

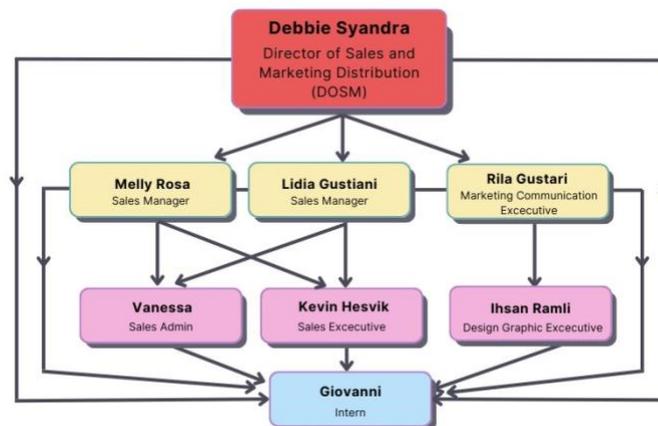
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Divisi *Sales* dan *Marketing* yang dikepalai oleh seorang direktur *Sales and Marketing Distribution* (DOSM), yaitu Ibu Debbie Syandra. Turunan tangan beliau ada pada tiap divisi SMD, yakni *Sales Manager* yaitu Melly Rosa dan Lidia Gustiani, lalu *Marketing Communication Executive* yaitu Rila Gustari, dan *Revenue Manager* yaitu Theresia Andriani.

Dalam tim *Sales and Marketing Distribution* (SMD), penulis masuk ke dalam tim *sales* dan *Marketing* yang terdiri dari tujuh orang. Diawali dengan *Director of Sales and Marketing*, yaitu Ibu Debbie Syandra, dilanjutkan kepada *Sales Manager* yaitu Melly Rosa dan Lidia Gustiani. Lalu masih dari bagian *Sales*, terdapat *Sales Executive* yaitu Kevin Hesvik, dan *Sales Admin* yaitu Vanessa. Lalu ke bagian *Marketing*, ada *Marketing Communication (Marcom) Executive*, yaitu Rila Gustari yang juga merupakan *supervisor* sekaligus pembimbing lapangan magang si penulis selama kegiatan magang ini. Dilanjutkan dengan *Graphic Design*, yaitu Ihsan Ramli.



Gambar 3.1: Struktur Organisasi dan Alur Kerja Magang di tim SMD
Sumber: Olahan Penulis (2024)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama masa magang berlangsung, penulis ditugaskan untuk membantu tim *sales* dan *marketing* baik dalam bidang administrasi maupun pengolahan data. Membantu memproduksi pemasaran serta mengasistensi pekerjaan tim *sales* dan *marketing communication*.

3.2.1. Tugas Kerja Magang

Berikut tugas-tugas mengenai beberapa pekerjaan yang telah dilakukan oleh penulis selama masa magang.

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Ket	Tujuan	Output
1.	Showings tamu mengenai Novotel Pekanbaru	Melly Rosa, Lidia Gustiani, dan Kevin Hesvik	Tentatif	Untuk memperlihatkan seluruh fasilitas yang tersedia dalam hotel kepada calon klien	Keputusan pembelian klien
2.	Membuat <i>press release</i> yang akan dipublikasikan kepada media kerja sama dengan Novotel Pekanbaru.	Rila Gustari	Bulanan	Untuk memperkenalkan promo atau <i>event</i> terbaru yang diselenggarakan oleh pihak hotel	Website media yang memiliki kerja sama dengan hotel
3.	Membuat <i>company profile</i> untuk keperluan data administrasi <i>sales</i>	Melly Rosa, Lidia Gustiani, dan Kevin Hesvik	Harian	Untuk memasukkan data administrasi perusahaan sebagai data tamu ke dalam sistem hotel	Data tamu hotel yang terdaftar ke dalam sistem <i>Opera Cloud</i>
4.	Melakukan <i>photo and videotaking</i> untuk keperluan promosi hotel	Rila Gustari	Tentatif	Untuk keperluan <i>upcoming</i> promotion hotel yang akan dipublikasikan oleh pihak <i>marketing communication</i>	<i>Poster untuk upcoming promotion</i> hotel

	Pembuatan sales kit yang akan diberikan kepada calon klien.	Melly Rosa dan Kevin Hesvik	Tentatif	Untuk keperluan <i>sales</i> sebagai bentuk surat penawaran yang akan diberikan kepada calon klien	Map Novotel Pekanbaru yang berisikan <i>quotation letter</i> , brosur dan factsheets hotel, dan kartu nama <i>sales</i> yang bersangkutan
6.	Mengerjakan pembuatan <i>Confirmation Letter</i> (CL), <i>Quotation Letter</i> (QL), dan <i>Banquet Event Order</i> (BEO)	Melly Rosa, Lidia Gustiani, dan Kevin Hesvik	Harian	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Confirmation letter</i> Untuk mengkonfirmasi hasil keputusan akhir klien dalam melakukan pemesanan pada hotel - <i>Quotation letter</i> Dokumen yang dijadikan sebagai surat penawaran untuk diberi kepada calon klien - <i>Banquet event order</i> Dokumen internal hotel yang menjelaskan acara setiap klien yang mendatang 	<i>confirmation letter</i> (segala informasi mengenai detail pemesanan yang sudah lengkap sesuai permintaan klien), <i>quotation letter</i> (berisi surat penawaran harga sesuai dengan <i>sales</i> yang bersangkutan) dan <i>banquet event order</i> (mengenai detail susunanacara sesuai dengan permintaan klien)

7.	Pembuatan <i>loading permit</i> untuk kebutuhan calon klien dalam proses pemindahan barang	Melly Rosa, Lidia Gustiani, dan Kevin Hesvik	Harian	Sebagai surat izin dari persetujuan pihak hotel dan vendor yang bersangkutan untuk memindahkan barang dalam jumlah besar	<i>Loading or unloading permit form</i>
8.	Membuat <i>monthly report marketing communication</i>	Rila Gustari	Bulanan	Untuk membantu pihak <i>sales</i> dalam mengkonfirmasi pesanan klien	File presentasi

Tabel 3.2: List Beberapa Tugas Selama Masa Magang
Sumber: Informasi Perusahaan dan Pemahaman Penulis (2024)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama masa magang, penulis tidak hanya berfokus pada satu divisi, melainkan menjalankan seluruh tugas yang diberikan oleh atasan baik dari divisi *Sales* maupun *Marketing Communication*, sehingga dapat dikatakan bahwa penulis menerima tugas yang bervariasi dan mendapatkan pengetahuan serta pengalaman baru yang lebih banyak mengenai *job desc* yang berkaitan. Berikut merupakan uraian lebih lengkap mengenai tugas-tugas yang telah dikerjakan.

3.2.2.1. Pelayanan Tamu

Pada kegiatan ini, layanan yang berfokus pada upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan serta ketepatan dalam menyampaikan informasi yang sesuai untuk memuaskan hati pelanggan (Tjiptono, 2017). Terdapat enam kriteria kualitas pelayanan yang baik, yaitu profesional dan memiliki skill, sikap dan *attitude* yang sopan, fleksibel, kepercayaan, penyelesaian masalah, reputasi dan kredibilitas (Tjiptono, 2019). Lalu menurut Setiawan dalam jurnal (Harfika &

Abdullah, 2017), mengatakan bahwa pelayanan tamu merupakan hal yang wajib dimiliki oleh perusahaan yang menyediakan jasa, dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat menilai tingkat efektivitas yang dicapai.

Dalam melayani tamu hotel, terdapat beberapa faktor penilaian yang dapat mencerminkan persepsi konsumen, yaitu ada daya tarik fasilitas, fasilitas yang tersedia di hotel apa saja beserta kegunaannya. Kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai fasilitas perusahaan, serta merespon apa yang dipertanyakan oleh klien. Kemampuan untuk merespon dengan tutur kata yang baik dan sopan kepada klien, memproses permintaan klien serta memberi tahu informasi mengenai permintaan klien. Lalu perusahaan yang dapat memahami kendala yang dialami oleh klien, dapat bertindak untuk mengatasi kendala tersebut untuk kepentingan mereka.

Dalam aktivitas melayani tamu, penulis yang merupakan bagian dari tim *Sales and Marketing Distribution* (SMD) terkadang akan melakukan *showing* kepada tamu hotel, guna untuk memperlihatkan fasilitas-fasilitas yang terdapat di Novotel Pekanbaru. Tidak lupa untuk memberikan penawaran atau biasa disebut dengan *Quotation Letter* (QL) sesuai dengan *rate* dari harga perusahaan. Penulis akan mulai dari mendatangi tamu, kemudian akan penulis bawa tamu tersebut menuju ke beberapa fasilitas yang tersedia seperti *showing meeting room, ballroom*, restoran, tipe kamar, dan fasilitas lainnya.

Apabila ada permintaan dari calon klien untuk bertanya seputar informasi yang diberikan, akan penulis sampaikan mengenai informasi yang diinginkan. Lalu calon klien akan mempertimbangkan apakah calon klien memutuskan untuk memesan di Novotel Pekanbaru atau tidak setelah melihat fasilitas hotel dan berdiskusi dengan pihak beliau. Tidak lupa penulis meminta nomor kontak beserta nama dan perusahaan dari calon klien tersebut. Lalu penulis akan menyerahkan kontak calon klien tersebut kepada atasan untuk penghubungan lebih lanjut.

Dari aktivitas ini, tugas penulis adalah untuk memperlihatkan fasilitas apa saja yang tersedia di Novotel Pekanbaru kepada calon klien atau biasa sering disebut sebagai *showing*. Sehingga untuk melakukan kegiatan *showing* ini, penulis harus mengetahui segala informasi mengenai fasilitas yang ada di hotel, beserta detail-detail yang mungkin akan ditanyakan oleh calon klien dan untuk mengantisipasi hal tersebut, penulis sudah menghafal dan mengingat seluruh informasi yang diperlukan.

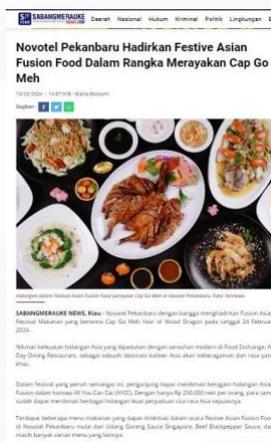
3.2.2.2. Press Release

Dalam proses pembuatan *press release*, perlu informasi yang ingin disampaikan kepada publik mengenai hal yang berkaitan dengan perusahaan, baik itu promosi maupun berita penting perusahaan. Menurut M. Fikri, dkk (2021), *press release* merupakan informasi yang disusun oleh perusahaan, dengan tujuan menyampaikan informasi kepada publik melalui media, baik *offline* maupun *online*. Sederhananya, *press release* atau biasa disebut siaran pers merupakan pemberitaan mengenai informasi yang ingin disampaikan melalui media massa. Isi *press release* biasanya berfokus pada keuntungan, informasi penting, atau pencapaian perusahaan, sehingga informasi yang menarik ini mampu menarik perhatian masyarakat setempat terhadap perusahaan tersebut.

Penulis pernah mempelajari bagaimana proses pembuatan *press release*, karena sebelumnya telah diajarkan dalam mata kuliah *Integrated Marketing Communication* (IMC) pada semester lima lalu. Beberapa poin penting yang harus diketahui sebelum membuat *press release* dengan benar. Yaitu *press release* dibuat harus dengan tujuan yang jelas dan terukur, dengan tujuan yang dapat meningkatkan *brand awareness* sebuah perusahaan, meluncurkan produk baru, dan meningkatkan citra perusahaan. (Kotler & Keller, 2012). Judul *press release* harus menarik dan informatif supaya dapat membuat pembaca tertarik untuk membaca lebih lanjut (Arndt, 2008).

Dalam aktivitas ini, penulis ditugaskan oleh *marketing communication executive* untuk membuat *press release* mengenai acara Cap Go Meh. Dengan

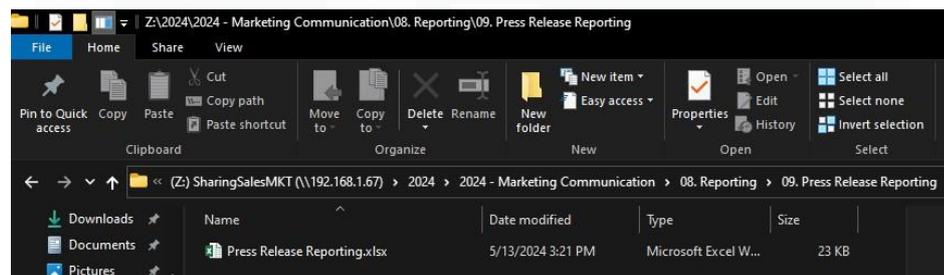
menggunakan referensi *press release* bulan sebelumnya, dilengkapi dengan informasi yang telah diberikan untuk melengkapi berita yang akan datang. Mulai dari mengenai acara yang akan dipromosikan, tempat dan tanggal acara, informasi mengenai harga promosi, promo spesial yang disediakan oleh Novotel Pekanbaru, kontak yang dapat dihubungi, dan berita selengkapnya. Setelah selesai membuat *press release*, hasil tersebut akan penulis serahkan kepada *marketing communication (marcom) executive* untuk ditinjau apakah perlu direvisi lebih lanjut. Setelah proses revisi dan *feedback* yang telah dilakukan, apabila *marcom executive* sudah setuju dengan *press release* buatan penulis, maka penulis akan memasukkan foto promosi yang sesuai dengan *press release* yang akan dipublikasikan. Kemudian file tersebut akan penulis kirim kepada *marcom executive* untuk tahap selanjutnya. *Marketing communication executive* akan mengirim hasil *press release* yang telah dibuat oleh penulis kepada media yang telah bekerja sama dengan Novotel Pekanbaru untuk dipublikasikan.



Gambar 3.2: *Press Release* Cap Go Meh Novotel Pekanbaru
Sumber: Website cakaplah.com

Dari gambar di atas, salah satu contoh *press release* yang penulis buat mengenai *Festive Asian Fusion Food* dalam rangka acara Cap Go Meh. Isi dari *press release* tersebut berisi mengenai keterangan informasi mengenai acara yang akan datang, dengan promo spesial yang diadakan Novotel Pekanbaru kepada pengunjung,

beserta kata ajakan untuk mengajak pembaca datang menikmati acara yang akan datang, kontak informasi lebih lanjut bagi masyarakat yang ingin mereservasi acara tersebut. Sebelumnya Novotel Pekanbaru telah bekerja sama dengan salah satu media massa yang ada di Pekanbaru yaitu Sabang Merauke News. Pihak Sabang Merauke akan merilis *press release* yang telah dibuat sebelumnya untuk membantu mempromosikan penawaran event yang akan mendatang dari Novotel Pekanbaru.



Gambar 3.3: Folder *Report Press Release*
Sumber: File Komputer Perusahaan (2024)

Apabila *press release* sudah dipublikasikan, maka media akan mengirimkan link yang berisikan berita mengenai *press release* tersebut, lalu *link* akan penulis masukkan ke dalam report *press release* dalam bentuk *excel*. Kemudian di dalam *report* tersebut, penulis akan memasukkan data *press release* tadi sesuai dengan tanggal publikasi, keterangan mengenai promosi apa yang dipublikasikan beserta dengan *link* media yang telah dikirim tadi.

3.2.2.3. *Company Profile*

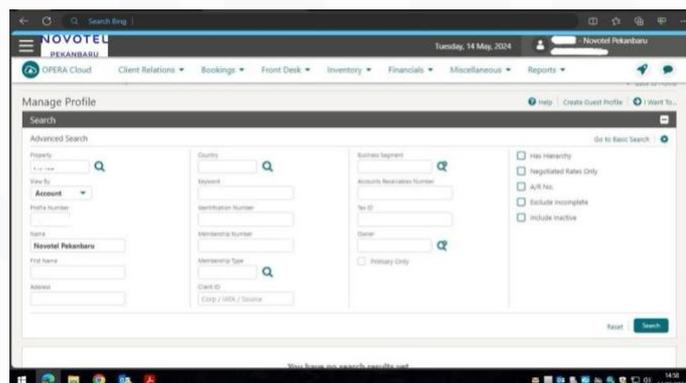
Dalam aktivitas ini, penulis ditugaskan untuk membuat *company profile* perusahaan yang berhasil membuat pesanan pada Novotel Pekanbaru. *Company profile* dapat dikatakan sebagai identitas dari suatu perusahaan yang memiliki fungsi untuk menginformasikan calon pelanggan mengenai perusahaan (Binanto, 2019). Dalam proses membuat *company profile* sesuai dengan ketentuan perusahaan, Novotel Pekanbaru menggunakan *software property management system* yang bernama *Opera Cloud*. Sistem ini digunakan oleh seluruh tim *Sales* untuk kebutuhan data-data klien, sehingga untuk dapat menggunakan system ini,

diperlukan data pribadi sales seperti email dan jabatan yang telah terdaftar ke dalam sistem supaya dapat *login* menggunakan akun yang sudah terdaftar. Hal ini dilakukan guna untuk mencegah terjadinya peretasan, sehingga dengan system dengan keamanan yang ketat, dapat menjaga data perusahaan yang bersifat rahasiadengan baik.

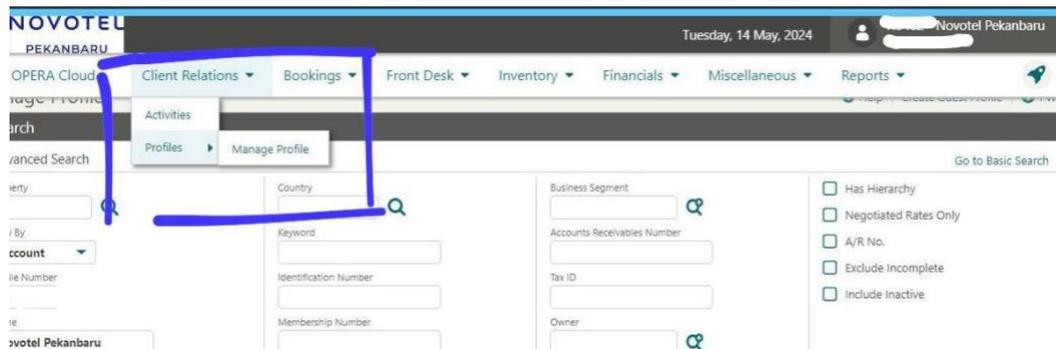


Gambar 3.4: Halaman *Login Sistem Opera Cloud*
Sumber: Opera Cloud Perusahaan (2024)

Langkah pertama membuat *company profile*, dimulai dari memasuki aplikasi *Opera Cloud*. Pada halaman pertama, akan muncul tampilan seperti gambar di layar, sesuai akun yang terdaftar, pihak terkait akan *login* terlebih dahulu untuk masuk ke sistem tersebut, menggunakan *microsoft authenticator app* yang diunduh oleh setiap pihak yang memiliki akun yang terdaftar pada sistem. Kemudian setelah melakukan dua kali verifikasi, tampilan akan beralih ke dalam halaman utama dari sistem tersebut.



Gambar 3.5: Tampilan Layar Utama Sistem *Opera Cloud*
Sumber: Informasi perusahaan (2024)



Gambar 6: Proses Pembuatan *Company Profile*
Sumber: Informasi Perusahaan (2024)

Penulis akan mulai membuka lapak untuk membuat *company profile* dengan cara membuka “*Client Relations*”, lalu pilih *profile* dan klik “*manage profile*”. Lalu penulis akan mulai mengisi data perusahaan yang ingin dimasukkan ke data administrasi, sebelum itu, akan ada *box chart* seperti pada gambar yang bertuliskan *language* yang artinya bahasa, penulis akan mengetik tulisan (E) yang berarti *English*, untuk menandakan bahasa yang selalu digunakan adalah bahasa Inggris. Lalu dilanjutkan dengan mengisi data lengkap perusahaan, mulai dari nama lengkap perusahaan, lokasi perusahaan secara lengkap termasuk kode pos perusahaan, dan kontak perusahaan. Lalu penulis akan memeriksa ulang untuk menghindari terjadinya kesalahan *input*. Selanjutnya penulis akan menyimpan data tersebut ke dalam sistem dengan cara menyimpan *company profile*. *Company profile* sudah tersimpan ke dalam sistem dari *Opera Cloud* dan siap digunakan untuk keperluan administrasi *sales* lebih lanjut.

Kegunaan dalam membuat *company profile* perusahaan adalah untuk merekap data sebagai histori bahwa klien perusahaan telah melakukan pembelian sebelumnya pada Novotel Pekanbaru, apabila klien perusahaan sudah sering mengadakan *event* atau menginap di Novotel Pekanbaru, maka nantinya perusahaan tersebut akan mendapat harga spesial dari Novotel Pekanbaru sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

3.2.2.4. Photo/Videotaking



Gambar 3.7: Hasil *Photo/videotaking*
Sumber: Folder Dokumentasi Hotel (2024)



Gambar 3.8: Foto Bersama Novotel Pekanbaru dan Poldasumber: Kamera Penulis (2024)

Dalam aktivitas ini, sesuai dengan gambar di atas. Terdapat beberapa hasil *phototaking* yang penulis ambil dalam rangka acara Novotel Pekanbaru berbagi takjil kepada masyarakat setempat pada 26 Maret 2024. Lalu *Marketing Communication Executive* telah memilah beberapa hasil jepretan penulis yang terbaik, kemudian dipublikasikan pada akun media sosial *Instagram* Novotel Pekanbaru. Hasil jepretan tadi akan diedit terlebih dahulu oleh tim desain grafis untuk menyamakan *tone* warna pada tiap foto, sehingga pada saat dipublikasikan semua dapat terlihat rapi dan tertata.



Gambar 3.9: Foto Untuk Promosi Kamar Hotel
Sumber: Informasi Perusahaan (2024)

Dalam kegiatan ini, penulis berkesempatan menjadi model langsung untuk *upcoming room promotion* hotel, sehingga pengambilan foto dilakukan pada salah satu kamar Novotel. Dengan bantuan *photographer* dari tim desain grafis, penulis bersama dengan rekan karyawan yang lain bersama-sama berpose yang sesuai dengan tema untuk menarik perhatian pembaca sebagai bentuk ajakan untuk tamu coba dapatkan pengalaman menginap di Novotel Pekanbaru. Penulis juga sempat mengambil foto pada saat proses pengambilan foto untuk kebutuhan promosi kamar.



Gambar 3.10: Proses Pengambilan Foto Untuk Kebutuhan Promosi Kamar
Sumber: Kamera Penulis (2024)

3.2.2.5. Sales Kit



Gambar 3.11: Proses Pembuatan Sales Kit
Sumber: Hasil Jepletan Penulis (2024)

Dalam aktivitas ini, penulis diberikan tugas untuk membuat *sales kit*, yang nantinya akan diberikan kepada tamu hotel oleh *sales* yang terkait. Menurut Wyn Nathan selaku *Managing Director* dari (*The Sales Expert*, 2018) mengatakan bahwa isi dari *sales kit* itu penuh dengan materi penjualan, surat penawaran, brosur, lembar data produk/jasa, testimoni dari tamu, serta *souvenir* kecil dari perusahaan. Dengan tujuan agar dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh calon klien untuk memutuskan pembelian.

Dalam pemasaran, terdapat strategi pemasaran yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi konsumen supaya dapat membeli produk/jasa perusahaan. Bauran pemasaran yang biasanya disebut sebagai alat pemasaran perusahaan yang terdiri dari 4P *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi). Sedangkan pemasaran jasa dapat ditambah dengan *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), *process* (proses) maka akan menjadi 7P (Kotler & Armstrong, 2012).

Perusahaan menerapkan strategi 7P dengan cara membuat *sales kit* yang akan diberikan kepada calon tamu supaya dapat memenuhi kebutuhan konsumen melalui informasi mengenai produk yang tersedia tempat, fasilitas, harga, promosi mengenai Novotel Pekanbaru. Dikarenakan strategi 7P merupakan sebuah konsep penting dalam *marketing* yang dapat membantu Novotel Pekanbaru dalam mencapai tujuan dan target perusahaan, sehingga *sales kit* yang diberikan kepada tamu dapat membantu meng-*influence* calon tamu untuk melakukan pembelian atau reservasi.

Kaitan antara *sales kit* Novotel Pekanbaru dengan strategi pemasaran 7P adalah sebagai berikut:

1. *Product* (produk)

Sales kit Novotel Pekanbaru memiliki informasi lengkap mengenai fasilitas yang tersedia di hotel, kamar, layanan yang ditawarkan dalam bentuk gambar dan penjelasan detail.

2. *Price* (Harga)

Sales kit Novotel Pekanbaru menunjukkan harga yang menarik bagi target pasar dengan berbagai pilihan harga untuk memenuhi kebutuhan tamu sesuai dengan *budget* masing-masing tamu, tidak lupa dengan menambahkan penjelasan mengenai kebijakan sesuai dengan aturan yang berlaku.

3. *Place* (tempat)

Sales kit Novotel Pekanbaru menjelaskan letak tempat hotel melalui gambar seperti di peta, informasi lanjut mengenai hotel, dan memasukkan informasi kontak pihak hotel untuk dihubungi, seperti nomor telpon, *email*, dan *website*.

4. *Promotion* (promosi)

Isi *sales kit* Novotel Pekanbaru terdiri dari brosur, *flyer* yang berisikan paket promosi yang ditawarkan mengenai penggunaan fasilitas seperti *membership*, brosur mengenai paket acara seperti *wedding package*, *All You Can Eat*, dan lainnya. Tidak lupa juga brosur mengenai penawaran promo kamar dan diskon untuk menarik calon tamu.

5. *People* (orang)

Isi *sales kit* Novotel Pekanbaru juga menyertakan informasi mengenai *hospitality* yang baik sesuai dengan standar hotel internasional, sehingga dipastikan staf hotel bersikap profesional, ramah, dan siap membantu tamu, menyertakan penjelasan mengenai hotel memiliki kredibilitas yang baik sehingga disebut sebagai hotel bintang 4.

6. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Sales kit Novotel Pekanbaru dibuat dengan menggunakan brosur dan *paper* dengan kualitas yang bagus sehingga tidak mudah rusak dan robek, juga menggunakan desain yang menarik seperti meletakkan gambar fasilitas beserta dengan tulisan informasi yang mudah dibaca dan dapat menarik perhatian calon tamu.

7. *Process* (proses)

Isi *sales kit* Novotel Pekanbaru menjelaskan mengenai kebijakan hotel seperti penggunaan fasilitas, *check-in*, dan *check-out*. Berisi informasi mengenai tawaran pelayanan tambahan seperti penitipan bagasi, dan antar jemput bandara.

Bedasarkan strategi 7P, strategi yang paling berperan besar dalam pembuatan *sales kit* adalah *promotion* (promosi). Menurut Tjiptono, promosi

merupakan komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau meningkatkan target perusahaan supaya konsumen dapat membeli dan menerima produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga dengan adanya kegiatan promosi melalui *sales kit* mengenai informasi seluruh fasilitas, harga (*price*), dan produk (*product*) hotel, maka kemungkinan besar bagi calon tamu untuk tertarik dalam melakukan pembelian dan menerima jasa yang ditawarkan Novotel Pekanbaru.

Terkadang, banyak tamu yang berasal dari luar daerah Pekanbaru ingin mengetahui *rate* harga Novotel Pekanbaru, sehingga *sales* menugaskan penulis untuk membuat *sales kit* seperti gambar diatas, yang dilengkapi juga dengan *Quotation Letter* untuk calon klien. *Sales kit* ini juga sering digunakan apabila *sales manager* atau *sales executive* melakukan *sales trip* dengan tujuan untuk memberikan penawaran Novotel Pekanbaru ke beberapa perusahaan di luar daerah.



Gambar 3.12: Isi Sales Kit Novotel Pekanbaru
Sumber: Hasil Jepletan Penulis (2024)

Cara penulis untuk menyusun *sales kit* adalah dengan mempersiapkan map Novotel, lalu menyiapkan brosur mengenai pengenalan Novotel Pekanbaru beserta dengan informasi ruangan, brosur mengenai promosi member *Accorplus*, *quotation letter*, dan kartu nama *sales* yang bersangkutan. Kemudian penulis akan menyusun seluruh brosur dan dimas-

ukkan ke dalam map Novotel tersebut, biasanya penulis akan ditugaskan untuk membuat dalam jumlah banyak apabila *sales* yang bertugas akan menjalankan *sales trip*.

3.2.2.6. Membuat *Quotation Letter*, *Confirmation Letter*, *Banquet Event Order*

3.2.2.6.1. *Quotation Letter* (QL)

Quotation Letter merupakan surat penawaran yang pihak hotel serahkan kepada calon klien yang berpotensi untuk meminta harga penawaran untuk suatu layanan atau paket acara (Michael Brennan, 2018) dalam bukunya "*Housekeeping: A Complete Guide*". Menurut Bohdan Pizun (2013) dalam "*Event Staffing: A Comprehensive Guide*" mengatakan bahwa isi dari surat penawaran atau *quotation letter* harus berisikan sebagai berikut:

- Informasi mengenai nama hotel.
- Informasi mengenai nama kontak klien
- Estimasi jumlah kapasitas
- Penjabaran mengenai layanan yang ditawarkan (venue yang tersedia, jumlah konsumsi, jenis kamar, paket *meeting*, dan layanan lainnya)
- Perkiraan biaya untuk setiap layanan
- Syarat dan ketentuan yang berlaku untuk pembayaran (kebijakan pembayaran)
- Informasi mengenai kontak pihak hotel yang bertanggung jawab.

Quotation Letter yang dibuat ini berkaitan dengan strategi pemasaran jasa 7P yaitu *price* (harga). Menurut Tjiptono (2016), harga merupakan unsur pemasaran yang dapat memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. sehingga dengan adanya penawaran harga bagi para calon tamu, dapat membuat para tamu tertarik untuk mencoba produk/jasa yang ditawarkan.

Dalam kegiatan ini, penulis diajarkan tata cara membuat *quotation letter* yang sesuai dengan permintaan masing-masing *sales*. Pada tahap awal, penulis akan dikirimkan data mengenai calon klien sesuai dengan *sales* yang bersangkutan, beliau akan meminta penulis untuk mengeluarkan QL kepada calon klien tersebut. Setelah mengisi data calon klien, maka QL akan dikeluarkan dan diserahkan kepada *sales incharge* untuk diberikan kepada calon klien.

3.2.2.6.2. Confirmation Letter (CL)

Confirmation Letter atau surat konfirmasi menurut Charles Ingold (2021) dalam “*Event Management: From Concept To Reality*” merupakan surat resmi yang dikirimkan oleh pihak hotel kepada klien setelah kedua belah pihak mencapai kesepakatan berdasarkan *quotation letter*. Terdapat isi penulisan *confirmation letter* yang berisi:

- Informasi mengenai nama hotel
- Informasi mengenai nama kontak klien
- Tempat dan tanggal acara
- Estimasi jumlah kapasitas
- Konfirmasi detail sesuai kesepakatan (waktu, jumlah peserta, layanan, ruangan yang digunakan)
- Harga akhir yang telah disepakati
- Total biaya secara keseluruhan
- Metode dan kebijakan pembayaran
- Kebijakan pembatalan pemesanan
- Informasi mengenai kontak pihak hotel yang bertanggung jawab.

Pada kegiatan ini, penulis akan ditugaskan untuk membuat CL sesuai dengan data klien yang ingin melakukan pembelian. Pihak *sales* akan memberi penulis data tamu terkait mengenai nomor kontak, nama *event* atau perusahaan, jumlah kapasitas, bentuk susunan, ruangan yang dipilih, tanggal dan waktu acara berlangsung, dan harga akhir yang telah disetujui.

Dari sini, penulis akan mulai mengisi seluruh data terkait ke dalam *confirmation letter*, lalu untuk menghitung total biaya akhir dari hasil final yang telah ditetapkan. Tidak lupa dengan membuat tanggal yang sama sesuai dengan penulis membuat CL pada hari tersebut. Setelah penulis selesai membuat CL, akan penulis kirim draft CL kepada *sales incharge* untuk diperiksa kembali. Setelah semua sudah benar, maka hasil *confirmation letter* akan dibuat menjadi PDF, hasil tersebut akan dikirimkan kepada klien untuk diminta tandatangan sebagai bukti konfirmasi.

3.2.2.6.3. Banquet Event Order (BEO)

Banquet Event Order atau biasa disingkat sebagai BEO merupakan dokumen internal hotel yang menjelaskan segala informasi mengenai acara yang akan dilaksanakan sebagai bahan untuk menyiapkan acarayang akan mendatang dan nantinya disebarkan kepada seluruh departemen hotel. BEO harus dikeluarkan minimal satu hari sebelumacara tersebut dilaksanakan. Untuk menentukan acara yang nantinya akan dikeluarkan pada BEO, staff *sales, banquet* dan *kitchen* dari Novotel Pekanbaru memiliki aplikasi pada *handphone* masing- masing yaitu *Time Tree*.

Aplikasi berbasis *online* yang membantu para staff untuk mendata data-data *event* yang sedang berlangsung maupun event yang akan mendatang. Sehingga BEO (*Banquet Event Order*) tidak boleh secara mendadak dikeluarkan apalagi pada hari-H, karena akan membuat karena akan membuat pihak *banquet* dan *kitchen* kesulitan dalam mempersiapkan layanan secara mendadak. Lalu apabila BEO sudah dikeluarkan berhari-hari yang lalu, apabila terdapat perubahan seperti penambahan jumlah kapasitas sesuai permintaan tamu, maka *sales* yang bertanggung jawab akan mengeluarkan surat perubahan atau biasa disebut sebagai *amendment*.

Pada saat penulis membuat BEO, perlu konfirmasi mengenai informasi klien melalui CL yang telah ditandatangani oleh pihak klien dan *sales* yang bersangkutan. Penulis akan diarahkan untuk membuat BEO sesuai dengan ketentuan dari CL tersebut, beserta pesanan yang diinginkan oleh klien berupa tatakan meja, peralatan yang dibutuhkan, ruangan yang diinginkan, serta makanan yang telah dipilih. Dalam pengerjaan penulis dalam membuat BEO, apabila penulis merasa ragu mengenai informasinya, penulis akan bertanya dan meminta bantuan kepada *sales*. Pembuatan BEO dibuat menggunakan akun *sales* yang bersangkutan pada aplikasi *Opera Cloud*. Setelah penulis berhasil menyelesaikan BEO, *sales incharge* akan memeriksa terlebih dahulu penulisan BEO yang telah dibuat oleh penulis, setelah melakukan revisi dan *double-check*, BEO yang dibuat sudah boleh dikeluarkan untuk disebarkan.

Langkah selanjutnya, penulis akan menjalankan BEO tersebut untuk meminta tanda tangan kepada departemen yang bersangkutan. Biasanya tugas untuk menjalankan BEO ini merupakan tugas *sales admin*, dengan arahan *sales admin*, BEO pertama kali akan penulis serahkan kepada *Director of Sales & Marketing Distribution (DOSM)* untuk pengecekan detail acara, kemudian BEO ini akan diserahkan kepada *executive chef* untuk memeriksa bahan-bahan makanan dari menu yang telah dipilih klien, *restoran and bar manager* untuk memeriksa apakah settingan ruangan dan meja telah disiapkan, dan bagian *Accounting* yaitu *assistant financial controller* untuk memeriksa hasil pembayaran klien melalui *bank transfer* ataupun pembayaran di resepsionis.

Setelah seluruh departemen yang bersangkutan telah menandatangani BEO (*Banquet Event Order*), penulis akan membawa kembali BEO tersebut ke *office* untuk di-*scan*, yang nantinya akan disebarkan ke seluruh departemen melalui *email* dan grup *Whatsapp* operasional.

3.2.2.7. Membuat *Loading Permit*

Loading Permit menurut Maria Perdue sebagai wakil presiden dari departemen operasional (*Loews Hotels, 2022*) merupakan sebuah surat izin yang diperlukan oleh hotel untuk mengangkut barang ke properti mereka. Dengan adanya *loading permit* hotel, dapat membantu pihak hotel dalam menjaga kelancaran operasi dan dapat memastikan bahwa pengiriman barang tidak akan mengganggu tamu hotel. Biasanya, perihal izin diperlukan untuk muatan barang yang besar dan dalam jumlah banyak, seperti tiang lampu LED, furnitur, dan peralatan catering.

Apabila pihak hotel dan vendor dapat memahami tujuan, manfaat adanya *loading permit*, maka kedua belah pihak dapat bekerja sama untuk memastikan proses pengiriman dapat dilakukan dengan lancar dan aman. Dalam kegiatan ini, penulis ditugaskan untuk membuat *loading permit* bagi salah satu tamu sekolah yang akan melaksanakan acara *graduation* di *grand ballroom*, lantai 7, Novotel Pekanbaru. Penulis telah diberikan informasi terkait mengenai tanggal *loading*, waktu yang dibutuhkan, informasi klien, lokasi ruangan, informasi mengenai vendor, nama dan nomor kontak sales yang bersangkutan. Setelah selesai mengisi data, maka akan diserahkan terlebih dahulu kepada *sales incharge* untuk diperiksa.

Setelah itu, penulis pun akan menge-*print loading permit* dan meminta tanda tangan kepada *sales incharge*. Terakhir penulis akan menyerahkan *loading permit* tersebut kepada pihak *security*

3.2.2.8. Membuat *Monthly Report Marketing Communication*

Laporan bulanan merupakan dokumen yang digunakan untuk mencakup seluruh aktivitas dan pencapaian yang terjadi setiap bulan. Menurut Brian Lawley (2022) dalam bukunya "*The Manager's Guide to Effective Reporting*" bahwa laporan bulan dibuat dengan tujuan untuk membandingkan pencapaian actual dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya, menganalisis perubahan kinerja dalam periode waktu tertentu,

dapat memberikan informasi yang dibutuhkan secara tepat, serta menyebarkan informasi penting bagi para *stakeholders*.

Pada aktivitas ini, penulis diberi tugas oleh *marketing communication executive* untuk membuat *monthly report* pada bulan maret 2024. Dengan mengumpulkan seluruh kegiatan promosi, mulai dari posting promosi event di *social media* Novotel Pekanbaru, press release yang telah dibuat, mengendorse *influencer*, poster yang terletak pada lobby maupun *signage* di Novotel Pekanbaru, brosur-brosur promosi mengenai *event* yang akan datang, juga bekerja sama dengan media massa. Report bulanan dikerjakan pada format presentasi, sehingga penulis harus mengumpulkan bukti pencapaian promosi tersebut yang berupa jepretan layar gambar, kemudian akan dimasukkan ke dalam report.

Hal pertama yang dilakukan penulis adalah memindahkan report media & KOL dan *press release* ke dalam report bulanan *marketing communication*, lengkap bersama dengan keterangan serta sumber *link*. Dilanjut dengan pengumpulan data mengenai kerjasama Novotel Pekanbaru dengan media massa dan dimasukkan ke dalam report bulanan. Setelah penulis berhasil memasukkan data-datanya sesuai dengan yang diarahkan. Maka akan diserahkan kepada *marketing communication executive* untuk diperiksa.

Apabila sudah selesai, maka report tersebut akan dikirimkan ke *Accor Group* sebagai bentuk report bulanan dari Novotel Pekanbaru mengenai pencapaian hotel tiap bulan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan kegiatan kerja magang ini, penulis telah menghadapi beberapa kendala yang cukup membuat penulis bingung sehingga menjadi pembelajaran dan menambah pengalaman, yaitu:

1. Pada kegiatan pembuatan *Press Release*, penulis mengalami kendala dalam penulisan untuk menjelaskan *event* promosi yang mendatang, penulis harus mampu berpikir kritis serta menggunakan kata-kata formal dan baku. Hal ini dikarenakan, penulis diajarkan untuk harus membaca dari sisi pembaca, sehingga kata-kata yang diciptakan harusnya bersifat formal namun terdapat unsur mengajak pembaca untuk ikut serta.
2. Pada kegiatan *photo/videotaking*, penulis sempat mengalami kendala dalam melakukan aktivitas tersebut, dikarenakan rasa gugup pada saat pengambilan foto membuat penulis menjadi kurang maksimal pada saat pengambilan foto untuk memperlihatkan produknya, dikarenakan takut akan hasil foto yang kurang memuaskan. Membuat penulis harus dapat mengambil gambar yang terbaik meskipun mendapatkan lighting yang kurang baik dan angle yang kurang bagus, dan timbul rasa bersalah dari penulis karena telah merepotkan seluruh staff yang berkaitan dengan sikap yang tidak profesional dari penulis.
3. Pada kegiatan dalam membuat BEO (*Banquet Event Order*), penulis mengalami kesulitan dalam proses memasukkan data melalui *Opera Cloud* berserta detail sesuai dengan permintaan tamu. Hal ini disebabkan oleh proses pembuatannya yang cukup sulit, disertai dengan progres yang panjang. Tidak hanya itu, penulis secara langsung tidak memiliki akun terdaftar di dalam aplikasi tersebut, sehingga apabila ingin membuat BEO, penulis perlu meminjam akun salah satu sales untuk membuat BEO. Proses pembuatan BEO ini juga memakan waktu yang lama, penulis harus menjelaskan secara lengkap dan detail mengenai event mendatang, sesuai dengan permintaan klien.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang dialami, penulis berhasil menemukan cara untuk mengatasi hal tersebut, yaitu:

1. Kesulitan yang dialami penulis dalam proses pembuatan *press release* dapat diatasi dengan cara melihat *press release* yang telah dibuat sebelumnya, dan mempelajari kata-kata yang biasanya sering digunakan dalam pembuatan *press release*. Hal ini dikarenakan setelah penulis melakukan analisis ke beberapa *press release* yang telah dirilis sebelumnya, terdapat kriteria tertentu dalam penulisan mengenai ajakan kepada pembaca mengenai *event* yang dibicarakan. Penulis juga pastinya bertanya kepada atasan mengenai kendala yang dialami, penulis akan diarahkan mengenai tata cara bahasa yang baik untuk dibaca sehingga dapat menghasilkan *press release* yang baik.
2. Dalam aktivitas ini, penulis harus tetap bersikap profesional dan harus dapat mengandalkan keadaan sekitar meskipun cahaya yang kurang bagus ataupun *angle* yang kurang baik, dengan cara mempelajari *tips and trick* dalam melakukan pengambilan foto/video, lalu berlatih cara mengambil foto/video dengan baik dan benar melalui arahan atasan dan bantuan fotografer. Tidak hanya itu, tapi penulis juga memberanikan diri untuk terus mencoba mengambil foto/video sebagai bentuk perkembangan diri untuk melatih diri menjadi lebih baik dalam pengambilan foto/video kedepannya
3. Untuk mengatasi kendala yang dialami oleh penulis dalam membuat BEO (*Banquet Event Order*), penulis akan bertanya kepada para *sales* mengenai kendala yang dialami. Melalui arahan dan bantuan dari para staf, penulis dibantu mengenai pengerjaan BEO oleh para *sales* mengenai cara yang lebih mudah untuk mengerjakan BEO supaya progresnya tidak begitu panjang. Penulis segera mencatat langkah-langkah untuk pembuatan BEO sebagai panduan penulis yang diberi tahu oleh para *sales*, dengan harapan bahwa untuk kedepannya dalam membuat BEO, penulis dapat mengerjakan pembuatan BEO dengan lebih fokus dan mandiri.