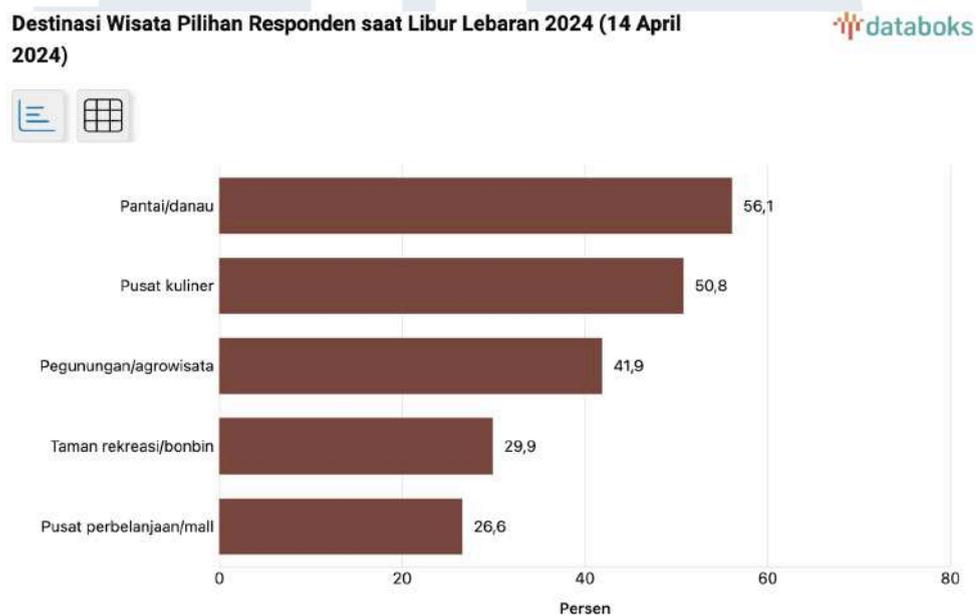


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat liburan atau tersedianya waktu luang, kebanyakan orang akan mencari suatu tempat untuk melakukan rekreasi. Zaman sekarang, banyak sekali tempat yang dapat dijadikan sebagai pilihan destinasi wisata.

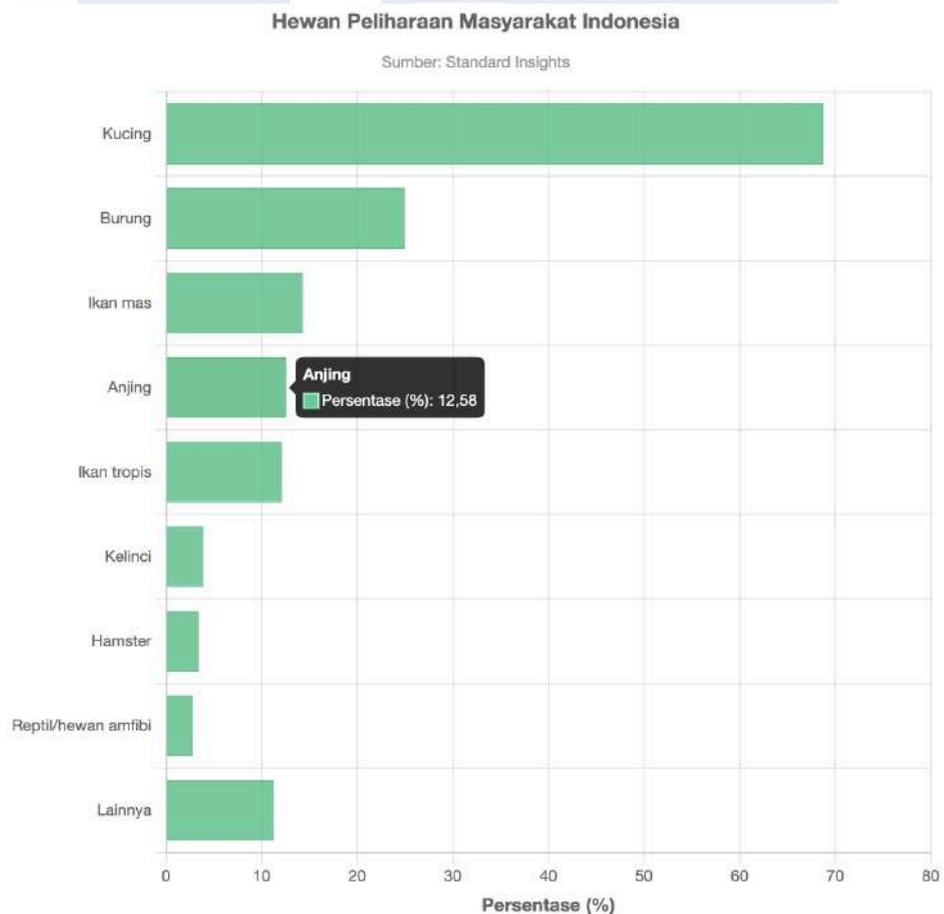


Gambar 1.1.1. Destinasi Wisata Pilihan Responden saat Libur Lebaran 2024 (14 April 2024)

Sumber: Nabilah Muhamad, databoks, 2024

Dari data yang dilansir dari databoks, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) terkait destinasi wisata favorit masyarakat Indonesia saat liburan tahun 2024, dinyatakan bahwa *mall* atau pusat perbelanjaan memiliki nilai 26,6% (Muhamad, N., 2024). Hal ini berarti, *mall* atau pusat perbelanjaan menjadi salah satu destinasi yang dikunjungi oleh masyarakat saat sedang liburan.

Namun, liburan dapat membuat orang yang mempunyai hewan peliharaan akan merasa bimbang, antara membawa hewan peliharaannya atau meninggalkannya di rumah. Menurut *Standard Insights*, yang merilis data *Consumer Report Indonesia 2023*, bahwa sebesar 58,85% masyarakat Indonesia memiliki hewan peliharaan (Jauhari, S. S., 2023). Hal ini terdiri dari 53,29% yang memiliki hewan peliharaan lebih dari 1 (satu) dan 5,56% hanya memiliki 1 (satu) hewan peliharaan.



Gambar 1.1.2. Hewan Peliharaan Masyarakat Indonesia

Sumber: Siti Sarah Jauhari, GoodStats, 2023

Dari data yang ditunjukkan di atas, anjing termasuk dalam urutan ke-4 dengan jumlah paling banyak dipelihara oleh masyarakat Indonesia, dengan memiliki nilai persentase yaitu 12,58%. Anjing merupakan salah satu hewan yang sering diajak jalan-jalan oleh para pemiliknya (Nursyihab, M. R.,

2023). Hal ini dikarenakan, anjing termasuk hewan yang senang untuk melakukan aktivitas di luar ruangan.

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, *mall* menjadi salah satu tempat wisata yang dikunjungi saat pergi liburan. Maka dari itu, beberapa *mall* menghadirkan fasilitas baru bagi para pemilik anjing, yaitu dengan membuat *dog park*. *Dog park* merupakan taman bermain khusus untuk anjing dan juga para pendampingnya (pemilik). Dengan adanya *dog park* tersebut, para pemilik anjing dapat membawa anjingnya untuk dapat bermain di luar ruangan dan tidak meninggalkannya sendiri di rumah. Salah satu *mall* yang menyediakan *dog park* adalah Summarecon Mall Serpong (PT Lestari Mahadibya).

Dog park yang terdapat di SMS ini memiliki nama, yaitu Paws Dog Dream Park Serpong. Berdasarkan informasi yang didapat dari Instagram Paws Serpong, *dog park* ini baru mulai dibuka pada tanggal 16 September 2023. Maka dari itu, Paws membutuhkan strategi *marketing* yang inovatif, supaya dapat bersaing, bertahan, dan juga berkembang di masa yang akan datang.

Dari hal tersebutlah, penulis memiliki ketertarikan untuk melaksanakan praktik kerja magang pada Departemen *Marketing* Paws. Penulis menganggapnya sebagai pembelajaran dan juga pengalaman yang menarik dalam mengembangkan suatu usaha yang belum lama dijalankan. Semasa kuliah, penulis juga tertarik dengan bidang *marketing*, seperti mata kuliah *Marketing Management*, *MICE Management*, dan *Integrated Marketing Communication*. Dalam proses kerja magang ini, penulis menerapkan hal yang sudah dipelajari dengan cara memikirkan strategi yang tepat untuk dapat menarik *customer* baru dan bagaimana cara untuk dapat mempertahankannya.

Strategi *marketing* ini dilakukan oleh penulis dengan cara membuat suatu program promosi. Menurut Kotler dan Keller (2016), terdapat 8 (delapan) bauran promosi, yaitu *advertising*, *sales promotion*, *events and experiences*, *public relation and publicity*, *direct marketing and database*,

online and social media marketing, mobile marketing, dan personal selling (Auliya, S. P., 2021). Penulis membuat *sales promotion* serta *events and experiences* sebagai penerapan dari konvensional *marketing*. Selain itu, penulis juga membuat WhatsApp *blast* dengan menggunakan *mobile marketing*, sebagai penerapan dari *digital marketing*.

Dalam menjalankan *marketing* di Paws, penulis selalu berusaha untuk mengelola program yang dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Maka dari itu, penulis menerapkan fungsi dasar dari manajemen supaya mendapatkan hasil yang maksimal. Menurut George R Terry (1978), fungsi dasar manajemen dibagi menjadi 4 (empat), yaitu: (Widyaningrum, F. W., 2018)

1. *Planning* (Perencanaan)

Tahap pertama, membuat perencanaan sebelum melakukan suatu pekerjaan. Perencanaan ini harus dibuat dengan jelas supaya pekerjaan yang akan dilakukan berjalan dengan efektif dan juga efisien. Selain itu, dengan membuat perencanaan dapat meminimalisir terjadinya kesalahan. Namun, pada saat menjalankan perencanaan masih terdapat kekurangan, maka dapat ditambah ataupun diubah untuk menyempurnakannya.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Tahap kedua, pengorganisasian dilakukan untuk menempatkan sumber daya (manusia) sesuai dengan kemampuannya. Hal ini dilakukan dengan cara merumuskan dan membagi tugas masing-masing secara spesifik. Dengan begitu, pekerjaan yang dilakukan akan menjadi lebih terarah dan juga optimal.

3. *Actuating* (Penggerakan)

Tahap ketiga, melakukan penggerakan dari tugas yang sudah dibagi sebelumnya. Setiap sumber daya (manusia) menjalankan aksi nyata untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Tahap terakhir, melakukan pengawasan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja yang dilakukan oleh sumber

daya (manusia) terhadap suatu pekerjaan. Pengawasan dilakukan untuk memastikan pekerjaan selesai dengan tepat waktu dan juga berjalan dengan baik.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan dari praktik kerja magang ini, dilakukan oleh penulis dengan memiliki maksud dan juga tujuan.

1.2.1. Maksud Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis pada PT Lestari Mahadibya, yaitu sebagai berikut:

1. Penulis harus memenuhi kewajibannya dalam bidang akademis, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana (S1) dari Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Dengan melaksanakan praktik kerja magang selama 640 jam dan juga mengambil mata kuliah *internship track 1 (Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation, dan Evaluation and Reporting)* dengan bobot sebesar 20 SKS (Satuan Kredit Semester).
2. Mendapatkan ilmu dan juga pengalaman dalam dunia kerja, terkait pekerjaan di bidang yang sesuai dengan hal yang telah dipelajari pada saat masa perkuliahan.
3. Penulis dapat menerapkan atau mengimplementasikan ilmu dan pemahaman yang dipelajari semasa kuliah terutama pada saat melakukan praktik kerja magang di PT Lestari Mahadibya. Terutama yang berkaitan dengan mata kuliah *Marketing Management, MICE Management, dan Integrated Marketing Communication.*
4. Penulis dapat mengasah dan meningkatkan kemampuannya melalui kerja magang, sehingga setelah mendapatkan Gelar

Sarjana Manajemen, penulis dapat langsung terjun ke dalam dunia kerja.

1.2.2. Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan praktik kerja magang pada PT Lestari Mahadibya, yaitu sebagai berikut:

1. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya dalam bidang *marketing*, supaya dapat berguna di masa yang akan mendatang.
2. Menambah wawasan terkait aktivitas yang dilakukan dalam bidang *marketing* pada Departemen *Marketing* Paws di PT Lestari Mahadibya.
3. Meningkatkan *soft skill* terkait komunikasi, penyampaian pendapat, dan pemecahan masalah dalam mengerjakan suatu pekerjaan di perusahaan.
4. Mendapatkan gambaran dan juga pembekalan diri untuk dapat terjun ke dunia kerja setelah lulus kuliah.
5. Memperluas relasi dan jaringan yang profesional di dalam perusahaan, sehingga nantinya akan mendapatkan referensi dalam mencari kerja.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang (MBKM) 2024 merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis dari Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang ini memiliki minimal durasi yang harus dilaksanakan oleh penulis, yaitu selama 640 jam atau 80 hari kerja. Selain itu, penulis juga harus melakukan bimbingan dengan Dosen Pembimbing selama 207 jam.

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Secara keseluruhan, pelaksanaan kerja magang ini dilakukan oleh penulis dengan metode *Work from Office* (WFO) pada hari Senin

sampai Jumat. Namun, jika diperlukan, penulis diwajibkan untuk masuk pada hari Sabtu atau Minggu. Berikut ini merupakan rincian informasi data dari kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis:

Nama Perusahaan : PT Lestari Mahadibya
Bidang Usaha : Pusat Perbelanjaan
Alamat Perusahaan : Summarecon Mall Serpong, Sentra Gading Serpong, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Kelurahan Pakulonan Barat, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, 15810
Departemen di Perusahaan : *Marketing Paws*
Posisi Magang : *Marketing Intern*
Waktu Pelaksanaan : 4 Januari 2024 - 3 Mei 2024
Hari Kerja : Senin - Jumat, Sabtu atau Minggu
Waktu Kerja : 09.00 - 18.00

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti program pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara secara *online* melalui *Zoom meeting*.
- 2) Mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) *internship track 1* melalui my.umn.ac.id, dengan syarat SKS yang lulus mencukupi minimal 90 SKS dan tidak memiliki nilai D & E lebih dari 2.
- 3) Mengajukan *form request* melalui gapura.umn.ac.id untuk mendapatkan transkrip nilai sementara dari semester 1 hingga semester 5.

- 4) Mengajukan *form* KM-01 (Surat Pengajuan Kerja Magang) dan transkrip nilai sementara melalui *e-mail* untuk mendapatkan verifikasi terhadap tempat kerja magang dan persetujuan dari Ketua Program Studi Manajemen dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Kerja Magang).
- 5) 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), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan *Portofolio* melalui WhatsApp kepada HRD (*Human Resource Development*) Summarecon Mall Serpong, yaitu Bapak Ferdy Achmad pada tanggal 8 Desember 2023.
- 2) Penulis mendapatkan undangan *interview* pada tanggal 20 Desember 2023 di CMO (*Center Management Office*) Summarecon Mall Serpong.
- 3) HRD menyatakan bahwa penulis dapat melakukan praktik kerja magang pada tanggal 4 Januari 2024.
- 4) Penulis memberikan KM-02 (Surat Pengantar Kerja Magang) kepada HRD pada tanggal 22 Desember 2023.
- 5) HRD memberikan Surat Penerimaan Magang pada tanggal 3 Januari 2024.
- 6) Penulis memulai praktik kerja magang pada tanggal 4 Januari 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Marketing Intern* pada Departemen *Marketing Paws*.

- 2) Dalam hal penugasan dan kebutuhan informasi, penulis didampingi secara langsung oleh Bapak Reza Paramita, selaku *Specialist Project Marketing Paws* dan juga sebagai Pembimbing Lapangan (*Supervisor*) penulis selama melakukan praktik kerja magang pada Departemen *Marketing Paws* di PT Lestari Mahadibya (Summarecon Mall Serpong).
- 3) Pengisian dan penandatanganan *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang) sampai KM-07 (Verifikasi Laporan Magang), dilakukan oleh penulis pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan *form* KM-06 (Penilaian Kerja Magang) pada akhir periode magang kepada Pembimbing Lapangan.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Selama pembuatan laporan dari praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Bapak Rajesh Prettytal Singh, selaku Dosen Pembimbing. Biasanya, bimbingan diadakan oleh Dosen Pembimbing secara *online* melalui *Zoom meetings*.
- 2) Laporan dari praktik kerja magang diserahkan kepada Ketua Program Studi Manajemen untuk mendapatkan persetujuan.
- 3) Laporan dari praktik kerja magang yang telah disetujui oleh Ketua Program Studi Manajemen, selanjutnya akan diajukan untuk proses sidang magang.

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

1.4. Sistem Penulisan

Penyusunan laporan magang MBKM ini mengikuti sistematika penulisan yang telah dibentuk oleh pihak universitas. Berikut merupakan sistematika dari penulisan laporan kerja magang dengan judul “Aktivitas Manajemen Pemasaran pada PT Lestari Mahadibya”

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai latar belakang yang berisi uraian dan alasan penulis memilih PT Lestari Mahadibya sebagai tempat untuk melakukan praktik kerja magang. Selain itu, penulis juga membahas mengenai maksud dan tujuan dari kerja magang, waktu dan prosedur dari pelaksanaan kerja magang, dan sistematika dari penulisan dalam menyusun laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis membahas mengenai sejarah singkat dan struktur perusahaan dari PT Lestari Mahadibya. Hal ini sudah termasuk profil perusahaan, tujuan, visi misi, nilai inti, dan informasi yang berkaitan dengan perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis menjelaskan mengenai aktivitas yang dilaksanakan di PT Lestari Mahadibya. Bab ini berisikan kedudukan dari penulis, uraian tugas dari kerja magang, kendala yang dialami, dan solusi untuk dapat menyelesaikan kendala tersebut.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis memberikan kesimpulan terkait hasil yang didapatkan dari pelaksanaan praktik kerja magang di PT Lestari Mahadibya. Selain itu, penulis juga memberikan saran yang mungkin dapat membangun bagi perusahaan, universitas, dan mahasiswa.