

BAB III

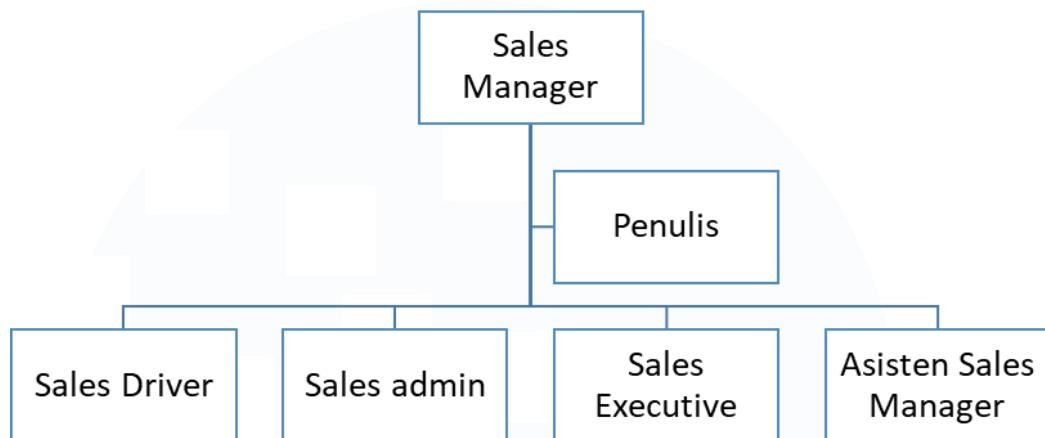
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Hotel Marina Soll memiliki struktur divisi *Sales* yang terorganisir dengan jelas. Di bawah kepemimpinan *Sales Manager*, Bapak Irvan Murodz, terdapat tim yang terdiri dari asisten *sales manager*, *sales executive*, *sales admin*, dan *sales driver*. Masing-masing anggota tim memiliki peran dan tanggung jawabnya masing-masing supaya dapat mencapai target penjualan hotel. Bapak Irvan Murodz, selaku *Sales Manager*, bertanggung jawab penuh atas kinerja dan pencapaian divisi *Sales Marketing*. Beliau bertugas untuk memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan kepada seluruh anggota timnya. Selain itu, beliau juga bertugas untuk mendelegasikan tugas dan memantau kemajuan pekerjaan setiap anggota tim.

Penulis berkesempatan untuk menjalani masa magang di Hotel Marina Soll selama 4 bulan, terhitung dari 7 Februari 2024 hingga 7 Mei 2024 di divisi *sales marketing intern* dan berada dibawah naungan Bapak Irvan Murodz. Pengalaman magang ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mempelajari secara langsung struktur, tugas, dan tanggung jawab di dalam divisi *sales*. Penulis juga mendapatkan kesempatan untuk bekerja sama dengan tim Sales Marketing dan terlibat dalam berbagai aktivitas, seperti membuat *Banquet Event Order* (BEO), membuat beraneka macam konten Tiktok, mengikuti *meeting*, menjaga *booth wedding expo*, dan lain sebagainya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.1 Struktur Departemen Sales

Sumber : Data Internal Perusahaan

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama melaksanakan Praktik Kerja Magang, terdapat beberapa tanggung jawab yang dimiliki dalam melaksanakan peran sebagai *Sales Marketing Internship* di Soll Marina Hotel, diantaranya:

2.1.1.1.1. Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan Penulis

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Keterangan
1.	Mencari ide konten	Bapak Irvan Murodz	RUTIN
2.	Membuat, mengerjakan, dan <i>editing</i> konten Tiktok a. Valentine b. Donor darah c. <i>General staff meeting</i>	Bapak Irvan Murodz	RUTIN

	<p>d. Bapenda tangsel, Disnaker tangsel, dlhk kab. tangerang.</p> <p>e. <i>Event wedding organizer</i></p> <p>f. Sales call</p> <p>g. Bulan puasa</p> <p>h. Buka puasa bersama karyawan</p>		
3.	Membuat Beo (<i>Banquet Event Order</i>) dan membantu menyebarkannya ke semua <i>department</i> .	Bapak Irvan Murodz	RUTIN
4.	Mendokumentasikan acara munggaran karyawan soll marina hotel dan mendokumentasikan kamar untuk keperluan website hotel	Bapak Irvan Murodz	NON-RUTIN
5.	Mengikuti <i>sales call</i> ke jakarta bersama tim sales	Bapak Irvan Murodz	NON-RUTIN
6.	Ikut serta dalam <i>meeting</i> : a. Tim sales untuk acara <i>wedding organizer</i> dan <i>gathering party</i> b. Tim sales untuk <i>booth wedding expo</i>	Bapak Irvan Murodz	NON-RUTIN

	c. Perwakilan tiap divisi untuk acara buka puasa bersama. d. <i>General staff</i>		
7.	Membuat desain menu buka bulan puasa	Bapak Irvan Murodz	NON-RUTIN
8.	Mempromosikan brosur promo bulan puasa dan membantu membagikannya di bsd	Bapak Irvan Murodz	NON-RUTIN
9.	Membuat surat konfirmasi dan menjaga <i>booth wedding expo</i>	Bapak Irvan Murodz	NON-RUTIN

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Kotler & Armstrong (2018) mengatakan bahwa *sales marketing* merupakan proses menciptakan, berkomunikasi, menyampaikan, dan menukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, *client*, mitra, dan masyarakat luas. Sebagai *sales marketing intern*, proses tersebut dapat tercipta dengan berbagai cara, salah satunya melalui platform media sosial (Tiktok) untuk penyebaran informasi ke masyarakat luas. Berikut merupakan uraian dari tugas yang dimiliki oleh penulis pada Hotel Soll Marina Serpong:

1. Mencari ide konten

Menurut James Altucher (2017) dalam artikelnya "*The 10 Habits of Highly Successful Creative People*", penting untuk memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan selalu mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan baru. Altucher juga merekomendasikan untuk membaca banyak buku, menonton film dan video inspiratif, dan berbicara dengan orang-orang dari berbagai latar

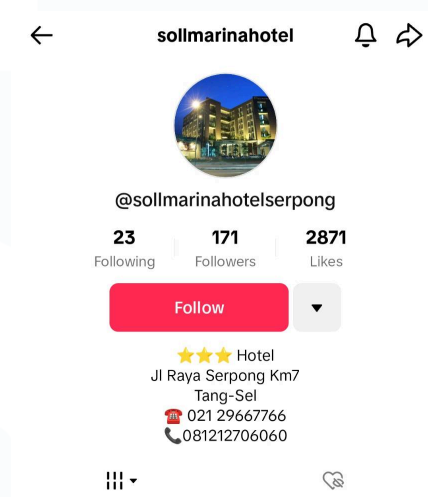
belakang. Dalam upaya mencari ide konten yang kreatif dan menarik, penulis menerapkan beberapa prinsip yang dikemukakan oleh James Altucher tersebut. Pertama, penulis berusaha untuk memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Penulis selalu mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan baru dan tidak pernah berhenti belajar. Penulis juga selalu mencari informasi baru tentang tren dan gaya konten TikTok yang populer. Kedua, membaca banyak buku. Penulis membaca banyak buku tentang berbagai topik, seperti *marketing*, *branding*, dan *hospitality* untuk memperbanyak referensi serta mempermudah penulis mengerjakan laporan magang. Ketiga, ketika waktu istirahat di rumah, penulis seringkali menonton film dan video inspiratif untuk mendapatkan ide-ide baru dan juga menonton video TikTok influencer di bidang *hospitality* dan pariwisata untuk mempelajari cara mereka membuat konten yang menarik. Terakhir, ketiga magang penulis sering berbicara dengan karyawan perusahaan. Penulis berbicara dengan orang-orang dari berbagai latar belakang untuk mendapatkan perspektif yang berbeda dan tentunya agar menambahkan referensi penulis. Penulis juga berinteraksi dengan tamu hotel untuk mendapatkan masukan dan ide tentang konten yang mereka ingin lihat di TikTok hotel.

2. Membuat, mengerjakan, dan editing konten Tiktok

Menurut Gary Vaynerchuk (2016) dalam bukunya "*Jab, Jab, Jab, Right Hook*", kunci untuk membuat konten yang menarik di media sosial adalah dengan memberikan nilai kepada audiens. Vaynerchuk merekomendasikan untuk membuat konten yang informatif, menghibur, dan inspiratif. Tugas kedua yang diberikan ke penulis ini, yakni seputar pengoperasian Tiktok, penulis telah melakukannya sesuai teori dari Gary Vaynerchuk. Penulis menerapkannya dengan membuat dan mengedit konten yang menyenangkan untuk dilihat banyak orang, konten yang edukatif yang mana mencakup informasi seputar Hotel Soll Marina Serpong, dan tentunya inspiratif. Konten tersebut terdiri dari konten seputar *valentine*, donor darah, *general staff meeting*, bapenda tangsel, disnaker tangsel, dlhk kab. Tangerang,

event wedding organizer, sales call, bulan puasa, dan buka puasa bersama karyawan. Penulis menilai konten-konten ini dapat dibuat karena penulis telah mengetahui audience yang ingin dituju serta value apa yang ingin diberikan penulis ke audience.

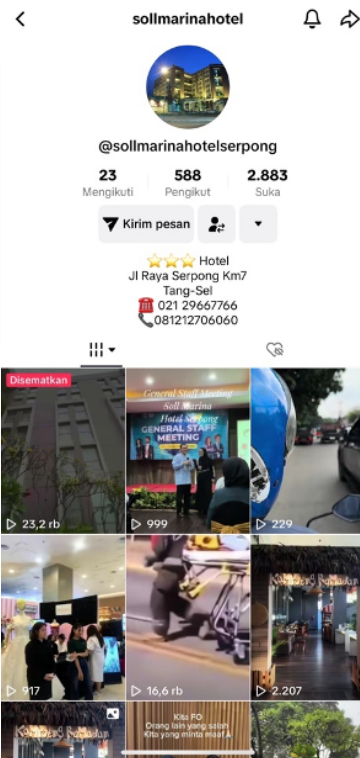
Dengan penjelasan yang telah di uraian diatas, pembuatan dan penguploadan konten tiktok soll marina menjadi lebih rutin dan tiktok soll marina menjadi aktif kembali. yang pada awalnya kurang aktif yaitu pembuatan dan upload konten tiktok terakhir di tahun 2022 dengan *followers* 171.



Gambar 3.2 Akun Tiktok Hotel Soll Marina Serpong

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

Kini tiktok soll marina menjadi aktif kembali dan followers naik kurang lebih sebesar 400 *Followers* dan dengan adanya konten yang fyp membuat tiktok hotel soll marina menjadi banyak yang pengunjung mulai dari yang mengunjungi, mem follow hingga berkomentar yang berguna untuk membangun hubungan dan interaksi dengan audience untuk membuat loyalitas dalam benak konsumen secara lebih luas di platfrom digital.



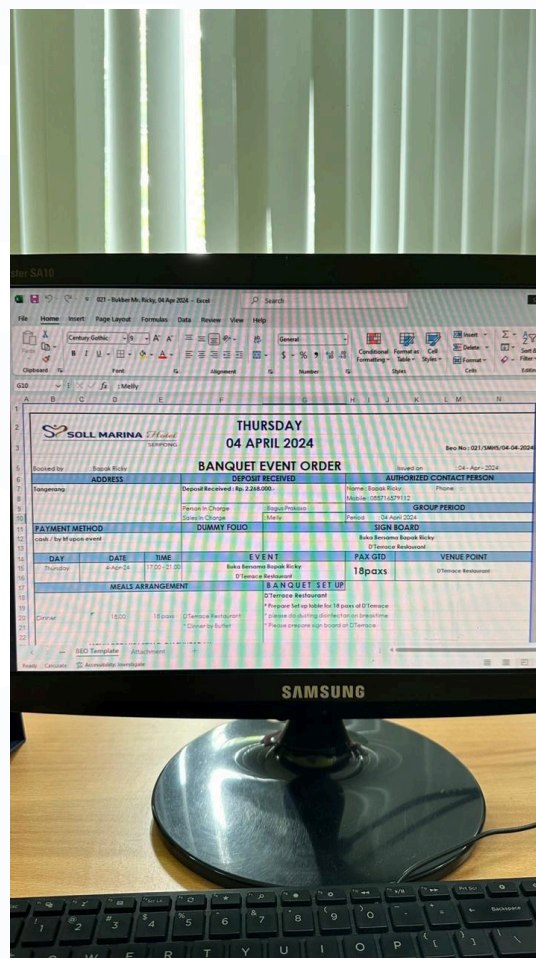
Gambar 3.3 Akun Tiktok Hotel Soll Marina Serpong Terbaru
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

3. Membuat Beo (*Banquet Event Order*) dan membantu menyebarkannya ke semua *department*.

Salah satu tugas utama penulis selama magang di Hotel Soll Marina Serpong adalah membuat *Banquet Event Order* (BEO). BEO merupakan dokumen penting yang berisi rincian informasi tentang suatu acara yang akan diadakan di hotel, seperti jenis acara, jumlah tamu, menu makanan, dan dekorasi. Penulis bertanggung jawab untuk membuat BEO yang akurat dan komprehensif untuk memastikan kelancaran pelaksanaan acara sesuai dengan keinginan pemesan.

Proses pembuatan BEO yang terpenting adalah memahami kebutuhan pemesan. Penulis bekerjasama dengan tim *sales* untuk memahami kebutuhan

dan keinginan pemesan acara. Penulis melakukan komunikasi yang efektif dengan pemesan untuk mendapatkan informasi detail, seperti jenis acara, tanggal dan waktu acara, metode pembayaran, jumlah tamu, dan preferensi mereka terkait menu makanan, dekorasi, dan fasilitas lainnya. Dari informasi yang telah diperoleh, penulis menyerahkannya ke supervisor dan membantu proses kelancaran *event* tersebut.



Gambar 3.4 Proses Pembuatan BEO
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

4. Mendokumentasikan acara munggaran karyawan soll marina hotel dan mendokumentasikan kamar untuk keperluan website hotel

Tugas selanjutnya, saya ditugaskan untuk mendokumentasikan dua kegiatan yaitu acara munggaran karyawan soll marina hotel dan dokumentasi kamar hotel. Pertama, acara munggaran ini merupakan tradisi tahunan yang diadakan untuk menyambut bulan suci Ramadhan. Penulis bertugas untuk mengabadikan momen-momen penting selama acara berlangsung, seperti pembagian makanan dan minuman, ceramah agama, dan doa bersama. Kedua, dokumentasi kamar hotel untuk website hotel yang tujuannya untuk memberikan gambaran yang jelas dan menarik bagi calon tamu tentang kualitas kamar yang ditawarkan oleh hotel.

Dalam melaksanakan tugas tersebut, penulis menerapkan teori yang telah dipelajari penulis dalam mata kuliah *business ethics* yang mana intinya untuk selalu menghormati privasi orang lain. Jadi, penulis meminta izin terlebih dahulu supaya mendapat persetujuan kedua belah pihak sebelum penulis memulai proses dokumentasi dan menghindari manipulasi gambar baik itu dalam kualitas dan kejelasan gambar. Terdapat beberapa hal yang diperhatikan oleh penulis saat melakukan dokumentasi, diantaranya pada saat pengambilan angle gambar (*wide shot/closeup*), pencahayaan, dan komposisi gambar atau video. Tujuannya untuk memberikan gambaran yang sesuai dengan ekspektasi penulis.

5. Mengikuti *sales call* ke jakarta bersama tim sales

Menurut Neil Rackham (1996) dalam bukunya "*SPIN Selling*", penting untuk memahami kebutuhan pelanggan sebelum mencoba menjual produk atau layanan kepada mereka. Rackham merekomendasikan untuk menggunakan model *SPIN* (Situasi, Masalah, Implikasi, Kebutuhan dan Solusi) untuk membantu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memposisikan solusi dengan tepat.

Selama *sales call*, penulis menerapkan model *SPIN Selling* dalam interaksi dengan calon pelanggan. Pertama, situasi. Penulis menanyakan tentang rencana perjalanan, anggaran, dan preferensi calon pelanggan. Kedua, masalah. Calon pelanggan mengungkapkan kendala dalam menemukan hotel yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ketiga, implikasi. Penulis menjelaskan bagaimana kendala tersebut dapat berakibat pada pengalaman yang tidak menyenangkan bagi calon pelanggan. Terakhir, kebutuhan dan solusi. Penulis memaparkan keunggulan dan fasilitas Hotel Soll Marina Serpong yang dapat memenuhi kebutuhan spesifik calon pelanggan, seperti lokasi strategis, kamar yang nyaman, dan layanan yang personal.



Gambar 3.5 Sales Call di Jakarta

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

6. Ikut serta dalam *meeting*

Tugas selanjutnya penulis berkesempatan untuk mengikuti beberapa *meeting* penting dengan berbagai tim dan divisi. Pengalaman ini membuka wawasan penulis tentang strategi yang diperlukan untuk menyelenggarakan berbagai acara di hotel. Kegiatan *meeting* tersebut terdiri dari yang pertama

meeting dengan tim sales untuk acara *wedding organizer dan gathering party*. *Meeting* ini membahas strategi penjualan dan pemasaran untuk menarik klien baru dan meningkatkan *revenue* dari acara pernikahan dan *gathering party*. Tim sales mendiskusikan paket pernikahan yang ditawarkan, strategi promosi, dan target pasar yang ingin dijangkau. Kedua, *meeting* dengan tim *sales* untuk *booth wedding expo*. Intinya, *meeting* ini membahas seputar persiapan keikutsertaan Hotel Soll Marina Serpong dalam sebuah *wedding expo*. Pada *meeting* ini, tim *sales* membahas desain *booth* dan strategi promosi yang cocok untuk menarik calon pelanggan selama *event* berlangsung. Ketiga, *meeting* dengan perwakilan tiap divisi untuk acara buka puasa bersama. Pada *meeting* ini membahas persiapan acara buka puasa bersama yang diadakan oleh hotel untuk para tamu dan karyawan. Perwakilan dari tiap divisi, seperti *executive chief, chief accountant, human resource, FO, FB, engineering* dan *housekeeper*, bekerjasama untuk memastikan kelancaran acara, mulai dari anggaran biaya, penyediaan makanan, dekorasi, hingga publikasi. Terakhir, *meeting* dengan *general staff*. Meeting ini merupakan forum komunikasi antara *general manager* dan seluruh staff hotel. *General manager* menyampaikan informasi penting mengenai perkembangan hotel, rencana ke depan, dan menjawab pertanyaan dari para staff.

U I M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

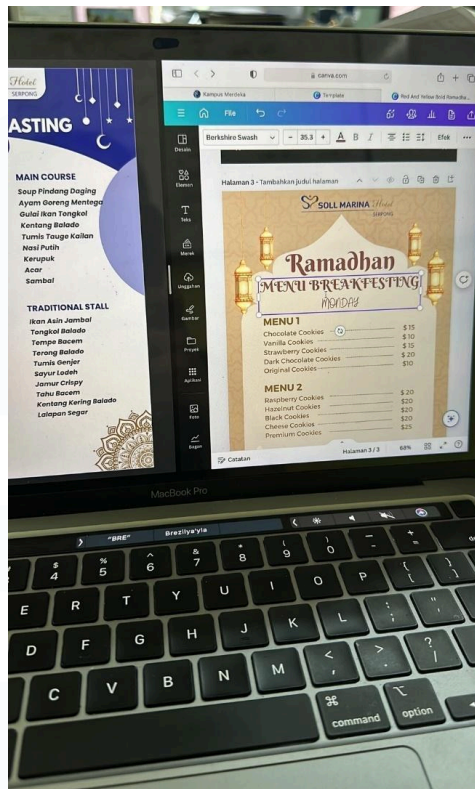


Gambar 3.6 Ruang *Meeting*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

7. Membuat desain menu buka bulan puasa

Tugas penulis yang ketujuh adalah membuat desain menu buka puasa. Proses desain menu diawali dengan riset memahami untuk memahami target audiens, yaitu tamu Muslim yang berpuasa selama bulan Ramadhan. Penulis mempelajari jenis hidangan yang populer untuk berbuka puasa, tren kuliner terkini, dan yang sesuai citra dari Hotel Soll Marina Serpong. Berdasarkan riset, penulis memilih tema dan gaya desain yang sesuai dengan target audiens dan identitas hotel. Penulis menggunakan warna-warna minimalis yang identik dengan bulan Ramadhan, serta font yang mudah dibaca dan tata letak yang rapi. Dalam prosesnya, penulis menyusun konten menu, termasuk nama hidangan, deskripsi singkat, dan harga serta memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat, informatif, dan menarik untuk dibaca. Cara ini sesuai dengan prinsip-prinsip desain dasar yang dikemukakan oleh Robin Williams (2015) seperti kontras dan keseimbangan desain.



Gambar 3.7 Desain Menu Buka

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

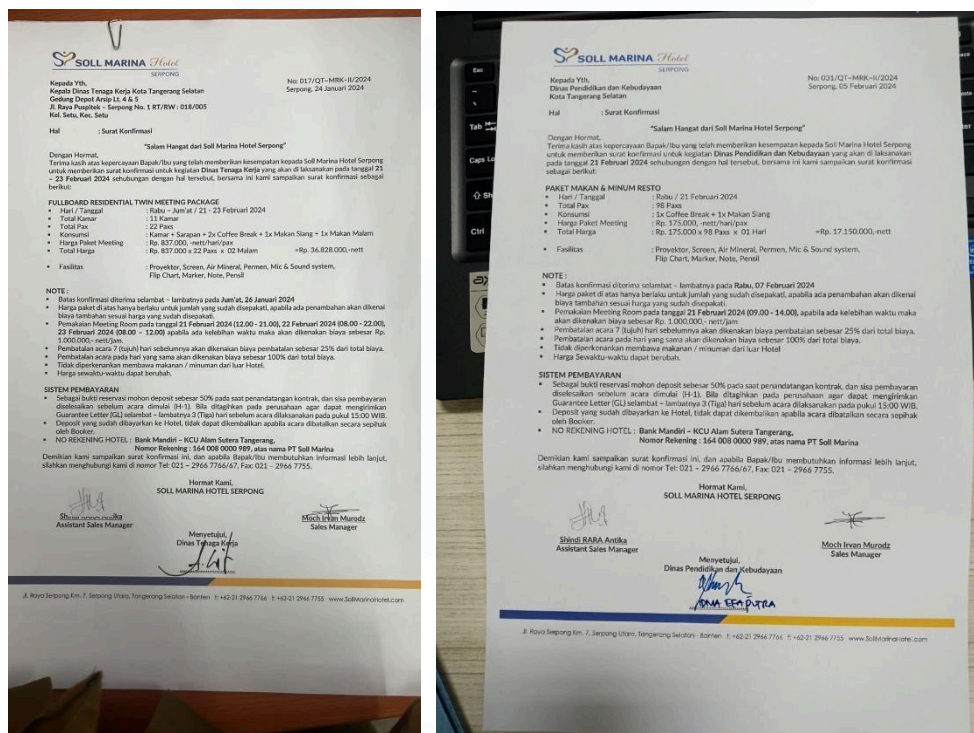
8. Mempromosikan brosur promo bulan puasa dan membantu membagikannya di bsd.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2020) dalam bukunya "*Marketing Management*", promosi merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai produk atau layanannya kepada pelanggan. Sedangkan menurut Michael R. Solomon (2018) dalam bukunya "*Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*", promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media cetak, media elektronik, dan media sosial. Dalam prakteknya, penulis membagikan brosur secara langsung kepada pengunjung di area BSD, seperti di mall, supermarket, dan tempat keramaian lainnya. Selain itu, penulis

memanfaatkan media sosial seperti Tiktok untuk menyebarkan informasi tentang promo bulan puasa dan membagikan brosur dalam bentuk digital.

9. Membuat surat konfirmasi dan menjaga *booth wedding expo*

Tugas terakhir penulis membuat surat konfirmasi dan menjaga *booth wedding expo*. Menurut Carl R. Rogers (1959) dalam bukunya "*A Theory of Personality*", komunikasi merupakan proses pertukaran informasi dan ide antara dua orang atau lebih. Dalam pembuatan surat konfirmasi atas penggunaan Hotel Soll Marina oleh pelanggannya, penulis menerapkan teori Carl R. Rogers (1959) dengan mengharuskan penulis untuk menyampaikan informasi ke pihak lain yang bersangkutan pautan. Selain itu pada saat menjaga *booth wedding expo*, penulis juga berkomunikasi dengan banyak orang yang hadir pada event tersebut.



Gambar 3.8 Surat Konfirmasi
Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

Sebagai *Sales Marketing Intern* di Hotel Soll Marina selama 4 bulan, penulis sempat mengalami beberapa kendala selama proses pelaksanaan praktik kerja magang, diantaranya kendala beradaptasi dalam lingkungan kantor, perbedaan praktek (magang) dan teori yang telah dipelajari di kampus dan yang terakhir kendala dalam terlambatnya upload konten karena terdapat beberapa pihak yang berpartisipasi dalam memberikan masukan terkait konten yang telah dibuat, sehingga proses pembuatan konten menjadi tidak efektif.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan magang, penulis menerapkan berbagai upaya untuk mengatasi kendala tersebut yakni :

1. Pertama, berani untuk membiasakan diri dengan lingkungan kerja, salah satu contohnya dengan memulai perbincangan dengan yang lainnya. Dari komunikasi tersebut, penulis dapat menciptakan lingkungan kerja sesuai yang diharapkan.
2. Pembelajaran selama magang berbeda sekali dengan yang ada di kampus. Oleh karena itu, penulis mengatasinya dengan menerapkan segala ilmu yang telah diperoleh selama di kampus ke dalam dunia kerja (magang), salah satunya dengan menerapkan teori yang telah dipelajari.
3. Terakhir, fokus kepada *sales manager*, Bapak Irvan Murodz, terkait segala arahan mengenai konten dan revisi yang akan dilakukan agar proses pembuatan, editing, dan upload konten tidak menjadi terlambat.