

MAGANG INDUSTRI
di
HARRIS HOTEL BATAM CENTER

Disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Mata Kuliah Magang Industri

Oleh:

ZHAFIRA EDELIN

3112011053



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BATAM
2024



No.FO.8.4.3.1-V2 Format Laporan Magang

23 Maret 2020

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa :

ZHAFIRA EDELIN - 3112011053

telah melaksanakan Magang Industri

di **HARRIS HOTEL BATAM CENTER**

mulai tanggal **8 Agustus 2022** sampai dengan **9 April 2023**

<p>Pembimbing Perusahaan,</p>   <p>Vira Wahyudiningsih Sales Admin</p>	<p>Dosen Pembimbing,</p>    <p>Ria Anggraini, S.ST, MBA NIK 114121</p>
--	---

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan magang 2, serta dapat menyelesaikan laporan magang secara tepat waktu dan tanpa adanya halangan. Laporan magang ini dibuat berdasarkan kegiatan penulis selama menjalankan magang 2 di HARRIS Hotel Batam Center pada tanggal 3 Januari 2023 – 31 Juli 2023

Magang 2 ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi D3 Akuntansi . Selain itu untuk menuntaskan Program Studi pada semester 7 (tujuh), magang 2 ini juga banyak memberikan manfaat kepenulis baik dari segi akademik dan non akademik dan merupakan pengalaman yang penulis tidak dapatkan di bangku perkuliahan .

Dalam penyusunan Laporan Magang ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Uuf Brajawidagda, S.T.,M.T.,Ph.D selaku Direktur utama Politeknik Negeri Batam.
2. Arniati, S.E., M.Si.,Ph.D.,Ak.,CA.,CPA selaku Keapala Jurusan Manajemen Bisnis
3. Dedi Kurnaiwan, S.Tr.Akun.,M.Acc selaku Kepala Prodi Akuntansi
4. Mega Mayasari , SE.,M.SC selaku Wali Dosen Akuntansi 7B Malam
5. Sugeng Riadi, S.E., M.Ak selaku Koordinator Magang 2
6. Ria Anggraini, S.ST.,M.B.A selaku Dosen Pembimbing
7. Bapak Harum Hendra Winata selaku *General Manager* HARRIS Hotel Batam Center

8. Ibuk Meyuanda Jingga Nastiti selaku *Director of Sales - Shared Service* HARRIS Hotel Batam Center
9. Kak Vira Wahyudiningsih selaku Sales Secretary HARRIS Hotel Batam Centre
10. Ibu Sally Ginanti Selaku *Human Resource Manager – Share Service* HARRIS Hotel Batam Center
11. Bapak Dede Madan Putra Selaku *Human Resource Officer* HARRIS Hotel Batam Center
12. Orang tua yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik moril maupun materil selama melaksanakan Magang 2 dan Pembuatan Laporan Magang

Daftar Isi

KATA PENGANTAR	3
Daftar Gambar	7
Daftar Table	8
1. Gambaran Umum Perusahaan/Instansi	9
1.1. Sejarah Singkat Perusahaan/Instansi.....	9
1.2. Visi, Misi Perusahaan/Instansi.....	18
1.3. Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi.....	20
1.4. Ruang Lingkup Usaha Perusahaan/Instansi.....	21
2. Deskripsi Kegiatan Magang Industri	22
2.1. Deskripsi Kerja	22
2.1.1. Lokasi Unit Kerja	22
2.1.2. Rincian Tugas	22
2.1.3. Tanggung Jawab	25
2.1.4. Target yang Diharapkan	25
2.1.5. Kendala yang Dihadapi Dalam Menyelesaikan Tugas.....	26
2.2. Deskripsi Alat dan Produk	26
2.2.1. Perangkat Lunak/Perangkat Keras yang Digunakan	26
2.2.2. Data dan Dokumen yang Diolah/Dihasilkan	26
2.3. Hal – Hal Lain.....	28
2.3.1. Permasalahan Terapan	28
2.3.2. Solusi Dari Permasalahan Terapan.....	31
2.4. Tinjauan Pustaka.....	33
2.4.1. Kepuasan Pelanggan.....	33
2.4.2. <i>Service Excellent</i>	34
2.4.3. <i>Event</i>	34
2.4.4. Hotel	35
3. Kesimpulan dan Saran	35
3.1. Kesimpulan	35
3.2. Saran	35



DAFTAR PUSTAKA	37
Lampiran	39

Daftar Gambar

Gambar 1. Logo Ascott.....	9
Gambar 2. Brand Ascott	10
Gambar 3. Logo HARRIS Hotel Batam Center.....	10
Gambar 4. HARRIS Room	11
Gambar 5. HARRIS Cafe	12
Gambar 6. HARRISSIMO	13
Gambar 7. Unique Ballroom.....	14
Gambar 8. Smiley All Meeting Room	14
Gambar 9. Simple Meeting Room	15
Gambar 10. H-Spa	16
Gambar 11. Gymnasium	16
Gambar 12. Kolam Renang (<i>Swimming Pool</i>).....	17
Gambar 13. HARRIS Boutique	17
Gambar 14. Struktur Organisasi HARRIS Hotel Batam Center.....	20
Gambar 15. Struktur Organisasi Sales Department	21



Daftar Table

Table 1. Aspek Penilaian Event di Hotel	30
Table 2 . Penambahan Aspek Penilaian Event di Hotel.....	32

1. Gambaran Umum Perusahaan/Instansi

1.1. Sejarah Singkat Perusahaan/Instansi

The Ascott Limited (Ascott)



Gambar 1. Logo Ascott

Sumber : Web The Ascott Limited

The Ascott Limited (Ascott) adalah perusahaan Singapura yang telah berkembang menjadi salah satu operator pemilik penginapan internasional terkemuka. Portofolio Ascott mencakup lebih dari 200 kota di lebih 40 negara di Asia Pasifik, Asia Tengah, Eropa, Timur Tengah, Afrika, dan Amerika Serikat. Ascott memiliki sekitar 92.000 unit operasi dan lebih dari 63.000 unit dalam pengembangan , sehingga total sekitar 155.000 unit di lebih dari 900 properti.



Gambar 2. Brand Ascott

Sumber : Web Ascott

Viced apartment, coliving, dan hotel perusahaan termasuk Ascott, Citadines, lyf, Oakwood, Quest, Somerset, The Crest Collection, The Unlimited Collection, Preference, Fox, HARRIS, POP!, Vertue, dan YELLO. Ascott, anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki oleh CiptaLand Investment Limited, mempelopori apartemen berlayanan kelas internasional pertama di Asia Pasifik dengan pembukaan The Ascott Singapura pada tahun 1984. Saat ini perusahaan memiliki rekam jejak industri selama lebih dari 30 tahun dan merek pemenang penghargaan yang mendapatkan pengakuan di seluruh dunia..

Profil HARRIS Batam Center



Gambar 3. Logo HARRIS Hotel Batam Center

Sumber : Dokumen Sales Admin

HARRIS Hotel Batam Center (HBCT) merupakan hotel yang terletak di kota Batam, tepatnya di kecamatan Teluk Tering, yang didirikan pada tahun 2011 dan diresmikan pada tanggal 10 November 2012. HARRIS Hotel Batam Center merupakan hotel HARRIS kedua yang ada di pulau Batam, dimana pemiliknya adalah Boyke Gazali yang juga merupakan pemilik HARRIS Resort Waterfront Batam dan HARRIS Resort Tuban Bali dan beberapa properti hotel lainnya yang ada di Indonesia.

Kepemilikan hotel ini dikelola di bawah PT.Retzan Indonusa, dan pengelolaan operasional hotel dibawah naungan *The Ascott Limited*. HARRIS Hotel Batam Center memiliki lokasi yang strategis, yaitu bersebelahan dengan pelabuhan, bersebrangan dengan pusat perbelanjaan dengan alun-alun Kota Batam, serta dekat dengan pusat administrasi kota, seperti kantor imigrasi, kantor DPRD dan kantor pemerintahan dan lainnya.

a) Fasilitas

1. HARRIS Room



Gambar 4. HARRIS Room

Sumber : Insatagram HARRIS Hotel Batam Center

HARRIS Hotel Batam Center memiliki bangunan dengan tinggi 10 lantai, yang terdiri dari 9 lantai untuk kamar. Di setiap lantai terdapat 19 kamar, sehingga total

keseluruhan kamar yang dimiliki berjumlah 171 kamar, dimana kamar yang aktif hanya 168 kamar dan kamar yang dapat dijual hanya 166 kamar.

Pada lantai 1 dan lantai 2 merupakan lantai khusus untuk *smoking room* dan lantai 3 sampai dengan lantai 9 merupakan lantai yang diperuntukan bagi mereka yang tidak merokok (*non-smoking room*), dan pada lantai 9 terdapat SPA.

Pada HARRIS Hotel Batam Center terdapat *connecting room*, dengan jumlah 8 *connecting room* yang tersedia di setiap lantainya. Pada kamar - kamar yang tersedia, terdapat dua pemandangan dari kamar yang dipilih, yaitu pemandangan laut (*sea view*) dan pemandangan kota (*city view*), dengan luas kamar 27 m² dan terdapat 2 pilihan tempat tidur, yaitu twin bed dan king bed.

1. *Food & Beverage (F&B)*

HARRIS Hotel Batam Center memiliki beberapa *F&B Outlet Restaurant* dengan tipe berbeda, yaitu :

a. HARRIS *Cafe*



Gambar 5. HARRIS Cafe

Sumber : Dokumen Marketing

HARRIS *Cafe* merupakan nama yang diberikan kepada *restaurant* atau tempat makan dan sarapan di seluruh properti HARRIS. HARRIS *Cafe* menawarkan beragam

menu Internasional & Indonesia yang sehat. Menu *Corner* pada saat *Buffet Breakfast*. *Restoran* andalan ini terletak di belakang area *front desk* (resepsionis) dan memiliki pintu yang langsung terhubung dengan area kolam renang. *Restaurant* ini memiliki jam operasional sebagai berikut :

- *Breakfast* : 6.00 am - 10.00 am (*Weekdays*) dan 6.00 am - 11.00 am (*Weekend*)
- *Lunch* : 11.00 am - 2.30 pm
- *Dinner* : 6.00 pm - 10 pm

b. HARRISSIMO



Gambar 6. HARRISSIMO
Sumber : Dokumen Marketing

HARRISSIMO Pizza adalah *restaurant pizza al fresco*, yang terinspirasi oleh tradisi *pizzerie* Italia yang dipanggang dari kayu. Para tamu berburu pizza tipis renyah dan pasta lezat yang disajikan hingga larut malam. Terletak di tepi kolam renang.

2. MICE

a. *Unique Ballroom*



Gambar 7. Unique Ballroom

Sumber : Dokumen Marketing

Unique Ballroom adalah ruang pertemuan terbesar di HARRIS Hotel Batam Center, dengan luas 576 meter persegi, terletak di lantai dasar dari lobi utama. Kapasitas ruangan dapat menampung hingga 700 *seats* jika dalam *Theater Layout*. Ruang pertemuan dapat dibagi menjadi 2 ruang pertemuan yang lebih kecil tergantung pada jumlah tamu.

b. *Smiley all Meeting Room*



Gambar 8. Smiley All Meeting Room

Sumber : Dokumen Marketing

Smiley Meeting Room adalah ruangan pertemuan seluas 132 meter persegi yang terletak di lantai dasar dari lobby utama. Kapasitas *meeting room* ini dapat menampung hingga 120 orang dengan theater layout.

c. *Simple Meeting Room*



Gambar 9. Simple Meeting Room
Sumber : Dokumen Marketing

Simple Meeting Room adalah ruang pertemuan seluas 19 meter persegi yang terletak di lantai dasar, di lantai yang sama dengan *smiley* dan *unique ballroom*. Sangat cocok untuk kelompok kecil yang bisa menampung 20 orang dengan theater layout.

3. Fasilitas Lainnya

Selain fasilitas ruang meeting, HARRIS Hotel Batam Center juga memiliki fasilitas lain yang cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan para tamu selama menginap di HARRIS Hotel Batam Center.

a. *H-Spa*



Gambar 10. H-Spa

Sumber : Dokumen Marketing

HARRIS Hotel Batam Center juga memiliki fasilitas *Spa*. *H-Spa* merupakan fasilitas pendukung lainnya yang diberikan HARRIS Hotel Batam Center untuk memberikan pelayanan terbaik kepada tamu yang menginap, dimana untuk menikmati *massage* dan *spa* para tamu tidak perlu lagi repot-repot untuk keluar dari hotel, para tamu dapat langsung menikmatinya di hotel, baik itu di tempat yang sudah disediakan maupun di kamar masing-masing, yang akan disesuaikan dengan permintaan tamu.

b. *Gymnasium*



Gambar 11. Gymnasium

Sumber : Dokumen Marketing

Gym merupakan fasilitas olahraga yang diperuntukkan untuk para tamu yang menginap di HARRIS Hotel Batam center. Terletak di lantai dasar hotel. Memiliki berbagai macam peralatan olahraga tanpa dikenakan biaya, dibuka setiap 24 jam.

c. Kolam Renang (*Swimming Pool*)



Gambar 12. Kolam Renang (*Swimming Pool*)

Sumber : Dokumen Marketing

HARRIS Hotel Batam Center memiliki kolam renang yang pemandangannya langsung mengarah ke laut. Kolam renang merupakan fasilitas yang bisa digunakan oleh tamu HARRIS Hotel Batam Center. Kolam renang ini memiliki jam operasional dari jam 07.00 sampai dengan pukul 22.00 WIB.

d. HARRIS *Boutique*



Gambar 13. HARRIS Boutique

Sumber : Dokumen Marketing

Merupakan fasilitas pendukung dimana HARRIS *Boutique* ini disediakan berbagai macam *souvenir* dari HARRIS yang dapat dibeli dan dibawa pulang sebagai kenang-kenangan.

Tidak hanya fasilitas fisik seperti ruangan dan fasilitas rekreasi yang terdapat di HARRIS Hotel Batam Center, namun disini juga terdapat fasilitas non-fisik yang dapat dinikmati oleh para tamu yang menginap, diantaranya adalah :

e. *Wi-Fi*

Wi-Fi merupakan layanan internet tanpa menggunakan kabel, dimana para tamu dapat mengaksesnya secara cuma-cuma, baik di kamar hotel, area *lobby*, area kolam renang, bahkan sampai dengan ruangan *meeting*. HARRIS Hotel Batam Center memberikan setiap lokasi *Wi-Fi* yang berbeda guna memberikan pelayanan yang terbaik bagi tamu di era modern ini.

f. *Room Service*

Merupakan layanan kamar yang disediakan bagi tamu yang menginap, yang berupa penyediaan makanan dan minuman yang akan langsung diantar ke kamar tamu, dan layanan ini tersedia 24 jam penuh.

g. *HARRIS Move*

HARRIS Move merupakan kegiatan yang menjadi salah satu ciri khas dan keunikan dari seluruh HARRIS hotel yang ada di Indonesia. Dalam kegiatan ini para karyawan akan berkumpul pada saat sarapan pagi, tepatnya pada pukul 08.00 untuk menari bersama, beserta dengan maskot Dino yang merupakan maskot dari HARRIS Hotel Batam Center itu sendiri.

1.2. Visi, Misi Perusahaan/Instansi

2. *Visi*

To be a leading global enterprise that enriches people and communities through high -quality real estate products and services

3. *Misi*

- *Customers*

We create great customer values and experiences through high-quality products and services.

- *People*

We develop high-performing people and teams through rewarding opportunities.

- *Investors*

Deliver sustainable shareholder returns and build a strong global network of capital partners.

- *Communities*

We care for and contribute to the economic, environmental and social development of communities.

4. *Values*

- *Winning Mindset*

- *Be passionate in pursuing excellence*
- *Persevere and overcome difficulties*
- *Be bold, courageous and resilient*

- *Integrity*

- *Be ethical and trustworthy*
- *Do the right thing to the company*
- *Care for our communities and the environment*

- *Respect*

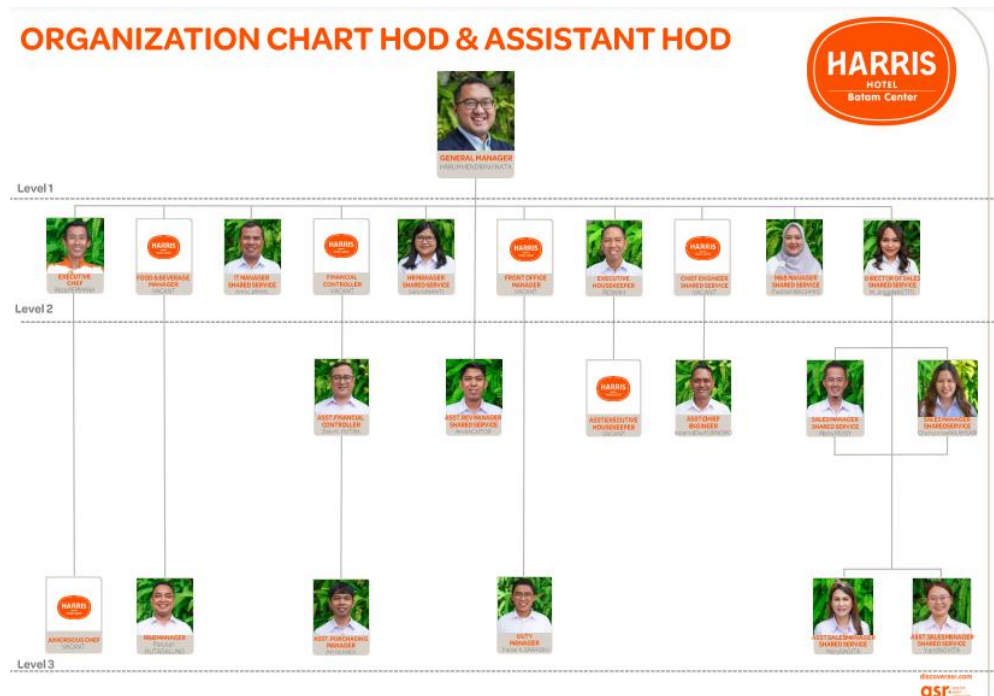
- *Be humble and show appreciation to one another*
- *Be inclusive, collaborative and break down silos*
- *Embrace diversity as a global organization*

- *Enterprising*

- *Be innovative and agile*
- *Dare to be different and challenge the status quo*

1.3. Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi

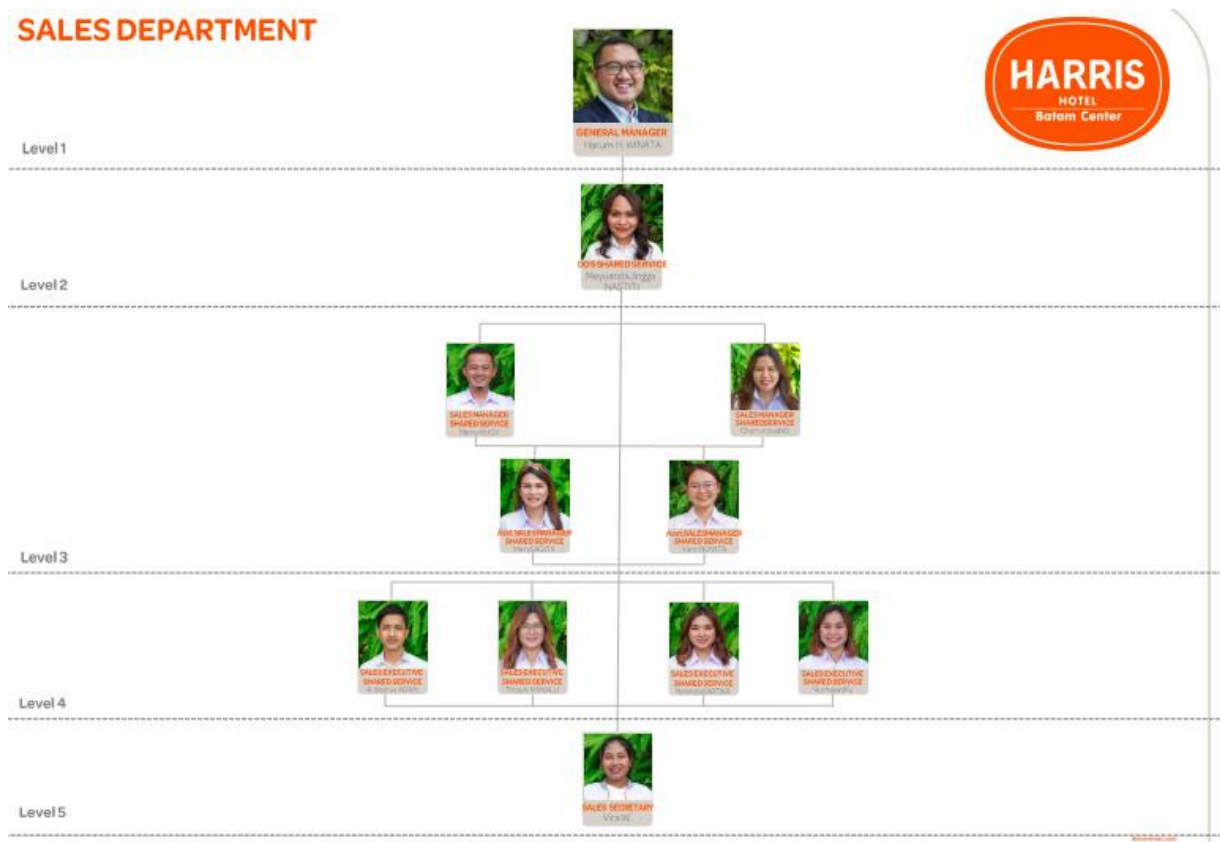
Struktur Organisasi HARRIS Hotel Batam Center



Gambar 14. Struktur Organisasi HARRIS Hotel Batam Center

Sumber : HRD HARRIS Hotel Batam Center

Struktur Organisasi *Sales Departement*



Gambar 15. Struktur Organisasi Sales Department
Sumber : HRD HARRIS Hotel Batam Center

1.4. Ruang Lingkup Usaha Perusahaan/Instansi

HARRIS Hotel Batam Center merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang memberikan pelayanan dan produk. Produk yang dihasilkan berupa kamar yang dimana kamar ini dapat digunakan oleh tamu yang sedang melakukan perjalanan kerja atau sedang ingin liburan. Selain kamar produk yang dihasilkan juga berupa makanan yang dijual di *restaurant*. Sedangkan untuk pelayanan sendiri merupakan kreativitas karyawan dalam memberi pelayanan kepada tamu yang menginap di HARRIS Hotel Batam Center.

2. Deskripsi Kegiatan Magang Industri

2.1. Deskripsi Kerja

Sales admin merupakan profesi yang bertugas untuk mendukung segala aktivitas *sales* terutama yang berhubungan dengan administrasi di suatu perusahaan/industri perhotelan. *Sales admin* memiliki peran yang cukup penting. Tidak jarang, mereka menjadi titik kontak pertama ketika tamu ingin menyampaikan pertanyaan terkait pengadaan *event* (acara). Oleh karena itu, selain menguasai bidang penjualan, *sales admin* juga harus menguasai *customer service skill* dengan sangat baik.

Sales admin memiliki tugas untuk membantu kegiatan penjualan *sales*. *Sales admin* akan melakukan sejumlah tugas yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan, serta memastikan proses administrasi dalam proses penjualan dapat berjalan lancar. Inilah sebabnya mengapa *sales admin* juga berperan sebagai penghubung antara *client* atau pelanggan dengan tim *sales* penjualan. Karena selain membantu mengkoordinasikan kegiatan penjualan, *sales admin* juga harus mampu menjaga kepuasan pelanggan. *Sales admin* akan membantu proses pesanan, mencari informasi pelanggan, serta memberikan laporan layanan pelanggan pasca penjualan.

2.1.1. Lokasi Unit Kerja

HARRIS Hotel Batam Center yang beralamatkan di Jl. Engku Putri, Teluk Tering, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461. HARRIS Hotel Batam Center merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan . Penulis ditempatkan di departemen Sales yaitu sebagai sales admin yang berhubungan dengan administrasi penjualan.

2.1.2. Rincian Tugas

Tugas yang dilakukan penulis selama proses magang berlangsung, adalah sebagai berikut :

- Membuat *daily revenue*.

Update daily revenue merupakan kegiatan yang biasa dilakukan di pagi hari. Biasanya *daily revenue* ini digunakan sebagai data oleh *Director of Sales* untuk *Morning briefing* bersama *General Manager* dan *Head of Department*.

- Membantu mempersiapkan data-data.

Penulis membantu mempersiapkan beberapa dokumen yang diperlukan *sales manager* untuk *morning briefing* bersama *General Manager* dan *Head of Departmenet*. Setelah merekap *logbook*, *Sales admin* biasanya membantu print segala data-data untuk *Director of Sales* untuk *morning briefing* bersama *General Manager* dan *Head of Department* lainnya. Data-data tersebut seperti *manager report*, *competitor report*, *forecast occupancy*, *in house guest list*, dan *expected arrival report*. Semua data ini didapatkan di sistem *VHP Hotel*. Intinya data-data ini diperlukan *Director of Sales* untuk menghitung masih berapa *room* yang tersedia perhari untuk mencapai *revenue budget* yang ditetapkan pertiap bulan, list vip yang ada, list group yang akan *check in* dan yang akan *check out*, laporan hotel-hotel kompetitor, *occupancy* yang telah dicapai, promosi apa yang akan dilakukan untuk mencapai target *occupancy*, dan lain-lain.

- *Check* dan *reply* email

Sales admin harus selalu mengecek setiap email yang masuk pada email kerjanya, apakah itu dari *client* yang menanyakan kamar, ruang *meeting*, permintaan harga kontrak, ataupun dari atasan, dari departemen lain yang berisi memorandum, sebuah informasi penting dari *Head of Department*, dan lain-lain.

Biasanya seorang *sales admin* memegang *general email* pada *sales* yang dimana setiap *staff* dalam *sales* ataupun *Director of Sales* yang mengirim email keluar selalu di cc kan dengan *sales admin*, ataupun setiap email penting dari departemen lain yang masuk pasti akan dikirimkan atau cc ke email *sales admin*, sehingga sebagai *sales admin* akan selalu mengetahui *update* mengenai informasi pada *sales* dan hotel, juga bisa terus belajar dan mengupgrade diri dengan mempelajari isi-isi email penting yang biasanya dikirimkan oleh *Manager*.

- Membuat *Quotation*

Quotation merupakan surat penawaran yang berisi *detail room*, ruang *meeting*, dan berbagai fasilitas lainnya yang sudah termasuk ada list harganya. Biasanya saat ada

email masuk yang meminta dikirimkan list harga atau dari atasan kita yang meminta dikirimkan *quotation*, atau juga saat *sales executive* masih *sales call* dan tidak berada di *office*, disini *sales admin* membantu membuat *quotation* yang biasanya sudah ada formatnya hanya mengganti bagian *company profile* dan bagian akhirnya saja lalu kemudian dikirimkan via email kepada *company* yang meminta *offering* tersebut.

- Membuat *Formal Agreement*.

Formal agreement hampir sama dengan *quotation* hanya saja *formal agreement* berisikan tanggal *event*, harga kamar, dan juga terdapat tanda tangan dari *customer* sebagai tanda kalau *event* ini sudah pasti dilaksanakan.

- Membuat *Banquet Event Order (BEO)*

BEO adalah lembaran yang berisi tentang informasi menyangkut acara yang akan dilaksanakan dan digunakan setiap hari sebagai bahan acuan untuk menyiapkan acara yang akan dijalankan ke *department Food & Beverage, Accounting, dan General Manager*. Lalu *BEO* akan dibagikan melalui email ke masing-masing *department*.

- Membuat *Amendment Banquet Event Order*

Amendment BEO berisi perubahan seperti penambahan ataupun pengurangan jumlah pax atau jumlah kamar yang sudah dibuat sebelumnya pada *BEO*. Untuk menginfokan *department* lain atas perubahan yang terjadi maka dibuatkan *amandment BEO*. Sama seperti *BEO*, *amendment* ini juga dijalankan ke *department Front Office, Kitchen, Food & Beverage, Accounting, dan General Manager*. Lalu akan dibagikan ke email pada masing-masing *department*.

- Membuat *Contract Rate* pada *segment travel agent, government, corporate*

Mengirimkannya melalui email ke perusahaan yang menjalin kerja sama dengan HARRIS Hotel Batam Center. *Contract Rate* merupakan *Contract* yang berisikan harga kamar yang diberikan ke perusahaan. Adapun beberapa *segment company* yaitu terdiri dari *corporate, travel agent, government*. Dimasing – masing *segment* ini memiliki harga yang berbeda-beda oleh karena itu *sales admin* membuat *contract rate* agar mempermudah perusahaan dalam melihat harga yang berlaku. Untuk mengisi *contrat rate* ini dibutuhkan data dari perusahaan. Biasanya data ini dapat kita peroleh dari kartu nama atau web perusahaan tersebut.

- *Purchase Requisition & Store Requisition*

Tugas *sales* admin disini membuat *form purchase requisition (PR) & store request (SR)* untuk permintaan setiap kebutuhan *sales marketing* seperti *berbagai form (reservation form, complimentary form, transfer form, dll)*, berbagai alat tulis kantor, dan kebutuhan -kebutuhan lainnya pada departemen *sales & marketing*.

- Membuat *monthly report*

Sales production monthly report dibuat setiap awal bulan dan dikirim pada tanggal 15 pada setiap bulannya, yaitu merupakan hasil kinerja yang berisi laporan *month to date, year to date, market share hotel, top production company (travel agent, corporate, dan government), distribution (OTA production), geographical origin of business, list national corporate rate, lost group per month, banquet report*, dan yang terakhir ialah *room generated*.

- Melakukan *blockingan room* dan *meeting room* pada *system hotel*

- Membuat *leave form* apabila *sales* izin tidak masuk kerja

2.1.3. Tanggung Jawab

Adapun tanggung jawab penulis selama menjalankan periode magang 2 ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis mampu membuat dokumen dengan baik dan benar
2. Penulis menjalankan dokumen ke departemen *Food & Beverage, Finance & Accounting*
3. Penulis dapat memastikan semua dokumen dapat terselesaikan dan dibagikan melalui email ke departemen lain.
4. Penulis dapat membantu *sales* dalam menyiapkan dokumen - dokumen yang dibutuhkan dalam keberlangsungan sebuah *event*.

2.1.4. Target yang Diharapkan

Adapun target yang diharapkan penulis selama menjalankan periode magang 2 ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu
2. Mampu bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan

3. Mampu bekerja dengan profesional, cepat, tepat, dan teliti
4. Mampu beradaptasi dengan segala kendala yang ada dan menyelesaikannya dengan Baik.

2.1.5. Kendala yang Dihadapi Dalam Menyelesaikan Tugas

Selama proses magang 2 di HARRIS Hotel Batam Center penulis hanya menghadapi sedikit kendala yaitu seperti kurangnya komputer yang memadai sehingga pekerjaan menjadi terhambat.

2.2. Deskripsi Alat dan Produk

2.2.1. Perangkat Lunak/Perangkat Keras yang Digunakan

Adapun perangkat Lunak/ Perangkat Keras yang digunakan penulis selama proses magang 2 ini yaitu :

- a. *Google Drive* yang digunakan untuk menyimpan dokumen dan juga template setiap file.
- b. *Google spreadsheet* yang digunakan untuk membuat dokumen ataupun menyusun suatu data.
- c. *Google document* yang digunakan untuk membuat dokumen.
- d. *Google slide* yang digunakan untuk membuat *voucher*.
- e. *Microsoft word* yang digunakan untuk membuat dokumen.
- f. *Microsoft excel* untuk membuat dokumen.
- g. Sistem *VHP (Visual Hotel Program)* yang digunakan untuk mengambil data *revenue*, membuka *Store requisition*, membuka *Purchase request*, melihat *boocking venue acara*.

2.2.2. Data dan Dokumen yang Diolah/Dihasilkan

a. Contract Rate

Contract Rate merupakan *contract* yang berisikan harga kamar yang diberikan ke masing masing *company*. Adapun beberapa *segment company* yaitu terdiri dari *corporate*, *travel agent*, *government*. Dimasing - masing *segment* ini memiliki *rate* yang berbeda-beda oleh karena itu *sales admin* membuat *contract rate* agar mempermudah

company dalam melihat harga yang berlaku. Untuk mengisi *contract rate* ini dibutuhkan data dari masing- masing *company*. Biasanya data ini dapat kita peroleh dari kartu nama atau web perusahaan tersebut. *Contract rate* yang sudah dibuat di share melalui email.

b. *Quotation Letter*

Quotation merupakan surat penawaran yang berisi detail *room*, ruang *meeting*, dan berbagai fasilitas lainnya yang sudah termasuk ada list harganya. Biasanya saat ada email masuk yang meminta dikirimkan list harga atau dari atasan kita yang meminta dikirimkan *quotation*, atau juga saat *sales executive* masih *sales call* dan tidak berada *di office*, disini sales admin membantu membuatkan *quotation* yang biasanya sudah ada formatnya hanya mengganti bagian *company profile* dan bagian akhirnya saja lalu kemudian dikirimkan via email kepada *company* yang meminta *offering* tersebut.

c. *Formal Agreement*

Formal Agreement hampir sama dengan *quotation* hanya saja *formal agreement* berisikan tanggal *event*, harga kamar, dan juga terdapat tanda tangan dari *customer* sebagai tanda kalau *event* ini sudah pasti dilaksanakan.

d. *Banquet Event Order*

Banquet Event Order (BEO) adalah lembaran yang berisi tentang informasi menyangkut acara yang akan dilaksanakan dan digunakan setiap hari sebagai bahan acuan untuk menyiapkan acara yang akan dibagikan melalui email ke departemen - departemen yang terkait di dalam *BEO* tersebut.

e. *Amendment Banquet Event Order*

BEO Amandment berisi perubahan seperti penambahan ataupun pengurangan jumlah pax atau jumlah kamar yang sudah di buat di *BEO*. Untuk menginfokan departemen lain atas perubahan yang terjadi maka dibuatkan *BEO amendment*.

f. MEMO

Memo adalah tulisan singkat dan jelas untuk pemberitahuan kepada departemen terkait. MEMO yang sering dibuat di bagian *sales marketing* biasanya adalah memo harga *package* atau pun memo untuk mengeluarkan *voucher*.

2.3. Hal – Hal Lain**2.3.1. Permasalahan Terapan**

Perhotelan adalah perusahaan yang bergerak pada sektor jasa yang menggabungkan produk dan layanan. Produk yang ditawarkan disini berupa kamar dan restoran yang menawarkan makanan dan minuman serta layanan lain yang disediakan oleh hotel. Fasilitas yang ditawarkan bisa berupa *meeting room*, *gym*, kolam renang dan lain-lain. Meskipun layanan yang ditawarkan di hotel berupa fasilitas, tetapi pelayanan dan keramahan serta keterampilan staff/karyawan hotel juga merupakan keutamaan bagi hotel untuk dapat melayani pelanggan mereka (Sansan : 2022).

Fasilitas yang biasa digunakan di hotel dapat berupa *meeting room* bagi instansi yang ingin mengadakan pertemuan. Seperti konvensi, pernikahan, dan lain-lain pasti membutuhkan kerjasama antara hotel dan semua penyelenggara acara. Dalam kelancaran acara dapat mempengaruhi eva luasi kepuasan pelanggan terhadap hotel. Semakin baik dan cepat pelayanan yang diberikan maka semakin memberikan penilaian yang baik terhadap pengadaan *event* di hotel. (Sansan : 2022).

Kepuasan merupakan tolak ukur bagi hotel untuk dapat memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan yang menginap maupun yang melakukan pertemuan. Kepuasan merupakan penilaian berupa perbandingan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika pelayanan ataupun jasa yang diberikan sesuai ekspektasi maka pelanggan merasa puas dan sebaliknya jika pelayanan dan jasa yang diberikan tidak sesuai ekspektasi maka pelanggan merasa tidak puas dan kecewa (Kotler dan Keller,2018).

Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan yang merupakan pelanggan hotel dalam melaksanakan suatu acara maupun pertemuan. Hotel memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas terbaik untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dalam bekerja

sama dengan pihak hotel. Untuk memperoleh kepuasan dari pelanggan maka hotel memberikan fasilitas yang baik dan lengkap sesuai kebutuhan pelanggan hotel juga memberikan pelayanan yang baik untuk setiap pelanggan yang ingin melaksanakan acara maupun pertemuan. Dengan pelayanan yang baik maka semakin bertambah penilaian maupun prestasi hotel dalam memberikan pelayanan dan fasilitas.

Dengan penilaian yang baik dari pelanggan maka hotel mendapatkan kepercayaan dari pelanggan yang mengadakan acara ataupun pertemuan. Kepercayaan dan kepuasan merupakan hal yang berkesinambungan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi kepuasannya dan dapat mempengaruhi prestasi hotel. Kepercayaan konsumen diperoleh berdasarkan memori ataupun pengalaman pelanggan dalam melaksanakan acara apakah staff/karyawan hotel dapat memberikan pelayanan yang baik.

HARRIS Hotel Batam Center merupakan salah satu Hotel yang tergabung dalam *ASR (Ascot Star Rewards)*. HARRIS Hotel Batam Center merupakan hotel kedua HARRIS di Batam. Dengan lamanya hotel ini berdiri sehingga banyaknya *event- event* yang dilaksanakan di hotel ini. Banyaknya *event* yang dilaksanakan di HARRIS Hotel Batam selaras dengan kritik dan saran beberapa pelanggan selama bekerja sama dengan pihak hotel membuat penulis tertarik untuk menganalisis kepuasan Pelanggan di HARRIS Hotel Batam Center agar bisa menjadi acuan untuk HARRIS Hotel Batam Center dalam mengembangkan usaha layanannya dan dapat memberikan pelayanan yang baik serta memberikan rasa nyaman pada pelanggan dalam setiap pelaksanaan acara maupun pertemuan yang diadakan.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan selama pengadaan *event* hotel menyediakan *form* kuesioner yang dirancang secara khusus yang disebut dengan *banquet comment*. *Banquet comment* ini mencakup aspek aspek yang berkaitan dengan pengalaman pelanggan selama keberlangsungan acara. Dengan menggunakan *banquet comment* ini hotel dapat mengumpulkan umpan balik dari pelanggan, mengidentifikasi hal – hal yang perlu ditingkatkan, dan dapat mengetahui kebutuhan serta harapan pelanggan untuk meningkatkan layanan yang dapat diberikan hotel untuk kedepannya.

Adapun beberapa aspek penilaian kepuasan pelanggan yang ada didalam Table kepuasan pelanggan (*banquet comment*) dalam pelaksanaan event di hotel antara lain sebagai berikut :

Table 1. Aspek Penilaian Event di Hotel

No	Description
1.	Coffee Break
2	Makan Siang
3	Makan Malam
4	Ragam Makanan
5	Kualitas Makanan
6	Ragam Minuman
7	Kualitas Minuman
8	Efektifitas Pelayanan
9	Kualitas Pelayanan
10	Suasana
11	Keramahan karyawan
12	Perhatian Karyawan
13	Hiburan
14	Peralatan Suara/ Gambar
15	Tingkat Kenyamanan
16	Penataan Ruang Rapat

Dari *banquet comment* yang diberikan dalam setiap pengadaan *event* terdapat beberapa kritikan yang pernah ada yaitu sebagai berikut :

1. Pencahayaan diruang meeting kurang terang.
2. Proses pengrefilan makanan kurang cepat sehingga ada jeda waktu yang dimana nasi kosong, dan ada beberapa lauk pauk yang kosong.
3. Jaringan Wi-fi yang lambat dan kurang nya kabel extension

4. Posisi Screen projector yang terlalu tinggi sehingga peserta meeting sulit untuk melihatnya
5. Rasa makanan yang terlalu rempah
6. Tempat acara outdoor tidak ada angin
7. Lahan parkir yang kurang memadai

Keluhan pelanggan merupakan sebuah tantangan yang perlu dihadapi dengan penuh perhatian dan kebijaksanaan. Setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan merupakan kesempatan bagi pihak hotel untuk dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu dibutuhkan perbaikan terkait hal-hal yang mengganggu kenyamanan pelanggan.

Tidak hanya kritikan dari pelanggan adapun kepuasan yang disampaikan oleh pelanggan selama pengadaan event di Harris Hotel Batam Center seperti berikut :

1. Pelayanan yang baik
2. Staff yang ramah
3. Ac yang dingin dan ruangan meeting yang nyaman
4. Makanan yang enak dan bervariasi
5. Fasilitas yang memadai

2.3.2. Solusi Dari Permasalahan Terapan

Berdasarkan hasil analisis penulis dari kuesioner yang biasa diberikan kepada pelanggan ketika selesai acara yang biasa disebut dengan banquet comment ada beberapa kritikan yang harus ditanggapi oleh pihak hotel terkait kenyamanan pelanggan selama menyelenggarakan acara agar menjadi perbaikan untuk hotel kedepannya. Adapun beberapa kritikan dan saran seperti berikut :

1. Pencahayaan di ruang meeting kurang terang, oleh karena itu dari pihak hotel seharusnya bisa menambah lampu atau pencahayaan di ruang meeting.
2. Proses pengrefilan makanan kurang cepat sehingga ada jeda waktu yang dimana nasi kosong, dan ada beberapa lauk pauk yang kosong, oleh karena itu pihak hotel seharusnya dapat mengatur alur pengrefilan makanan dan ada karyawan yang dapat mengatur alur waktu untuk refill makanan.

3. Jaringan Wi-fi yang lambat dan kurang nya kabel extension, untuk mengatasi permasalahan ini seharusnya pihak hotel dapat memberikan jaringan wi-fi yang memiliki kapasitas besar dan untuk posisi Wi-fi alangkah lebih baik dekat dengan ruangan meeting. Kabel extension sarannya setiap meja dapat diberikan masing masing satu kabel extension.
4. Posisi Screen projector yang terlalu tinggi sehingga peserta meeting sulit untuk meliat nya. Saran untuk pihak hotel bisa memberikan screen projector tambahan disampin stage agar peserta meeting tidak kesulitan ataupun pihak hotel bisa merubah posisi screen projector lebih kebawah agar peserta meeting tidak kesulitan.
5. Rasa makanan yang terlalu rempah. Saran untuk rasa makanan sedikit lebih ditakarkan lagi untuk rasa rempah rempah nya sehingga rasa nya tidak terlalu tebal.
6. Tempat acara outdoor tidak ada angin. Saran untuk acara outdoor bisa disediakan kipas agar tamu tidak kepanasan.
7. Lahan parkir yang kurang memadai. Saran untuk parkir mungkin bisa disediakan lahan parkir alternatif.

Adapun upaya untuk terus dapat meningkatkan umpan balik dari pelanggan yang biasanya dituangkan melalui *banquet comment* adapun beberapa aspek yang dapat ditambahkan pada *banquet comment* yaitu seperti berikut:

Table 2 . Penambahan Aspek Penilaian Event di Hotel

No	Description
1.	Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan?
2	Apakah staff cukup membantudalam menyelesaikan kendala – kendala yang terjadi selama event?
3	Apakah staff cukup tanggap dalam menghadapi keluhan anda?
4	Apakah keluhan dan saran yang anda berikan di tanggapi dengan baik?
5	Apakah detail acara anda terpenuhi dengan baik?

6	Apakah pihak hotel merespon dengan cepat terhadap permintaan yang bersifat tiba-tiba atau perubahan terakhir selama acara?
7	Apakah kelengkapan meeting anda terpenuhi?

Dalam menanggapi kritikan dan saran dari pelanggan yang mengadakan event di Harris Hotel Batam center pihak hotel menganggap setiap umpan balik sebagai kesempatan berharga untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan. Evaluasi harian merupakan salah satu bentuk bahwa pihak hotel sangat amat menanggapi kritikan dan saran yang diberikan pelanggan dengan serius. Evaluasi harian ini membantu pihak hotel untuk dapat mengidentifikasi hal-hal yang perlu dilakukan perbaikan dan memastikan setiap pelanggan merasa dihargai dan didengar.

2.4. Tinjauan Pustaka

2.4.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan antara persepsi dan kesan kinerja produk dan hasil dengan harapan (Sari,L.T, 2020). Menurut Sasongko (2021) Kepuasan adalah perasaan senang yang terpancar dari diri seseorang karena kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi atau harapannya sangat terpenuhi. Kepuasan yang didapatkan merupakan evaluasi atas jasa atau pelayanan yang diberikan apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan. Menurut Sambodo (2021) Kepuasan pelanggan adalah bagian dari penciptaan nilai dari pelanggan. Karena menciptakan kepuasan pelanggan berarti memberikan keuntungan bagi perusahaan yaitu dapat berupa hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan dan memberikan landasan yang baik untuk terciptanya suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Sehingga muncul ketertarikan pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan kembali.

2.4.2. *Service Excellent*

Menurut Feti Fatimah (2022) *Service Excellent* atau pelayanan prima merupakan bentuk usaha suatu perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, sehingga pelayanan yang sempurna merupakan salah satu nilai jual yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Sebuah layanan dianggap sempurna jika memiliki dampak dan loyalitas konsumen yang sangat tinggi. Menurut Trimulato (2020) *Service Excellent* merupakan pelayanan kegiatan atau manfaat yang diberikan dari satu pihak ke pihak lain dalam bentuk tidak berwujud dan tidak pula berupa kepemilikan sesuatu. Menurut Dia Erawati (2021) *Service Excellent* adalah bentuk pemberian pelayanan jasa ataupun *service* dengan sebaik mungkin sesuai dengan standarisasi pelayanan terhadap konsumen.

2.4.3. *Event*

Menurut Syaiful (2019) *event* merupakan jenis peristiwa, yang sengaja dilakukan atau diselenggarakan untuk tujuan tertentu. *Event* sangat erat kaitannya dengan aktivitas manusia sebagai makhluk sosial dalam komunikasi transaksional. Jenis acara sangat tergantung pada ide yang mendasari pelaksanaannya. Menurut Maryadi (2018) Acara adalah kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati suatu peristiwa penting dalam kehidupan manusia, baik perorangan maupun kolektif, budaya, tradisi, dan agama, diselenggarakan dengan tujuan tertentu, yang berlangsung pada waktu-waktu tertentu. Jadi *event* merupakan suatu kegiatan atau peristiwa penting yang diselenggarakan untuk kepentingan tertentu.

Menurut Rizky prasasti (2021) adapun jenis-jenis *event* yang dilaksanakan di Hotel yaitu:

Event Meeting Package:

1. *Halfday Meeting* merupakan *meeting* yang dilaksanakan dengan durasi waktu *meeting* 4-5 jam dengan 1x *coffee break* dan 1x makan siang atau makan malam.
2. *Fullday Meeting* merupakan *meeting* yang dilaksanakan dengan durasi waktu *meeting* sekitar 6-8 jam dengan 2x *coffee break* dan 1x makan siang atau makan malam.

3. *Fullboard Meeting* merupakan meeting yang dilaksanakan dengan durasi waktu *meeting* satu hari penuh akan tetapi tidak menginap. Biasanya akan disuguhkan dengan 2x *Coffee break*, 1x makan siang dan 1x makan malam.
4. *Fullboard Meeting Residensial* merupakan *meeting* yang dilaksanakan dengan waktu yang cukup lama yang disertakan dengan kamar untuk menginap. Biasanya akan disuguhkan dengan 2x *coffee break*, 1x makan siang, dan 1x makan malam.
5. *Coffee Break* adalah istilah untuk istirahat singkat selama 10 hingga 20 menit di hari kerja, di suatu acara pertemuan atau perkumpulan yang merupakan waktu umum untuk menikmati secangkir kopi maupun teh dan makanan kecil.

2.4.4. Hotel

Menurut Sefrona Syaiful (2019) Hotel adalah bisnis yang dijalankan pemilik yang menyediakan makanan, minuman, dan kamar untuk penginapan bagi pelancong yang mampu membayar dengan jumlah yang wajar untuk layanan yang mereka terima, tanpa persetujuan khusus. Menurut Nurmin Arianto (2018) dalam jurnal Syaiful (2019) Hotel adalah salah satu dari perusahaan komersial yang menyediakan layanan akomodasi, fasilitas, katering, transportasi dan layanan lainnya. Dapat diambil kesimpulan Hotel merupakan perusahaan jasa yang memberikan fasilitas berupa kamar maupun ruangan pertemuan dan memberikan pelayanan yang baik kepada tamunya sehingga tamu merasa nyaman.

3. Kesimpulan dan Saran

3.1. Kesimpulan

Setelah mampu menyelesaikan periode magang 2 di HARRIS Hotel Batam Center penulis mendapatkan banyak manfaat seperti pengalaman dan pengetahuan sehingga menambah wawasan penulis mengenai dunia kerja. Penulis juga mendapatkan banyak ilmu baru tentang perhotelan. Penulis juga mendapatkan *softskill* bagaimana cara menawarkan suatu produk dan juga cara bertemu dengan tamu.

3.2. Saran

Selama melaksanakan periode magang penulis mengetahui tentang seberapa banyak pelaksanaan *event* di HARRIS Hotel Batam Centre yang sangat berpengaruh



dengan *revenue* hotel sendiri oleh sebab itu penulis ingin memberikan perubahan pada perusahaan dengan melaksanakan survey kepuasan pelanggan yang bekerja sama dengan HARRIS Hotel Batam Center agar dapat mengetahui kepuasan *costumer* atas pelayanan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Erawati, D., & Budiantono, B. (2021, November). Analisis Implementasi Service Excellence Customer Service Pada Bank Muamalat, Capem Kota Batu. In *Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB)* (Vol. 2, No. 1, pp. 49-57).
- Islamy, I. (2019). Penelitian Survei dalam Pembelajaran dan Pengajaran Bahasa Inggris. *Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.
- Kaligis, D. L. (2020). Pengembangan Tampilan Antarmuka Aplikasi Survei Berbasis Web Dengan Metode User Centered Design. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi dan Komputer*.
- Maryadi, R. &. (2018). Perancangan Sistem Informasi Promosi Event (Studi Kasus: Kota Bandung). *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*.
- Maulyan, F. F., Drajat, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8-17.
- Prasasti, R. &. (2020). PERAN DAN STRATEGI SALES & MARKETING DEPARTMENT PADA KEGIATAN SALES CALL DALAM PEMASARAN PRODUK DI AMARIS HOTEL BANJAR. . *Jurnal Sosial Pariwisata*, 2(2), 148-162.
- Sari, L. T. (2021). Hubungan Komunikasi Terapeutik Dalam Pemberian Obat dengan Tingkat Kepuasan Pasien. *Indonesian Journal of Professional Nursing (IJP)*, 1(2), 54-62.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran. . *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.

Syaiful, S. (2019). Analisis Event Terhadap Peningkatan Occupancy pada Hotel Bintang 3 (*) di Kota Pekanbaru: Study Kasus pada Hotel Swiss-Belinn Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 149-169.

Trimulato, T., Mustamin, A., & Ismawati, I. (2020). Service Excellent Bagi Fintech Syariah di Tengah Kondisi Covid-19. *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 4(2), 13-34.



Lampiran