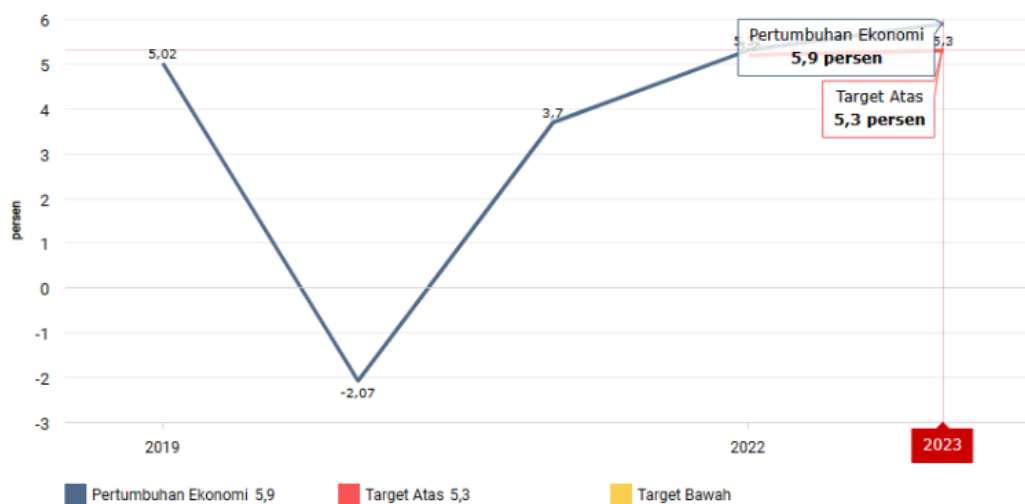


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 menjadi salah satu alasan mengapa banyak perusahaan tidak dapat *survive* menjalankan aktivitas bisnisnya. Banyak perusahaan pada akhirnya terjebak dalam situasi tidak menentu tersebut yang tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut untuk gagal dalam mempertahankan posisinya.



(Sumber: Kata Data, 2023)

**Gambar 1.1** *Indonesia's Economic Growth in 2019-2023*

Berdasarkan pada data Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tahun 2019 hingga 2023, menunjukkan bahwa terjadi penurunan drastis terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia pada tahun 2020 dengan penurunan sebesar -2,07% yang membuat posisi perekonomian Indonesia ada dalam ancaman. Penurunan ini jelas ada relasi kuat dengan adanya Covid-19 yang melanda Indonesia di Kuartal 1 (pertama), Q1 2020 pada tanggal 2 Maret 2020 lalu. Diperlukan perbaikan outlook Indonesia agar bisa menjadi stabil melihat dari kondisi ekonomi Indonesia. Pemerintah pada akhirnya melakukan konsolidasi kebijakan fiskal secara terus-menerus guna memulihkan kondisi ekonomi Indonesia, yang pada akhirnya menghasilkan output positif. Tingkah pertumbuhan ekonomi Indonesia ini

meningkat sebesar 5,77% dari yang sebelumnya -2,07% menjadi 3,7% di Kuartal 1 (Q1) 2021, dan terus mengalami peningkatan signifikan sebesar 1,5% di Kuartal 2 (Q2) 2022 hingga pada tahun 2023 akhirnya Pertumbuhan Ekonomi Indonesia cenderung ada dalam kondisi yang relatif aman dan stabil, dengan Target atas Pertumbuhan 2023 sebesar 5,3%, tapi ternyata hingga saat ini Pertumbuhan ini mengalami peningkatan sebesar 5,9%.

Berbagai sektor perekonomian Indonesia tentu terkena dampaknya akibat adanya kasus Covid-19 yang begitu cepat, mulai dari sektor pariwisata, hingga sektor Real Estate & Property sekalipun. Bagaimana tidak, sektor bisnis krusial ini terancam terhitung dari tahun 2020 lalu karena berbagai kebijakan pemerintah untuk memulihkan kondisi Indonesia dengan membuat New Normal atau pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk tidak keluar rumah, yang secara tidak langsung menghambat proses bisnis penjualan properti.

Pengaruh dari pandemi yang dihasilkan ini mulai menjadi tantangan baru bagi sektor Real Estate & Property, tidak hanya di Indonesia namun seluruh dunia. Penekanan yang dilakukan seperti pembatasan sosial, penurunan mobilitas, dan ketidakpastian ekonomi yang diakibatkan secara tidak langsung menyebabkan pergeseran dalam economy demands dan dinamika pasar properti. Tentunya terdapat beberapa pengaruh yang dihasilkan dari pandemi terkait perkembangan ekonomi dalam sektor properti, sebagai berikut:

#### 1. Penurunan Permintaan Properti

Kondisi ekonomi yang tidak stabil yang sekaligus diimbangi dengan kekhawatiran krisis kesehatan ini telah mengurangi permintaan properti, yang pada akhirnya membuat para calon pembeli dan penyewa yang menunda keputusan terkait pembelian, penyewaan atau pemindahan properti. Dampaknya dapat terlihat secara langsung pada tahun 2020 menengah yaitu penurunan penjualan dan penyewaan property.

#### 2. Penurunan Nilai Investasi

Rendahnya tingkat permintaan properti yang dihasilkan oleh pandemi ini telah menyebabkan penurunan nilai properti secara menyeluruh. Harga jual dan nilai sewa mulai menurun, terutama dalam sektor komersil seperti pusat belanja,

perkantoran, perhotelan, dan sebagainya. Pada akhirnya, penurunan ini berimbas negatif terhadap owner daripada properti atau investor properti tersebut.

### 3. Penundaan Proyek Pembangunan

Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan properti untuk melanjutkan atau memulai proyek pembangunan yang baru. Dikarenakan pembatasan dalam segala aspek termasuk pemasok, tenaga kerja, sumber daya, dan bahkan peraturan konstruksi yang ketat mengakibatkan penundaan dalam pembangunan properti baru atau renovasi yang pada akhirnya menghambat perkembangan real estate property.

### 4. Perubahan Permintaan

Pandemi Covid-19 telah merubah preferensi dan pola permintaan terhadap properti, seperti adanya tren Work From Home (WFH) atau tren bekerja dari jarak jauh lainnya yang meningkatkan permintaan akan ruang tambahan di rumah, sementara permintaan akan ruang kantor tradisional menurun. Demikian sektor industri dan logistik telah mengalami peningkatan permintaan, sementara sektor ritel tradisional mengalami penurunan secara langsung.

### 5. Penurunan Pendapatan Sewa

Penyewa properti komersial, seperti toko ritel, restoran, mereka mengalami kesulitan finansial selama pandemi. Penyewa yang terdampak oleh penurunan pendapatan seringkali meminta pengurangan harga sewa atau penangguhan pembayaran yang mengakibatkan penurunan pendapatan bagi property owner.

### 6. Penurunan Investasi Properti

Ketidakpastian yang tinggi di pasar keuangan akibat pandemi Covid-19, termasuk investasi properti salah satunya. Banyak investor yang menjadi lebih berhati-hati dan cenderung menunda atau bahkan mengurangi investasi properti mereka yang secara tidak langsung juga merugikan banyak aspek lain.

Penghambatan ini pada akhirnya juga menemukan titik terang ketika akhirnya, seiring berjalannya waktu perekonomian Indonesia mulai berangsur baik. Namun, tentunya diperlukan pemberdayaan dalam setiap perusahaan untuk bisa meningkatkan loyalitas karyawan bagi perusahaannya. Bagaimana sebuah perusahaan bisa memberdayakan seluruh aspek perusahaan mulai dari sistematis,

hingga budayanya, karena hal ini berkaitan erat dengan employee satisfaction terhadap perusahaan, baik itu dari cara bekerjanya, ataupun lingkungan bekerjanya. Tingkat loyalitas karyawan dalam sebuah perusahaan di Indonesia masih sangat rendah. Berdasarkan pada survei yang dilakukan Tower Watson mengenai Global Workforce Study pada 29 negara termasuk Indonesia, menyimpulkan bahwa para pekerja Indonesia memiliki tingkat loyalitas bekerja yang sangat rendah. Faktor penyebab rendahnya tingkat loyalitas ini timbul mulai dari tingginya pressure dalam bekerja, sistem dan budaya bekerjanya, hingga adanya hubungan yang kurang baik antar karyawan dengan atasan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan selama masa penurunan perekonomian:

#### 1. Ketidakpastian Pekerjaan

Penurunan perekonomian seringkali menyebabkan ketidakpastian pekerjaan, dengan adanya risiko pemutusan hubungan kerja (PHK) atau penurunan pendapatan. Karyawan mungkin merasa tidak aman dengan situasi ini dan dapat mencari peluang kerja lain yang lebih menjanjikan dan lebih stabil.

#### 2. Kesenjangan Antara Pengorbanan dan Kompensasi

Para pegawai mungkin merasa bahwa mereka telah mengerahkan kesempatan yang dimilikinya, mengeluarkan pengorbanan seperti bekerja lebih keras atau menerima pemotongan gaji atau tunjangan, tanpa mendapatkan kompensasi yang sesuai. Hal inilah yang pada akhirnya dapat menurunkan rasa loyalitas karyawan terhadap perusahaan, dan mendorong karyawan untuk mencari alternatif terhadap perusahaan dan mendorong karyawan untuk mencari alternatif yang lain yang memiliki penawaran lebih baik dan imbalan yang lebih baik.

#### 3. Kurangnya Pengembangan dan Peluang Karir

Penurunan perekonomian yang terjadi ini membuat perusahaan mengurangi investasi dalam pengembangan karyawan dan peluang karir. Karyawan yang merasa terhambat dalam perkembangan dan kemajuan mereka atau merasa tidak dihargai mungkin mencari kesempatan di tempat lain yang menawarkan pertumbuhan profesional individu yang lebih baik dan lebih menjanjikan.

#### 4. Lingkungan Kerja yang Tidak Stabil

Penurunan perekonomian menyebabkan perubahan organisasi atau *organizational changes*, restrukturasi organisasi, atau pengurangan tim yang pada akhirnya dapat menciptakan ketidakstabilan di tempat kerja, meningkatkan tingkat stres karyawan, dan mengurangi *employee satisfaction*.

#### 5. Komunikasi yang Kurang Efektif

Perusahaan tentunya menghadapi tantangan dalam berkomunikasi dengan jelas dan transparan kepada karyawan mengenai situasi perusahaan dan langkah yang harus diambil dalam merespons, maka kurangnya komunikasi yang efektif inilah dapat meningkatkan rasa ketidakpastian dan ketidakpuasan karyawan terhadap perusahaan dalam melakukan aktivitas bekerjanya.

#### 6. Tawaran Lain yang Lebih Menarik

Beberapa perusahaan tidak mampu memberikan insentif atau manfaat (*benefit*) tambahan kepada karyawannya, yang mengakibatkan karyawan tergoda untuk mencari *opportunity* lain dalam perusahaan lain yang menawarkan paket kompensasi atau *benefit* yang lebih banyak dan lebih baik.

Kepuasan bekerja merupakan sebuah faktor yang sangat krusial dalam melakukan aktivitas bekerja sehari-harinya. Melihat perusahaan yang memiliki tingkat *employee satisfaction* yang rendah dalam melakukan pekerjaannya, pada akhirnya juga akan menjadi bumerang bagi perusahaan karena artinya *output* yang dihasilkan juga tidak akan baik ataupun maksimal.

Setiap individu memiliki tingkat kepuasan bekerja yang berbeda-beda sesuai dengan batasan dan sistem penilaian yang mereka miliki. Namun pada dasarnya, karyawan yang memiliki kepuasan bekerja yang tinggi akan senang melakukan pekerjaannya yang juga akan meningkatkan produktivitas kerjanya secara tidak langsung. Maka, penting bagi perusahaan dapat menaruh perhatian lebih terhadap lingkungan kerja dari perusahaannya disetiap lini departemen, menciptakan sebuah lingkungan bekerja yang baik dan kondusif untuk mengedepankan kenyamanan para karyawan agar dapat bekerja secara lebih optimal dan memiliki hubungan bekerja yang sehat. *Employee satisfaction* atau kepuasan karyawan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja karyawan dalam berbagai aspek. Berikut diantaranya:



### 1. Produktivitas yang Tinggi

Karyawan yang puas dengan pekerjaan dan lingkungan kerja, mereka cenderung lebih produktif. Pasalnya, mereka memiliki motivasi internal yang tinggi dan merasa termotivasi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka. Mereka yang puas juga akan lebih fokus, lebih bersemangat, dan lebih berdedikasi dalam menyelesaikan tugas mereka atau pekerjaan mereka dengan baik.

### 2. Kualitas Kerja yang Lebih Baik

Karyawan yang puas dengan pekerjaan dan lingkungan kerja, mereka cenderung memberikan hasil kerja yang lebih baik. Mereka memiliki kepuasan intrinsik dalam pekerjaan mereka, yang tentunya berdampak pada kualitas atau produktivitas yang dihasilkan. Karyawan yang puas cenderung berusaha untuk mencapai standar yang sudah mereka tetapkan dan memberikan hasil yang lebih memuaskan.

### 3. Loyalitas dan Retensi Karyawan yang Tinggi

Tingkat kepuasan yang tinggi mempengaruhi loyalitas dan retensi karyawan. Mereka yang puas akan lebih lama berada dalam perusahaan, mengurangi tingkat *turnover* atau pergantian karyawan. Hal ini membantu perusahaan menghemat biaya rekrutmen dan pelatihan, serta mempertahankan pengetahuan dan pengalaman yang berharga dalam sebuah organisasi.

### 4. Kolaborasi dan Tim Kerja yang Efektif

Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan mereka cenderung lebih terbuka untuk berkolaborasi dengan rekan kerja. Mereka cenderung bekerjasama dalam tim, berbagi pengetahuan, dan mendukung satu sama lain. *Employee satisfaction* yang ada ini pada akhirnya menciptakan lingkungan kerja yang positif dimana kolaborasi dan sinergi dapat berkembang, yang berdampak positif pada kinerja tim secara keseluruhan.

### 5. Kehadiran yang Konsisten

Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan mereka memiliki tingkat absensi yang lebih rendah. Mereka cenderung lebih termotivasi untuk datang ke kantor atau tempat kerja, memiliki tingkat ketepatan waktu dan disiplinitas tinggi, dan tingkat absen tanpa alasan yang jelas lebih rendah. Keberadaan yang konsisten

ini meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dan mempertahankan kelancaran proses bisnis secara menyeluruh.

#### 6. Inovasi dan Kreativitas

Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan mereka cenderung merasa lebih bebas untuk berkontribusi dengan ide-ide baru dan berinovasi. Mereka merasa didukung dan dihargai oleh perusahaan, yang menciptakan iklim perusahaan yang baik (dalam hal ini kreativitas dan inovatif). Karyawan yang merasa puas cenderung memberikan kontribusi ide atau gagasan berharga untuk perbaikan, pengembangan produk, hingga *problem solving*.



**Gambar 1. 2** PT. Ciputra Development, Jakarta Selatan  
*Sumber: Ciputra-Development, 2023*

Salah satu perusahaan *Real Estate & Property* di Indonesia, PT. Ciputra Development, yang sebagian besar lingkup bisnisnya memegang Kawasan wilayah DKI Jakarta. Dengan adanya Pandemi Covid-19 ini menjadi sebuah tantangan baru untuk perusahaan selaku *Property Company* untuk bisa mempertahankan karyawan-karyawannya. Pemberdayaan ini tentunya diperlukan divisi atau departemen khusus untuk dapat memelihara perusahaan tetap fokus pada kultur perusahaan guna menghindari hal yang akan merugikan bagi keberlangsungan dan keberlanjutan bisnis. Proses bisnis yang berkaitan dengan SDM inilah yang menjadi daya tarik penulis untuk melaksanakan program *internship* atau magang di PT. Ciputra Development dibawah direktorat *Sales and Promotion* khususnya pada divisi *Corporate Culture and Event*.

Sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia, penting bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya ditengah pasar. Keberlangsungan perusahaan sangatlah bergantung pada SDM yang dimilikinya, sehingga sangat penting untuk perusahaan dapat mengembangkan SDM nya dengan baik agar tercipta rasa *work satisfaction* pada *corporate culture* bagi setiap karyawan terhadap perusahaan. Respon ini yang juga pada akhirnya menjadi faktor pendukung meningkatnya produktivitas baik dari sisi karyawan maupun perusahaan. Maka, keberadaan divisi *Coporate Culture and Event* ini dapat dikatakan sangat krusial terkait personalia dan tingkat loyalitas karyawan itu sendiri dalam sebuah manajemen bisnis.

*Corporate Culture* yang ada di PT Ciputra Development tetap berpegang pada konsep IPE, yang merupakan singkatan dari Integritas, Profesionalisme, dan *Entrepreneurship*, yang membuatnya menjadi perusahaan dalam keadaan damai dan sejahtera serta salah satu yang terbesar di Indonesia. Konsep IPE ini menjunjung pada integritas yang menyangkut pada kejujuran individu, bekerja secara profesional dengan disiplin tinggi, serta memiliki jiwa *entrepreneurship* dengan inovasi tinggi serta berani mengambil keputusan. Di kondisi ekonomi di Indonesia yang tidak menentu seperti sekarang, PT Ciputra Development tetap bekerja dengan cerdas dan menjadi perusahaan *property cross country* sukses yang terus berkembang berkat *corporate values* yang diterapkan.



Peran *Corporate Culture and Event* ini tidak hanya semata-mata hanya menaruh pusat perhatian terhadap bagaimana caranya untuk mempertahankan loyalitas karyawan, namun juga berfokus pada pengembangan diri dari setiap karyawan dari PT. Ciputra Development dengan jumlah karyawan yang sangat besar. Dengan itu, artinya perusahaan secara tidak langsung dapat menciptakan budaya kerja yang lebih baik, meminimalisir *turnover*, produktivitas membaik dengan kualitas terbaik dan tercipta hubungan yang baik juga antar karyawan dari setiap departemen.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Tujuan pelaksanaan magang bagi penulis adalah memberikan pengalaman langsung dan pemahaman mendalam tentang lingkungan kerja nyata. Dengan demikian, penulis dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama masa magang dengan optimal ketika memasuki dunia kerja sebenarnya. Harapannya adalah agar:

1. Penulis dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah ke dalam praktik dunia kerja, khususnya dalam mata kuliah *Special Event and Brand Activation*. Hal ini mencakup pelaksanaan peran sebagai *event planner* pada suatu kegiatan perusahaan.
2. Memperoleh pengalaman kerja dan interaksi sosial yang terkait dengan dinamika budaya perusahaan bertujuan untuk membangun loyalitas karyawan. Hal ini dilakukan melalui berbagai kegiatan acara yang diadakan dalam perusahaan.
3. Mengasah *Hard Skill* dan *Soft Skill* untuk menambah wawasan dan pengetahuan pada posisi *Corporate Culture and Event* di PT Ciputra Development.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis wajib mengikuti regulasi serta jam operasional yang ditetapkan oleh PT Ciputra Development yaitu sebagai berikut:

Waktu Pelaksanaan Kerja Magang:

Periode : 17 Juli 2023 - 17 November 2023  
Waktu : Senin - Jumat, pukul 08.30 - 17.30 WIB

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 17 Juli 2023 sampai 17 November 2023 dengan durasi **seratus hari kerja** dan **delapan ratus jam kerja** sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 2 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi Komunikasi Strategis. Hari masuk yang diterapkan pada kerja magang adalah hari Senin sampai dengan hari Jumat dan bekerja secara *Work from Office* (WFO) mulai dari hari pertama hingga hari terakhir. Jam operasional kerja magang dimulai pukul 08.30 - 17.30 (8 jam kerja, 1 jam istirahat).

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via google meet pada Januari 2023.
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 124 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 kurang dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 3 Juli 2023 yang diberikan oleh pihak HRD serta

mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.

- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Ciputra Development dengan menerima panggilan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi perusahaan pada tanggal 10 Juli dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 17 Juli yang ditandatangani oleh Bapak Kemal Iskandar, S.Si., M.ikom. sebagai Kepala Divisi *Promotion* di PT Ciputra Development.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *corporate culture and event* pada Departemen *Promotion*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Section Dept *Promotion* oleh Kemal Iskandar selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Pak Silvanus Alvin selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan *Zoom meetings*.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A