



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era teknologi dan informasi saat ini, komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang fundamental bagi kehidupan manusia. Komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu bergantung pada orang lain untuk kelangsungan hidupnya. Manusia saling berkomunikasi satu sama lain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan komunikasi juga dilakukan manusia sebagai sarana penyampain informasi. Komunikasi menurut Ruben dan Steward dalam Ngalimun (2017:21) merupakan proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat yang merespon dalam menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.¹

Perkembangan era teknologi dan komunikasi sejalan dengan berkembangnya industri pariwisata yang semakin meningkat, membuat para pelaku investor memantapkan usahanya di bidang pariwisata. Menurut Soedarso, Nurif, dan Windiani (2014:138) pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga ataupun kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan ditempat tujuan.² Hotel merupakan salah satu dari industri pariwisata yang menjajikan. Hotel adalah suatu bangunan yang di dalamnya menyediakan pelayanan jasa penginapan, makanan, dan minuman serta fasilitas jasa lainnya yang diperuntukan untuk masyarakat umum, baik yang menginap di hotel tersebut maupun yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel tersebut. Hotel sebagai suatu *hospitality industry*.

Menurut *Oxford English Dictionary* dalam Noviaty (2019:15) "*hospitality is the reception and entertainment of guests, visitor or strangers with liberality and good will*" artinya *hospitality industry* merupakan industri jasa dimana unsur pelayanan jasa yang melekat dan tidak dapat dipisahkan dari jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.³ Tujuan bisnis dalam *hospitality industry* adalah menciptakan keuntungan melalui penciptaan dan pemeliharaan kepuasan *customer*.

Onih Hotel Bogor merupakan hotel berbintang tiga yang sangat unik dalam desain tema bangunan maupun fasilitas yang diberikan, *Classy and Thematic Hotel Concept* adalah *brand image* yang tidak bisa lepas dari Onih Hotel. Onih hotel merupakan hotel tematik pertama di Kota Bogor. Persaingan industri perhotelan yang ketat membuat Onih Hotel harus memiliki strategi pemasaran yang menarik minat *customer*. Strategi pemasaran yang digunakan harus mengikuti perkembangan pasar. Onih Hotel memiliki *Sales and Marketing Department* yang mengelola pemasaran dan promosi kepada para *customer*. *Sales and Marketing Department* terdapat *Guest Relations Officer* yang bertugas mengelola informasi seputar perhotelan, menjadi media komunikasi antara manajemen dengan

¹ Ngalimun, Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis, PT.Idemedia Pustaka Utama, hlm 21

² Soedarso, Nurif, dan Windiani, Potensi dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam dengan Pendekatan *Marketing Places* (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bojonegoro), hlm 138

³ Noviaty, Industri Perhotelan, Desa Pustaka Indonesia, hlm 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

karyawan, menjadi fasilitator perusahaan dengan *customer* dan juga menangani keluhan tamu di Onih Hotel. Peran *Sales and Marketing* dalam proses pemasarannya tidak bisa lepas dari peran seorang *Guest Relation Officer*. Proses pemasarannya *Sales and Marketing* membutuhkan *Guest Relation Officer* untuk melayani dan membangun hubungan yang baik dengan *customer*. Hubungan yang baik dengan *customer* merupakan modal utama dalam pemasaran produk dan jasa Onih Hotel. Peran keduanya sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan. Mencapai tujuan bisnis perusahaan dibutuhkan keahlian serta strategi yang tepat dan cermat, salah satu caranya adalah selain melakukan promosi dalam pemasaran, dibutuhkan juga pelayanan yang baik kepada pelanggan dan hal tersebut merupakan tugas utama dari seorang *Guest Relation Officer*. Memberikan pelayanan kepada *customer* harus terus ditingkatkan dan dengan memberikan pelayanan yang baik dapat membangun citra positif untuk Onih Hotel serta dengan memberikan pelayanan terbaik dapat membangun kepercayaan *customer* untuk terus menggunakan jasa dan produk Onih Hotel.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis mengangkat judul Laporan Akhir Peran *Sales and Marketing Department* untuk Memberikan Pelayanan kepada *Customer* di Onih Hotel Bogor.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir sebagai berikut:

- 1) Bagaimana deskripsi tugas *Sales and Marketing Department* di Onih Hotel Bogor?
- 2) Bagaimana tugas *Guest Relation Officer* Onih Hotel Bogor dalam memberikan pelayanan kepada *customer*?
- 3) Apa saja hambatan-hambatan dan solusi yang dihadapi oleh *Sales and Marketing Department* Onih Hotel Bogor dalam memberikan pelayanan kepada *customer*?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penyusunan Laporan Akhir ini sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan deskripsi tugas *Sales and Marketing Department* di Onih Hotel Bogor.
- 2) Menjelaskan tugas *Guest Relation Officer* Onih Hotel Bogor dalam memberikan pelayanan kepada *customer*.
- 3) Menjelaskan hambatan-hambatan dan solusi yang dihadapi oleh *Sales and Marketing Department* Onih Hotel Bogor dalam memberikan pelayanan kepada *customer*.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk penulisan Laporan Akhir dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan di Onih Hotel Bogor yang beralamat di Jalan Paledang nomor 50-52, Kota Bogor, Jawa Barat. Waktu pengumpulan data dilaksanakan

selama empat puluh hari, terhitung sejak tanggal 17 Juni sampai dengan 1 Agustus 2019. Jam kerja Senin hingga Sabtu, pukul 08.00 sampai 16.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data merupakan komponen penting yang dapat digunakan sebagai bahan atau sumber untuk menjawab permasalahan yang ada dan kemudian akan menjadi pembahasan pada Laporan Akhir ini. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder serta instrumen yang digunakan untuk penyusunan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data
 - a) Data Primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber di Onih Hotel Bogor. Data primer diperoleh dengan melakukan pengamatan dan penulis berpartisipasi langsung dalam melakukan pekerjaan yang dilakukan *Sales and Marketing Department*.
 - b) Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau daya yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber. Sumber dari data sekunder ini berupa sejumlah data dari buku, jurnal, dan sumber lain yang relevan dengan masalah atau kebutuhan data yang ada.

- 2) Instrumen
Instrumen atau alat yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa daftar pertanyaan, alat tulis, *flashdisk*, komputer, *handphone* serta kamera digital untuk mendokumentasikan foto dan video selama kegiatan berlangsung.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies
Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk memperoleh informasi dengan membandingkan standar dan ukuran yang telah ada. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penyusunan Laporan Akhir antara lain:

- 1) Observasi langsung
Observasi langsung yang dilaksanakan penulis yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan dan kontribusi pada *Sales and Marketing Department* di Onih Hotel Bogor.
- 2) Partisipasi aktif
Penulis berperan langsung pada *Sales and Marketing Department* di Onih Hotel Bogor selama berperan langsung penulis mengikuti, melaksanakan, dan mengamati tugas-tugas *Sales and Marketing Department* dan *Guest Relation Officer*.
- 3) Wawancara
Penulis melakukan wawancara untuk dapat bertanya dan mendapatkan informasi dan data yang jelas dan akurat. Penulis melakukan wawancara kepada tim *Sales and Marketing Department*.
- 4) Studi pustaka
Penulis melakukan pengumpulan dan mendalami data yang ada dengan mencari sejumlah buku dan jurnal untuk digunakan sebagai referensi untuk menunjang materi yang dibahas dalam penulisan Laporan Akhir.
- 5) Dokumentasi
Dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi tugas Laporan Akhir yang berupa dokumentasi aktivitas penulis selama Praktik Kerja Lapangan di Onih Hotel.