

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata dan perhotelan di Indonesia merupakan sektor yang menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan. Hal ini tampak dari bertambahnya destinasi wisata dan peningkatan jumlah wisatawan, baik wisatawan *local* maupun manca negara yang membutuhkan akomodasi berkualitas, baik dari segi tempat maupun pelayanan. Dalam situasi kompetisi yang semakin sengit, Perusahaan di sektor perhotelan diharuskan fokus tidak hanya pada strategi penambahan tamu baru melainkan juga pada strategi mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada. Salah satu pendekatan yang cukup efektif untuk menjaga hubungan dengan konsumen adalah dengan menerapkan *Customer Relation Management* (CRM) yang fokusnya untuk mengutamakan peningkatan jumlah tamu di Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel.

Program magang ini memiliki tujuan untuk memberikan kesempatan kepada Mahasiswa untuk bisa memahami dan memiliki pengalaman kerja secara nyata atau secara langsung di lapangan, khususnya dalam pemasaran dan layanan pada industri perhotelan. Melalui program magang ini, Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan keterampilan profesional, dan menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama berkuliah di Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional di Politeknik Negeri Jember. Selain itu, kegiatan magang ini juga ditujukan untuk memberikan pengalaman langsung terkait strategi pemasaran yang berorientasi pada pengelolaan hubungan pelanggan, untuk meningkatkan loyalitas dan meningkatkan penjualan di perusahaan.

Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel adalah Perusahaan yang bergerak di bidang layanan perhotelan dan pariwisata yang terletak di Kota Batu, Jawa Timur. Hotel ini menyediakan berbagai fasilitas akomodasi, termasuk rekreasi dan kegiatan konvensi yang menyatu dengan konsep agrowisata. Sebagai salah satu pelaku terkemuka di sektor perhotelan di Kawasan wisata Batu, Kusuma Agrowisata memiliki kontribusi signifikan dalam mendukung industri pariwisata lokal serta berupaya untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan ketertarikan pada

tamu ataupun calon tamunya melalui layanan berkualitas dan strategi pemasaran yang inovatif.

Kegiatan magang di Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel sangat relevan dengan bidang studi Manajemen Pemasaran Internasional, terutama dalam penerapan konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Melalui pengamatan dan keterlibatan dalam kegiatan Sales Call, yaitu kegiatan kunjungan atau visit dan komunikasi langsung dengan pelanggan potensial maupun pelanggan lama dengan tujuan mengenalkan produk, melakukan pendekatan hubungan rasional, menggali kebutuhan, hingga mendorong terjadinya Keputusan pembelian ataupun pemesanan ulang. penulis dapat memahami bagaimana strategi komunikasi dengan pelanggan diterapkan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Maka dari itu, Efektivitas kegiatan Sales Call perlu dievaluasi secara berkala untuk memastikan bahwa strategi CRM yang dilakukan memberi dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Meningkatkan kepuasan para tamu, dan mendorong pengulangan kunjungan atau penginapan ulang sebagai indikasi keberhasilan penerapan *Customer Relationship Management* di industri perhotelan.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Memberikan pengalaman langsung kepada penulis sebagai Mahasiswa untuk bisa mengenali dunia kerja di industri perhotelan khususnya pada bagian *sales marketing* hotel dan pelayanan pelanggan.
- b. Melatih tingkat pemahaman penulis sebagai Mahasiswa terhadap penerapan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, terutama pada konsep Relationship Marketing dan Customer Relationship Management (CRM).
- c. Menumbuhkan kemampuan profesionalisme, tanggung jawab, dan etika kerja sebagai Mahasiswa dalam lingkungan kerja nyata.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Menganalisis pelaksanaan kegiatan sales call yang dilakukan oleh divisi sales & marketing Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel.
- b. Mengevaluasi efektivitas sales call terhadap penjualan produk hotel selama periode Januari-Oktober.
- c. Menemukan factor penghambat dan pendukung performa sales call dalam meningkatkan strategi pemasaran ataupun CRM di Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Menambah pengalaman dan wawasan luas tentang dunia kerja nyata, penulis merasakan dinamika dunia kerja yang sesungguhnya terjadi di lapangan dengan menerapkan teori menjadi praktik.
- b. Mengembangkan keterampilan dan kompetensi professional yang merupakan tolak ukur agar lebih siap menghadapi tantangan karier setelah lulus.
- c. Memperoleh relasi dan membangun etos kerja disiplin, tanggung jawab, etika kerja yang baik bagi peserta magang.

1. 3 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan kegiatan magang ini bertempat di Kantor *Sales Marketing* Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel. Yang beralamatkan di Kawasan Wisata Kusuma Agro, Jl. Abdul Gani Atas, Ngaglik, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur 65311, Indonesia. Pelaksanaan kegiatan magang ini dimulai pada tanggal 14 Juli 2025 samapai 30 November 2025 (852 jam).

1. 4 Metode Pelaksanaan

- a. Praktik Lapangan

Pada metode praktik lapang ini Mahasiswa melakukan seluruh kegiatan yang dilakukan secara langsung di lapangan berdasarkan arahan

dari pembimbing magang di *Sales Marketing* Kusuma Agrowisata Resort & Convention Hotel.

b. Wawancara

Pada metode ini Mahasiswa melakukan komunikasi dengan tanya jawab dengan karyawan ataupun pembimbing lapang sebagai sumber informasi mengenai informasi seputar hotel untuk mendapatkan data yang valid.

c. Dokumentasi

Kegiatan pengumpulan, pengambilan, penyimpanan dan pengelolaan terkait informasi digital maupun tertulis selama itu berkaitan dengan semua kegiatan yang dikerjakan selama magang di Kusuma Agrowisata Ressort dan Convention Hotel.