

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perusahaan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai aset utama dan mitra strategis dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seringkali bersaing untuk mendapatkan SDM yang kompeten dan berkualitas sedini mungkin. Untuk mendapatkan calon karyawan yang berkualitas unggul dengan lebih cepat dibanding pesaing, perusahaan biasanya memanfaatkan program Kerja Praktek bagi mahasiswa dari suatu Universitas. Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya sebagai salah satu lembaga pendidikan di Indonesia yang memiliki sistem pendidikan yang menitikberatkan pada praktik dan teori, yang diharapkan mampu mencetak atau menghasilkan tenaga-tenaga profesional yang siap pakai sesuai dengan bidang keahliannya. Untuk mewujudkan itu, Manajemen Fakultas Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya mempunyai program kegiatan Kerja Praktek bagi mahasiswa.

Kerja Praktek diharapkan mampu memberikan gambaran kepada mahasiswa akan dunia kerja yang sebelumnya tidak diketahui. Selain itu juga dapat menambah wawasan mahasiswa dan membandingkan antara teori dengan praktik di perusahaan atau instansi tertentu sehingga mahasiswa lulusan dari Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya akan memperoleh kesiapan dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Dengan demikian praktikan tertarik

untuk mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang mampu diandalkan di perusahaan khususnya di bidang Manajemen. Salah satu perusahaan yang memiliki daya saing yang ketat diantaranya adalah pada bidang pariwisata.

Di Lampung sendiri terdapat banyak wisata alam yang disukai sebagai tempat foto dan bersantai keluarga, salah satunya adalah wisata Villa Gardenia. Untuk menunjang kegiatan pariwisata dibutuhkan pemasaran yang baik. Berdasarkan alasan tersebut maka laporan Kerja Praktek ini dituangkan dengan Judul **“Strategi Pemasaran dan Evaluasi pemetaan SDM Dalam Struktur Organisasi Pada Objek Wisata Villa Gardenia Lampung”**

1.2 Ruang Lingkup Kerja Praktek

Selama melakukan program kerja praktek di taman wisata Villa Gardenia saya ditempatkan pada bagian pemasaran sebagai marketing freelance yang bekerja dibawah pengawasan seorang Manajer dan Supervisor. Seorang Marketing bergerak dengan ruang lingkup yang luas dengan berbagai segmen, mulai dari sekolah, kampus, perusahaan, instansi pemerintahan, hingga individu atau personal. Pada saat melakukan Kerja Praktek di Villa Gardenia, Penulis memasarkan taman wisata ke semua segmen, kecuali individu.

1.3 Tujuan dan Manfaat Kerja Praktek

Dalam melaksanakan Kerja Praktek terdapat beberapa tujuan dan manfaat.

Diantaranya sebagai berikut :

1. Tujuan diadakannya Kerja Praktek
 - a. Sebagai salah satu syarat pendidikan yang ditempuh di IBI Darmajaya
 - b. Mengetahui keadaan kerja yang sesungguhnya
 - c. Mempraktekkan secara langsung dengan ketrampilan yang dimiliki dan di dapat dari bangku kuliah di suatu instansi atau perusahaan
 - d. Meningkatkan kualitas SDM bagi calon tenaga kerja yang mandiri dan profesional

2. Manfaat Kerja Praktek

Dalam pelaksanaan Kerja Praktek ada beberapa kegunaan yang didasarkan, antara lain:

1. Bagi Praktikan
 - a. Mendapatkan pengalaman kerja yang sesungguhnya, sehingga mahasiswa lebih siap dalam memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
 - b. Mempelajari bagaimana berkomunikasi dan bersikap di tempat kerja.
 - c. Mengimplementasikan segala ilmu yang telah diterima mahasiswa diperkuliahan dengan dunia kerja di bagian marketing.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya

- a. Terjalannya kerjasama antara Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya dengan Perusahaan.
- b. Fakultas Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Darmajaya dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Kerja Praktek.
- c. Mengetahui sejauh mana efektivitas antara kurikulum (materi perkuliahan, metode dan media) yang diterapkan dengan dinamika dan kondisi dunia kerja yang sesungguhnya.
- d. Mendapatkan umpan balik (feedback) berupa saran, kritik, untuk menyempurnakan dan memperbaharui kurikulum yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

- a. Adanya kerjasama antara dunia pendidikan dengan perusahaan membuat perusahaan dikenal oleh kalangan akademis sehingga menaikkan popularitas perusahaan.
- b. Perusahaan mendapatkan bantuan tenaga kerja dari mahasiswa yang melakukan Kerja Praktek.
- c. Dapat menjalankan pekerjaan selama Kerja Praktek sesuai dengan aturan yang diterapkan oleh perusahaan.

1.4. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Kerja Praktek ini dilakukan pada Villa Gardenia yang merupakan tempat wisata ramah keluarga, disebut ramah keluarga karena terdapat penginapan syariah sebagai tempat penginapan yang dikhususkan untuk pasangan suami istri dan keluarga. Villa Gardenia bertempat di Jalan RE. Martadinata, Sukaraja Lempasing, Teluk Pandan Lampung.

Waktu pelaksanaan kerja praktek dimulai dari tanggal 20 Agustus sampai 19 September 2019. Setiap hari, Praktikan diwajibkan untuk datang pukul 09.00 WIB untuk melakukan Absen, kemudian mulai melakukan promosi ke berbagai tempat berdasarkan segmen yang sudah direncanakan sebelumnya dan selesai pukul 16.00 WIB

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan kerja praktek ini dibagi dalam 5 bagian, masing – masing dalam sub bagian. Diantaranya :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang uraian latar belakang pelaksanaan program kerja praktek, ruang lingkup kerja program kerja praktek, Tujuan dan Manfaat Program kerja praktek, tempat dan waktu pelaksanaan program kerja praktek dan sistematika penulisan

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan tentang sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, bidang usaha/ kegiatan utama perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi.

BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

Bab ini berisikan tentang analisa permasalahan yang dihadapi perusahaan, temuan masalah, perumusan masalah, kerangka pemecahan masalah, landasan teori, rancangan program yang akan dilakukan, program program.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memuat uraian hasil analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang relevan dan pembahasan hasil analisis mengenai penerapan sistem pemasaran pariwisata di Villa Gardenia

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dala Bab ini penulis berusaha untuk menarik beberapa kesimpulan yang penting dari semua uraian dalam bab-bab sebelumnya dan memberikan saran saran yang dianggap perlu untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN