

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor ekonomi dan bisnis di Indonesia pada era ini sedang mengalami peningkatan ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang bermunculan dan akan adanya Pasar Bebas Asia Tenggara yang akan dimulai pada akhir tahun 2015. Dengan adanya Pasar Bebas Asia Tenggara tentu juga berdampak pada sektor bisnis, terutama sektor bisnis jasa pariwisata. Surabaya yang merupakan kota metropolitan kedua terbesar di Indonesia dan merupakan pusat bisnis untuk Indonesia bagian timur jelas sangat berpotensi dalam andil peningkatan ekonomi nasional

Perkembangan ekonomi itu nyatanya juga dirasakan oleh industri keramah-tamahan yang meliputi travel, perjalanan wisata, kapal pesiar, dan akomodasi hotel. Saat ini hotel bukan hanya menjual kamar serta makanan dan minuman tetapi juga menjual pusat bisnis, pusat kebugaran, *banquet*, dan fasilitas *spa*. Hotel yang memiliki berbagai macam jasa, di era modern ini bukan lagi sekedar tempat untuk menginap tapi sekarang sudah berkembang menjadi tempat untuk mengadakan kegiatan sosial yang bersifat pribadi dan kelompok seperti: rapat, seminar, konferensi pers, acara perkumpulan, peluncuran produk, kelas memasak, ulang tahun, hingga acara pernikahan. Saat ini sedang gencar gencarnya masyarakat mengadakan acara pernikahan di hotel.

Pernikahan adalah momen istimewa yang penting dalam kehidupan manusia. Maka dari itu banyak orang yang memiliki impian dan harapan saat menjalani proses pernikahan tersebut. Saat ini acara pernikahan bukan hanya sekedar penyatuan dua keluarga yang sedang melaksanakan acara, tapi juga merupakan acara yang wajib bagi setiap keluarga untuk diselenggarakan secara meriah dan menunjukkan strata sosial seseorang.

Kebutuhan dalam melaksanakan acara pernikahan terbantu oleh banyaknya media yang mendukung seperti *Weddingku*, *Le Marriage*, *Wedding*, *Perkawinan*, *Best Wedding*, dan juga website seperti www.weddingku.com yang menyediakan segala kebutuhan untuk acara special seperti: *Wedding Organizer*, *Cake*, *Bridal*, *Photography*, *Video Production*, *Lighting*, *Make up*, *Undangan*, *Venue*, *Souvenir*, *Perhiasan*.

Acara pernikahan pun seringkali dibuat dengan konsep yang unik, heboh dan berkesan. Hal itu dapat dilihat dengan dekorasi ruangan yang megah sesuai dengan keinginan mempelai. Anggaran yang dikeluarkan bisa mencapai ratusan juta atau bahkan lebih. Melihat peluang tersebut, Garden Palace Hotel Surabaya menyediakan fasilitas untuk penyelenggaraan pernikahan berupa tiga *Grand Ballroom* yang bisa digunakan untuk acara pernikahan. Garden Palace Hotel Surabaya menghadirkan dua konsep pernikahan yaitu: *International Wedding* dan *Traditional Wedding*, dengan lima paket pernikahan yang terdiri dari tiga paket pernikahan bertema *International Wedding* dan dua paket pernikahan bersifat *Traditional Wedding*. Setiap paket memiliki harga yang bervariasi dan tergantung pada jumlah tamu undangan yang hadir. Strategi yang diterapkan haruslah ampuh untuk membidik pasaran, bauran pemasaran sangat lah tepat untuk menganalisis seberapa jauh strategi itu efektif digunakan.

Sebagai hotel yang letaknya tepat di jantung kota, tepatnya di Jalan Yos Sudarso 11 Surabaya. Garden Palace Hotel Surabaya merupakan hotel yang sudah cukup lama berdiri tampak dari luar memang belum terenovasi tetapi untuk *Grand Ballroom* sudah tampak baru dan nyaman untuk pengadaan acara Pernikahan. Untuk menunjang aktifitas pemasaran acara pernikahan Garden Palace Hotel menyebarkan brosur lewat sales blitz dan mengadakan *Wedding Simulation*. *Wedding Simulation* merupakan acara yang diselenggarakan oleh hotel dan bekerjasama dengan vendor-vendor pernikahan pilihan yang bertujuan untuk mengenalkan *Grand Ballroom* terbaru yang telah usai direnovasi agar masyarakat tertarik untuk mengadakan acara pernikahan maupun acara ulang tahun di Garden Palace Hotel Surabaya. *Wedding Simulation* sendiri telah diselenggarakan pada tanggal 30 Januari 2015 – 1 Februari 2015. Pada saat *Wedding Simulation*, peran

dari karyawan *Sales & Marketing Departement* sangat dimaksimalkan oleh pihak hotel dengan menyediakan stand khusus sebagai sarana untuk pengunjung menanyakan informasi tentang penyelenggaraan pernikahan. Dari tahun ke tahun selalu ada inovasi yang dilakukan dalam penjualan paket pernikahan karena beragamnya sifat dan karakter klien *wedding*, strategi pemasaran yang baik sangat perlu dalam meningkatkan penjualan *wedding*, tak terkecuali dengan *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran. Variabel-variabel bauran pemasaran sangat penting dalam menentukan strategi pemasaran yang baik.

1.1 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun tujuan dari Praktik Kerja Lapangan adalah memberikan pengalaman kepada penulis untuk mendapatkan pengalaman tentang dunia kerja dan menerapkan pengetahuan, menerapkan keterampilan, dan perilaku yang telah di peroleh selama kegiatan perkuliahan. Mengetahui sistem kerja dan *Job Desk* yang didapat. Selain itu kegiatan Praktik Kerja Lapangan menjadi salah satu persyaratan akademik untuk meraih gelar Ahli Madya pada program studi Diploma III Manajemen Perhotelan.

1.2 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah:

1. Bagi Penulis
 - a. Memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori yang telah diperoleh dalam proses perkuliahan di kampus
 - b. Belajar memegang penuh tanggung jawab seorang pekerja dan menjalankan suatu pekerjaan dengan baik dan menghasilkan kinerja yang baik untuk hotel
 - c. Untuk mengetahui sistem kerja secara baik dan benar sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) di Garden Palace Hotel
 - d. Untuk menambah wawasan, memperdalam pengetahuan dan melatih kedisiplinan yang berhubungan langsung dengan dunia industri perhotelan

- e. Untuk mengetahui cara memasarkan penjualan acara Pernikahan di Garden Palace Hotel Surabaya
- 2. Bagi Almamater
 - a. Sebagai sarana menumbuhkan potensi akademik mahasiswa
 - b. Sebagai kesempatan bagi mahasiswa Universitas Airlangga untuk membuktikan kualitas sumber daya mahasiswa kepada dunia kerja saat ini
 - c. Memberikan bahan dan literature yang bermanfaat bagi mahasiswa Diploma III yang akan mengambil mata kuliah PKL
- 3. Bagi Subyek PKL
 - a. Sebagai media untuk meningkatkan kerjasama antara Garden Palace Hotel Surabaya dengan Universitas Airlangga
 - b. Untuk melihat sejauh mana kemampuan mahasiswa yang melakukan Praktik Kerja Lapangan
- 4. Bagi Pembaca
 - a. Untuk menambah wawasan pembaca mengenai subyek PKL
 - b. Sebagai bahan bacaan referensi sekaligus pembelajaran dalam pelaksanaan kegiatan yang sama diwaktu yang akan datang

1.3 Rencana Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Untuk kegiatan PKL (Praktik Kerja Lapangan) dilaksanakan di Garden Palace Hotel Surabaya yang berada di Jalan Yos Sudarso 11 Surabaya selama empat bulan. Dimulai tanggal 19 Desember 2014 dan berakhir 19 April 2015. Departemen yang dipilih adalah *Sales & Marketing Departement* bagian *Catering Sales*.

Tabel 1.1
Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

No	Kegiatan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan perrmohonan ijin lokasi																												
2	Penentuan tempat PKL																												
3	Masa Orientasi																												
4	Pelaksanaan PKL																												
5	Penentuan Dosen Pembimbing																												
6	Penyusunan Laporan PKL																												
7	Pengumpulan Laporan PKL																												

Penjelasan table :

1. Meminta surat pengantar dari kampus untuk penempatan PKL.
2. Menuju ke Garden Palace Hotel Surabaya
3. Masa Orientasi pengenalan hotel selama 1 hari di hotel.
4. Mulai penempatan dan langsung PKL
5. Menentukan dosen pembimbing dan memulai membuat topik untuk laporan.
6. Menyusun laporan menurut hasil PKL.
7. Mengumpulkan laporan PKL.

Keterangan :

1. Pengajuan permohonan ijin lokasi

Untuk pengajuan permohonan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dan tempat untuk Praktek Kerja Lapangan dapat dilakukan pada pertengahan Desember 2014 dengan meminta surat keterangan dari pihak akademik Fakultas Vokasi Universitas Airlangga. Proses ini sangat penting dalam memudahkan dalam mencari tempat untuk Praktik Kerja Lapangan, karena sudah ada surat menyurat antara pihak akademik dengan perusahaan yang dituju.

2. Menuju ke Garden Palace Hotel Surabaya

Pada penentuan tempat untuk Praktik Kerja Lapangan penulis mengajukan surat lamaran dibagian *Sales & Marketing Departement* disertai dengan surat keterangan dari pihak akademik yang sudah ditandatangani oleh Wakil Dekan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga, dua hari kemudian pihak HRD Garden Palace Hotel Surabaya menelpon untuk memberitahu adanya wawancara sebelum kegiatan Praktik Kerja Lapangan dimulai. Setelah wawancara penulis diberi kabar bahwa telah diterima di bagian *Sales & Marketing Departement*.

3. Masa Orientasi pengenalan hotel selama 1 hari di hotel.

Masa orientasi dilakukan di hari pertama mengenalkan tugas dan tanggung jawab dari karyawan di *Sales & Marketing Departement*.

4. Mulai penempatan dan langsung PKL

Setelah orientasi satu hari penuh dan mengenal beberapa tugas dari karyawan yang ada pada *Sales & Marketing Departement*. Penulis diberi kesempatan untuk menempati posisi sebagai *Assistant Catering Sales Executive*.

5. Menentukan dosen pembimbing dan memulai membuat topik untuk laporan.

Dosen pembimbing ditentukan oleh Kepala Program Studi DIII Manajemen Perhotelan pada minggu pertama perkuliahan. Topik yang

diangkat adalah tentang penjualan acara *wedding*. Seperti yang penulis lakukan selama Praktik Kerja Lapangan

6. Menyusun laporan menurut hasil PKL.

Penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan dilakukan oleh penulis pada bulan Maret 2015 dan diperkirakan selesai pertengahan Juni 2015. Selanjutnya laporan tersebut diserahkan dosen pembimbing agar dikoreksi untuk judul, isi, dan tata cara penulisanya. Setelah selesai dikoreksi dan dianggap benar maka laporan tersebut diserahkan kepada Kepala Program Studi DIII Manajemen Perhotelan Universitas Airlangga

7. Mengumpulkan laporan PKL.

Pengumpulan laporan diserahkan langsung kepada Kepala Program Studi DIII Manajemen Perhotelan Universitas Airlangga, agar mendapatkan penilaian sebagai syarat kelulusan bagi penulis