

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman adalah salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang dan berubah seiring waktu. Restoran dan outlet makanan menjadi tempat utama bagi konsumen untuk menjelajahi berbagai jenis kuliner dan pengalaman gastronomi. Perubahan gaya hidup, peningkatan kesadaran akan kesehatan, dan tuntutan akan pengalaman kuliner yang unik telah mengubah dinamika industri ini. Outlet Holywings sebagai bagian dari ekosistem ini, harus terus beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen, serta berinovasi dalam penyajian produk dan layanan (Türker & Süzer, 2022).

Outlet Holywings, seperti outlet-outlet lainnya, menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan operasionalnya. Persaingan yang semakin ketat dari outlet sejenis, perubahan tren konsumen, fluktuasi harga bahan baku, serta kebijakan regulasi yang berubah-ubah menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan ini. Tantangan lainnya termasuk ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas, manajemen rantai pasok yang efektif, dan kemampuan untuk tetap relevan di era digital. Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu mencari strategi yang inovatif dan terintegrasi untuk meningkatkan daya saingnya (Ning & Yao, 2022).

Daya saing juga berhubungan dengan perilaku konsumen dalam konteks makanan dan minuman juga mengalami perubahan yang signifikan. Konsumen tidak hanya mencari produk yang lezat, tetapi juga berorientasi pada nilai tambah seperti keberlanjutan, kebersihan, dan pengalaman unik. Ini mengimplikasikan bahwa Outlet Holywings perlu memahami lebih dalam kebutuhan dan harapan pelanggan untuk dapat memberikan layanan yang memuaskan. Adopsi teknologi juga berpengaruh signifikan pada cara konsumen berinteraksi dengan outlet makanan. Pemesanan online, aplikasi pengiriman makanan, dan eksposur melalui media sosial menjadi faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam strategi pemasaran dan event (Huang & Siao, 2023). Oleh karena itu, Outlet Holywings perlu memanfaatkan teknologi ini secara efektif agar dapat mencapai dan mempertahankan pangsa pasar.

Event merupakan salah satu strategi yang dapat diadopsi oleh Outlet Holywings untuk meningkatkan kinerja. Event dapat menciptakan kegembiraan, menarik perhatian pelanggan potensial, dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan. Dengan menyelenggarakan event khusus, seperti peluncuran menu baru, perayaan hari-hari spesial, undang artis papan atas ataupun dj internasional hingga menjalin kerjasama dengan influencer kuliner (Ingrassia et al., 2022), Outlet Holywings dapat membangun buzz positif di kalangan konsumen. Selain itu, event juga memberikan kesempatan bagi Outlet Holywings untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, mendapatkan umpan balik langsung, dan membangun hubungan yang lebih erat. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui event, Outlet

Holywings dapat merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen.

Strategi pemasaran memegang peranan kunci dalam kesuksesan Outlet Holywings. Pemasaran tidak hanya tentang mempromosikan produk, tetapi juga tentang membangun citra merek, mengidentifikasi segmen pasar yang tepat, dan mengkomunikasikan nilai unik yang dimiliki oleh Outlet Holywings. Dalam era digital, pemasaran online menjadi semakin penting. Media sosial, situs web, dan kampanye digital dapat menjadi sarana efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Outlet Holywings perlu memanfaatkan platform-platform ini secara strategis untuk meningkatkan visibilitasnya, mengembangkan basis pelanggan online, dan menjaga keterlibatan konsumen.

Laporan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang sejauh mana penerapan strategi event dan pemasaran dapat mempengaruhi peningkatan kinerja Outlet Holywings. Dengan mengidentifikasi keberhasilan atau hambatan dalam penerapan strategi ini, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah perbaikan yang sesuai. Dalam menghadapi dinamika industri makanan dan minuman yang terus berubah, Outlet Holywings perlu mengadopsi strategi yang inovatif dan terintegrasi. Penerapan strategi event dan pemasaran menjadi pilihan yang menjanjikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Keputusan penulis untuk melakukan magang di Holywings didasari oleh beberapa pertimbangan. Pertama, Holywings dikenal sebagai salah satu restoran dan

bar yang sukses di industri kuliner Jakarta. Prestasinya dalam menyajikan pengalaman unik kepada pelanggan serta memiliki reputasi yang baik dalam hal pelayanan dan kualitas makanan menjadi daya tarik utama. Selain itu, minat penulis dalam bidang pengembangan bisnis dan strategi pemasaran membuat Holywings menjadi pilihan yang tepat untuk menjalani magang. Perusahaan ini tidak hanya menonjolkan kreativitas dalam menyajikan hidangan, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan event untuk menarik perhatian pelanggan.

Penulis memfokuskan laporan ini pada upaya peningkatan kinerja outlet holywings melalui strategi penerapan event dan strategi pemasaran karena topik tersebut menarik perhatian penulis. Hal ini disebabkan oleh ketertarikan penulis dalam eksplorasi strategi bisnis yang inovatif dan efektif. Sebagai seorang calon profesional di bidang Business Development, penulis yakin bahwa pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran dan event merupakan kunci kesuksesan dalam mengembangkan bisnis restoran dan bar.

Dalam laporan ini, penulis berharap dapat memahami lebih lanjut tentang bagaimana Holywings merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kinerja outlet mereka. Selain itu, juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk belajar mengenai peran strategi event dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang unik dan meningkatkan daya tarik tempat tersebut.

Melalui magang ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung upaya Holywings dalam meningkatkan kinerja outlet mereka. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang penulis peroleh selama magang, penulis yakin dapat memberikan ide-ide segar dan solusi inovatif untuk mendukung pertumbuhan bisnis Holywings di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul laporan magang ini adalah **“Upaya Peningkatan Kinerja Outlet Holywings Melalui Strategi Penerapan Event Dan Strategi Pemasaran”**.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1. Maksud Dilakukannya Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang di Holywings dengan maksud sebagai berikut:

1. Untuk memperdalam ilmu pengetahuan tentang *business development* bagi penulis dengan cara, mempelajari tugas dan kewajiban yang dikerjakan oleh divisi *business development* dari Holywings dan juga memahami tugas yang dikerjakan oleh *business development* di Holywings.
2. Mengikuti program magang menjadi *business development* dalam memperbanyak pengalaman kerja dengan melakukan program magang, dan mengikuti dan menyelesaikan tugas yang diberikan oleh tim *business development* di Holywings.

1.2.2. Tujuan Dilakukannya Kerja Magang

Setelah penulis membahas tentang latar belakang dan maksud dilakukannya kerja magang, maka penulis akan membahas tujuan untuk dilakukannya kerja magang dengan yang dimaksud sebagai berikut:

Mendapatkan pengalaman secara langsung dalam melaksanakan tugas business development di Holywings.

1. Mendapatkan ilmu pengetahuan baru tentang business development.
2. Memahami tugas yang dikerjakan oleh business development untuk para karyawan yang bekerja di Holywings.
3. Memahami bagaimana cara kerja divisi business development.
4. Menjalankan dan menyelesaikan salah satu syarat kelulusan sebagai Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Kerja Magang

Dalam proses program kegiatan kerja magang dilaksanakan sesuai dengan standar dan dengan ketentuan yang sudah berlaku dan ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yakni 800 jam kerja atau 100 hari kerja, dengan uraian pelaksanaan proses kegiatan program magang di Holywings sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Holywings

Alamat Perusahaan : The Breeze BSD Unit L02, JL. BSD Green
Office Park, Sampora, Kec. Cisauk, Kabupaten
Tangerang, Banten 15345

Dalam Bidang Usaha : Restoran dan bar

Waktu Pelaksanaan Magang : 13 September 2023 sampai 18 November 2023

Posisi Magang : *Business development.*

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur dalam pelaksanaan kerja magang yang dijalankan penulis sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan Holywings, dengan prosedur yang sudah ditetapkan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a. Penulis mempelajari teori yang kemungkinan berguna dalam masa proses kegiatan magang, khususnya di bidang *business development.*
 - b. Mengikuti program perkuliahan reguler untuk mempersiapkan diri untuk mengikuti program magang.
 - c. Penulis menyiapkan pembuatan curriculum vitae (CV)
 - d. Mencari tempat magang melalui online dan juga offline.

2. Tahap Pengajuan Magang
 - a. Penulis menawarkan diri untuk dapat bisa melakukan kegiatan program

magang kepada pemilik Holywings.

- b. Penulis diterima untuk bisa melakukan proses program magang di Holywings, dan memberikan dokumen yang diminta oleh pemilik untuk disampaikan kepada *business development* dari Holywings, untuk diproses lebih lanjut.

3. Tahap Recruitment

- a. Penulis diundang untuk datang ke Holywings untuk bisa melanjutkan proses ke tahap interview sebagai *business development* dari Holywings.
- b. Setelah melalui proses interview sebagai *business development* dari Holywings, lalu penulis diminta untuk ke tahap interview.
- c. Penulis mendapatkan kabar bahwa penulis diterima untuk menjalankan proses program magang di Holywings sebagai *business development*.
- d. Tahap Finalisasi Berkas
- e. Penulis memberikan dokumen yang dibutuhkan, seperti foto copy Kartu Tanda Penduduk (KTP), curriculum vitae (CV), Kartu Keluarga (KK), No Rekening Bca untuk kebutuhan pendaftaran program magang di Holywings.
- f. Penulis memberikan cover letter MBKM Internship track 1.
- g. Penulis mendapatkan Acceptance letter dari perusahaan yang menyatakan bahwa penulis diterima di Holywings yang langsung diberikan kepada penulis.

4. Tahap Praktik Kerja Magang

- a. Penulis menjalani proses kegiatan program kerja magang selama 3 sampai 4 bulan sesuai dengan kontrak yang sudah ditandatangani sebelumnya.
- b. Penulis mengikuti kegiatan program kerja magang sesuai dengan tugas yang diberikan sebagai *business development*, dan juga mengikuti arahan dari *business development* Holywings.
- c. Penulis mengikuti bimbingan kegiatan program magang dengan dosen pembimbing untuk membimbing prosesnya kegiatan program kerja magang.
- d. Penulis menulis laporan hasil kerja magang dengan berjudul “Upaya Peningkatan Kinerja Outlet Holywings Melalui Strategi Penerapan Event Dan Strategi Pemasaran.”
- e. Penulis mengikuti proses sidang magang, sebagai bentuk salah satu syarat untuk bisa mendapatkan gelar Sarjana Manajemen, Program studi Manajemen Fakultas Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara.

1.4. Sistematika Penulisan Laporan Kerja Magang

Untuk memudahkan pemahaman pembaca, laporan magang sering kali disusun menjadi empat bagian, yang masing-masing memiliki fungsi dan isi berbeda. Meskipun demikian, semua bab tersebut saling berkaitan satu sama lain. Penulis secara tegas mengikuti kriteria program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara saat menyusun laporan magang. Hasilnya, laporan ini disusun dan metodis dan ditulis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Penjelasan mendasar atau menyeluruh mengenai peristiwa seputar laporan magang diberikan pada bab I. Terdapat beberapa topik utama pada bab I, antara lain maksud dan tujuan penulis melakukan program magang, jangka waktu dan proses, serta riwayat penulis. pelaksanaan tugas magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Penulis memberikan gambaran umum organisasi pada bab II. Holywings adalah nama perusahaan tempat penulis menyelesaikan program magang ini. Penulis akan membahas sejarah singkat, visi dan misi perusahaan Holywings pada bab II. Mereka juga akan membahas struktur organisasi perusahaan. Sinopsis bisnisnya akan mirip dengan logo dan slogan Holywings, yang memungkinkan perusahaan untuk tumbuh dan bertahan bahkan dalam menghadapi kesulitan. Barang-barang yang diproduksi dan didistribusikan oleh Holywings, serta nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh bisnis dalam hubungannya dengan pemasok, pelanggan, dan pihak lain. Hal terakhir yang dibahas adalah struktur organisasi Holywings.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Penulis memaparkan bagaimana pelaksanaan program magang di Holywings pada bab III. Penulis meliputi sejumlah topik, antara lain peran dan koordinasi penulis selama pelaksanaan program di Holywings, tanggung jawab dan uraian pekerjaan

magang, yang menjelaskan secara lengkap dan menyeluruh keterlibatan penulis dalam kegiatan program magang. Penulis juga menemui dan mengalami beberapa tantangan ketika melakukan pekerjaan magang. Solusi atas masalah yang dihadapi selama program magang Holywings.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan pengalaman penulis mengikuti program magang Holywings disajikan pada Bab IV. Penulis menawarkan rekomendasi di Bab IV untuk bisnis, institusi akademik, dan mahasiswa yang tertarik untuk magang di masa depan.