PEMANFAATAN BARCODE INFORMASI WISATA KULINER UNTUK PENINGKATAN PENGALAMAN DAN KEPUASAN TAMU DI LOTUS GARDEN HOTEL KEDIRI

MINI PROJECT

BLASIUS FERO YOENATAN YUDIANTO
NIM : 112210008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG
2025

PEMANFAATAN BARCODE INFORMASI WISATA KULINER UNTUK PENINGKATAN PENGALAMAN DAN KEPUASAN TAMU DI LOTUS GARDEN HOTEL KEDIRI

MINI PROJECT

BLASIUS FERO YOENATAN YUDIANTO
NIM : 112210008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG
2025

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang berjudul :
PEMANFAATAN BARCODE INFORMASI WISATA DAN KULINER UNTUK PENINGKATAN PENGALAMAN DAN KEPUASAN TAMU DI LOTUS GARDEN HOTEL KEDIRI
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama	: Blasius Fero Yoenatan Yudianto
NIM	: 112210008
Program Studi	: Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, pada tanggal 14 Juli 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1).

Dosen Pembimbing

Catharina Aprilia Hellyani, S.E, M.M.
NIP. 20190013

Dosen Penguji

Catharina Aprilia Hellyani, S.E, M.M.
NIP. 20190013

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomj dan Bisnis

Tarsisius Renald Suganda, S.E, M.Si, Ph.D., C.R.A., CIC.
NIP. 20080021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa laporan magang yang berjudul:

"PEMANFAATAN BARCODE INFORMASI WISATA KULINER UNTUK PENINGKATAN PENGALAMAN DAN KEPUASAN TAMU DI LOTUS GARDEN HOTEL KEDIRI"

Dengan ini penulis menyatakan bahwa seluruh isi laporan ini merupakan hasil karya penulis sendiri dan bukan merupakan hasil plagiarisme, baik dari karya yang telah dipublikasikan maupun dari karya yang pernah digunakan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi manapun. Kecuali pada bagian-bagian tertentu yang secara jelas mencantumkan sumber rujukan sesuai kaidah penulisan ilmiah yang berlaku, baik secara langsung maupun tidak langsung, seluruh isi laporan ini adalah orisinal.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh tanggung jawab. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian atau pelanggaran terhadap pernyataan ini, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku.

Malang, 14 juli 2025

Blasius Fero Yoenatan
NIM. 112210008

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, Terang dan Hidup, satu-satunya juru selamat yang ada di dunia ini, atas kasih karunia, pertolongan, dan penyertaan-Nya yang luar biasa. Hanya oleh anugerah dan mujizat dari-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul **"Pemanfaatan Barcode Informasi Wisata Kuliner untuk Peningkatan Pengalaman dan Kepuasan Tamu di Lotus Garden Hotel Kedir**i*"* dengan baik hingga tahap akhir.

Laporan magang ini disusun sebagai hasil dari kegiatan magang yang telah dilaksanakan oleh penulis di Lotus Garden Hotel Kediri selama 111 hari kerja atau setara dengan 900 jam kerja. Penyusunan laporan ini juga merupakan bagian dari pemenuhan salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak, laporan ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan rasa terima kasih yang mendalam, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan penghargaan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan laporan ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS., M.Sc. selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Tarsisius Renald Suganda, SE., M.Si., Ph.D., CRA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.

3. Uki Yonda Asepta, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung.

4. Catharina Aprilia Hellyani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Penguji Seminar Magang Universitas Ma Chung yang telah bersedia membimbing serta memberikan saran dalam pembuatan laporan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.

5. Junaidi Abdullah selaku EAM & HRM, yang telah memberikan arahan dan menyambut penulis dengan baik selama berada di lingkungan hotel.

6. Wandi Bagus selaku *Accounting Manager*, atas bimbingannya dalam kegiatan di divisi keuangan.

7. Tri Rosida Puspasari (*Account Payable*) dan Ibu Yuita Sari (*Account Receivable*), atas kesabaran dan bantuan selama penulis belajar memahami proses keuangan hotel, serta telah memberikan pengetahuan serta arahan mengenai proses pembayaran kepada *supplier* dan pencatatan transaksi pengeluaran hotel. Terima kasih atas kesabaran dalam membimbing penulis dalam menyusun dan mencatat transaksi pembelian.

8. Dian Sucipto selaku *IT Staff,* yang selalu siap membantu ketika penulis menghadapi teknis terkait sistem jaringan hotel serta pengenalan terhadap sistem VHP (*Visual Hotel Program*). Terima kasih atas kesediaannya membantu penulis memahami pentingnya teknologi informasi dalam mendukung kelancaran operasional hotel.

9. Dwi Kustiana dan Ibu Tina dari tim *Sales*, yang telah mengajak penulis terlibat langsung dalam aktivitas lapangan dan pelayanan klien atas kesempatan

yang diberikan untuk terlibat dalam kegiatan kunjungan klien, penawaran produk hotel, serta pengelolaan database pelanggan. Pengalaman bekerja bersama tim *sales* sangat memperkaya keterampilan komunikasi dan strategi pemasaran penulis.

10. Iqbal Hamaki dari divisi *Marketing Communication*, yang telah membimbing penulis dalam pengelolaan konten dan promosi digital.

Berkat dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, baik dari kalangan akademisi maupun instansi tempat magang, penulis akhirnya dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan tepat waktu. Selama proses penyusunan laporan, penulis memperoleh banyak wawasan baru yang berharga, baik dari sisi teoritis maupun praktik langsung di lapangan, sehingga memperluas pemahaman dan pengalaman pribadi.

Laporan ini disusun dengan tujuan agar tidak hanya menjadi dokumentasi pribadi atas rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, tetapi juga memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya mahasiswa yang akan menjalani kegiatan serupa di masa mendatang. Harapannya, laporan ini dapat dijadikan sebagai referensi, bahan pertimbangan, ataupun inspirasi oleh pihak-pihak yang memerlukan informasi terkait dengan topik yang dibahas.

Meskipun demikian, penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna dan memiliki keterbatasan, baik dalam aspek penulisan, penyajian data, maupun analisis yang dilakukan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati membuka diri terhadap kritik, saran, dan masukan yang bersifat konstruktif guna perbaikan laporan di masa yang akan datang. Penulis menyampaikan terima kasih

atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan, dan semoga laporan ini dapat memberikan kontribusi positif bagi seluruh pihak yang membacanya.

Malang, 14 Juli 2025

Blasius Fero Yoenatan Yudianto

NIM. 112210008

UNIVERSITAS MA CHUNG

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **II**

PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **III**

DAFTAR ISI ..... **VIII**

DAFTAR TABEL ..... **X**

DAFTAR GAMBAR ..... **XI**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **XII**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Tujuan Magang 5

1.3 Manfaat Magang 6

1.3.1 Bagi Mahasiswa 6

1.3.2 Bagi Perusahaan (Lotus Garden Hotel Kediri by WH) 6

1.3.3 Bagi Universitas Ma Chung 7

BAB II PELAKSANAAN MAGANG **10**

2.1 Perencanaan Magang 10

2.1.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang 10

2.1.2 Rencana Kegiatan Magang 11

2.2 Gambaran Umum Perusahaan 12

2.2.1 Sejarah Perusahaan 12

2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan 14

2.2.3 Logo Perusahaan 15

2.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan 17

2.2.5 *Job Description* 18

2.2.6 Produk Perusahaan 19

2.3 Paparan Kegiatan Magang 23

BAB III EVALUASI MAGANG **30**

3.1 Permasalahan 30
3.2 Pembahasan..... 31
3.2.1 Analisis Kebutuhan Digitalisasi Informasi Kuliner Lokal.... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
3.2.2 Pentingnya Pengukuran Kepuasan Layanan Hotel Secara Digital ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
3.3 Solusi..... 35
3.3.1 Pemasangan *QR Code* di Area Strategis Hotel 35
3.4 Pengalaman Belajar..... 51
3.4.1 *Soft Skills* 51
3.4.2 *Hard Skils* 52
BAB IV PENUTUP 53
4.1 Kesimpulan 53
4.2 Saran..... 54
DAFTAR PUSTAKA 56
LAMPIRAN..... 58

UNIVERSITAS MA CHUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung Wisata Kota Kediri 4
Tabel 2.Perencanaan Kegiatan Magang 9
Tabel 3.Hari dan Jam Kerja Karyawan *Non-Shift* 11
Tabel 4. *Job Description* 18
Tabel 5. Rincian Jumlah Kamar Lotus Garden Hotel Berdasarkan Tipe 20
Tabel 6. Rincian Harga Kamar Lotus Garden Hotel Berdasarkan Tipe 21
Tabel 7. Aktivitas Kegiatan Magang 24
Tabel 8. Paparan Permasalahan 31
Tabel 9. Ringkasan Solusi 50

UNIVERSITAS MA CHUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pengunjung Wisata Kota Kediri 3
Gambar 2. Lokasi Tempat Magang..... 10
Gambar 3.Logo Lotus Garden Hotel..... 15
Gambar 4. Struktur Organisasi..... 17
Gambar 5. Lokasi Hotel Kegiatan Magang..... 23
Gambar 6. Contoh *Website* Kuliner di Jakarta..... 36
Gambar 7.*WIX*..... 39
Gambar 8.Contoh *Barcode* di Area Strategis..... 42
Gambar 9.Contoh *Kuesioner*..... 46
Gambar 10. Contoh *Souvernir* Apresiasi 50

UNIVERSITAS MA CHUNG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Bersama

Lampiran 2. Penyetoran Uang Tunai Ke Bank Setiap Hari

Lampiran 3. Kegiatan Kunjungan

Lampiran 4. Kegiatan Pembelian Kebutuhan Yang Di Butuhkan Perusahaan

Lampiran 5. Sebagian Foto Dan Video Marketing Yang Sudah Dibuat

Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan Magang Pengelolaan Data Pembelian Seluruh Supplier Dan Lain Sebagainya

Lampiran 7. Kunjungan Magang Online

Lampiran 8.Penilaian Perusahaan

UNIVERSITAS MA CHUNG

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan dan arus informasi selama satu dekade terakhir mengalami pertumbuhan pesat serta telah mendorong transformasi besar di berbagai sektor, tidak terkecuali dalam industri pariwisata dan perhotelan yang saat ini marak menghadapi banyaknya persaingan. Berbagai layanan yang semakin inovatif dan masuknya digitalisasi membuat industri di bidang pariwisata dan perhotelan perlu melakukan cara yang kreatif agar dapat memberikan mutu kualitas pelayanan yang baik bagi tamu konsumennya. Menurut Hananto (2023), inovasi dalam pemanfaatan teknologi memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kualitas layanan di sektor perhotelan. Penerapan teknologi yang tepat memungkinkan hotel untuk menyesuaikan layanan dengan kebutuhan dan preferensi tamu secara lebih fleksibel. Hal ini juga membantu dalam meningkatkan efisiensi kerja staf hotel serta mempercepat proses pelayanan. Dengan persaingan yang semakin ketat, hotel dituntut untuk terus beradaptasi dan menghadirkan pengalaman yang dapat memberikan peningkatan terhadap kepuasan bagi tamu konsumennya.

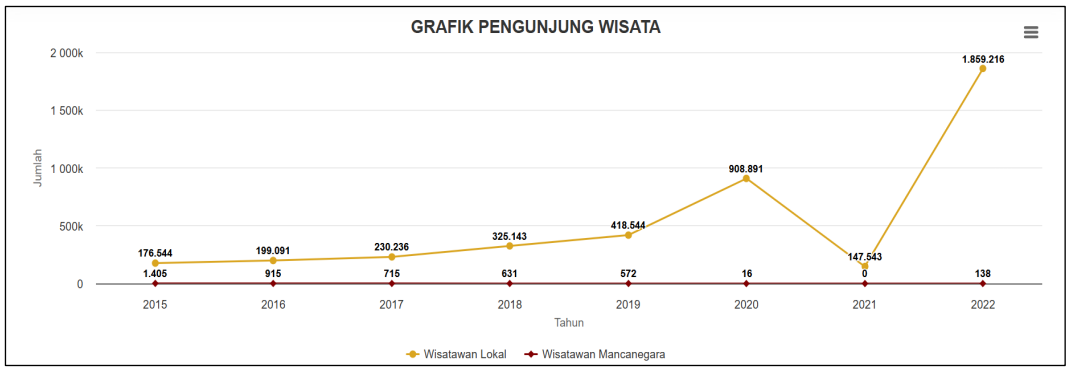
Salah satu penggunaan teknologi yang saat ini mengalami kemajuan yang signifikan adalah dengan mengintegrasikan teknologi mobile seperti penggunaan *Quick Response* (QR) *code*. Diketahui bahwa di tahun 2025, penggunaan *QR code* mengalami peningkatan pertumbuhan sebesar 43,20% dari tahun 2022 (Ricson, 2025). Dalam sektor pariwisata, penggunaan *QR code* juga mengalamipeningkatan di tahun 2025 sebesar 210% (Phyra, 2025). Maraknya penggunaan *QR code* dilatarbelakangi karena beberapa alasan seperti akses informasi, pelacakan, pemasaran, dan lain sebagainya. Berdasarkan sebuah studi yang dipublikasikan oleh The Drum, sebanyak 45% konsumen di Amerika Serikat mengaku telah menggunakan kode *QR* yang berkaitan dengan kampanye pemasaran atau iklan (Das, 2025)

Dalam jurnal yang sama juga dilakukan survei yang menunjukkan bahwa hampir 75% restoran secara global telah mengadopsi penggunaan kode *QR* untuk mempermudah akses ke menu digital, yang berhasil meningkatkan interaksi pelanggan hingga 40%. Di sisi lain, adanya peluang dari penggunaan *QR code* dapat juga berpotensi untuk diterapkan dalam industri pariwisata dan perhotelan sehingga mampu meningkatkan ambience dan kepuasan bagi tamu konsumennya, terkhusus dapat meningkatkan value dari pelayanan yang ditawarkan, baik dalam hal efisiensi, kenyamanan, maupun pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam industri pariwisata, *QR code* dapat dipergunakan dalam sektor wisata kuliner sebagai media digital untuk mendukung penyediaan informasi terkait menu, lokasi, maupun ulasan tempat makan lokal secara real-time. Berdasarkan Laporan Asosiasi Perjalanan Dunia (WTFA) tahun 2022, sebanyak 34% wisatawan memilih mengunjungi destinasi yang menarik minat mereka dari segi kuliner (Activity, 2022). Oleh sebab itu, dari sektor wisata kuliner, pengembangan menggunakan teknologi digital *QR code* dapat menjadi alternatif untuk diimplementasikan. Untuk memaksimalkan hasil, penggunaan *QR code* dalam wisata kuliner dapat dikoloborasikan dengan sektor perhotelan. Untuk meningkatkan kepuasan dalam pelayanannya, tentunya hotel dapat memberikan pelayanan bagi tamu konsumennya melalui *QR code* terkait informasi wisata kuliner.

Peningkatan pelayanan dan kepuasan pelayanan menjadi dua aspek utama bagi sektor perhotelan. Di era digitalisasi saat ini, kedua aspek tersebut perlu ditunjang dengan kemajuan teknologi. Daya saing dan layanan dari sektor perhotelan yang diberikan kepada pelanggan dapat ditingkatkan dengan penggunaan teknologi dalam industri (Maulina, 2023). Pelayanan yang optimal dapat memberikan pengaruh yang optimal terhadap kepuasan pelanggan (Ismail & Yusuf, 2021). Oleh sebab itu, untuk dapat memberikan kepuasan tamu konsumen pihak hotel, pemberdayaan penggunaan teknologi seperti *QR code* yang dapat memberikan akses informasi, terkhusus terkait wisata kuliner dapat menjadi sarana dalam menciptakan pengalaman bagi tamu konsumennya.

UNIVERSITAS MA CHUNG



Gambar 1. Grafik Pengunjung Wisata Kota Kediri
Sumber: Sidapotik (2022)

Kediri termasuk dalam jajaran kota besar yang berpengaruh di wilayah Jawa Timur serta menyimpan beragam potensi yang sangat menjanjikan di berbagai sektor, khususnya dalam bidang pariwisata. Berdasarkan data kunjungan wisata pada tahun 2022, tercatat total sebanyak 1.859.354 wisatawan telah mengunjungi Kota Kediri. Dari angka tersebut, sebanyak 1.859.216 merupakan wisatawan lokal sementara 138 sisanya berasal dari wisatawan mancanegara. Angka tersebut menunjukkan lonjakan yang relatif tinggi dibandingkan dengan periode tahun sebelumnya menandakan geliat sektor pariwisata mulai bangkit kembali. Kondisi ini memberikan dampak positif terhadap berbagai sektor pendukung termasuk transportasi, ekonomi kreatif, hingga perhotelan. Oleh karena itu, pengembangan fasilitas dan pelayanan pariwisata menjadi kebutuhan yang mendesak untuk mendukung pertumbuhan tersebut.

Salah satu aspek penting dalam mendukung kemajuan pariwisata adalah tersedianya fasilitas akomodasi yang berkualitas dan nyaman bagi wisatawan. Dalam konteks perkembangan wisata di Kota Kediri, kebutuhan akomodasi tidak hanya terbatas pada tempat menginap semata. Wisatawan modern saat ini juga menginginkan layanan hotel yang nyaman, praktis, dan mampu memberikan nilai tambah selama masa kunjungan mereka. Peran industri perhotelan semakin berkembang menjadi bagian integral dari pengalaman berwisata, bukan sekadar tempat singgah. Kehadiran hotel yang mengadopsi inovasi layanan akan semakin diminati oleh pengunjung. Dengan meningkatnya kunjungan wisata, sektor

akomodasi harus mampu bertransformasi untuk memenuhi ekspektasi wisatawan yang semakin kompleks.

Selain penginapan yang nyaman, wisata kuliner menjadi komponen penting yang menarik perhatian dan ditonjolkan oleh Kota Kediri kepada wisatawan. Keberagaman kuliner lokal dengan cita rasa khas seperti tahu takwa, soto Kediri, hingga jajanan tradisional, menjadi magnet tersendiri bagi pengunjung dari berbagai daerah. Wisata kuliner juga berkontribusi dalam mengangkat nilai budaya lokal serta mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, promosi wisata kuliner menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan daya tarik wisata Kota Kediri. Dengan potensi kuliner yang besar, sektor perhotelan dapat bersinergi dengan pelaku usaha kuliner untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih lengkap dan berkesan.

Dalam era digital seperti saat ini, inovasi teknologi menjadi kebutuhan utama bagi sektor perhotelan dalam memberikan pelayanan yang optimal. Salah satu solusi efektif yang dapat diterapkan adalah penggunaan teknologi *QR code* untuk memudahkan tamu hotel mengakses informasi. Melalui *QR code*, wisatawan dapat dengan cepat melihat daftar menu makanan, layanan hotel, serta informasi tempat kuliner terdekat tanpa perlu menanyakan secara manual. Penerapan teknologi ini akan memberikan pengalaman menginap yang lebih modern dan efisien bagi tamu hotel. Tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, penggunaan *QR code* juga membantu hotel bersaing lebih kompetitif di era digitalisasi layanan yang serba cepat dan praktis.

UNIVERSITAS MA CHUNG

Tabel 1. Data Pengunjung Wisata Kota Kediri

No	Pengunjung Wisata	Tahun							
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	Wisatawan Lokal	176.544	199.091	230.236	325.143	418.544	908.891	147.543	1.859.216
2	Wisatawan Mancanegara	1.405	915	715	631	572	16	0	138

Sumber: Sidapotik (2022)

Lotus Garden Hotel by Waringin merupakan hotel bintang 3 yang terletak di pusat Kota Kediri. Menjadi salah satu hotel yang dikenal wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang ingin menginap di Kota Kediri, membuat hotel ini memerlukan adanya inovasi keberlanjutan untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satu tantangan yang masih sering dihadapi adalah sulitnya akses tamu terhadap informasi wisata kuliner lokal yang lengkap dan terpercaya. Informasi seperti daftar tempat makan, menu khas daerah, kisaran harga, hingga ulasan pelanggan sebelumnya masih bergantung pada brosur fisik atau rekomendasi lisan dari staf, yang dirasa kurang efektif, khususnya bagi generasi digital. Di Lotus Garden Hotel sendiri, penyampaian informasi kuliner masih dilakukan secara manual dan belum terintegrasi dengan platform digital. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang untuk meningkatkan kualitas layanan melalui pendekatan teknologi yang lebih modern dan efisien.

Oleh karena itu, penulis menyadari akan peran dari pemanfaatan *QR code* sebagai media penyampai informasi wisata kuliner lokal menjadi solusi potensial yang sederhana namun strategis. Melalui pemindaian *QR code*, tamu dapat dengan mudah mengakses rekomendasi tempat makan, peta lokasi, daftar menu, penawaran khusus, hingga sistem reservasi, tanpa harus melalui proses manual yang memakan waktu. Dengan penggunaan inovasi teknologi *QR code* yang tepat dalam industri perhotelan tekhusus sebagai sarana informasi dalam sektor wisata kuliner, Lotus Garden Hotel by Waringin dapat memberikan peningkatan terhadap pengalaman dan kepuasan tamu konsumen hotelnya, serta memberikan dampak jangka panjang bagi sektor usahanya.

UNIVERSITAS MA CHUNG

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang di Lotus Garden Hotel Kediri by WH adalah :

1. Memperoleh pengetahuan, keterampilan profesional, serta pengalaman langsung dalam menjalankan tugas di lingkungan kerja hotel, khususnya pada divisi *accounting*, *sales*, dan *marketing communication*.

2. Memahami secara menyeluruh dinamika industri perhotelan, termasuk proses kerja, budaya organisasi, serta standar pelayanan yang diterapkan di Lotus Garden Hotel Kediri.
3. Membangun relasi profesional yang dapat berguna dalam pengembangan karier dan jejaring kerja di masa depan.

1.3 Manfaat Magang

Pelaksanaan kegiatan magang diharapkan dapat memberikan manfaat yang penting, baik bagi mahasiswa, perusahaan, maupun Universitas Ma Chung. Adapun manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.3.1 Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan teori dan konsep yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik langsung di lapangan.
2. Mahasiswa memperoleh pengalaman bekerja secara nyata di industri perhotelan, khususnya pada bidang akuntansi, penjualan, dan komunikasi pemasaran.
3. Mahasiswa dapat menambah wawasan, meningkatkan keterampilan profesional, serta mempersiapkan diri dalam menghadapi dunia kerja di masa mendatang.

1.3.2 Bagi Perusahaan (Lotus Garden Hotel Kediri by WH)

1. Perusahaan memperoleh masukan, ide-ide segar, serta perspektif baru dari mahasiswa yang dapat diterapkan dalam kegiatan operasional hotel.
2. Perusahaan mendapatkan masukan perihal manajemen Sumber Daya Manusia yang baik dan berguna bagi kelangsungan kinerja perusahaan.
3. Perusahaan dapat mempererat hubungan kerja sama yang positif dan berkelanjutan dengan Universitas Ma Chung sebagai institusi pendidikan.

UNIVERSITAS MA CHUNG

1.3.3 Bagi Universitas Ma Chung

1. Universitas dapat memperluas jejaring kerja sama khususnya dengan sektor perhotelan seperti Lotus Garden Hotel Kediri by WH.
2. Universitas memiliki sarana untuk menilai sejauh mana mahasiswa mampu mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam dunia kerja.
3. Hasil magang menjadi bahan evaluasi bagi universitas untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, serta sebagai dasar dalam merancang kurikulum yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan industri.

1.4 Lingkup Kegiatan Di Hotel

Selama menjalani program magang di Lotus Garden Hotel Kediri by WH, penulis ditempatkan pada tiga divisi utama, yaitu *Accounting, Sales*, dan *Marketing Communication.* Pembagian penugasan dilakukan secara bergilir agar penulis dapat memahami secara menyeluruh sistem kerja operasional hotel dari berbagai aspek. Kegiatan diawali dengan sesi orientasi dan pengenalan struktur organisasi perusahaan yang disampaikan langsung oleh EAM & HRM hotel, Bapak Junaidi Abdullah. Penulis diberi pemahaman awal mengenai budaya kerja, pembagian tugas, serta aturan dan etika kerja di lingkungan hotel. Selama masa orientasi, penulis juga diperkenalkan dengan sistem kerja masing-masing divisi yang saling terintegrasi satu sama lain. Tahapan awal ini menjadi fondasi penting bagi penulis dalam menjalankan aktivitas magang dengan optimal.

Di divisi *Marketing Communication,* penulis terlibat dalam berbagai kegiatan kreatif dan promosi digital hotel. Penulis membantu proses pembuatan video promosi kamar tipe *Deluxe*, *Family*, dan *Superior*, serta dokumentasi *event* seperti acara buka bersama dan kegiatan *cooking class*.Penulis juga turut mengelola konten media sosial hotel, mulai dari pembuatan tautan *Linktree*, penggantian *running text* digital, hingga siaran langsung (*live*) di Instagram. Selain itu, penulis terlibat dalam penyusunan materi visual seperti desain kartu ucapan dan poster promosi. Aktivitas ini memberikan pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi

visual dan *digital branding*. Kegiatan tersebut juga melatih kreativitas, ketelitian, serta keterampilan teknis dalam mengelola media digital.

Pada divisi *Accounting,* penulis menangani pekerjaan administratif yang berkaitan dengan transaksi keuangan dan pengelolaan *supplier*. Beberapa tugas utama yang dikerjakan antara lain menulis kwitansi, menyusun tanda terima faktur, mencetak *payment voucher*, serta menginput data pembelian ke dalam *Microsoft Excel* dan sistem *Visual Hotel Program (VHP)*. Penulis juga dilibatkan dalam pengecekan mutasi rekening, penyusunan bukti kas keluar, dan pengelolaan dokumen bukti *transfer*. Setiap transaksi yang dicatat harus teliti dan sesuai dengan data dari *supplier* maupun bank. Penulis juga mengikuti kegiatan penyetoran pendapatan harian ke bank bersama staf terkait. Kegiatan di divisi ini melatih akurasi, tanggung jawab, dan pemahaman terhadap proses akuntansi hotel.

Pada divisi *Sales,* penulis mengikuti kegiatan *sales visit* ke beberapa instansi, seperti sekolah, rumah sakit, dan perusahaan swasta, dalam rangka menjalin kerja sama strategis. Penulis membantu proses penyusunan *corporate rate contract*, mendistribusikan dokumen *Banquet Event Order (BEO)*, serta berkontribusi dalam promosi berbagai produk hotel seperti *wedding package* dan *meeting room*. Selain itu, penulis juga mempelajari cara mengelola basis data pelanggan dan cara merespon kebutuhan calon klien secara profesional. Melalui kegiatan ini, penulis mendapatkan pemahaman praktis mengenai manajemen relasi pelanggan (CRM). Pengalaman di divisi *sales* ini memperkuat kemampuan komunikasi bisnis dan kerja tim lintas fungsi di lingkungan kerja nyata.

UNIVERSITAS MA CHUNG

Tabel 2.Perencanaan Kegiatan Magang

KEGIATAN	BULAN 2025				
	3	4	5	6	7
Pengenalan diri kepada perusahaan dan pembagian *job description*					
Pelaksanaan orientasi dan pengenalan sistem kerja hotel					
Pengelolaan media sosial dan pembuatan konten promosi hotel					
Pembuatan konten video promosi tipe kamar hotel					
Pengambilan dokumentasi acara internal hotel					
Pengelolaan data keuangan dan dokumen *supplier*					
Penginputan data pembelian melalui sistem VHP dan Excel					
Kegiatan penyetoran kas harian dan pengelolaan bukti transaksi					
Penyusunan *contract rate corporate* dan distribusi BEO					
Kunjungan lapangan (*sales visit*) ke perusahaan, sekolah, dan instansi					
Pembuatan video kreatif untuk konten Instagram					
Pengeditan video dan desain kartu ucapan promosi					
Live Instagram promosi program hotel					
Kegiatan *cooking class* dan dokumentasi kegiatan publik					
Kunjungan dosen pembimbing					
Penyusunan laporan magang					

Sumber: Penulis (2025)

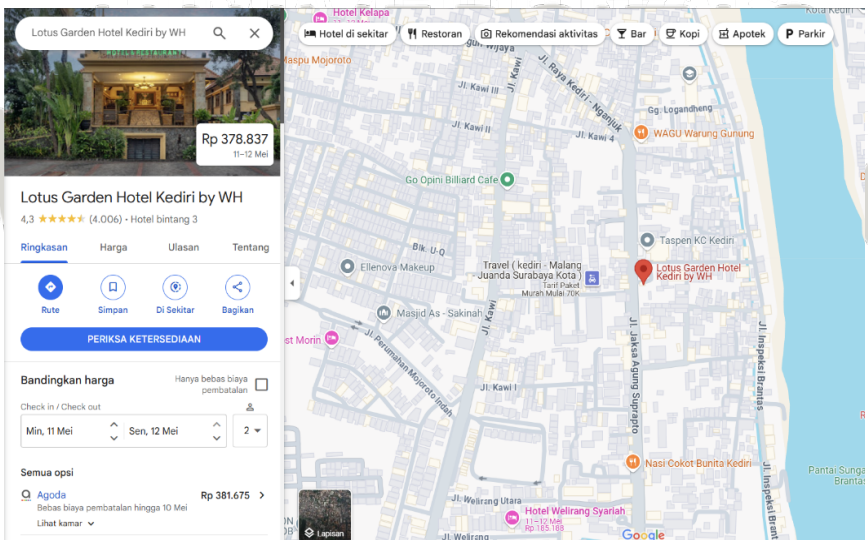
UNIVERSITAS MA CHUNG

BAB II
PELAKSANAAN MAGANG

2.1 Perencanaan Magang

2.1.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang ini dilakukan di Lotus Garden Kediri by WH yang beralamatkan di Jl. Jaksa Agung Suprapto No.26, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112. Kegiatan magang ini dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2025 hingga 19 Juli 2025 dengan jadwal operasional kantor setiap hari Senin hingga Jumat mulai dari pukul 08.00 hingga 16.00 dan hari Sabtu mulai pukul 08.00 hingga 14.00. Kegiatan magang ini dilaksanakan selama masa perkuliahan semester 6 di hari kerja efektif yang disesuaikan dengan hari efektif kerja karyawan. Magang yang dilakukan penulis mencapai 600 jam kerja, sehingga memenuhi standar persyaratan total jam kerja magang yang telah ditetapkan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung yakni 450 jam kerja.



Gambar 2. Lokasi Tempat Magang
Sumber: *Google Maps* (2025)

Lotus Garden Kediri by WH merupakan salah satu hotel berbintang yang berlokasi strategis di pusat Kota Kediri dengan akses yang mudah dijangkau dari berbagai fasilitas umum seperti pusat perbelanjaan, terminal bus, dan kawasan wisata. Pemilihan lokasi magang di hotel ini dilakukan karena perusahaan memiliki reputasi yang baik di bidang pelayanan perhotelan serta menyediakan lingkungan kerja yang profesional dan kondusif bagi pengembangan keterampilan mahasiswa. Selain itu, pihak hotel juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam berbagai kegiatan operasional perusahaan, sehingga dapat memberikan gambaran nyata mengenai dinamika industri perhotelan.

Tabel 3.Hari dan Jam Kerja Karyawan *Non-Shift*

No.	Hari	Jam Kerja
1.	Senin s/d Jumat	08.00 – 16.00
2.	Sabtu	08.00 – 15.00
3.	Istirahat (Senin-Jumat)	12.00 – 13.00

Sumber: Data Penulis (2025)

2.1.2 Rencana Kegiatan Magang

Sebelum kegiatan magang dilakukan, penulis diberikan pembekalan (*briefing*) oleh Bapak Junaidi terkait proses penempatan tugas yang dilakukan secara bergilir pada tiga divisi utama, yakni *accounting, sales,* dan *marketing communication*. Pembekalan tersebut dilakukan pada tanggal 3 Maret 2025 agar penulis memperoleh pemahaman dan pengalaman yang menyeluruh mengenai proses operasional hotel dari sisi keuangan, pemasaran, dan penjualan. Pada divisi *accounting*, penulis akan ditugaskan untuk membantu proses pencatatan transaksi keuangan harian, pengarsipan dokumen, input data ke dalam sistem keuangan, serta menyusun laporan sederhana yang digunakan untuk keperluan internal perusahaan. Sementara itu, di divisi *sales*, penulis akan dilibatkan dalam aktivitas pelayanan

pelanggan, penanganan pemesanan dan reservasi kamar, serta membantu dalam penyusunan laporan penjualan dan pengelolaan basis data pelanggan. Adapun penulis juga akan mendampingi tim *sales* dalam kegiatan kunjungan lapangan ke beberapa mitra dan institusi guna menjalin kerja sama strategis.

Pada divisi *marketing communication*, penulis akan berperan dalam pengelolaan media sosial perusahaan, produksi dan pengeditan konten promosi berupa video dan desain visual, serta pelaksanaan kampanye pemasaran digital. Dalam divisi ini, penulis juga akan membantu dalam beberapa kegiatan seperti dokumentasi acara, penyusunan materi publikasi hotel, dan partisipasi dalam kegiatan promosi seperti siaran langsung melalui Instagram maupun pengelolaan *event* khusus. Dengan penempatan di tiga divisi ini, penulis diharapkan dapat memahami bagaimana strategi pemasaran dijalankan, bagaimana proses transaksi dan pelaporan keuangan berlangsung, serta bagaimana koordinasi antar-divisi dilakukan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Rencana kegiatan ini diharapkan dapat memberikan penulis keterampilan praktis, memperluas wawasan, serta menjadi bekal yang berharga untuk pengembangan karier di bidang manajemen bisnis dan perhotelan.

2.2 Gambaran Umum Perusahaan

2.2.1 Sejarah Perusahaan

Lotus Garden Hotel & Restaurant merupakan salah satu hotel ternama di Kota Kediri yang berdiri di bawah naungan badan usaha berbentuk CV, yaitu Catur Manunggal Abadi. Nama ini memiliki makna filosofis “Empat Bersatu Menjadi Satu”, yang mencerminkan semangat kolaborasi dan kepercayaan dari empat tokoh pendiri utama hotel ini. Mereka adalah Bapak Indra Kusumaatmaja (Pemilik Apollo *Dept Store*), Bapak Gunarso Setiawan (Pemilik Sarinah Motor), Bapak Rony Yuwono (Pemilik Perdana Teknik), dan Bapak Andi Soeprapto (Pemilik Wijaya Sport). Bersama-sama, keempatnya menanamkan modal dan membangun fondasi perusahaan yang kokoh. Simbolisasi dari kebersamaan tersebut diwujudkan secara fisik dalam bentuk empat pilar yang berdiri di dalam ruangan *Gallery Resto*. Pilar-

pilar tersebut bukan hanya elemen arsitektur, tetapi juga lambang kekuatan, kepercayaan, dan kesatuan visi yang dipegang teguh oleh para pendiri.

Lotus Garden Hotel resmi beroperasi pada tanggal 21 September 2003. Sejak awal berdirinya, hotel ini telah berkomitmen untuk menghadirkan layanan perhotelan dengan standar profesional namun tetap mengedepankan nilai kekeluargaan. Kini, Lotus Garden Hotel telah tergabung dalam jaringan Waringin Hospitality yang berbasis di Surabaya dan menyandang status sebagai hotel berbintang tiga. Melalui filosofi pelayanan "*YES WE CARE*", hotel ini terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya sebagai salah satu pilihan utama bagi wisatawan, pelaku bisnis, maupun instansi pemerintah. Sebagai bagian dari pengembangan fasilitas dan penyesuaian dengan kebutuhan masa kini, restoran hotel yang dahulu menjadi salah satu daya tarik kini telah ditutup. Area tersebut direncanakan untuk dikembangkan menjadi gedung atau hall baru yang akan menunjang kegiatan hotel, khususnya dalam penyelenggaraan acara dan pertemuan berskala besar.

Pada akhir tahun 2021, Lotus Garden Hotel mengambil langkah strategis dengan memutuskan untuk menjalin kerja sama atau berafiliasi dengan Waringin *Hospitality*, sebuah perusahaan manajemen hotel yang telah memiliki rekam jejak panjang dan pengalaman luas dalam pengelolaan berbagai properti perhotelan di Indonesia. Keputusan untuk berafiliasi ini didasari oleh pertimbangan profesional untuk menciptakan keseimbangan yang lebih optimal antara kepentingan pemilik hotel (*owner*) dan sistem manajemen operasional hotel yang efektif dan efisien. Melalui kemitraan ini, manajemen Lotus Garden Hotel berharap dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkuat daya saing hotel di industri perhotelan, serta mengoptimalkan performa operasional secara keseluruhan. Sebagai operator profesional, Waringin Hospitality memiliki tanggung jawab penuh dalam mengelola aspek-aspek krusial operasional hotel, khususnya dalam pengelolaan arus kas yang meliputi pengeluaran (*expenses*) dan pemasukan (*revenue*). Fokus utama pengelolaan tersebut adalah untuk memastikan stabilitas keuangan hotel sekaligus meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan. Selain itu, Waringin Hospitality juga diharapkan dapat menghadirkan sistem pengelolaan

berbasis standar operasional prosedur (SOP) yang lebih terstruktur, pengendalian biaya yang lebih ketat, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif terhadap dinamika pasar perhotelan. Dengan adanya afiliasi ini, Lotus Garden Hotel diharapkan tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri, tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan secara signifikan.

2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Lotus Garden Hotel Kediri

"Menjadi hotel terkemuka di Kediri yang memberikan produk prima dan layanan perawatan dengan harga yang wajar kepada setiap pelanggan, setiap saat"

b. Misi Lotus Garden Hotel Kediri

1. Membuat para tamu senang, aman dan puas.
2. Mengadakan peningkatan perbaikan setiap hari dan terus berusaha untuk menjadi jaringan hotel terbaik dan terkemuka di Indonesia dengan menyajikan kualitas pelayanan yang sempurna melalui karyawan dan fasilitas yang tersedia.
3. Peningkatan produktivitas kerja karyawan secara professional.
4. Memperoleh target konsumen sesuai yang diinginkan.
5. Menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat.
6. Menciptakan citra perusahaan yang baik dengan terus menerus melakukan perbaikan mutu pelayanan.
7. Meningkatkan pendapatan perusahaan sesuai yang ditargetkan.

UNIVERSITAS MA CHUNG

2.2.3 Logo Perusahaan

Gambar 3.Logo Lotus Garden Hotel
Sumber: *Google Maps* (2025)

Lotus Garden Hotel Kediri menjadikan bunga teratai sebagai elemen visual utama dalam identitas perusahaan. Pemilihan simbol ini bukanlah tanpa alasan, karena memiliki makna filosofis yang mendalam dan relevan dengan konsep pelayanan yang diusung oleh hotel. Simbol teratai dipilih untuk mencerminkan keunikan karakter hotel yang senantiasa berkembang dan beradaptasi dengan perkembangan zaman. Filosofi dari bunga teratai adalah "selalu berbunga tidak mengenal musim," menunjukkan komitmen hotel dalam menghadirkan pelayanan yang berkualitas setiap saat. Hal ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam membangun daya tarik tersendiri bagi para tamu yang datang berkunjung. Dengan konsep ini, hotel ingin menampilkan citra sebagai destinasi menginap yang tidak pernah sepi dari pengunjung.

Filosofi kontinuitas yang melekat pada simbol teratai secara tidak langsung juga merefleksikan cita-cita manajemen hotel. Pihak manajemen memiliki tujuan untuk menjadikan hotel sebagai tempat yang produktif, dinamis, dan selalu relevan di tengah tantangan industri pariwisata yang terus berubah. Keinginan untuk tetap hidup dan berkembang menjadi landasan dalam menjalankan seluruh aktivitas pelayanan di hotel. Dengan filosofi tersebut, pihak manajemen mendorong seluruh karyawan agar senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu. Harapannya, hotel tidak hanya menjadi tempat beristirahat, tetapi juga ruang bagi

tamu untuk merasakan kenyamanan dan kepuasan. Filosofi ini sekaligus mengukuhkan Lotus Garden Hotel sebagai tempat yang memberikan nilai lebih kepada pengunjung.

Simbol bunga teratai membawa makna budaya yang sangat erat dengan prinsip kehidupan masyarakat Timur. Teratai dikenal sebagai bunga yang tumbuh dari lumpur tetapi tetap bersih, indah, dan tidak ternoda. Nilai ini sangat relevan dengan komitmen Lotus Garden Hotel dalam menjaga standar kebersihan yang optimal dalam semua lini pelayanan. Setiap bagian dari hotel, mulai dari kamar, restoran, hingga area publik selalu dijaga kerapihan dan kebersihannya. Dengan mengadopsi filosofi kesucian dari bunga teratai, hotel berkomitmen untuk menghadirkan pelayanan yang jujur, ramah, dan profesional kepada semua tamu. Hal ini menjadi dasar dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Tidak hanya terkait kebersihan fisik, makna spiritual dari bunga teratai juga mencerminkan perjalanan pertumbuhan dalam pengembangan kualitas layanan. Teratai seringkali diasosiasikan dengan pencerahan dan perkembangan diri dalam budaya Timur. Dengan makna ini, manajemen hotel berupaya terus memperbaiki kualitas layanan secara berkesinambungan melalui pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Program pelatihan rutin diberikan kepada seluruh karyawan agar selalu mengutamakan pelayanan prima. Dengan begitu, hotel tidak hanya memberikan fasilitas fisik yang lengkap, tetapi juga menawarkan kenyamanan emosional kepada tamu. Hal ini menciptakan suasana hotel yang damai, tenang, dan mampu memberikan ketenangan batin bagi pengunjung.

Keindahan bunga teratai yang terpancar melalui logo hotel juga berperan dalam memperkuat aspek visual yang menarik perhatian tamu. Hotel tidak hanya berfokus pada kenyamanan fisik, tetapi juga mengutamakan pengalaman estetika yang memberikan kesan menenangkan bagi pengunjung. Suasana hotel didesain dengan memadukan konsep elegan dan asri, menciptakan lingkungan yang indah untuk dinikmati selama masa menginap. Dengan konsep estetika yang selaras, hotel berharap mampu meningkatkan kepuasan tamu secara menyeluruh. Melalui perpaduan keindahan visual dan kenyamanan layanan, hotel menghadirkan pengalaman menginap yang lebih bernilai dibandingkan akomodasi lainnya. Makna

harmoni juga menjadi bagian tak terpisahkan dari filosofi simbol bunga teratai yang diusung Lotus Garden Hotel Kediri. Harmoni tersebut tampak jelas dalam upaya hotel menyatukan unsur alam dan modernitas dalam pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Lingkungan hotel ditata agar tetap ramah lingkungan dengan penataan taman serta ruang terbuka hijau. Dengan filosofi ini, hotel berusaha mewujudkan tempat menginap yang bersih, tenang, elegan, serta terus berkembang. Harapannya, hotel dapat selalu memberikan kenyamanan bagi tamu serta mampu bersaing dalam industri perhotelan secara berkelanjutan.

2.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4. Struktur Organisasi
Sumber: Google (2025)

- **Agus Suryadi** : *General Manager*
- **Junaidi Abdullah** : *EAM & HRM*
- **Wandi Bagus** : *Accounting Manager*
- **Tri Rosida Puspasari** : *Account Payable*
- **Yuita Sari** : *Account Receivable*
- **Dian Sucipto** : *IT Staff*
- **Dwi Kustiana** : *Sales*
- **Tina** : *Sales*
- **Iqbal Hamaki** : *Marketing Communication*

2.2.5 *Job Description*

Berikut merupakan deskripsi jabatan beserta tanggung jawab pada setiap bagian di Lotus Garden Hotel Kediri by WH:

Tabel 4. *Job Description*

Jabatan	***Job Description***
General Manager: Agus Suyardi	• Mengawasi seluruh aktivitas operasional hotel seperti *front office*, *housekeeping, F&B*, dan keuangan, serta memastikan kualitas pelayanan sesuai standar dan kebutuhan tamu. • Menyusun arah strategis hotel, mengelola anggaran dan profitabilitas, serta menjalin hubungan baik dengan pemilik hotel, operator Waringin Hospitality, dan mitra eksternal lainnya.
EAM & HRM: Junaidi Abdullah	• Mengelola kegiatan operasional hotel sehari-hari. • Mengontrol tata graha (*housekeeping*), kualitas pelayanan, dekorasi dan *interior* hotel. • Membentuk serta menegakkan norma dan standar pelayanan yang harus dipatuhi oleh seluruh *staf*.
Accounting Manager: Wandi Bagus	• Menyusun dan menyajikan laporan keuangan bulanan dan tahunan hotel. • Mengawasi seluruh pekerjaan bagian *accounting* dan membina bawahan secara langsung.
Account Payable: Tri Rosida Puspasari	• Menyusun dan mencatat buku harian pembelian (pembayaran kepada *supplier*). • Membuat ringkasan pembelian bulanan. • Memproses semua transaksi pengeluaran kas hotel. • Menyelesaikan seluruh proses akuntansi pembelian dari tahap awal hingga pelaporan akhir.

Jabatan	*Job Description*
Account Receivable: Yuita Sari	• Memeriksa seluruh data pemasukan hotel yang berasal dari hasil *Night Audit*. • Menyusun laporan ringkasan pendapatan (*summary revenue).* • Menyerahkan data *bill* tunai kepada *Bookkeeper*.
IT Staff : Dian Sucipto	• Menangani dan memelihara sistem jaringan komputer dan perangkat *IT* hotel. • Melakukan pemeliharaan dan perbaikan perangkat keras (*hardware*) dan lunak (*software*) internal hotel. • Menjaga kelancaran sistem *Property Management System* (*VHP*), Memastikan keamanan data dan kelancaran operasional teknologi informasi di seluruh departemen.
Marketing Communication: Iqbal Hamaki	• Membuat dan mengelola konten promosi hotel di *media sosial, website,* dan *platform digital* lainnya. • Menyusun dan menjalankan strategi promosi untuk meningkatkan *brand awareness* dan okupansi hotel. • Menjalin hubungan dengan media, *influencer*, serta menyelenggarakan *event* promosi hotel.

Sumber: Penulis (2025)

2.2.6 Produk Perusahaan

Lotus Garden Hotel Kediri by WH menawarkan berbagai tipe kamar yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi beragam segmen tamu, mulai dari wisatawan bisnis hingga keluarga. Terdapat tujuh tipe kamar yang tersedia, yaitu *Junior* (2 unit), Bisnis (12 unit), *Superior* (15 unit), *Deluxe* (12 unit), *Family* Suite (6 unit), Executive (2 unit), dan *President Suite* (1 unit). Keberagaman pilihan kamar ini mencerminkan upaya hotel dalam menyediakan pengalaman menginap yang nyaman, personal, dan sesuai dengan anggaran serta ekspektasi tamu. Setiap tipe kamar memiliki karakteristik dan fasilitas yang berbeda, mulai dari kamar

sederhana dan fungsional hingga kamar mewah berfasilitas premium, seperti pada tipe *Executive* dan *President Suite* yang ditujukan bagi tamu *VIP* atau kegiatan kenegaraan.

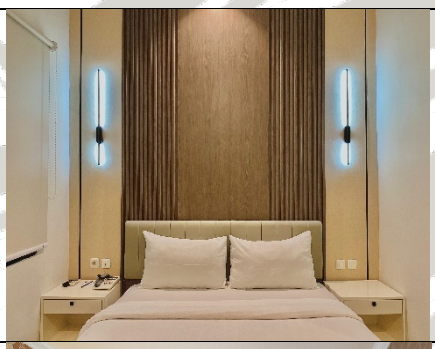
Tabel 5. Rincian Jumlah Kamar Lotus Garden Hotel Berdasarkan Tipe

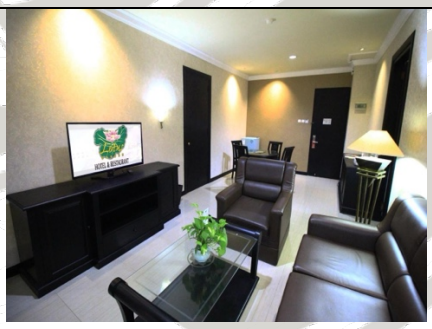
No.	Tipe	Total Unit
1.	*Junior*	2
2.	*Bisnis*	12
3.	*Superior*	15
4.	*Deluxe*	12
5.	*Family Suite*	6
6.	*Executive*	2
7.	*President Suite*	1

Sumber: Lotus Garden Hotel by WH (2025)

Selain kamar tamu, hotel ini juga menyediakan fasilitas penunjang seperti dua *meeting room* dan satu *ball room,* yang memungkinkan penyelenggaraan berbagai kegiatan bisnis, seminar, maupun acara sosial. Produk-produk akomodasi ini menjadi nilai jual utama Lotus Garden Hotel dalam menghadapi persaingan industri perhotelan di Kota Kediri. Dengan total 50 kamar yang tersebar dalam berbagai tipe, hotel ini menunjukkan komitmennya dalam menyediakan layanan akomodasi yang tidak hanya fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman menginap yang berkualitas bagi para tamu. Strategi diversifikasi kamar ini juga memungkinkan hotel menjangkau pasar yang lebih luas, mulai dari tamu individu, pasangan, keluarga besar, hingga delegasi institusi atau korporat.

Tabel 6. Rincian Harga Kamar Lotus Garden Hotel Berdasarkan Tipe

No.	Tipe Kamar	Gambar	Harga
1 .	*Junior*		Rp 630.000
2 .	Bisnis		Rp 700.000
3 .	*Superior*		Rp 810.000
4 .	*Deluxe*		Rp 880.000

5.	*Family*		Rp 977.000
6.	*Executive*		Rp 1.620.000
7.	*President*		Rp 2.300.000
8.	*Meeting Room* 1		Rp 3.000.000
9.	*Meeting Room* 2		Rp 5.000.000

UNIVERSITAS MA CHUNG

10.	*Ball Room*		Rp 7.000.000

Sumber: Data Diolah Penulis (2025)

2.3 Paparan Kegiatan Magang

Pada tahap awal pelaksanaan magang, kegiatan diawali dengan sesi orientasi yang mencakup pengenalan struktur organisasi serta pemaparan mengenai fungsi dan peran masing-masing divisi di lingkungan Lotus Garden Kediri by WH. Setelah memahami struktur kerja dan alur operasional perusahaan, penulis mulai terlibat dalam kegiatan produksi konten visual untuk area lobi, serta membantu pengelolaan dokumen digital pada divisi *Marketing Communication* melalui *platform Google Drive*. Selain itu, penulis juga memperoleh tugas untuk mengelola media sosial perusahaan, salah satunya dengan membuat tautan *Linktree* yang akan digunakan pada *bio Instagram* resmi hotel. Penulis turut diperkenalkan dengan sistem manajemen perhotelan, yaitu *Visual Hotel Program* (*VHP*), serta beberapa fitur pendukung seperti pengoperasian *running text* yang digunakan untuk menampilkan informasi secara digital di area publik hotel.

Gambar 5. Lokasi Hotel Kegiatan Magang

Sumber: Penulis (2025)

Memasuki minggu kedua hingga minggu-minggu berikutnya, penulis mulai dilibatkan secara aktif dalam kegiatan operasional harian. Beberapa aktivitas yang

dilakukan antara lain adalah membantu pengolahan data untuk keperluan presentasi *General Manager*, mendokumentasikan serta melakukan proses pengambilan gambar dan pengeditan video acara buka bersama, serta mengelola data supplier melalui pembuatan kwitansi, tanda terima faktur, dan pertukaran dokumen administrasi. Penulis juga diberikan tanggung jawab untuk mendistribusikan dokumen *Banquet Event Order* (BEO) kepada divisi-divisi terkait guna memastikan kelancaran koordinasi dalam pelaksanaan *event* internal hotel. Pengalaman lapangan turut diperoleh melalui keterlibatan dalam kegiatan kunjungan divisi *sales* ke berbagai pihak eksternal, seperti institusi pendidikan, agen *souvenir*, hingga instansi pemerintah seperti Dinas Kesehatan, termasuk dalam kegiatan pengantaran *hampers* kepada mitra kerja.

Selain itu, penulis juga berpartisipasi dalam kegiatan administratif lainnya, seperti input data *supplier* ke dalam Microsoft Excel, perancangan desain kartu ucapan (*greeting card*), serta produksi dan pengeditan konten video promosi untuk kamar hotel tipe *Deluxe*, *Family*, dan *Superior*. Aktivitas rutin lainnya meliputi pendampingan dalam penggantian konten *running text,* serta penyetoran pendapatan harian ke bank bersama staf yang berwenang. Penulis juga terlibat dalam proses penginputan struktur tarif (*rate structure*) ke dalam sistem *VHP*, serta ikut serta dalam kegiatan promosi melalui siaran langsung (*live*) di media sosial Instagram, yang dikemas dalam bentuk pembagian *doorprize* kepada tamu buka bersama.

Tabel 7. Aktivitas Kegiatan Magang

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
1	03-Mar	Orientasi	Pengenalan seluruh divisi dan profil perusahaan	8 jam
2	04-Mar	Pembuatan Konten	Produksi konten untuk area *lobby*	8 jam
3	05-Mar	Pengelolaan Dokumen	Mengunggah dan menginput file PPT *Marcom*/PR ke Google Drive	8 jam

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
4	06-Mar	Pengelolaan Media Sosial	Membuat *Linktree* untuk *bio* Instagram	8 jam
5	07-Mar	Sistem VHP	Pengenalan Sekilas *Visual Hotel Program*	8 jam
6	08-Mar	Pengoperasian *Running Text*	Mempelajari singkat penggunaan fitur *Running Text*	8 jam
7	10-Mar	Pengolahan Data	Menginput data divisi untuk presentasi *GM* (Februari)	8 jam
8	11-Mar	Produksi Konten	Pengambilan video acara buka bersama (*CV. ASM*)	12 jam
9	12-Mar	Pengeditan Konten	Mengedit video dokumentasi acara buka Bersama	12 jam
10	13-Mar	Pengelolaan Data *Supplier*	Menulis Kwitansi dan Tanda Terima Faktur	12 jam
11	14-Mar	Koordinasi Dengan *Supplier*	Melakukan Pertukaran Faktur	12 jam
12	15-Mar	Mendistribusikan BEO (*Banquet Event Order*)	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	12 jam
13	17-Mar	Kunjungan Divisi *Sales*	Di Sekolah, JNE , Tempat agen *Souvenir* , Dinkes	8 jam
14	18-Mar	Tukar tanda terima dari *supplier* dan setor *revenue* ke bank	Tukar Tanda terima mencetak *payment voucher* dan tukar tanda terima	8 jam
15	19-Mar	Kunjungan *sales,* pengantaran *hampers,* dan administrasi *supplier*	Mengunjungi PG Meritjan, Puskesmas Mrican, dan Mrican *Royal Cluster*, mengantar *hampers*,serta stemple kuitansi dan nota *supplier*	8 jam
16	20-Mar	Input data *supplier* dan desain *greeting card*	Menginput data supplier ke Excel dan membuat desain *greeting card*	8 jam
17	21-Mar	Pembuatan Konten Video Kamar *Deluxe*	Membuat Dan Mengedit Video	8 jam
18	22-Mar	Pembuatan Konten Video Kamar *Family*	Membuat Dan Mengedit Video	8 jam
19	24-Mar	Pembuatan Konten Video Kamar *Superior*	Membuat Dan Mengedit Video	8 jam

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
20	25-Mar	Mengganti *Running Text* Dan setor uang *revenue* ke bank	Mengikuti atasan mengganti *running text* dan setor *revenue* harian ke bank	8 jam
21	26-Mar	Pengeditan Konten	Mengedit video Kamar *Deluxe* Dan *Family*	8 jam
22	27-Mar	Pengeditan Konten	Mengedit video Kamar *Family* Dan *Superior*	8 jam
23	28-Mar	Menginput *Rate structure* ke VHP	Melakukan penyesuaian harga yang sudah di setujui di *system*	8 jam
24	29-Mar	*Live* Instagram	Pembagian *doorprize* untuk yang bukber di hotel	8 jam
25	3-April	Mendistribusikan BEO (*Banquet Event Order*)	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	8 jam
26	4-April	Pengelolaan Data *Supplier*	Menulis Kwitansi dan Tanda Terima Faktur	8 jam
27	5-April	Pengelolaan Data *Supplier*	Menyiapkan Data rekening *supplier* yang sudah tukar tanda terima	8 jam
28	7-April	Membantu *Account Receivable*	Membantu Memeriksa Mutasi Rekening & Stempel	8 jam
29	8-April	Membantu Divisi IT	Membuat Report Bulanan Semua Divisi	8 jam
30	9-April	Menginput *Rate structure ke* VHP	Melakukan penyesuaian harga yang sudah di setujui di *system*	8 jam
31	10-April	Membuat Konten & Mengedit	Membuat Video Lucu Untuk di upload di ig	8 jam
32	11-April	Mendistribusikan BEO	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	8 jam
33	12-April	Menulis Kwitansi	Menulis Kwitansi untuk *supplier*	8 jam
34	14-April	Mengerjakan Tugas IT & AP	Mengedit PPT dari IT, Mengecek Data *Supplier*	8 jam
35	15-April	Menginput *Contract Rate Corporate*	Membuat Dan Mengirimkan *Contract Rate Corporate*	8 jam
36	16-April	Menginput *Contract Rate Corporate*	Membuat Dan Mengirimkan *Contractt Rate Corporate*	9 jam

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
37	17-April	Mendistribusikan BEO, Mengecek Data *Supplier*	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait, Mengecek Nota Putih dari *supplier*	8 jam
38	19-April	Membantu *Account Payble*	Mengelola Data *Supplier* & Memberi Bukti Tranfer Ke dalam berkas	8 jam
39	21-April	Membantu *Account Payble*, Membuat Video Hari Kartini,Beo	Mengelola Data *Supplier* & Memberi Bukti Tranfer Ke dalam berkas,Membuat Video,Distrbusi BEO	8 jam
40	22-April	Kegiatan *Cooking Class* Di Kelurahan Mrican	Membuat Video Acara *Cooking Class*	8 jam
41	23-April	*Sales Visit*	Sales Visit Ke Universitas Kadiri,Badan Narkotika Nasional, *Make Up* Artis, Aleya Skincare	12 jam
42	24-April	Membantu *Account Payble*	Menulis Tanda Terima Faktur	8 jam
43	25-April	*Marcom*	Membuat Video Di Radio Panjalu dan Mengikuti Meeting Bulanan	9 jam
44	26-April	Mengedit Konten	Mengedit Konten Yang di radio Panjalu	8 jam
45	28-April	Mengedarkan BEO,Menginput Data Ke Excel, Tukar TT	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait Menginput Data *Supplier*,Tukar TT denngan *Supplier*	8 jam
46	29-April	Data formulir setoran Bank, *General Store* Belanja,TT *Supplier*	Mengisi Data formulir setoran Bank, Membantu *General Store* Belanja, TT ke Diastha Frozen	8 jam
47	30-April	Menginput Data Ke Excel,Pengeluaran Per Divisi,Beo	Menginput Data Pembelian April Ke Excel,Mengelola Bukti Kas Keluar April Per Divisi,BEO	8 jam
48	2-Mei	Membantu *Account Payble*	Mengelola Data *Supplier*, Revisi Bukti Kas Keluar April Per Divisi	8 jam
49	3-Mei	Pengelolaan Data *Supplier*	Menulis kwitansi dan tanda terima faktur	9 jam

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
50	5-Mei	Tukar tanda terima dari *supplier* dan setor *revenue* ke bank	Tukar Tanda terima mencetak *payment voucher* dan tukar tanda terima	8 jam
51	6-Mei	Mendistribusikan BEO	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	8 jam
52	7-Mei	Membantu *Account Payable*	Menulis tanda terima faktur dan menyusun dokumen *supplier*	9 jam
53	8-Mei	Tukar Tanda Terima & Faktur	Menukar tanda terima dan mencetak *payment voucher*	9 jam
54	10-Mei	Input Data Ke Excel	Menginput data pembelian ke Excel	8 jam
55	13-Mei	Koordinasi Dengan *Supplier*	Pertukaran faktur dan pengecekan nota putih	8 jam
56	14-Mei	Mengerjakan Tugas IT & AP	Mengedit PPT dari IT, Mengecek Data *Supplier*	9 jam
57	15-Mei	Mengelola Bukti *Transfer*	Memberi bukti *transfer* ke dalam berkas	8 jam
58	16-Mei	Input *Rate Structure* VHP	Melakukan penyesuaian harga yang sudah disetujui di sistem	8 jam
59	17-Mei	Penginputan Data *Supplier* Dan setor Uang ke MANDIRI	Menginput Data *Supplier* ke VHP	12 jam
60	20-Mei	Pengelolaan Data *Supplier*	Menulis kwitansi dan tanda terima faktur	8 jam
61	21-Mei	Mendistribusikan BEO	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	9 jam
62	22-Mei	Membantu *Account Payable*	Menulis tanda terima faktur dan menyusun dokumen *supplier*	8 jam
63	24-Mei	Tukar Tanda Terima & Faktur	Menukar tanda terima dan mencetak *payment voucher*	8 jam
64	27-Mei	Input Data Ke Excel	Menginput data pembelian ke Excel	8 jam
65	28-Mei	Koordinasi Dengan *Supplier*	Pertukaran faktur dan pengecekan nota putih	8 jam
66	29-Mei	Penginputan Data *Supplier*	Menginput Data *Supplier* ke VHP	9 jam
67	30-Mei	Menginput Data Ke Excel,Pengeluaran Per Divisi,Beo	Menginput Data Pembelian April Ke Excel,Mengelola	8 jam

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)
			Bukti Kas Keluar Per Divisi,BEO	
68	31-Mei	Mengelola Bukti *Transfer*	Memberi bukti *transfer* ke dalam berkas	8 jam
69	03-Jun	Pengantaran TT	Tukar Faktur Bandung electrik	8 jam
70	04-Jun	Membantu *Account Payable* dan Pergi Ke RS	Menulis tanda terima faktur dan menyusun dokumen *supplier*	9 jam
71	05-Jun	Mendistribusikan BEO	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	8 jam
72	06-Jun	Membantu *Account Payable,*	Menulis tanda terima faktur dan menyusun dokumen *supplier*	8 jam
73	07-Jun	Tukar Tanda Terima & Faktur	Menukar tanda terima dan mencetak *payment voucher*	9 jam
74	10-Jun	Input Data Ke Excel	Menginput data pembelian ke Excel	8 jam
75	11-Jun	Koordinasi Dengan *Supplier*	Pertukaran faktur dan pengecekan nota putih	8 jam
76	12-Jun	Pembelian kabel ,saklar, lampu taman dll	Pembelian kebutuhan Renovasi Hotel	8 jam
77	13-Jun	Mengelola Bukti *Transfer*	Memberi bukti *transfer* ke dalam berkas	8 jam
78	14-Jun	Mengerjakan Tugas IT & AP	Mengedit PPT dari IT, Mengecek Data Supplier	8 jam
79	16-Jun	Mendistribusikan BEO	Menyampaikan BEO ke setiap divisi terkait	9 jam
TOTAL JAM				655 Jam

Sumber: Data Aktivitas Mahasiswa Magang (2025)

BAB III
EVALUASI MAGANG

3.1 Permasalahan

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman selama menjalani kegiatan magang di Lotus Garden Hotel Kediri by WH, penulis mengidentifikasi adanya dua permasalahan utama yang berdampak pada kualitas layanan dan tingkat kepuasan tamu. Permasalahan ini tidak hanya berkaitan dengan sistem informasi internal, tetapi juga dengan minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pelayanan.

Kebutuhan Digitalisasi Informasi Kuliner Lokal.

Kota Kediri memiliki potensi kuliner lokal yang besar, Kota Kediri memiliki kekayaan kuliner lokal yang tidak hanya melimpah secara kuantitas, tetapi juga kaya akan nilai budaya dan historis yang melekat erat dalam kehidupan masyarakatnya. Mulai dari makanan khas seperti tahu takwa, yang dikenal dengan proses fermentasi dan warna kuning khasnya, hingga gethuk pisang yang legit dan manis, serta soto Kediri yang gurih dengan cita rasa rempah khas Jawa Timur, semuanya merupakan warisan kuliner yang telah menjadi bagian dari identitas daerah. Tidak hanya itu, Kediri juga dipenuhi dengan berbagai jajanan kaki lima seperti lontong tahu, nasi pecel, wedang cemoe, hingga es dawet yang tersebar di sepanjang jalan protokol, pusat kota, hingga kawasan wisata seperti Simpang Lima Gumul, Goa Selomangleng, dan kawasan alun-alun kota.

1. Belum adanya media informasi terpadu mengenai tempat wisata dan kuliner lokal

Saat ini, tamu hotel belum memiliki akses yang mudah dan cepat terhadap informasi mengenai wisata kuliner dan destinasi wisata yang ada di sekitar Kota Kediri. Informasi masih disampaikan secara konvensional, seperti melalui brosur atau secara lisan oleh staf hotel. Hal ini menjadi kendala, terutama bagi tamu yang mengandalkan teknologi untuk mencari informasi. Akibatnya, banyak tamu merasa

kesulitan dalam menentukan pilihan tempat makan dan destinasi wisata, yang pada akhirnya dapat mengurangi kualitas pengalaman mereka selama menginap.

2. Belum pernah dilakukan sistem survei kepuasan tamu yang efisien

Lotus Garden Hotel belum memiliki sistem survei digital yang dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang tingkat kepuasan tamu terhadap layanan hotel. Survei hanya dilakukan secara informal dan tidak terdokumentasi dengan baik, sehingga pihak manajemen kesulitan dalam mengukur kualitas layanan berdasarkan standar yang terstruktur. Akibatnya, evaluasi dan perbaikan layanan tidak dapat dilakukan secara optimal karena tidak adanya data dan umpan balik yang valid dan representatif.

Tabel 8. Paparan Permasalahan

NO	Permasalahan	Dampak
1.	Belum adanya media informasi terpadu mengenai tempat wisata dan kuliner	Tamu kebingungan mencari referensi, menurunkan pengalaman dan kepuasan saat menginap
2.	Belum ada sistem survei kepuasan yang efisien Tingkat kepuasan	tamu tidak dapat diukur secara objektif dan komprehensif

Sumber : Data Penulis Diolah (2025)

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengalaman Pelanggan

Menurut Amelia (2023), *customer experience* atau pengalaman pelanggan dapat diartikan sebagai respons perseptual yang bersifat subjektif dan internal, yang

terbentuk dari berbagai interaksi pelanggan dengan perusahaan, baik yang bersifat langsung seperti saat bertransaksi, maupun tidak langsung seperti melihat iklan atau membaca ulasan. Pengalaman ini bukan hanya terbatas pada aspek fungsional, melainkan juga mencakup dimensi emosional yang melekat dalam benak pelanggan. Ketika perusahaan mampu menciptakan pengalaman yang positif dan konsisten, hal tersebut dapat meningkatkan persepsi nilai dan membentuk hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan demikian, pengelolaan pengalaman pelanggan menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan loyalitas dan keunggulan bersaing di pasar.

Pengalaman pelanggan di hotel merupakan akumulasi dari berbagai interaksi yang terjadi selama perjalanan layanan, mulai dari proses pencarian informasi kamar, reservasi, *check-in*, hingga pelayanan pasca-menginap. Setiap tahapan tersebut memberikan kontribusi terhadap terbentuknya persepsi tamu terhadap merek hotel. Faktor-faktor seperti kemudahan akses reservasi, keramahan *staf* resepsionis, serta kejelasan informasi kamar menjadi elemen penting dalam membentuk kesan pertama. Tidak hanya itu, kecepatan respons dalam menangani keluhan juga turut memperkuat citra pelayanan yang berkualitas. Menurut Aini (2022), pelayanan yang responsif dan bersahabat di gerai fisik, serta kemudahan dalam navigasi situs web, mampu membangun persepsi positif yang berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pembelian ulang, keramahan *staf* dan akses layanan yang mudah merupakan indikator penting dalam membangun pengalaman tamu yang memuaskan. Dalam konteks perhotelan, pengalaman yang positif selama menginap berperan penting dalam mendorong tamu untuk kembali dan merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain.

3.2.2 Kepuasan Pelanggan

Salah satu penentu utama keberhasilan suatu perusahaan terletak pada tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam membina serta meningkatkan loyalitas jangka panjang. Kepuasan muncul ketika pelanggan membandingkan antara harapan awal terhadap suatu produk atau layanan dengan kenyataan yang mereka alami setelah menggunakannya. Jika hasil yang dirasakan setara atau melebihi

ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai evaluasi subjektif yang mencerminkan kesesuaian antara harapan dan pengalaman nyata. Tingkat kepuasan ini menjadi indikator penting yang memengaruhi keputusan pembelian ulang dan sikap pelanggan terhadap merek.

Kepuasan yang konsisten akan memperkuat loyalitas pelanggan dan secara tidak langsung menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung kembali menggunakan produk atau jasa yang sama, serta merekomendasikannya kepada orang lain, sehingga memperluas pengaruh merek di pasar. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat memicu kehilangan pelanggan dan menurunnya reputasi perusahaan. Dengan demikian, pengelolaan kepuasan pelanggan secara optimal menjadi salah satu pendekatan strategis dalam membangun relasi jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak. Kepuasan pelanggan tidak hanya berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas, tetapi juga memengaruhi aspek lain dalam kinerja bisnis, peningkatan citra, keuntungan finansial, dan daya saing bisnis di masa depan (Hafidz, 2023).

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh tiga elemen penting dalam operasional bisnis, yaitu mutu layanan, kualitas produk, serta struktur harga yang ditawarkan. Ketika pelanggan memperoleh layanan atau produk yang sesuai bahkan melampaui harapan mereka, maka kemungkinan besar mereka akan merasa puas. Namun, apabila ekspektasi tersebut tidak terpenuhi, maka kekecewaan akan muncul dan dapat berdampak pada loyalitas. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menjaga konsistensi mutu layanan serta nilai produk yang diberikan. Ketepatan dalam memenuhi harapan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan. Kepuasan ini menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan interaksi antara perusahaan dan pelanggan.

Selain faktor kualitas utama, ada pula elemen tambahan yang berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan, seperti kecepatan dalam melayani, kemudahan pelanggan dalam mengakses informasi, serta sikap ramah dari karyawan yang berinteraksi langsung. Interaksi yang hangat dan *solutif* dari *staf* dapat meningkatkan kenyamanan emosional konsumen selama proses transaksi.

Pelayanan cepat dan tanggap juga menambah nilai positif di mata pelanggan karena mereka merasa dihargai. Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa juga berperan penting dalam meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap merek. Dengan mengelola semua aspek ini secara optimal, perusahaan dapat memperkuat hubungan yang berkelanjutan dengan konsumennya (Cesariana, 2022).

3.2.3 Survei Kepuasan Pelanggan

Menurut Hill et al. (2022), *Customer Satisfaction Survey* (*CSS*) merupakan alat ukur strategis yang sangat penting bagi perusahaan dalam memahami persepsi serta ekspektasi pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Melalui pelaksanaan *CSS*, perusahaan dapat menilai sejauh mana produk atau jasa yang ditawarkan telah memenuhi standar dan harapan konsumen. Survei ini berfungsi sebagai sarana untuk mendeteksi aspek-aspek layanan yang perlu diperbaiki, serta sebagai dasar evaluasi terhadap kinerja operasional. Dengan data yang diperoleh dari pelanggan, perusahaan dapat melakukan analisis mendalam terhadap pengalaman pengguna secara keseluruhan. Hasil survei ini menjadi referensi utama dalam perumusan strategi bisnis. Tujuan akhirnya adalah memastikan tercapainya peningkatan kualitas layanan dan daya saing pasar.

Secara operasional, *Customer Satisfaction Survey* memberikan wawasan langsung dari konsumen yang sangat berguna dalam meningkatkan kualitas interaksi dan loyalitas pelanggan terhadap merek. Informasi yang dikumpulkan tidak hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga mencerminkan persepsi emosional pelanggan. Dalam industri perhotelan, pelaksanaan *CSS* menjadi krusial karena pengalaman tamu sangat dipengaruhi oleh layanan yang bersifat personal dan emosional. Hotel dapat menggunakan hasil survei untuk memperbaiki aspek seperti keramahan *staf*, kebersihan kamar, serta kenyamanan fasilitas umum. Hal ini secara langsung akan berdampak pada *customer retention* dan peningkatan reputasi hotel. Dengan pendekatan ini, hotel dapat menciptakan pengalaman menginap yang lebih memuaskan dan kompetitif di pasar.

Dalam industri *hospitality*, kepuasan tamu merupakan indikator kinerja utama yang sangat penting untuk keberlanjutan bisnis hotel. Menurut Ismail & Yusuf

(2021), pelayanan yang baik berdampak langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tanpa adanya survei yang terstruktur dan digital, evaluasi kinerja layanan akan sulit dilakukan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan sistem survei kepuasan tamu yang efektif, praktis, dan dapat diakses kapan saja oleh tamu hotel, misalnya melalui *QR code* yang terhubung ke *Google Form*.

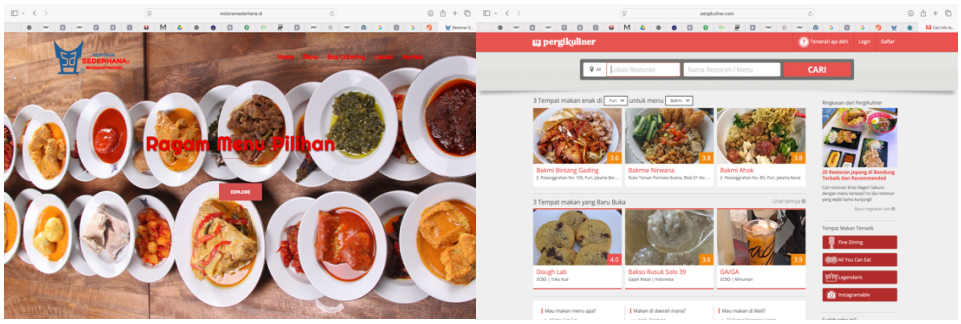
Melalui survei ini, organisasi dapat memperoleh informasi langsung dari pelanggan mengenai sejauh mana harapan mereka terpenuhi. Survei kepuasan berperan penting dalam mengevaluasi kualitas layanan, mengidentifikasi kekurangan, serta menyusun strategi perbaikan yang berbasis pada pengalaman pelanggan (*customer experience*). Dalam konteks bisnis yang kompetitif, survei kepuasan menjadi alat yang strategis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

3.3 Solusi

Menindaklanjuti permasalahan tersebut, penulis mengusulkan beberapa solusi strategis berbasis teknologi informasi yang dapat membantu pihak hotel meningkatkan pelayanan dan pengalaman tamu:

3.3.1 Pengembangan *Website* Informasi Wisata Kuliner Di kota Kediri

Menyediakan *platform* digital yang terintegrasi sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi kuliner lokal. *Website* ini dirancang secara interaktif untuk menampilkan daftar tempat makan, mulai dari restoran, kafe, hingga pedagang kaki lima yang memiliki ciri khas makanan daerah. Setiap tempat kuliner dilengkapi dengan deskripsi singkat, daftar menu, kisaran harga, lokasi berbasis peta digital, dan foto-foto yang menarik untuk memikat minat pengunjung, *website* ini akan menjadi jembatan antara pelaku usaha kuliner dan calon wisatawan maupun masyarakat lokal yang ingin mengeksplorasi kekayaan *gastronomi* Kediri.



Gambar 6. Contoh *Website* Kuliner di Jakarta.
Sumber: *Google* (2025)

3.3.1.1 Pembuatan *Website*

Langkah awal dalam pembuatan *website* adalah menentukan tujuan utama dari pengembangannya. Tujuan ini bisa bermacam-macam, mulai dari menyampaikan informasi kuliner khas daerah, promosi destinasi wisata, hingga menyediakan sistem reservasi hotel atau restoran secara daring. Penentuan tujuan akan menentukan arah konten, struktur, dan teknologi yang digunakan dalam pengembangan *website.* Misalnya, jika tujuannya adalah untuk mempromosikan wisata kuliner, maka kontennya harus menekankan pada deskripsi menu, lokasi tempat makan, serta keunikan kuliner daerah. Tujuan ini juga akan memengaruhi target *audiens* dan strategi komunikasi digital yang diterapkan. Oleh karena itu, tahapan ini menjadi fondasi penting sebelum masuk ke tahap teknis pembuatan.

Setelah tujuan ditentukan, langkah berikutnya adalah memilih jenis *website* yang sesuai. Jenis yang umum digunakan antara lain *informational website*, yaitu situs yang berfungsi untuk menyampaikan informasi umum secara sederhana. Ada juga *directory website*, yang menampilkan daftar tempat kuliner beserta filter pencarian seperti kategori makanan atau lokasi. Jika ingin mengintegrasikan transaksi, maka *e-commerce website* bisa digunakan untuk menjual produk makanan secara daring. Alternatif lainnya adalah *blog website*, yang berisi ulasan kuliner dan pengalaman wisata secara naratif, serta *web application* atau *progressive web app (PWA)* yang memberikan pengalaman interaktif seperti aplikasi. Pemilihan jenis *website* akan memengaruhi desain

antarmuka, pengalaman pengguna (*user experience*), serta fitur teknis yang harus dikembangkan.

Tahap berikutnya adalah memilih *platform* yang akan digunakan untuk membangun *website* tersebut. Secara umum, terdapat dua pilihan utama: menggunakan *website builder* atau sistem *self-hosted*. *Website builder* seperti *Wix*, *WordPress.com*, dan *Squarespace* menawarkan kemudahan penggunaan tanpa memerlukan kemampuan *coding*, cocok bagi pengguna pemula yang ingin membuat situs dengan cepat, untuk hasil yang lebih fleksibel dan profesional, menjadi pilihan yang lebih ideal. *Platform* ini memungkinkan pengembang untuk mengelola penuh semua aspek teknis, seperti struktur database, *plugin* tambahan, hingga pengaturan *server.* Dengan begitu, penyesuaian desain dan fitur dapat dilakukan secara lebih optimal sesuai kebutuhan dan *branding* hotel atau destinasi kuliner.

Selanjutnya, pengembang perlu membeli *domain* dan *hosting* agar *website* bisa diakses secara publik. *Domain* adalah alamat situs yang mudah diingat, seperti *www.kedirikuliner.com*, sedangkan *hosting* adalah layanan penyimpanan data situs secara *online*. Saat ini, tersedia berbagai penyedia *hosting* lokal Indonesia seperti *Niagahoster, Hostinger, IDCloudHost,* dan *Domainesia* yang menawarkan layanan berkualitas dengan harga terjangkau. Pemilihan *domain* sebaiknya mempertimbangkan aspek kemudahan diingat, relevansi dengan konten, serta ketersediaan nama. *Hosting* yang dipilih harus mendukung performa situs, memiliki kecepatan tinggi, keamanan yang terjamin, serta *support system* yang andal untuk mencegah gangguan teknis saat *website* sudah aktif digunakan oleh pengunjung.

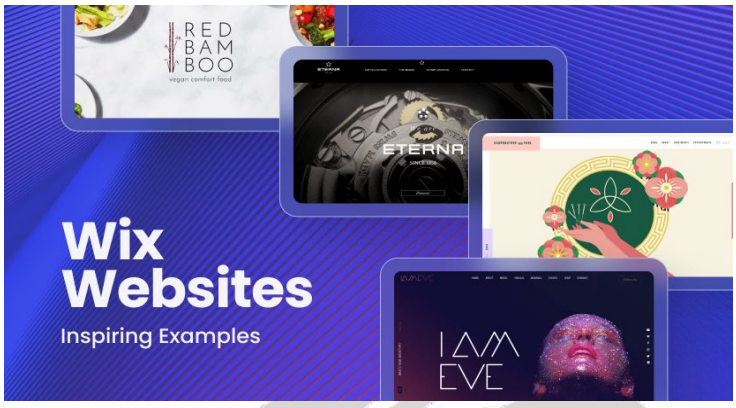
Proses desain dan pengembangan *website* merupakan tahapan kreatif sekaligus teknis yang melibatkan pemilihan *template* atau *theme*, penyesuaian tata letak, dan penambahan fitur penting. Beberapa halaman wajib yang harus dimiliki antara lain halaman beranda, tentang kami, kontak, galeri foto, dan ulasan pelanggan. Fitur tambahan seperti peta interaktif yang menampilkan lokasi tempat makan, formulir reservasi atau pertanyaan, serta sistem pencarian berdasarkan kategori kuliner juga sangat penting untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Dalam hal visual, gambar menu makanan harus ditampilkan dengan kualitas tinggi untuk menggugah

minat pengunjung. Selain itu, pastikan bahwa *website* bersifat *responsive*, artinya bisa dibuka dengan baik di berbagai perangkat, mulai dari komputer hingga ponsel pintar.

Setelah desain selesai, tahap penting selanjutnya adalah melakukan optimasi *SEO (Search Engine Optimization)* dan performa situs. *SEO* akan membantu *website* lebih mudah ditemukan di mesin pencari seperti *Google* dengan menggunakan kata kunci relevan, seperti "kuliner Kediri", "makanan khas Jawa Timur", atau "rekomendasi tempat makan di Kediri". Selain itu, waktu muat situs harus dioptimalkan agar tidak terlalu lambat karena dapat membuat pengunjung enggan untuk bertahan. Penggunaan *meta description*, *alt text* pada gambar, serta konten berkualitas juga berperan penting dalam meningkatkan peringkat pencarian. Tambahan fitur seperti *Google Maps* untuk menunjukkan lokasi restoran dan sistem ulasan pelanggan (*review system*) juga akan memperkaya pengalaman pengguna sekaligus meningkatkan kredibilitas situs.

Terakhir, sebelum diluncurkan secara resmi, seluruh elemen situs harus diuji coba terlebih dahulu untuk memastikan tidak ada kesalahan teknis. Pengujian mencakup fungsi tombol, kecepatan *loading,* kesesuaian tampilan di berbagai perangkat (*mobile friendly*), serta keamanan situs dari potensi gangguan. Setelah semua siap, *website* dapat dipublikasikan ke publik dan mulai dipromosikan melalui berbagai kanal digital, seperti media sosial, *email marketing*, atau *Google Business Profile*. Untuk mempertahankan relevansi dan kinerja *website*, pemilik situs harus melakukan pembaruan konten secara berkala, baik itu menambah informasi tempat kuliner baru, memperbarui harga, maupun mengunggah ulasan dari pelanggan terbaru. Dengan manajemen dan pengembangan berkelanjutan, *website* ini dapat menjadi aset digital yang kuat dalam mendukung promosi wisata kuliner di Kota Kediri.

3.3.1.2 Rekomendasi Penggunaan *WIX* Untuk Pembuatan *Website*



Gambar 7.*WIX*
Sumber: *Google* (2025)

Menurut penulis, penggunaan *Wix* direkomendasikan sebagai platform pengembangan website wisata kuliner karena kemudahan yang ditawarkan dalam proses pembuatan. *Wix* menggunakan sistem *drag and drop* yang memungkinkan pengguna menyusun tampilan dan elemen situs tanpa harus memahami bahasa pemrograman. Ini sangat cocok bagi pemula atau pelaku *UMKM* di bidang perhotelan dan kuliner yang ingin segera memiliki *website* profesional. Selain itu, *Wix* menyediakan banyak *template* menarik bertema makanan, restoran, dan pariwisata yang dapat langsung digunakan dan dimodifikasi sesuai kebutuhan branding. Prosesnya efisien, visualnya menarik, dan tidak memerlukan waktu lama dalam perancangan awal. Oleh karena itu, *Wix* menjadi solusi cepat dan praktis untuk digitalisasi promosi kuliner daerah.

Dari sisi keunggulan, *Wix* memiliki beberapa fitur unggulan yang tidak selalu ditemukan di *platform* lain. Pertama, tersedia ratusan *template* yang responsif dan dirancang khusus untuk berbagai industri, termasuk kuliner dan *hospitality*. Kedua, terdapat fitur *App Market* yang memungkinkan integrasi berbagai aplikasi tambahan seperti *booking form*, galeri gambar, ulasan pelanggan, hingga koneksi langsung ke media sosial. Ketiga, *Wix* menawarkan layanan *hosting* dan *domain* dalam satu paket, sehingga pengguna tidak perlu repot mencari penyedia terpisah. Keempat, adanya fitur *Wix SEO* membantu mengoptimalkan situs agar lebih mudah

ditemukan di *Google*. Kelima, dukungan multibahasa juga tersedia, cocok untuk hotel yang ingin menjangkau wisatawan internasional.

Wix juga unggul dalam hal kecepatan implementasi dan keamanan. Dalam waktu singkat, pengguna bisa langsung meluncurkan *website* yang profesional dan fungsional tanpa harus menyewa developer. Selain itu, *Wix* secara otomatis menyediakan sertifikat *SSL*, yang menjamin keamanan data pengguna saat mengakses situs. Dari sisi pemeliharaan, pembaruan sistem dilakukan secara otomatis oleh pihak *Wix*, sehingga pengguna dapat fokus pada pembaruan konten seperti artikel wisata kuliner terbaru atau informasi promosi hotel. Dengan kombinasi antara kemudahan teknis, desain menarik, dan fitur lengkap, penggunaan *Wix* sangat tepat untuk mendukung strategi digitalisasi promosi wisata kuliner di Kota Kediri.

3.3.1.3 Tutorial Penggunaan WIX

Langkah awal dalam pengembangan website adalah melakukan registrasi akun pada *platform Wix* melalui laman resmi (*official website*) *https://www.wix.com*. Calon pengguna dapat memilih opsi "*Get Started*" atau "Mulai Sekarang" untuk memulai proses. Pendaftaran dapat dilakukan dengan menggunakan alamat *email* aktif atau melalui akun *Google*. Setelah berhasil, pengguna akan diarahkan ke halaman *dashboard* sebagai pusat kendali untuk pengelolaan *website*.

Tahapan berikutnya adalah menentukan tujuan utama dari *website* yang akan dikembangkan. *Wix* menyediakan beberapa kategori umum seperti "*Business*", "*Blog*", dan "*Travel & Tourism*" yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dalam konteks ini, promosi wisata kuliner di Kota Kediri. Terdapat dua metode pembuatan: melalui *Wix ADI* (*Artificial Design Intelligence*) yang menyusun secara otomatis berdasarkan preferensi pengguna, dan *Wix Editor* yang memungkinkan pengguna untuk mengatur desain dan struktur secara mandiri. Untuk fleksibilitas maksimal, disarankan menggunakan *Wix Editor*.

Setelah menentukan jenis situs, pengguna dapat memilih *template* yang tersedia. *Wix* menyediakan ratusan *template* yang bersifat responsif dan dapat disesuaikan dengan identitas visual bisnis. Kategori yang direkomendasikan antara

lain: "*Restaurant*", "*Tourism*", dan "*Local Business*". Pengguna dapat meninjau terlebih dahulu melalui fitur *preview* (*View*) sebelum memilih opsi *Edit* untuk mulai melakukan penyesuaian desain (*customization*).

Pada tahap desain, pengguna dapat memanfaatkan sistem *drag and drop* untuk menempatkan berbagai elemen seperti judul utama (*site title*), menu navigasi, galeri visual kuliner, daftar lokasi kuliner, serta peta dan kontak informasi. Beberapa fitur utama yang perlu ditambahkan antara lain halaman *Home, About Us, Gallery, Reviews,* dan *Contact.* Penggunaan gambar makanan khas Kediri dengan resolusi tinggi sangat disarankan untuk meningkatkan daya tarik visual. Selain itu, integrasi dengan *Google Maps*, ikon media sosial, dan formulir pemesanan (*booking form*) juga dapat memperkaya fungsionalitas *website.*

Fitur tambahan dapat diakses melalui *Wix App Market*, yang menyediakan berbagai *plugin* dan aplikasi pendukung. Beberapa aplikasi penting yang dapat dipertimbangkan mencakup *Wix Bookings* untuk sistem reservasi, *Instagram Feed* untuk menampilkan unggahan dari media sosial, *Wix Forms* untuk formulir kritik dan saran, serta *TripAdvisor Widget* untuk menampilkan ulasan dari pengguna lain. Penambahan fitur ini akan meningkatkan kredibilitas dan kenyamanan navigasi bagi pengunjung situs.

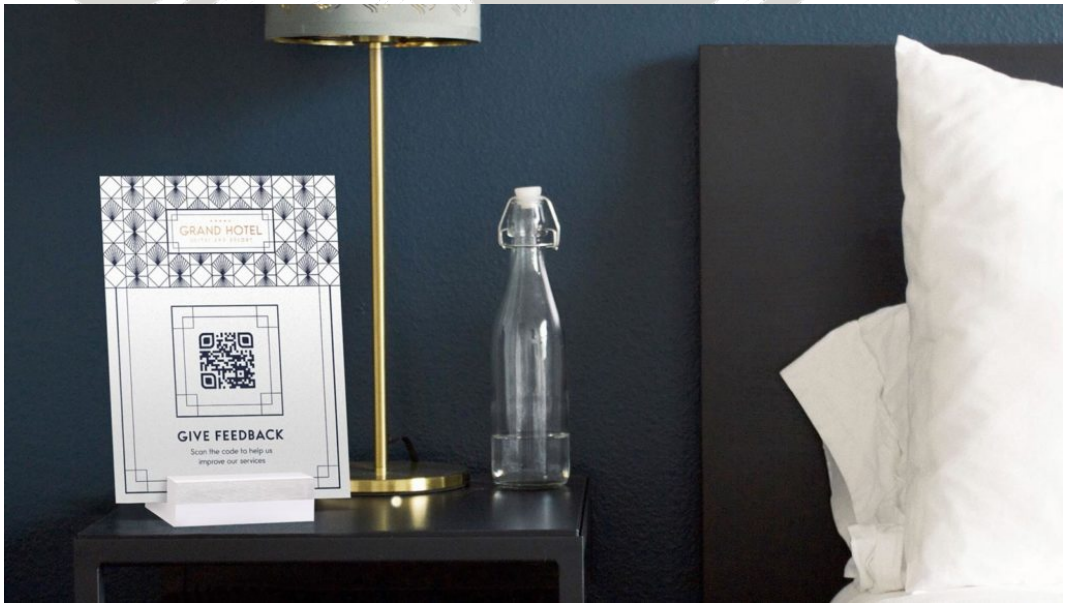
Dalam rangka meningkatkan visibilitas *website* pada mesin pencari (*search engine optimization* atau *SEO*), pengguna perlu mengakses menu *Settings* > *SEO* (*Google*). Di dalamnya, disarankan untuk menambahkan kata kunci strategis seperti "kuliner Kediri", "makanan khas Kediri", dan "restoran di Kediri". Masing-masing halaman sebaiknya dilengkapi dengan *meta title* dan *meta description* yang relevan. *Wix* juga secara otomatis menyediakan fitur *SSL certificate* guna memastikan keamanan data pengguna saat mengakses situs.

Langkah terakhir sebelum publikasi adalah menghubungkan *website* dengan *domain.* Pengguna dapat memilih untuk menggunakan *domain* gratis dari *Wix* (misalnya:*BlasiusFero.wixsite.com*) atau dapat juga membeli *domain* khusus seperti *www.kulinerkediri.com.* Proses ini dilakukan melalui menu *Settings* > *Domains* dengan opsi *Connect a domain you already own* atau pembelian langsung dari *Wix*. Setelah seluruh elemen diverifikasi, klik tombol *Publish* untuk

menayangkan *website* secara publik. Sebelum itu, penting untuk meninjau tampilan situs pada *Mobile View* guna memastikan bahwa seluruh konten tampil optimal baik pada perangkat *desktop* maupun *smartphon*e

3.3.2 Pemasangan *QR Code* di Area Strategis Hotel

Solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada tamu adalah dengan memasang *QR code* di berbagai area strategis hotel, seperti di dalam kamar, lobi, serta meja resepsionis. *QR code* tersebut akan diarahkan ke sebuah *website* yang memuat informasi lengkap mengenai tempat wisata dan kuliner di sekitar hotel. Melalui kemudahan akses ini, tamu tidak perlu lagi mencari informasi secara manual, sehingga dapat membantu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka selama menginap. Strategi ini juga sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dalam industri perhotelan yang menuntut efisiensi dan kenyamanan bagi tamu.



Gambar 8.Contoh *Barcode* di Area Strategis
Sumber: *Google* (2025)

QR code juga dapat dimanfaatkan untuk mengintegrasikan survei kepuasan tamu yang dirancang dalam bentuk digital menggunakan *Google Form*. *Kuesioner* tersebut mencakup aspek-aspek penting seperti kualitas fasilitas kamar, kebersihan,

pelayanan *staf*, serta kemudahan dalam proses *check-in* dan *check-out*. Tamu dapat mengisi survei ini dengan memindai *QR code* saat proses *check-out*, sehingga proses evaluasi dapat dilakukan secara cepat dan tanpa kertas. Data yang diperoleh dari kuesioner ini akan menjadi dasar evaluasi hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Hotel dapat memberikan bentuk apresiasi sederhana berupa *souvenir* seperti bolpoin, pin, atau notes kecil. Meskipun bersifat simbolis, pemberian ini menunjukkan penghargaan terhadap waktu dan masukan dari tamu, serta memperkuat hubungan positif antara tamu dan pihak hotel. Dengan kombinasi antara kemudahan akses informasi, sistem survei digital yang terintegrasi, serta pendekatan apresiatif, diharapkan hotel dapat terus berinovasi dalam meningkatkan kualitas layanan dan membangun citra yang positif di mata pelanggan.

Dalam era digital saat ini, penggunaan *barcode*, khususnya jenis *Quick Response Code* (*QR Code*), menjadi solusi efektif dalam menyederhanakan proses akses informasi. *QR Code* memungkinkan pengguna untuk langsung diarahkan ke halaman digital tertentu hanya dengan melakukan pemindaian melalui perangkat ponsel pintar. Oleh karena itu, berikut dijelaskan langkah-langkah sistematis dalam pembuatan *barcode* yang baik dan benar untuk kebutuhan promosi, khususnya pada pengembangan website informasi wisata kuliner di Kota Kediri.

1. Menentukan Tujuan dan Tautan (*Link*) yang Akan Dituju

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah menentukan secara spesifik konten digital yang akan diakses melalui *barcode*. Tautan tersebut dapat berupa:

- Halaman utama *website* kuliner Kediri,
- Daftar restoran tertentu,
- Lokasi *Google Maps*,
- Formulir reservasi *online*,
- Halaman media sosial (*Instagram, TikTok*, atau *YouTube*).
- URL atau tautan tersebut harus aktif, valid, dan telah diuji sebelumnya agar tidak terjadi kesalahan pada saat pemindaian *barcode*.

2. Mengakses *Generator Barcode* atau *QR Code*

Setelah *link* ditentukan, kunjungi salah satu situs penyedia layanan pembuatan *QR Code*. Beberapa *platform* yang direkomendasikan antara lain:

- *https://www.qr-code-generator.com*
- *https://www.qrstuff.com*
- *https://www.unitag.io/qrcode*
- *Platform-platform* tersebut memiliki antarmuka yang ramah pengguna dan tidak memerlukan kemampuan teknis yang tinggi.

3. Memasukkan Data dan Menyesuaikan Tampilan

Pada halaman pembuat *QR Code*, pilih jenis data yang akan dimasukkan (umumnya "*Website URL*") kemudian tempelkan tautan yang telah disiapkan. Setelah itu, pengguna dapat mengatur elemen visual seperti warna, bentuk, dan logo (opsional) untuk menyesuaikan dengan identitas merek atau desain *website* kuliner.

4. Menghasilkan dan Mengunduh *Barcode*

Klik tombol "*Generate*" atau "*Create QR Code*", kemudian sistem akan menampilkan *QR Code* hasil konversi dari link tersebut. Unduh barcode tersebut dalam format yang sesuai, seperti *PNG, SVG*, atau *JPG*, agar dapat digunakan pada berbagai media promosi digital maupun cetak.

5. Uji Coba dan Implementasi

Sebelum digunakan secara publik, lakukan uji coba pemindaian menggunakan berbagai perangkat (*Android* dan *iOS*) untuk memastikan *barcode* dapat diakses tanpa kendala. Setelah dipastikan berfungsi, barcode dapat ditempatkan pada:

- Meja Resepsionis, Meja Kamar,
- Poster atau brosur,
- Kartu nama hotel.
- Stiker di pintu hotel,
- Katalog digital promosi hotel.

Penerapan *QR Code* di area strategis hotel terbukti menjadi solusi yang efisien dan inovatif dalam meningkatkan akses informasi serta kenyamanan tamu selama menginap. Dengan hanya memindai *QR Code*, tamu dapat langsung mengakses berbagai informasi penting seperti destinasi wisata dan kuliner lokal, tanpa perlu

mencari secara manual. Selain itu, integrasi *QR Code* dengan survei kepuasan digital memungkinkan pengumpulan data evaluasi secara cepat, hemat kertas, dan mudah diolah. Strategi ini juga memperkuat citra hotel sebagai institusi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan peduli terhadap pengalaman pelanggan. Pemberian apresiasi sederhana kepada tamu atas partisipasi mereka dalam survei turut memperkuat hubungan positif antara hotel dan tamu. Dengan demikian, penggunaan *QR Code* menciptakan efisiensi komunikasi, meningkatkan kualitas layanan, dan mendorong loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

3.3.3 Pembuatan *Kuesioner* Kepuasan Konsumen

Pembuatan *kuesioner* kepuasan konsumen merupakan salah satu metode kuantitatif yang penting dalam mengumpulkan data Pandangan pelanggan mengenai mutu layanan yang disediakan oleh pihak hotel. *Kuesioner* ini dirancang dalam bentuk pertanyaan tertutup maupun terbuka yang berfokus pada aspek-aspek utama seperti fasilitas kamar, kebersihan lingkungan, keramahan staf, kecepatan pelayanan, hingga kemudahan dalam proses reservasi dan *check-out*. Penyusunan *kuesioner* harus memperhatikan validitas dan reliabilitas instrumen, sehingga data yang dihasilkan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan manajerial. Skala *Likert* lima poin umumnya digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara sistematis, mulai dari sangat tidak puas hingga sangat puas, guna mempermudah analisis data.

Dari sudut pandang operasional, keberadaan *kuesioner* kepuasan pelanggan sangat penting dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan hotel. Informasi yang diperoleh dari hasil survei dapat digunakan untuk mengevaluasi performa masing-masing divisi, seperti *housekeeping, front office,* hingga layanan makanan dan minuman. Dengan demikian, manajemen hotel dapat merancang strategi perbaikan yang berbasis pada masukan aktual dari tamu, bukan sekadar asumsi internal. Selain itu, data tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk menetapkan indikator kinerja utama (*key performance indicators*) dalam rangka meningkatkan standar pelayanan secara berkelanjutan.

Gambar 9.Contoh *Kuesioner*
Sumber: *Google* (2025)

Dalam rangka mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan dan fasilitas yang disediakan oleh hotel, responden diminta untuk menjawab setiap pernyataan yang tersedia berdasarkan pengalaman pribadi selama menginap. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala *Likert* lima poin, yang merepresentasikan tingkat kepuasan dari yang paling rendah hingga paling tinggi. Skala tersebut terdiri atas:

1 = Sangat Tidak Puas
2 = Tidak Puas
3 = Netral
4 = Puas
5 = Sangat Puas

Responden diharapkan memilih salah satu angka yang paling sesuai dengan persepsinya terhadap layanan atau fasilitas yang ditanyakan. Hasil dari *kuesioner* ini akan digunakan sebagai dasar evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan hotel guna meningkatkan kenyamanan dan loyalitas tamu .*Kuesioner* berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pendekatan *partisipatif*. Dengan melibatkan tamu dalam proses evaluasi, hotel menunjukkan bahwa mereka menghargai opini pelanggan dan berkomitmen

terhadap peningkatan kualitas layanan. Tindakan ini dapat meningkatkan rasa percaya dan loyalitas pelanggan terhadap merek hotel. Lebih lanjut, bila proses penyebaran kuesioner dilakukan secara digital, seperti melalui tautan *Google Form* yang diakses menggunakan *QR Code*, maka pengumpulan data menjadi lebih efisien, minim kertas, serta mendukung praktik bisnis ramah lingkungan (*eco-friendly hospitality*).

Secara strategis, hasil dari survei kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi alat evaluasi internal, tetapi juga dapat digunakan sebagai bagian dari laporan manajemen mutu (*quality management report*) yang relevan untuk keperluan audit, sertifikasi, atau kerjasama bisnis dengan pihak ketiga. Dengan mengintegrasikan sistem umpan balik yang terstruktur, hotel akan mampu merespon perubahan preferensi konsumen secara adaptif dan tepat waktu. Oleh karena itu, pembuatan dan pelaksanaan *kuesioner* kepuasan pelanggan merupakan praktik esensial dalam tata kelola manajemen hotel yang modern, kompetitif, dan berbasis data (*data-driven decision making*).

Contoh Rekomendasi Penulis Untuk Pertanyaan Kuesioner Kepuasan Pelanggan di Area Lotus Garden Hotel Kediri Sebagai Berikut :

1. Kepuasan terhadap Fasilitas Fisik
    - Seberapa puas Anda terhadap kenyamanan kamar hotel (tempat tidur, suhu ruangan, pencahayaan)?
    - Seberapa bersih kamar mandi dan fasilitas penunjang lainnya selama Anda menginap?
    - Apakah Anda merasa puas dengan fasilitas umum seperti lobi, dan area parkir?
    - Bagaimana pendapat Anda tentang kelengkapan fasilitas di kamar (TV, *WiFi*, perlengkapan mandi)?
    - Seberapa mudah akses ke fasilitas hotel yang tersedia?

2. Kepuasan terhadap Pelayanan Staf
    - Apakah *staf* hotel menyambut Anda dengan ramah saat proses *check-in*?
    - Seberapa *responsif staf* hotel dalam menanggapi permintaan Anda?

UNIVERSITAS MA CHUNG

- Apakah Anda merasa dilayani secara sopan dan profesional selama menginap?
- Seberapa puas Anda dengan proses *check-in* dan *check-out* yang dilakukan *staf front office*?
- Apakah *staf* kebersihan bekerja dengan cepat dan teliti selama Anda menginap?

3. Kepuasan terhadap Makanan dan Minuman
    - Apakah Anda puas dengan variasi menu yang tersedia di restoran hotel?
    - Seberapa sesuai rasa dan kualitas makanan dengan harapan Anda?
    - Bagaimana pengalaman Anda terkait layanan dari pelayan restoran atau *room service*?
    - Apakah jam operasional restoran sesuai dengan kebutuhan Anda?
    - Seberapa bersih dan nyaman area makan hotel menurut Anda?

4. Kepuasan terhadap Akses Informasi dan Teknologi
    - Apakah informasi tentang fasilitas dan layanan hotel mudah diakses selama Anda menginap?
    - Seberapa baik koneksi *WiFi* yang disediakan hotel?
    - Apakah Anda pernah menggunakan *QR Code* yang disediakan hotel untuk mengakses informasi?
    - Seberapa membantu *QR Code* dalam memberikan informasi kuliner dan wisata sekitar hotel?
    - Apakah Anda mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan digital hotel (*website, form online*, dll)?

5. Pertanyaan Umum dan Tindak Lanjut
    - Seberapa besar kemungkinan Anda akan menginap kembali di hotel ini di masa mendatang?
    - Apakah Anda bersedia merekomendasikan hotel ini kepada teman atau keluarga?
    - Apa aspek yang paling Anda sukai dari hotel ini?

UNIVERSITAS MA CHUNG

- Apa kritik atau saran yang ingin Anda sampaikan untuk peningkatan layanan hotel?
- Apakah Anda bersedia mengisi survei digital melalui *QR Code* di saat *check-out*?

Pembuatan *Google Form* sebagai media survei kepuasan pelanggan merupakan metode digital yang efisien dan praktis untuk mengumpulkan data dari tamu hotel secara langsung. Langkah awal dimulai dengan menyusun daftar pertanyaan yang mencakup aspek utama layanan hotel seperti kebersihan kamar, pelayanan staf, fasilitas umum, dan kenyamanan menginap. Setelah formulir selesai dibuat, salin *link URL* dari *Google Form* tersebut. Untuk mempermudah akses tamu, tautan ini kemudian dikonversi menjadi *QR Code* menggunakan *platform* gratis seperti *qr-code-generator.com*, sehingga cukup dipindai melalui kamera ponsel tanpa perlu mengetik alamat.

Strategi implementasi terbaik adalah dengan menempatkan *QR Code* secara fisik di area yang sering diakses oleh tamu, seperti di meja resepsionis, area tunggu lobi. Area resepsionis dipilih karena menjadi titik akhir interaksi tamu sebelum meninggalkan hotel, sehingga menjadi momen tepat untuk mengajak mereka mengisi *kuesioner*. Format digital ini mendukung efisiensi operasional karena tidak memerlukan formulir cetak, dan data tanggapan dapat dipantau secara *real-time* oleh pihak manajemen hotel. Selain itu, integrasi survei berbasis *QR Code* juga menunjukkan bahwa hotel mengadopsi teknologi dalam mendukung layanan berkualitas dan ramah lingkungan.

UNIVERSITAS MA CHUNG

Gambar 10. Contoh *Souvernir* Apresiasi
Sumber : *Google* (2025)

Untuk meningkatkan partisipasi tamu, hotel dapat menyediakan bentuk apresiasi berupa *souvenir* sederhana seperti bolpoin, pin, gantungan kunci, atau notes kecil setelah tamu menyelesaikan pengisian survei. Bentuk insentif ini bukan hanya strategi promosi, tetapi juga menunjukkan penghargaan terhadap waktu dan masukan tamu yang sangat berharga bagi perbaikan layanan hotel. Pendekatan apresiatif ini juga membantu menciptakan pengalaman positif dan membangun kesan bahwa hotel peduli terhadap suara pelanggan. Dengan demikian, kombinasi antara teknologi (*Google Form* dan *QR Code*) serta sentuhan personal melalui pemberian hadiah akan memperkuat hubungan emosional dan loyalitas tamu terhadap hotel.

Tabel 9. Ringkasan Solusi

No	Masalah	Dampak	Solusi
1.	Tidak ada akses informasi digital *QR Code* tentang kuliner dan wisata lokal	Tamu kesulitan menemukan referensi kuliner di sekitar hotel	Mengembangkan *website* informasi kuliner Kediri yang terintegrasi dengan *QR Code* di area strategis hotel

No	Masalah	Dampak	Solusi
2.	Belum adanya sistem survei kepuasan tamu yang efisien dan *modern*	Hotel tidak memiliki data evaluasi pelayanan dari tamu secara *real-time*	Membuat kuesioner *Google Form* survei digital dan menyebarkannya melalui *QR Code* yang dipasang di resepsionis atau kamar
3.	Minimnya insentif bagi tamu yang memberikan *feedback*	Partisipasi tamu dalam pengisian *kuesioner* menjadi rendah	Memberikan apresiasi berupa *souvenir* (notes, bolpoin, pin) bagi tamu yang mengisi survei sebagai bentuk penghargaan

Sumber : Penulis (2025)

3.4 Pengalaman Belajar

3.4.1 *Soft Skills*

Selama menjalani magang, penulis mendapatkan banyak pengalaman dalam pengembangan keterampilan non-teknis, di antaranya:

a. Komunikasi interpersonal, saat bekerja sama dengan staf hotel lintas divisi dan berinteraksi dengan tamu.
b. Etika kerja profesional, seperti menjaga sopan santun, bersikap hormat kepada atasan dan tamu, serta menjaga citra perusahaan selama menjalani tugas lapangan maupun di lingkungan kerja internal.
c. Kerja tim, terutama saat ikut serta dalam proyek promosi atau koordinasi event.
d. Manajemen waktu dan kedisiplinan, karena mengikuti ritme kerja hotel yang terstruktur dan dinamis.
e. Adaptasi dan *problem solving*, yang terbentuk dari tantangan menyelesaikan tugas dalam waktu singkat dan dengan keterbatasan sumber daya.

f. Tanggung jawab dan kemandirian, karena dalam beberapa tugas penulis diberikan kepercayaan untuk bekerja tanpa pengawasan langsung dan dituntut untuk menyelesaikan pekerjaan dengan hasil yang optimal.

3.4.2 *Hard Skils*

Penulis juga memperoleh keterampilan teknis yang relevan dengan dunia kerja, seperti:

a. Pembuatan dan *editing* video promosi, termasuk pengambilan gambar, *editing* transisi, penggabungan suara, serta pembuatan dokumentasi untuk acara internal maupun eksternal hotel
b. Pengelolaan dokumen keuangan dan *supplier*, seperti penulisan kwitansi, tanda terima faktur, pembuatan *payment voucher*, serta proses tukar tanda terima dengan pihak ketiga
c. Input dan pengolahan data menggunakan Microsoft Excel.
d. Pengenalan proses *sales visit* dan pemasaran langsung, dengan melakukan kunjungan ke berbagai instansi, sekolah, dan perusahaan untuk menjalin relasi dan promosi layanan hotel.
e. Pembuatan *greeting card* dan materi kreatif promosi, yang menunjang branding hotel saat momen spesial seperti Hari Kartini dan Ramadan.
f. Pembuatan dan *editing* video promosi, termasuk dokumentasi acara hotel.

UNIVERSITAS MA CHUNG

BAB IV
PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan magang yang dilakukan penulis di Lotus Garden Hotel Kediri by WH selama lebih dari 70 hari kerja atau setara dengan 600 jam, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi, khususnya melalui *barcode* atau *QR code*, memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu hotel. Selama kegiatan magang, penulis menemukan dua permasalahan utama yang menjadi hambatan dalam memberikan pengalaman terbaik bagi tamu, yaitu tidak tersedianya media informasi terpadu mengenai wisata kuliner di sekitar hotel, serta belum adanya sistem survei kepuasan tamu yang efisien dan terstruktur.

Penggunaan *QR code* sebagai media informasi kuliner terbukti dapat menjadi solusi inovatif yang mampu menjawab kebutuhan tamu *modern* yang menginginkan akses informasi secara cepat, praktis, dan akurat. Dengan mengarahkan tamu pada halaman *web* khusus yang menampilkan informasi tempat makan, peta, ulasan, hingga menu, hotel dapat memberikan nilai tambah dalam pelayanan yang diberikan. Digitalisasi survei kepuasan tamu melalui *Google Form* yang terintegrasi ke dalam *QR code* memungkinkan manajemen hotel untuk mengumpulkan umpan balik secara sistematis, cepat, dan dapat diolah menjadi data evaluatif. Melalui data ini, pihak hotel dapat mengukur kualitas pelayanan secara objektif dan mengambil langkah-langkah peningkatan layanan secara lebih terarah.

Kegiatan magang ini juga memberikan pengalaman nyata bagi penulis dalam mengenal dunia kerja profesional, khususnya di industri perhotelan. Penulis tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai sistem kerja hotel, tetapi juga terlibat langsung dalam operasional di berbagai divisi seperti *Accounting, Sales*, dan *Marketing Communication*. Melalui pelibatan aktif tersebut, penulis mampu

mengasah kemampuan teknis dan interpersonal yang berguna sebagai bekal *karier* di masa depan.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Bagi Universitas

Sebagai institusi pendidikan tinggi, Universitas Ma Chung diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas MBKM agar semakin selaras dengan kebutuhan industri perhotelan dan pariwisata. Salah satu bentuk penguatan yang dapat dilakukan adalah dengan memperbanyak kerja sama langsung dengan pihak hotel berbintang maupun jaringan *hospitality* terkemuka di Indonesia. Selain itu, perlu juga dilakukan evaluasi rutin terhadap pelaksanaan magang agar pengalaman mahasiswa dapat lebih relevan, aktual, dan bernilai praktik. Hal ini mencerminkan komitmen universitas dalam menghasilkan lulusan yang siap bersaing di dunia kerja. Penguatan sinergi antara dosen pembimbing dan mitra industri juga menjadi kunci dalam proses ini.

Universitas disarankan untuk menambah jumlah pelatihan pra-magang yang mencakup keterampilan teknis dan *soft skill*, seperti komunikasi profesional, etika kerja, serta pemahaman sistem digital hotel seperti *VHP* (*Visual Hotel Program*). Hal ini penting agar mahasiswa tidak hanya memiliki bekal akademis, tetapi juga kesiapan praktis saat menghadapi dinamika pekerjaan lapangan. Universitas juga dapat menghadirkan pelaku industri sebagai narasumber dalam *workshop* atau kuliah umum, sehingga mahasiswa memperoleh wawasan langsung dari praktisi.

Diharapkan pendekatan ini akan memperkaya proses pembelajaran dan membentuk karakter profesional mahasiswa sejak dini.Universitas Ma Chung diharapkan menyediakan sistem *monitoring* magang yang berbasis digital agar pelaporan kegiatan mahasiswa selama magang menjadi lebih sistematis dan terdokumentasi dengan baik. Sistem ini dapat memfasilitasi komunikasi tiga pihak antara mahasiswa, dosen pembimbing, dan instansi tempat magang. Dengan demikian, proses pembimbingan menjadi lebih responsif dan transparan. Selain itu, pengembangan sistem ini akan memperkuat dokumentasi akademik dan evaluasi

kinerja mahasiswa secara objektif. Universitas juga dapat memanfaatkannya sebagai basis data untuk menilai efektivitas program magang secara menyeluruh.

4.2.2 Saran Bagi Perusahaan

Pihak Lotus Garden Hotel Kediri by WH disarankan untuk terus mengembangkan inovasi pelayanan berbasis teknologi digital sebagai upaya peningkatan kualitas layanan dan pengalaman tamu. Salah satu pengembangan yang dapat dilakukan adalah optimalisasi penggunaan sistem *VHP* dan integrasinya dengan media promosi digital, seperti *website* kuliner dan pemanfaatan *QR Code* di area hotel. Hal ini akan mempercepat akses informasi oleh tamu serta memperkuat citra hotel sebagai penyedia layanan yang *modern* dan efisien. Inovasi ini sejalan dengan tuntutan industri perhotelan masa kini yang sangat bergantung pada digitalisasi layanan.

Perusahaan juga diharapkan memberikan ruang yang lebih luas kepada mahasiswa magang untuk terlibat dalam kegiatan operasional yang bersifat strategis, terutama di bidang pemasaran digital dan pengelolaan media sosial. Mahasiswa yang ditempatkan di divisi *marketing communication* dan *sales* dapat dilibatkan dalam perencanaan kampanye promosi atau pembuatan konten visual agar kompetensi yang dimiliki dapat berkembang secara nyata. Selain itu, pemberian umpan balik atau evaluasi rutin dari *supervisor* lapangan akan sangat membantu mahasiswa memahami kekuatan dan kelemahan mereka selama proses magang berlangsung.

Sebagai bentuk kontribusi terhadap dunia pendidikan, perusahaan disarankan untuk terus menjalin kerja sama jangka panjang dengan Universitas Ma Chung maupun institusi pendidikan lainnya. Kerja sama ini dapat dilakukan tidak hanya dalam bentuk penerimaan mahasiswa magang, tetapi juga dalam bentuk riset terapan, pelatihan sumber daya manusia, maupun pengembangan sistem layanan hotel. Dengan sinergi yang kuat antara industri dan pendidikan, perusahaan akan memiliki peran strategis dalam membentuk generasi profesional di bidang perhotelan, sekaligus memperkuat daya saing perusahaan di tengah kompetisi industri yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

Hananto, K. (2023). Persepsi Tamu Terhadap Penggunaan Teknologi di Hotel-Hotel Yogyakarta Menuju Pariwisata Cerdas. *Jurnal Ilmu Multidisiplin, 3*(3).

Amelia, D. (2023). *Pengaruh store atmosphere dan customer experience terhadap minat berkunjung ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening* (Disertasi doktoral, IAIN Kudus).

Ricson. (2025, Mei 19). *Statistik dan Tren Kode QR 2025 Lengkap*. Retrieved from QR Code Tiger: https://www.qrcode-tiger.com/id/qr-code-statistics-2022-q1

Phyra. (2025, Maret 19). *17 Statistik Pemasaran Perjalanan Terbaru yang Tidak Boleh Anda Lewatkan*. Retrieved from QR Code Tiger : https://www.qrcode-tiger.com/id/travel-marketing-statistics

Das, A. (2025, April 25). *Statistik Kode QR untuk tahun 2025: Penggunaan, Tren, Prakiraan, dan Lainnya*. Retrieved from QR Code Chimp: https://www.qrcodechimp.com/qr-code-statistics/#7-qr-code-statistics-by-applications-

Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 7(1), 253-274.

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran). Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, 3(1), 211-224.

Hill, A., Biffignandi, J., & Bethlehem, J. (2022). *Customer Satisfaction Survey (CSS)* concept and practice.

Activity. (2022). *Culinary Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report.* Grand View Research.

Aini, I. N. K., Marlien, R. A., & Riva'i, A. R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Konsumen, dan Word of Mouth Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen KFC di Kota Semarang). Jurnal Mirai Management, 7(2), 263-276.

Maulina, L. (2023). Revitalisasi Industri Perhotelan dengan Inovasi Teknologi: Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Pengalaman Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi, 7*(1).

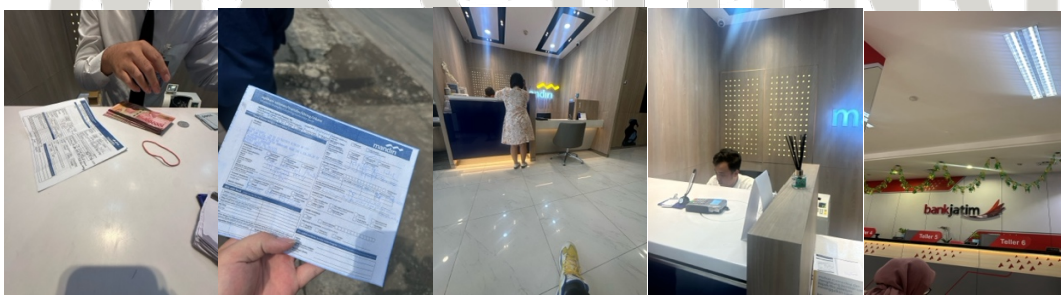
Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi, 5*(3).

DPMPTSP Kabupaten Kediri. (2022). *Sektor Pariwisata.* Kediri: Sidapotik.

UNIVERSITAS MA CHUNG

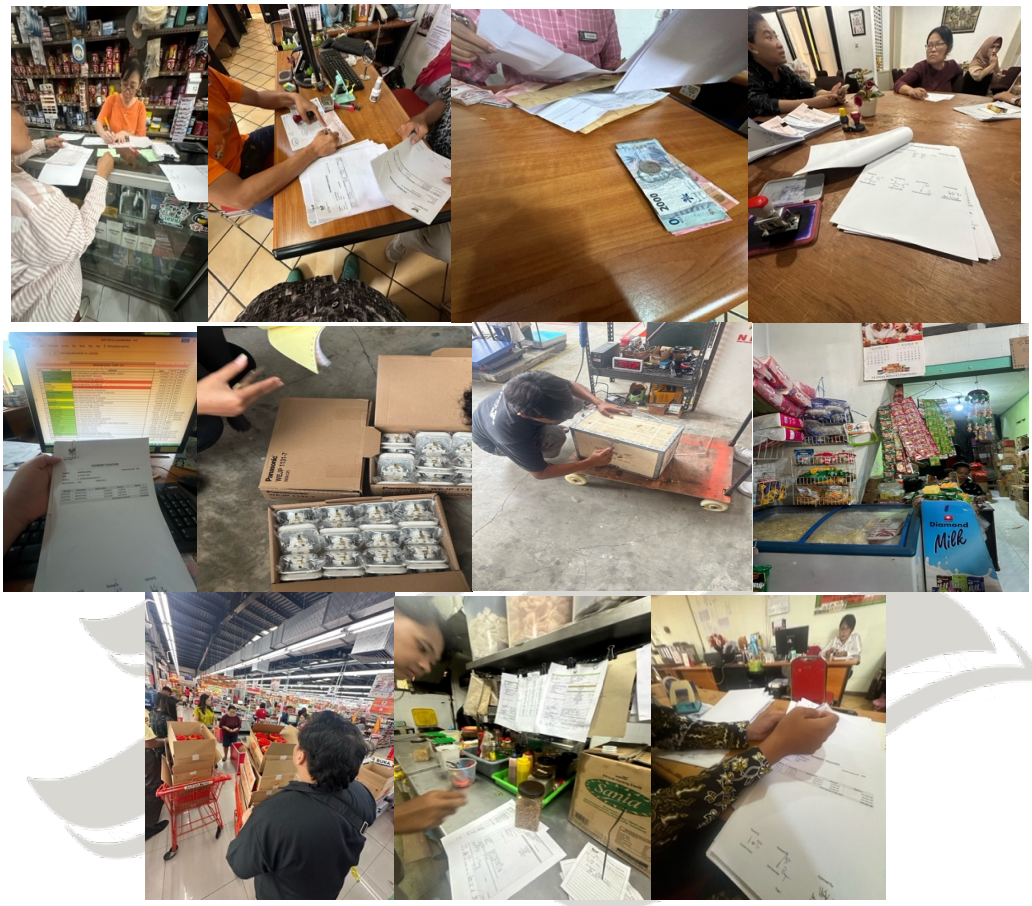
LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Bersama.

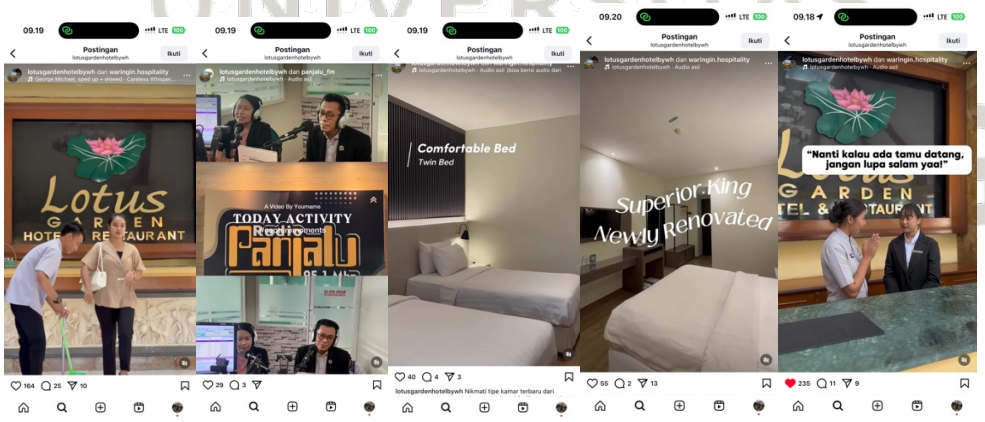


Lampiran 2. Penyetoran Uang Tunai Ke Bank Setiap Hari.

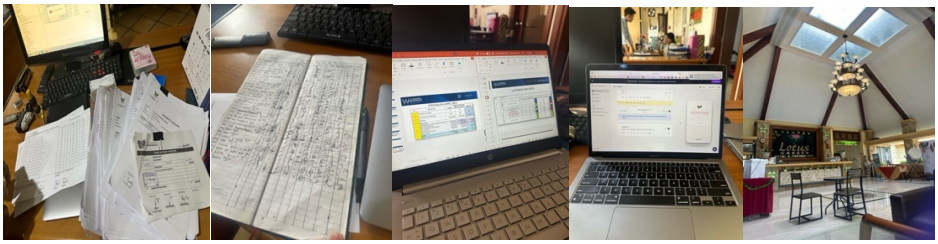
Lampiran 3. Kegiatan Kunjungan.

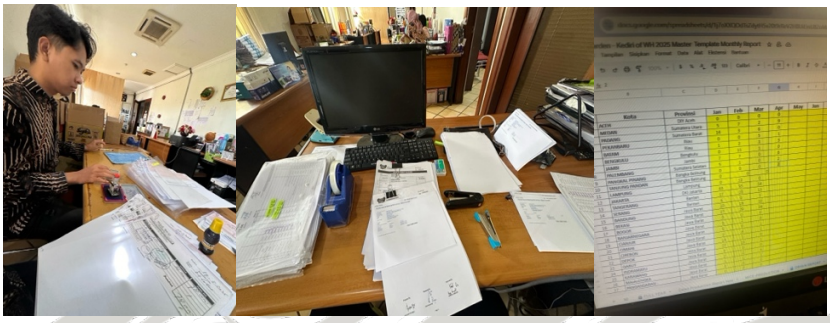


Lampiran 4. Kegiatan Pembelian Kebutuhan Yang Di Butuhkan Perusahaan.

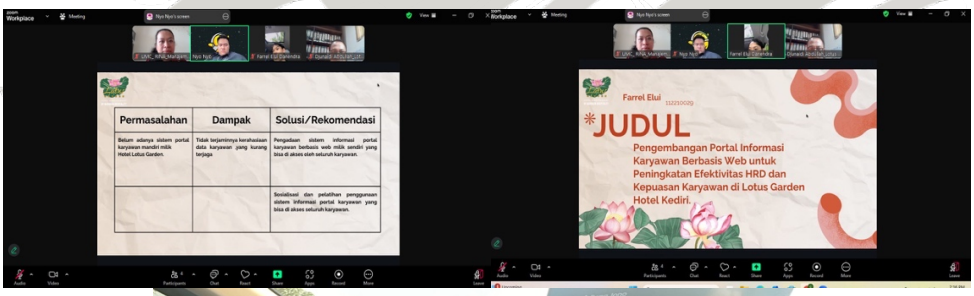


Lampiran 5. Sebagian Foto Dan Video *Marketing* Yang Sudah Dibuat.





Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan Magang Pengelolaan Data Pembelian Seluruh *Supplie*r Dan Lain Sebagainya.



Lampiran 7. Kunjungan Magang *Online*.

UNIVERSITAS
MA CHUNG

Fakultas
Ekonomi & Bisnis

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp:+62-341 550-171 Fax :+62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

FORMULIR NILAI MAGANG

Nama : Blasius Fero Yoenatan Yudianto
NIM : 1122.1000.8
Perusahaan : Lotus Garden Hotel Kediri by WH
Alamat : Jl. Jaksa Agung Suprapto No. 26 Kediri
Bidang Tugas : Sales, accounting, marketing Communication

No.	Komponen Penilaian	Nilai Angka (0-100)
1	Etika mahasiswa saat bekerja	100
2	Moral mahasiswa saat bekerja	99
3	Kedisiplinan mahasiswa selama Magang	97
4	Efisiensi mahasiswa dalam mengalokasikan waktu selama Magang	98
5	Kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuannya saat bekerja	96
6	Penguasaan bahasa Inggris mahasiswa (jika ada)	96
7	Kemahiran mahasiswa dalam menggunakan teknologi informasi untuk menyelesaikan pekerjaan	99
8	Kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi dengan atasan	100
9	Kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi dengan rekan kerja	98
10	Kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi dengan customer (jika ada)	97
11	Kemampuan mahasiswa dalam beradaptasi dengan lingkungan atau orang lain di perusahaan	98
12	Kemampuan mahasiswa dalam bekerja sama dalam tim atau departemen terkait	99
13	Kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan hubungan baik dengan rekan kerja	100
14	Kreativitas mahasiswa dalam menyelesaikan tugas yang diberikan	98
15	Kapabilitas mahasiswa dalam menyelesaikan suatu tugas baru	98
16	Kemampuan mengembangkan diri setahap demi setahap melalui pekerjaan yang diberikan	97
17	Peluang mahasiswa untuk berhasil dimanapun ia ditempatkan untuk bekerja	100
18	Kemampuan Mahasiswa dalam menganalisis bidangnya dan menggunakan metode	96
	Re rata (Jumlah Nilai : 18 komponen)	98,1

Komentar (dapat berupa saran atau rekomendasi):

Malang, ...

Dosen Pembimbing Magang	Pembimbing Lapangan
TTD	HOTEL & RESTAURANT BY WARINGIN HOSPITALITY

MUTU	RENTANG	BOBOT NILAI
A	85,00 s/d 100	4,00
AB	80,00 s/d 84,99	3,70
BA	82,00 s/d 89,99	3,30
B	73,00 s/d 81,99	3,00
BC	65,00 s/d 72,99	2,70
CB	60,00 s/d 64,99	2,30
C	56,00 s/d 59,99	2,00
CD	50,00 s/d 55,99	1,50
D	40,00 s/d 49,99	1,00
E	00,00 s/d 39,99	0,00

Lampiran 8.Penilaian Perusahaan.