaran virus lebih lanjut. Masa *lockdown* berlaku cukup lama yang dimulai dari 15 Maret 2020 hingga masuk ke penerapan *new normal* pada Juni 2020, setelah itu diberlakukannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berlanjut hingga pertengahan tahun 2021.

Menurut artikel DJKN (Direktorat Jenderal Kekayaan Negara) yang dipublikasikan pada 12 April 2023, Selama masa pandemi ini, sebagian besar sektor industri pariwisata dan perhotelan mengalami penurunan pengunjung dan penurunan akomodasi yang cukup besar hingga sebesar tiga puluh delapan persen, Hal ini membuat perekonomian Indonesia di tahun 2020 mengalami penurunan drastis karena pergerakan yang kurang stabil bagi perkembangan pekonomian di Indonesia. Setelah melewati masa pandemi ini, perlahan-lahan sektor industrimulai kembali bekerja diikuti dengan protokol kesehatan yang berlaku. Dari sini, seluruh sektor industri, salah satunya pariwisata dan perhotelan mulai perlahan kembali untuk menjalankan rutinitas seperti biasa. Hingga pada akhirnya, sekarang secara perlahan perekonomian Indonesia sudah semakin membaik

Untuk mengembalikan target pendapatan perusahaan, dapat dilakukan dengan cara melakukan kegiatan promosi, salah satunya adalah promosi secara *online* melalui media sosial untuk perencanaan peningkatan akomodasi supaya dapat meningkat kembali. Tidak hanya itu, pihak hotel harus selalu memastikan bahwa kualitas pelayanan yang dikelola oleh hotel harus dapat memuaskan para tamu, supaya dapat meninggalkan kesan yang baik dalam hal kepuasan pelanggan (Ervina, 2023). Apabila pelayanan yang diberikan oleh hotel itu baik dan sesuai yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan membuat pelanggan melakukan pembelian kembali (Kotler & Keller, 2006). Dengan tindakan yang dilakukan oleh hotel untuk meningkatkan pendapatan setelah pandemi, maka kegiatan masyara-

kat pun mulai berjalan dengan normal pada awal tahun 2023 hingga saat ini.



Gambar 1.2: Statistik Kunjungan Wisatawan dari 2021-2023
Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Riau (2024)

Bedasarkan gambar di atas, pertumbuhan dan perkembangan dari kunjungan wisatawan domestik maupun asing di Pekanbaru telah berkembang pesat setiap tahunnya sejak masa pandemi. Pada 2023, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Riau, telah tercatat sebanyak 5.066 kunjungan dan mengalami kenaikan sebesar 25.40% (BPS Provinsi Riau, 2024) dari bulan sebelumnya.

Berbicara mengenai sektor perhotelan, terdapat divisi *Sales and Marketing* yang merupakan bagian yang penting dari tiap perusahaan hotel, sebagai departemen yang bertanggung jawab atas penjualan dan pemasaran perusahaan, sebuah proses membujuk calon klien untuk dapat membeli produk atau layanan jasa yang disediakan oleh perusahaan (Philip, 2009) dalam (Madhani, 2016). *Sales* berbeda dengan *Marketing*. *Sales* merupakan seseorang yang memiliki ilmu untuk mempengaruhi orang dalam mengajak calon klien membeli barang atau jasa yang ditawarkan (Effendy et al., 2021).

Sedangkan *marketing* (pemasaran) merupakan sebuah aktivitas dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menawarkan sesuatu yang bernilai satu sama lain dalam menyampaikan barang atau jasa perusahaan kepada konsumen, dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2008). Proses pemasaran dapat dilakukan dengan cara mem-

promosikan produk perusahaan, menggunakan iklan sebagai media promosi, serta bekerja sama dengan media ataupun influencer untuk membangun hubungan yang kuat agar dapat menarik minat pelanggan pada saat menggunakan produk dan jasa yang disediakan oleh pihak hotel (Armstrong, 2008).

Pada umumnya, *sales* bertanggung jawab untuk dapat menjalin hubungan yang baik dalam waktu jangka panjang dengan pelanggan baik dalam skala kecil maupun skala besar (Yeo et al., 2019). Sedangkan *marketing* bertanggung jawab untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan barang dan jasa perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan calon pelanggan (Rusdi, 2019). Berdasarkan teori diatas, dapat dikatakan bahwa *sales* menggunakan keterampilan mereka untuk menghubungi calon konsumen yang memenuhi syarat untuk memberikan penawaran menggunakan konten-konten yang telah disusun oleh tim *marketing* dengan tujuan untuk meningkatkan pembelian. Jadi secara sederhana sales and marketing dapat diartikan pihak yang bertanggung jawab dalam pemasaran dan promosi dengan teknik *marketing* yang dapat menghasilkan pendapatan. Dengan adanya peningkatan pembeli dari konsumen, maka dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Melihat penulis sebagai mahasiswa dengan jurusan Manajemen peminatan *Marketing*, terdapat potensi yang dapat dikembangkan dalam bidang ini, sehingga penulis memutuskan untuk melaksanakan kegiatan magang di Novotel Pekanbaru, yang dimana Novotel ini sendiri termasuk ke dalam industri perhotelan dibidang jasa akomodasi. Hal ini dikarenakan, Novotel Pekanbaru merupakan hotel yang terkenal dengan pelayanan hotel bintang empat berskala internasional, memiliki kredibilitas perusahaan yang kuat, sejarah perkembangan perusahaan yang terus meningkat dan fasilitas yang memadai, serta *hospitality* yang baik.

Dengan ini, penulis yakin bahwa dengan terlaksananya kegiatan magang di Novotel Pekanbaru dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman yang terbaik kepada penulis yang memulai karir magangnya, serta dengan adanya fasilitas yang

tersedia dan mendapat ilmu yang berkualitas yang nantinya akan sangat berguna membantu di dunia profesional ke depannya. Penulis yakin bahwa dengan memulai magang di Novotel Pekanbaru dapat menjadi langkah awal yang baik sebagai bentuk contoh dalam bekerja di dunia profesional.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Dengan melakukan kegiatan magang ini, penulis mendapatkan pengalaman nyata kerja magang di perusahaan sebagai bentuk gambaran kerja profesional di masa yang akan datang, juga sebagai salah satu syarat kelulusan kampus untuk wajib melakukan magang minimal sekali selama berkuliah. Ada juga maksud dari kegiatan magang yang telah dilakukan, yaitu:

- Magang di Novotel Pekanbaru dapat membantu penulis dalam mempelajari dan memahami tugas *Sales* dan *Marketing* dengan program studi Manajemen *Marketing*.
- Dapat membantu penulis dalam mengembangkan keterampilan komunikasi, keterampilan dalam mengatur waktu, keterampilan organisasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja.
- Mendapatkan pemahaman dan informasi yang lebih baik mengenai industri perhotelan secara keseluruhan, mulai dari tantangan, peluang, hal yang baik dan buruk di bidang tersebut.
- Mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan diri, seperti belajar lebih mandiri, dapat mengatasi tantangan yang ada, dan terus mengembangkan sikap profesional saat sedang berada di lingkungan kerja.

1.2.2 Tujuan Kegiatan Magang

Tujuan dilaksanakannya kegiatan magang ini adalah:

- Mengetahui tata cara yang baik dan sopan dalam melayani tamu hotel.
- Mengetahui tata cara membuat *Press Release*.
- Mengetahui tata cara membuat MoU.

- Mengetahui tata cara membuat *Monthly Report Marketing Communication*.
- Mengetahui tata cara *Photo/Videotaking* untuk *Upcoming Promotion Hotel*.
- Mengetahui tata cara membuat *Quotation Letter (QL)*.
- Mengetahui tata cara membuat *Confirmation Letter (CL)*.
- Mengetahui tata cara membuat *Banquet Event Order (BEO)*.
- Mengetahui tata cara membuat *Loading Permit*.
- Mengetahui tata cara membuat *Sales Kit*.
- Mengetahui tata cara membuat *Company Profile*.
- Mengetahui proses pelaksanaan *Sales Trip*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas magang di Novotel Pekanbaru (PT Putra Mahkota Raya) sebagai *Sales and Marketing Distribution Trainee* dimulai sejak tanggal 29 Januari 2024 hingga 15 May 2024 sesuai dengan kontrak yang telah ditandatangani. Sesuai dengan ketentuan MBKM program magang dengan durasi 640 jam. Lokasi pelaksanaan kerja magang dilaksanakan di *office* Novotel Pekanbaru Jalan Riau No. 59, Kampung Baru, Kecamatan Senapelan, kota Pekanbaru, Riau 28154.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Pemberitahuan informasi mengenai program magang untuk mahasiswa yang memilih program magang MBKM *Track 1* yang dibahas melalui *Zoom Meeting* bersama dengan bapak/ibu dosen yang bersangkutan.
2. Mengisi Pra-KRS dan KRS *internship* dengan memilih program Magang Merdeka *Track 1* untuk Semester 6 di My UMN, dengan ketentuan seperti harus minimal melewati 90 SKS dari semester 1-5 dengan tidak terdapat nilai D dan E.
3. Mengajukan permohonan terkait dengan nilai transkrip dari semester 1 hingga semester 5 melalui Gapura UMN untuk didaftar di *website* halaman

Kampus Merdeka.

4. Proses pengajuan magang dimulai dengan mendaftarkan diri pada Novotel Pekanbaru setelah melihat ada lowongan untuk magang. Setelah memberi data diri, dan CV, lanjut kepada tahap interview dengan membawa portofolio yang dilakukan oleh staff HRD Novotel.
5. Menerima kabar bahwa telah lolos seleksi dan diterima magang di Novotel Pekanbaru, lalu pemberitahuan informasi seputar tata kerja di perusahaan.
6. Dengan posisi sebagai *Sales & Marketing trainee* pada departemen *Sales & Marketing Distribution*. Segala kebutuhan mengenai informasi dan hal penugasan *trainee* di perusahaan didampingi langsung oleh *Marketing Communication Executive* pada divisi *Marketing Communication*, Rila Gustari sebagai pembimbing lapangan.
7. Pengisian *daily task* pada merdeka.umn dilakukan langsung pada saat proses praktik magang.
8. Pembuatan laporan praktik magang dibimbing langsung oleh Ibu Dr. Amanda Setiorini, S.Psi., M.M., CIQaR selaku dosen pembimbing melalui *Zoom Meeting*.