

**LAPORAN STUDI KASUS
DI WHIZ PRIME KHATIB SULAIMAN PADANG**

Disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan Mata kuliah Pengalaman
Lapangan Industri (PLI)



Oleh:

Salsabila/24135032

Dosen Pembimbing : Feriantano Sundang Pranata, S.Pd., M.Kom.

Mananger : Chairunnisa (Sales Marketing Manager)

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2026**

HALAMAN PENGESAHAN DARI FAKULTAS

**Laporan ini Disampaikan untuk Memenuhi Sebagian dari Persyaratan
Magang Bersertifikat I FPP-UNP**

Semester Januari – Juli 2026

Oleh:

Salsabila

NIM/BP: 24135032/2024

Program Studi D4 Manajemen Perhotelan

Departemen Pariwisata

Diperiksa dan Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing



Feriantano Sundang Pranata, S.Pd., M.Kom.
NIP. 199602282024061002

a.n Dekan FPP-UNP

Kepala Unit Hubungan Industri




Vischa Mansvera Pratama, M.Pd
NIP.199502132022032020

HALAMAN PENGESAHAN INDUSTRI

**Laporan ini Disampaikan untuk Memenuhi Sebagai dari Persyaratan Penyelesaian
Magang Bersertifikat I
Semester Januari – Juni 2026**

Oleh :

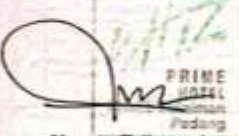
**Salsabila
NIM : 24135032/2024**

**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Departemen Pariwisata**

Diperiksa dan Disahkan oleh :

Pembimbing dari Industri


Chairunnisa
Sales Marketing Manager


Neneng Frihastuti
Chief Accounting

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah S.W.T yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan laporan Magang Bersertifikat I yang dilaksanakan di *Whiz Prime Hotel Padang*. Penyusunan laporan kerja praktek ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mengikuti mata kuliah Magang Berdampak Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Laporan ini di selesaikan untuk mememnuhi sebagai persyaratan pelaksanaan Magang Bersertifikat I Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang semester Januari – Juli 2026. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam proses pembuatan laporan Magang Berdampak ini, sehingga dapat menyelesaikan pada waktunya, yaitu kepada pihak yang terhormat:

1. Ibu Prof Dra. Asmar Yulastri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
2. Ibu Visca Mansyera Pratama, S.Pd. M.Pd selaku Kepala Unit Hubungan Industri Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Pasaribu S.ST.Par, M.Si.Par, CHE. Selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Rahmi Fadilah, M.Pd., Selaku Koordinator Pengalaman Lapangan Industri (PLI) Departemen Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
5. Bapak Feriantano Sundang Pranata.,S.Pd.,M.Kom sebagai Dosen Pembimbing Magang Berdampak Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Kurnia Illahi Manvi, SST.Par, M.Par Selaku Penasehat Akademik
7. Bapak Anwar, selaku *General Manager* Hotel Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang.
8. Ibu Neneng Frihastuti selaku Incharge Human Resources Manager Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang.
9. Ibu Chairunnisa selaku Sales Marketing Manager Hotel Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang.
10. Seluruh Staff Sales & Marketing di Hotel Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang yang telah memberikan ilmu Pengetahuan tentang Sales & Marketing.

Laporan ini menjadi acuan bagi dosen pembimbing dalam melihat proses kerja yang penulis lalui dan penulis laksanakan selama 6 bulan di Hotel Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang. Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah bapak/ibu, orang tua, sahabat dan teman-teman berikan mendapat imbalan dan

diberkati Tuhan Yang Maha Esa. Harapan penulis semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membaca terutama bagi penulis sendiri. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan sehingga dapat dijadikan perbaikan dalam penyempurnaan pada tulisan berikutnya.

Padang, 12 Juli 2026

Penulis,

Salsabila

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN DARI FAKULTAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN DARI INDUSTRI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Studi Kasus	4
1.5 Manfaat Studi Kasus	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka pemikiran	11
BAB III METODE STUDI KASUS	13
3.1 Jenis Penelitian.....	13
3.2 Lokasi Dan Waktu PLI.....	13
3.3 Profil Organisasi/Perusahaan	14
3.4 Subjek Dan Objek Studi Kasus	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Khusus Studi Kasus.....	23
4.2 Temuan Studi Kasus	24
4.3 Analisis Permasalahan	25
4.4 Pembahasan Berdasarkan Teori dan Penelitian Terdahulu	26
4.5 Solusi atau Rekomendasi Perbaikan	27
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	29
5.1 Kesimpulan	29

5.2 Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 1.2 Lokasi dan Waktu PLI.....	13
Tabel 1.3 Hasil Observasi.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 1.2 Gedung Whiz Prime Padang.....	14
Gambar 1.3 Superior Room.....	15
Gambar 1.4 Deluxe King.....	16
Gambar 1.5 Grand Deluxe.....	16
Gambar 1.6 Junior Suit.....	17
Gambar 1.7Puncak Singgalang.....	17
Gambar 1.8 Singgalang1.....	18
Gambar 1.9 Singgalang2.....	18
Gambar 1.10 Singgalang3	19
Gambar 1.11Singgalang 4.....	19
Gambar 1.11Singgalang Ballroom.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	33
Lampiran 2 Hasil Observasi.....	33
Lampiran 3 Dokumentasi Magang.....	38

ABSTRAK

Studi kasus ini dilaksanakan di Departemen Sales & Marketing Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang dengan fokus pada analisis komunikasi antara Sales Marketing dan departemen operasional dalam penanganan event. Komunikasi yang efektif antar departemen merupakan faktor kunci keberhasilan penyelenggaraan event di hotel, namun dalam praktiknya seringkali muncul hambatan komunikasi yang berdampak pada kualitas pelayanan event. Tujuan studi kasus ini adalah menganalisis pola komunikasi yang diterapkan oleh Departemen Sales Marketing dalam berkoordinasi dengan departemen operasional seperti Food & Beverage, Housekeeping, Engineering, dan Front Office dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan supervisor dan tim terkait, serta dokumentasi berupa BEO (Banquet Event Order) dan laporan event. Hasil studi menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi Sales Marketing dengan departemen operasional sangat menentukan kelancaran pelaksanaan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan sistem komunikasi formal melalui penggunaan BEO digital dan penguatan briefing rutin antar departemen sebelum pelaksanaan event.

Kata Kunci: Komunikasi, Sales Marketing, Departemen Operasional, Event, Hotel

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa akomodasi serta penyelenggaraan berbagai kegiatan, baik yang bersifat pribadi maupun korporasi. Salah satu produk unggulan yang ditawarkan oleh hotel untuk menunjang pendapatan di luar penjualan kamar (*room revenue*) adalah penyelenggaraan event, seperti rapat perusahaan, seminar, pernikahan, gathering, hingga konferensi, yang memanfaatkan fasilitas ruang pertemuan (*meeting room*) dan ballroom yang dimiliki hotel. Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang sebagai hotel bintang tiga yang berlokasi strategis di Kota Padang aktif melayani berbagai permintaan event dari klien korporat, instansi pemerintah, maupun perorangan.

Salah satu layanan unggulan yang ditawarkan oleh hotel berbintang adalah penyelenggaraan event, baik dalam skala kecil seperti rapat korporat, seminar, dan workshop, maupun skala besar seperti konvensi, gala dinner, dan pameran. Layanan event menjadi salah satu sumber pendapatan penting bagi hotel karena mampu menarik segmen klien korporat maupun perorangan yang memiliki kebutuhan beragam. Keberhasilan penyelenggaraan sebuah event di hotel tidak terlepas dari sinergi dan koordinasi yang baik antardepartemen, khususnya antara Departemen Sales Marketing dan Departemen Operasional. Departemen Sales Marketing berperan sebagai pihak yang berhadapan langsung dengan klien, melakukan negosiasi harga, serta menyepakati kebutuhan dan spesifikasi teknis event yang diinginkan. Sementara itu, Departemen Operasional, yang meliputi Food & Beverage, Housekeeping, Engineering, dan Front Office, bertanggung jawab merealisasikan seluruh kesepakatan tersebut dalam bentuk pelaksanaan teknis di lapangan.

Salah satu permasalahan yang teridentifikasi dalam pelaksanaan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang adalah adanya indikasi keterlambatan penyampaian Banquet Event Order (BEO) dari Departemen Sales & Marketing kepada Departemen Operasional. BEO merupakan dokumen penting yang memuat seluruh detail teknis pelaksanaan event, sehingga keterlambatan penyampaiannya

akan berdampak langsung pada kesiapan Departemen Operasional dalam menyiapkan segala kebutuhan event, mulai dari pengaturan ruangan, perlengkapan, hingga sumber daya manusia yang dibutuhkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa alur komunikasi antar-departemen belum berjalan secara tepat waktu, padahal ketepatan waktu penyampaian informasi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah event. Komunikasi yang tidak efektif dapat menimbulkan miskomunikasi, keterlambatan persiapan, bahkan kegagalan dalam memenuhi kebutuhan klien. Komunikasi yang tidak efektif juga dapat menyebabkan berbagai permasalahan operasional seperti miskomunikasi kebutuhan klien, keterlambatan persiapan venue, ketidaksesuaian layanan Food & Beverage dengan pesanan, hingga berdampak pada turunnya kepuasan klien dan reputasi hotel secara keseluruhan.

Perbedaan pemahaman antar-departemen terkait detail kebutuhan event yang tercantum dalam BEO, menyebabkan informasi yang diterima oleh Departemen Operasional tidak sepenuhnya sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh Departemen Sales & Marketing, sehingga pelaksanaan event di lapangan dinilai belum berjalan secara optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa penyampaian pesan dalam BEO belum cukup jelas atau rinci, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam eksekusi teknis di lapangan. Hal ini mengindikasikan bahwa proses penyampaian pesan dalam BEO belum didukung dengan mekanisme klarifikasi yang memadai, sehingga celah kesalahpahaman antar-departemen masih cukup terbuka dan berpotensi memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada klien.

Intensitas rapat koordinasi (*briefing*) antar-departemen sebelum pelaksanaan event yang dinilai masih belum optimal. Briefing seharusnya menjadi wadah utama bagi Departemen Sales & Marketing dan Departemen Operasional untuk menyamakan persepsi, mendiskusikan detail teknis pelaksanaan, membagi tanggung jawab masing-masing pihak, serta mengantisipasi berbagai kemungkinan kendala yang dapat terjadi selama event berlangsung. Namun, pada praktiknya, frekuensi pelaksanaan briefing yang masih terbatas serta kurang mendalamnya pembahasan yang dilakukan di dalamnya membuat koordinasi antar-departemen

menjadi kurang matang menjelang hari pelaksanaan event. Minimnya forum koordinasi ini turut berdampak pada kesiapan tim operasional dalam mengantisipasi situasi di lapangan, sehingga berpotensi menimbulkan kendala teknis, tumpang tindih tanggung jawab, maupun miskomunikasi pada saat event tengah berlangsung, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kelancaran acara secara keseluruhan.

Adanya perubahan mendadak dari klien terkait kebutuhan event, yang memerlukan jalur komunikasi yang cepat dan jelas kepada seluruh pihak terkait. Perubahan tersebut dapat berupa penambahan atau pengurangan jumlah tamu, perubahan susunan acara, permintaan tambahan perlengkapan, maupun penyesuaian jadwal pelaksanaan yang muncul menjelang waktu event berlangsung. Situasi semacam ini menuntut respons yang cepat dan tepat dari kedua departemen agar penyesuaian dapat dilakukan tanpa mengganggu kelancaran maupun kualitas pelaksanaan event secara keseluruhan. Namun demikian, apabila jalur komunikasi antar-departemen tidak berjalan secara efektif, maka informasi mengenai perubahan tersebut berisiko tidak tersampaikan secara menyeluruh dan tepat waktu kepada seluruh pihak yang terlibat, termasuk staf pelaksana di lapangan, sehingga dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara ekspektasi klien dengan pelaksanaan event yang sesungguhnya, bahkan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan klien terhadap layanan yang diberikan oleh hotel.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengangkat judul “Analisis Komunikasi Sales Marketing dengan Departemen Operasional dalam Penanganan Event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang” sebagai topik Laporan Studi Kasus Praktik Lapangan Industri ini, dengan harapan dapat memberikan gambaran objektif mengenai kondisi komunikasi interdepartemen yang ada, sekaligus memberikan rekomendasi perbaikan yang aplikatif bagi manajemen hotel.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan berikut:

1. Terdapat indikasi keterlambatan penyampaian Baquet Event Order BEO dari Departemen Sales Marketing kepada Departemen Operasional.

2. Terdapat perbedaan pemahaman antar departemen terkait detail kebutuhan event yang tercantum dalam BEO
3. Intensitas rapat koordinasi (briefing) antar departemen sebelum pelaksanaan event dinilai belum optimal.
4. Perubahan mendadak dari klien event memerlukan jalur komunikasi yang cepat dan jelas kepada seluruh pihak terkait

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola komunikasi antara Departemen Sales & Marketing dengan departemen operasional dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang?
2. apa saja hambatan serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi tersebut?
3. Upaya apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi antara kedua departemen dalam penanganan event?

1.4 Tujuan Studi Kasus

1. Menganalisis pola dan efektivitas komunikasi antara Sales & Marketing dengan departemen operasional dalam penanganan event
2. Mengidentifikasi hambatan komunikasi yang terjadi selama penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang
3. Merumuskan solusi dan rekomendasi perbaikan sistem komunikasi antar departemen

1.5 Manfaat Studi Kasus

a. Bagi Mahasiswa:

Studi kasus ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa mengenai penerapan teori komunikasi organisasi dalam praktik nyata di industri perhotelan, khususnya dalam konteks koordinasi antar-departemen dalam penanganan event. Selain itu, penelitian ini juga melatih kemampuan mahasiswa dalam menganalisis suatu permasalahan di lapangan secara sistematis, mulai dari proses identifikasi masalah, pengumpulan data, hingga penarikan kesimpulan yang

berbasis pada fakta dan teori yang relevan. Melalui studi kasus ini, mahasiswa juga memperoleh kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan manajemen perhotelan, komunikasi organisasi, dan manajemen event, ke dalam situasi kerja yang sesungguhnya. Di samping itu, proses penyusunan laporan ini turut meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menyusun karya tulis ilmiah yang sistematis dan sesuai dengan kaidah penulisan akademik.

b. Bagi Industri:

Bagi pihak hotel, studi kasus ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta masukan mengenai kondisi komunikasi yang terjalin antara Departemen Sales & Marketing dan Departemen Operasional dalam penanganan event, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen hotel. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak hotel dalam merumuskan kebijakan maupun standar operasional prosedur (SOP) yang lebih efektif terkait alur komunikasi dan koordinasi antar-departemen dalam penanganan event. Lebih lanjut, penelitian ini membantu pihak hotel dalam mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang selama ini terjadi, sehingga dapat dijadikan dasar dalam upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan kepada klien. Selain manfaat teknis tersebut, pelaksanaan studi kasus ini juga turut mempererat hubungan kerja sama antara pihak akademik dengan industri melalui program Praktik Lapangan Industri (PLI) yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

c. Bagi Akademik

Bagi dunia akademik, studi kasus ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan kajian tambahan bagi mahasiswa lain, khususnya program studi Manajemen Perhotelan, yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa mengenai komunikasi organisasi maupun manajemen event. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khazanah kepustakaan program studi Manajemen Perhotelan terkait penerapan teori komunikasi dalam konteks industri perhotelan secara nyata.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

a. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai pertukaran pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung (*interdependent*) untuk mengatasi lingkungan kerja yang tidak menentu atau selalu berubah. Konsep ini banyak diacu dari R. Wayne Pace dan Don F. Faules(1994) dalam Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, yang menekankan bahwa organisasi pada dasarnya adalah suatu jaringan (*network*) yang terbentuk dari serangkaian hubungan komunikasi di antara orang-orang yang menduduki berbagai posisi atau peran.

Dalam pengertian ini, hotel Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang dipandang sebagai suatu jaringan komunikasi yang terdiri atas berbagai departemen (Sales Marketing, Food & Beverage, Housekeeping, Engineering, Front Office) yang saling bergantung satu sama lain dalam menjalankan fungsi organisasi, khususnya dalam penyelenggaraan event.

komunikasi organisasi umumnya dibedakan menjadi tiga jenis:

1. Komunikasi Vertikal

Komunikasi yang mengalir antara level hierarki yang berbeda, terdiri dari:

a) *Downward communication* (komunikasi ke bawah)

mengalir dari atasan ke bawahan, misalnya instruksi General Manager kepada Sales Manager terkait target penjualan event.

b) *Upward communication* (komunikasi ke atas)

mengalir dari bawahan ke atasan, misalnya laporan kendala pelaksanaan event dari staf Operasional kepada supervisor.

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi yang terjadi antarunit kerja atau antarindividu pada level struktural yang setara, dengan tujuan melakukan koordinasi kerja, berbagi informasi, serta memecahkan masalah bersama tanpa harus melalui jalur hierarki vertikal. Komunikasi antara Sales Marketing dan Departemen Operasional dalam

penanganan event termasuk ke dalam kategori ini, karena kedua unit berada pada level yang setara secara struktural, namun memiliki fungsi kerja yang berbeda — satu menjual dan menyepakati kebutuhan klien, satu lagi merealisasikan secara teknis di lapangan.

3. Komunikasi Diagonal

Komunikasi yang terjadi antarindividu pada level struktural dan fungsi kerja yang berbeda, misalnya staf Sales Marketing berkoordinasi langsung dengan supervisor Housekeeping tanpa melalui jalur manajer masing-masing, yang sering terjadi dalam situasi mendesak seperti perubahan mendadak dari klien saat event berlangsung.

Efektivitas Komunikasi Organisasi seperti yang terjadi di Sales Marketing dan Operasional, sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor:

a) Kejelasan Pesan

Sejauh mana informasi yang disampaikan mudah di pahami dan tidak menimbulkan multitafsir.

b) Ketepatan Waktu

Sejauh mana informasi sampai kepada penerima dalam rentang waktu yang cukup untuk persiapan.

c) Kesesuaian media

Sejauh mana saluran komunikasi yang di gunakan sesuai dengan sifat dan urgensi pesan yang di sampaikan.

b. Penanganan Event Hotel

Event merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk mempertemukan sejumlah orang dalam rangka memperingati, merayakan, atau membahas suatu hal tertentu dalam satu waktu dan tempat yang telah ditentukan (Noor, 2017). Event di hotel mencakup berbagai kegiatan terorganisir seperti meeting, seminar, wedding, dan gathering korporat. Menurut Sulastiyono (2019), keberhasilan penanganan event hotel sangat bergantung pada kemampuan komunikasi dan koordinasi antar departemen yang terlibat, mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi pasca-event. Hal ini disebabkan karena tidak ada satu departemen pun yang mampu

menyelenggarakan event secara mandiri, Sales Marketing membutuhkan Food & Beverage untuk hidangan, Housekeeping untuk kebersihan dan tata ruang, Engineering untuk kebutuhan teknis, serta Front Office untuk koordinasi tamu yang menginap.

Ketergantungan antardepartemen ini (*interdependency*), sebagaimana dikemukakan Sulastiyono (2019), komunikasi lintas departemen sebagai elemen yang tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan sebuah event, bukan sekadar pelengkap administratif. Dalam konteks hotel, penanganan event melibatkan berbagai departemen yang harus berkoordinasi secara aktif mulai dari tahap persiapan hingga evaluasi pasca-event. Proses manajemen event di hotel secara umum meliputi tahap penerimaan inquiry dari klien, negosiasi dan penyusunan penawaran, konfirmasi dan pembuatan Banquet Event Order (BEO), distribusi BEO kepada departemen terkait, pelaksanaan pre-event meeting atau briefing, persiapan venue dan layanan oleh masing-masing departemen, pelaksanaan event, dan evaluasi pasca-event.

c. Hambatan Komunikasi

Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan ditindaklanjuti oleh penerima sesuai dengan maksud pengirim (Pace & Faules, 2018). Efektivitas komunikasi dalam organisasi hotel dipengaruhi oleh kejelasan pesan, ketepatan waktu penyampaian, dan pemilihan media komunikasi yang tepat. Menurut Robbins & Judge (2019), hambatan komunikasi dalam organisasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis utama, yaitu: (1) hambatan semantik, yaitu perbedaan dalam pemahaman makna pesan yang disampaikan; (2) hambatan fisik, yaitu gangguan pada saluran komunikasi yang digunakan; (3) hambatan psikologis, yaitu pengaruh persepsi, emosi, dan sikap individu terhadap pesan yang diterima; serta (4) hambatan organisasional, yaitu perbedaan hierarki, struktur, dan prosedur yang mempengaruhi kelancaran aliran informasi. Dalam konteks hotel, hambatan komunikasi antar departemen sering kali berupa keterlambatan penyampaian informasi, ketidakjelasan isi pesan, dan kurangnya konfirmasi umpan balik dari departemen penerima pesan

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji topik komunikasi antara Sales Marketing dengan Departemen lain dalam penanganan event di industry perhotelan, yang menjadi acuan dan pembanding dalam penelitian ini.

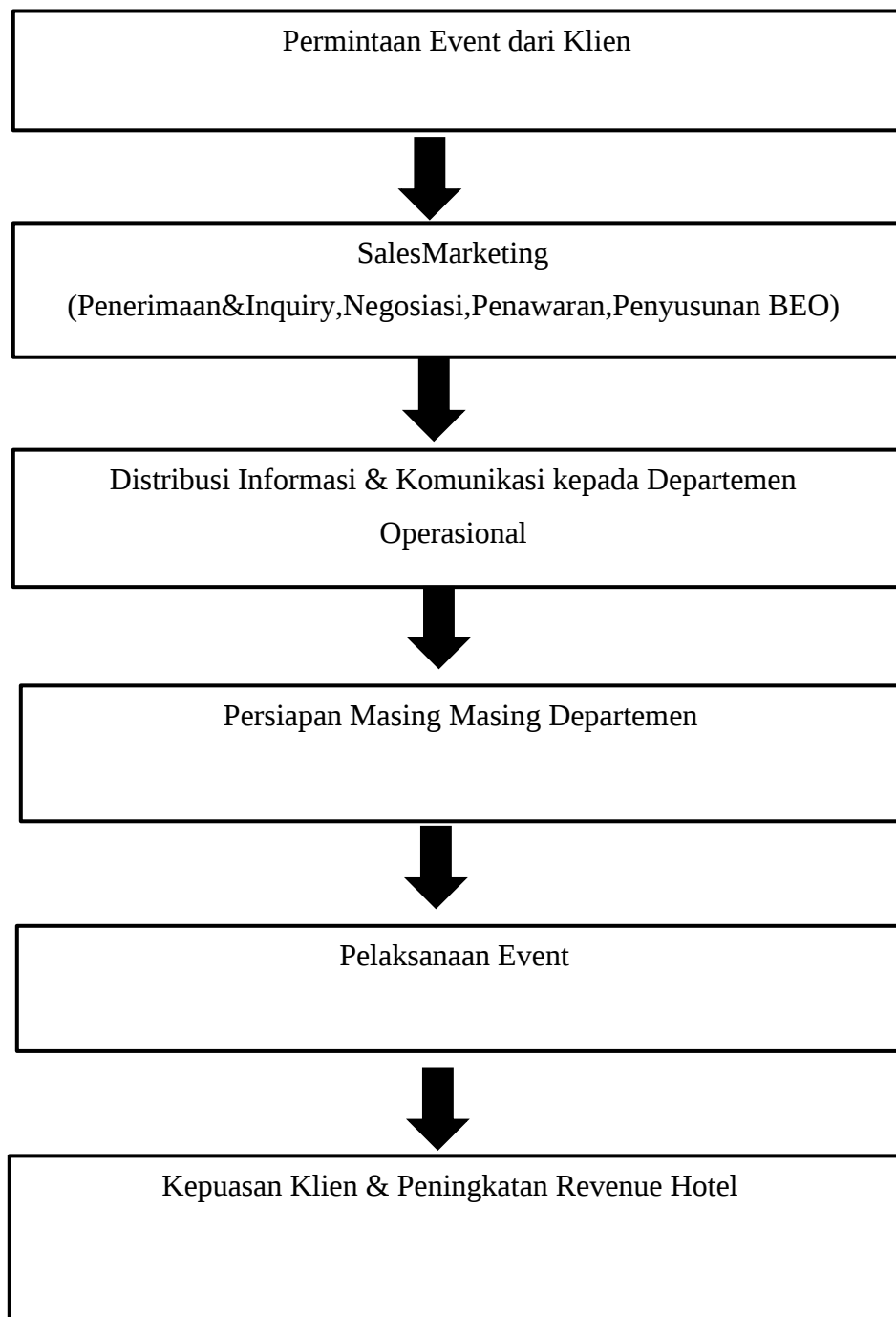
Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Gita, Dkk 2024	Kesalahan Komunikasi Antara Sales Department dengan F&B Service dalam Menangani Event di Banquet Section Grand Q Hotel Gorontalo	Komunikasi antara Sales dan Banquet dominan menggunakan komunikasi tertulis melalui BEO, seringkali terdapat istilah teknis di dalam BEO yang kurang dipahami oleh pihak Banquet, komunikasi pihak Banquet secara lisan menjadi kurang jelas dikarenakan faktor lingkungan yang bising saat terjadi lonjakan pengunjung di hotel, beberapa panitia penyelenggara event kurang memahami penjelasan yang diberikan oleh pihak sales mengenai tata letak yang diinginkan.
Silvana (2025)	Peranan Komunikasi & Kerjasama Antar Tim dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan Mice and Wedding Di Hotel Ayana Bali.	komunikasi di dalam dan antar tim umumnya aktif dan responsif, namun masih bersifat informal, dengan ketergantungan besar pada inisiatif individu melalui grup WhatsApp, email, dan diskusi langsung. Tidak adanya prosedur standar dan sistem manajemen data klien yang terintegrasi sering menyebabkan keterlambatan pembaruan, duplikasi

		pekerjaan, dan sesekali terjadi miskomunikasi, terutama saat terjadi pergantian staf atau saat mengelola beberapa acara secara bersamaan
Cindoswari& Novi (2021)	Komunikasi Internal Departemen Sales Marketing dan Departemen Front Office The Hills Hotel Batam dalam Menghadapi Konflik Organisasi	Konflik antara Departemen Sales Marketing dan Front Office terjadi akibat komunikasi yang kurang efektif, yang menyebabkan terhambatnya pekerjaan dan bersumber dari kurang baiknya koordinasi antarkedua departemen tersebut.
Ireena (2021)	An Analysis of Banquet Event Order Translation in Sales & Marketing Department at Mason Pine Hotel Padalarang Bandung	BEO yang disusun oleh Departemen Sales & Marketing memuat detail teknis event secara sistematis, dan ketepatan penerjemahan/penulisan isi BEO menentukan kejelasan informasi yang diterima oleh departemen pelaksana
Ramdhani (2014)	Peran Komunikasi Antara Departemen Marketing dengan Banquet dalam Melaksanakan Event di Aston Jember Hotel & Conference Center	Peran komunikasi antara Marketing dan Banquet sangat menentukan sukses tidaknya event; kesalahpahaman komunikasi dan koordinasi yang kurang baik, termasuk permintaan mendadak dari tamu yang tidak tersampaikan sepenuhnya, menjadi sumber utama permasalahan pelaksanaan event

2.3 Kerangka pemikiran

Studi kasus ini menggambarkan alur komunikasi yang terjadi antara Departemen Sales & Marketing dengan departemen operasional dalam proses penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Secara sistematis, alur tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, efektivitas komunikasi antara Departemen Sales & Marketing dengan departemen operasional menjadi variabel kunci yang menentukan kualitas penyelenggaraan event dan kepuasan klien di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Hambatan yang terjadi pada setiap tahap komunikasi akan berpengaruh langsung terhadap kelancaran pelaksanaan event secara keseluruhan.

BAB III

METODE STUDI KASUS

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menginterpretasikan fenomena yang terjadi secara nyata di lapangan berdasarkan data yang diperoleh dari sumber langsung. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang pola komunikasi, hambatan, dan dinamika hubungan antar departemen dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, yang tidak dapat sepenuhnya diukur secara numerik namun perlu dianalisis secara kontekstual dan deskriptif.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap proses koordinasi antar departemen selama penanganan event, wawancara dengan pihak-pihak terkait seperti staf Sales & Marketing dan staf Operasional, serta penelusuran dokumen pendukung seperti Banquet Event Order (BEO) dan catatan koordinasi lainnya. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut saling melengkapi sehingga gambaran yang dihasilkan mengenai pola komunikasi dan hambatan yang terjadi dapat lebih akurat, kaya konteks, dan mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan.

3.2 Lokasi Dan Waktu PLI

Tabel 1.2 Lokasi Dan Waktu PLI

No	Tanggal	Kegiatan
1.	12 Januari 2026	Kedatangan diPerusahaan dan orientasi
2.	13 Januari 2026	Penempatan & Pelaksanaan Di <i>sales and marketing Department</i>
3.	12 Februari 2026 – 04 juli 2026	Penyusunan Laporan
4.	12 Juli 2026	Kembali ke kampus

3.3 Profil Organisasi/Perusahaan



Gambar 1.2 Gedung Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang
(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang merupakan salah satu hotel ternama di Indonesia yang berlokasi di kawasan strategis Kota Padang, Sumatera Barat. Hotel ini berdiri di pusat aktivitas kota, tepatnya di Jalan Khatib Sulaiman No. 48 A, Padang, sehingga memudahkan tamu untuk menjangkau berbagai destinasi penting. Letaknya yang dekat dengan pusat kota menjadi nilai tambah, ditunjang oleh pelayanan berstandar internasional serta fasilitas yang lengkap dan nyaman.

Keunggulan lokasi ini menjadi alasan kuat mengapa Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang sering menjadi pilihan utama para wisatawan maupun pebisnis, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Dari Bandara Internasional Minangkabau, hotel ini hanya berjarak sekitar 30 menit perjalanan, Mesjid Raya Sumatera Barat hanya memakan waktu sekitar 5 menit. Selain itu, akses menuju berbagai objek wisata dan pusat kuliner di Kota Padang pun sangat mudah, baik menggunakan transportasi umum maupun kendaraan pribadi.

Bapak Muharman Mazni mendirikan Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang yang berada di bawah naungan PT Intiwhiz International (Intiwhiz). Peresmian hotel dilakukan oleh Presiden Direktur Intiwhiz, Bapak Moedjianto Soesilo Tjahjono, bersama Corporate Director of Hotel Operation, Bapak Tito N. Munawar, Hotel Manager Whiz Prime Khatib Sulaiman Padang, Bapak Muhammad Hafidz, dan Owner Representative, Bapak Muharman Mazni.

PT Intiland Development Tbk merupakan pengembang properti di Indonesia yang secara resmi berdiri pada tanggal 10 Juni 1983 dengan nama PT Wisma Dharmala Sakti. Masuk ke Bursa Paralel pada tahun 1989, dilanjutkan ke Bursa Efek Surabaya dan Bursa Efek Jakarta. Setelah restrukturisasi pada 29 Juni 2007, nama perusahaan berubah menjadi PT Intiland Development Tbk.

Fasilitas Hotel

Beberapa fasilitas yang disediakan hotel untuk tamu

Kamar (Room)

Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiaman memiliki 136 kamar terdiri dari :

a) Superior Room

Kamar standar tersedia dengan jumlah 124 kamar, kamar standar adalah tipe kamar terendah dengan luas ukuran 18.5 m² dan mempunyai 2 tipe bed antara lain bed king dan bed twin.



Gambar 1.3 Standar Room

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

b) Deluxe King Room

Deluxe King tersedia sebanyak 5 kamar, Deluxe King Adalah tipe kamar yang memiliki luas ukuran 20.5 m² dan hanya mempunyai 1 tipe bed yaitu bed king saja dan ada 5 kamar dari tiap tiap floor



Gambar 1.4 Deluxe King Room

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

c) **Grand Deluxe Room**

Grand Deluxe Room tersedia 6 kamar, Adalah tipe kamar yang memiliki luas ukuran 24 m2 dan hanya mempunyai 1 tipe bed yaitu bed king saja dan ada 6 kamar dari tiap tiap floor.



Gambar 1.5 Grand Deluxe Room

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

d) **Junior Suite Room**

Junior Suite Room tersedia sebanyak 1 kamar saja yang terletak di lantai 8, Junior Suite Room adalah tipe kamar yang memiliki luas ukuran 53 m2 di dalam kamar tersebut terdapat ruang tamu, mini kitchen, toilet tamu dan hanya 1 kamar saja.



Gambar 1.6 Junior Suite Room

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

Puncak Singgalang Restaurant

Puncak Singgalang Restaurant merupakan salah satu outlet Food & Beverage yang menyediakan masakan Asean Food, Western dan makanan lokal. Puncak Singgalang Restaurant memiliki 2 konsep yaitu Indoor dan outdoor (Smoking area) yang terdiri dari 60 kursi untuk indoor dan 30 kursi untuk smoking area. Puncak Singgalang Restaurant juga memiliki Bakso Bagadang. Puncak Singgalang Restaurant memiliki jam operasional sebagai berikut :

- Breakfast : 06.00 am – 10.00 am (senin – jumat)
- 06.00 am – 10.30 am (sabtu – minggu)
- Lunch : 12.00 pm – 15.00 pm
- Dinner : 18.00 pm – 22.00 pm



Gambar 1.7 Puncak Singgalang Restaurant

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

Meeting Room

a. Singgalang 1

Singgalang 1 merupakan salah satu ruang meeting yang ada di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang dengan kapasitas 15 pax



Gambar 1.8 Singgalang 1

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

b. Singgalang 2

Singgalang 2 merupakan salah satu ruang meeting yang ada di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang dengan kapasitas 15 pax, Ruang meeting ini sama dengan dengan ruang meeting pada singgalang 1



Gambar 1.9 Singgalang 2

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

c. Singgalang 3

Singgalang 3 merupakan ruang meeting yang ada di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang dengan kapasitas 60-80 pax sesuai permintaan tamu.



Gambar 1.10 Singgalang 3

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

d. Singgalang 4

Singgalang 4 merupakan ruang meeting dengan kapasitas 40 pax dengan lay-out bisa menyesuaikan permintaan tamu.



Gambar 1.11 Singgalang 4

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, 2026)

e. Singgalang Ballroom

Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang memiliki 1 Ballroom yaitu Singgalang Ballroom yang merupakan penggabungan ruang meeting singgalang 3 dan singgalang 4, Singgalang Ballroom dapat menampung 100-200 pax sesuai request an tamu dengan berbagai macam lay-out.



Gamabar 1.12 Singgalang Ballroom

(Sumber: Human Resources Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang,2026)

Fasilitas Lainnya

1. WIFI
2. Smart Tv
3. IDD Telephone & satellite reception
4. Safe deposit Box
5. Laubdry

3.4 Subjek Dan Objek Studi Kasus

Subjek dalam studi kasus ini adalah Sales & Marketing Manager, Event Coordinator, Supervisor Food & Beverage, Housekeepin, Supervisor, Engineering Supervisor, dan Front Office Supervisor di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Sementara itu, objek studi kasus ini adalah pola komunikasi, alur koordinasi, hambatan komunikasi, dan upaya penyelesaian hambatan antara Departemen Sales & Marketing dengan departemen operasional dalam proses penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam studi kasus ini dilakukan melalui tiga teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung (direct observation) selama kegiatan PLI di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Penulis terlibat langsung dalam lingkungan kerja Departemen Sales & Marketing dan mengamati secara seksama

proses komunikasi yang terjadi antara Sales & Marketing dengan departemen Food & Beverage, Housekeeping, Engineering, dan Front Office dalam setiap tahapan penanganan event. Aspek yang diobservasi meliputi: (1) proses distribusi BEO kepada departemen terkait; (2) pelaksanaan pre-event meeting dan briefing antar departemen; (3) komunikasi yang terjadi saat persiapan venue; (4) respons komunikasi antar departemen saat terjadi perubahan mendadak dari klien; dan (5) pelaksanaan evaluasi pasca-event.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Narasumber wawancara meliputi Sales & Marketing Manager, Event Coordinator, serta supervisor dari masing-masing departemen operasional terkait. Topik wawancara berfokus pada: (1) alur komunikasi formal dan informal yang diterapkan dalam penanganan event; (2) hambatan komunikasi yang sering dihadapi antar departemen; (3) upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi hambatan komunikasi; serta (4) saran dan harapan narasumber terkait peningkatan sistem komunikasi dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen dan data pendukung yang berkaitan dengan penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Dokumen yang dikumpulkan meliputi: (1) Banquet Event Order (BEO) sebagai dokumen komunikasi formal antar departemen; (2) jadwal dan laporan event yang telah dilaksanakan selama periode PLI; (3) Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berkaitan dengan penanganan event; serta (4) foto-foto dokumentasi kegiatan koordinasi, pre-event meeting, dan pelaksanaan event selama kegiatan PLI berlangsung.

4. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tiga tahap utama sebagai berikut:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Pada tahap ini, seluruh data yang telah terkumpul dipilih, disederhanakan, dan dirangkum untuk memfokuskan pada informasi yang paling relevan dengan rumusan masalah dan tujuan studi kasus. Data yang tidak relevan atau duplikatif dieliminasi agar analisis dapat berjalan lebih terarah.

2. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif deskriptif, bagan alur komunikasi, dan tabel temuan untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi terhadap pola komunikasi yang terjadi antar departemen dalam penanganan event.

3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing)

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan seluruh data yang telah dianalisis. Kesimpulan yang ditarik merupakan jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan, disertai dengan rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan oleh Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Khusus Studi Kasus

Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang secara aktif menyelenggarakan berbagai event sepanjang tahun, mulai dari rapat korporat skala kecil, seminar, workshop, pelatihan, gathering perusahaan, hingga gala dinner dan berbagai event sosial lainnya. Tingginya permintaan event dari berbagai segmen klien menjadikan Departemen Sales & Marketing sebagai salah satu departemen yang paling aktif dalam berkoordinasi dengan seluruh departemen operasional hotel.

Dalam struktur organisasinya, Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang memiliki beberapa departemen operasional, di antaranya Front Office, Housekeeping, Food & Beverage, Engineering, serta Sales & Marketing, yang masing-masing memiliki peran dan tanggung jawab yang saling terkait dalam mendukung operasional hotel secara keseluruhan. Tingginya frekuensi penyelenggaraan event di hotel ini menjadikan koordinasi antar departemen, khususnya antara Departemen Sales & Marketing sebagai pihak yang menerima dan menegosiasikan permintaan klien dengan departemen operasional sebagai pihak yang melaksanakan teknis di lapangan, menjadi elemen krusial yang menentukan keberhasilan setiap event yang diselenggarakan. Kondisi inilah yang melatarbelakangi perlunya kajian lebih mendalam mengenai pola komunikasi antar kedua pihak tersebut, sebagaimana menjadi fokus utama dalam studi kasus ini

Proses penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang secara umum dimulai dari tahap penerimaan inquiry klien oleh Sales & Marketing, kemudian dilanjutkan dengan negosiasi dan penyusunan penawaran harga dan paket event, konfirmasi pemesanan dan pembuatan Banquet Event Order (BEO), distribusi BEO kepada departemen Food & Beverage, Housekeeping, Engineering, dan Front Office, pelaksanaan pre-event meeting atau briefing antar departemen, persiapan venue dan layanan oleh masing-masing departemen, pelaksanaan event, hingga evaluasi pasca-event untuk mengevaluasi kinerja dan kepuasan klien.

Setiap tahapan dalam proses di atas melibatkan komunikasi yang intens antara Sales & Marketing dengan departemen operasional. Kualitas komunikasi pada setiap tahapan tersebut akan menentukan seberapa baik kesiapan hotel dalam melayani klien dan menyelenggarakan event sesuai dengan ekspektasi yang telah ditetapkan sejak awal.

4.2 Temuan Studi Kasus

Berdasarkan hasil observasi langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen yang diperoleh selama kegiatan PLI, ditemukan beberapa temuan penting sebagai berikut:

1. Alur Komunikasi Yang Diterapkan

Sales & Marketing menginisiasi rapat koordinasi (pre-event meeting) yang melibatkan perwakilan dari seluruh departemen terkait sebelum pelaksanaan event. Dalam rapat ini, Sales & Marketing memaparkan seluruh detail kebutuhan event kepada departemen-departemen terkait berdasarkan BEO yang telah disusun. BEO kemudian didistribusikan secara tertulis kepada departemen Food & Beverage, Housekeeping, Engineering, dan Front Office minimal H-3 sebelum event berlangsung. Selain melalui BEO dan pre-event meeting, terdapat pula grup komunikasi internal berbasis aplikasi pesan singkat yang dikelola oleh Sales & Marketing sebagai media koordinasi cepat antar departemen. Komunikasi lisan melalui telepon internal juga digunakan untuk konfirmasi mendadak dan penyampaian informasi perubahan detail event yang terjadi di luar jadwal komunikasi formal.

2. Peran Masing-masing Departemen dalam Penanganan Event

Setiap departemen operasional memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik dalam penanganan event. Departemen Food & Beverage bertanggung jawab atas penyediaan makanan dan minuman sesuai menu yang telah dipesan klien, termasuk persiapan buffet, set up peralatan makan, dan pelayanan selama event berlangsung. Departemen Housekeeping bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian venue event, termasuk penataan dan dekorasi ruangan sesuai layout yang diminta klien. Departemen Engineering bertanggung jawab atas kesiapan peralatan teknis seperti sound system, proyektor, pencahayaan, dan pendingin

ruangan. Sementara itu, Departemen Front Office bertugas dalam penyambutan tamu dan pengarahan peserta event ke venue yang telah disiapkan.

3. Hambatan Komunikasi yang Ditemukan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam, ditemukan beberapa hambatan komunikasi yang terjadi dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, antara lain: (1) BEO terkadang didistribusikan kurang dari H-3 sebelum event berlangsung, sehingga departemen operasional tidak memiliki cukup waktu untuk mempersiapkan diri secara optimal; (2) terdapat perbedaan pemahaman antar staf terhadap detail kebutuhan yang tercantum dalam BEO, terutama terkait layout ruangan, jumlah peserta yang berubah, dan kebutuhan teknis khusus; (3) perubahan mendadak dari klien tidak selalu dikomunikasikan secara real-time kepada seluruh departemen yang terdampak, sehingga persiapan beberapa departemen tidak selalu sesuai dengan kebutuhan terkini; dan (4) konfirmasi timbal balik (feedback) dari departemen penerima BEO tidak selalu dilakukan secara konsisten, sehingga Sales & Marketing tidak selalu dapat memastikan bahwa informasi telah diterima dan dipahami dengan benar oleh semua pihak.

4.3 Analisis Permasalahan

Berdasarkan temuan studi kasus yang telah diuraikan di atas, terdapat tiga permasalahan utama dalam komunikasi Sales & Marketing dengan departemen operasional dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang:

Pertama, masalah ketepatan waktu distribusi informasi. BEO sebagai dokumen komunikasi utama tidak selalu didistribusikan tepat waktu kepada seluruh departemen terkait. Keterlambatan distribusi BEO menyebabkan departemen operasional tidak memiliki waktu yang cukup untuk mempersiapkan segala kebutuhan event secara matang dan optimal. Kondisi ini mengindikasikan perlunya penetapan standar waktu distribusi BEO yang lebih ketat, konsisten, dan dipatuhi oleh seluruh pihak yang terlibat dalam penanganan event.

Kedua, masalah kejelasan dan pemahaman pesan. Perbedaan pemahaman antar staf terhadap detail BEO menunjukkan bahwa komunikasi tidak cukup hanya

melalui dokumen tertulis saja. Beberapa istilah teknis atau spesifikasi yang tercantum dalam BEO tidak selalu dipahami dengan cara yang sama oleh staf dari departemen yang berbeda, terutama yang berkaitan dengan detail teknis dan tata letak ruangan. Hal ini menunjukkan perlunya konfirmasi dua arah (two-way communication) untuk memastikan seluruh departemen memahami detail kebutuhan event dengan benar dan tepat.

Ketiga, masalah penanganan perubahan mendadak. Belum adanya prosedur baku yang mengatur secara jelas alur komunikasi saat terjadi perubahan mendadak dari klien menyebabkan respons antar departemen tidak selalu konsisten dan tepat waktu. Ketika klien mengajukan perubahan mendadak, Sales & Marketing perlu segera menginformasikan kepada seluruh departemen yang terdampak, namun tanpa prosedur yang jelas hal ini terkadang tidak dilakukan secara menyeluruh dan sistematis.

4.4 Pembahasan Berdasarkan Teori dan Penelitian Terdahulu

Temuan studi kasus ini sejalan dengan teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Robbins & Judge (2019), yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi dalam organisasi ditentukan oleh kejelasan pesan yang disampaikan, ketepatan saluran komunikasi yang dipilih, dan adanya umpan balik yang memadai dari penerima pesan. Hambatan komunikasi yang ditemukan di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, yaitu keterlambatan distribusi informasi dan perbedaan pemahaman terhadap isi BEO, dapat dikategorikan sebagai hambatan semantik dan hambatan organisasional sebagaimana dikemukakan oleh Robbins & Judge (2019). Hambatan ini muncul karena belum adanya standar komunikasi yang seragam dan mekanisme konfirmasi yang terstruktur antara Sales & Marketing dan departemen operasional.

Penggunaan BEO sebagai dokumen komunikasi formal antar departemen sejalan dengan teori Sulastiyono (2019) yang menekankan pentingnya dokumen formal sebagai alat komunikasi resmi dalam penyelenggaraan event hotel. BEO yang baik seharusnya tidak hanya berfungsi sebagai dokumen acuan satu arah, tetapi juga menjadi media komunikasi dua arah yang memungkinkan departemen

penerima untuk memberikan konfirmasi dan mengajukan pertanyaan klarifikasi kepada Sales & Marketing sebelum event berlangsung.

Peran Sales & Marketing sebagai penghubung komunikasi utama antara klien dan departemen operasional juga sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2020), yang menegaskan bahwa fungsi pemasaran bukan hanya menjual produk tetapi juga membangun dan menjaga relasi yang baik dengan seluruh pemangku kepentingan, termasuk departemen internal hotel. Kemampuan Sales & Marketing dalam mengelola komunikasi lintas departemen secara efektif akan berdampak langsung pada kualitas pelayanan event dan kepuasan klien.

Temuan ini juga diperkuat oleh teori manajemen event yang dikemukakan oleh Noor (2017), yang menyatakan bahwa keberhasilan penyelenggaraan event sangat ditentukan oleh kualitas perencanaan dan koordinasi yang dilakukan jauh sebelum event berlangsung. Pre-event meeting yang melibatkan seluruh departemen terkait merupakan salah satu mekanisme koordinasi yang paling efektif untuk memastikan seluruh pihak memiliki pemahaman yang sama tentang detail kebutuhan event.

4.5 Solusi atau Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil analisis permasalahan dan pembahasan di atas, berikut adalah rekomendasi perbaikan yang dapat diterapkan oleh Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam penanganan event:

- a. Standardisasi Waktu Distribusi BEO: Menetapkan kebijakan resmi yang mewajibkan distribusi BEO kepada seluruh departemen terkait minimal H-5 sebelum event berlangsung, serta mewajibkan konfirmasi tertulis dari masing-masing departemen penerima sebagai bukti bahwa informasi telah diterima dan dipahami. Kebijakan ini harus didokumentasikan dalam SOP dan disosialisasikan kepada seluruh staf.
- b. Penerapan Sistem BEO Digital: Mengembangkan atau mengadopsi sistem distribusi BEO berbasis platform digital yang dapat diakses secara real-time oleh seluruh departemen terkait, sehingga setiap pembaruan informasi

event dapat langsung terpantau oleh semua pihak tanpa harus menunggu distribusi dokumen fisik.

- c. Pelaksanaan Briefing Rutin Mingguan: Mengadakan briefing rutin mingguan antara Sales & Marketing dengan perwakilan dari seluruh departemen operasional untuk membahas jadwal event yang akan datang, mengidentifikasi potensi masalah secara lebih awal, dan menyamakan pemahaman terkait kebutuhan setiap event yang akan diselenggarakan.
- d. Penyusunan SOP Penanganan Perubahan Mendadak: Menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) khusus yang mengatur alur komunikasi saat terjadi perubahan mendadak dari klien event, termasuk menetapkan siapa yang bertanggung jawab menginformasikan perubahan, melalui saluran apa informasi disampaikan, dan dalam berapa waktu konfirmasi harus diperoleh dari seluruh departemen yang terdampak.
- e. Pelatihan Komunikasi Efektif Antar Departemen: Menyelenggarakan pelatihan komunikasi efektif secara berkala bagi staf Sales & Marketing dan departemen operasional, dengan fokus pada teknik penyampaian pesan yang jelas dan terstruktur, teknik mendengarkan aktif (active listening), dan penanganan konflik komunikasi di lingkungan kerja hotel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil studi kasus yang telah dilakukan selama kegiatan PLI di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi antara Departemen Sales & Marketing dengan departemen operasional dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang dilakukan melalui beberapa saluran komunikasi, yaitu distribusi Banquet Event Order (BEO) sebagai dokumen formal, pre-event meeting atau briefing antar departemen, grup komunikasi internal berbasis aplikasi pesan singkat, serta komunikasi lisan melalui telepon internal untuk konfirmasi mendadak.
2. Hambatan komunikasi yang ditemukan selama kegiatan PLI meliputi keterlambatan distribusi BEO kepada departemen operasional, perbedaan pemahaman antar staf terhadap detail kebutuhan event yang tercantum dalam BEO, belum adanya prosedur baku untuk menangani perubahan mendadak dari klien, serta minimnya konfirmasi umpan balik dari departemen penerima informasi secara konsisten.
3. Disarankan agar pihak hotel meningkatkan efektivitas komunikasi antar kedua departemen melalui penyelenggaraan *Briefing* rutin sebelum pelaksanaan event, penyempurnaan format Banquet Event Order (BEO) agar informasi yang disampaikan lebih jelas dan detail, serta pemanfaatan media komunikasi digital yang terintegrasi untuk mempercepat penyampaian informasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang disarankan untuk segera menetapkan standar waktu distribusi BEO secara resmi dan mewajibkan konfirmasi tertulis dari seluruh departemen penerima sebagai langkah awal yang konkret dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dalam penanganan event.
2. Perlu dikembangkan sistem informasi event berbasis digital yang memungkinkan seluruh departemen mengakses dan memantau detail event secara real-time, sehingga potensi miskomunikasi akibat keterlambatan distribusi informasi dapat diminimalkan secara signifikan.
3. Perlu segera disusun Standar Operasional Prosedur (SOP) koordinasi event yang komprehensif dan terperinci, termasuk prosedur khusus untuk penanganan perubahan mendadak dari klien, kemudian disosialisasikan kepada seluruh staf yang terlibat dalam penanganan event di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Cindoswari, A. R., & Novi, N. (2021). Komunikasi internal Departemen Sales Marketing dan Departemen Front Office The Hills Hotel Batam dalam menghadapi konflik organisasi. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 138–147. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.021.10>
- Gita, N. P. A. B., Bantulu, L., & Modjo, M. L. (2024). Kesalahan komunikasi antara Sales Department dengan F&B Service dalam menangani event di Banquet Section Grand Q Hotel Gorontalo. *Jurnal Darmawisata*, 3(2), 209. <https://doi.org/10.56190/jdw.v3i1.32>
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen: Dasar, pengertian, dan masalah* (Edisi Revisi). Bumi Aksara.
- Ireena, A. R., & Rusmana, E. (2021). An analysis of Banquet Event Order translation in Sales & Marketing Department at Mason Pine Hotel Padalarang Bandung [Skripsi, Universitas Pasundan]. Repositori Universitas Pasundan.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Noor, A. (2017). *Manajemen event*. Alfabeta.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (1994). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*.
- Ramdhani, F. (2014). Peran komunikasi antara Departemen Marketing dengan Banquet dalam melaksanakan event di Aston Jember Hotel & Conference Center [Laporan Praktik Kerja Nyata, Universitas Jember].
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson Education.

Silvana, E. C. S. (2025). Peranan komunikasi & kerjasama antar tim dalam meningkatkan efektivitas penjualan MICE and Wedding di Hotel Ayana Bali [Proyek Akhir, Politeknik Negeri Bali].

Sulastiyono, A. (2019). Manajemen penyelenggaraan hotel. Alfabeta.

LAMPIRAN

A. Pedoman wawancara

Informasi Utama

Nama: Chairunnisa

Jabatan: Sales Mrketing Mananger

Departemen : Sales Marketing

Daftar Pertanyaan:

1. Bagaimana alur komunikasi formal dan informal yang diterapkan dalam penanagan event?
2. Apa saja hambatan komunikasi yang sering dihadapi antar Departemen?
3. Apa upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi hambatan Komunikasi tersebut?
4. Bagaimana dampak keterlambatan tersebut terhadap kualitas pelayanan event?
5. Bagaimana bentuk Koordinasi yang dilakukakan sebelum,saat, dan sesudah event berlangsung?
6. Apakah ada breafing rutin antara Sales Marketing dan Operasional untuk event tertentu?
7. Apa saran Ibu untuk meningkatkan komunikasi antar Departemen ke depannya?

B. Hasil Observasi

NO	Aspek Yang Diamati	Hasil Observasi
1.	Kejelasan Informasi	Penulis mengamati bahwa informasi mengenai detail event (jumlah tamu, jenis acara, layout ruangan, kebutuhan peralatan) disampaikan

		oleh Sales & Marketing kepada Operasional melalui dokumen Banquet Event Order (BEO). Namun, pada beberapa kesempatan, penulis menemukan bahwa informasi dalam BEO belum sepenuhnya lengkap, misalnya perubahan jumlah tamu mendadak atau permintaan tambahan dari klien yang tidak segera diperbarui dalam dokumen, sehingga Operasional harus mengonfirmasi ulang secara manual.
2.	Ketepatan Waktu	Dari hasil pengamatan, BEO umumnya diterbitkan dan diserahkan kepada Operasional 1–3 hari sebelum pelaksanaan event untuk acara terjadwal, namun untuk event dengan pemesanan mendadak (last minute booking), jeda waktu tersebut jauh lebih singkat, bahkan terkadang hanya beberapa jam sebelum acara berlangsung. Kondisi ini terlihat memengaruhi kesiapan tim Operasional dalam menyiapkan ruangan, konsumsi, dan perlengkapan pendukung.
3.	Media Komunikasi	Media komunikasi yang digunakan bervariasi, meliputi rapat koordinasi tatap muka (briefing), grup percakapan WhatsApp internal, serta dokumen BEO yang didistribusikan

		secara fisik maupun digital. Penulis mengamati bahwa WhatsApp menjadi media paling sering digunakan untuk koordinasi cepat, terutama untuk konfirmasi perubahan mendadak, sementara rapat tatap muka lebih banyak dilakukan untuk event berskala besar
4.	Peranan Dokumen BEO sebagai Alat Komunikasi Utama	Penulis mengamati bahwa BEO tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif, tetapi juga menjadi acuan utama seluruh departemen terkait (Operasional, F&B, Housekeeping, Engineering) dalam menyiapkan kebutuhan event. Ketika BEO diterbitkan secara lengkap dan akurat, proses persiapan event berjalan lebih terstruktur. Sebaliknya, revisi BEO yang dilakukan mendadak tanpa pemberitahuan langsung ke seluruh pihak terkait berpotensi menimbulkan kesalahan teknis, seperti kekurangan kursi, kesalahan setup ruangan, atau ketidaksesuaian jumlah konsumsi
5.	Hambatan Komunikasi	Penulis mengamati bahwa BEO tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif, tetapi juga menjadi acuan utama seluruh departemen terkait (Operasional, F&B, Housekeeping, Engineering) dalam

		menyiapkan kebutuhan event. Ketika BEO diterbitkan secara lengkap dan akurat, proses persiapan event berjalan lebih terstruktur. Sebaliknya, revisi BEO yang dilakukan mendadak tanpa pemberitahuan langsung ke seluruh pihak terkait berpotensi menimbulkan kesalahan teknis, seperti kekurangan kursi, kesalahan setup ruangan, atau ketidaksesuaian jumlah konsumsi
6.	Intensitas Rapat Koordinasi	Selama masa observasi, rapat koordinasi (briefing) antar departemen umumnya dilakukan secara rutin menjelang event besar, namun untuk event kecil atau menengah, koordinasi lebih sering dilakukan secara informal melalui komunikasi langsung antar staf tanpa rapat resmi. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas koordinasi formal cenderung bergantung pada skala dan kompleksitas event yang ditangani.
7.	Respons Terhadap Perubahan Mendadak dari Klien	Selama masa observasi, rapat koordinasi (briefing) antar departemen umumnya dilakukan secara rutin menjelang event besar, namun untuk event kecil atau menengah, koordinasi lebih sering dilakukan secara informal melalui komunikasi langsung antar staf tanpa

		rapat resmi. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas koordinasi formal cenderung bergantung pada skala dan kompleksitas event yang ditangani.
--	--	---

Table 1.3 Hasil Observasi

C. Dokumentasi Magang



SURAT KETERANGAN PLI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIT HUBUNGAN INDUSTRI
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
E-mail : uhi@fpp.unp.ac.id



Nomor : 303a/UN35.1.7.8/PP/2025

Padang, 30 Desember 2025

Lamp. : 1 lembar

Hal : Magang Berdampak
Mahasiswa FPP UNP

Kepada Yth : Pimpinan Whiz Prime Padang

Di Tempat

Dengan hormat,

Kami mengucapkan terima kasih atas persetujuan Pimpinan Whiz Prime Padang untuk menerima mahasiswa kami melaksanakan program Magang Berdampak periode 5 Jan-5Jul 2026. Selanjutnya, kami konfirmasi mahasiswa yang akan datang melaksanakan kegiatan dimaksud yaitu :

No.	Nama	NIM	Program Studi	Departemen	Dosen Pembimbing
1.	Anisa Maysarah	24135004	Manajemen Perhotelan	F&B Service	Feriantano Sundang Pranata, S.Pd., M.Kom.
2	Deby Triana	24135162	Manajemen Perhotelan	HRD	Feriantano Sundang Pranata, S.Pd., M.Kom.
3	salsabila	24135032	Manajemen Perhotelan	Sales	Feriantano Sundang Pranata, S.Pd., M.Kom.
4	Fadila eka cahyani	24135214	Manajemen Perhotelan	FB Product	Feriantano Sundang Pranata, S.Pd., M.Kom.

Selanjutnya kami mohon agar supervisor mahasiswa tersebut dapat memberikan penilaian setelah kegiatan Magang Berdampak mahasiswa berakhir dengan menggunakan format penilaian tertampir. Demikianlah surat ini dibuat, atas perhatian, bantuan, dan kerjasama Saudara kami ucapkan terima kasih.

a.n. Dekan,
Kepala/Koordinator Unit Hubungan Industri
FPP-UNP



Yicha Mansyera Pratama, M.Pd.
NIP. 199502132022032020

LOGBOOK

**LOGBOOK KEGIATAN
PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI
Periode: Januari-Juni 2026
Tahun: 2026**

Nama : Salsabila

NIM : 24135032

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Nomor HP : 81275767482

HOD : Chairunnisa

Nama Industri : Whiz Prime Hotel Padang

Waktu Pelaksanaan Magang : 12 Januari-12 Juli 2026

Bulan : Jan-26

No	Tanggal	Waktu	Jam	Kegiatan	Ket
1	13-Jan-26	08:00-17:00	9	Taking Vidio, Menjalankan BEO	KERJA
2	14-Jan-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Confirmation Letter, GEO dan menjalankan nya	KERJA
3	15-Jan-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Confirmation Letter, GEO dan menjalankan nya	KERJA
4	16-Jan-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Confirmation Letter, GEO dan menjalankan nya	KERJA
5	17-Jan-26	-	-	-	LIBUR
6	18-Jan-26	-	-	-	LIBUR
7	19-Jan-26	08:00-17:00	9	Taking Vidio, Menjalankan BEO, membuat CI, membuat geo	KERJA
8	20-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
9	21-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
10	22-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
11	23-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
11	24-Jan-26	-	-	-	LIBUR
11	25-Jan-26	-	-	-	LIBUR
14	26-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
15	27-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
16	28-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
17	29-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
18	30-Jan-26	08:00-17:00	9	Menjalankan Beo, Geo, Confirmation Letter	KERJA
19	31-Jan-26	-	-	-	LIBUR
			126	Jumlah Hari Kerja	14
				Jumlah Hari Libur	5

Padang, 31 Januari 2026
Mengetahui

**LOGBOOK KEGIATAN
PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI
Periode: Januari-Juni 2026
Tahun: 2026**

Nama : Salsabila

NIM : 24135032

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Nomor HP : 81275767482

HOD : Chairunnisa

Nama Industri : Whiz Prime Hotel Padang

Waktu Pelaksanaan Magang : 12 Januari-12 Juli 2026

Bulan : Feb-26

No	Tanggal	Waktu	Jam	Kegiatan	Ket
1	01-Feb-26	-	-	-	LIBUR
2	02-Feb-26	08:00-17:00	9	Taking Vidio,menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
3	03-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Showing room meeting	KERJA
4	04-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Handle event	KERJA
5	05-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Handle event	KERJA
6	06-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Handle event	KERJA
7	07-Feb-26	-	-	-	LIBUR
8	08-Feb-26	-	-	-	LIBUR
9	09-Feb-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,CL,GEO	KERJA
10	10-Feb-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,CL,GEO	KERJA
11	11-Feb-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,CL,GEO	KERJA
12	12-Feb-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,CL,GEO	KERJA
13	13-Feb-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,CL,GEO	KERJA
14	14-Feb-26				LIBUR
15	15-Feb-26				LIBUR
16	16-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Mengawasi Event	KERJA
17	17-Feb-26				LIBUR
18	18-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Mengawasi Event	KERJA
19	19-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo,Menjalankan BEO,Mengawasi Event	KERJA

20	20-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Menjalankan BEO, Mengawasi Event	KERJA
21	21-Feb-26				LIBUR
22	22-Feb-26				LIBUR
23	23-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Menjalankan BEO, Mengawasi Event	KERJA
24	24-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Menjalankan BEO, Mengawasi Event	KERJA
25	25-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Menjalankan BEO, Mengawasi Event	KERJA
26	26-Feb-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Menjalankan BEO, Mengawasi Event	KERJA
27	27-Feb-26	08:00-17:01	9	Membuat Beo, Menjalankan BEO, Mengawasi Event	KERJA
28	28-Feb-26				LIBUR
			171	Jumlah Hari Kerja	19
				Jumlah Hari Libur	9

Padang, 28 Februari 2026
Mengetahui

Supervisor


Chairunnisa

Mahasiswa


Salsabila

**LOGBOOK KEGIATAN
PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI**
Periode: Januari-Juni 2026
Tahun: 2026

Nama : Salsabila

NIM : 24135032

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Nomor HP : 81275767482

HOD : Chairunnisa

Nama Industri : Whiz Prime Hotel Padang

Waktu Pelaksanaan Magang : 12 Januari-12 Juli 2026

Bulan : Mar-26

No	Tanggal	Waktu	Jam	Kegiatan	Ket
1	01-Mar-26				
2	02-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
3	03-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
4	04-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
5	05-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
6	06-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
7	07-Mar-26				
8	08-Mar-26				
9	09-Mar-26	08:00-16:00	9	Taking video bukber whiz,menjalankan BEQ,AMANDEENT	KERJA
10	10-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
11	11-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
12	12-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
13	13-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
14	14-Mar-26				
15	15-Mar-26				
16	16-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
17	17-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
18	18-Mar-26	08:00-16:00	9	Menjalankan BEQ,GEO,CL	KERJA
19	19-Mar-26				
20	20-Mar-26				
21	21-Mar-26				
22	22-Mar-26				
23	23-Mar-26				
24	24-Mar-26				
25	25-Mar-26				

26	26-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
27	27-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
28	28-Mar-26				
29	29-Mar-26				
30	30-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
31	31-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,Membuat Reservasi Dari OTA,Membuat report bulanan	KERJA
			153	Jumlah Hari Kerja	15
				Jumlah Hari Libur	16

Padang, 31 Maret 2026
Mengetahui

Supervisor

CHAIRUNNISA

Mahasiswa

SALSABILA

26	26-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
27	27-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
28	28-Mar-26				
29	29-Mar-26				
30	30-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
31	31-Mar-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,Membuat Reservasi Dari OTA,Membuat report bulanan	KERJA
			153	Jumlah Hari Kerja	15
				Jumlah Hari Libur	16

Padang, 31 Maret 2026
Mengetahui

Supervisor

CHAIRUNNISA

Mahasiswa

SALSABILA

LOGBOOK KEGIATAN
PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI
 Periode: Januari-Juni 2026
 Tahun: 2026

Nama : Salsabila

NIM : 24135032

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Nomor HP : 81275767482

HOD : Chairunnisa

Nama Industri : Whiz Prime Hotel Padang

Waktu Pelaksanaan Magang : 12 Januari-12 Juli 2026

Bulan : Apr-26

No	Tanggal	Waktu	Jam	Kegiatan	Ket
1	01-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,showing ruang meeting,menjalankan BEO	KERJA
2	02-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,showing ruang meeting,menjalankan BEO	KERJA
3	03-Apr-26				
4	04-Apr-26				
5	05-Apr-26				
6	06-Apr-26	08:00-17:00	9	Membuat BEO,Amandement,dan menjalankannya	KERJA
7	07-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,showing ruang meeting,menjalankan BEO	KERJA
8	08-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,mengawasi event,menjalankan BEO	KERJA
9	09-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,mengawasi event,menjalankan BEO	KERJA
10	10-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,mengawasi event,menjalankan BEO	KERJA
11	11-Apr-26				
12	12-Apr-26				
13	13-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
14	14-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
15	15-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
16	16-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,mengawasi event,menjalankan BEO	KERJA
17	17-Apr-26	08:00-17:00	9	Taking vidio,mengawasi event,menjalankan BEO	KERJA
18	18-Apr-26				

19	19-Apr-26				
20	20-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
21	21-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
22	22-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
23	23-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
24	24-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
25	25-Apr-26				
26	26-Apr-26				
27	27-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
28	28-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
29	29-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,GEO,CL	KERJA
30	30-Apr-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,Membuat Reservasi Dari OTA,Membuat report bulanan	KERJA
			197	Jumlah Hari Kerja	21
				Jumlah Hari Libur	9

Padang, 30 April 2026
Mengetahui

Supervisor


Chalrunnisa

Mahasiswa


Salsabila

**LOGBOOK KEGIATAN
PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI**
Periode: Januari-Juni 2026
Tahun: 2026

Nama : Salsabila

NIM : 24135032

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Nomor HP : 81275767482

HOD : Chairunnisa

Nama Industri : Whiz Prime Hotel Padang

Waktu Pelaksanaan Magang : 12 Januari-12 Juli 2026

Bulan : May-26

No	Tanggal	Waktu	Jam	Kegiatan	Ket
1	01-May-26				
2	02-May-26				
3	03-May-26				
4	04-May-26	08:00-17:00	9	Taking vidio, showing ruang meeting, menjalankan BEO	KERJA
5	05-May-26	08:00-17:00	9	Membuat Beo, Geo Dan menjalankannya	KERJA
6	06-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
7	07-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
8	08-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
9	09-May-26				
10	10-May-26				
11	11-May-26	08:00-17:00	9	Taking vidio, mengawasi event	KERJA
12	12-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
13	13-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
14	14-May-26				
15	15-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
16	16-May-26				
17	17-May-26				
18	18-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
19	19-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA

20	20-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
21	21-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
22	22-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
23	23-May-26				
24	24-May-26				
25	25-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
26	26-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
27	27-May-26				
28	28-May-26	08:00-17:00	9	Membuat reservasi dari OTA, Menjalankan Beo	KERJA
29	29-May-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO, Membuat Reservasi Dari OTA, Membuat report bulanan	KERJA
30	30-May-26				
31	31-May-26				
			162	Jumlah Hari Kerja	16
				Jumlah Hari Libur	15

Padang, 31 May 2026
Mengetahui

Supervisor


Chairunnisa

Mahasiswa


Salsabila

**LOGBOOK KEGIATAN
PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI
Periode: Januari-Juni 2026
Tahun: 2026**

Nama : Salsabila

NIM : 24135032

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Nomor HP : 81275767482

HOD : Chairunnisa

Nama Industri : Whiz Prime Hotel Padang

Waktu Pelaksanaan Magang : 12 Januari-12 Juli 2026

Bulan : Jun-26

No	Tanggal	Waktu	Jam	Kegiatan	Ket
1	01-Jun-26				
2	02-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO, Mengawasi event	KERJA
3	03-Jun-26	08:00-17:00	9	Taking video, Membuat cl	KERJA
4	04-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO, geo	KERJA
5	05-Jun-26	08:00-17:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
6	06-Jun-26				
7	07-Jun-26				
8	08-Jun-26	08:00-17:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
9	09-Jun-26	08:00-17:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
10	10-Jun-26	08:00-17:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
11	11-Jun-26	08:00-17:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
12	12-Jun-26	08:00-17:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
13	13-Jun-26				
14	14-Jun-26				
15	15-Jun-26	06:00-15:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
16	16-Jun-26				
17	17-Jun-26	06:00-15:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
18	18-Jun-26	06:00-15:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
19	19-Jun-26	06:00-15:00	9	Membuat Reservasi dari OTA	KERJA
20	20-Jun-26				
21	21-Jun-26				
22	22-Jun-26	08:00-17:00	9	Taking video, Membuat cl	KERJA
23	23-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO, Membuat Reservasi Dari OTA	KERJA
24	24-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO, Membuat Reservasi Dari OTA	KERJA
25	25-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO, Membuat Reservasi Dari OTA	KERJA

25	25-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,Membuat Reservasi Dari OTA	KERJA
26	26-Jun-26				
27	27-Jun-26				
29	29-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,Membuat Reservasi Dari OTA	KERJA
30	30-Jun-26	08:00-17:00	9	Menjalankan BEO,Membuat Reservasi Dari OTA,Membuat report bulanan	KERJA
			180	Jumlah Hari Kerja	20
				Jumlah Hari Libur	10

Padang, 30 Juni 2026
Mengetahui

Superyisor

Chairunnisa

Mahasiswa

Salsabila



UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIT HUBUNGAN INDUSTRI
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171 E-
mail : uhi@fpp.unp.ac.id



LEMBARAN KONSULTASI DOSEN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa (Praktekan) : Salsabila
Nama Perusahaan/Industri :
Nama Dosen Pembimbing : Feriantano Sundang Pranata, S.Pd, M. Kom

No	Hari/Tanggal	Topik/ Masalah Yang Dibahas	Saran Perbaikan	Paraf
1.	Senin/20-07	Revisi Abstrak, bab I, II dan format tata tulis	Perbaiki isi latar belakang. Bab II Rapihan laporan	
2.	Kamis/24-07	Revisi Abstrak, format tata tulis. Daftar isi	Perbaiki abstrak, Rapihan laporan	
3.	Jumat/25-07	Acc Laporan.		

Dosen Pembimbing

Feriantano Sundang Pranata, S.Pd, M. Kom.
NIP.199602282024061002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIT HUBUNGAN INDUSTRI
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
E-mail : uhi@pp.unp.ac.id



LEMBARAN KONSULTASI SUPERVISOR INDUSTRI

Nama Mahasiswa (Praktekan) : Salsabila
Unit Kegiatan Praktek : PII I
Nama Perusahaan/Industri : Whis Prime Padang
Jadwal Kegiatan : 12 Januari - 12 Juli
Nama Supervisor (Penilai) : Chairunnisa
Jabatan Supervisor di Perusahaan : Sales Marketing Manager

No	Hari/Tanggal	Topik/ Masalah Yang Dibahas	Saran Perbaikan	Paraf
1	Senin/26-07-2021	Wawancara Alur komunikasi Antara Departemen.		
2	Jumat/3-07-2021	Wawancara tentang hambatan event di hotel		

.....
Tanda tangan nama penilai stempel
Perusahaan



DAFTAR NILAI

Nama : Salsabila		Dept Sales & Marketing	
No	ASPEK PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	STUF
A.	1. Sikap	98	Sembilan Puluh Delapan
	2. Motivasi/ Kemampuan Kerja	96	Sembilan Puluh Enam
	3. Inisiatif	96	Sembilan Puluh Enam
	4. Pengetahuan Terhadap Kerja	94	Sembilan Puluh Empat
	5. Disiplin	90	Sembilan Puluh Dua
	6. Kehadiran	92	Sembilan Puluh Dua
B.	Competency		
	1. Back Office	98	Sembilan Puluh Delapan
	2. Housekeeping		
	3. Food & Beverage Service		
	4. Food & Beverage Product		
	Jumlah	686	Enam Ratus Enam Puluh Enam
	Rata-rata	95	Sembilan Puluh Lima

Kualifikasi dan Predikat Prestasi
 90 - 100 = A (Lulus Amat Baik)
 82 - 89 = B (Lulus Baik)
 76 - 81 = C (Lulus Cukup)
 68 - 75 = D (Belum Lulus)

Padang, 20 Juli 2026
 Department Head

Chetriswita
 Sales Marketing Manager