Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Pertumbuhan sektor wisata Indonesia menggembirakan. Pertumbuhan mencapai 11,8 persen di tahun 2011 . Menurutnya menteri ekonomi Indonesia, Pariwisata paling menjanjikan dan ikut menaikkan perekonomian. Pertumbuhan ini tentunya melebihi pertumbuhan pariwisata dunia yang berkisar 4,5 persen. Sektor pariwisata ini penyumbang devisa kelima setelah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, batubara, dan karet olahan,

Seiring dengan tumbuhnya dunia pariwisata Indonesia, industri perhotelan juga turut andil menyukseskannya. Perkembangan industri pariwisata di Indonesia yang diawali dengan munculnya beberapa hotel dan juga industri jasa lainnya sebagai bukti akan tekad bangsa Indonesia mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber pemasukan devisa negara. Jumlah wisatawan dunia, baik di timur maupun barat, meningkat setiap tahunnya. Harus diakui jika keberadaan industri perhotelan memang sangat diperlukan oleh siapapun, terutama bagi mereka yang memiliki hobi jalan-jalan. Dan para pengelola industri perhotelan terus mengembangkan hotel yang ada dari segi fasilitas, kualitas pelayanan, dan manajemen.

Saat ini industri perhotelan semakin berkembang dan berinovasi dengan berbagai macam produk yang ditawarkan ke pasar. Perkembangan pariwisata yang sangat pesat khususnya di indonesia, membuat perkembangan di industri perhotelan juga berkembang dengan pesat karena hotel merupakan salah satu unsur penting dalam dunia pariwisata. PT Grahawita Santika merupakan salah satu perusahaan yang mengelola hotel dan resort terbesar di Indonesia yang menawarkan berbagai produk hotel dan resort yang tersebar hampir di seluruh indonesia.

Jika memperhatikan dunia perhotelan saat ini, tidak diragukan lagi begitu banyak hotel dibangun. Chain hotel seperti Aston, Swiss Bell, Novotel dan Santika melakukan pembangunan di berbagai daerah di Indonesia belum lagi motel atau *guest house*.

Persaingan dunia perhotelan tidak hanya pada harga kamar yang murah, kamar yang bersih atau makanan di restaurant yang lezat akan tetapi ada pada kualitas service hotel tersebut dalam melayani tamu yang datang.

Selain itu seiring perkembangan dalam industri perhotelan membuat perusahaan-perusahaan yang mengelola hotel tersebut berpikir keras untuk membuat strategi marketing yang paling baik untuk bisa mengalahkan para competitornya. Strategi integrated marketing communication yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian akibat kegiatan promosi yang tidak efektif dan efisien selain itu integrated marketing communication yang berhasil juga dapat memberikan dampak positif lainnya bagi perusahaan yaitu meningkatnya penjualan, oleh karena itu penulis memilih judul laporan magang " Penerapan Integrated Marketing Communications di PT Grahawita Santika".

1.2 Pokok Permasalahan

Dalam laporan ini penulis mengangkat beberapa pokok permasalahan berkaitan dengan integrated marketing communications di PT Grahawita Santika yaitu:

1. Bagaimana fungsi marketing dalam industri perhotelan ?
2. Bagaimana implementasi integrated marketing communications pada marketing department di PT Grahawita Santika ?
3. Apakah *tools* dari integrated marketing communications yang paling tepat untuk PT Grahawita Santika?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari kerja magang ini adalah untuk melihat dan memahami dunia kerja nyata yang kemudian dikaitkan dengan teori yang telah dipelajari di universitas. Selain itu penulis juga ingin belajar mengenai dunia pemasaran yang diterapkan di perusahaan perhotelan untuk tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fungsi dari marketing dalam industri perhotelan.
2. Untuk mengetahui implementasi integrated marketing communications pada marketing promotion di PT Grahawita Santika.
3. Untuk mengetahui *tools* dari integrated marketing communications yang paling tepat untuk PT Grahawita Santika.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini berlangsung selama dua bulan setengah yang dimulai pada tanggal 12 Juli 2011 hingga 29 September 2011. Waktu kerja dimulai pukul 08.30 hingga 17.30 setiap hari kerja (Senin – Jumat). Praktek kerja magang ini dilakukan di PT Grahawita Santika yang beralamat di Jl.Melawai VII No 6-8,Kebayoran Baru, Jakarta, 12160. Selama kerja magang penulis ditempatkan di departemen *Marketing Promotion*.

Prosedur kerja magang ini melalui beberapa tahapan prosedur sebagai berikut:

a. Pengisian formulir pengajuan kerja magang
b. Pembuatan surat pengantar kerja magang
c. Pengisian lamaran kerja magang ke perusahaan tempat praktek kerja magang pada saat job fair di umn yang diikuti oleh PT Grahawita Santika.
d. Seleksi lanjutan dari pihak perusahaan tempat praktek kerja magang berupa interview.
e. Pemberian surat balasan mengenai hasil seleksi dan persetujuan kerja magang dari perusahaan
f. Pelaksanaan kerja magang
g. Pengisian dokumen yang berhubungan dengan praktek kerja magang seperti: kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir laporan kerja magang.
h. Penyusunan laporan kerja magang setelah kerja magang selesai
i. Sidang kerja magang

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul "PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS DI PT GRAHAWITA SANTIKA" terbagi dalam empat bagian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang latar belakang pelaksanaan kerja magang, pokok permasalahan yang diangkat, maksud dan tujuan kerja magang, waktu pelaksanaan serta prosedur pelaksanaan dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi yang ada pada PT Grahawita Santika dan beberapa landasan teori yang berkaitan dengan laporan dan praktik kerja magang.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjabarkan tentang kesimpulan yang dibuat oleh penulis yang didasarkan pada praktek kerja magang yang telah dilakukan dengan teori yang di pelajari selama perkuliahan. Selain itu dalam bab ini juga akan memaparkan tentang saran dari penulis untuk perusahaan