

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **IV.1 Kesimpulan**

Penulis disini diberi kesempatan untuk merasakan langsung dunia kerja di *Marketing Communication* selama tiga bulan di Hotel Swiss – Belinn Manyar Surabaya. Selama masa kerja praktik, Penulis mendapatkan banyak pengalaman dan ilmu yang berharga di bagian *Sales and Marketing Department* dan juga di bidang *Marketing Communication* di dunia industri perhotelan ini. Selama tiga bulan ini penulis juga mengetahui bahwa seorang *Marketing Communication* itu tidak hanya membuat desain berbagai macam *Flyer*, promosi kartu member SBEC, melakukan *take* foto dan video makanan atau hidangan untuk promosi, membuat *Welcome Letter* atau *Welcome Card*, dan lain lain. Melainkan juga seorang *Marketing Communication* kadang juga melakukan pekerjaan divisi *Sales and Marketing Department* yaitu dalam membuat BEO (*Banquet Event Order*), membuat materi presentasi, dokumentasi *meeting* atau *event* apapun, dan melakukan *Sales Call* promosi *venue* hotel ke tamu.

Penulis juga belajar mengenai berbagai cara merasakan dunia kerja terutama dari segi budaya kerja yang ada di Hotel Swiss – Belinn Manyar Surabaya ini, belajar beradaptasi dengan sesama *training* dan senior, belajar untuk menyelesaikan masalah, dan masih ada lagi seputar *Marketing Communication* dan *Sales and Marketing Department* lainnya yang penulis akan gunakan saat menghadapi dunia kerja nantinya. Meskipun kedua divisi tersebut ini penulis menjalankannya sangat

sulit dan berat, tetapi penulis berhasil melewati masa kerja praktik ini dengan membawa ilmu dan pengalaman yang sangat banyak. Khususnya pada bidang *Marketing Communication* di perhotelan ini. Selama melakukan kerja praktik dalam waktu tiga bulan penulis bisa melihat bahwa Hotel Swiss – Belinn Manyar Surabaya ini juga memiliki seorang *Marketing Communication* yang sangat baik dan selalu bisa diandalkan karena teknik – teknik promosi yang dilakukan dan melalui berbagai macam konten dan *Flyer Package* yang dibuatnya itu selalu bisa menghasilkan *revenue* untuk perusahaan serta citra yang dimiliki pun sangat baik dari menjaga hubungan baik dengan para media sosial. Salah satu pelajaran yang paling penting untuk penulis adalah bagaimana pentingnya merasakan dunia kerja dalam mengerjakan sesuatu, dan juga karena adanya rasa kepemilikan maka kita akan bekerja dengan totalitas dan dapat menghasilkan sesuatu yang baik. Juga karena Hotel Swiss – Belinn Manyar Surabaya ini bergerak di bidang perhotelan, kepuasan pelanggan adalah menjadi nomor satu.

#### **IV.2 Saran**

Saran dari Penulis sendiri adalah Hotel Swiss – Belinn Manyar Surabaya harus tetap semangat, menjaga baik nama hotel, dan juga bisa mempertahankan citra baik yang sudah dibangun. Dengan terus berinovasi dalam pembuatan konten promosi, *Flyer Package*, dan lain lain. Kemudian alat – alat percetakan atau *printer* bisa ditingkatkan lagi untuk menunjang produktivitas dari seorang *Marketing Communication* saat bekerja.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Astri Rumondang Banjarnahor, B. P., Andriasan Sudarso, Syafrida Hafni Sahir, R. N. M., Iskandar Kato, Dyah Gandasari, Sukarman Purba, M., Muhammad Ashoer, Diena Dwidienawati Tjiptadi, H., & Hengki Mangiring Parulian Simarmata, Richard Berlien, H. (2021). *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN* (A. Karim, Ed.). Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN* (Tim Qiara Media, Ed.). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

### Jurnal

- Afriani, A. (2015). Strategi Marketing Communication. *Jurnal Wacana*, XIV(1), 87–109.
- Joedyanto, A. T. (2015). Perancangan Promosi Hotel Varna Surabaya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1(6). Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/78333/perancangan-promosi-hotel-varna-surabaya>
- Kusniadji, S., & Tarumanagara, U. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods ( Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang ). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
- Maliluan, F. C., Suharto, S., & Sunyoto, S. (2014). Strategi Sales and Marketing Department dalam Mengelola Corporate Rate dan Key Account di Hotel Gran Melia Jakarta. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 9(2), 82–102.
- Susanto, A., & Sunardi, A. (2017). Aktifitas Bauran Komunikasi Pemasaran Di Perusahaan Jamu Ibu Tjipto. *Jurnal Komunikator*, 9(1), 1–8. Retrieved from <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2647/2681>
- Wirya, I. M. S. (2019). Strategi Peningkatan Penjualan Kamar Melalui Kegiatan Pemesanan Kamar Dan Yield Management Pada Hotel Grand Hyatt Bali. *Jurnal Perhotelan Dan Pariwisata*, 9(1).

### Website

- Hotel Swiss Belinn Manyar Surabaya. (2022). WEBSITE Profile Hotel Swiss Belinn Manyar Surabaya.