

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis industri pernikahan di Indonesia diprediksi terus berkembang. Pada 2020, diperkirakan hendak naik sebesar 20- 30%. Perihal itu bersamaan dengan masih tingginya atensi warga untuk menggelar resepsi pernikahan di Indonesia. Pimpinan Universal Himpunan Industri Penata Kegiatan Perkawinan (Hastana) Gandhi Priapratama menyatakan bahwa untuk menggelar resepsi perkawinan paling tidak menghabiskan dana di atas ratusan juta rupiah per satu kegiatan saja. Apalagi, untuk kelas atas dapat mencapai miliaran rupiah. Selain tingginya atensi warga, industri pernikahan ini didukung dengan menjadi banyaknya tempat ataupun posisi baru buat menggelar kegiatan pernikahan. Pada 2019 diperkirakan bisnis industri perkawinan menggapai nilai Rp 56 triliun. Angka tersebut merupakan angka yang tergolong agresif, dengan demikian diperkirakan hendak lebih besar dibanding angka tersebut. Mengingat dalam industri pernikahan banyak yang ikut serta. Mulai dari usaha kuliner, rias serta gaun pengantin, riasan, video, fotografi, merchandise serta masih banyak lagi (Handayani, 2020).

Ohana Enterprise merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *wedding organizer*, perusahaan ini berdiri sejak tahun 2014, pada saat ini Ohana Enterprise sudah menangani ribuan *client*. Pada saat ini Ohana Enterprise sudah hadir di tiga kota yaitu Tangerang, Jakarta dan Bali. Perusahaan ini sangat menjunjung tinggi kepuasan para *client*, dengan itu Ohana Enterprise memberikan *service* yang terbaik dari segi vendor, konsultasi maupun saat acara berlangsung, selain itu karyawan yang disediakan dalam melayani pun memiliki *profesionalisme* yang tinggi dan disertai oleh pengalaman sehingga mempermudah berjalannya acara *wedding*. Kehadiran *wedding organizer* ini menjadi solusi bagi para calon *client*, diantaranya: (a) Membantu mempersiapkan pernikahan agar lebih matang karena telah ditangani oleh para staf yang sudah ahli dan berpengalaman dibidangnya, aspek yang disiapkan berupa undangan, katering, fotografer, dekorasi, gedung, gaun, *photobooth*, *game* dan lainnya, (b) Mengurangi beban pikiran

sehingga calon pengantin tidak terbebani dan dapat fokus ke permasalahan lain sehingga pernikahan dapat terkendalikan, (c) Menghemat waktu, dengan penggunaan *wedding organizer* permasalahan dalam mempersiapkan pernikahan dapat dipangkas sehingga tidak membuang-buang waktu karena segala persiapan telah disiapkan oleh *wedding organizer* dan calon pengantin hanya perlu memastikan perkembangan persiapan pernikahan saja, (d) Dapat menentukan *budget* yang sesuai dengan calon *client*, *wedding organizer* menyediakan beberapa pilihan paket yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan *client*, (e) Mendapatkan vendor terbaik, sebuah *wedding organizer* berpengalaman menyediakan vendor-vendor yang profesional dan berpengalaman sehingga *client* tidak perlu merasa cemas .

Namun sejak terjadinya pandemi memberikan dampak yang cukup besar terhadap berbagai sektor industri dan salah satunya *wedding organizer*, dimana pada awal terjadinya pandemi banyak *client* yang melakukan pembatalan pernikahan dan pengunduran pernikahan sehingga terdapat kerugian yang dialami oleh perusahaan. Pada umumnya paket yang disediakan Ohana Enterprise mulai dari 400 pax namun adanya pandemi yang menimbulkan aturan baru yaitu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) menyebabkan banyak calon pengantin yang beralih menjadi ke paket *Intimate*, dimana paket tersebut dibatasi jumlahnya yaitu 100 pax dan biasanya berisikan keluarga inti dari kedua mempelai. Paket *intimate* yang disediakan mematuhi setiap detail protokol yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan hadirnya PSBB dan *New Normal* pun membuat perusahaan agak sulit sulit untuk berinteraksi dengan calon *client*, dengan itu Ohana Enterprise mulai beralih ke media digital, dimana penjualan dilakukan secara *live*, promosi serta edukasi disampaikan melalui youtube sehingga para calon *client* tetap dapat menyampaikan pesan secara efektif dan efisien. Perusahaan *wedding organizer* pun mulai menjadi lebih inovatif dalam menyelenggarakan wedding, misalnya dengan menyediakan QR dan Ovo sebagai pengganti uang cash, undangan yang diberikan melalui *email /flyer*, wedding yang diterapkan secara virtual melalui *zoom* atau platform lainnya. Namun, seiring berjalannya *New Normal* pada saat ini *demand* untuk melakukan *wedding* mulai ada dan kebanyakan calon *client* memilih paket *Intimate*. terlebih

dengan adanya PSBB menjadi keringanan bagi para calon pengantin mengadakan *wedding* dengan budget yang lebih terjangkau lagi, terlihat dari gambar di bawah ini.



Gambar 1. 1 30 Ribu Pasangan Daftar Nikah di Tengah Pandemi Corona

Sumber : CNN.Indonesia, 2020

Pokok permasalahan yang diangkat oleh penulis adalah terjadinya penurunan dalam penjualan, perusahaan memiliki 7 orang sales dengan target 21 client dalam 1 bulan, namun sejak pandemi terjadinya penurunan sebanyak 50% sehingga perusahaan mengalami kerugian yang cukup banyak. Selain itu perusahaan perlu melakukan hal-hal *inovatif* untuk bertahan pada pandemi ini sehingga tetap dapat meraih *client*. Permasalahan yang dialami perusahaan saat ini, penulis mengangkat tema “Strategi Mempertahankan Bisnis Saat Pandemi Pada Ohana Enterprise” sebagai bahan pembuatan laporan kerja magang yang telah diterapkan oleh penulis di Ohana Enterprise.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari Kerja Magang yang dilakukan penulis pada divisi Operational Team di Ohana Enterprise selama 60 hari adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Agar dapat mengembangkan hard skill dan soft skill yang dimiliki penulis dalam melakukan kegiatan Kerja Magang.
3. Agar dapat mengenal dunia kerja secara nyata.
4. Mengimplementasikan teori yang dipelajari selama di Universitas Multimedia Nusantara.
5. Untuk mengetahui tahap yang dilalui dalam perubahan proses wedding di Ohana Enterprise.

1.3 Manfaat Kerja Magang

1.3.1 Manfaat kerja magang bagi mahasiswa:

1. Dapat melakukan adaptasi dengan orang-orang dalam dunia kerja, dimana orang-orang tersebut sudah memiliki pengalaman.
2. Dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab, jujur dan disiplin dalam bekerja.
3. Dapat mengasah skill berkomunikasi yang baik.
4. Dapat menambah relasi dengan para karyawan di perusahaan.
5. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam divisi yang ditekuni.

1.3.2 Manfaat kerja magang bagi Universitas:

1. Universitas dapat mengevaluasi kinerja para mahasiswa dan mahasiswi yang melakukan kerja praktek magang dan lebih mempersiapkan lagi calon mahasiswa dan mahasiswi yang akan melakukan kerja praktek magang.
2. Universitas dapat menjalin hubungan kerjasama secara eksternal dengan Ohana Enterprise.

1.3.3 Manfaat kerja magang bagi Perusahaan:

1. Ohana Enterprise mendapatkan bantuan dari tenaga kerja penulis yang melakukan kerja praktek magang.
2. Ohana Enterprise dapat lebih dikenal oleh kalangan akademis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ohana Enterprise dapat menjalin hubungan kerjasama dengan Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dengan adanya saran yang membangun yang telah disampaikan oleh penulis dapat membuat Ohana Enterprise lebih baik lagi untuk kedepannya.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Saat melakukan pelaksanaan kerja magang ini, penulis dan pihak perusahaan sudah membuat kesepakatan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, dimana waktu kerja magang akan dilakukan selama enam puluh hari dan melaksanakannya pada hari dimana penulis memiliki hari yang kosong (terlepas dari kuliah online) dan dilakukan selama delapan jam per hari.

Waktu pelaksanaan kerja magang dilakukan sebagai berikut:

1. Periode Kerja Magang : 28 Juli s/d 22 Oktober 2020
2. Jam Kerja Magang : 09.00 - 17.00
3. Hari Kerja : Senin - Jumat
4. Tempat : Ohana Enterprise
5. Posisi : Operational Team

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Saat melakukan pelaksanaan kerja magang, terdapat beberapa tahap yang dilalui oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penulis mencari perusahaan sebagai tempat praktek kerja magang yang akan dilakukan selama 60 hari.

2. Penulis mendapat info dari teman terdekat mengenai perusahaan magang tersebut.
3. Penulis mengirim CV ke email perusahaan magang.
4. Penulis melakukan interview dengan HRD perusahaan dan membuat kesepakatan mengenai waktu kerja magang dan job desk yang akan dijalani.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan laporan kerja magang ini dibuat oleh penulis untuk memberikan gambaran secara umum mengenai setiap bab yang ditulis oleh penulis agar lebih jelas dan lebih rinci. Adapun sistematika dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini menguraikan informasi mengenai hal-hal yang menjadi latar belakang dibuatnya laporan ini diantaranya mengenai maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab ini menjelaskan hal-hal terkait perusahaan tempat dilakukannya kerja magang, diantaranya visi dan misi perusahaan, profil perusahaan, produk dan layanan yang disediakan perusahaan dan struktur organisasi di Perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada Bab ini menjelaskan posisi penulis dalam kerja magang selama 60 hari. Penulis juga menjelaskan jobdesk yang dilakukan serta menjelaskan proses serta kendala yang dihadapi penulis dalam menyelesaikan tugasnya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini penulis menyimpulkan hal-hal yang diterima selama melakukan kerja magang di Perusahaan dan memaparkan kritik dan saran berdasarkan kontribusi yang telah dilakukan penulis.