

LAPORAN MAGANG
IMPLEMENTASI PROGRAM MARKETING
DI INDUSTRI JASA UNTUK MENINGKATKAN *OCCUPANCY*
***RATE* DI ALLIUM TANGERANG HOTEL**



Nama : **Sonni Sitanala**
NIM : **13130110013**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Bisnis**

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang
2017

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

Pengaruh Program Loyalty Membership dalam Menjaga dan Meningkatkan
Loyalitas Pelanggan dari Allium Tangerang Hotel

Oleh

Nama : Sonni Sitanala

NIM : 13130110013

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Tangerang, 27 Januari 2017

Pembimbing

Penguji

Boby Arinto, S.E., M.M.

Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.



Mengetahui,

Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG

Dengan ini saya :

Nama : Sonni Sitanala

NIM : 13130110013

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : PT. Lintas Insana Wisesa

Divisi : Marketing Communication Executive

Alamat : Jl. Benteng Betawi No. 88 Tangerang –
Indonesia

Periode Magang : 18 Juli 2016 – 02 November 2016

Pembimbing Lapangan : Hisyam Diah (Sales Manager) & Nenden
Lintang Sari (Marketing Communication
Executive)

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka. Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Januari 2017

Sonni Sitanala

ABSTRAK

Perkembangan hotel di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang signifikan, khususnya di daerah Tangerang. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan industri pariwisata di Indonesia. Berkembangnya industri bisnis dan perkantoran di kawasan pinggiran Kota Jakarta menciptakan adanya peluang bagi para pengembang untuk melakukan pembangunan hotel bisnis untuk mengakomodasikan kebutuhan pengusaha. Selain itu, terdapat pula adanya permintaan aktivitas *meeting, incentive, convention, and exhibition (MICE)* yang mendorong pembangunan hotel yang banyak di Tangerang. Banyaknya kompetitor mengakibatkan persaingan yang ketat di industri perhotelan.

Untuk mendorong minat pelanggan untuk menginap atau berkunjung ke hotel, Allium Tangerang Hotel berusaha untuk membuat berbagai event ataupun promosi agar brand awareness dari Allium Tangerang Hotel semakin meningkat mengingat hotel tersebut masih tergolong baru, selain itu dapat menjaga loyalitas konsumen yang telah menginap di Allium Tangerang Hotel.

Dalam pelaksanaan praktek kerja magang di Allium Tangerang Hotel khususnya dalam divisi Sales & Marketing, Penulis belajar untuk memanfaatkan media promosi baik cetak maupun elektronik yang digunakan untuk menarik minat pelanggan dalam menggunakan Allium Tangerang hotel. Teori yang didapatkan Penulis di perkuliahan pun terimplementasikan melalui praktek kerja magang ini. Pada praktiknya pun media masih menjadi penyalur informasi yang efektif untuk menarik minat pelanggan ke Allium Tangerang Hotel.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkah dan Rahmat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul “Pengaruh Program Loyalty Membership dalam Menjaga dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Allium Tangerang Hotel”. Tujuan dari penulisan laporan ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Universitas Multimedia Nusantara. Selama penulis melakukan kerja magang, penulis mendapat banyak kesempatan dan pengalaman baru dalam mengimplementasikan teori yang diterima di perkuliahan dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya terjadi. Dalam laporan kerja magang ini penulis membahas kegiatan yang dilakukan, masalah yang ada dan solusi yang diambil untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

Laporan ini dibuat berdasarkan observasi, landasan teori serta melihat pada masalah dan solusi yang dapat diambil untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Keberhasilan dalam penulisan laporan ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak yang membantu dalam berbagai aspek. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Orangtua, kakak dan adik yang memberikan dukungan doa dan semangat.
2. Bapak Boby Arinto, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing penulis selama melakukan penyusunan laporan magang ini.
3. Bapak Hisyam Diah dan Ibu Nenden Lintang Sari, selaku pembimbing penulis selama berada di Divisi Sales & Marketing yang memberikan tuntunan, petunjuk, arahan serta kepercayaan dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab yang ada.
4. Bapak Jackson Paulus, selaku Director of Sales yang memberikan masukan, pandangan dan berbagai pengalaman baru selama menjalankan kerja magang.
5. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan izin untuk dapat melakukan kerja magang.

6. Seluruh teman-teman Divisi *Sales & Marketing* yang setiap hari bekerja sama mengejar target Mas Warsan, Mas Wisnu, Mas Verto, Mba Fitria, Mba Juni, kak Lupita, Sintia, Erna, dan Pak George.
7. Teman seperjuangan magang Billy Gautama yang selalu memberikan semangat selama menjalani kerja magang.
8. Sahabat penulis, Kelvin Yohanes, Nowell Constantine, dan Eveline Susanti yang selalu membantu dan bekerja bersama penulis dalam menyelesaikan laporan magang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses kerja magang ini dan dalam penyusunan laporannya.

Tangerang, 26 Januari 2017

Penulis

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Sonni Sitanala

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Kerja Magang	4
1.3 Pokok Permasalahan.....	5
1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.4.1 Waktu Kerja Magang	5
1.4.2 Prosedur Kerja Magang.....	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
GAMBARAN UMUM ALLIUM TANGERANG HOTEL.....	8
2.1 Sejarah Singkat.....	8
2.2 Sejarah Singkat Allium Hotel Tangerang.....	9
2.2.1 Filosofi Logo	10
2.2.2 Fasilitas	11
2.3 Visi dan Misi Allium Tangerang Hotel.....	14
2.3.1 Visi Allium Tangerang Hotel.....	14
2.3.2 Misi Allium Tangerang Hotel.....	14
2.4 Struktur Organisasi Allium Tangerang Hotel	15
2.5 Landasan Teori.....	19
2.5.1 Marketing.....	19
2.5.2 Marketing Mix.....	19
2.5.2.1 Produk.....	20
2.5.2.2 Harga	20
2.5.2.3 Saluran Distribusi	20

2.5.2.4 Promosi	20
2.5.3 Media Promosi.....	21
2.5.4 Customer Relationship Management	21
2.5.5 Customer Retention.....	23
BAB III.....	25
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	25
3.2 Aktivitas Kerja Magang	26
3.3 Uraian Kerja Magang	28
3.3.1 Proses Pelaksanaan.....	28
3.3.1.1 Daily Checking Online Travel Agent	28
3.3.1.2 Photo Taking Promotion	29
3.3.1.3 Media Visit	30
3.3.1.4 Competitor Analysis.....	32
3.3.1.5 Social Media Monitoring.....	32
3.3.1.6 Customer Relationship Management	34
3.3.1.7 Event Management	35
3.3.1.8 Press Release	40
3.3.1.9 Advertising	41
3.3.1.10 Sales Admin/Coordinator.....	41
3.3.2 Kendala yang ditemukan	44
3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan.....	44
BAB IV	46
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
4.1 Kesimpulan.....	46
4.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1 Logo Allium Tangerang Hotel.....	10
Gambar 3.1 Australian Beef Sirloin.....	29
Gambar 3.2 Social Media Monitoring.....	33
Gambar 3.3 Guest Review & Hotel's Response.....	34
Gambar 3.4 Follow up Event Heartline FM.....	36
Gambar 3.5 Follow up event Heartline FM.....	36
Gambar 3.6 Food Blogger Review about F&B.....	38
Gambar 3.7 <i>Follow up</i> terkait <i>hotel review</i>	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia, 2013-2015:.....	1
Tabel 2.1 Tabel Koleksi Samali Hotels & Resorts	8
Tabel 2.2 Meeting Room Allium Tangerang Hotel.....	13



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA