

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk yang istimewa karena kemampuannya melakukan kontak sosial. Kontak sosial tidak dapat terjalin tanpa adanya komunikasi baik langsung maupun tidak langsung, verbal maupun nonverbal. Proses komunikasi akan dikatakan berhasil jika terjadi kesamaan makna antara komunikator dan komunikan.

Rustan dan Hakki menyebutkan bahwa (2017:2) komunikasi bersifat *omnipresent* (hadir dimana-mana) kapan saja, dimana saja, dan dengan siapa saja. Hal tersebut mengartikan bahwa komunikasi tidak dapat dihindari dalam hal apapun bahkan diam sekalipun. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dari satu pihak ke pihak lainnya dengan menggunakan lambang yang menghasilkan kesamaan makna.

Komunikasi juga memiliki peran penting dalam dunia bisnis, dilihat semakin berkembangnya industri bisnis zaman sekarang, diperlukan komunikasi yang efektif dalam prosesnya agar bisnis dapat terus berjalan dengan baik. Christy (2019:1) mendefinisikan bisnis sebagai suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. Menurut Morrisson (2015:43) tujuan komunikasi dalam lingkup bisnis adalah untuk menciptakan kesadaran atau pengetahuan mengenai produk dengan berbagai citra produk, atau menciptakan sikap yang positif, preferensi dan keinginan membeli produk bersangkutan.

Hotel Salak The Heritage termasuk ke dalam hotel bisnis. Hotel dengan bisnis ini dirancang untuk mengakomodasi tamu yang mayoritas mempunyai tujuan berbisnis. Hotel Salak tidak hanya menyediakan kamar namun juga ruangan untuk mengadakan *meeting* yang besar untuk memenuhi kebutuhan tamu. Hotel Salak The Heritage merupakan hotel tertua yang ada di Bogor dan termasuk ke dalam cagar budaya dimana arsitekturnya tidak boleh mengalami perubahan yang mencolok. Mempertahankan keaslian bangunan menjadi salah satu cara untuk menonjolkan identitas dari hotel.

Bisnis sendiri tidak pernah terlepas dari kata pemasaran. Menurut Kotler & Keller dalam Limakrisna (2017:4) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Pelanggan biasanya akan melihat dan menentukan bentuk produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya beli. Seperti halnya kebutuhan lembaga pemerintahan terhadap ruang *meeting*.

Hotel Salak The Heritage perlu mengelola kegiatan pemasaran dengan baik. Salah satu cara untuk mengelola kegiatan pemasaran dengan baik adalah dengan dibentuknya divisi *sales and marketing*. Tugas divisi *sales and marketing* di Hotel Salak The Heritage adalah mengelola kegiatan M.I.C.E dengan mempersiapkan segala keperluan yang dibutuhkan.

Kegiatan M.I.C.E (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) merupakan jenis kegiatan yang terdapat dalam industri pariwisata. MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure*

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 IPI.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.



dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama yang dalam rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings*, *incentive travel*, *conventions*, *congresses*, *conference*, dan *exhibition*. Kegiatan M.I.C.E ini dapat berjalan dengan baik karena adanya peran divisi *sales and marketing* yang memiliki sikap ramah, keahlian dalam mempersuasi, kecekatan, mampu mengatur acara, dan mengelola hambatan dalam untuk kestabilan dan kepuasan konsumen.

Divisi *sales and marketing* memiliki dua tim didalamnya, yaitu tim *marketing executive* dan *banquet sales*. Keduanya harus saling berkoordinasi satu sama lain dalam mempersiapkan sebuah kegiatan di hotel. Komunikasi yang tidak berjalan dengan baik antar divisi akan menyebabkan masalah yang besar bagi perusahaan yaitu hilangnya kepercayaan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Divisi *sales and marketing* biasanya melakukan komunikasi secara langsung dan personal baik kepada sesama tim maupun kepada konsumen.

Komunikasi yang dilakukan oleh divisi *sales and marketing* dalam mempersiapkan kegiatan termasuk kedalam komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi. Menurut Mulyana dalam Suryanto (2015:110) komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik verbal maupun nonverbal.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis tertarik untuk menyusun Laporan akhir dengan judul Proses Komunikasi Divisi *Sales and Marketing* dalam Mempersiapkan Kegiatan di Hotel Salak The Heritage Bogor. Laporan akhir ini akan membahas mengenai proses komunikasi dan kaitannya terhadap kinerja divisi *sales and marketing*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini sebagai berikut:

- 1) Apa tugas divisi *sales and marketing* di Hotel Salak The Heritage Bogor?
- 2) Bagaimana proses komunikasi divisi *sales and marketing* dalam mempersiapkan acara di Hotel Salak The Heritage Bogor?
- 3) Apa hambatan dan solusi divisi *sales and marketing* dalam mempersiapkan kegiatan di Hotel Salak The Heritage Bogor?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, maka tujuan dari Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan tugas divisi *sales and marketing* di Hotel Salak The Heritage Bogor.
- 2) Menjelaskan proses komunikasi divisi *sales and marketing* dalam mempersiapkan acara di Hotel Salak The Heritage Bogor
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi divisi *sales and marketing* dalam mempersiapkan kegiatan di Hotel Salak The Heritage Bogor.

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 IPI.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

Hak cipta dilindungi undang-undang

Bogor Agricultural University