

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa dengan tingkat persaingan yang tinggi, khususnya pada hotel berbintang lima. Hotel dituntut untuk tidak hanya mengandalkan penjualan kamar, tetapi juga menyediakan berbagai layanan akomodasi lainnya, seperti penyelenggaraan *event* mulai dari pertemuan bisnis, konferensi, seminar, pernikahan, sangjit, hingga acara perusahaan, yang merupakan salah satu sumber pendapatan utama.

Kota Jambi menjadi salah satu kota dengan potensi besar dalam industri perhotelan. Kota yang menjadi pusat pemerintahan Provinsi Jambi ini menunjukkan perkembangan ekonomi yang positif. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2026), ekonomi Kota Jambi mengalami peningkatan sebesar 4,33 persen dari triwulan I-2025 hingga triwulan I-2026. Perkembangan ini menunjukkan meningkatnya aktivitas ekonomi dan mobilitas tinggi yang memiliki potensi bagi hotel untuk menyediakan layanan akomodasi dan penyelenggaraan *event*.

Selain didukung oleh pertumbuhan ekonomi, peluang industri perhotelan di Provinsi Jambi kini juga didorong oleh meningkatnya tingkat penghunian kamar (TPK) di hotel berbintang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2026), TPK hotel berbintang di Provinsi Jambi pada bulan Februari 2026 hingga Maret 2026 meningkat dari 45,69 persen menjadi 46,23 persen. Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi dalam Jambi Independent (2026) juga menyampaikan peningkatan ini terus berlanjut ke bulan-bulan berikutnya, yang mana mencapai puncaknya pada bulan Mei 2026 yang meningkat dari 52,66 persen di bulan April 2026 menjadi sebesar 53,04 persen. Angka ini menjadi yang tertinggi pada periode bulan Januari-Mei 2026. Peningkatan TPK hotel berbintang ini menunjukkan bahwa permintaan layanan akomodasi di Provinsi Jambi terus bertumbuh dan membawa peluang bagi hotel.

Perkembangan ekonomi dan sektor perhotelan ini juga menghasilkan persaingan yang ketat dalam industri perhotelan di Kota Jambi. Sehingga, mendorong hotel untuk melakukan berbagai aktivitas komunikasi serta promosi dalam memperkenalkan layanan hotel, menarik perhatian pasar, serta bertujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan hotel. Dalam mendukung aktivitas ini, dilibatkan berbagai departemen yang saling berkaitan, misalnya departemen *sales & marketing*, *front office*, *food & beverage*, *housekeeping*, *human resources*, *engineering*, hingga *accounting*. Departemen-departemen ini memiliki peran dan tanggung jawab yang harus dijalankan secara terkoordinasi agar operasional meliputi aktivitas komunikasi pemasaran, penyediaan layanan dan pelaksanaan *event* dapat berjalan lancar.

Departemen *Sales & Marketing* memiliki peran penting dalam menjalankan komunikasi perusahaan, baik dengan internal perusahaan maupun dengan klien dan calon klien. Tugas dan kegiatan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga komunikasi langsung dengan calon pelanggan, penyebaran informasi promosi melalui pemanfaatan media, serta dukungan pada pelaksanaan *event*. Kegiatan ini merupakan bagian dari strategi komunikasi perusahaan yang dilakukan hotel. Strategi komunikasi sendiri merupakan keseluruhan program dengan pesan yang disampaikan kepada konsumen atau pihak lain yang saling berkaitan dan memiliki kepentingan yang sama (Umami dalam Maharani & Priatna, 2025). Kondisi persaingan yang ketat antar hotel menekan perusahaan untuk tidak hanya bersaing dalam penyediaan layanan terbaik, tetapi juga dituntut untuk membangun kesadaran merek atau *brand awareness* dan menjangkau calon pelanggan melalui berbagai aktivitas dan strategi komunikasi pemasaran. Dengan demikian, departemen *Sales & Marketing* menjadi penting untuk menjalankan komunikasi pemasaran agar perusahaan dapat memperkenalkan layanan, menarik perhatian pasar, serta mencapai tujuan bisnis perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, aktivitas komunikasi pemasaran dan penyediaan layanan hotel juga didukung oleh administrasi dan koordinasi internal perusahaan. Menurut Kreps dalam Fagun & Adiguna (2025) komunikasi organisasi

didefinisikan sebagai proses penciptaan dan penafsiran pesan di antara anggota organisasi untuk mengatasi ketidakpastian, mengoordinasikan aktivitas, dan mencapai tujuan kolektif. Komunikasi yang terjadi dapat bersifat formal melalui dokumen resmi dan rapat kerja, serta informal melalui interaksi langsung antar staf. Aktivitas administrasi menjadi salah satu bentuk komunikasi formal yang digunakan dalam operasional hotel untuk mengelola alur komunikasi internal. Hal ini menjadi upaya bagi hotel untuk menghasilkan layanan yang baik dan terstruktur melalui pengelolaan dan penyampaian komunikasi yang jelas untuk setiap departemen yang terlibat.

Dalam kegiatan magang sebagai *sales admin intern* di Departemen *Sales & Marketing* Hotel BW Luxury Jambi, penulis terlibat dalam kegiatan *telemarketing*, *flyering*, *live reporting*, pendukung *event*, serta aktivitas administrasi seperti pengelolaan dokumen dan *database* klien. Pengalaman ini membawa kesempatan bagi penulis untuk memahami secara langsung bagaimana proses komunikasi pemasaran dan administrasi dijalankan dalam lingkungan kerja profesional, khususnya dalam operasional hotel.

Penulis tertarik untuk mengamati lebih dalam tentang peran *sales admin intern* dalam departemen *Sales & Marketing* sebagai pendukung aktivitas komunikasi pemasaran dan administrasi di hotel berbintang lima. Laporan ini diharapkan dapat memberikan pandangan mengenai peran *sales admin intern* yang tidak hanya terlibat dalam tugas administrasi, tetapi juga mampu berpartisipasi dalam aktivitas komunikasi perusahaan baik dengan internal perusahaan maupun dengan klien dan calon klien. Selain itu, penulisan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian organisasi pada industri perhotelan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Partisipasi dalam praktik kerja magang di Hotel BW Luxury Jambi ini memiliki maksud dan tujuan kerja magang sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan komunikasi pemasaran melalui kegiatan *telemarketing* dan *flyering* sebagai bentuk dari konsep *direct marketing*.

2. Memahami proses operasional *event* hotel sekaligus pemanfaatan media sosial dalam *live reporting* sebagai sarana publikasi *event* secara *real-time* melalui pengolahan konten promosi.
3. Memahami proses pengelolaan dokumen administrasi, *database* klien, dan laporan penjualan yang berperan dalam mendukung koordinasi internal departemen *Sales & Marketing*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang selama 94 hari kerja atau 654,25 jam kerja terhitung sejak 16 Februari 2026 sampai dengan tanggal 13 Juni 2026. Dalam pelaksanaannya, praktik kerja magang terhitung sebanyak 7 jam kerja waktu bekerja dan 1 jam waktu istirahat pada hari Senin sampai Jumat, serta 5 jam kerja waktu bekerja dan 1 jam waktu istirahat pada hari Sabtu. Hari kerja berlangsung dari hari Senin sampai Sabtu dengan ketentuan dilakukan sepenuhnya secara Work From Office (WFO).

Jam kerja di Hotel BW Luxury Jambi bersifat fleksibel. Karyawan dapat melakukan lembur apabila terjadi peningkatan intensitas pekerjaan, khususnya pada periode yang padat aktivitas di departemen Sales. Selain itu, pada saat *in charge event*, dapat terjadi penyesuaian waktu kerja dengan sistem pergeseran jam masuk atau pulang, tanpa mengubah durasi jam kerja yang telah ditetapkan.

Berikut adalah data pelaksanaan magang yang dilakukan:

Nama Perusahaan	: PT Jambi Permai Abadi (Hotel BW Luxury Jambi)
Bidang Usaha	: Perhotelan
Waktu Pelaksanaan	: 16 Februari – 13 Juni 2026
Waktu Kerja	: 08.00 s/d 16.00 (Senin – Jumat) & 08.00 s/d 14.00 (Sabtu)
Divisi	: Sales
Posisi Magang	: Sales Admin

Alamat Kantor : Jalan Soekarno Hatta Nomor 40, Pasir Putih,
Kecamatan Jambi Selatan, Kota Jambi, Jambi
36139

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
- 2) Mengisi Pra-KRS dan KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 SKS, IPK tidak kurang dari 2.50, serta tidak ada nilai D, E, dan F untuk semua mata kuliah.
- 3) Mengajukan detail tempat magang melalui pengisian *Registration* di prostep.umn.ac.id untuk memverifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk *Cover Letter* (PRO-STEP 01) untuk perusahaan dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi *Complete Registration* di prostep.umn.ac.id setelah mendapat perusahaan yang sesuai untuk memperoleh Kartu Kerja Magang (PRO-STEP 02), serta dapat mengakses laman *Daily Task* (PRO-STEP 03) dan laman Verifikasi Laporan MBKM (PRO-STEP 04).

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Pengajuan Curriculum Vitae (CV) dan portofolio kepada *HR Admin* Hotel BW Luxury Jambi pada tanggal 28 Januari 2026 melalui WhatsApp.
- 2) Pengajuan Surat Pengantar Magang atau *Cover Letter* kepada *HR Admin* Hotel BW Luxury Jambi pada tanggal 2 Februari 2026 melalui WhatsApp.
- 3) Proses penerimaan praktek kerja magang di Hotel BW Luxury Jambi dengan menerima *Acceptance Letter* melalui *HR Admin* Hotel BW Luxury Jambi pada tanggal 12 Februari 2026 yang ditandatangani oleh Ade Mustika Ramadhan selaku *HR Manager* Hotel BW Luxury Jambi.

C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Sales Admin* di departemen *Sales & Marketing*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi didampingi oleh Zukent selaku *Assistant Sales Executive* dan Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penyetujuan *Daily Task* dilakukan pada saat proses kerja magang berlangsung dan mengajukan *Evaluation Grade* kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google Meet.
- 2) Laporan praktek kerja magang diajukan melalui prostep.umn.ac.id dan menunggu persetujuan dari Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, dan Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktek kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

