

LAPORAN STUDI KASUS

ANALISIS STRATEGI *SALES MARKETING* DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN HARGA UNTUK MENINGKATKAN KERJA SAMA *CORPORATE* DI PREMIERE HOTEL PEKANBARU

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



Oleh :

Witri Sri Mulyani / 24135043

Dosen Pembimbing : Khairani Saladin, S.E, M.Sc
Supervisor : Ulziana Ardia

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

HALAMAN PENGESAHAN FAKULTAS

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

Semester Januari – Juni 2026

Oleh:

Witri Sri Mulyani

NIM: 24135043

**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Departemen Pariwisata**

Diperiksa dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing



Khairani Saladin, S.E, M.Sc

NIP. 199411212023212030

**a.n Dekan FPP-UNP
Kepala Unit Hubungan Industri**



Vischa Mansyera Pratama, M.Pd.

NIP. 199502132022032020

HALAMAN PENGESAHAN INDUSTRI

**Laporan ini Disampaikan Untuk Memenuhi Sebagian dari Persyaratan
Penyelesaian Magang Berdampak I
Semester Januari – Juni 2026**

Oleh:

Witri Sri Mulyani

NIM: 24135043

**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan
Departemen Pariwisata**

Diperiksa dan Disahkan oleh:

Pembimbing Dari Industri

Sales Admin



Ulziana Ardia

Director of Sales Marketing



Vera Eka Putri

Human Resources Manager



Geina Dwisessa Syahril

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur hanyalah milik Allah SWT. Kepada-Nya kita memohon pertolongan dan ampunan. Kepada-Nya pula kita memohon perlindungan dari keburukan diri dan syaiton yang selalu menghembuskan kebatilan pada diri kita. Dengan rahmat dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan Studi Kasus dengan judul *Analisis Strategi Sales Marketing dalam Menghadapi Persaingan Harga Untuk Meningkatkan Kerja Sama Corporate di Premiere Hotel Pekanbaru.*

Studi Kasus ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah Pengalaman Lapangan Industri I Prodi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi secara tertulis dan sistematis.

Selesainya Studi Kasus ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dra Asmar Yulastri, M.Pd., Ph.d selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Pasaribu, S.ST.Par, M.Si.Par,CHE. selaku Kepala Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Vischa Mansyera Pratama M.Pd selaku kepala Unit Hubungan Industri (UHI) Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
4. Ibu Rahmi Fadilah, M.Pd. selaku Koordinator Pengalaman Lapangan Industri Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
5. Bapak Waryono,S.Pd.,MM,Par selaku penasehat akademik

6. Ibu Khairani Saladin, S.E, M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam proses pembuatan laporan ini.
7. Ibu Wismiati selaku *General Manager* The Premiere Hotel Pekanbaru.
8. Ibu Geina Devisessa Syahril selaku *Human Resource Manager (HRM)* The Premiere Hotel Pekanbaru.
9. Ibu Vera Eka Putri selaku *Director Of Sales Marketing* The Premiere Hotel Pekanbaru.
10. Keluarga yang selalu memberikan dukungan baik material maupun spiritual dan senantiasa memberikan semangat untuk terus belajar.
11. Seluruh karyawan dan karyawan The Premiere Hotel Pekanbaru yang sudah memberikan ilmu dan bimbingan selama pelaksanaan Pengalaman Lapangan Industri I di The Premiere Hotel Pekanbaru.

Menyadari akan banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan laporan Pengalaman Lapangan Industri I ini. Akhir kata penulis terbuka atas kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dimasa yang akan datang.

Pekanbaru, 25 Mei 2026

Witri Sri Mulyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN FAKULTAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN INDUSTRI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Studi Kasus	6
1.5 Manfaat Studi Kasus	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran	16
BAB III METODE STUDI KASUS	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PLI	19
3.3 Profil Organisasi / Perusahaan	20
3.4 Subjek dan Objek Studi Kasus	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisi Data	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Kasus	27
4.2 Temuan Studi Kasus	28
4.3 Analisis Permasalahan	30

4.4 Pembahasan Berdasarkan Teori Terdahulu	31
4.5 Solusi atau Rekomendasi Perbaikan	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Berpikir Penelitian.....	18
Gambar 3.1 The Premiere Hotel Pekanbaru.....	20
Gambar 3.2 Struktur Organisasi The Premiere Hotel Pekanbaru	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	32
Lampiran 2 Hasil Observasi.....	34
Lampiran 3 Dokumentasi Kegiatan PLI.....	36
Lampiran 4 Surat Keterangan PLI.....	38
Lampiran 5 Logbook.....	39
Lampiran 6 Lembar Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing.....	68
Lampiran 7 Lembar Konsultasi Dengan Supervisor.....	69
Lampiran 8 Sertifikat The Premiere Hotel Pekanbaru.....	70

ABSTRAK

Pengalaman Lapangan Industri (PLI) merupakan mata kuliah yang bertujuan memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa agar mampu menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan. Selama melaksanakan PLI di The Premiere Hotel Pekanbaru pada Departemen *Sales & Marketing*, penulis menemukan bahwa persaingan harga antarhotel berbintang di Kota Pekanbaru semakin ketat sehingga hotel dituntut menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Studi kasus ini bertujuan menganalisis strategi tersebut dengan menggunakan metode studi kasus berpendekatan *deskriptif kualitatif*. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

Hasil studi kasus menunjukkan bahwa strategi *Sales & Marketing* tidak hanya berfokus pada penawaran harga yang kompetitif, tetapi juga pada peningkatan kualitas pelayanan, komunikasi yang efektif, ketepatan administrasi, serta pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan *corporate*. Penyusunan *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO) menjadi bagian penting dalam mendukung pelayanan kepada pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan *corporate* lebih mempertimbangkan kualitas pelayanan, kecepatan respons, dan profesionalisme selain harga. Oleh karena itu, penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) serta peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi yang efektif dalam mempertahankan kerja sama dengan pelanggan *corporate* di The Premiere Hotel Pekanbaru..

Kata kunci: *Sales & Marketing*, Persaingan Harga, Pelanggan *Corporate*, *Customer Relationship Management* (CRM), Industri Perhotelan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan pariwisata dan perekonomian suatu daerah. Pertumbuhan industri pariwisata yang terus meningkat mendorong perkembangan usaha perhotelan sebagai penyedia jasa akomodasi, makanan dan minuman, ruang pertemuan, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya. Hotel tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap bagi wisatawan, tetapi juga menjadi lokasi penyelenggaraan berbagai kegiatan bisnis, pemerintahan, pendidikan, maupun acara sosial. Oleh karena itu, setiap hotel dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan tamu.

Persaingan bisnis perhotelan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin ketat. Bertambahnya jumlah hotel berbintang maupun nonberbintang menyebabkan setiap hotel harus memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi pada aspek fasilitas dan kualitas pelayanan, tetapi juga pada strategi pemasaran, harga kamar, promosi, serta kemampuan hotel dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kondisi ini menuntut setiap hotel untuk terus berinovasi agar mampu menarik tamu baru sekaligus mempertahankan tamu yang telah menjadi pelanggan tetap.

Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau merupakan salah satu pusat kegiatan pemerintahan, perdagangan, pendidikan, dan bisnis di Pulau Sumatra. Tingginya mobilitas masyarakat serta banyaknya perusahaan swasta, instansi pemerintah, dan lembaga pendidikan yang melakukan perjalanan dinas maupun kegiatan pertemuan menyebabkan kebutuhan terhadap jasa perhotelan terus meningkat. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai hotel berbintang yang menawarkan produk dan layanan dengan keunggulan masing-masing. Di sisi lain, meningkatnya jumlah hotel juga menyebabkan persaingan antarhotel menjadi semakin kompetitif, terutama dalam memperoleh pelanggan dari segmen *corporate*

Pelanggan *corporate* merupakan salah satu target pasar yang memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan hotel. Berbeda dengan tamu individu, pelanggan *corporate* umumnya melakukan pemesanan kamar, ruang rapat, maupun penyelenggaraan kegiatan secara berulang berdasarkan perjanjian kerja sama yang telah disepakati. Oleh karena itu, keberhasilan hotel dalam menjalin kerja sama dengan perusahaan atau instansi akan memberikan dampak positif terhadap tingkat hunian kamar (*occupancy*), pendapatan hotel, serta keberlangsungan operasional perusahaan.

Dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan *corporate*, Departemen *Sales & Marketing* memiliki peranan yang sangat penting. Departemen ini bertanggung jawab menyusun strategi pemasaran, melakukan promosi, membangun komunikasi dengan calon pelanggan, melakukan negosiasi kerja sama, menyusun penawaran harga (*contract rate*), serta memastikan setiap kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi dengan baik. Keberhasilan strategi *Sales & Marketing* tidak hanya diukur dari banyaknya pelanggan baru yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan mempertahankan pelanggan lama melalui pelayanan yang profesional, komunikasi yang efektif, serta hubungan kerja sama yang berkelanjutan.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh Departemen *Sales & Marketing* adalah persaingan harga antarhotel. Banyak hotel menawarkan tarif yang kompetitif untuk menarik pelanggan *corporate*. Kondisi ini mengharuskan setiap hotel memiliki strategi yang tepat dalam menentukan harga tanpa mengabaikan kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila hotel hanya mengandalkan harga murah, keuntungan perusahaan dapat menurun. Sebaliknya, apabila harga yang ditawarkan terlalu tinggi tanpa memberikan nilai tambah, pelanggan berpotensi beralih ke hotel lain yang menawarkan manfaat lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara strategi harga, kualitas pelayanan, serta hubungan yang baik dengan pelanggan.

The Premiere Hotel Pekanbaru merupakan salah satu hotel berbintang di Kota Pekanbaru yang melayani berbagai segmen pasar, termasuk tamu individu, tamu pemerintahan, perusahaan swasta, serta penyelenggara kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE)*. Untuk mempertahankan daya

saing di tengah persaingan industri perhotelan, hotel ini menerapkan berbagai strategi pemasaran melalui Departemen *Sales & Marketing*. Strategi tersebut dilakukan dengan memberikan pelayanan yang cepat, membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan, melakukan negosiasi harga yang kompetitif, serta menjaga hubungan kerja sama dengan pelanggan *corporate* secara berkelanjutan.

Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) di Departemen *Sales & Marketing* The Premiere Hotel Pekanbaru pada periode Januari hingga Juni 2026, penulis memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan operasional departemen. Kegiatan yang dilakukan antara lain membantu penyusunan *contract rate*, membuat *confirmation letter*, mengelola dokumen administrasi penjualan, menyiapkan *Banquet Event Order* (BEO), mengarsipkan dokumen kerja sama, serta membantu persiapan kebutuhan rapat dan koordinasi internal. Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pemahaman mengenai proses kerja Departemen *Sales & Marketing* dalam mendukung kegiatan operasional hotel.

Selama pelaksanaan PLI, penulis juga mengamati bahwa persaingan harga menjadi salah satu tantangan yang sering dihadapi dalam menjalin kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Banyak perusahaan membandingkan harga yang ditawarkan oleh beberapa hotel sebelum menentukan pilihan. Dalam kondisi tersebut, *Sales & Marketing Department* tidak hanya menawarkan harga yang kompetitif, tetapi juga memberikan pelayanan yang responsif, kemudahan dalam proses reservasi, ketepatan administrasi, serta komunikasi yang baik agar pelanggan tetap memilih The Premiere Hotel Pekanbaru sebagai mitra kerja sama.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat studi kasus mengenai strategi yang diterapkan oleh Departemen *Sales & Marketing* dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama *corporate*. Topik ini dipilih karena relevan dengan aktivitas yang dilakukan selama PLI serta memiliki kontribusi dalam memberikan gambaran mengenai penerapan strategi pemasaran pada industri perhotelan. Selain itu, hasil studi kasus ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi hotel dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam studi kasus ini adalah sebagai berikut:

- a. Semakin ketatnya persaingan harga antarhotel berbintang di Kota Pekanbaru, sehingga The Premiere Hotel Pekanbaru harus mampu menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengurangi kualitas pelayanan.
- b. Tingginya tuntutan pelanggan *corporate* terhadap kualitas pelayanan, mulai dari proses reservasi, penyampaian informasi, hingga pelayanan yang profesional, sehingga menjadi tantangan bagi *Sales & Marketing Department* dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.
- c. Belum optimalnya penyusunan *contract rate* karena harus mempertimbangkan kondisi pasar, harga pesaing, kebijakan hotel, dan target keuntungan agar tetap menarik bagi pelanggan *corporate* sekaligus menguntungkan perusahaan.
- d. Pentingnya menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan *corporate* melalui komunikasi yang efektif, pelayanan yang konsisten, serta tindak lanjut terhadap kebutuhan pelanggan guna meningkatkan loyalitas dan kerja sama berkelanjutan.
- e. Perlunya strategi pemasaran yang inovatif serta koordinasi yang efektif antar departemen dalam menghadapi perubahan kebutuhan pelanggan, perkembangan teknologi digital, dan untuk memastikan pelayanan kepada pelanggan *corporate* berjalan sesuai kesepakatan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam studi kasus ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga pada segmen pelanggan *corporate*?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan strategi *Sales & Marketing* dalam mempertahankan dan meningkatkan kerja sama dengan

pelanggan *corporate*?

3. Bagaimana peran penyusunan *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO) dalam mendukung keberhasilan strategi pemasaran di The Premiere Hotel Pekanbaru?
4. Kendala apa saja yang dihadapi oleh *Sales & Marketing Department* dalam menghadapi persaingan harga serta bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasinya?
5. Bagaimana rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperkuat hubungan kerja sama dengan pelanggan *corporate* di masa mendatang?

1.4 Tujuan Studi Kasus

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari studi kasus ini adalah untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga guna meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Mendeskripsikan pelaksanaan strategi *Sales & Marketing* dalam menghadapi persaingan harga di The Premiere Hotel Pekanbaru.
- b) Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan kerja sama antara hotel dengan pelanggan *corporate*.
- c) Menjelaskan proses administrasi *Sales & Marketing*, mulai dari penyusunan *Contract Rate*, pembuatan *Confirmation Letter*, hingga distribusi *Banquet Event Order* (BEO) sebagai bagian dari pelayanan kepada pelanggan.
- d) Mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi oleh *Sales & Marketing Department* selama menjalankan strategi pemasaran.
- e) Memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas strategi pemasaran dan

mempertahankan loyalitas pelanggan *corporate*.

1.5 Manfaat Studi Kasus

Hasil studi kasus ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkaitan dengan dunia pendidikan maupun industri perhotelan :

1. Bagi The Premiere Hotel Pekanbaru

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen hotel, khususnya *Sales & Marketing Department*, dalam menilai efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat hubungan dengan pelanggan *corporate*, serta menyusun strategi yang lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan harga.

2. Bagi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Universitas Negeri Padang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi dosen dan mahasiswa dalam memahami penerapan teori pemasaran perhotelan di dunia kerja. Selain itu, laporan ini dapat menambah koleksi studi kasus yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran maupun penelitian selanjutnya.

3. Bagi Mahasiswa

Melalui penyusunan studi kasus ini, penulis memperoleh pengalaman dalam mengintegrasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktik nyata di industri perhotelan. Penelitian ini juga menjadi sarana untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis, menganalisis permasalahan, menyusun solusi, serta menyusun laporan ilmiah sesuai kaidah akademik.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji strategi pemasaran hotel, hubungan kerja sama *corporate*, maupun pengelolaan *Sales & Marketing Department* pada Industri Perhotelan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan dasar ilmiah yang digunakan untuk menjelaskan konsep, variabel, dan hubungan antarvariabel yang menjadi fokus penelitian. Pada studi kasus ini, landasan teori digunakan sebagai acuan dalam menganalisis strategi *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Teori-teori yang digunakan meliputi konsep hotel, departemen *Sales & Marketing*, strategi pemasaran, pelanggan *corporate*, *Customer Relationship Management* (CRM), *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, *Banquet Event Order* (BEO), serta persaingan harga dalam industri perhotelan.

2.1.1 Pengertian Hotel

Hotel merupakan salah satu jenis usaha jasa yang menyediakan akomodasi bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan melalui pelayanan kepada tamu. Pelayanan yang diberikan tidak hanya berupa penyediaan kamar, tetapi juga berbagai fasilitas penunjang seperti restoran, ruang pertemuan (*meeting room*), ballroom, pusat kebugaran, kolam renang, layanan binatu (*laundry*), serta berbagai layanan lainnya yang bertujuan memberikan kenyamanan kepada tamu.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, usaha hotel merupakan salah satu bentuk usaha penyediaan akomodasi yang memberikan pelayanan penginapan kepada masyarakat dan dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum, hiburan, maupun fasilitas lainnya. Dalam perkembangannya, hotel tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga menjadi pusat kegiatan bisnis, penyelenggaraan rapat, seminar, pelatihan, pameran, hingga kegiatan sosial.

Menurut Kotler, Bowen, dan Makens, hotel adalah organisasi jasa yang berorientasi pada kepuasan pelanggan melalui penyediaan produk dan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan hotel tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik

yang dimiliki, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, profesionalisme sumber daya manusia, serta kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Dalam operasionalnya, hotel terdiri atas beberapa departemen yang saling bekerja sama, antara lain *Front Office Department*, *Housekeeping Department*, *Food and Beverage Department*, *Kitchen*, *Engineering*, *Human Resources Department*, *Accounting Department*, *Purchasing Department*, *Security Department*, serta *Sales & Marketing Department*. Setiap departemen memiliki fungsi dan tanggung jawab yang berbeda, namun seluruhnya memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada tamu dan mendukung pencapaian target perusahaan.

Pada hotel berbintang seperti The Premiere Hotel Pekanbaru, koordinasi antar departemen menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga kualitas pelayanan. *Sales & Marketing Department* berperan memperoleh pelanggan dan menjalin kerja sama, sedangkan departemen lain memastikan seluruh layanan yang telah dijanjikan kepada pelanggan dapat terlaksana sesuai standar operasional perusahaan. Oleh karena itu, keberhasilan hotel dalam mempertahankan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu departemen saja, tetapi merupakan hasil kerja sama seluruh bagian dalam organisasi hotel.

2.1.2 Sales & Marketing Department

Sales & Marketing Department merupakan salah satu departemen yang memiliki peranan strategis dalam operasional hotel. Departemen ini bertanggung jawab untuk merencanakan, melaksanakan, serta mengevaluasi berbagai kegiatan pemasaran guna meningkatkan penjualan produk dan jasa hotel. Selain berorientasi pada peningkatan pendapatan perusahaan, *Sales & Marketing* juga berperan dalam membangun citra positif hotel, memperluas jaringan kerja sama, serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan yang telah ada.

Menurut Kotler dan Keller (2022), pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu maupun organisasi untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Dalam

konteks industri perhotelan, pemasaran tidak hanya menjual kamar hotel, tetapi juga menjual pengalaman, kenyamanan, keamanan, dan kualitas pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada tamu.

Departemen *Sales & Marketing* pada hotel umumnya dipimpin oleh *Director of Sales and Marketing* (DOSM) yang bertanggung jawab menyusun kebijakan pemasaran dan target penjualan hotel. Dalam pelaksanaannya, DOSM dibantu oleh beberapa posisi, seperti Sales Manager, Sales *Executive*, Sales *Coordinator*, *Reservation Officer*, dan *Sales Admin*. Masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab yang saling berkaitan sehingga seluruh kegiatan pemasaran dapat berjalan secara efektif.

Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri di The Premiere Hotel Pekanbaru, penulis memperoleh kesempatan untuk mempelajari secara langsung berbagai aktivitas administrasi yang dilakukan oleh *Sales Admin*. Kegiatan yang dilakukan antara lain membantu penyusunan Contract Rate untuk pelanggan *corporate*, membuat *Confirmation Letter* sebagai bukti konfirmasi pemesanan, mempersiapkan *Banquet Event Order* (BEO) sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan, mengarsipkan dokumen kerja sama, serta membantu proses administrasi lainnya yang berkaitan dengan kebutuhan pelanggan.

2.1.3 Strategi Pemasaran Hotel

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Dalam industri perhotelan, strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting karena keberhasilan hotel dalam memperoleh pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas fasilitas, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengenalkan produk, membangun hubungan dengan pelanggan, serta menciptakan nilai yang mampu memberikan kepuasan kepada tamu.

Menurut Kotler dan Keller (2022), strategi pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan sehingga mampu membangun hubungan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Strategi pemasaran bukan hanya

berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga bertujuan menciptakan loyalitas pelanggan sehingga perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya dalam jangka Panjang

Dalam praktiknya, The Premiere Hotel Pekanbaru menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Strategi tersebut meliputi penyusunan *Contract Rate* yang kompetitif, pemberian penawaran khusus kepada pelanggan tetap, pelaksanaan *sales call*, penyebaran informasi promosi melalui media digital, pelayanan administrasi yang cepat, serta koordinasi yang baik antar departemen dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu, *Sales & Marketing Department* juga berupaya membangun hubungan jangka panjang melalui komunikasi yang intensif, kunjungan rutin kepada pelanggan, serta tindak lanjut terhadap setiap permintaan maupun keluhan pelanggan.

Dengan demikian, strategi pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing hotel. Strategi yang dirancang dengan baik tidak hanya mampu meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun loyalitas pelanggan, memperkuat citra perusahaan, serta mendukung keberlangsungan bisnis hotel di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif.

2.1.4 *Contract Rate*

Contract Rate merupakan salah satu bentuk kerja sama bisnis antara hotel dengan perusahaan, instansi pemerintah, lembaga pendidikan, maupun organisasi lainnya yang berisi kesepakatan mengenai tarif kamar, fasilitas, serta syarat dan ketentuan yang berlaku dalam jangka waktu tertentu. Dalam industri perhotelan, *Contract Rate* menjadi salah satu strategi pemasaran yang penting karena mampu menciptakan hubungan kerja sama yang berkelanjutan antara hotel dengan pelanggan *corporate*.

Isi *Contract Rate* umumnya meliputi nama perusahaan, periode berlakunya perjanjian, jenis kamar yang disepakati, tarif masing-masing tipe kamar, fasilitas yang diperoleh pelanggan, ketentuan reservasi, metode

pembayaran, kebijakan pembatalan (*cancellation policy*), serta syarat dan ketentuan lainnya. Dokumen ini menjadi pedoman bagi *Reservation Department*, *Front Office*, dan *Accounting* dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan corporate sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.

Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri di The Premiere Hotel Pekanbaru, penulis memperoleh kesempatan untuk membantu proses penyusunan *Contract Rate*. Kegiatan tersebut meliputi penginputan data perusahaan, penyesuaian tarif berdasarkan arahan *Sales Manager* atau *Sales Admin*, pengecekan kembali kelengkapan data, serta pengarsipan dokumen yang telah disetujui. Melalui kegiatan tersebut, penulis memahami bahwa ketelitian merupakan hal yang sangat penting karena kesalahan penulisan tarif atau periode kerja sama dapat menimbulkan kesalahpahaman antara hotel dan pelanggan.

Dalam menghadapi persaingan harga antar hotel, *Contract Rate* menjadi salah satu strategi yang sering digunakan oleh *Sales & Marketing Department*. Namun demikian, hotel tidak hanya bersaing melalui harga yang lebih rendah, tetapi juga melalui kualitas pelayanan, kecepatan dalam merespons permintaan pelanggan, kemudahan proses reservasi, serta profesionalisme seluruh karyawan. Dengan demikian, pelanggan tidak hanya mempertimbangkan aspek harga, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pelayanan yang akan diterima selama menggunakan fasilitas hotel.

Meskipun memiliki banyak manfaat, penyusunan *Contract Rate* juga menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah perubahan kondisi pasar yang menyebabkan hotel harus melakukan evaluasi tarif secara berkala. Selain itu, munculnya hotel-hotel baru dengan strategi harga yang lebih agresif dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih hotel. Oleh karena itu, *Sales & Marketing Department* harus terus melakukan analisis pasar dan menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan agar kerja sama yang telah terjalin dapat dipertahankan.

2.1.5 Corporate Account

Corporate Account merupakan istilah yang digunakan dalam industri perhotelan untuk menggambarkan kerja sama bisnis antara hotel dengan

perusahaan, instansi pemerintah, badan usaha milik negara (BUMN), lembaga pendidikan, organisasi, maupun institusi lainnya yang secara rutin menggunakan fasilitas hotel. Kerja sama tersebut biasanya dilakukan dalam bentuk perjanjian resmi yang mengatur berbagai aspek, seperti tarif kamar khusus (*contract rate*), penggunaan ruang pertemuan, fasilitas makanan dan minuman, metode pembayaran, hingga jangka waktu kerja sama.

Dalam industri perhotelan, pelanggan *corporate* dapat berasal dari berbagai sektor, antara lain perusahaan swasta, instansi pemerintahan, perbankan, rumah sakit, universitas, perusahaan minyak dan gas, perusahaan perkebunan, maskapai penerbangan, biro perjalanan (*travel agent*), hingga organisasi nonpemerintah. Masing-masing memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda sehingga hotel harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan setiap pelanggan.

Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri di The Premiere Hotel Pekanbaru, penulis mengamati bahwa pelanggan *corporate* merupakan salah satu segmen pasar utama yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan hotel. Sebagian besar kegiatan administrasi yang dilakukan oleh *Sales Admin* berkaitan dengan kebutuhan pelanggan *corporate*, seperti penyusunan *Contract Rate*, pembuatan *Confirmation Letter*, penyusunan *Banquet Event Order* (BEO), pengarsipan dokumen kerja sama, serta pembaruan data perusahaan yang telah menjadi mitra hotel.

Keberadaan pelanggan *corporate* memiliki peranan yang sangat penting bagi operasional hotel karena memberikan kontribusi terhadap peningkatan tingkat hunian kamar (*occupancy rate*) dan pendapatan perusahaan. Berbeda dengan tamu individu yang melakukan pemesanan berdasarkan kebutuhan sesaat, pelanggan *corporate* umumnya melakukan reservasi secara berulang sehingga memberikan pendapatan yang lebih stabil bagi hotel.

2.1.6 Persaingan Harga Dalam Industri Perhotelan

Persaingan harga merupakan kondisi ketika perusahaan menawarkan harga produk atau jasa yang kompetitif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam industri perhotelan, persaingan harga menjadi salah satu tantangan utama

karena semakin banyak hotel yang menawarkan fasilitas dan pelayanan dengan karakteristik yang hampir sama. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki banyak pilihan sehingga keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh harga yang ditawarkan.

Dalam industri perhotelan, penetapan harga kamar dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain lokasi hotel, klasifikasi hotel, kualitas fasilitas, tingkat pelayanan, kondisi ekonomi, musim kunjungan wisata (*high season dan low season*), tingkat hunian kamar (*occupancy rate*), serta strategi yang diterapkan oleh hotel pesaing. Hotel harus mampu melakukan penyesuaian harga secara fleksibel agar tetap menarik bagi pelanggan tanpa mengurangi keuntungan perusahaan.

Persaingan harga semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah hotel berbintang di berbagai kota besar, termasuk Kota Pekanbaru. Masing-masing hotel berupaya menarik pelanggan melalui berbagai program promosi seperti potongan harga (*discount*), paket menginap, paket rapat (*meeting package*), tarif khusus pelanggan corporate (*contract rate*), hingga program loyalitas pelanggan. Kondisi tersebut mengharuskan setiap hotel memiliki strategi yang tepat agar mampu mempertahankan pangsa pasar.

Pada pelanggan *corporate*, persaingan harga biasanya dilakukan melalui penyusunan *Contract Rate*. Tarif yang diberikan kepada pelanggan *corporate* disesuaikan dengan potensi kerja sama, frekuensi penggunaan kamar, jumlah reservasi, serta jenis layanan yang digunakan. Namun demikian, keputusan pelanggan *corporate* tidak hanya dipengaruhi oleh harga. Faktor lain seperti kecepatan pelayanan, profesionalisme karyawan, kemudahan proses reservasi, ketepatan administrasi, serta kualitas pelaksanaan kegiatan juga menjadi pertimbangan penting dalam memilih hotel.

Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri di The Premiere Hotel Pekanbaru, penulis mengamati bahwa *Sales & Marketing Department* tidak hanya berfokus pada pemberian harga yang kompetitif, tetapi juga berupaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Setiap permintaan pelanggan ditanggapi dengan cepat, proses penyusunan *Contract Rate* dan *Confirmation*

Letter dilakukan secara teliti, serta koordinasi dengan departemen lain ditingkatkan agar seluruh kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi dengan baik. Strategi tersebut menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif hotel dibangun melalui kombinasi antara harga yang kompetitif dan pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan harga merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari industri perhotelan. Keberhasilan hotel dalam menghadapi persaingan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menawarkan harga yang kompetitif, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, inovasi produk, profesionalisme sumber daya manusia, serta kemampuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Strategi inilah yang menjadi dasar bagi *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru dalam mempertahankan dan meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui persamaan, perbedaan, serta posisi penelitian yang dilakukan sehingga penelitian memiliki dasar ilmiah yang jelas.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Kotler & Keller (2022)	Marketing Manajemen	Strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan	Sama-sama membahas strategi pemasaran	Penelitian ini difokuskan pada penerapan strategi di hotel
2	Tjiptono (2020)	Strategi Pemasaran	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Membahas strategi pemasaran jasa	Penelitian ini menitikberatkan pada pelanggan <i>corporate</i> hotel
3	Kasmir (2021)	Manajemen Pemasaran	Hubungan baik dengan pelanggan meningkatkan keberhasilan pemasaran	Membahas hubungan dengan pelanggan	Membahas hubungan dengan pelanggan

4	Lupiyoadi (2021)	Manajemen Pemasaran Jasa	Marketing Mix 7P berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa	Sama-sama membahas bauran pemasaran	Penelitian ini dikaitkan dengan strategi <i>Sales & Marketing</i> hotel
5	Zeithami, Bitner & Gremler (2021)	<i>Service Marketing</i>	Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan jasa	Sama-sama membahas kualitas pelayanan	Penelitian ini lebih fokus pada implementasi CRM di hotel
6	Rahmawati dkk. (2023)	Strategi Sales dalam Meningkatkan <i>Occupancy</i> Hotel	Strategi promosi dan kerja sama <i>corporate</i> meningkatkan tingkat hunian hotel	Membahas strategi <i>Sales & Marketing</i> hotel	Penelitian ini lebih menitikberatkan pada persaingan harga.
7	Pratama & Sari (2024)	<i>Customer Relationship Management</i> pada Industri Perhotelan	CRM berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan hotel	Sama-sama membahas CRM	Penelitian ini mengaitkan CRM dengan <i>Contract Rate</i> dan pelanggan <i>corporate</i>
8	Hidayat (2023)	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menginap	Harga berpengaruh terhadap keputusan tamu dalam memilih hotel	Sama-sama membahas strategi harga	Penelitian ini menambahkan aspek pelayanan dan administrasi <i>Sales & Marketing</i>

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran, kualitas pelayanan, *Customer Relationship Management* (CRM), dan penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan suatu hotel dalam memperoleh serta mempertahankan pelanggan. Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya membahas strategi pemasaran atau kualitas pelayanan secara umum.

Penelitian ini memiliki perbedaan karena secara khusus menganalisis strategi yang diterapkan oleh *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran administrasi pemasaran melalui penyusunan *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO) sebagai bagian dari strategi pelayanan kepada pelanggan *corporate*.

2.3 Kerangka Pemikiran

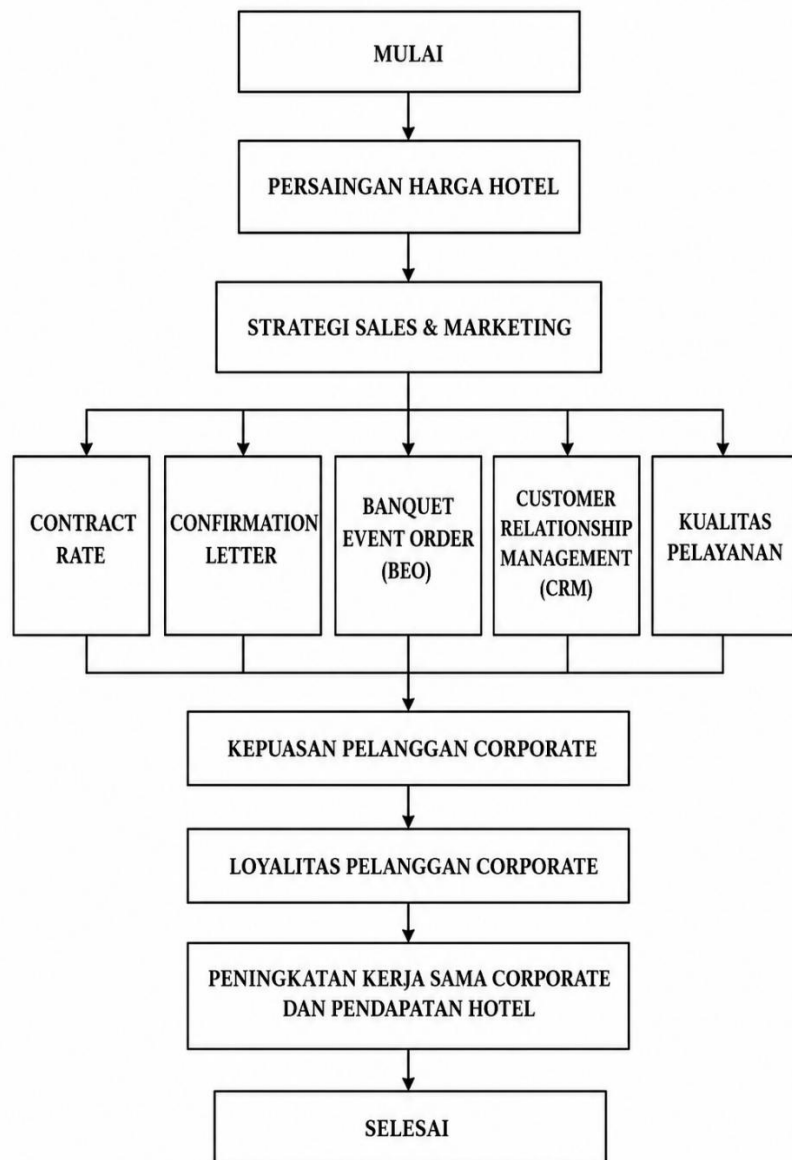
Persaingan bisnis perhotelan yang semakin ketat menuntut setiap hotel memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan

meningkatkan jumlah pelanggan. Salah satu strategi yang diterapkan oleh The Premiere Hotel Pekanbaru adalah memperkuat kerja sama dengan pelanggan corporate melalui kegiatan *Sales & Marketing* yang didukung oleh pelayanan administrasi yang profesional.

Dalam pelaksanaannya, *Sales & Marketing* Department menerapkan berbagai strategi, seperti penyusunan *Contract Rate* yang kompetitif, pembuatan Confirmation Letter yang akurat, penyusunan *Banquet Event Order* (BEO) secara rinci, pelaksanaan *Customer Relationship Management* (CRM), serta pemberian pelayanan yang cepat dan berkualitas. Seluruh strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga tercipta hubungan kerja sama yang berkelanjutan.

Apabila strategi tersebut dilaksanakan secara konsisten, maka hotel akan mampu menghadapi persaingan harga tanpa harus mengorbankan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan *corporate* sehingga berdampak pada meningkatnya tingkat hunian kamar (*occupancy rate*), pendapatan hotel, serta daya saing The Premiere Hotel Pekanbaru.

Berdasarkan uraian tersebut, alur berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Alur Berpikir Penelitian

BAB III

METODE STUDI KASUS

3.1 Jenis Penelitian

Studi kasus ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi yang terjadi di lapangan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, serta pengalaman penulis selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) di The Premiere Hotel Pekanbaru.

Melalui pendekatan ini, penulis berupaya memahami secara mendalam bagaimana strategi yang diterapkan oleh *Sales & Marketing Department* dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Data yang diperoleh tidak diolah dalam bentuk perhitungan statistik, melainkan dianalisis berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan selama kegiatan PLI serta didukung oleh teori-teori yang relevan.

Metode studi kasus dipilih karena penelitian difokuskan pada satu objek, yaitu The Premiere Hotel Pekanbaru, sehingga memungkinkan penulis memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai aktivitas operasional *Sales & Marketing Department*, khususnya dalam penyusunan *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO).

3.2 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PLI

Studi kasus dilaksanakan di The Premiere Hotel Pekanbaru, yang berlokasi di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Hotel ini merupakan salah satu hotel berbintang yang melayani berbagai segmen pasar, seperti tamu individu, pelanggan *corporate*, instansi pemerintah, serta penyelenggara kegiatan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE).

Pelaksanaan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) berlangsung selama enam bulan, yaitu mulai Januari 2026 sampai Juni 2026. Selama periode tersebut penulis ditempatkan pada *Sales & Marketing Department*, sehingga memperoleh kesempatan untuk mempelajari berbagai aktivitas pemasaran dan administrasi yang dilakukan oleh departemen tersebut

3.3 Profil Organisasi / Perusahaan

a. Sejarah Umum The Premiere Hotel Pekanbaru



Gambar 3.1 The Premiere Hotel Pekanbaru

The Premiere Hotel Pekanbaru merupakan sebuah perusahaan jasa Perhotelan yang terdapat di kota Pekanbaru, Riau. Perusahaan ini merupakan usaha keluarga yang cukup sukses pada saat ini. Sebagai salah satu usaha Perhotelan TPH Pekanbaru tergabung dalam Persatuan Pengusaha Hotel Dan Restoran Indonesia (PHRI), dimana dengan kondisi seperti ini ikut mendukung dalam berkembangnya dunia Kepariwisata dan Perhotelan.

Untuk lebih lengkapnya profil dari The Premiere Hotel Pekanbaru adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan	: PT.Nirwana Turisindo
Nama Dagang/ Operasi	: The Premiere Hotel
Tanggal Berdiri	: 18 Desember 2010
Pemilik	: Bapak Nicodemus Kasan Kurniawan
Junis Usaha	: Jasa Perhotelan
Alamat	: Jl. Jendral Sudirman No 389, 28116, Pekan Baru.
Phone/ Fax	: +62-761-789-1818 / +62-821-7298-5816
Email	: reservation@premierehotelpekanbaru.com

The Premiere Hotel Pekanbaru merupakan Hotel yang mendapatkan Title bintang 4 dengan jumlah kamar sebanyak 170 unit yang beralamat di Jl. Jenderal Sudirman No. 389, tepat di pusat kota Pekanbaru. Lokasinya sangat

Strategis, berada di antara area Pemerintah dan kawasan Perkantoran, serta hanya sekitar 15 menit berkendara dari Bandara Sultan Syarif Qasim II. Letaknya yang dekat dengan kampus Universitas Riau, pusat perbelanjaan, dan tempat ibadah seperti Masjid Agung An-Nur membuat hotel ini sangat ideal untuk Wisatawan bisnis maupun *leisure*.

Berdiri sejak tahun 2010. The Premiere Hotel memiliki Slogan *We Know How To Please You*, di mana The Premiere Hotel Pekanbaru merupakan Perusahaan yang sangat mementingkan kepuasan dan kenyamanan pelanggan. The Premiere Hotel Pekanbaru merupakan hotel yang berada dibawah naungan The Zuri Hotel Management atau yang disebut ZHM. ZHM sendiri memiliki beberapa anak perusahaan yaitu Zuri Resort, Grand Zuri, The Zuri, Zuri Express, dan The Premiere Hotel.

Pada tanggal 18 Desember 2011 secara resmi The Premiere Hotel Pekanbaru dibuka oleh Walikota Pekanbaru Bapak Herman Abdullah. Hotel ini mendapatkan title bintang 4 sehabis mendapat diberi dari PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) yang terdiri dari fasilitas hotel, jumlah kamar, kualitas pelayanan, lokasi hotel, *management*, serta sumber daya karyawan.

b. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

The Premiere Hotel Pekanbaru ingin dikenal sebagai hotel terbaik di Pekanbaru, tempat yang dipilih oleh wisatawan dan pebisnis karena kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan

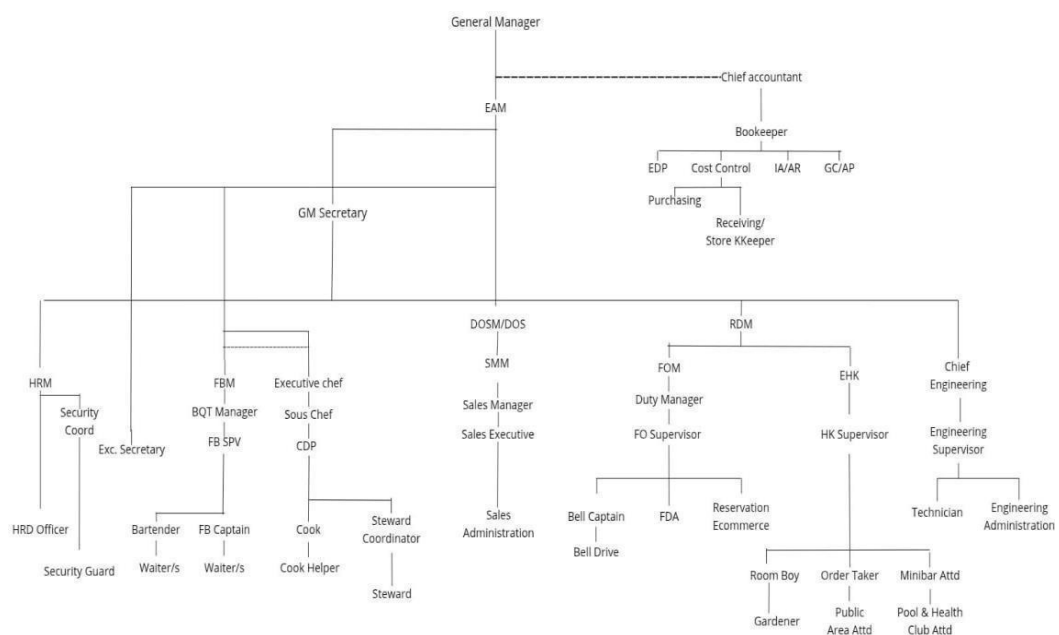
2. Misi

- a) Pelayanan Ramah : Hotel ini menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada semua tamu
- b) Fasilitas Modern : Hotel ini menyediakan fasilitas modern dan lengkap untuk memenuhi berbagai kebutuhan tamu, seperti restoran, kolam renang, resepsionis 24 jam, parkir, *lift*, dan *WiFi*
- c) Lingkungan Nyaman : The Premiere Hotel Pekanbaru berusaha menciptakan lingkungan yang nyaman dan menyenangkan bagi para

tamu, baik untuk keperluan bisnis maupun liburan.

c. Struktur Organisasi

Dalam menjaga kontinuitas pelaksanaan pekerjaan pelayanan pada The Premiere Hotel Pekanbaru maka perlu diadakan penggabungan dan pengaturan orang-orang secara terkoordinir dan teratur dengan harapan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Untuk lebih jelasnya bentuk struktur organisasi The Premiere Hotel Pekanbaru dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.2 Struktur Organisasi Di The Premiere Hotel Pekanbaru

Sumber: *Human Resources Department*

1. General Manager

General Manager merupakan pimpinan tertinggi di The Premiere Hotel Pekanbaru yang bertanggung jawab terhadap operasional hotel secara keseluruhan dan menerima semua laporan dari masing-masing *Head Department*. *General Manager* dalam menjalankan tugasnya mengenai beberapa department yaitu *Front Office Department*, *Housekeeping Department*, *Food and Beverage Service Department*, *Food and*

Beverage Kitchen Department, Accounting Department, Human Resources Department, Sales and Marketing Department, dan engineering Department. General Manager dibantu oleh seorang *Executive Secretary* dan *assistant Manager*.

2. Human Resources Department (HRD)

Human Recorcees merupakan departemen di hotel yang bertanggung jawab dalam mengurus administrasi kepegawaian di perusahaan. Bagian ini bertugas mengepalai masalah kepegawaian, permohonan untuk melamar pekerjaan, pengangkatan, promosi, memberi peringatan, mutasi dan pemberhentian karyawan. Bagian personalia ini juga bertugas memberikan kegiatan yang dapat meningkatkan potensi karyawan seperti kegiatan pembinaan serta pelatihan (*training*) kepada calon karyawan.

3. Accounting Department

Accounting Department bertugas dan bertanggung jawab untuk membuat catatan segala transaksi-transaksi yang terjadi secara teratur, sehingga setiap akhir bulan, akhir tahun mampu memberikan informasi laporan tentang posisi keuangan hotel yang menyangkut harta, utang, dan modal.

4. Sales and Marketing Department

Sales and Marketing Department adalah bagian yang memasarkan produk hotel, melakukan promosi, dan juga penjualan produk-produk hotel lainnya dengan metode-metode tertentu. Pada hotel, *Sales and Marketing Department* memegang peran penting dalam meningkatkan *occupancy* hotel sesuai dengan namanya yang tugasnya mempromosikan hotel kepada masyarakat luar dengan tujuan mendapatkan langganan dan mempromosikan fasilitas yang dimiliki serta pemberian *service* yang memuaskan.

5. Engineering and Maintance Department

Engineering tugasnya mengadakan perbaikan, pemasangan dan pemeliharaan peralatan elektronik hotel misalnya TV, *telephone* dan peralatan lainnya, disamping itu berhubungan dengan masalah lampu

baik di *public* maupun di kamar. *Engineering* di kepalai oleh seorang *chief Maintance* dan dibantu oleh *Supervisor*.

6. Front Office Department

Front Office yaitu bagian kantor depan hotel yang bertugas menerima reservasi, bertanggung jawab untuk menangani bagasi tamu yang *check-in* dan *check-out*, memberikan informasi, menerima dan mengakomodasi tamu yang *check-in*, membuat rekening perhitungan biaya tamu, membuat laporan administrasi. Penjualan kamar seperti *house count/room count sheet*, *room sales recapitulation*, *guest room statistic*, dan sebagainya.

7. Housekeeping Department

Departemen ini merupakan salah satu bagian yang mempunyai peranan dan fungsi yang sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada tamu, seperti yang kita ketahui bahwa pendapatan hotel yang paling utama berasal dari penjualan kamar, terutama menyangkut masalah pelayanan dan kenyamanan, serta kebersihan ruang hotel. Housekeeping Department bertanggung jawab untuk memelihara kebersihan, kerapian, dan kelengkapan kamar-kamar tamu yang terdapat di hotel, terdiri dari:

- a) Bagian ruang tamu
- b) Bagian kamar tamu
- c) Bagian linen dan binatu

3.4 Subjek dan Objek Studi Kasus

3.4.1 Objek Studi Kasus

Objek dalam studi kasus ini adalah strategi yang diterapkan oleh *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Analisis difokuskan pada proses pemasaran, pelayanan administrasi, penyusunan *Contract Rate*, pembuatan *Confirmation Letter*, penyusunan *Banquet Event Order* (BEO), serta upaya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

3.4.2 Subjek Studi Kasus

Subjek dalam studi kasus ini adalah *Sales & Marketing Department* The Premiere Hotel Pekanbaru, khususnya bagian *Sales Admin* sebagai unit kerja tempat penulis melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri.

Selama pelaksanaan PLI, penulis memperoleh bimbingan langsung dari Ibu Ulziana Ardia selaku *Sales Admin*, yang memberikan arahan mengenai berbagai kegiatan administrasi pemasaran, penyusunan dokumen kerja sama, pengarsipan dokumen, serta koordinasi dengan departemen lain dalam mendukung pelayanan kepada pelanggan *corporate*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut.

3.5.1 Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung seluruh aktivitas *Sales & Marketing Department* selama pelaksanaan PLI. Melalui observasi, penulis memperoleh pemahaman mengenai alur kerja, sistem administrasi, proses pelayanan pelanggan, serta koordinasi antar departemen dalam penyelenggaraan kegiatan hotel.

3.5.2 Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan pembimbing lapangan dan beberapa karyawan *Sales & Marketing Department* untuk memperoleh informasi

mengenai strategi pemasaran, proses kerja sama corporate, penyusunan *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, serta *Banquet Event Order*.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung, seperti *format Contract Rate*, *Confirmation Letter*, *Banquet Event Order*, brosur hotel, foto kegiatan, struktur organisasi, serta dokumen lain yang mendukung penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis deskriptif kualitatif yang meliputi beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Reduksi Data, yaitu memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh selama observasi, wawancara, dan dokumentasi agar sesuai dengan fokus penelitian.
2. Penyajian Data, yaitu menyusun data dalam bentuk uraian deskriptif sehingga hubungan antar data dapat dipahami dengan mudah.

Berdasarkan rekomendasi tersebut, diharapkan The Premiere Hotel Pekanbaru dapat terus meningkatkan daya saingnya dalam industri perhotelan. Keberhasilan hotel tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menawarkan harga yang kompetitif, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, profesionalisme sumber daya manusia, ketepatan administrasi, serta kemampuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan *corporate*. Dengan menerapkan rekomendasi tersebut secara konsisten, hotel diharapkan mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menarik pelanggan baru, serta meningkatkan pendapatan perusahaan secara berkelanjutan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kasus

Studi kasus ini dilaksanakan di The Premiere Hotel Pekanbaru, salah satu hotel berbintang empat yang berlokasi di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Hotel ini menyediakan berbagai fasilitas, seperti kamar, ruang pertemuan (*meeting room*), ballroom, restoran, kolam renang, pusat kebugaran, serta berbagai layanan pendukung lainnya. Dengan fasilitas yang lengkap dan lokasi yang strategis, The Premiere Hotel Pekanbaru menjadi salah satu pilihan bagi tamu individu maupun pelanggan corporate untuk kegiatan bisnis, rapat, seminar, pelatihan, hingga penyelenggaraan berbagai acara.

Pelaksanaan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) dilakukan selama enam bulan, yaitu mulai Januari hingga Juni 2026. Penulis ditempatkan pada *Sales & Marketing Department* dengan bimbingan Ibu Ulziana Ardia selaku *Sales Admin*. Selama pelaksanaan PLI, penulis terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan administrasi pemasaran yang mendukung operasional departemen.

Beberapa pekerjaan yang dilakukan penulis antara lain *menyusun Contract Rate* sebagai dasar kerja sama tarif dengan pelanggan corporate, membuat *Confirmation Letter* sebagai konfirmasi pemesanan kamar maupun kegiatan, membantu penyusunan *Banquet Event Order* (BEO), mengarsipkan dokumen kerja sama, memperbarui data pelanggan, serta menyiapkan berbagai dokumen administrasi yang diperlukan oleh tim *Sales & Marketing*.

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan PLI, penulis menemukan bahwa persaingan antarhotel berbintang di Kota Pekanbaru semakin meningkat. Hampir seluruh hotel menawarkan harga yang kompetitif, berbagai program promosi, paket meeting, serta potongan harga untuk menarik pelanggan *corporate*. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki banyak pilihan sebelum memutuskan bekerja sama dengan suatu hotel.

Dalam praktiknya, pelanggan *corporate* tidak hanya membandingkan harga, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pelayanan, kecepatan respons terhadap permintaan, kemudahan proses reservasi, kelengkapan fasilitas, serta profesionalisme karyawan dalam memberikan pelayanan. Oleh karena itu, *Sales & Marketing Department* dituntut mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan akurat agar dapat mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

Salah satu permasalahan yang paling sering dihadapi adalah proses negosiasi harga. Banyak pelanggan meminta penyesuaian tarif agar sesuai dengan anggaran perusahaan atau instansi. Dalam kondisi tersebut, *Sales & Marketing Department* harus mampu memberikan penawaran yang tetap kompetitif tanpa mengurangi kualitas pelayanan maupun keuntungan perusahaan. Proses negosiasi dilakukan dengan mempertimbangkan kebijakan hotel, tingkat hunian (*occupancy*), jenis kegiatan yang akan dilaksanakan, serta potensi kerja sama jangka panjang dengan pelanggan.

Selain persaingan harga, ketepatan administrasi juga menjadi faktor penting. Dokumen seperti *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO) harus disusun secara teliti karena menjadi dasar pelaksanaan pelayanan oleh departemen lain, seperti *Front Office*, *Reservation*, *Food and Beverage*, *Banquet*, *Housekeeping*, dan *Finance*. Kesalahan sekecil apa pun pada dokumen dapat menimbulkan miskomunikasi yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis mengangkat studi kasus mengenai strategi *Sales & Marketing* dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate* di The Premiere Hotel Pekanbaru. Studi kasus ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh departemen *Sales & Marketing* dalam mempertahankan pelanggan *corporate* di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif serta memberikan rekomendasi yang dapat mendukung peningkatan kinerja pemasaran hotel.

4.2 Temuan Studi Kasus

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan pengalaman penulis selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) di The Premiere Hotel Pekanbaru pada periode Januari–Juni 2026, ditemukan bahwa *Sales & Marketing Department* memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung peningkatan penjualan produk dan jasa hotel. Aktivitas yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penawaran kamar, ruang pertemuan, dan paket lainnya, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan *corporate* melalui pelayanan administrasi yang profesional.

Selama melaksanakan PLI, penulis ditempatkan pada bagian administrasi *Sales & Marketing* di bawah bimbingan Ibu Ulziana Ardia selaku *Sales Admin*. Tugas yang diberikan meliputi penyusunan *Contract Rate*, pembuatan *Confirmation Letter*, pengarsipan dokumen kerja sama, membantu penyusunan *Banquet Event Order* (BEO), memperbarui data pelanggan *corporate*, serta menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk kegiatan operasional departemen.

Berdasarkan hasil pengamatan, penulis menemukan bahwa salah satu tantangan utama yang dihadapi The Premiere Hotel Pekanbaru adalah semakin ketatnya persaingan harga dengan hotel-hotel lain di Kota Pekanbaru. Banyak perusahaan maupun instansi pemerintah membandingkan tarif kamar, paket meeting, serta fasilitas yang ditawarkan oleh beberapa hotel sebelum menentukan pilihan. Kondisi tersebut menyebabkan proses negosiasi harga menjadi lebih kompleks sehingga *Sales & Marketing Department* harus mampu memberikan penawaran yang kompetitif tanpa mengurangi kualitas pelayanan.

Selain persaingan harga, ditemukan pula bahwa pelanggan *corporate* tidak hanya mempertimbangkan harga sebagai dasar pengambilan keputusan. Faktor lain seperti kecepatan dalam memberikan penawaran, ketepatan penyusunan dokumen administrasi, keramahan staf, kemudahan komunikasi, serta kemampuan hotel memenuhi kebutuhan pelanggan juga menjadi pertimbangan penting. Oleh karena itu, pelayanan administrasi yang baik menjadi salah satu pendukung keberhasilan strategi pemasaran hotel.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa koordinasi antarbagian, khususnya antara *Sales & Marketing* dengan *Front Office*, *Reservation*, *Banquet*, *Food and Beverage*, serta *Finance* sangat diperlukan agar seluruh permintaan pelanggan dapat dipenuhi dengan baik. Kesalahan pada dokumen seperti *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, maupun BEO dapat menimbulkan kesalahan informasi yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

4.3 Analisis Permasalahan

Permasalahan utama yang ditemukan dalam studi kasus ini adalah tingginya tingkat persaingan harga antarhotel di Kota Pekanbaru. Persaingan tersebut mengharuskan setiap hotel menawarkan harga yang kompetitif agar tetap mampu mempertahankan pelanggan *corporate* sekaligus memperoleh pelanggan baru. Namun, strategi bersaing melalui harga saja bukan merupakan solusi yang berkelanjutan karena dapat mengurangi keuntungan perusahaan apabila tidak diimbangi dengan peningkatan nilai layanan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa *Sales & Marketing Department* telah berupaya menghadapi kondisi tersebut dengan memberikan pelayanan yang cepat, melakukan komunikasi secara intensif dengan pelanggan, menyusun *Contract Rate* yang kompetitif, serta memastikan setiap permintaan pelanggan ditangani secara profesional. Langkah tersebut merupakan bentuk strategi pemasaran yang tidak hanya berorientasi pada transaksi penjualan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Selama pelaksanaan PLI, penulis juga menemukan bahwa ketelitian dalam pekerjaan administrasi sangat menentukan kelancaran operasional. Kesalahan dalam penulisan nama perusahaan, tanggal kegiatan, tarif, maupun detail pemesanan pada *Confirmation Letter* dan BEO dapat menyebabkan kesalahpahaman antara pihak hotel dengan pelanggan. Oleh sebab itu, setiap dokumen harus diperiksa kembali sebelum dikirim kepada pelanggan.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap kecepatan pelayanan. Pelanggan *corporate* mengharapkan respons yang cepat terhadap permintaan penawaran maupun perubahan jadwal kegiatan. Kondisi ini menuntut *Sales & Marketing Department* untuk memiliki

kemampuan komunikasi yang baik serta koordinasi yang efektif dengan seluruh departemen terkait.

4.4 Pembahasan Berdasarkan Teori dan Penelitian Terdahulu

Hasil studi kasus menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh Sales & Marketing Department The Premiere Hotel Pekanbaru sejalan dengan teori strategi pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2022), yaitu bahwa perusahaan harus mampu menciptakan nilai bagi pelanggan melalui penyediaan produk, harga, pelayanan, dan hubungan yang baik sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Dalam praktiknya, The Premiere Hotel Pekanbaru tidak hanya menawarkan harga yang kompetitif, tetapi juga memberikan pelayanan administrasi yang cepat, akurat, dan profesional kepada pelanggan corporate.

Temuan penelitian ini juga mendukung *konsep Customer Relationship Management (CRM)* yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2022). CRM menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui komunikasi yang berkesinambungan, pelayanan berkualitas, serta pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Hal tersebut terlihat dari upaya Sales & Marketing Department dalam menjaga komunikasi dengan pelanggan corporate melalui penyusunan *Contract Rate*, pemberian *Confirmation Letter* secara tepat waktu, serta tindak lanjut terhadap setiap permintaan pelanggan.

Selain itu, hasil studi kasus menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pelanggan untuk tetap bekerja sama dengan hotel. Hal ini sejalan dengan pendapat Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa.

Hasil penelitian ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Setiadi (2023) yang menyatakan bahwa penerapan strategi pemasaran yang didukung oleh Customer Relationship Management mampu meningkatkan kinerja pemasaran hotel. Persamaan tersebut terlihat dari pentingnya menjaga hubungan

baik dengan pelanggan corporate sebagai upaya mempertahankan kerja sama jangka panjang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Sales & Marketing Department The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memberikan harga yang kompetitif, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, ketelitian administrasi, komunikasi yang efektif, koordinasi antarbagian, serta kemampuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Strategi tersebut menjadi keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan corporate terhadap The Premiere Hotel Pekanbaru.

4.5 Solusi atau Rekomendasi Perbaikan

Berdasarkan hasil studi kasus dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan oleh The Premiere Hotel Pekanbaru, khususnya Sales & Marketing Department, untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan harga serta memperkuat kerja sama dengan pelanggan corporate.

4.5.1 Melakukan Evaluasi Contract Rate Secara Berkala

Contract Rate merupakan salah satu strategi penting dalam menjalin kerja sama dengan pelanggan corporate. Oleh karena itu, evaluasi terhadap tarif kerja sama perlu dilakukan secara berkala dengan mempertimbangkan kondisi pasar, tingkat persaingan, biaya operasional hotel, dan kebutuhan pelanggan. Evaluasi yang dilakukan secara rutin akan membantu hotel menawarkan harga yang tetap kompetitif tanpa mengurangi kualitas pelayanan maupun keuntungan perusahaan.

4.5.2 Meningkatkan Kualitas Pelayanan kepada Pelanggan

Selain harga, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih hotel. Oleh karena itu, seluruh karyawan perlu mempertahankan sikap ramah, sopan, responsif, dan profesional dalam memberikan pelayanan. Kecepatan dalam menanggapi permintaan pelanggan serta kemampuan memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan corporate.

4.5.3 Mengoptimalkan *Customer Relationship Management* (CRM)

Hubungan yang baik dengan pelanggan perlu dipelihara secara berkelanjutan. Sales & Marketing Department dapat meningkatkan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) melalui komunikasi rutin dengan pelanggan, kunjungan perusahaan (*sales call*), penyampaian informasi mengenai promo terbaru, serta tindak lanjut setelah pelanggan menggunakan layanan hotel. Dengan hubungan yang baik, pelanggan akan merasa dihargai dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap hotel.

4.5.4 Meningkatkan Ketelitian dalam Administrasi Sales

Dokumen administrasi seperti *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO) merupakan bagian penting dalam proses pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, setiap dokumen harus diperiksa kembali sebelum dikirim kepada pelanggan maupun kepada departemen terkait. Ketelitian dalam administrasi akan mengurangi risiko kesalahan informasi yang dapat memengaruhi kelancaran operasional hotel.

4.5.5 Memperkuat Koordinasi Antar Departemen

Keberhasilan pelayanan kepada pelanggan tidak hanya bergantung pada Sales & Marketing Department, tetapi juga pada kerja sama seluruh departemen di hotel. Oleh sebab itu, koordinasi melalui *briefing*, distribusi *Banquet Event Order* (BEO), serta komunikasi yang efektif perlu terus ditingkatkan agar seluruh kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat.

4.5.6 Mengembangkan Strategi Pemasaran Digital

Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi hotel untuk memperluas kegiatan pemasaran. The Premiere Hotel Pekanbaru dapat mengoptimalkan media sosial, website resmi, surat elektronik (*email marketing*), serta platform digital lainnya untuk mempromosikan produk dan layanan hotel. Pemasaran digital dapat membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan citra hotel di tengah persaingan yang semakin ketat.

4.5.7 Meningkatkan Kompetensi Sumber Daya Manusia

Karyawan Sales & Marketing Department perlu mengikuti pelatihan secara berkala mengenai teknik negosiasi, pelayanan pelanggan, komunikasi bisnis, pemasaran digital, dan administrasi perhotelan. Peningkatan kompetensi akan membantu karyawan bekerja lebih efektif, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mampu menghadapi perubahan kebutuhan pelanggan dan perkembangan industri perhotelan.

Berdasarkan rekomendasi tersebut, diharapkan The Premiere Hotel Pekanbaru dapat terus meningkatkan daya saingnya dalam industri perhotelan. Keberhasilan hotel tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menawarkan harga yang kompetitif, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, profesionalisme sumber daya manusia, ketepatan administrasi, serta kemampuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan corporate. Dengan menerapkan rekomendasi tersebut secara konsisten, hotel diharapkan mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menarik pelanggan baru, serta meningkatkan pendapatan perusahaan secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Pengalaman Lapangan Industri (PLI) yang telah dilaksanakan di The Premiere Hotel Pekanbaru selama periode Januari sampai Juni 2026 pada *Sales & Marketing Department*, serta berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Sales & Marketing Department* memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan hotel melalui kegiatan pemasaran, promosi, penjualan, serta pengembangan kerja sama dengan pelanggan *corporate*. Departemen ini tidak hanya bertugas mencari pelanggan baru, tetapi juga mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan yang telah bekerja sama sehingga tercipta hubungan bisnis yang berkelanjutan.
2. Persaingan harga antarhotel di Kota Pekanbaru merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh The Premiere Hotel Pekanbaru. Banyak hotel menawarkan tarif yang kompetitif sehingga pelanggan *corporate* memiliki banyak pilihan dalam menentukan hotel yang akan digunakan. Kondisi tersebut menuntut *Sales & Marketing Department* untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif tanpa mengurangi kualitas pelayanan.
3. Strategi yang diterapkan oleh The Premiere Hotel Pekanbaru dalam menghadapi persaingan harga tidak hanya berfokus pada penawaran tarif yang kompetitif melalui *Contract Rate*, tetapi juga pada peningkatan kualitas pelayanan, kecepatan respons terhadap permintaan pelanggan, komunikasi yang baik, serta pelayanan administrasi yang profesional. Strategi tersebut menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan *corporate*.

4. Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri, penulis memperoleh pengalaman dalam menyusun *Contract Rate*, membuat *Confirmation Letter*, menyusun *Banquet Event Order* (BEO), mengarsipkan dokumen kerja sama, serta membantu berbagai kegiatan administrasi *Sales & Marketing Department*. Pengalaman tersebut memberikan pemahaman mengenai pentingnya ketelitian, tanggung jawab, komunikasi, serta kerja sama tim dalam mendukung kelancaran operasional hotel.
5. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan melalui komunikasi rutin, pelayanan yang cepat, serta pemenuhan kebutuhan pelanggan terbukti membantu mempertahankan loyalitas pelanggan *corporate*. Hubungan yang baik dengan pelanggan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kerja sama serta mendukung pencapaian target penjualan hotel.
6. Berdasarkan hasil studi kasus, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan *Sales & Marketing Department* dalam menghadapi persaingan harga tidak hanya ditentukan oleh besarnya potongan harga yang diberikan, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, ketepatan administrasi, koordinasi antar departemen, serta kemampuan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan *corporate*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan Pengalaman Lapangan Industri dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi The Premiere Hotel Pekanbaru

Pihak hotel diharapkan terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, khususnya pelanggan *corporate*, melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, pelayanan administrasi yang lebih cepat, serta evaluasi *Contract Rate* secara berkala agar tetap kompetitif sesuai dengan kondisi pasar.

Selain itu, hotel diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pengelolaan data pelanggan sehingga proses

komunikasi, penyusunan dokumen, serta pelayanan kepada pelanggan dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien.

2. Bagi Sales & Marketing Department

Sales & Marketing Department diharapkan terus memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM), melakukan kunjungan perusahaan (*sales call*) secara rutin, memberikan informasi promosi secara berkala, serta meningkatkan koordinasi dengan seluruh departemen agar pelayanan kepada pelanggan semakin optimal.

Selain itu, ketelitian dalam penyusunan *Contract Rate*, *Confirmation Letter*, dan *Banquet Event Order* (BEO) perlu terus dipertahankan untuk meminimalkan kesalahan administrasi yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan.

3. Bagi Universitas Negeri Padang

Universitas diharapkan terus menjalin kerja sama dengan industri perhotelan sehingga mahasiswa memperoleh kesempatan melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri pada perusahaan yang sesuai dengan bidang keahlian. Selain itu, pembekalan sebelum pelaksanaan PLI perlu terus ditingkatkan agar mahasiswa memiliki kesiapan yang lebih baik ketika memasuki dunia kerja.

4. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa yang akan melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri diharapkan memanfaatkan kesempatan tersebut untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kerja. Mahasiswa juga diharapkan memiliki sikap disiplin, bertanggung jawab, mampu bekerja sama dalam tim, serta aktif mempelajari seluruh kegiatan operasional yang ada di departemen tempat pelaksanaan PLI.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai strategi pemasaran hotel dengan menambahkan variabel lain, seperti pemasaran digital (*digital marketing*), kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, maupun pengaruh media sosial terhadap

keputusan tamu dalam memilih hotel. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh akan semakin lengkap dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen perhotelan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2020). *Manajemen pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2021). *Manajemen perhotelan*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2021). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Prof. Dra. Asmar Yulastri, M.Pd., Psh.D. (2024). *Buku pedoman praktik lapangan industri & MBKM (Magang Bersertifikat) FPP UNP*. Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- The Premiere Hotel Pekanbaru. (2026). *Company profile The Premiere Hotel Pekanbaru*.
- The Premiere Hotel Pekanbaru. (2026). *Dokumen internal Sales & Marketing Department: Contract rate, confirmation letter, dan banquet event order (BEO)*.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Service, quality, dan customer satisfaction*. Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill.

LAMPIRAN

A. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Narasumber

Nama : Ulziana Ardia

Jabatan : Sales Admin

Departemen : Sales & Marketing

Tempat : The Premiere Hotel Pekanbaru

Tanggal Wawancara : 1 Juli 2026

Pewawancara : Witri Sri Mulyani

Tujuan Wawancara

Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi *Sales & Marketing* dalam menghadapi persaingan harga untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate* di The Premiere Hotel Pekanbaru.

Daftar Pertanyaan Wawancara

Pertanyaan Umum

1. Bagaimana struktur dan tugas *Sales & Marketing Department* di The Premiere Hotel Pekanbaru?
2. Apa peran *Sales Admin* dalam mendukung kegiatan pemasaran hotel?
3. Bagaimana alur kerja sama dengan pelanggan *corporate*?
4. Dokumen apa saja yang digunakan dalam proses kerja sama dengan pelanggan *corporate*?

5. Bagaimana proses penyusunan Contract Rate?

Strategi Pemasaran

6. Strategi apa yang diterapkan untuk memperoleh pelanggan *corporate* baru?
7. Bagaimana cara mempertahankan pelanggan *corporate* yang telah bekerja sama?
8. Faktor apa yang menjadi keunggulan The Premiere Hotel Pekanbaru dibanding hotel lain?
9. Bagaimana hotel mempromosikan produk dan layanan kepada pelanggan *corporate*?
10. Apakah media digital digunakan dalam kegiatan pemasaran? Jika ya, bagaimana penerapannya?

Persaingan Harga

11. Bagaimana kondisi persaingan harga hotel di Kota Pekanbaru saat ini?
12. Apa saja kendala yang sering dihadapi ketika melakukan negosiasi harga dengan pelanggan?
13. Bagaimana cara menentukan harga yang tetap kompetitif tetapi tidak merugikan hotel?
14. Apakah pelanggan lebih sering mempertimbangkan harga atau kualitas pelayanan?
15. Bagaimana hotel menyikapi permintaan diskon dari pelanggan *corporate*?

Pelayanan kepada Pelanggan

16. Bagaimana cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan *corporate*?
17. Apa pentingnya komunikasi dalam mempertahankan kerja sama dengan pelanggan?
18. Bagaimana proses penanganan keluhan pelanggan?
19. Seberapa penting ketepatan penyusunan *Confirmation Letter* dan *Banquet Event Order* (BEO)?
20. Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

Evaluasi

21. Apa tantangan terbesar *Sales & Marketing Department* saat ini?
22. Bagaimana evaluasi terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan?
23. Apa saran untuk meningkatkan kerja sama dengan pelanggan *corporate* di masa mendatang?
24. Bagaimana harapan perusahaan terhadap perkembangan industri perhotelan di Pekanbaru?
25. Menurut Bapak/Ibu, faktor apa yang paling menentukan keberhasilan strategi *Sales & Marketing*?

B. Hasil Observasi

Lokasi Observasi

The Premiere Hotel Pekanbaru

Departemen Sales & Marketing

Periode Januari–Juni 2026

Hasil Observasi

Selama melaksanakan Pengalaman Lapangan Industri di The Premiere Hotel Pekanbaru, penulis melakukan observasi secara langsung terhadap aktivitas operasional *Sales & Marketing Department*. Observasi dilakukan selama enam bulan dengan mengikuti kegiatan administrasi pemasaran serta proses pelayanan kepada pelanggan *corporate*.

Hasil observasi menunjukkan bahwa *Sales & Marketing Department* memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan hotel melalui kerja sama dengan perusahaan, instansi pemerintah, maupun organisasi lainnya. Aktivitas yang dilakukan meliputi penyusunan *Contract Rate*, pembuatan *Confirmation Letter*, penyusunan *Banquet Event Order* (BEO), pengarsipan dokumen, pembaruan database pelanggan, serta koordinasi dengan departemen lain.

Penulis mengamati bahwa komunikasi yang baik antara *Sales & Marketing Department* dengan pelanggan *corporate* menjadi faktor utama dalam menjaga hubungan kerja sama. Selain menawarkan harga yang kompetitif, staf juga memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap hotel.

Observasi juga menunjukkan adanya persaingan harga yang cukup tinggi antarhotel berbintang di Kota Pekanbaru. Banyak pelanggan melakukan perbandingan tarif, fasilitas, dan kualitas pelayanan sebelum menentukan hotel yang dipilih. Oleh karena itu, strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada penawaran harga, tetapi juga pada peningkatan kualitas pelayanan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Selama kegiatan observasi, penulis menemukan bahwa penyusunan dokumen administrasi harus dilakukan dengan sangat teliti. Kesalahan dalam penulisan nama perusahaan, tanggal kegiatan, tarif, maupun permintaan pelanggan dapat menyebabkan kesalahan informasi kepada departemen operasional dan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi *Sales & Marketing* di The Premiere Hotel Pekanbaru didukung oleh pelayanan yang profesional, komunikasi yang efektif, ketelitian administrasi, koordinasi antar departemen, serta kemampuan memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan *corporate*.

Tabel.1 Ringkasan Hasil Observasi

No	Aspek yang Diamati	Hasil Observasi
1	Kegiatan <i>Sales & Marketing</i>	Berjalan Sesuai SOP Perusahaan
2	Pelayanan Kepada Pelanggan	Cepat,Ramah,dan Profesional
3	Administrasi	<i>Contarct Rate,Confirmation Letter,</i> dan BEO Disusun Secara Teliti
4	Koordinasi Antar Departemen	Berjalan dengan Baik untuk Mendukung Kegiatan Pelanggan
5	Persaingan Harga	Tinggi Sehingga Diperlukan Strategi Pemasaran yang Efektif

6	Hubungan Dengan Pelanggan <i>Corporate</i>	Dijaga Melalui Komunikasi yang Berkelanjutan dan Pelayanan yang Berkualitas
---	--	---

C. Dokumentasi Kegiatan PLI



Scan dokumen



Membuat *Banquet Event Order* (BEO) di aplikasi Power Pro

[illegible]

Membuat *Confirmation Letter*



Menyiapkan *sales kit* untuk *sales call*
buku gajah



Mencatat *bookingan event* ke

D. 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 : 297/UN35.1.7.8/PP/2025
Lamp. : 1 Lbr
Hal : Permohonan Magang Berdampak
Mahasiswa FPP UNP

Padang, 19 November 2025

Yth : Pimpinan The Premier Pekanbaru by ZHM
Di
Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka pelaksanaan program akademik mahasiswa Prodi D4 Manajemen Perhotelan – Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang, kami bermaksud mengirimkan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan Magang Berdampak di The Premier Pekanbaru by ZHM. Kegiatan Magang Berdampak merupakan kegiatan akademik untuk membekali mahasiswa dengan wawasan bersifat praktis yang diharapkan dapat diperoleh melalui kegiatan pengalaman lapangan industri/tempat kerja ini. Untuk itu kami bermohon kiranya Pimpinan The Premier Pekanbaru by ZHM, untuk dapat menerima mahasiswa kami melakukan kegiatan Magang Bersertifikat tersebut periode Januari – Juni 2026. Nama mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

No	Nama	NIM	Program Studi	Departemen
1.	Latifa Maila Saputri	24135179	Manajemen Perhotelan	FB
2.	Stevina Arini	24135135	Manajemen Perhotelan	FO
3.	Witri Sri Mulyani	24135043	Manajemen Perhotelan	FO/FB
4.	Revinda Yuningsih	24135029	Manajemen Perhotelan	FO/FB

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



Vischa Mansyera Pratama, M.Pd.
NIP. 199502132022032020

E. Logbook

LOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Mulyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E., M.Sc
 Supervisor : Ulziana Ardia
 Departemen : Sales Marketing

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	22 Januari 2026	08:00 – 17:00	- Cleaning Area - Orientasi bersama HR The Premiere Hotel Pekanbaru - Pendistribusian mahasiswa Magang Berdampak ke masing-masing departemen. - Perkenalan di Departemen Sales & Marketing	Kerja
2	23 Januari 2026	08:00 – 17:00	- Cleaning Area - Mengenal apa itu Contract Rate, Beo, dan Confirmation Letter Input Car Number - Scan beo + kontrak sign - Membuat Contract Rate Universitas Lancang Kuning - Membuat Contract Rate Rifansi Dwi Putra	Kerja
3	24 Januari 2026	Off	Off	Libur
4	25 Januari 2026	Off	Off	Libur
5	26 Januari 2026	08:00 – 17:00	- Cleaning Area - Membuat Contract Rate Cip Tours & Travel - Revisi semua Contract Yang ada di Sistem - Membuat Contract Rate Anugerah Pharmindo Lestari	Kerja
6	27 Januari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Membuat Contract Rate PT Tigaraksa - Cek nominal Beo apakah sama dengan di system	Kerja

			- Mengikuti Induction - Scan BEO yang sudah ditandatangani HOD	
7	28 Januari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja
8	29 Januari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Cleaning Area - Prepare Sales kit - Refill Brosur yang sudah habis di Lobby, Resto, Executive Lounge dan Lounge - Kirim Email BEO yang sudah di Sign - Mengantar BEO Kitchen	Kerja
9	30 Januari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Prepare Laptop untuk Sales Meeting - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
10	31 Januari 2026	Off	Off	Off
12			Jumlah Hari Kerja	10 Hari
13			Jumlah Hari Libur	3 Hari

Mengetahui,
Supervisor


Ulziana Ardia

Pekanbaru, 22 April 2026
Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

LOOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Muyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E.,M.Sc
 Supevisor : Ulziana Ardia
 Departemen : Sales Marketing

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	01 Februari 2026	Off	Off	Off
2	02 Februari 2026	08:00 – 17:00	- Cleaning Area - Cek Kembali kecocokan nominal Beo yang ada dengan di Sistem - Scan dan kirim semua Pdf Beo nya ke Email - Mengantar BEO ke Kitchen	Kerja
3	03 Februari 2026	08:00 – 17:00	- Cleaning Area - Membuat Contract Rate Arta Boga Cemerlang - Mengupdate Profile Company di sistem. - Kirim email Beo yang sudah di Scan - Antar Beo Kitchen even yang akan berlangsung	Kerja
4	04 Februari 2026	08:00 – 17:00	- Cleaning Area - Revisi Pdf Credit Facility karena ada penambahan Limit. - Serah Terima Credit Facility - Scan Contract Rate - Kirim Email BEO yang sudah di Sign	Kerja

5	05 Februari 2026	08.00 – 17.00	- Cleaning Area - Membuat Contract Rate PT Habco Trans Maritima - Membuat Contract Rate Konsulat Singapore. - Scan Contract Rate Swadaya Abdi Manunggal dan kirim kepada Sales nya - Membuat Contract Rate PT Musim Mas	Kerja
6	06 Februari 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Prepare Laptop untuk Sales Meeting - Scan dan kirim Email EMP Bentu - Scan Contract Rate PT Musim Mas dan Konsulat Singapore lalu kirim ke Sales masing – masing - Membuat Contract Rate Texcal Energy Mahato, Inc	Kerja
7	07 Februari 2026	Off	Off	Off
8	08 Februari 2026	Off	OFF	OFF
9	09 Februari 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email Beo Edlink - Scan dan Kirim Email Beo Education Republik - Scan dan Kirim Email Beo Pertamina Gas - Scan dan Kirim Email Beo Perki - Stempel Contract Rate	Kerja
10	10 Februari 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Kirim Email BEO yang sudah di Sign - Membuat Confirmation Letter - Membuat Contract Rate - Serah terima Credit Facility	Kerja
11	11 Februari 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Memindahkan Event di Buku Gajah ke Forecast - Membuat Contract Rate Sukaramai Trade Center - Cek Nominal Payment Event apakah sudah sama dengan di Mice - Scan semua Beo yang telah selesai di cek dan kirimkan ke Email	Kerja
12	12 Februari 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Membuat Ballroom Reservation - Update Event di Buku Gajah ke	Kerja

			- Forecast - Membuat Contract Rate Pajero Sport Family - Mengantar BEO Kitchen	
13	13 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Update Profile Company - Scan Contract Rate - Mengantar BEO Kitchen - Stempel Contract Rate - Membuat Confirmation Letter	Kerja
14	14 Februari 2026	Off	Off	Off
15	15 Februari 2026	Off	Off	Off
16	16 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit	Kerja
17	17 Februari 2026	Off	Libur Tahun Baru Imlek	Off
18	18 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan BEO yang sudah di Sign - Membuat Contract Rate - Mengantar BEO Kitchen - Refill Sales Kit	Kerja
19	19 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja
20	20 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Prepare Laptop untuk Sales Meeting - Scan Contract Rate - Membuat Confirmation Letter - Mengantar BEO Kitchen - Kirim Email BEO yang sudah di Sign	Kerja
21	21 Februari 2026	Off	Off	Off
22	22 Februari 2026	Off	Off	Off
23	23 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan kirim Email Beo Badan Gizi Nasional. - Membuat Contract Rate Bank	Kerja

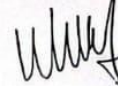
			- Mas KC Riau Pekanbaru - Membuat Contract Rate PT Bengkalis Kuda Laut - Scan Beo dan Amandemen PB Bambu Kuning - Scan Beo dan Amandemen Schlumberger - Scan Beo dan Amandemen Kementerian Hukum Wilayah Riau	
24	24 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan Beo dan Amandemen Imlek Dinner Mrs Vivi - Scan Beo dan Amandemen Cny Dinner YM Family - Membuat Contract Rate PT Pulau Sambu - Membuat Contract Rate PT Multi Sarana Lestari	Kerja
25	25 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Membuat Contract Rate PT Damai Hijau Abadi. - Scan Contract Rate Patra Hotel Dumai - Scan Contract Rate Bank Mas KC Pekanbaru - Scan Contract Rate Sumatera Riang Lestari - Mengantar BEO ke Kitchen	Kerja
26	26 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email Beo Iftar Mrs Anna - Scan Kwitansi Badan Gizi Nasional Scan dan Kirim Email Beo Wedding Kenny dan Christin - Serah terima Credit Facility	Kerja
27	27 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email Beo Training By CA - Scan dan Kirim Email Beo Tiktok Shop By Tokopedia - Scan Contract Rate dan Update Profile Inaura Anugerah - can Contract Rate dan Update Profile Multi Sarana Agro Lestari - Scan Contract Rate dan Update Profile Pertamina Hulu Rokan	Kerja

28	28 Februari 2026	08.00 – 16.00	Off	Off
30			Jumlah Hari Kerja	27 Hari
30			Jumlah Hari Libur	9 Hari

Mengetahui,
Supervisor


 Ulziana Ardla

Pekanbaru, 22 April 2026
Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

LOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Mulyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E.,M.Sc
 Supevisor : Ulziana Ardia
 Departemen : Sales Marketing

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	01 Maret 2026	Off	Off	Off
2	02 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan kirim Beo Iftar Jotun. - Scan dan kirim Beo Metalan Pekanbaru - - Scan dan kirim Beo Gathering Imlek Bca - Scan dan kirim Email Beo Langgak - Membuat Confirmation Letter Direktorat Jenderal Pajak	Kerja
3	03 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan kirim Email Keluarga Besar Leting Siprad 52 - Scan dan kirim Email Beo Buka Bersama Toko Azura - Scan dan kirim Email Beo Iftar Mrs Wetty - Scan dan kirim Email Beo Iftar KL Nusantara - Scan dan kirim Email Beo Iftar Mr Hendra Tan - Scan dan kirim Email Beo RS Prima.Membuat Contract rate Raja Alam Raya	Kerja
4	04 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Membuat Contract rate Bank Mandiri Taspen KC Pekanbaru - Membuat Contract rate Tyara Founder - Scan dan kirim Email Beo Pfizier Indonesia	Kerja

			- Scan dan kirim Email Beo Dinner Mrs Nova - Scan dan kirim Email Beo Iftar Bersama Padel Holie - Scan dan kirim Email Beo BTN Economic Outlook - Scan dan kirim Email Beo Pusdiknas	
5	05 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan kirim Email Beo PLN Uip Sumbagteng - Scan dan kirim Email Beo Brilian Cipta Mandiri - Revisi Confirmation Letter Birthday Clarissa WU - Revisi Confirmation Letter Iftar Kawasan Industri Tanjung Button - Revisi Confirmation Letter BPIP - Scan dan Update Contract Rate lalu Kirim ke Sales nya .	Kerja
6	06 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email Beo Ifta Scumberger - Scan dan Kirim Email Beo Iftar Raja Alam Raya - Scan dan Kirim Email Beo Iftar DJP KPP Pratama - AMD Indonesia - Membuat Contract Rate Inecda Plantations.	Kerja
7	07 Maret 2026	Off	Off	Off
8	08 Maret 2026	Off	Off	Off
9	09 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Membuat Confirmation Letter Tanoto Foundation - Membuat Confirmation Letter Damai Putra Abadi - Scan dan Kirim Email beo Riau Wisata Hati. - Scan dan Kirim Email beo Iftar Ikpi - Scan dan Kirim Email beo Iftar Inecda - Scan Contract Rate pacific Indopalm Industries	Kerja
10	10 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email terbuka Bersama PT Swadaya Abdi Manunggal - Scan dan Kirim Email beo Surya Tunggal Grup - Scan dan Kirim Email beo Buka	Kerja

			- Bersama Pic dan Kader - Scan dan Kirim Email beo Gia Parama Nusantara Scan dan Kirim Email beo Pertamina Gas - Mengantar BEO kitchen	
11	11 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email beo Adici Crane Pratama - Membuat Confirmation Letter Kilang Pertamina Internasional - Membuat Contract Rate Suci Tour & Travel - Scan dan Kirim Email beo PT Dipo International Pahala - Scan dan Kirim Email beo PT Indomobil Finance Indonesia	Kerja
12	12 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan Kirim Email beo Epson Indonesia. - Scan dan Kirim Email beo Buka Bersama Emakcw - Scan dan Kirim Email beo Mega Komputama Perkasa - Membuat Contract Rate Stella Gracia School - Scan Contract Rate dan Update lalu kirim ke Sales nya	Kerja
13	13 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Prepare Laptop untuk Sales Meeting - Scan dan kirim Email Beo Kementerian PU - Scan Contract Rate dan Update di Profile Company lalu kirim ke Sales nya	Kerja
14	14 Maret 2026	Off	Off	Off
15	15 Maret 2026	Off	Off	Off
16	16 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan dan kirim Email Beo Ifta Tanoto Foundation - Scan dan kirim Email Beo Iftar Polda Krimsus - Iftar Fuso - Scan dan kirim Email Beo Iftar Surya Karsa Mediafarmasindo - Membuat Confirmation Letter Iftar OCY - Mengantar BEO Kitchen	Kerja
17	17 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan BEO yang telah di Sign - Mengantar BEO Kitchen - Membuat Contract Rate	Kerja

			- Membuat Confirmation Letter - Scan dan Kirim Email BEO yang telah di Sign	
18	18 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Membalas ulasan tamu di Google Review - Serah Terima Credit Facility - Membuat Contract Rate - Membuat Confirmation Letter - Mengantar BEO ke Kitchen	Kerja
19	19 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Mengubah segmentasi company disistem - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Refill Sales Kit	Kerja
20	20 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Prepare Laptop untuk Sales Meeting - Revisi Confirmation Letter untuk Jamkrindo dan Pusdiknas - Membalas ulasan tamu di Google - Mengantar BEO ke bagian Kitchen	Kerja
21	21 Maret 2026	Off	Off	Off
22	22 Maret 2026	Off	Off	Off
23	23 Maret 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Update Forecast - Update List Wedding - Mengantar BEO Kitchen - Membuat Contract Rate - Scan dan Kirim Email BEO yang sudah di Sign	Kerja
24	24 Maret 2026		- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja
25	25 Maret 2026		- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja

			- Serah terima credit facility	
26	26 Maret 2026		- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Sample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
27	27 Maret 2026		- Cleaning Area - Prepare Laptop Sales Meeting - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Sample contract rate yang sudah difollow up	
28	28 Maret 2026	Off	Off	Off
29	29 Maret 2026	Off	Off	Off
30	30 Maret 2026		- Cleaning Area - Update Event di Buku Gajah ke Forecast - Membuat Contract Rate - Membuat Confirmation Letter - Mengantar BEO Kitchen - Scan dan Kirim Email BEO yang sudah di Sign	Kerja
31	31 Maret 2026		- Cleaning Area - Prepare Sales Kit - Refill Brosur Promo yang ada di Concierge, Resto dan Executive Lounge	Kerja
32			Jumlah Hari Kerja	Hari
33			Jumlah Hari Libur	9 Hari

Mengetahui,
Supervisor


Ulzianna Ardin

Pekanbaru, 22 April 2026

Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

LOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Mulyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E., M.Sc
 Supevisor : Ulziana Ardia
 Departemen : Sales Marketing

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	01 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit	Kerja
2	02 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit	Kerja
3	03 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Prepare Laptop Sales Meeting - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja
4	04 April 2026	Off	Off	Off
5	05 April 2026	Off	Off	Off
6	06 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign	Kerja

			- Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	
7	07 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
8	08 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
9	09 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
10	10 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Prepare Laptop Sales Meeting - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja
11	11 April 2026	Off	Off	Off
12	12 April 2026	Off	Off	Off
13	13 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
14	14 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen	Kerja

			- Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	
15	15 April 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Serah terima credit facility	Kerja
16	16 April 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit	Kerja
17	17 April 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Prepare Laptop Sales Meeting - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up	Kerja
18	18 April 2026	Off	Off	Off
19	19 April 2026	Off	Off	Off
20	20 April 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit	Kerja
21	21 April 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign - Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit - Lastday di Sales Admin	Kerja
22	22 April 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Scan beo + kontrak sign	Kerja

			- Scan contract rate - Mengantar beo kitchen - Membuat contract rate - Stample contract rate yang sudah difollow up - Membuat BEO Kitchen - Refill Sales Kit - Lastday di Sales Admin	
24			Jumlah Hari Kerja	18 Hari
24			Jumlah Hari Libur	4 Hari

Mengetahui,
Supervisor



Ulziana Ardia

Pekanbaru, 22 April 2026
Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

LOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Mulyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E.,M.Sc
 Supervisor : Dean Anugerah
 Departemen : Front Office

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	23 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Invharge dioffice reservasi	Kerja
2	24 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Training By FOM	Kerja
3	25 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key)	Kerja
4	26 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key)	Kerja

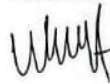
5	27 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Wirid Pengajian Karyawan	Kerja
6	28 April 2026	08:00 – 16:00	OOO	OFF
7	29 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Induction	Kerja
8	30 April 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key)	Kerja
11			Jumlah Hari Kerja	8 Hari
12			Jumlah Hari Libur	1 Hari

Mengetahui,
Supervisor



Dean Anugerah

Pekanbaru, 22 April 2026
Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

LOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Mulyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E., M.Sc
 Supervisor : Dean Anugerah
 Departemen : Front Office

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	01 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
2	02 Februari 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
3	03 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja

4	04 Mei 2026	08:00 – 16:00	Off	Off
5	05 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
6	06 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Kegiatan Karyawan (Jalan Sehat)	Kerja
7	07 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
8	08 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
9	09 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja

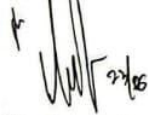
10	10 Mei 2026	08:00 – 16:00	Off	Off
11	11 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
12	12 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
13	13 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
14	14 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Off
15	15 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
16	16 Mei 2026	08:00 – 16:00	Off	Off

17	17 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
18	18 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - General Staf Meeting	Kerja
19	19 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
20	20 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
21	21 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
22	22 Mei 2026	08:00 – 16:00	Off	Off

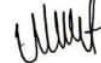
23	24 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
24	24 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
25	25 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Training By CA	Kerja
26	26 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
27	27 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
28	28 Mei 2026	08:00 – 16:00	Off	Off
29	29 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area	Kerja

			- Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Training By CA	
30	30 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
31	31 Mei 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
23			Jumlah Hari Kerja	26 Hari
24			Jumlah Hari Libur	5 Hari

Mengetahui,
Supervisor


Dean Anugerah

Pekanbaru, 22 April 2026
Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

LOGBOOK KEGIATAN PENGALAMAN LAPANGAN INDUSTRI

Nama : Witri Sri Mulyani
 NIM : 24135043
 Tempat PLI : The Premiere Hotel Pekanbaru
 Waktu PLI : Januari 2026 – Juni 2026
 Pembimbing PLI : Khairani Saladin, S.E.,M.Sc
 Supervisor : Dean Anugerah
 Departemen : Front Office

No	Hari/Tanggal	Waktu	Kegiatan/Studi Kasus	Keterangan
1	01 Juni 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
2	02 Juni 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
3	03 Juni 2026	08.00 – 16.00	OFF	OFF
4	04 Juni 2026	08.00 – 16.00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift I - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order	Kerja

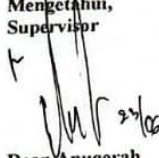
			(jika ada tamu VIP) - Training Staff FO by FOM	
5	05 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
6	06 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
7	07 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
8	08 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
9	09 Juni 2026	08:00 – 16:00	OFF	OFF
10	10 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order	Kerja

			(jika ada tamu VIP)	
11	11 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
12	12 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Handling Guest Check Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
13	13 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
14	14 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
15	15 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP)	Kerja
16	16 Juni 2026	08:00 – 16:00	OFF	OFF
17	17 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number	Kerja

			- Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Training Bu Selly	
18	18 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Courtesy EA - Incharge dioffice reservasi	Kerja
19	19 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Courtesy EA - Invharge dioffice reservasi	Kerja
20	20 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar (Lose Key) - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Courtesy EA - Invharge dioffice reservasi	Kerja
21	21 Juni 2026	08:00 – 16:00	OFF	OFF
23	21 Juni 2026	08:00 – 16:00	- Cleaning Area - Input Car Number - Courtesy Call Guest Check-Out - Menyusun dan Mengecek bill Closingan Shift 1 - Menghitung Kunci Kamar - Menyiapkan Form VIP Order (jika ada tamu VIP) - Courtesy EA - Invharge dioffice reservasi - Lasday di Front Office	Kerja

24		Jumlah Hari Kerja	23 Hari
25		Jumlah Hari Libur	4 Hari

Mengetahui,
Supervisor


Dean Anugerah

Pekanbaru, 22 April 2026
Mahasiswa



Witri Sri Mulyani

F. Lembar Konsultasi dengan Dosen Pembimbing 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@pp.unp.ac.id

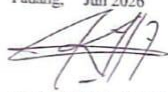


LEMBARAN KONSULTASI DOSEN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa (Praktekan) : Wikt. Sri. Mulyani
 Unit Kegiatan Praktek : Sales and Marketing
 Nama Perusahaan/Industri : Shs. Sismic Hotel Pekanbaru
 Jadwal Kegiatan : 22 Januari - 22 Juli 2026
 Nama Dosen Pembimbing : Khairani Saladin, S.E, M.Sc

No	Hari/Tanggal	Topik/Masalah Yang Dibahas	Saran Perbaikan	Paraf
	Senin/20-7-26	bimbingan judul dan abs judul	menyesuaikan judul dengan fokus penelitian dan sesuai masalah yg terjadi	
	Rabu / 2 22 Juli 2026	bimbingan laporan, perbaikan penulisan, ejaan, dan isi dari studi kasus	menyesuaikan format penulisan sesuai buku pedoman serta menyempurnakan isi laporan	
	Kamis 23 Juli 2026	Revisi dan penambahan materi k studi kasus	memberikan pembahasan dan memperbaiki tulisan	
				
				

Padang, Juli 2026


 Khairani Saladin, S.E, M.Sc

G. Lembar Konsultasi dengan PIC



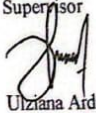
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIT HUBUNGAN INDUSTRI
 Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
 E-mail : uhi@fpp.unp.ac.id



LEMBARAN KONSULTASI SUPERVISOR INDUSTRI

Nama Mahasiswa (Praktekan)	Witri Sri Mulyani
Unit Kegiatan Praktek	Sales and Marketing
Nama Perusahaan/Industri	The Premiere Hotel Pekanbaru
Jadwal Kegiatan	22 Januari - 22 Juni 2016
Nama Supervisor (Penilai)	Ulfiana Ardia
Jabatan Supervisor di Perusahaan	Sales Admin

No	Hari/Tanggal	Topik/ Masalah Yang Dibahas	Saran Perbaikan	Paraf
1.	Jumat 26 Juni 2016	Bimbingan Judul sesuai dengan masalah yg terjadi di hotel dan konsultasi nilai	Supervisor mena- kan dan Judul sesuai dengan masalah yg terjadi	
2.	Kamis 2 Juli 2016	Bimbingan BAB I - III	perbaikan esaan dan memperdalam isi kasus	
3.	Senin 7 Juli 2016	Bimbingan BAB IV karena itu pokok dari permasalahan	lebih di dalam lagi kasus nya	
4.	Senin 13 Juli 2016	Bimbingan dan wawancara serta membuat daftar pertanyaan	perjelas lagi pertanyaan sesuai kondisi yg terjadi di hotel	

Diketahui oleh:
 Supervisor

 Ulfiana Ardia

H. Data Pendukung Lainnya

