



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

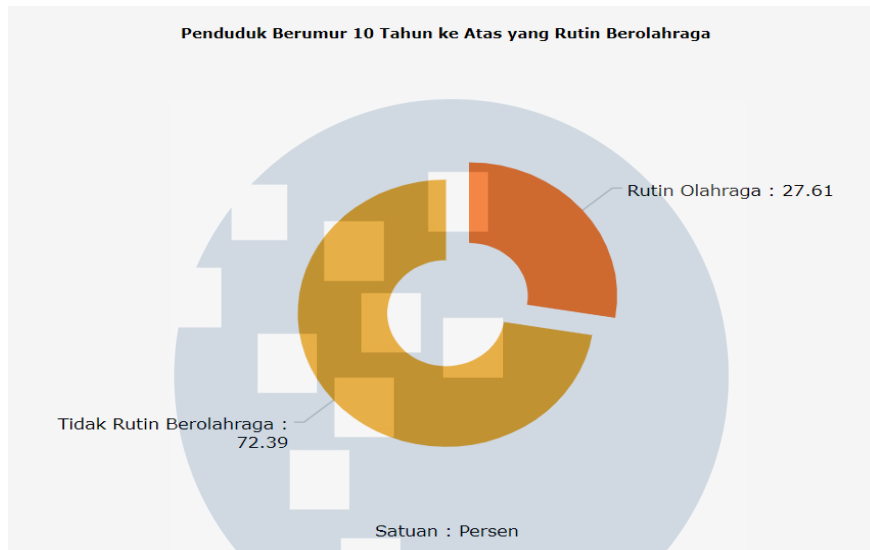
1.1 Pendahuluan

Di zaman yang terus berkembang ini, masyarakat Indonesia sudah tidak asing lagi dengan yang namanya teknologi. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang terus berkembang setiap harinya. Perkembangan teknologi yang pesat tersebut memudahkan segala aktivitas mereka. Menurut pendapat penulis, Hal tersebut mendorong seseorang menjadi terbiasa dengan hal yang serba cepat dan instan, sehingga menjadi salah satu penyebab seseorang menjadi malas bergerak dan malas berolahraga

Berdasarkan *Nielsen Media Consumer View 2015*, olahraga menjadi salah satu aktivitas yang cukup sering dilakukan oleh tiga kalangan konsumen, baik generasi X (35 tahun), millenials (25 tahun), dan generasi Z (dibawah 15 tahun). Di generasi X, olahraga menjadi aktivitas paling banyak kedua (27% dari total responden), setelah menonton televisi (34%). Sedangkan untuk Gen Y, posisinya juga sama, namun dengan penetrasi yang lebih tinggi (36%), dengan menonton televisi (36%). Sedangkan di kalangan generasi Z, aktivitas olahraga untuk anak-anak (49%), di susul menonton televisi (36%), mendengarkan musik (16%), membaca buku (13%), dan bermain *game* (7%). Pendapat Nielsen diperkuat oleh hasil penelitian *Professor James Fowler* dari *University California*. (Adiwaluyo, 2016)

Dalam kehidupan kita sehari-hari, tidak lepas dari namanya kesibukan beraktivitas. Khususnya bagi mereka usia produktif yang mungkin sedang menjalani masa kuliah, praktek kerja magang ataupun sudah bekerja. Mahasiswa memiliki tugas utama yaitu belajar dan mengerjakan tugas yang terbilang cukup banyak. Sedangkan bagi para pekerja lebih berfokus kepada pekerjaan sehari-hari mereka demi memenuhi kebutuhannya ataupun keluarga mereka. Hanya segelintir orang dengan *time management* yang baik saja yang dapat meluangkan waktu mereka untuk

berolahraga. Padahal rutin berolahraga memiliki banyak manfaat. Berdasarkan data statistik katadata.co.id, Angka partisipasi olahraga di Indonesia masih sangat rendah.



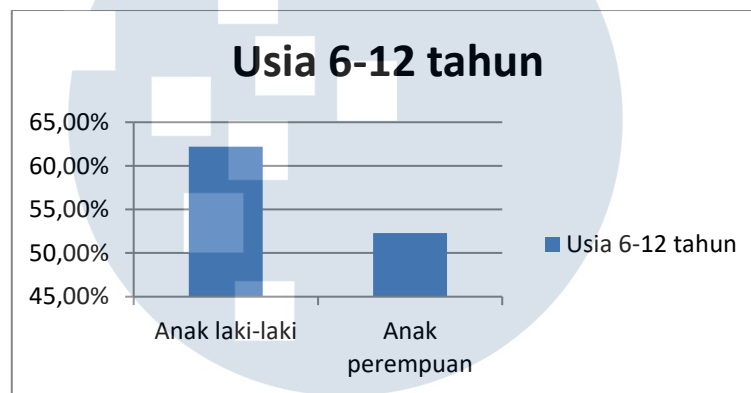
Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1 Persentase olahraga penduduk berumur 10 tahun

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pada 2015, jumlah yang rutin berolahraga belum mencapai sepertiga dari total penduduk, hanya 27,61 persen penduduk Indonesia yang melakukan olahraga minimal sekali dalam seminggu. Fenomena ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat Indonesia dalam berolahraga secara umum relatif masih rendah. Kondisi ini cukup memprihatinkan mengingat olahraga merupakan salah satu kegiatan yang menunjang kesehatan. Masih rendahnya partisipasi olahraga mengindikasikan bahwa masyarakat belum sepenuhnya menyadari pola hidup sehat melalui olahraga. (Data, 2016)

Selain itu olahraga juga penting untuk anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan. Usia 6 hingga 12 tahun adalah masa-masa yang penting bagi pertumbuhan mereka. Pertumbuhan yang baik, salah satunya dengan bergerak aktif, akan menghasilkan kesehatan tubuh yang baik di usia dewasa nanti. Menurut hasil riset dari South East Asia Nutrition Survey (SEANUTS) menunjukkan hasil yang

kurang baik. Lebih dari 57 persen anak-anak Indonesia usia 6 hingga 12 tahun banyak yang jarang berolahraga. Sebanyak 62,2 persen anak laki-laki Indonesia dan 52,3 persen anak perempuan kurang berolahraga. Sebagian besar, 57,9 persen, berada di daerah perkotaan dan berasal dari golongan ekonomi menengah ke atas. Untuk golongan ekonomi ke atas, banyak anak-anak yang menghabiskan waktunya di depan layar *computer* atau *smartphone*. Padahal hal tersebut tidak baik untuk kesehatan. Kurang berolahraga dapat mengakibatkan penyakit umum yang biasa di alami anak-anak yaitu hipertensi dan kegemukan.((Priherdityo, 2015)



Sumber : SEANUTS

Gambar 1.2 Grafik survey SEANUTS

Maka dari itu, menurut penulis olahraga adalah salah satu hal penting yang harus dilakukan di sela-sela kesibukan seseorang. Karena anggapan kesehatan dan keuangan harus seimbang. Olahragapun memiliki cangkupan yang sangat luas. Misalnya futsal, basket, berenang, bulu tangkis, olahraga lari, *fitness* dan lain lain hanyalah segelintir dari banyak cara untuk berolahraga Berolahraga pun memiliki banyak variasi dan cara. Bahkan setiap orangpun memiliki cara mereka sendiri-sendiri dalam berolahraga. Ada yang melakukan hal tersebut karena kebiasaan, ada yang melakukan hal tersebut karena memang hobi atau menyukai hal tersebut.

Memang berolahraga itu bisa dilakukan dengan banyak variasi, mudah dilakukan serta dapat dilakukan dimana saja. Tetapi banyak juga para remaja serta pekerja yang sadar akan kesehatan sehingga lebih memilih untuk bergabung ke dalam suatu tempat yang memberikan fasilitas olahraga. Banyak dari mereka yang menganggap bahwa hidup sehat merupakan gaya hidup. Tidak heran jika di daerah perkotaan, bisnis yang menyediakan fasilitas olahraga untuk kesehatanpun menjadi salah satu peluang untuk berbisnis. Berawal dari *fitness&gym* yang menggunakan system *membership*. Berikut adalah alasan kenapa orang ingin menjadi *member* dari sebuah *Health Club* yang di ambil dari *ihrsa.org*



Sumber: ihrsa.org

Gambar 1.3 Alasan seseorang bergabung dengan klub kesehatan

Menurut IHRSA, Alasan seseorang bergabung dengan klub kesehatan dikarenakan sebanyak 65% orang yang ingin tetap hidup sehat, 53% ingin bentuk tubuh yang bagus, 49% ingin menurunkan berat badan serta 45% ingin terlihat lebih *sporty* atau lebih baik. Alasan-alasan tersebut bisa menjadi peluang bagi beberapa perusahaan yang menawarkan fasilitas klub kesehatan seperti *Fitness & Gym*.

Untuk *fitness&gym* sendiri biasanya di sukai oleh orang-orang yang menganggap kesehatan sebagai gaya hidup, atau ingin bentuk tubuh yang bagus. Biasanya mayoritas merupakan remaja serta orang pekerja. Tetapi *fitness&gym* tidak dapat dihadiri oleh anak-anak khususnya anak-anak yang dalam masa pertumbuhan. Hal tersebut dikarenakan faktor "dibawah umur". Menurut penulis, hal tersebut bisa menjadi salah satu permasalahan dan untuk menjawab permasalahan tersebut, ada beberapa perusahaan yang melihat peluang tersebut dan mendirikan sebuah *Sports Club* yang merupakan suatu fasilitas olahraga yang diciptakaan oleh sebuah perusahaan dengan nuansa kekeluargaan yang tinggi. Hal itu dapat menjadi perhatian bagi para keluarga yang ingin berolahraga demi memiliki gaya hidup sehat tetapi dengan nuansa kekeluargaan yang kental.

Sports Club itu sendiri didirikan di tempat yang strategis untuk menjawab segala permasalahan konsumen sehingga didirikan di dekat dengan perumahan agar mudah di jangkau oleh keluarga-keluarga yang ingin menjadi *member* untuk *Sports Club* tersebut. Salah satu *Sports Club* yang ingin menjadi bahasan penulis kali ini yaitu The Springs Club Summarecon dimana tempat tersebut adalah tempat penulis melakukan praktik kerja magang selama 60 hari. The Springs Club Summarecon merupakan salah satu anak perusahaan Summarecon yang berfokus kepada penyediaan fasilitas olahraga dan berdomisili di daerah Gading Serpong. The Springs Club tidak hanya menyediakan fasilitas olahraga, tetapi juga memberikan fasilitas lain seperti lapangan futsal, bulu tangkis, tenis, basket, squash, tenis meja, hingga billiard.

Melihat segala peluang yang telah dijelaskan di atas, penulis memutuskan untuk menjalankan praktik kerja magang di The Springs dikarenakan bisnis *Sports Club* yang merupakan inovasi dari *fitness&gym* karena *Sports Club* di tujukan untuk para keluarga yang ingin menjalankan gaya hidup sehat dengan keluarganya. Tujuan penulis melakukan praktik kerja magang adalah untuk mengetahui bagaimana *system* kerja *membership* di sebuah *Sports Club* serta bagaimana dunia kerja khususnya di ranah *Sports Club*.

Selain itu penulis juga ingin melihat kaitan teori-teori yang pernah dipelajari penulis pada masa perkuliahan, dimana teori-teori tersebut memiliki hubungan langsung dengan praktik di dunia kerja. Penulis ingin memahami tentang *system* dan proses-proses *Membership* di The Springs Club, serta seberapa besar peranan *Customer Relationship Management* yang dilakukan oleh The Springs untuk meningkatkan jumlah *member* serta mempertahankan *member*. *Customer Relationship Management* itu sendiri terdiri dari *Acquisition*, *Service* dan *Customer Retention* dimana *Acquisition* merupakan cara untuk meningkatkan *member*, *Service* untuk memberikan layanan agar *member* merasa nyaman dan *Customer Retention* yang diimplementasikan oleh The Springs untuk mempertahankan *member* yang telah berada di The Springs Club sebelumnya. Penulis juga berharap dengan adanya praktik kerja magang ini, The Springs dapat melaksanakan segala proses *Customer Relationship Management* dan program-program perusahaan yang mencakup *Acquisition*, *Service* dan *Customer Retention* melalui penulis. Penulis berharap dapat meringankan pekerjaan yang ada serta mampu membantu menyelesaikan permasalahan The Springs Club dengan hal-hal yang pernah dipelajari penulis selama pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara

1.2 Pokok Permasalahan

Salah satu hal yang ingin dibahas oleh penulis adalah sistem *relations* yang terjadi dalam sebuah klub olahraga antara pihak klub olahraga tersebut dengan anggota mereka. Sebuah perusahaan klub olahraga memiliki sebuah proses *Customer Relationship Management* dimana *customer* mereka yang tadinya merupakan calon

member mengalami proses *membership* dan kemudian menjadi *member* dari klub olahraga tersebut. Hal yang dilakukan perusahaan yaitu *Acquisition* calon *member* menjadi *member* The Springs. Setelah itu klub olahraga tersebut akan mencoba untuk menjalin hubungan yang baik dengan para *member*, tentunya dengan memberikan *service* yang memiliki kualitas tinggi agar *member* merasa nyaman saat berada di klub olahraga sehingga tercipta lah hubungan baik antara perusahaan dengan *customer*. Setelah menjalin hubungan yang baik dengan para *member*, klub olahraga tersebut akan mencoba untuk mempertahankan *member* agar mereka tetap menjadi *member* klub olahraga tersebut. Istilah ini biasa dikenal dengan *Customer Retention*.

Sama halnya dengan klub olahraga tempat penulis melakukan praktik kerja magang yaitu The Springs Club. Dengan menerapkan berbagai macam strategi yang ada, The Springs Club terus berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk konsumen mereka. Hal tersebut bertujuan agar The Springs menjadi pilihan utama untuk klub olahraga. The Springs memang sudah cukup baik dalam hal *service quality*. The Springs juga sudah cukup baik dalam memberikan *rewards* untuk para *member* dengan kategori keanggotaan tertentu. Namun menurut penulis, ada beberapa permasalahan kecil yang dapat diperbaiki. Misalkan saja pada saat proses perekrutan *member* (*Membership*) yaitu *showing*. *Showing* adalah proses dimana penulis mengantarkan para calon *member* dapat melihat langsung fasilitas-fasilitas The Springs. Pada saat *showing*, ada beberapa spot penting yang merupakan *value* dari Springs Club yang jarang ditunjukkan selama proses *showing*. Selain itu untuk pemberian *rewards*. Menurut penulis, regulasi The Springs masih kurang mengikuti SOP, banyak kejadian dimana pihak The Springs Club tidak dapat menolak permintaan lebih yang diminta oleh *Member*. Padahal *rewards* tersebut tidak seharusnya diberikan.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang ini tidak hanya sebagai syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara melainkan penulis juga bertujuan untuk mencari pengalaman dalam dunia kerja yang sesungguhnya khususnya dalam dunia marketing marketing. Dengan adanya praktik kerja magang ini, penulis juga dapat mempelajari lebih dalam mengenai apa saja yang harus dilaksanakan sebagai bagian dari divisi *marketing* melalui orang – orang yang lebih berpengalaman di bidang *marketing*.

Penulis juga mendapat gambaran tentang teori-teori yang pernah dipelajari oleh penulis dan kemudian di implemntasikan dalam dunia kerja. Kemudian yang menarik adalah bagaimana penulis dapat merasakan langsung cara kerja sebuah Sports Club melakukan *Customer Relationship Management* dengan *member* The Springs. The Springs juga memberikan gambaran kepada penulis tentang *Acquisition, Pemberian Service serta Customer Retention*. Misalnya dengan *followup* secara personal atau pemberian promosi(*retention*), cara *showing* yang baik (*Acquisition*)serta cara menanggapi konsumen yang sedang berkonsultasi (*Service*)

Beberapa manfaat yang didapat oleh penulis selama praktik kerja magang yaitu *time management*. Mengingat penulis bukan merupakan mahasiswa yang *rutin* melakukan akslerasi SKS sehingga banyak mata kuliah yang masih harus di ambil oleh penulis dan dijalankan bersamaan saat praktik kerja magang. Penulis juga berkesempatan untuk bertemu dengan pekerja-pekerja yang ahli di bidangnya dimana penulis dapat mengambil beberapa hal positif dari mereka. Penulis juga mendapat pengalaman langsung dan juga gambaran dunia kerja asli khususnya untuk bisnis sebuah klub olahraga.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Penulis memulai praktik kerja magang sejak tanggal 3 Juli 2017 sampai dengan 24 Oktober 2017 Data pelaksanaan sebagai berikut:

- Nama Perusahaan : The Springs Club Summarecon
- Bidang Usaha : Sport Facilities
- Waktu Pelaksanaan : 8 jam kerja
- Posisi Magang : Sport & Membership Marketing

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang di atur langsung oleh pihak Universitas dan pihak perusahaan.

- 1) Penulis mengirimkan CV yang sudah disusun sebelumnya kepada pihak The Springs Club
- 2) Penulis mengikuti proses interview yang dilaksanakan oleh HRD The Springs Club
- 3) Menerima surat pernyataan dari perusahaan bahwa penulis diterima untuk melaksanakan proses kerja magang.
- 4) Penulis menandatangani surat perjanjian praktik kerja magang.
- 5) Penulis menyerahkan surat dari perusahaan kepada pihak universitas
- 6) Penulis menerima surat pernyataan kerja magang dari pihak universitas
- 7) Penulis memberikan surat dari universitas kepada perusahaan
- 8) Melaksanakan kerja magang
- 9) Mengisi form yang berkaitan dengan kerja magang seperti form kehadiran kerja magang form laporan realisasi kerja magang, dan kartu kerja magang
- 10) Menyusun laporan praktik kerja magang
- 11) Melakukan sidang praktik kerja magang

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan laporan magang adalah penjelasan mengenai deskripsi kegiatan magang, tujuan magang, waktu magang, profil perusahaan, permasalahan

yang di hadapi, solusi yang bisa di berikan, serta masukan yang bisa penulis berikan kepada perusahaan tempat praktik kerja magang dilaksanakan.



BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang penyusunan laporan magang, pokok permasalahan serta solusi yang dapat di berikan, maksud dan tujuan kerja

magang, waktu dan prosedur kerja magang sampai dengan sistematika penulisan laporan magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan tempat praktik kerja magang dilaksanakan. Bab ini meliputi sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi yang ada di dalam perusahaan serta beberapa landasan teori yang digunakan dalam penyusunan laporan praktik kerja magang

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan tentang posisi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, berbagai pekerjaan yang dilaksanakan oleh penulis selama praktik kerja magang berlangsung, serta permasalahan yang dihadapi penuli serta solusi yang ditawarkan selama praktik kerja magang berlangsung.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang dapat ditarik selama praktik kerja magang berlangsung serta masukan dan saran yang diberikan penulis kepada perusahaan dengan tujuan agar masukan dan saran yang ada dapat dimanfaatkan sebagai perkembangan dan kemajuan perusahaan kedepannya.

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

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN