



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

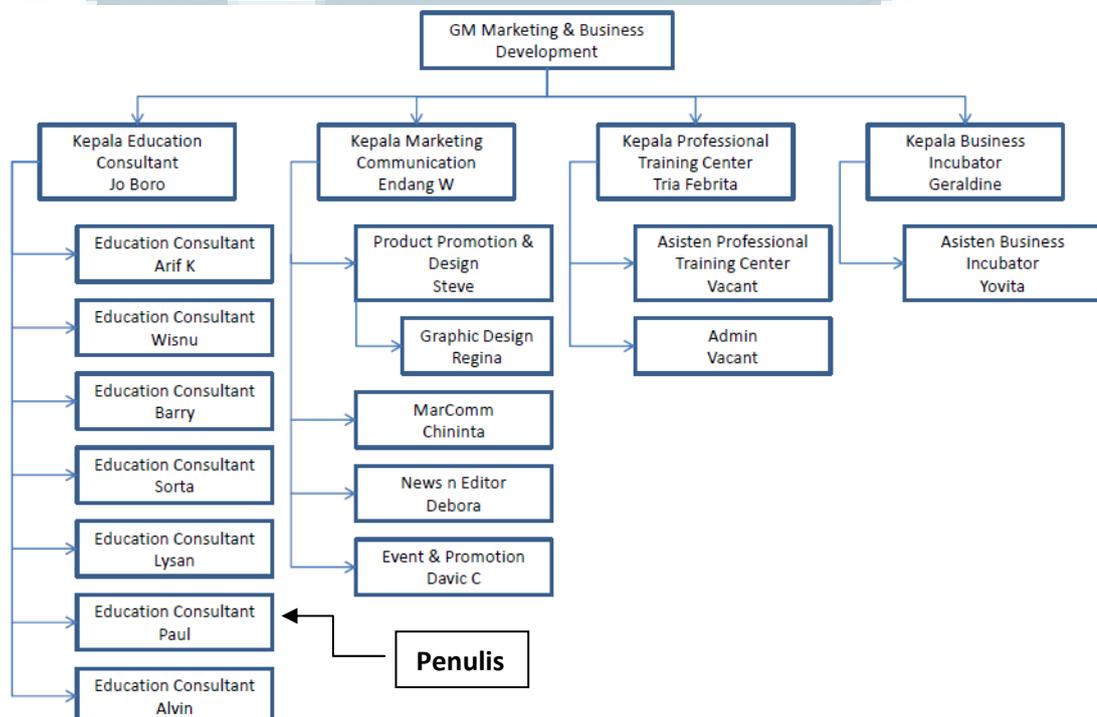
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada praktek kerja magang yang penulis lakukan di Universitas Multimedia Nusantara, penulis ditempatkan pada divisi *marketing* pada bagian *education consultant*, dibimbing oleh Ibu Endang Widyastuti, selaku pembimbing lapangan penulis yang menjabat sebagai *education consultant* pada departemen *marketing*. Tugas utama dari penulis adalah membantu pemasaran *brand* UMN secara langsung maupun tidak langsung. Beberapa kegiatan pemasaran secara langsung antara lain dengan melakukan presentasi ke sekolah-sekolah, *education fair*, *follow up* calon mahasiswa/orang tua calon mahasiswa serta berbagai kegiatan lain yang bertujuan publik lebih mengenal keberadaan dari UMN.

Struktur Organisasi dan Kedudukan Penulis



Gambar 3.1 Struktur Organisasi dan kedudukan penulis setelah adanya perombakan Desember 2013

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.2 Realisasi Praktek Kerja Magang

No	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa	Waktu	Hasil	Supervisor
1.	Follow up calon Mahasiswa	1Juli-31 Agustus	Siswa masuk UMN	Ibu Endang Widyastuti
2.	Membantu pembuatan Video Profil UMN	1Juli-31 Agustus	Video Profil UMN	Ibu Endang Widyastuti
3.	MC Campus Visit 2013	1Juli-31 Agustus	Acara berjalan lancar	Ibu Endang Widyastuti
4.	Memberikan materi workshop manajemen	1Juli-31 Agustus	Siswa mengerti mengenai penjelasan manajemen secara umum	Ibu Endang Widyastuti
5.	Presentasi ke sekolah	1Juli-31 Agustus	Banyak siswa yang mengetahui UMN	Ibu Endang Widyastuti
6.	Mengunjungi sekolah baru	1Juli-31 Agustus	Target <i>marketing</i> dari UMN semakin luas	Ibu Endang Widyastuti
7.	Talk Show Radio	1Juli-31 Agustus	Semakin banyak yang mengenal UMN	Ibu Endang Widyastuti

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada praktek kerja magang yang dilakukan di Universitas Multimedia Nusantara ini, penulis lebih cenderung berfokus pada *personal selling*. Personal Selling adalah komunikasi personal antar orang dengan orang lain (*face to face*) dalam rangka menjual produk dan menjalin hubungan dengan pelanggan. Berupa interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan. Penulis lebih banyak melakukan interaksi secara langsung kepada calon mahasiswa di sekolah – sekolah melalui presentasi di setiap sekolah menengah atas ataupun kejuruan, baik sekolah swasta ataupun sekolah negeri.

Dalam hal ini, penulis saat melakukan kerja magang telah diberikan tanggung jawab yang besar dan sama dengan tanggung jawab yang dibebankan pada setiap *education consultant* pada divisi *marketing* di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis sudah diberikan tanggung jawab yang sama dengan *education consultant* lainnya untuk memegang sekolah-sekolah yang berada di kota Batam, Karawang, Cikampek, Cikarang, Bandung, Cirebon, serta Jawa Barat secara umum. Tanggung jawab yang diberikan berupa menjalin kerjasama dengan kepala sekolah dan guru konseling dari masing – masing sekolah untuk diberikan kesempatan memberikan sosialisasi tentang UMN dan melakukan strategi marketing yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang keberadaan Universitas Multimedia Nusantara dalam memberikan pendidikan formal perguruan tinggi di Indonesia. Selain presentasi di sekolah – sekolah, penulis juga sempat melakukan *Talk Show* Radio di kota Batam dan Cirebon.

#### **3.3.1 Proses Pelaksanaan**

Selama proses pelaksanaan kerja magang, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut :

### 1. *Follow up* calon mahasiswa

Penulis melakukan *follow up* kepada calon mahasiswa dengan cara menelepon secara *personal* ke masing-masing data siswa yang pernah mendaftar di UMN dan yang belum melunasi pembayaran uang pangkal di UMN. *Follow up* ini dilakukan dengan melihat data pribadi calon mahasiswa dalam database, kemudian menelepon calon mahasiswa tersebut melalui telepon kantor ke *handphone* yang bersangkutan. Apabila tidak diangkat ataupun mengalami kesalahan pada nomor, maka penulis dapat melanjutkan untuk menelepon rumah untuk dapat berbicara langsung dengan calon mahasiswa ataupun orang tua dari siswa tersebut mengenai sistem pembayaran yang akan ditempuh untuk melunasi pembayaran.

Selain menyangkut pelunasan pembayaran, penulis juga melakukan *follow up* untuk mereka yang belum ada kepastian apakah akan melanjutkan pendidikan formal perguruan tingginya di UMN. Langkah *follow up* ini sangat diperlukan mengingat banyaknya siswa SMA yang tertarik untuk memasuki perguruan tinggi negeri tetapi mereka belum memiliki *backup* perguruan tinggi swasta. Pada kenyataan, sebetulnya banyak siswa SMA yang tidak lolos masuk perguruan tinggi negeri dan akhirnya mengalami kesulitan saat baru akan mendaftar di perguruan tinggi swasta menjelang penutupan penerimaan calon mahasiswa baru di universitas swasta.

### b. Membantu pembuatan Video Profil UMN

Penulis membantu melakukan pembuatan video profil UMN untuk mengantar tim dokumentasi ke beberapa tempat magang dan tempat kerja mahasiswa untuk melakukan *shooting*.

### c. *MC* Campus Visit 2013

Penulis menjadi pembawa acara saat siswa SMA datang dalam acara *campus visit* yang diadakan di kampus UMN. Acara *campus visit* dilakukan agar para pelajar SMA mengetahui keberadaan dari UMN dan

dapat melihat secara langsung lingkungan serta berbagai fasilitas yang dimiliki kampus.

Kampus visit adalah salah satu strategi marketing handal yang dilakukan oleh tim *marketing* UMN, karena selain mendengarkan penjelasan singkat mengenai UMN, para calon mahasiswa juga dapat merasakan secara langsung lingkungan kampus di UMN. Sehingga mereka memiliki perbandingan secara real proses pembelajaran, perkuliahan, lingkungan dan suasana saat kelak mereka berkuliah di UMN.

d. Memberikan materi *workshop* manajemen

Pada saat acara kampus visit, penulis memberikan *workshop* mengenai management kepada peserta kampus visit yang merupakan pelajar SMA. Dalam *workshop* tersebut, penulis menjelaskan sekilas materi management dan pengenalan lebih dalam mengenai jurusan dan jenjang karir di bidang management secara umum.

e. Presentasi ke sekolah

Penulis membantu tim marketing dengan melakukan presentasi ke sekolah – sekolah mengenai kampus UMN, pilihan jurusan, serta berbagai keunggulan lain yang dimiliki oleh UMN untuk menarik minat para siswa SMA untuk menjadikan UMN pilihan akhir dalam melanjutkan studi di perguruan tinggi.

Presentasi ke sekolah ini pertama dilakukan dengan menghubungi pihak sekolah yang biasanya diterima pihak sekolah melalui guru bimbingan konseling, yang selanjutnya pihak education consultant datang ke sekolah tersebut sesuai dengan kesepakatan hari dan waktu untuk melakukan sosialisasi kepada siswa sekolah mengenai UMN.

Presentasi ke sekolah adalah personal selling yang paling sesuai untuk memberikan wawasan kepada calon mahasiswa tentang UMN yang dikemas melalui pemutaran *video profile* UMN serta demo teknologi untuk dapat menarik perhatian siswa agar dapat mendengarkan dengan baik.

f. Mengunjungi sekolah baru

Penulis membantu tim marketing dengan cara membuka sekolah baru yang sebelumnya belum pernah dikunjungi oleh tim marketing untuk selanjutnya melakukan kerja sama dengan sekolah baru tersebut baik dalam pemberian waktu presentasi, pemberian sponsor acara sekolah ataupun lainnya. Dengan mengunjungi sekolah baru, jumlah sekolah dijalin kerja sama oleh UMN semakin bertambah.

g. *Talk Show* Radio

Penulis melakukan *talk show* di beberapa radio untuk memberikan testimoni setelah kuliah di UMN dan memberikan penjelasan singkat mengenai fasilitas yang ada di UMN.

### 3.4 Kendala Yang Ditemukan

Pada saat melakukan kerja magang, kendala yang ditemukan adalah:

1. Kurangnya orang untuk *memfollow up*

Dalam tahap *memfollow up* mahasiswa, penulis mengalami kendala karena banyak calon mahasiswa yang merubah pikirannya untuk memilih kampus UMN karena keterlambatan dari pihak marketing untuk menanyakan kepastian masuk dari calon mahasiswa yang bersangkutan.

2. Setiap staff marketing memegang banyak sekali sekolah untuk ditangani  
Setiap staff marketing menangani banyak sekolah untuk dikoordinasi, baik untuk menjalin kerjasama dengan kepala sekolah, melakukan *sponsorship* kepada sekolah, dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan konsentrasi setiap marketing terhadap strategi pemasaran yang dilakukan untuk setiap sekolah ataupun kota terpecah serta tidak berjalan efektif.

### 3.5 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan

Penulis dapat menghadapi kendala yang ada selama proses kerja magang lewat bimbingan Ibu Endang serta rekan-rekan *staff marketing* yang ada di Universitas Multimedia Nusantara. Berikut ini adalah solusi atas masalah yang penulis hadapi selama proses kerja magang :

1. Kurangnya orang untuk mem*follow up*

Untuk menghadapi kendala ini, penulis dibantu dengan bimbingan Ibu Endang dan rekan-rekan *staff marketing* lain menyusun jadwal *floor time* untuk *follow up* calon mahasiswa dan meminta bantuan dari beberapa mahasiswa UMN dalam melakukan *follow up* secara rutin dan teratur hingga penerimaan mahasiswa untuk tahun ajaran baru ditutup.

2. Setiap *staff marketing* memegang banyak sekali sekolah untuk ditangani.

Dalam kendala untuk setiap marketing memegang banyak sekolah untuk ditangani, Ibu Endang serta rekan – rekan *marketing* membagi beberapa sekolah kepada penulis agar strategi pemasaran yang dilakukan untuk setiap sekolah lebih efektif. Akar permasalahan dari kendala yang dimiliki UMN adalah kurangnya *staff marketing* untuk memegang sekolah. Oleh sebab itu dengan berkurangnya sekolah yang dipegang untuk setiap marketing, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dari program marketing yang dilakukan baik terhadap sekolah ataupun suatu kota.

UMN