

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak, yang dimana saat ini Indonesia menempati urutan keempat di dunia. Jumlah penduduk Indonesia tersebar ke seluruh wilayah dari sabang sampai merauke, namun wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Jawa Barat dengan total 47,59 juta jiwa. Selain itu wilayah lainnya terdapat Jawa Timur dengan total 40,99 juta, dan Jawa tengah dengan total 37,23 juta jiwa (Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2021). Pulau Jawa memiliki jumlah penduduk tertinggi dikarenakan tingkat kemajuan pembangunan yang tinggi, kekayaan sumber daya alam yang melimpah, usaha pengembang pusat perbelanjaan, serta lahan yang subur sehingga dimanfaatkan sebagai aktivitas bisnis seperti pertanian maupun peternakan (Kementrian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2015). Selain itu, letak ibukota juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi banyaknya jumlah penduduk di pulau Jawa. Ibukota Indonesia atau yang dapat disebut juga dengan Kota Jakarta merupakan pusat perekonomian negara, dimana memiliki tingkat aktivitas bisnis yang tinggi di dalamnya (Merdeka.com, 2021).

Tingginya tingkat aktivitas bisnis inilah yang membuat banyak penduduk berbondong-bondong masuk ke wilayah Jawa khususnya Kota Jakarta untuk mencari mata pencaharian. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta, jumlah penduduk Jakarta pada tahun 2021 yaitu mencapai 10.609.681 jiwa. Dengan banyaknya jumlah penduduk di Jakarta maka berbanding lurus juga dengan meningkatnya tempat tinggal yang dibutuhkan, salah satu peluang bisnis dari permasalahan tersebut yaitu bisnis properti atau *real estate*. Bisnis tanah, bangunan, maupun pusat perbelanjaan ini tidak akan menurun seiring dengan terus bertambahnya jumlah penduduk yang ada, hal tersebut dapat dilihat dari adanya

kenaikan nilai penjualan rumah di Jabodebek pada kuartal ketiga tahun 2021 sebesar 53,5% (Bisnis.com, 2021). Selain tempat tinggal, usaha pengembang pusat perbelanjaan juga menunjukkan peningkatan yang searah dengan perkembangan ekonomi nasional khususnya Ibukota. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat keterisian atau okupansi pusat perbelanjaan atau Mall di Jakarta pada awal tahun 2022 sebesar 87% (Bisnis.com, 2022). Tidak hanya itu, perkembangan pusat perbelanjaan di Jakarta juga sangat pesat, yang dibuktikan dengan adanya 132 pusat perbelanjaan di tahun 2022. Usaha pengembang pusat perbelanjaan atau Mall saat ini menjadi sasaran utama bagi para pengusaha dikarenakan tingginya minat dari masyarakat Ibukota yang sedang mencari hiburan ataupun dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya, hal tersebut dapat dilihat dari adanya lebih dari 62 pusat perbelanjaan di Jakarta yang selalu ramai dikunjungi baik penduduk lokal maupun wisatawan dari kota lain (Okezone.com, 2022)

Dalam proses pemenuhan kebutuhan penduduk di pulau Jawa khususnya kota Jakarta, sangat diperlukan pengembangan usaha properti dan pusat perbelanjaan yang baik. Banyak cara yang dapat dilakukan seperti memperluas target pasar, memelihara bangunan dan fasilitas yang ada, cara pengelolaan dan pengembangan yang baik, dan peran sumber daya manusia di dalamnya. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *shopping area*, jasa hotel, dan pusat perbelanjaan yang selalu memfokuskan pada pengelolaan dan pengembangan yang baik serta memperhatikan peran sumber daya manusia di dalamnya yaitu PT. Metropolitan Kentjana Tbk. Pengelolaan dan pengembangan usaha properti dan pusat perbelanjaan tidaklah mudah, namun perusahaan yang sudah berdiri sejak 1972 ini selalu memperhatikan mutu dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumennya.

PT. Metropolitan Kentjana memiliki target pasar yaitu kalangan menengah dan kalangan menengah atas, karena hal tersebut perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan mutu dan pelayanan baik barang atau jasa kepada konsumennya agar mereka merasa puas dengan apa yang telah diberikan. Beberapa upaya yang

dilakukan oleh PT Metropolitan Kentjana adalah dengan menghadirkan nuansa baru yang belum ada sebelumnya seperti mengadakan acara-acara menarik, memberikan pelayanan umum seperti sentra vaksin *booster*, mengutamakan keselamatan para pengunjung di pusat perbelanjaannya, serta membangun tenant relation yang baik. Membangun tenant relation yang baik dapat dilakukan dengan membangun *Customer Relation Management* (CRM) yang kokoh.

Selama menjalani praktik kerja magang di PT Metropolitan Kentjana khususnya Pondok Indah Mall, penulis banyak belajar mengenai cara membangun *Customer Relation Management* dalam divisi *Guest Service Lounge* (*tenant relation*). Di dalam tenant relation ini, penulis memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan atau menjembatani komunikasi yang baik antara tenant, pengunjung maupun divisi lain yang ada di perusahaan. Divisi ini merupakan garda terdepan dari Pondok Indah Mall dan kunci dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan bagian dari pembangunan peran *Customer Relation Management* yang baik. Pelayanan tersebut dapat dijabarkan seperti membangun komunikasi dengan pelanggan, selalu terhubung dengan pelanggan, meminta umpan balik dari pelanggan, serta mengatasi setiap keluhan yang datang dari pelanggan (Qiscus, 2021). Maka dari itu penulis berusaha memberikan kontribusi maksimal dalam membangun peran CRM selama menjalani praktik kerja magang di PT. Metropolitan Kentjana. Adapun penulis mengangkat laopran magang ini dengan judul “Peran *Customer Relation Management* dalam Aktivitas Bisnis Pondok Indah Mall”.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang ini memiliki tujuan untuk memenuhi kewajiban akademis dengan Mata Kuliah *Professional Business Ethics*, *Industry Experience*, *Industry Model Validation*, dan *Evaluation and Reporting*

yang mempunyai bobot sebesar 20 sks. Kewajiban akademis tersebut juga dipenuhi sebagai salah satu persyaratan kelulusan (S1) dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, dengan dilakukannya praktik kerja magang ini mahasiswa juga dapat memiliki pengalaman tentang pekerjaan sesuai dengan bidang yang telah dipelajarinya semasa kuliah. Dengan adanya pengalaman yang telah diperoleh, maka nantinya mahasiswa sudah memahami dunia pekerjaan dan dapat menerapkan pengetahuan ataupun teori yang sudah dipelajari semasa kuliah secara langsung di dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun adanya tujuan dari dilaksanakannya Praktik Kerja Magang di PT Metropolitan Kentjana Tbk adalah sebagai berikut:

1. Salah satu persyaratan untuk memenuhi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) sebagai syarat untuk kelulusan Sarjana (S1) dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di dapat selama proses perkuliahan pada program studi Manajemen seperti membangun dan memanage hubungan yang baik dengan *stakeholder's* perusahaan, serta mempertahankan value perusahaan dalam setiap aktivitas bisnis yang dilakukan.
3. Menambah wawasan mengenai aktivitas bisnis khususnya dalam membangun *customer relation management* yang baik di PT Metropolitan Kentjana Tbk.
4. Memberi pembekalan pada diri sendiri sebelum terjun langsung ke dunia pekerjaan

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan Praktik Kerja Magang dilakukan dari tanggal 3 Januari 2022 sampai dengan 24 Juni 2022 dengan jam kerja dari hari Senin – Jumat dan mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB. Praktik Kerja Magang dilaksanakan sesuai dengan Standar program MBKM yaitu selama 6 bulan atau 800 jam kerja. Adapun dibawah ini merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang oleh penulis:

Nama Perusahaan : PT Metropolitan Kentjana
Bidang Usaha : Properti
Waktu Pelaksanaan : 3 Januari 2022 – 20 Juni 2022
Hari Kerja : Senin - Jumat
Waktu Kerja : 09.00 – 17.00 WIB
Posisi Magang : Service & Promotion
Alamat Perusahaan : Jl. Metro Duta Niaga Blok B5 Pondok Indah,
Jakarta Selatan 12310 – Indonesia. Dengan
penempatan pada Pondok Indah Mall

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan berdasarkan ketentuan dalam buku Panduan MBKM Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, terdapat 3 tahap dalam prosedur pelaksanaan praktik kerja magang, yaitu:

1. Awal
 - a. Mengajukan permohonan magang dengan mengisi registrasi pada *website* Merdeka.umn.ac.id sebagai acuan dalam pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang.

- b. Setelah berhasil melakukan registrasi, selanjutnya akan mendapatkan surat Form MBKM 01 dari Kampus Merdeka untuk diberikan ke perusahaan.
- c. Mempersiapkan CV, Transkrip Nilai Sementara, dan Surat Pengantar Magang untuk diajukan kepada Bapak Grandis Gumilar selaku staf *Human Resource* Pondok Indah Mall.
- d. Melakukan *interview* dengan Bapak Grandis (HR Pondok Indah Mall) dan Ibu Imelda (*Supervisor Guest Service Lounge*) melalui *Zoom Meeting*.
- e. Penulis diterima menjadi karyawan magang pada divisi Guest Service Lounge (Service & Promotion) di PT Metropolitan Kentjana (Pondok Indah Mall).
- f. Melengkapi formulir *complete registration* di web Merdeka.umn.ac.id dengan mengisi informasi terkait Perusahaan tempat Praktik Kerja Magang, posisi, dan *job description* dari divisi yang dipilih.

2. Pelaksanaan

- a. Menyerahkan surat keterangan diterima magang dari PT. Metropolitan Kentjana kepada pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara melalui web Merdeka.umn.ac.id.
- b. Mendapatkan arahan mengenai posisi dan tugas di divisi *Guest Service Lounge* serta nilai dan aturan yang berlaku di perusahaan.
- c. Menjalankan praktik kerja magang dengan melakukan absensi harian saat sebelum masuk dan sesudah pulang kerja.
- d. Mengisi keterangan pekerjaan yang dilakukan yang dilakukan setiap harinya di web Merdeka.umn.ac.id pada bagian *daily task*.

BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA MAGANG

Bab ini memaparkan tentang pelaksanaan praktik kerja magang mulai dari posisi kedudukan dalam perusahaan, proses saat pelaksanaan praktik kerja magang, maupun kendala dan solusi apa saja yang penulis alami selama dilaksanakannya praktik kerja magang di PT Metropolian Kentjana Tbk.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan dari hasil praktik kerja magang yang sudah dilakukan oleh penulis mulai dari pokok permasalahan yang diambil dalam laporan ini serta kesesuaian teori yang telah diajarkan dengan praktik kerja nyata di PT Metropolitan Kentjana Tbk. Selain itu, bab ini juga menjelaskan mengenai saran yang telah dibuat oleh penulis tentang kendala yang ditemukan penulis saat menjalani praktik kerja magang di PT Metropolitan Kentjana Tbk