

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat di dunia kerja mengharuskan mahasiswa untuk mengasah kemampuannya saat studi agar memiliki keterampilan, pengalaman serta pengetahuan yang dapat digunakan saat bekerja. Pembelajaran secara teori saja tidak cukup, pentingnya mempraktikkan teori yang didapat akan membantu mahasiswa untuk mendapatkan gambaran dunia kerja yang sesungguhnya. Kurikulum pendidikan harus bisa mengkombinasikan dua hal tersebut yaitu antara teori dan praktek.

Persiapan menjadi sumber daya manusia yang siap menghadapi dunia kerja sangat penting bagi mahasiswa untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan maupun Magang. Di Universitas Ma Chung mahasiswa diperkenankan untuk memilih pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan atau Magang yang menjadi mata kuliah wajib sebelum pengambilan TA. Hal ini akan membantu mahasiswa mendapatkan pengalaman untuk bekerja serta mempraktekkan teori yang telah mereka dapatkan. Menyadari pentingnya mendapatkan pengalaman bekerja sebelum menyelesaikan studi maka penulis sebagai mahasiswa Universtias Ma Chung pada program studi manajemen memilih Jalur Magang dijalani pada Hotel JW Marriott Surabaya.

Hotel JW Marriott Surabaya merupakan salah satu hotel yang telah berdiri sejak lama di Kota Surabaya. JW Marriott Surabaya memiliki lokasi yang strategis di tengah kota Surabaya, hal tersebut dapat menjadi sebuah peluang promosi karena dapat membantu mobilitas calon konsumen. Secara Spesifik lokasi JW Marriott Surabaya berada di jalan Embong Malang No.85-89, Kedungdoro, Tegalsari,

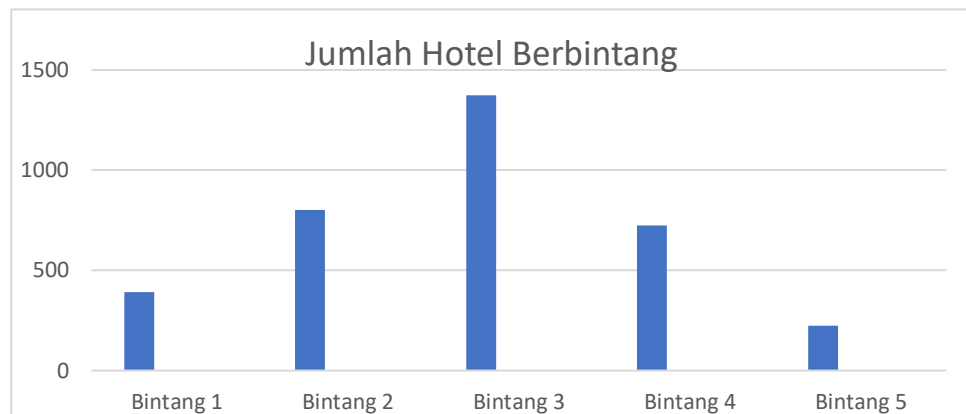
Surabaya. Hotel tersebut berdiri sejak tahun 10 Juni 1996 dengan nama awal Westin Hotel. Hotel tersebut baru berganti nama menjadi JW Marriott Surabaya pada 10 Juni 2002 setelah PT Ramasari Surya Persada sebagai *owning company* bergabung dengan Marriott Internasional. JW Marriott Surabaya merupakan hotel dengan kategori hotel bintang lima. Selain memiliki keunggulan dari segi lokasi, Hotel JW Marriott Surabaya juga menawarkan fasilitas yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Penyesuaian diri kepada lingkungan kerja sangatlah penting, karena hal itu akan membantu beradaptasi dan juga mendorong kerjasama dengan individu lain. JW Marriott Surabaya adalah perusahaan bertaraf internasional, Karyawan datang dari berbagai latar belakang yang berbeda. Selain itu JW Marriot Surabaya juga dapat membantu karyawan yang berkerja di perusahaan tersebut agar bisa mempunyai koneksi dengan seluruh karyawan yang tergabung dalam Marriott Internasional. Hal tersebut sangat membantu perkembangan karyawan karena dengan mempunyai koneksi dari seluruh penjuru dunia dapat menambah pengetahuan. Hal tersebut yang membuat keuntungan bagi mahasiswa yang memilih tempat magang di JW Marriott Surabaya, karena sebagai bekal sebelum masuk di dunia pekerjaan mahasiswa yang magang di perusahaan tersebut dapat merasakan bagaimana bekerja dengan budaya lintas negara.

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai beragam destinasi wisata dan pertumbuhan ekonomi yang baik secara nasional. selama 2019 pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur melampaui pertumbuhan ekonomi nasional yakni di angka 5,52 persen. Pertumbuhan nasional Indonesia berada di kisaran, 5,02 persen (Kurniawan, 2020). Seiring dengan banyaknya orang

yang datang ke Jawa Timur, hal tersebut juga berdampak dengan meningkatnya permintaan jumlah akomodasi. Sehingga saat ini pertumbuhan industri perhotelan di Jawa Timur mengalami peningkatan yang cukup pesat. Perhimpunan Hotel Restoran Indonesia (PHRI) Jawa Timur mencatatkan adanya pertumbuhan hotel di setiap tahunnya selalu meningkat pesat. PHRI menyebut, rata-rata pertumbuhan pembangunan hotel baru di Jatim tiap tahunnya sekitar 13 persen.

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 mencatat perkembangan hotel berbintang dengan rincian bintang tiga, yaitu 1.373 usaha (39,05 persen) dengan 125.149 kamar (34,41 persen) diikuti hotel bintang dua sebanyak 802 usaha (22,81 persen) dengan jumlah kamar sebanyak 56.107 kamar (15,42 persen). Di urutan ketiga hotel bintang empat sebanyak 724 hotel (20,59 persen) dengan jumlah kamar 117.744 kamar (32,37 persen). Semakin banyak hotel yang muncul, dapat memberikan konsumen beragam pilihan dalam menentukan hotel yang akan ditempati. Beragam faktor dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jenis hotel, diantaranya fasilitas, lokasi, hingga harga yang ditawarkan. Variabel-variabel yang mendorong yang mempengaruhi keputusan konsumen antara lain produk, harga, dan lokasi merupakan variabel-variabel yang mendorong hasrat untuk mengkonsumsi produk jasa yang dikehendaki konsumen (Wijaya, 2017).



Gambar 1. Banyaknya hotel berbintang menurut klasifikasi tahun 2019
 Sumber : Badan Pusat Statistik 2019

Konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menentukan jenis produk yang akan dipilih. Termasuk dalam pemilihan produk jasa yang sangat rentang hubungannya dengan sentuhan fisik dan emosi manusia, faktor produk dan harga bukan merupakan satu-satunya faktor penentu keputusan konsumen. Suhartanto, (2008) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dipengaruhi juga oleh faktor lain seperti: kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi konsumen. Kota Surabaya merupakan kota industri, dimana orang yang datang ke Surabaya sebagian besar adalah dalam kebutuhan menjalankan sebuah bisnis. Hotel yang ada di Kota Surabaya juga menyadari akan peluang tersebut, hal ini menyebabkan hotel tersebut untuk menawarkan fasilitas yang beragam agar menarik para konsumen.

Dalam upaya menaikan minat beli konsumen sangat penting adanya komunikasi dengan konsumen yang bisa dilakukan melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC). Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC) adalah sebuah proses perencanaan komunikasi pemasaran yang

memperkenalkan konsep perencanaan komprehensif untuk mengevaluasi peranan strategis dari berbagai elemen komunikasi pemasaran, seperti *public relation, advertising, direct selling, sales promotion, dan interactive marketing*, untuk memberikan kejelasan, konsistensi, serta pengaruh komunikasi yang maksimum (Viliaus & Rudolf, 2017). JW Marriott Surabaya merupakan perusahaan dalam bidang perhotelan yang telah lama berdiri dan telah banyak dikenal orang. Implementasi Komunikasi Pemasaran di JW Marriott Surabaya memiliki konsep yang menarik, maka dari itu penulis mengambil topik laporan magang “Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu di Hotel JW Marriott Surabaya” untuk melihat seberapa efektif dampak penerapannya pada peningkatan sales.

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari kegiatan magang ini adalah :

1. Memperoleh pengalaman kerja di industri perhotelan.
2. Mengaplikasikan kemampuan yang diperoleh dari perkuliahan ke dunia kerja selama magang di JW Marriott Surabaya.
3. Mempelajari Implementasi Manajemen Komunikasi Pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen di hotel JW Marriott Surabaya.

1.3 Manfaat Magang

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat mengaplikasikan dan meningkatkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan, khususnya manajemen pemasaran.

- b. Menambah wawasan mahasiswa mengenai industri perhotelan.
- c. Menambah dan meningkatkan keterampilan serta keahlian di bidang praktik.
- d. Memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapatkan dari pembelajaran di perkuliahan mengenai *marketing* pada perusahaan

2. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan memperoleh tambahan tenaga kerja yang dapat membantu kegiatan operasional perusahaan agar tercipta peningkatan kinerja perusahaan.
- b. Perusahaan memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi dan berkontribusi dalam membina mahasiswa agar mampu menjadi lulusan yang siap bekerja secara professional di dunia kerja nyata.
- c. Interaksi yang baik antara mahasiswa dan perusahaan selama magang akan dapat meningkatkan citra perusahaan.

3. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung

- a. Sebagai sarana untuk mengukur kemampuan dan pemahaman mahasiswa mengenai pembelajaran perkuliahan untuk diterapkan dalam dunia pekerjaan.
- b. Sebagai sarana untuk memperkenalkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung kepada JW Marriott Surabaya sehingga terjalin kerja sama yang baik antara universitas dan perusahaan.
- c. Sebagai wadah yang dijadikan sebagai tolak ukur dan evaluasi kesesuaian kurikulum di perkuliahan dengan penerapan di dalam dunia kerja nyata

