BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung penulis ditempatkan di bagian devisi *Sales and Marketing*. Aktifitas praktek kerja lapangan (PKL) berlangsung sejak tanggal 16 Juli 2013 hingga 31 Agustus 2013, membuat mahasiswa terlibat berbagai macam kegiatan baik yang diselenggarakan oleh bagian devisi *Sales Marketing* itu sendiri maupun oleh Grand Pasundan Convention Hotel Bandung. Adapun ketentuan perusahaan untuk jam masuk pada saat bulan Ramadhan tiba pada pukul 08.00 WIB dan jam pulang pada pukul 16.00 WIB.

Kegiatan yang dilakukan selama kegiatan PKL berlangsung terbagi menjadi dua bagian yaitu kegiatan rutin dan *insidentil*. Kegiatan rutin yaitu kegiatan yang dilakukan setiap hari atau yang sering dikerjakan, seperti menginput data dan promosi online. Sedangkan kegiatan insidental yaitu kegiatan yang dilakukan hanya sesekali saja seperti foto *season*, safari Ramadhan, mengirim ucapan lebaran (email *bless*), perayaan 17 Agustus, dan lain sebagainya. Adapun praktek kerja lapangan (PKL) yang dilakukan selama kurang lebih satu bulan dapat dijabarkan dalam tabel seperti berikut:

Table 2.1

Aktifitas Praktek Kerja Lapangan di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

No	Hari/ tanggal	Aktifitas	Keterangan	
			Rutin	Insidentil
1	Selasa 16/7/2013	Perkenalan Lingkungan/Pengarahan PKL		✓
2	Rabu 17/7/2013	Pengenalan Power Pro (*Hotel sistem*)		✓
3	Kamis 18/7/2013	Meeting Karyawan	✓	
4	Jum'at 19/7/2013	Input Data	✓	
5	Senin 22/7/2013	Heandling incoming call	✓	
6	Selasa 23/7/2013	Membuat Press Realese		✓
7	Rabu 24/7/2013	Pick Up dan Report		✓
8	Kamis 25/7/2013	Membuat Percel untuk klien		✓
9	Jum'at 26/7/2013	Update Online Promo	✓	
10	Senin 29/7/2013	Membuat Press Realese	✓	
11	Selasa 30/7/2013	Persiapan jadwal kegiatan Ramadhan		✓
12	Rabu 31/7/2013	Dekorasi Hotel		✓
13	Kamis 1/8/2013	Pertemuan tamu dari In House		✓
14	Jum'at 2/8/2013	Promosi	✓	
15	Senin 12/8/2013	Menyusun jadwal kegiatan	✓	
16	Selasa 13/8/2013	Meeting kegiatan 17 Agustus		✓

17	Rabu 14/8/2013	Dekorasi acara 17 Agustus		✓
18	Kamis 15/8/2013	Dekorasi acara 17 Agustus		
19	Jum'at 16/8/2013	Salles Promo		✓
20	Senin 19/8/2013	Editing dokumentasi 17 Agustus		✓

Sumber : Data Penulis Juli–Agustus 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan, pada kesempatan tersebut penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan *insidental* antara lain :

2.2.1 Kegiatan Rutin

1. Melakukan Promosi Online

Memperbaharui data maupun informasi yang akan disampaikan kepada *public eksternal* melalui media sosial, seperti halnya facebook, maupun twitter. Baik data berupa *room rate*, promosi yang berlaku, maupun informasi seputar Grand Pasundan Convention Hotel Bandung.

Gambar 2.2

Promosi Online





Sumber : foto akun twitter dan facebook Grand Pasundan Convention Hotel Bandung

2.2.2 Melakukan Kegiatan Insidentil

1. Foto *season*

Kegiatan ini meliputi pengambilan foto seluruh *department head* atau kepala devisi, dimana pengambilan foto tersebut bertujuan untuk profile hotel, arsip, promosi, dan juga untuk ucapan selamat pada hari–hari besar yang disertai dengan foto.

Gambar 2.3

foto Kepala Divisi



Sumber : Arsip Hotel

2.3 Deskripsi Humas

Hubungan masyarakat atau *Public Relations,* menurut Harlow (Grunning, James, E,1984:7) adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/institusi dengan masyarakat. Humas (PR) adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Menurut Dr. Rex Harlow (2010:16), Fungsi dari Humas itu sendiri menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama, membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya, mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini/persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan institusi yang diwakili.

Kegiatan dari humas terbagi menjadi dua yaitu eksternal dan internal. Kegiatan eksternal dari humas itu sendiri seperti Hubungan dengan komunitas, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan media massa dan pers (media & *press relations*) dan hubungan dengan pemerintah (*government relations*). Sedangkan kegiatan internal yang dilakukan oleh seorang humas seperti hubungan dengan karyawan (*employee relations*), dan hubungan dengan pemegang saham (*stockholder relations*).

Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Hubungan masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) menurut Howard Bonham adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalah pahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga.

Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Menurut Baskin, Otin Humas adalah segala bentuk kontak dan hubungan yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk "publik" baik internal maupun eksternal, hubungan ini adalah meliputi semua bentuk komunikasi. Harus diingat pula, bahwa untuk terbentuknya suatu komunikasi harus terdapat unsur menerima dan memberi atau dialog–dialog dengan pihak–pihak yang berhubungan, dan unsur–unsur yang ada di dalamnya (humas) adalah: (1) fungsi manajemen, (2) fungsi komunikasi, (3) fungsi penelitian dan penilaian, (4) suatu fungsi yang dirancang untuk meningkatkan saling pengertian, keserasian, dan masukan yang demokratis kedalam suatu proses pengambilan keputusan. Humas bukanlah alat bisnis atau politik, tetapi alat manajemen. Humas juga bukan suatu

bentuk reklame atau jurnalisme, meskipun baik advertensi atau reklame dan teknik jurnalistik adalah alat yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan komunikasi dalam humas.

2.4 Deskripsi *Sales Marketing*

Menurut Kotler dan Amstrong (2008::6), Marketing merupakan salah satu fungsi utama di antara fungsi-fungsi penting lainnya yang ada dalam suatu perusahaan seperti : administrasi, pembukuan, pembelanjaan, produksi dan personalia. Sihite menyebutkan bahwa *Sale* adalah : menawarkan sesuatu produk kepada konsumen, sebagai suatu pekerjaan atau kegiatan untuk menjadikan seseorang sebagai customer atau langganan. Jadi arti sales di sini adalah penjualan.

Sales baru bekerja setelah produk sudah tersedia sedangkan marketing sudah sibuk jauh hari sebelum produk diluncurkan. Marketing adalah yang merancang strategi produk melalui apa yang kita kenal dengan Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP). STP itu lalu diwujudkan dalam marketing mix yang terdiri dari Product, Price, Place dan Promotion (4P).

Setelah strategi marketing selesai dirumuskan, produk sudah jelas STP-nya, barulah *sales* bekerja. Jadi marketing ada di tingkat pemikiran sedangkan sales pada level pelaksanaan. Jika pemikirannya betul, maka pelaksanannya pun betul. Dengan demikian sales tahu harus fokus ke konsumen yang seperti apa ketika menjual produk, tidak asal ketemu orang, langsung menawarkan

produk. *Sales* juga tahu harus berbicara apa ke konsumen, apa yang membedakan produknya dengan kompetitor. *Sales know what to expect* sehingga mereka bisa lebih efektif. Secara singkat *marketing is the brain* sedangkan *sales is the muscle*.

2.5 Analisa Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada saat mengajukan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan baik oleh pihak Grand Pasundan Convention Hotel Bandung. Ketika penulis memasuki kawasan Grand Pasundan Convention Hotel Bandung untuk menyerahkan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis harus melapor terlebih dahulu kepada bagian HRD untuk menyampaikan maksud dan tujuan datang ke Grand Pasundan Convention Hotel Bandung. Awalnya penulis menyerahkan proposal pengajuan PKL ke bagian HRD, dari bagian HRD penulis diserahkan ke *PR officer* untuk wawancara mengenai kegiatan waktu Praktek Kerja Lapangan dan latar belakang jurusan, setelah itu penulis diarahkan ke Directur of *Sales* untuk wawancara mengenai kesediaan penulis untuk masa PKL selama satu bulan.

Hari pertama melaksanakan Praktek Kerja, penulis disambut dengan hangat oleh security Grand Pasundan Convention Hotel yang bertugas pada hari itu. Dalam melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan, penulis diwajibkan untuk mengenakan pakaian rapi seperti, kemeja, dan celana bahan, dasi, dan baju batik pada hari jumat. Selain itu, penulis diharuskan mengenakan tanda pengenal

mahasiswa yang sedang melakukan Praktek Kerja Lapangan di Grand Pasundan Convention Hotel Bandung.

Hal ini sudah menjadi ketentuan dari pihak perusahaan. Kegiatan–kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 08.00–16.00 WIB pada bulan Ramadhan dan pada bulan biasa kegiatan dilakukan mulai pukul 08.00–17.00 WIB. Pihak perusahaan memberikan waktu istirahat kepada mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan pegawai yang bekerja di sana, yaitu selama satu jam dari pukul 12.00–13.30 WIB. Penulis pun diberikan waktu makan siang di ruang makan karyawan Grand Pasundan Convention Hotel Bandung setiap waktu istirahat.

Setiap harinya penulis melakukan kegiatan yang berkaitan dengan tugas *Public Relation* maupun *Sales Marketing*, adapun kegiatan *Public Relations* antara lain yaitu seperti Promosi Online yang mencangkup harga kamar, dan paket diskon yang ditawarkan melalui Media Online. Disamping itu penulis juga melakukan kegiatan *Sale Marketing* seperti *Sales Call*, Sales Call merupakan suatu kegiatan yang mengharuskan kita betemu dengan tamu hotel maupun *Corporate* yang melakukan kerja sama dengan hotel yang bertujuan untuk promosi secara langsung kepada Customer maupun Instansi yang terkait. Dimana kedua kegiatan tersebut dibimbing oleh karyawan yang bersangkutan. Arahan yang disampaikan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan. Penulis pun banyak diberikan kesempatan untuk mengikuti beberapa kegiatan seperti meeting karyawan, dan terjun langsung untuk menemui tamu yang bersangkutan dengan *Public Relations*.

selama melaksanakan kegiatan-kegiatan *Public Relation* maupun *Sales Marketing*, penulis diberi fasilitas alat tulis maupun fasilitas kantor untuk menunjang kegiatan yang dilakukan. Penulis sangat dilibatkan dalam segala kegiatan–kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak perusahaaan. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan konsentrasi humas dan dapat mempraktekan teori–teori yang telah penulis dapat selama penulis kuliah. Selain itu, menambah pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.