

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani kegiatan magang di Grand Elite Hotel Pekanbaru, penulis ditempatkan di departemen *Sales & Marketing* sebagai posisi *Sales Administrator*. Departemen *Sales & Marketing* dipimpin oleh Ibu Henni Rasmonowati selaku *Director of Sales* yang memiliki tanggung jawab luas dalam mengelola strategi penjualan, memantau kinerja tim penjualan, serta mengawasi berbagai kegiatan pemasaran hotel. Dalam struktur organisasi departemen *Sales & Marketing*, terdapat beberapa posisi kunci yang bekerja secara bersama-sama untuk mencapai tujuan departemen. Selain *Director of Sales*, terdapat posisi *Senior Sales Executive*, *Sales Executive*, dan *Sales Administrator*. Masing-masing posisi memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik dalam menjalankan aktivitas penjualan dan pemasaran hotel. *Senior Sales Executive* bertanggung jawab atas penjualan kepada klien yang lebih besar dan strategis, sementara *Sales Executive* fokus pada mengelola hubungan dengan klien dan menjalankan proses penjualan harian.

Selain berinteraksi dengan anggota tim *Sales & Marketing*, departemen ini juga melakukan koordinasi secara rutin dengan Ibu Lusiyanti, selaku *General Manager* Grand Elite Hotel Pekanbaru. Ini dilakukan dalam rangka menyusun dan melaksanakan berbagai *event* yang akan berlangsung di hotel, serta mendapatkan persetujuan dan dukungan dari pihak manajemen atas berbagai inisiatif pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh departemen *Sales & Marketing*. Kerjasama ini tidak hanya terbatas pada penerimaan persetujuan untuk melaksanakan *event* di hotel, namun juga meliputi berbagai aspek strategis dalam pengelolaan operasional dan pemasaran hotel.



Gambar 3.1 *Director of Sales Grand Elite Hotel Pekanbaru*

Selama kegiatan magang berlangsung, penulis bertugas dalam membantu meringankan pekerjaan para *Sales Executive* dan juga *Director of Sales*. Selain mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam tentang industri *marketing* perhotelan, penulis juga memahami *job desk* departemen-departemen lainnya di hotel karena setiap departemen secara tidak langsung saling berhubungan dengan departemen *Sales & Marketing*. Penulis memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan departemen-departemen lain seperti *Kitchen, Front Office, Banquet, Engineering*, dan sebagainya. Melalui interaksi ini, penulis memahami betapa pentingnya kerjasama lintas departemen dalam mencapai tujuan keseluruhan hotel. Penulis tidak hanya terpaku dengan *job desk Sales Administrator* karena melalui kesempatan magang ini, penulis juga memperoleh wawasan yang lebih luas tentang operasional hotel secara keseluruhan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama menjalani kegiatan magang di Grand Elite Hotel Pekanbaru sebagai *Sales Administrator* di departemen *Sales & Marketing* selama kurang lebih 3 bulan setengah, berikut adalah beberapa tugas utama secara besar yang dikerjakan oleh penulis :

1. Pembuatan *Banquet Event Order (BEO)* yang berupa dokumen yang mencakup penjabaran acara secara detail, mulai dari informasi lengkap tentang acara seperti tanggal, waktu, dan lokasi. Pada *BEO* juga dicantumkan jumlah tamu yang akan hadir, jenis makanan dan minuman yang dipesan, serta segala permintaan khusus atau persyaratan tambahan dari klien. Misalnya, jika ada tamu yang tidak mengonsumsi produk hewani (vegan) atau permintaan khusus lainnya, semuanya harus dicatat di *BEO*. Informasi tentang ruangan yang dipesan juga harus jelas, termasuk layout meja dan dekorasi yang diinginkan. Detail tambahan seperti peralatan audio visual yang diperlukan, seperti mikrofon, proyektor, atau sistem suara, juga harus masuk dalam catatan. Setelah semua informasi ini dikumpulkan, *BEO* akan dibagikan ke seluruh departemen hotel. Tujuannya agar setiap departemen, mulai dari tim dapur, tim *housekeeping*, hingga teknisi *audio visual*, tahu persis apa yang harus dipersiapkan dan dilakukan. Ini penting supaya acara bisa berjalan lancar dan sesuai dengan harapan klien. Dengan *BEO* yang rinci dan jelas, semua tim di hotel bisa bekerja sama dengan baik untuk memastikan setiap aspek acara dipersiapkan dan dijalankan dengan sempurna. Jadi, tidak ada detail yang terlewat dan klien pun merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. *BEO* ini memang jadi kunci suksesnya sebuah acara, memastikan semuanya terorganisir dan terlaksana tanpa hambatan.
2. Mengikuti *Sales Call* yang mencakup penyampaian informasi tentang fasilitas hotel, paket-paket yang ditawarkan, serta mengelaborasi segala pertanyaan teknis atau logistik yang mungkin diajukan oleh calon klien. Melalui pengalaman ini, penulis belajar banyak tentang bagaimana berkomunikasi dengan efektif dan jadi tahu bagaimana cara untuk menjelaskan detail hotel dengan jelas dan menarik, sehingga calon klien bisa memahami semua yang tim *Sales* tawarkan. Selain itu, penulis juga

belajar bagaimana mendengarkan kebutuhan dan kekhawatiran para calon klien, serta memberikan solusi yang tepat kepada mereka. *Sales call* ini juga mengajarkan penulis untuk cepat beradaptasi dengan berbagai situasi. Setiap klien memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda, jadi tim *Sales* harus siap dengan berbagai informasi dan solusi yang mungkin diperlukan. Misalnya, ada klien yang sangat *detail* soal teknis, sementara yang lain lebih fokus pada *budget*. Dengan begitu, tim *Sales* harus bisa menyesuaikan pendekatan yang sesuai dengan profil klien tersebut.

3. Mengikuti *sales blitz* yang mencakup upaya penjualan yang intensif dan fokus untuk menargetkan pelanggan potensial dalam waktu singkat. Setiap anggota tim *Sales*, termasuk penulis, harus bekerja keras untuk mencapai target yang telah ditetapkan. *Sales blitz* dimulai dengan persiapan yang matang, termasuk mengumpulkan dan menyusun materi penjualan seperti brosur, presentasi, dan proposal penawaran yang menarik. Setiap detail harus diperhatikan agar materi yang disampaikan bisa efektif dalam menarik minat calon pelanggan. Setiap pertemuan harus dimanfaatkan sebaik mungkin, mengingat waktu yang terbatas selama *sales blitz* berlangsung. Pengalaman ini mengajarkan penulis tentang pentingnya kerja sama tim dan komunikasi yang efektif. Dalam situasi yang serba cepat dan penuh tekanan, kemampuan untuk bekerja sama dengan baik dan menjaga semangat tim sangat krusial untuk mencapai tujuan bersama. Penulis juga belajar untuk berpikir cepat dan mengambil keputusan yang tepat dalam situasi yang berubah-ubah.
4. Mengikuti pertemuan dengan klien yang dipimpin oleh *Sales Executive* dan penulis sebagai wakilnya. Selama pertemuan ini, penulis tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang bagaimana cara berkomunikasi secara profesional dengan klien, tetapi juga mendapatkan wawasan tentang berbagai jenis *event* yang sering diadakan di hotel, seperti *wedding*, *meeting* perusahaan, makan bersama, dan kelulusan murid sekolah. Ketika bertemu dengan klien, penulis belajar untuk memahami bahwa setiap jenis event memiliki kebutuhan dan spesifikasi yang berbeda-beda. Dalam menghadapi klien yang ingin mengadakan *wedding*, misalnya, tim hotel

harus memperhatikan setiap detail mulai dari dekorasi hingga menu makanan yang disesuaikan dengan tema pernikahan mereka. Sedangkan untuk *meeting* perusahaan, tim hotel harus fokus pada fasilitas *meeting* yang nyaman dan teknologi yang memadai untuk mendukung presentasi mereka. Selain itu, melalui bimbingan dari *Sales Executive*, penulis juga belajar bagaimana cara menyesuaikan pendekatan komunikasi dan penawaran layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan klien. Misalnya, beberapa klien mungkin lebih tertarik pada paket yang hemat biaya, sementara yang lain mengutamakan kualitas dan pelayanan yang eksklusif. Dengan memahami preferensi dan harapan klien, tim *sales* dapat menyusun penawaran yang tepat dan memastikan setiap acara berjalan lancar dan memuaskan.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Pembuatan Banquet Event Order

Dalam departemen *Sales & Marketing*, perencanaan sebuah acara atau event seringkali menjadi tugas yang membutuhkan koordinasi yang teliti dan detail. Dibalik setiap event, ada sebuah proses yang tak terlihat namun sangat penting, yaitu pembuatan *Banquet Event Order (BEO)*. Dalam departemen *Sales & Marketing*, *Sales Administrator* memiliki peran untuk menyusun *BEO* ini. Dari tahap awal penerimaan permintaan hingga penyusunan dokumen yang rinci, setiap langkah dalam proses ini membawa dampak besar terhadap kesuksesan acara yang akan datang. *Sales Administrator* tidak hanya menjadi penghubung utama antara klien dan tim operasional, tetapi juga bertanggung jawab memastikan bahwa setiap detail terpenuhi dengan sempurna.

Proses pembuatan *BEO* dimulai dengan pemberian surat konfirmasi kepada klien yang mengartikan bahwa event sudah disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu pihak hotel dan klien. Surat konfirmasi berisikan nama *event*, tanggal dan lokasi, jumlah tamu, jenis *set up* ruangan, menu makan dan minum, informasi kontak, biaya dan pembayaran, dan sebagainya. Selanjutnya *BEO* akan mulai dibuat melalui program yang dimiliki oleh hotel. *Banquet Event Order* adalah dokumen yang berisi tentang detail acara atau event yang akan diadakan di hotel dan diperuntukkan bagi departemen operasional hotel agar

mereka dapat mempersiapkan segala hal yang dibutuhkan untuk acara tersebut. *BEO* berisikan detail informasi acara serta tugas-tugas yang harus dilakukan oleh setiap departemen terkait kebutuhan acara. Pada Grand Elite Hotel Pekanbaru, *BEO* dibagikan ke departemen-departemen berikut, yaitu *Front Office*, *Food & Beverage Product*, *Food & Beverage Service*, *Accounting*, *Human Resource*, *Engineering*, *Housekeeping*, dan *Security*.

Setiap departemen memiliki peran yang krusial dalam menjamin kelancaran dan kesuksesan sebuah acara. *BEO* dibagikan kepada *Front Office*, yang bertanggung jawab untuk membuat signage dan mengkoordinasikan informasi tamu. Kemudian, *BEO* juga dibagikan ke departemen *Food & Beverage Product*, di mana menu makanan dan minuman untuk acara harus disiapkan sesuai dengan permintaan klien. Lalu, *BEO* juga dikirimkan ke departemen *Food & Beverage Service*, yang bertugas untuk menyediakan layanan makanan dan minuman kepada tamu selama acara. Departemen *Accounting* juga menerima *BEO* untuk memastikan semua biaya tercatat dengan benar dan keuangan acara terkelola dengan baik. *Human Resource* menerima *BEO* untuk memastikan kebutuhan staf dalam acara terpenuhi, sedangkan *Engineering* bertanggung jawab untuk menyediakan perlengkapan teknis seperti peralatan *audio visual*. Tidak ketinggalan, *BEO* juga dikirimkan kepada departemen *Housekeeping* untuk menyiapkan ruangan acara sesuai dengan permintaan dan menjaga kebersihan *venue* dan toilet, serta kepada departemen *Security* untuk memastikan keamanan dan kenyamanan selama acara berlangsung dan memonitor tempat parkir. Dengan kolaborasi yang baik antar departemen, Grand Elite Hotel Pekanbaru dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamu dan memastikan bahwa setiap acara, baik besar maupun kecil, berjalan dengan sempurna.

Banquet Event Order
Page 1

GRAND ELITE
HOTEL PEKANBARU

| | |
|---|---|
| Folio : 250288 Event No : Function : BAPPEDA KOTA PEKANBARU Company : BAPPEDA KOTA PKU Address : TENAYAN RAYA Phone : 082120531864 Fax : Contact : MR TIO Voucher : | Doc No : Package Rate : 0 Number Of Person : Pax Issued Date : 26 Maret 2024 |
|---|---|

| Venues | Date Start | Date End | Layout | Time | Person in Charge | Remark |
|-------------|------------|-----------|------------|---------------|------------------|--------|
| GRANDSULTAN | 28-Mar-24 | 28-Mar-24 | CLASS T-1A | 10:00 - 16:00 | HENRI | |
| PEPITO | 28-Mar-24 | 28-Mar-24 | O | 17:00 - 21:00 | HENRI | |

Front Office

- Mohon pastikan signage "BAPPEDA KOTA PEKANBARU"
- 20 voucher free parking

F&B Product

Grand Sultan Ballroom :

- Ta'jil kotak 240 pax ready pukul 16.00 WIB
- Nasi Kotak 240 pax ready pukul 16.00 wib

Paket Berhala Pusa di Pepito 90 pax ready pukul 18.00 wib

- Fruit basket: 10 buah harga @Rp150rb
- Snack 3 macam (asin dan manis) harga @Rp50rb for 10 pax

Menu ta'jil kotak, menu nasi kotak dan menu buffet sudah dikasah ke Chef

F&B Service

- Paket Acara 330 pax @Rp 190.000,- Nett

Banquette

- Mohon set up ruangan Grand Sultan Ballroom untuk 240 pax (bay out myself)
- Mohon set up ruangan Pepito Restaurant Round Table untuk 90 pax
- Mohon set up ruangan sesuai standard berhala pusa
- Drinking water

House Keeping

- Mohon cek kebersihan venue dan toilet
- Mohon dibantu mini garden

Engineering

Grand Sultan Ballroom :

- Mohon cek sound system sesuai standard
- Mohon siapkan 2 buah infocus dan 2 screen
- Mohon cek penerangan dan AC
- Mohon stand by
- Mohon cek lighting sesuai standard

Pepito Restaurant :

- Mohon cek lighting sesuai standard

Accounting

- Mohon check postingan FBS

Security

- Monitor parkir


 Sales Incharge


 Director Of Sales


 General Manager

Distribution : GM, EAM, FC, Accounting, Kasir, Purchasing, Store, F&B, Banquet Operation, Exc Chef, Pastry, Steward, FOM, DM, RSV, Conc, EHK, HK, DOSM, Sales, PR, Eng, HRD, Security.

26-03-2024 12:45:3 PM

Gambar 3.2 Banquet Event Order

Banquet event order diatas adalah salah satu contoh *BEO* yang dibuat oleh penulis. *BEO* tersebut digunakan untuk event yang diselenggarakan oleh Bappeda Kota Pekanbaru yang berlangsung pada tanggal 28 Maret 2024. Dapat dilihat dari *BEO* tersebut, tertera seluruh detail acara yang meliputi venue yang akan digunakan, *layout* ruangan, waktu acara, *person in charge*, dan tugas untuk setiap department. Setelah *BEO* selesai dibuat, *BEO* akan ditandatangani oleh sales yang bertanggung jawab atas acara tersebut, *Director of Sales*, dan *General Manager*. Setelah ditandatangani, *BEO* akan langsung dibagikan ke setiap departemen hotel. Penyebaran *BEO* biasanya dilakukan oleh *Sales Administrator*. Dengan demikian, *BEO* tidak hanya menjadi dokumen referensi, tetapi juga instrumen yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan setiap acara yang diselenggarakan oleh Grand Elite Hotel Pekanbaru.

3.3.2 Sales Call

Sales call dalam industri perhotelan adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh *Sales Executive* untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan atau mitra potensial. Tujuan utama dari *sales call* ini adalah untuk mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan oleh hotel, serta menjual atau menjalin kerjasama bisnis yang saling menguntungkan. *Sales call* dapat dilakukan dengan dua cara utama, yaitu dengan membuat perjanjian pertemuan terlebih dahulu atau tanpa melakukan perjanjian sebelumnya.

Dalam kasus perusahaan swasta, *sales call* yang efektif seringkali melibatkan tahap perjanjian pertemuan terlebih dahulu. Hal ini memungkinkan *Sales Executive* untuk merencanakan dengan baik presentasi mereka, menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan kebutuhan spesifik calon pelanggan, serta memastikan bahwa pertemuan berlangsung dengan lancar dan efisien. Sebaliknya, kantor instansi pemerintahan cenderung tidak memerlukan pembuatan perjanjian pertemuan terlebih dahulu, sehingga *Sales Executive* harus siap untuk berinteraksi secara langsung dengan calon pelanggan tanpa persiapan yang terlalu lama.

Selama *sales call*, *Sales Executive* akan mengunjungi perusahaan atau calon pelanggan secara langsung, di mana mereka akan melakukan pengenalan diri serta menyampaikan penawaran produk dan layanan hotel dengan jelas dan meyakinkan. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan, dan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan mereka adalah kunci keberhasilan dalam menjalankan *sales call* yang efektif.

Dengan pelaksanaan *sales call* yang efektif, hotel dapat meningkatkan kehadiran pasar mereka, memperluas jejaring bisnis, dan tentu saja, meningkatkan penjualan. Selain itu, upaya ini juga berkontribusi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, memperkuat merek hotel, serta menciptakan kesempatan untuk kolaborasi bisnis yang saling menguntungkan di masa mendatang. Dengan demikian, *sales call* tidak hanya merupakan alat penting untuk meningkatkan penjualan hotel, tetapi juga merupakan strategi penting untuk membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan dan mitra bisnis.



Gambar 3.3 *Sales Call*

Foto diatas adalah beberapa contoh *sales call* yang pernah dilakukan oleh penulis. *Sales call* dilakukan bersama dengan salah satu *Sales Executive* hotel untuk mempromosikan produk dan layanan hotel. *Sales call* tersebut dilakukan dengan perusahaan PT. Capella Honda Pekanbaru dan Sekolah Dharma Loka Pekanbaru untuk menawarkan acara imlek dinner dari Grand Elite Hotel Pekanbaru. *Sales call* tersebut dilakukan karena PT. Capella Honda Pekanbaru dan Sekolah Dharma Loka merupakan mitra kerja yang telah menjalin kerjasama sebelumnya dengan Grand Elite Hotel Pekanbaru. Hubungan baik yang telah terjalin sebelumnya membuat kedua perusahaan tersebut menjadi prioritas dalam daftar *sales call*. Grand Elite Hotel Pekanbaru percaya bahwa perluasan kerjasama dengan mitra yang telah ada akan membantu memperkuat hubungan bisnis dan memperluas jangkauan layanan hotel. Saat menjalani *sales call*, tim *Sales* berusaha memberikan penawaran yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan dari PT. Capella Honda Pekanbaru dan Sekolah Dharma Loka. Penulis menjelaskan dengan detail mengenai paket acara Imlek yang hotel tawarkan, termasuk fasilitas dan layanan yang akan mereka dapatkan. Melalui komunikasi yang efektif dan profesional, tim *Sales* berharap dapat memenangkan kepercayaan dan mendapatkan dukungan dari kedua perusahaan tersebut.

3.3.3 Sales Blitz

Sales blitz digunakan untuk mempromosikan suatu produk dan layanan dalam waktu yang singkat dan terbatas. *Sales blitz* dapat dikatakan sebagai strategi penjualan yang cukup agresif karena penjual secara langsung mengunjungi target pasar dalam area tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. *Sales blitz* di Grand Elite Hotel Pekanbaru tidak hanya dilakukan oleh departemen *Sales & Marketing*, tetapi melibatkan seluruh departemen yang ada di hotel. Ini menunjukkan kolaborasi antar departemen yang kuat dalam mendukung upaya penjualan hotel. Sebelum melakukan *sales blitz*, akan dilakukan pembagian tim dan setiap tim akan memiliki tanggung jawabnya masing-masing untuk mengunjungi secara langsung target pasar pada area tertentu.



Gambar 3.4 *Sales Blitz*

Beberapa kegiatan *sales blitz* yang pernah diikuti oleh penulis adalah kegiatan promosi event makan malam Imlek dan paket buka puasa Ramadhan yang akan diadakan di Grand Elite Hotel Pekanbaru. *Sales blitz* untuk event makan malam Imlek tersebut dilakukan karena waktu event yang sudah dekat namun target penjualan masih belum tercapai. *Sales blitz* tersebut diikuti oleh sebagian karyawan dan anak magang di hotel dari seluruh departemen. *Sales blitz* tersebut dilakukan dengan cara membuat tiga tim dan setiap tim terdiri dari lima orang. Setiap tim harus mempunyai setidaknya satu orang karyawan dari departemen *Sales & Marketing*. Penulis tergabung ke dalam tim 3 dan mendapat tugas untuk melakukan *sales blitz* di daerah Jalan Riau, sedangkan tim 1 bertanggung jawab di daerah Jalan Sudirman, dan tim 2 bertanggung jawab di daerah Jalan Nangka. Penulis dan tim mengunjungi toko, kantor, ruko, dan rumah yang berada

pada daerah Jalan Riau, terutama yang sekiranya merayakan hari raya Imlek. Selain itu, tim hotel juga menawarkan berbagai promosi dan diskon khusus bagi mereka yang memutuskan untuk merayakan momen istimewa tersebut di Grand Elite Hotel Pekanbaru.



Gambar 3.5 Brosur Sales Blitz Makan Malam Imlek

Sedangkan untuk *sales blitz* paket buka puasa Ramadhan, pendekatannya lebih santai karena *event* tersebut berjalan selama satu bulan penuh atau selama masa puasa hingga Lebaran. Selama periode ini, hotel dan restoran memiliki kesempatan yang lebih luas untuk menawarkan berbagai promosi dan paket khusus buka puasa kepada pelanggan. *Sales blitz* ini tidak dilakukan setiap hari, tetapi hanya beberapa kali dalam sebulan dan selalu dilakukan di tempat yang berbeda-beda. *Sales blitz* ini pun sedikit lebih berbeda dari *sales blitz* untuk makan malam Imlek, karena *sales blitz* ini hanya dilakukan oleh tim *Sales* saja tanpa bantuan dari departemen lain. *Sales blitz* ini lebih banyak menargetkan perusahaan-perusahaan besar daripada ruko-ruko dan toko-toko, contohnya adalah bank dan kantor, yang memiliki potensi permintaan lebih tinggi untuk acara buka puasa bersama bagi karyawan dan relasi bisnis mereka.



Gambar 3.6 Brosur Sales Blitz Paket Buka Puasa Ramadhan

Sales blitz dilakukan dengan cara yang cukup sederhana namun efektif. Dimulai dengan melakukan perkenalan diri terlebih dahulu kepada calon konsumen. Setelah itu, tim hotel akan memberikan brosur yang berisi informasi lengkap tentang event yang sedang dipromosikan, dalam hal ini adalah event makan malam Imlek di Grand Elite Hotel Pekanbaru. Brosur tersebut menjadi alat utama dalam menyampaikan informasi kepada target konsumen, dengan penjelasan singkat namun informatif tentang acara yang ditawarkan. Selama mengikuti *sales blitz*, penulis mendapat banyak sekali pengalaman baru karena belum pernah melakukan hal serupa sebelumnya. Penulis sering melihat orang mempromosikan sesuatu dari rumah ke rumah, namun kali ini penulis merasakannya sendiri. Selama *sales blitz*, penulis bertemu beragam target konsumen, mulai dari yang ramah hingga yang acuh tak acuh. Namun tentunya, menghadapi berbagai macam reaksi dari calon konsumen tersebut menjadi pengalaman dan pelajaran yang berharga. Penulis belajar bagaimana cara berkomunikasi dengan berbagai tipe

orang, menyesuaikan pendekatan yang sesuai dengan respons yang diterima, dan menangani situasi yang mungkin menantang dengan tenang dan profesional.

3.3.4 Pertemuan dengan Klien

Salah satu tugas dari *Sales Executive* adalah melayani klien yang ingin mengadakan *event* atau menyewa *meeting room* hotel. Grand Elite Hotel sendiri memiliki tujuh *meeting room* dan satu *grand ballroom* yang memiliki ukuran dan fasilitas yang berbeda-beda. Maka dari itu, perusahaan kecil hingga besar, atau bahkan *event* pribadi tetap bisa menyewa *meeting room* Grand Elite Hotel. Penulis diberikan kesempatan untuk mengikuti pertemuan dengan klien yang dipimpin oleh *Sales Executive*. Pertemuan ini biasanya dimulai dengan klien yang menyampaikan event apa yang ingin diadakan dan berapa jumlah peserta *event* tersebut. *Event* yang sering penulis dengar adalah *wedding*, *meeting* perusahaan, *graduation* sekolah, seminar, dan *dinner event* pribadi. Setelah mengetahui event yang ingin diadakan dan jumlah *pax*, maka *Sales Executive* akan memberikan saran *meeting room* yang sesuai. Lalu akan dilanjutkan dengan *showing meeting room* dan penjelasan mengenai fasilitas yang akan diberikan.



Gambar 3.6 *Showing Meeting Room*

Foto diatas adalah ketika penulis mengikuti *showing meeting room* kepada klien yang ingin mengadakan seminar perusahaan di Grand Elite Hotel. Klien terlihat tengah aktif bertanya kepada *Sales Executive* mengenai berbagai detail terkait *banquet event* yang mereka rencanakan. Pertanyaan klien mencakup berbagai hal, mulai dari *layout* ruangan, ukuran panggung, hingga desain *backdrop* yang akan digunakan. Mereka juga tertarik untuk mengetahui opsi menu makanan yang tersedia serta detail teknis lainnya yang memastikan acara berjalan lancar dan sesuai dengan ekspektasi mereka.

Pertemuan ini menjadi momen penting dalam proses perencanaan acara, dimana klien dapat secara langsung berinteraksi dengan *Sales Executive* untuk memastikan bahwa setiap detail acara telah dipertimbangkan dan dibicarakan dengan cermat sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan mendengarkan secara aktif dan memberikan jawaban yang informatif, *Sales Executive* dapat membangun kepercayaan klien dan memastikan bahwa mereka merasa didukung sepenuhnya dalam menjalankan acara mereka di Grand Elite Hotel.

3.4 Uraian Pekerjaan Tugas Tambahan

3.4.1 Membantu Membuat Pemesanan Nasi Kotak

Jika hotel mendapat pesanan nasi kotak dalam jumlah yang banyak, maka seluruh karyawan hotel dari seluruh departemen akan ikut membantu membuat nasi kotak, termasuk penulis yang juga turut membantu. Hal tersebut dikarenakan jumlah karyawan pada departemen *kitchen* terbatas sehingga akan kewalahan jika tidak menerima bantuan dari departemen lain. Mungkin bagi penulis, tugas ini di luar bidang keahliannya, namun kebutuhan mendesak hotel dan semangat gotong-royong dalam tim menjadi prioritas utama. Di samping itu, pengalaman ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar dan merasakan bagaimana setiap aspek operasional hotel saling terkait dan membutuhkan kolaborasi yang kuat.

Kegiatan ini juga dapat memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas di antara seluruh karyawan. Saat semua anggota tim bergotong-royong, hubungan kerja menjadi lebih erat dan harmonis, menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Bekerja bersama dalam situasi mendesak seperti ini juga membantu membangun

kepercayaan dan rasa saling menghargai di antara karyawan dari berbagai departemen. Selain itu, dalam menghadapi tantangan ini, penulis dan karyawan lainnya menunjukkan tingkat fleksibilitas dan adaptabilitas yang tinggi, berusaha untuk memberikan kontribusi terbaik meskipun harus keluar dari zona nyaman masing-masing.



Gambar 3.7 *Membuat Nasi Kotak*

Foto diatas adalah ketika penulis dan seluruh karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru berkumpul untuk mempersiapkan pesanan nasi kotak untuk 1000 pax. Kegiatan tersebut dilakukan pada hari Minggu pagi, yang dimana hari tersebut seharusnya merupakan hari libur bagi penulis dan karyawan hotel. Meskipun demikian, seluruh tim dengan antusias dan penuh semangat memilih untuk tetap ikut membantu dalam kegiatan tersebut. Pada hari itu, suasana di ruangan tersebut dan area persiapan makanan sangat ramai dan penuh semangat gotong royong. Semua karyawan, mulai dari manajemen hingga staf operasional, bersatu padu bekerja sama untuk memastikan pesanan nasi kotak dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis, bersama dengan rekan-rekan lainnya, ikut serta dalam berbagai tahapan persiapan, mulai dari mengemas hingga mengatur distribusi nasi kotak.

3.4.2 Membuat Kartu Ucapan Parcel

Untuk menyambut perayaan hari raya seperti Imlek, Lebaran, dan Natal, Grand Elite Hotel berusaha memberikan sentuhan personal dan apresiasi kepada pelanggan setia yang merayakan momen-momen tersebut. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membagikan *parcel-parcel* istimewa kepada mereka. *Parcel* ini tidak hanya sebagai bentuk hadiah, tetapi juga sebagai ungkapan terima kasih yang tulus dari hotel kepada para pelanggan yang telah setia mendukung dan memilih Grand Elite Hotel Pekanbaru sebagai hotel pilihan mereka.

Penulis berperan aktif dalam proses persiapan *parcel* tersebut, mulai dari tahap awal hingga akhir. Salah satu tugas utama penulis adalah membantu dalam proses pencetakan, pemotongan, dan perekatan kartu ucapan yang menyertai setiap *parcel*. Kartu ucapan ini dirancang dengan penuh perhatian dan kreativitas, memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan mencerminkan rasa hangat dan penghargaan dari pihak hotel. Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses pembungkusan *parcel*, memastikan setiap hadiah dibungkus dengan rapi dan menarik. *Parcel* yang diberikan kepada pelanggan biasanya berbeda-beda setiap tahunnya, bisa berupa minuman kaleng, *coffee maker*, bingkisan makanan, dan sebagainya. Dengan ragam pilihan ini, hotel berharap dapat menyampaikan apresiasi yang tulus kepada para pelanggan setia yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan Grand Elite Hotel Pekanbaru.

3.4.3 Menjaga Booth

Grand Elite Hotel Pekanbaru rutin mengikuti acara pameran hotel dengan membuka *booth* yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan layanannya. Grand Elite Hotel akan mendekor *booth*nya semenarik mungkin agar dapat dengan lebih mudah menarik perhatian calon pelanggan. Partisipasi dalam acara pameran hotel bukan hanya sekadar kesempatan untuk memperkenalkan Grand Elite Hotel kepada calon pelanggan, tetapi juga sebagai wadah untuk membangun hubungan dengan pelaku industri lainnya. Selama acara berlangsung, tim hotel, termasuk penulis, aktif berinteraksi dengan pengunjung *booth*, menjawab pertanyaan mereka, dan menjelaskan secara rinci tentang berbagai paket dan promosi yang tersedia. Dengan demikian, acara pameran tidak hanya menjadi kesempatan untuk meningkatkan brand awareness, tetapi juga untuk memperluas jaringan dan menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dalam industri perhotelan.



Gambar 3.8 Brosur *Wedding Fair Grand Elite Hotel Pekanbaru*



Gambar 3.9 Booth *Grand Elite Hotel Pekanbaru*

Penulis dan *Sales Executive* menjaga booth Grand Elite Hotel yang dibuka di acara *Wedding Fair Living World*. Booth dipenuhi dengan hiasan bunga berwarna-warni yang menambah suasana romantis dan elegan, mencerminkan kemewahan dan keindahan yang ditawarkan oleh Grand Elite Hotel dalam setiap pernikahan yang diselenggarakan disana.

Untuk menarik perhatian pengunjung, hotel juga menyediakan berbagai macam kue-kue lezat dan minuman segar, yang disajikan dengan tampilan yang menggugah selera, memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pelanggan yang datang mengunjungi *booth* kami. Produk atau layanan yang ditawarkan kepada pelanggan adalah paket *international wedding* dan *chinese wedding* dengan kolaborasi dengan sebuah *event organizer* yaitu Frans Dekorasi.

3.4.4 Memimpin Tour Hotel

Grand Elite Hotel sering menjadi pilihan untuk didatangi oleh murid-murid sekolah terutama sekolah kejuruan perhotelan untuk melakukan *tour* hotel. Penulis dan *Sales Executive* berperan dalam menyambut kedatangan para murid tersebut dan memastikan mereka mendapatkan pengalaman yang berharga selama *tour* hotel. Selama *tour*, penulis dan *Sales Executive* juga berkesempatan untuk berbagi informasi tentang industri perhotelan, kesempatan karir yang tersedia, dan pentingnya pelayanan pelanggan yang berkualitas dalam menjalankan bisnis hotel dengan harapan untuk menginspirasi para murid untuk mengejar karir di industri perhotelan.



Gambar 3.10 Murid SMK 3 Pekanbaru

Grand Elite Hotel paling sering didatangi oleh murid-murid dari sekolah SMK 3 Pekanbaru. Sebagai bagian dari tim penyambutan, penulis bersama dengan *Sales Executive* memainkan peran penting dalam menyambut kedatangan para

murid. Kami memastikan mereka merasa diterima dengan hangat dan nyaman sejak mereka tiba di hotel. Kami memulai dengan memberikan sambutan hangat dan memperkenalkan sejarah singkat serta profil Grand Elite Hotel. Dalam sesi ini, murid-murid mendapatkan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai dan filosofi yang dipegang oleh hotel dalam memberikan pelayanan terbaik kepada para tamu.

Selama *tour* berlangsung, kami mengajak murid-murid untuk mengunjungi berbagai fasilitas yang ada di Grand Elite Hotel, memberikan mereka kesempatan untuk melihat langsung dan memahami operasional sehari-hari di hotel berbintang. Kami memulai *tour* dari *lobby* utama, dimana kami menjelaskan pentingnya area ini sebagai titik pertama interaksi tamu dengan hotel. Kami membahas bagaimana desain yang elegan, keramahan staff resepsionis, dan efisiensi proses *check-in* dan *check-out* berkontribusi dalam menciptakan kesan pertama yang positif bagi para tamu.

Selanjutnya, kami membawa murid-murid ke kamar-kamar hotel, termasuk kamar Superior, Deluxe, dan Suite. Disini, kami menjelaskan perbedaan antara masing-masing jenis kamar, mulai dari ukuran, fasilitas yang disediakan, hingga layanan tambahan yang bisa dinikmati oleh tamu. Kami juga menekankan pentingnya kebersihan dan kenyamanan dalam setiap kamar, serta prosedur housekeeping yang harus diikuti untuk memastikan setiap kamar selalu dalam kondisi terbaik.

Kemudian, kami mengunjungi *meeting room* dan *ballroom*, yang merupakan fasilitas penting bagi tamu bisnis dan acara besar seperti konferensi, seminar, dan pernikahan. Kami menjelaskan bagaimana ruangan-ruangan ini dilengkapi dengan teknologi canggih dan fleksibilitas penataan yang memungkinkan berbagai jenis acara dapat diselenggarakan dengan sukses. Kami juga membahas peran staff *event management* dalam memastikan setiap acara berjalan lancar dan sesuai dengan keinginan klien.

Tour berlanjut ke restoran hotel, di mana murid-murid bisa melihat dapur terbuka dan area makan yang elegan. Kami memperkenalkan mereka pada berbagai jenis layanan makanan yang ditawarkan, mulai dari *buffet breakfast*, *a la carte* menu, hingga *room service*. Kami juga menjelaskan pentingnya kualitas

bahan makanan, presentasi hidangan, dan layanan yang ramah dalam menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi para tamu.

Setelah itu, kami menuju ke kolam renang, *Grand SPA*, dan *fitness center*. Di area kolam renang, kami menjelaskan tentang prosedur keamanan dan perawatan rutin yang diperlukan untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan kolam. Di *Grand SPA*, murid-murid diajak untuk melihat berbagai jenis perawatan yang ditawarkan, seperti pijat, perawatan wajah, dan perawatan tubuh lainnya, serta bagaimana layanan spa berkontribusi dalam memberikan relaksasi dan kenyamanan bagi para tamu. Di *fitness center*, kami menjelaskan tentang peralatan yang tersedia dan pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran selama menginap di hotel.

Di akhir tour, kami biasanya mengadakan sesi tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada para murid untuk menanyakan hal-hal yang mungkin masih mereka ingin ketahui lebih lanjut. Kami juga memberikan materi edukatif seperti brosur dan pamflet yang berisi informasi lengkap tentang Grand Elite Hotel dan industri perhotelan secara umum. Melalui kegiatan ini, hotel berharap dapat menginspirasi para murid untuk mengejar karir di industri perhotelan dan memotivasi mereka untuk terus belajar dan berkembang. Kami percaya bahwa dengan memberikan pengalaman yang berharga dan pengetahuan yang mendalam, kami dapat membantu mencetak generasi profesional perhotelan yang berkualitas dan siap bersaing di dunia kerja.

3.5 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan kegiatan magang selama kurang lebih tiga setengah bulan di Grand Elite Hotel Pekanbaru, penulis menemukan beberapa kendala yang harus lebih diperhatikan, antara lain yaitu :

1. Kurangnya jumlah karyawan di departemen *Sales & Marketing*

Departemen *Sales & Marketing* hanya memiliki empat orang Sales Executive dan satu orang *Director of Sales*. Konfigurasi ini seringkali menyebabkan departemen tersebut kewalahan dalam menangani beban kerja yang ada. Situasi menjadi semakin rumit karena salah satu Sales Executive sedang cuti berbulan-bulan karena sakit, sehingga tugas dan tanggung jawab karyawan tersebut harus dibagi

dan dikerjakan oleh karyawan lainnya. Akibatnya, para *Sales Executive* yang tersisa harus menanggung beban kerja yang lebih besar dari biasanya. Mereka harus meluangkan lebih banyak waktu untuk menutup celah yang ditinggalkan oleh rekan mereka yang cuti, mengorbankan waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk fokus pada pengembangan strategi penjualan dan membina hubungan yang lebih mendalam dengan klien. Dalam jangka panjang, jika situasi ini tidak segera diatasi, dapat menimbulkan dampak yang lebih serius bagi performa departemen *Sales & Marketing* secara keseluruhan. Penurunan produktivitas dan efektivitas dapat menyebabkan penurunan dalam pencapaian target penjualan, yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan hotel.

2. Teknik *marketing* yang kurang efektif

Penulis menyadari bahwa cara hotel untuk promosi produk dan layanannya kurang efektif dan efisien. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah tim sales yang mungkin belum beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini, terutama platform media sosial populer seperti TikTok. TikTok, dengan basis pengguna yang sangat besar dan beragam, menawarkan peluang besar untuk pemasaran kreatif dan interaktif yang bisa menjangkau audiens lebih luas dan lebih beragam dibandingkan metode promosi tradisional. Namun, tampaknya tim sales hotel belum sepenuhnya memanfaatkan potensi platform ini. Mereka mungkin kurang familiar dengan strategi pemasaran digital yang efektif di TikTok, seperti pembuatan konten video pendek yang menarik, penggunaan tren dan *hashtag* yang sedang populer, serta kolaborasi dengan *influencer* yang memiliki banyak pengikut. Hal ini membuat promosi yang dilakukan kurang dapat menjangkau target audiens yang lebih muda, yang kini lebih banyak menghabiskan waktu di platform seperti *TikTok*. Selain itu, ketidakefektifan ini juga bisa disebabkan oleh kurangnya pelatihan dan pengembangan keterampilan digital di kalangan tim sales. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang cara kerja algoritma *TikTok* dan jenis konten yang paling disukai oleh pengguna, sulit bagi tim untuk membuat kampanye pemasaran yang dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik hotel.

3.6 Solusi Untuk Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala-kendala yang penulis temukan, berikut dijabarkan solusi untuk mengatasi kendala tersebut, yaitu :

1. Terkait kurangnya jumlah karyawan, tentunya hal tersebut mengharuskan hotel untuk melakukan penambahan karyawan baru. Namun tentunya merekrut karyawan baru untuk tim *Sales & Marketing* bukanlah tugas yang mudah. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan memindahkan karyawan dari departemen lain yang memiliki basic marketing yang cukup untuk dipindahkan ke departemen *Sales & Marketing*. Langkah ini akan memungkinkan hotel untuk memanfaatkan sumber daya internal secara efektif, sambil mempercepat proses perekrutan dan pelatihan. Karyawan yang dipindahkan dari departemen lain sudah memiliki pemahaman yang kuat tentang cara operasional hotel, sehingga waktu yang dibutuhkan untuk melatih mereka dalam departemen *Sales & Marketing* akan lebih singkat. Meskipun memindahkan karyawan dari satu departemen ke departemen lain mungkin memerlukan penyesuaian awal, namun ini merupakan investasi jangka panjang bagi hotel. Dengan memaksimalkan potensi karyawan yang sudah ada, Grand Elite Hotel dapat memperkuat tim *Sales & Marketing* dengan lebih cepat dan efisien, sambil tetap mempertahankan kualitas layanan yang konsisten bagi para pelanggan. Selain itu, memindahkan karyawan antar departemen juga dapat meningkatkan loyalitas dan keterlibatan karyawan, karena mereka diberi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan baru dan memperluas pengalaman mereka di dalam hotel. Ini juga dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan inklusif, di mana karyawan merasa dihargai dan didukung dalam mencapai tujuan mereka.
2. Terkait teknik marketing yang kurang efektif, Grand Elite Hotel Pekanbaru bisa menyelenggarakan pelatihan intensif dan berkelanjutan bagi tim sales tentang pemasaran digital, khususnya di platform *TikTok*. Pelatihan ini harus mencakup pemahaman mendalam tentang algoritma *TikTok*, tren konten yang sedang populer, dan teknik pembuatan video yang menarik dan berinteraksi. Dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital tim sales, mereka akan lebih siap untuk merancang kampanye pemasaran yang efektif di *TikTok*. Hotel juga dapat

mempertimbangkan untuk merekrut atau bekerja sama dengan tenaga ahli pemasaran digital atau agen khusus yang memiliki pengalaman dalam mengelola kampanye *TikTok*. Memanfaatkan keahlian mereka akan membantu hotel mengoptimalkan strategi pemasaran, mencapai audiens yang lebih luas, dan meningkatkan keterlibatan dengan pengguna *TikTok*. Selain itu, berkolaborasi dengan *influencer* yang memiliki basis pengikut yang besar di *TikTok* juga dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan eksposur dan daya tarik hotel. Selain itu, penting bagi hotel untuk terus memantau dan mengevaluasi kinerja kampanye pemasaran mereka di *TikTok*. Dengan menganalisis data dan *feedback* dari pengguna, tim sales dapat terus memperbaiki dan menyempurnakan strategi mereka, serta mengidentifikasi peluang baru untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik hotel. Dengan pendekatan yang berbasis data dan berkelanjutan, hotel dapat memastikan bahwa mereka tetap relevan dan efektif dalam memanfaatkan potensi penuh dari platform media sosial seperti *TikTok* untuk promosi produk dan layanan mereka.