



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

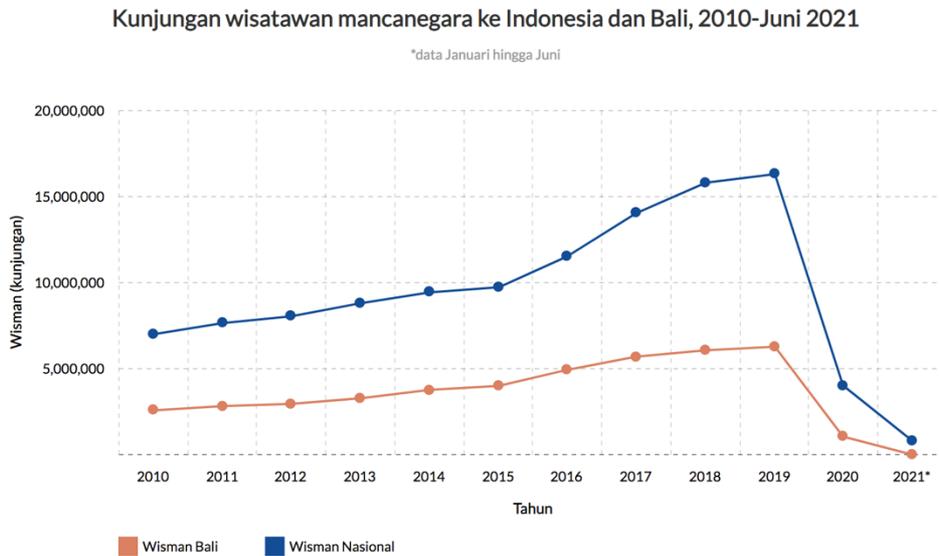
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan adalah sektor yang menyediakan layanan akomodasi kepada masyarakat umum. Industri ini mencakup kegiatan ekonomi seperti menggabungkan penawaran dan permintaan untuk memastikan pembelian dan penjualan produk pada waktu dan tempat tertentu. Menurut Nizar (2011), adanya pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi dimana telah dianalisa jumlah turis dan devisa pariwisata terhadap nilai tukar rupiah di Indonesia pada tahun 2014.

Munculnya pandemi covid-19 sangatlah berpengaruh besar pada sektor pariwisata dalam perekonomian Indonesia. Banyaknya tantangan bagi para pelaku industri akomodasi wisata dan perhotelan di Indonesia untuk terus bertahan dalam masa pandemi ini. Menurut data dari Buku Tren Pariwisata 2021, adanya penurunan drastis pada jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia pada bulan Februari 2020. Hal ini terus menurun hingga bulan April 2020. Jika dibandingkan dengan tahun 2019, tingkat kunjungan wisatawan nusantara menurun 30%. Hal ini sangatlah berdampak pada 1,58 juta pekerjaan di sektor pariwisata. Menurut data BPS, okupansi hotel pada bulan Januari dan Februari 2020 masih di rata-rata normal yaitu 49,71% dan 49,22%. Namun, adanya pandemi menyebabkan penurunan pada tingkat okupansi kamar hotel menjadi 43,24% pada bulan Maret dan terus menurun hingga 12,7% pada bulan April. Jumlah tingkat okupansi kamar hotel ini tetap di bawah 20% hingga memasuki bulan Juni 2020. Namun, adanya prediksi visi Indonesia dalam bidang pariwisata pada tahun 2045 yaitu Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata utama di dunia dimana wisatawan mancanegara nya mencapai 73,6 juta dan tingkat pertumbuhan devisa 4,9%/ tahun.



Gambar 1. 1 Penurunan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Sumber : BPS, 2021

Tingkat okupansi regional di Bali mengalami peningkatan hingga mencapai 20% sehingga berdasarkan beberapa indikator, akhir tahun 2021 akan menjadi periode yang lebih baik dikarenakan adanya pertumbuhan pada industri pariwisata menurut Konsultan dari Colliers Indonesia, Satria Wei.

Swiss-Belhotel International termasuk dalam bagian dari sektor pariwisata yang juga terdampak pandemi covid-19. Namun, kondisi pasarnya akan perlahan meningkat walaupun tidak akan meningkat secara langsung. Menurut penulis, inovasi dan adaptasi sangat perlu diterapkan dalam memajukan industri pariwisata. Dalam hal ini, Swiss-Belhotel International dan seluruh cabangnya termasuk Swiss-Belhotel Harbour Bay, Swiss-Belinn Baloi dan Zest Harbour Bay telah menerapkan dan memenuhi syarat protokol seperti *Cleanliness, Healthy, Safety and Environmental Sustainability (CHSE)* yang artinya memenuhi syarat Kebersihan, Kesehatan dan Keberlanjutan Lingkungan (K4).

Swiss-Belhotel Batam adalah pilihan penulis dalam memilih tempat kerja magang dikarenakan Batam dikenal sebagai kota destinasi wisata kuliner yang menarik wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke kota ini. Penulis ditempatkan di bagian *Marketing Communication* trainee yang merupakan bagian dasar dan kompleks dari upaya pemasaran perusahaan.

Marketing Communication ini mencakup beberapa kegiatan seperti *digital marketing, branding, public relation, marketing campaign dan weekly report*. Dalam hal ini, penulis melakukan kerja magang di Swiss-Belhotel Batam dikarenakan penulis tertarik dalam mempelajari strategi pemasaran pada perusahaan hotel. Penulis berkesempatan dalam menerima pembelajaran beberapa strategi pemasaran secara digital dan non-digital. Selain itu, kreativitas penulis juga dilatih dengan mendesain konten untuk media sosial. Rangkaian kegiatan dalam kerja magang ini membuat penulis menyusun laporan kerja magang berjudul “**Peran Digital Marketing pada Divisi Marketing Communication di Swiss-Belhotel Batam**”.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

1. Mempergunakan ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan
2. Meningkatkan kemampuan analisa berpikir penulis dalam menghadapi masalah dalam dunia kerja.
3. Menambahnya pengalaman dalam dunia kerja di bidang pemasaran hotel

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

1. Melatih penulis dalam menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi dalam dunia kerja dengan bekal ilmu yang telah dipelajari dari kampus.
2. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan melalui pengaplikasian ilmu dengan dunia industri.
3. Memenuhi syarat kelulusan di mata kuliah *Internship* dalam perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur kerja magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan kerja magang

Pelaksanaan kerja magang ini sesuai dengan surat pengantar magang yang diberikan terhitung mulai dari 18 Agustus 2021 sampai dengan 31 Desember 2021.

Berikut merupakan surat kerja magang yang ditulis :

Nama Perusahaan : Swiss-Belhotel Harbour Bay
Bidang Usaha : Marketing Communication
Waktu Pelaksanaan : 18 Agustus 2021 – 30 November 2021
Hari Kerja : Senin – Sabtu
Waktu Kerja : 08.00 – 16.00 WIB, 08.00 – 14.00 WIB
Posisi Magang : Marketing Communication
Alamat Perusahaan : Jl. Duyung Sei Jodoh, Sungai Jodoh, Kec. Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut prosedur yang dijalankan sebelum menjalankan kegiatan kerja magang :

1. Mencari lowongan kerja magang di bagian Marketing yang berada di daerah Batam melalui media sosial seperti LinkedIn, Website dan Instagram.
2. Mengisi formulir dokumen KM 01 DAN KM 02 untuk mengajukan rekomendasi magang dari pihak kampus.
3. Mengirim surat lamaran kerja magang (CV) kepada pihak perusahaan dan kemudian mendapat informasi untuk melakukan wawancara di perusahaan.
4. Melakukan wawancara dengan HRD dari perusahaan dan mengajukan surat pengantar magang kepada perusahaan
5. Penulis diterima di Swiss-Belhotel Harbour Bay sebagai *trainee* di divisi *Marketing Communication*

6. Penulis kemudian mendapatkan surat penerimaan magang dari perusahaan dan mengunggah surat tersebut ke dalam *link google drive* yang dikirimkan oleh ketua prodi Manajemen.
7. Penulis melengkapi KM-03 yang berisi mengenai kartu kerja magang yang memerlukan tanda tangan dari pembimbing lapangan.
8. Pembimbing menjelaskan deskripsi pekerjaan yang akan dilakukan pada penulis
9. Penulis mengumpulkan data yang diperlukan untuk laporan kerja magang
10. Penulis menyusun laporan kerja magang sesuai dengan format yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
11. Penulis mengisi form KM 04 yang berisi form kehadiran kerja magang yang perlu ditandatangani oleh pembimbing lapangan
12. Penulis mengisi form KM 05 yang berisi form laporan realisasi kerja magang yang perlu ditandatangani oleh pembimbing lapangan
13. Selanjutnya, ketika masa kerja magang telah berakhir, penulis diwajibkan menyerahkan form KM 06 yang berisi penilaian kerja magang kepada pembimbing lapangan.
14. Pengesahan laporan kerja magang dilakukan oleh dosen pembimbing dan dosen penguji penulis atas pengetahuan ketua prodi manajemen.
15. Penulis melakukan sidang kerja magang sesuai jadwal yang telah ditentukan.



1.4 Sistematika Penulisan

Bab ini dibuat sebagai gambaran umum agar pembaca mengetahui urutan pembahasan yang telah disusun. Berikut penjelasan dari masing masing bab

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran latar belakang dari industri hotel, tujuan dan manfaat kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang dan sistematikan penulisan laporan magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini memaparkan gambaran umum tentang perusahaan tempat kerja magang, struktur organisasi dari perusahaan serta landasan teori yang berkaitan dengan topik pembahasan

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan tentang tugas apa saja yang dikerjakan selama menjalankan kerja magang

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan akhir selama melakukan kerja magang serta saran saran yang dibuat untuk perusahaan kerja magang yang sekiranya dapat membantu dalam pengembangan perusahaan.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA