

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ritel merupakan suatu usaha yang menjual produk atau jasa kepada konsumen perorangan atau konsumen akhir untuk digunakan sendiri atau tidak untuk dijual kembali. Pada saat yang sama, pengecer adalah operator ritel. Maksudnya, jika suatu perusahaan manufaktur menjual kepada pedagang besar atau pedagang lain yang barangnya akan dijual kembali, maka ia tidak dianggap sebagai pengecer (Idris, 2021). Ritel adalah pemasaran barang atau jasa secara langsung kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi dan rumah tangga, yang dilakukan di toko atau perusahaan ritel. Oleh karena itu, pembelian mereka tidak dimaksudkan untuk dijual kembali. Toko ritel ini sering disebut sebagai reseller atau pengecer. Kalau barang biasanya dijual dalam jumlah kecil atau satuan. Jadi jika suatu pabrik menjual produknya dalam jumlah besar kepada pemilik usaha lain. Oleh karena itu syarat dan ketentuan ini tidak berlaku untuk transaksi retail. Dalam proses pelaksanaannya, setiap pemilik toko ritel membeli produk atau jasa dari produsen dalam jumlah besar, yang kemudian dapat dijual kembali langsung ke konsumen dalam jumlah yang lebih kecil. Proses bisnisnya kemudian dijelaskan lebih detail pada rantai pasok distribusi produk (Nuryanto, n.d.).

Salah satu contoh dari industri ritel yaitu *Mall* atau pusat perbelanjaan, istilah *mall* mengacu pada lokasi department store yang menarik toko ritel kecil dan restoran, *Mall* merupakan pusat perbelanjaan untuk masyarakat umum yang dilengkapi dengan tempat perbelanjaan dan fasilitas penunjang lainnya yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari seluruh masyarakat (Pusung, Tinangon, & Sondakh).

Departemen pemasaran adalah salah satu departemen perusahaan dan bertanggung jawab untuk memasarkan produk, layanan, atau penawaran perusahaan kepada pelanggan. Oleh karena itu, dengan menggabungkan kekuatan masing-masing spesialisasi, upaya pemasaran akan lebih efisien (Samsana, 2023). Divisi Promosi dan *Event* merupakan divisi yang memiliki

upaya untuk mengiklankan dan mempromosikan acara kepada khalayak sasaran. Hal ini memerlukan penggunaan strategi pemasaran dan komunikasi untuk meningkatkan kesadaran *customer*, menarik minat calon peserta, dan mendorong partisipasi. Mempromosikan suatu acara tidak hanya sekedar mengumumkan tanggal dan tempat, tetapi juga menciptakan hasrat dan antusiasme di kalangan masyarakat (Utami, 2023).

Operasional berfokus pada penyederhanaan proses dalam departemen pemasaran untuk mendukung strategi dan usaha pemasaran. Hal ini mencakup perencanaan, pelaksanaan pemasaran, analisis data kinerja, dan optimalisasi efisiensi, efektivitas, dan penyelarasan pemasaran dengan strategi bisnis secara keseluruhan (Marquis, 2024)

Ada beberapa alasan yang dapat menjadi pertimbangan untuk memilih tempat magang di PT Estate Facility Management diantaranya yaitu:

#### **1.1.1. Aksesibilitas**

Aksesibilitas yang dimaksud yaitu berkaitan dengan lokasi tempat magang, fasilitas transportasi umum, dan kemudahan akses ke tempat magang. Memilih tempat magang yang mudah diakses dan lokasinya strategis akan memudahkan kita dalam menjalani magang.

#### **1.1.2. Kesempatan Untuk Belajar Dan Berkembang.**

Tempat magang yang menyediakan kesempatan untuk belajar dan berkembang akan membantu kita untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman kerja. Selain itu, adanya mentor atau supervisor yang berpengalaman di tempat magang tersebut juga akan memberikan bimbingan dan arahan yang diperlukan dalam menjalani magang. Terakhir,

#### **1.1.3. Reputasi Tempat Magang**

Memilih tempat magang yang memiliki reputasi baik akan memberikan jaminan bahwa kita akan mendapatkan pengalaman magang yang berkualitas. Selain itu, reputasi tempat magang juga dapat menciptakan peluang-peluang karir di masa depan, karena perusahaan

tempat magang yang terkenal biasanya memiliki jaringan yang luas dan reputasi yang baik di kalangan industri.

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

Dalam pelaksanaan magang ini penulis memiliki maksud dan tujuan untuk mencari pengalaman dan tempat belajar mengenai dunia kerja, selain itu peluang untuk mengaplikasikan teori dan pengetahuan yang sudah dipelajari dari perkuliahan ke dalam dunia kerja. Dengan magang, penulis bisa melihat bagaimana teori yang dipelajari di kampus diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari. Hal ini akan memperkuat pemahaman dan pengetahuan penulis terhadap materi perkuliahan yang sudah dipelajari. Magang memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktis di lapangan kerja yang sesuai dengan minat dan bidang studi penulis.

Melalui magang, penulis dapat memperoleh kepercayaan diri dalam kemampuan penulis untuk berhasil dalam karir yang penulis pilih. selain itu magang memungkinkan seseorang untuk memperluas pengetahuan mereka tentang bidang tertentu, baik melalui pengalaman langsung maupun melalui pelatihan.

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

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

Penulis melaksanakan magang atau praktik kerja di PT Estate Facility Management selama 640 jam kurang lebih selama Empat bulan dimulai pada tanggal 29 Januari 2024 hingga 3 Mei 2024. Waktu pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis lakukan selama 8 jam dan 1 jam istirahat dalam 1 hari. Untuk memenuhi persyaratan magang yang ditentukan oleh universitas selama 640 jam, penulis melakukan lembur. Berikut data pelaksanaan yang dilakukan penulis, sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT Estate Facility Management  
Waktu Pelaksanaan : 29 Januari 2023 – 3 Mei 2024

Waktu Kerja	: Senin – Kamis, 09.00 s/d 18.00 WIB Jumat, 09.00 – 18.30 WIB
Divisi	: Marketing dan Operasional
Posisi Magang	: Administrasi Intern
Alamat Kantor	: Jl. Jenderal Sudirman No.1, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15117

### **1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Dibawah ini merupakan prosedur yang dilakukan oleh penulis lakukan dalam melaksanakan magang di PT Estate Facility Management:

1. Penulis membuat CV untuk diajukan kepada perusahaan.
2. Penulis mengajukan pembuatan surat pengajuan magang (MBKM 01) yang dibuat oleh pihak universitas untuk diajukan ke perusahaan, untuk memenuhi kebutuhan lamaran di perusahaan.
3. Penulis mengirimkan CV dan Surat Pengajuan Magang (MBKM 01) ke PT Estate Facility Management.
4. Setelah pengajuan berkas magang, penulis mendapatkan pesan melalui Whatsapp dari HRD PT Estate Facility Management untuk melakukan interview.
5. Penulis dikabarkan oleh HRD mengenai lolos interview dan dikabarkan tanggal mulai kerja magang.
6. Setelah mendapatkan kabar penulis di mulai bekerja pada tanggal 29 Januari 2024.
7. Penulis mendapatkan surat penerimaan magang (LOA) dari PT Estate Facility Management sebagai tanda bahwa penulis telah diterima untuk melakukan magang di PT Estate Facility Management.

8. Penulis mengisi daily task pada website merdeka.umn.ac.id setiap minggunya dan di approve oleh Supervisor divisi operasional di PT Estate Facility Management.
9. Selama magang berjalan, penulis juga melakukan penyusunan laporan magang sesuai dengan format yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
10. Selama penyusunan laporan berjalan, penulis melakukan bimbingan oleh dosen pembimbing dengan pertemuan sebanyak 10 kali pertemuan.