

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK MAGANG

3.1 Profil Perusahaan

3.1.1. Sejarah Restoran Taman Pringsewu Jogja

Restoran ini merupakan cabang pertama dari jaringan yang terus berkembang hingga saat ini. Seiring berkembangnya usaha tersebut, dibuka beberapa cabang lain, termasuk Restoran Pringsewu Jogja dan Pringjajar Pemalang. Pada tahun 1992, jaringan ini dikenal sebagai The Bamboo Restaurant Chain sebelum akhirnya berganti nama menjadi Pringsewu Restaurant Group pada tahun 1998.

Pringsewu Restaurant Group terus memperluas jaringannya di Pulau Jawa, dan hingga kini telah memiliki lebih dari 18 cabang. Cabang-cabang ini tersebar di kota-kota besar di Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Adanya jumlah cabang yang terus bertambah, Pringsewu Group berfokus pada penyediaan pengalaman makan yang tidak hanya mengandalkan makanan berkualitas, tetapi juga suasana yang nyaman dan alami. Restoran ini mengusung konsep pedesaan untuk memberikan pengalaman yang berbeda bagi para pengunjungnya (Yogyes, 2021).

Restoran Pringsewu Jogja, salah satu cabang utama, didirikan di Yogyakarta pada 29 Desember 1990. Awalnya, restoran ini berlokasi di Jalan Magelang Km. 5,5, namun pada bulan Februari

2005 pindah ke lokasi yang lebih luas di Jalan Magelang Km. 9. Mengusung konsep alam pedesaan yang asri, restoran ini berhasil menarik minat pengunjung tidak hanya karena kualitas makanannya, tetapi juga karena suasananya yang nyaman dan tenang.

Selain menyediakan menu makanan, Restoran Pringsewu Jogja menawarkan berbagai paket layanan untuk acara spesial. Beberapa paket yang tersedia di antaranya adalah paket pernikahan, paket pertemuan, paket ulang tahun, hingga paket khusus untuk wisatawan. Adanya berbagai fasilitas tersebut, restoran ini tidak hanya menjadi tempat makan, tetapi juga menjadi pilihan utama untuk berbagai acara penting.

3.1.2. Visi, Misi, Tujuan, dan Falsafah

a. Visi :

“Menjadi salah satu perusahaan waralaba jasa boga terbaik di daerah dimana perusahaan berada dengan dukungan SDM yang memiliki kompetensi tinggi dalam penciptaan menu yang berkualitas dan pelayanan yang menyenangkan pelanggan”.

b. Misi :

Memenuhi kebutuhan pelanggan akan konsumsi yang bergizi tinggi, higienis, dan aman bagi kesehatan.

c. Tujuan :

Pertumbuhan *profit* dan perkembangan usaha dengan mengutamakan kepuasan, nilai, dan loyalitas pelanggan.

d. Falsafah :

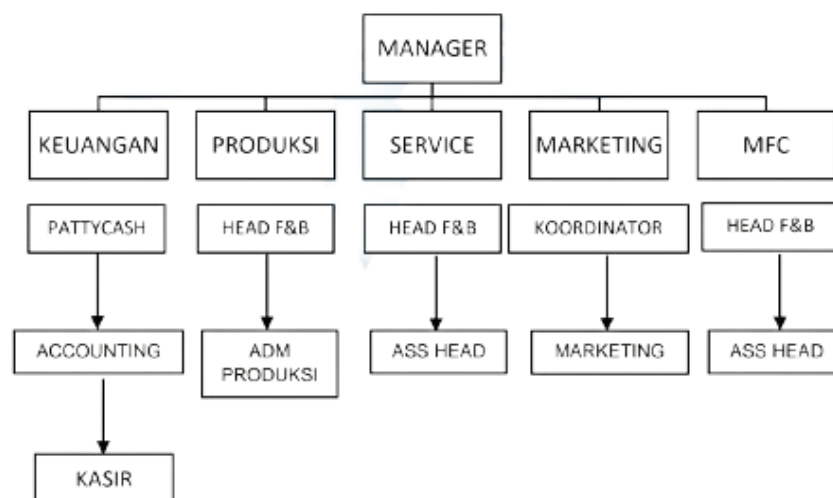
- 1) Sumber daya manusia profesional sebagai mitra usaha strategis.
- 2) Membangun loyalitas pelanggan adalah tugas utama kami.
- 3) Kreativitas dan inovasi merupakan kunci sukses usaha.
- 4) Manajemen terbuka mendorong kerjasama tim menjadi lebih unggul.

3.1.3. Logo Perusahaan



Gambar 3. 1 Logo Restoran Taman Pringsewu Jogja

3.1.4. Struktur Organisasi Restoran Taman Pringsewu



Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Restoran Pringsewu

Kesuksesan sebuah restoran, tidak terlepas dari andil atau kontribusi yang dihasilkan oleh tim *marketing*nya. Di beberapa restoran besar, tenaga *marketing*nya tentu bukan hanya satu atau dua orang. Ini disebabkan karena tugas *marketing* restoran yang tidak sedikit. Banyak hal yang harus dilakukan *marketing* restoran agar restoran tersebut tetap menjadi pilihan favorit bagi semua orang, seperti tugas seorang *marketing* di Pringsewu Jogja yakni bertanggung jawab atas semua kegiatan pemasaran, termasuk kerja sama dengan biro pariwisata, serta pengelolaan acara pernikahan, pertemuan, wisuda, ulang tahun, dan lainnya.

Deskripsi Pekerjaan Divisi *Marketing* yang Berkaitan dengan *Personal Selling*

Personal Selling merupakan salah satu tugas tim *marketing* di Restoran Taman Pringsewu Jogja. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan *personal* dengan pelanggan. Berikut deskripsi pekerjaan yang relevan dengan *personal selling*:

1. Interaksi Langsung dengan Pelanggan

Tim *marketing* berperan dalam memberikan penjelasan secara langsung kepada pelanggan mengenai paket menu restoran. Mereka juga berupaya memahami kebutuhan pelanggan untuk memberikan rekomendasi yang tepat, misalnya pilihan menu yang sesuai untuk acara calon konsumen.

2. *Handling Reservasi dan Follow-Up*

Personal selling juga diterapkan dalam menangani *reservasi* pelanggan. Tim *marketing* memastikan *reservasi* berjalan lancar dengan memberikan informasi rinci kepada pelanggan dan melakukan *follow-up*, misalnya mengonfirmasi jadwal atau memberikan saran tambahan terkait pemesanan.

3. *Sales Call*

Marketing harus secara rutin melakukan *salles call*. Pengertian dari *salles call* sendiri adalah melakukan panggilan via telfon untuk menghubungi calon pembeli atau konsumen potensial. Frekuensi atau jumlah *salles call* dalam satu hari ditentukan berdasarkan kebutuhan *marketing* dalam menjaring konsumennya. Semakin tinggi frekuensi *salles call* yang dilakukan dalam satu hari semakin baik.

4. Presentasi kepada Sasaran Bisnis

Tim *marketing* secara rutin melakukan presentasi kepada instansi dinas atau universitas yang menjadi sasaran. Dalam presentasi ini, *personal selling* diterapkan dengan menawarkan keunggulan layanan dan menu restoran secara *persuasif*.

Tugas-Tugas Tambahan

Selain aktivitas *personal selling*, tim *marketing* juga bertanggung atas pekerjaan yang lain yakni sebagai berikut:

1. Membuat Strategi Promosi dan Media Promosi

Tim *marketing* restoran bertugas untuk merancang, mendesign, dan menentukan strategi promosi dan media promosi apa yang tepat untuk digunakan dalam menawarkan menu dan fasilitas terbaik restoran kepada konsumen. Media promosi yang dimaksud bisa berupa iklan di surat kabar, brosur, dan lain sebagainya.

2. Input Data Pelanggan

Database pelanggan yang telah didapatkan harus kemudian diinput ke data pelanggan di database pelanggan yang ada dalam komputer kerja *marketing*. Database pelanggan yang telah jadi bisa digunakan untuk melakukan *salles call*. Database pelanggan yang diinput termasuk database orang-orang penting yang pernah berkunjung ke restoran misalnya kepala instansi tertentu, *tour leader*, sopir bus dan lainnya.

3. Membuat Laporan Aktivitas Harian

Marketing juga harus memberikan laporan tertulis kepada supervisor atau manager restoran mengenai aktivitas apa saja yang sudah dilakukannya dalam satu hari. Hal ini diperlukan untuk mengukur kerja *marketing* dan pencapaian yang telah didapatkan. Selain itu, dengan adanya laporan aktivitas harian, manager atau supervisor restoran bisa memberikan masukan atau evaluasi kepada tim *marketing* mengenai hal apa saja yang perlu dilakukan kedepannya.

4. Menulis *Logbook Marketing*

Logbook marketing adalah sebuah media komunikasi antar sesama tim *marketing*. Terkadang, bisa saja antar sesama tim *marketing* tidak berjumpa dalam satu hari kerja dikarenakan kesibukan di luar area restoran yang padat. Dengan adanya *log book marketing*, pesan atau memo apapun yang dituliskan bisa dibaca oleh tim *marketing* lainnya.

3.2 Pelaksanaan Praktik Magang

Praktik magang di Restoran Taman Pringsewu Jogja dilaksanakan mulai dari tanggal 1 Agustus 2024 sampai dengan 29 September 2024. Kegiatan magang dilaksanakan pada hari Senin – Minggu. Dalam satu minggu libur 1 hari diambil di hari *weekdays*. Dalam pelaksanaan magang terdapat 2 shift, yakni shift pagi dari pukul 07.30 – 16.00 WIB dan shift siang pukul 11.30 – 20.00 WIB. Adapun kegiatan magang sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Kegiatan Magang pada Restoran Taman Pringsewu Jogja

Tanggal	Kegiatan
1-7 Agustus 2024	• Perkenalan mengenai bagian-bagian restoran. • Mengisi <i>logbook</i> (barang kebutuhan). • Kunjungan penawaran dan <i>test food</i> di univ UGM. • Input buku kunjungan <i>marketing</i>. • Broadcast pembaruan data ulang tahun sekolah via whatsapp. • Kunjungan wisata bagi kartu nama area Malioboro, Kaliurang, dan MGM. • Input buku kunjungan biro wisata. • Mencari data-data kampus di Yogyakarta.

Tanggal	Kegiatan
	• Kunjungan penawaran menu ke univ dan instansi. • Menyiapkan brosur tumpeng 17an. • <i>Briefing</i> sore.
8-14 Agustus 2024	• Mencari data-data dinas di Yogyakarta mencakup kegiatan atau <i>event</i> terdekat. • Foto, video konten dan edit konten. • Input data PIC dari kampus-kampus untuk di <i>FU</i> kembali. • Bagi brosur tumpeng promo 17an ke Perumahan area Sleman. • <i>Briefing</i> sore.
15-21 Agustus 2024	• Edit foto menu restoran. • Bagi brosur di Area Lapangan Denggung. • Membuat daftar <i>merchant</i> / kerjasama • Membuat konten video <i>wedding</i>. • Kunjungan ke wisata bagi kartu nama area Malioboro. • Rekap data komisi biro wisata perjalanan. • Input data-data sekolah TK-SMA area Pringsewu untuk di <i>FU</i> kembali. • <i>Briefing</i> sore.
22-28 Agustus 2024	• Kunjungan penawaran ke universitas dan instansi. • Edit menu box dan catering universitas. • Membuat pengajuan surat RAB brosur. • Bagi brosur promo ke Perumahan area Sleman. • <i>Briefing</i> sore.
29-31 Agustus 2024	• Sebar brosur <i>wedding</i> di area Perumahan. • Edit menu catering UGM dan regular. • Rekap SO (<i>Special Order</i>). • Kunjungan biro wisata di Malioboro. • Input dan edit <i>MoU</i> / kerjasama antar Pringsewu.

Tanggal	Kegiatan
	• <i>Briefing sore.</i>
1-7 September 2024	• Kunjungan biro pariwisata ke Tebing Breksi, Borobudur dan Prambanan. • Input <i>sales call marketing</i>. • Kunjungan penawaran ke Disperindag dan Bapedda Sleman. • Catering outside dan <i>testfood</i> ke UGM • Penawaran dan kunjungan ke beberapa Departemen di UGM. • Input kunjungan kampus dan instansi. • Safari <i>roadsign</i> area Magelang. • <i>Briefing sore.</i>
8-14 September 2024	• Kunjungan wisata ke Malioboro. • Membuat konten acara reunian. • Input kunjungan <i>marketing</i>. • Kunjungan penawaran menu di Universitas, Instansi, dan Hotel. • Bagi brosur “Pepes Bandeng” di Perumahan. • Input SO Bulanan. • Bagi brosur <i>wedding</i> di sekitar area Pringsewu. • Membuat konten <i>wedding</i>. • <i>Briefing sore.</i>
15-21 September 2024	• Bagi brosur <i>wedding</i>. • Kunjungan wisata dan bagi kartu nama di Malioboro, Kaliurang, Prambanan. • Kunjungan ke Instansi, Hotel. • Membuat RAB Revisualisasi Design. • Input SO Bulanan untuk Bulan September. • Bagi brosur tumpeng dan meeting di Perumahan area Jakal. • <i>Briefing sore.</i>
22-29 September 2024	• Bagi brosur <i>wedding</i> dan <i>meeting</i> di Parkiran Pringsewu dan Perumahan area Gito-Gati dan Jakal.

Tanggal	Kegiatan
	• Kunjungan dan bagi kartu nama di wisata Malioboro, Tlogo Putri dan Hotel area Kaliurang. • Input kunjungan <i>marketing</i> dan <i>sales call</i>. • Antar pesanan dan <i>test food</i> ke UGM • Kunjungan penawaran menu ke UGM.