



RINGKASAN

ALVITA MARSHA HAZ. Proses Komunikasi *Sales and Marketing* di Onih Hotel Bogor. *The Sales and Marketing Communication Process At Onih Hotel Bogor*. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

Onih Hotel Bogor adalah satu satunya hotel tematik yang terletak di kota Bogor dan merupakan salah satu bidang usaha yang masuk dalam kelompok industri pelayanan. Ciri kelompok industri ini adalah adanya fasilitas (barang) dan unsur pelayanan (jasa) yang ditawarkan kepada pelanggan. *Sales and marketing* dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan memahami proses komunikasi.

Laporan Akhir ini memiliki tujuan untuk menjelaskan tugas dan proses komunikasi divisi *sales and marketing* di Onih Hotel Bogor serta mengetahui hambatan apa saja yang terjadi dalam proses komunikasi. Data dalam Laporan Akhir diperoleh pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Onih Hotel Bogor, Jalan Paledang No 50-52, Paledang, Bogor Tengah, Jawa Barat, Indonesia. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama empat puluh hari pada tanggal 17 Juni hingga 1 Agustus 2019. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, partisipasi aktif, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Penyusunan laporan akhir ini dilakukan dengan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

Divisi *sales and marketing* Onih Hotel Bogor memiliki tugas yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan, diantaranya memperkenalkan produk atau jasa perusahaan kepada masyarakat, menghasilkan pemasukan bagi perusahaan, menjalin hubungan baik dengan konsumen, menyerap informasi dari luar dan menyampaikannya kepada perusahaan.

Proses komunikasi yang dilakukan divisi *sales and marketing* Onih Hotel Bogor dalam melayani calon pelanggan atau pelanggan adalah komunikasi interpersonal. Proses komunikasi interpersonal dapat berjalan baik dan lancar karena pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima serta menanggapi secara langsung pula.

Hambatan yang dialami oleh divisi *sales and marketing* Onih Hotel Bogor dalam melaksanakan tugasnya adalah hambatan pada media, hambatan dari penerima pesan, hambatan psikologis dan perbedaan persepsi. Dengan adanya solusi-solusi yang bisa diterapkan dan dilakukan bisa menghadapi hambatan tersebut

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Onih Hotel, Proses Komunikasi, *Sales and Marketing*



Hambatan psikologis yang mengganggu proses berjalannya komunikasi pada *sales and marketing* Onih Hotel Bogor adalah perbedaan nilai serta harapan yang berbeda antara pengirim dan penerima pesan.

Berdasarkan faktor-faktor yang dikemukakan diatas, *sales and marketing* Onih Hotel Bogor dalam melakukan komunikasi mengalami hambatan pada media. *Sales and marketing* Onih Hotel Bogor pada saat berkomunikasi atau memberikan informasi kepada konsumen melalui *email* terkadang mengalami hambatan. Pada saat akan mengirimkan surat penawaran atau surat perjanjian kepada klien. Jaringan internet seringkali mengalami gangguan yang kurang baik sehingga menghambat proses komunikasi dan proses pengiriman surat tersebut. Jumlah komputer dan *printer* juga masih kurang memadai. Hal yang sering terjadi yaitu ketika akan mengirim *email* maupun mencetak dokumen dan surat menjadi terhambat ketika seluruh komputer sedang digunakan oleh pegawai.

Hambatan dalam proses penerima pesan pada *sales and marketing* Onih Hotel Bogor terjadi karena hambatan dari lawan bicara, ketika menemui konsumen yang akan berencana akan mengadakan acara di Onih Hotel Bogor terlihat kurangnya keterbukaan antara komunikator dengan komunikan. Komunikan yang kurang memperhatikan pesan yang akan disampaikan oleh komunikator membuat canggung proses komunikasi, sehingga pesan tidak tersampaikan dengan baik dan efektif.

Hambatan psikologis yang mengganggu proses komunikasi *sales and marketing* Onih Hotel Bogor dapat terjadi ketika kurang memahami karakteristik klien, oleh karena itu cenderung menimbulkan kesalahpahaman. Hal ini terjadi karena dilihat dari faktor psikologis manusia yang berbeda-beda, seperti faktor usia ataupun pendidikan. Konsumen terkadang memilih-milih *sales and marketing* yang biasa melayaninya, karena merasa sudah terbiasa dengan *sales and marketing* yang biasa melayaninya sehingga tidak mau dilayani oleh *sales and marketing* yang lain. Faktor psikologis tersebut dapat mengakibatkan informasi yang disampaikan terjadi perubahan karena pola pikir berbeda sehingga *respons* yang diharapkan dari pengirim pesan berbeda. *Sales and marketing* menjadi kurang maksimal dalam menjalankan fungsi kerja dengan baik.

Konsumen yang kurang beretika biasanya membuat *sales and marketing* merasa malas menemuinya, terkadang konsumen tidak mau mendengarkan apa yang disampaikan. Perbedaan persepsi mengakibatkan keberhasilan komunikasi menjadi terhambat, terkadang pesan yang disampaikan belum jelas untuk disampaikan namun konsumen sudah dipengaruhi oleh situasi emosional. Konsumen yang banyak permintaannya namun tidak mau menerima adanya penambahan biaya yang sudah disesuaikan dari pihak Onih Hotel Bogor, terkadang membuat malas untuk menemuinya.

Solusi

Berbicara mengenai hambatan, tidak terlepas dengan adanya solusi. *Sales and marketing* dituntut untuk mencari solusi ketika menghadapi hambatan guna memperlancar suatu proses kinerja yang dilakukan. Dibawah ini adalah beberapa solusi yang dilakukan *sales and marketing* Onih Hotel Bogor dalam mengatasi hambatan yang terjadi, diantaranya: