



### **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:**

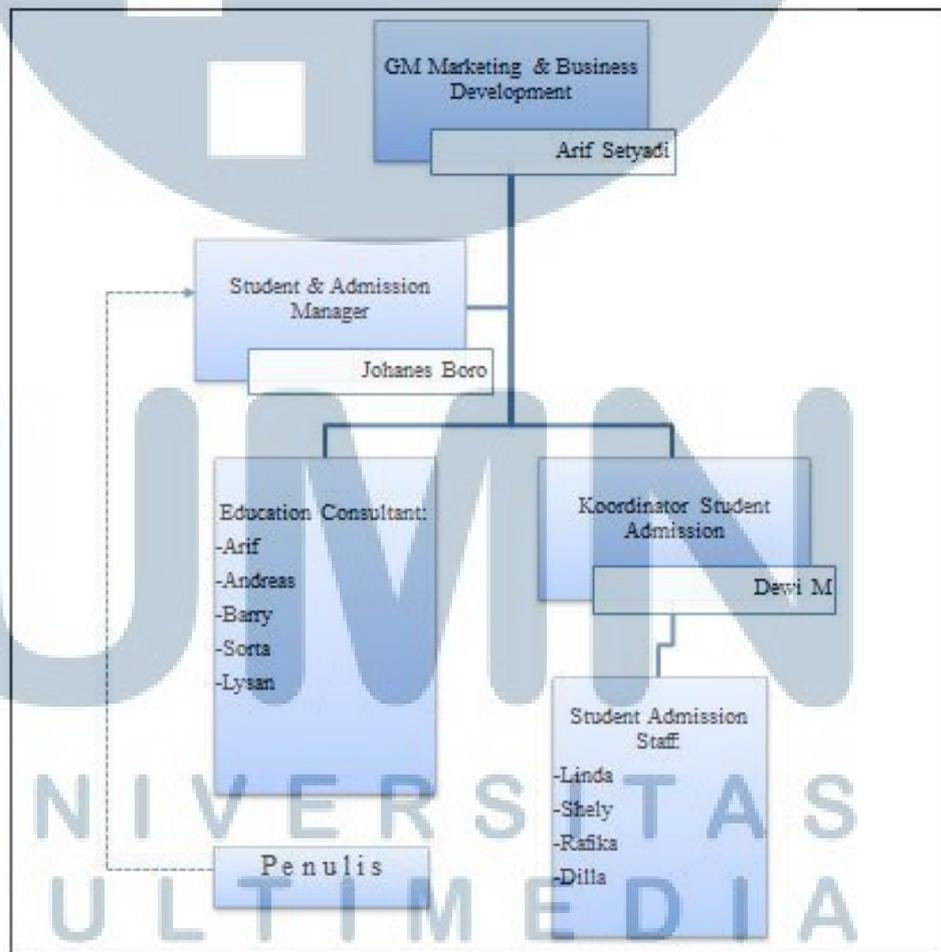
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan & Koordinasi

Pada praktek kerja magang yang penulis lakukan di Universitas Multimedia Nusantara, penulis ditempatkan pada divisi *marketing* pada bagian *Student Recruitment Section* dan *Admission Section*, yang dibimbing oleh Bapak Johannes Tambing Boro, selaku pembimbing lapangan penulis yang menjabat sebagai *Student and Admission Manager* pada departemen *marketing*.



Sumber: hasil pengolahan penulis

Gambar 3.1 Struktur Organisasi dan kedudukan penulis

Tugas utama penulis adalah membantu kegiatan pemasaran UMN, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan pemasaran langsung yang penulis lakukan diantaranya adalah presentasi, *edufair*, dan *follow up* calon mahasiswa baru. Pada periode pelaksanaan praktik kerja magang yang telah dilakukan, penulis lebih cenderung berfokus pada program *school visit*, dalam *school visit* penulis melakukan kegiatan *personal selling*. *Personal selling* adalah bentuk komunikasi antara individu terhadap individu lainnya, di mana penjual mencoba untuk membantu atau membujuk calon pembeli untuk membeli produk atau jasa perusahaan atau melakukan suatu tindakan tertentu (Belch dan Belch, 2009:25). *Personal selling* bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan *target market* dan meningkatkan minat *target market* untuk dapat bergabung dengan UMN. Pada pelaksanaannya penulis melakukan interaksi yang berupa presentasi dan menjaga *stand edufair* UMN di sekolah menengah atas, baik pada sekolah menengah atas (SMA) atau sekolah menengah kejuruan (SMK) negeri ataupun swasta.

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang yang telah dilaksanakan, penulis diberikan tanggung jawab berupa dibagikannya sekolah-sekolah yang berada di daerah Jabodetabek dan Bandung untuk ditangani, pada pelaksanaannya tercatat bahwa sudah ada 25 sekolah berbeda yang penulis kunjungi untuk melakukan program *school visit*, program *school visit* tersebut mencakup presentasi, *edufair* dan juga mengajukan program kerja sama antara UMN dengan sekolah yang terkait. Oleh karena itu penulis dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik, karena penulis harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan para kepala sekolah, guru, calon mahasiswa dan juga orang tua atau wali siswa untuk

meyakinkan bahwa mereka mengerti segala informasi yang penulis sampaikan sehingga dapat menciptakan *awareness* dan meningkatkan minat para siswa untuk memilih melanjutkan studi lanjut di UMN.

### 3.2 Tugas yang diberikan

Tabel 3.1 Realisasi Praktik Kerja Magang dalam Aktifitas *Personal Selling*

No.	Jenis pekerjaan yang dilakukan penulis	Waktu	Hasil	Supervisor
1	Education Fair SMA IPEKA Sunter	11 – 12 September 2014	± 200 siswa datang mengunjungi stand dan mendapatkan informasi tentang Universitas Multimedia Nusantara dan mendaftarkan sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
2	Education Fair SMA Bunda Hati Kudus	13 September 2014	± 200 siswa datang mengunjungi stand dan mendapatkan informasi tentang Universitas Multimedia Nusantara dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
3	Presentasi dan	17	± 100 siswa	Bapak

	<i>Education Fair</i> SDH Daan Mogot	September 2014	mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Johannes Tambing Boro
4	Presentasi di SMAN 7 Tangerang	23 September 2014	± 150 siswa mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
5	Presentasi di SMA Don Bosco Cikarang	26 September 2014	± 50 siswa mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
6	Presentasi di SMA Ketapang 1 Jakarta	30 September 2014	± 60 siswa mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
7	<i>Education Fair</i> SMA Atisa Karawaci	3 Oktober 2014	± 200 siswa datang mengunjungi stand dan mendapatkan informasi	Bapak Johannes Tambing

			tentang Universitas Multimedia Nusantara dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Boro
8	Presentasi dan <i>Education Fair</i> SMA Tarakanita 1 Citra Raya	10 – 11 Oktober 2014	± 100 siswa mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
9	<i>Education Fair</i> SMA St. Angela Bandung	16 – 17 Oktober 2014	± 200 siswa datang mengunjungi stand dan mendapatkan informasi tentang Universitas Multimedia Nusantara.	Bapak Johannes Tambing Boro
10	<i>Education Fair</i> SMA Trinitas Bandung	18 Oktober 2014	± 50 siswa datang mengunjungi stand dan mendapatkan informasi tentang Universitas Multimedia Nusantara dan beberapa mendaftarkan diri sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro

11	Presentasi di SMA Tarakanita 1 Pulo Raya	28 Oktober 2014	± 60 siswa mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
12	Presentasi di SMA Al-Azhar BSD	7 November 2014	± 180 siswa mendapatkan informasi yang lebih jelas tentang UMN dan mendaftar sebagai calon mahasiswa baru.	Bapak Johannes Tambing Boro
13	PIC <i>Campus Visit</i> UMN		± 1000 siswa mendapatkan informasi yang lebih lengkap tentang UMN.	Bapak Johannes Tambing Boro

Tabel 3.2 Realisasi Praktik Kerja Magang dalam Aktifitas *Marketing Support*

No.	Jenis pekerjaan yang dilakukan	Waktu	Hasil	<i>Supervisor</i>
1	<i>Follow up</i> calon mahasiswa penulis	Jam Kerja	Siswa masuk UMN	Bapak Johannes Tambing Boro

2	<i>Input data calon mahasiswa</i>	Jam Kerja	Data calon mahasiswa terintegrasi ke sistem database UMN	Bapak Johannes Tambing Boro
3	<i>Marketing research sekolah potensial</i>	Jam Kerja	Mendapatkan data sekolah yang memiliki banyak siswa yang berpotensi untuk bergabung dengan UMN	Bapak Johannes Tambing Boro

### 3.3 Tugas yang dilakukan

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama proses pelaksanaan kerja magang, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis dibagi menjadi dua bagian, yaitu aktifitas *personal selling* dan aktivitas *marketing support*.

Berikut penjabaran masing-masing pekerjaan:

- Aktifitas *Personal Selling*

#### 1. Presentasi di Sekolah di Wilayah Jabodetabek dan

**Bandung.** Penulis sebagai bagian tim *marketing* melakukan

presentasi ke sekolah-sekolah yang bertujuan untuk

mengenalkan Universitas Multimedia Nusantara kepada siswa dan siswi kelas 12 sekolah menengah atas atau kejuruan, presentasi penulis berupa penjelasan mengenai UMN, keunggulan, pilihan jurusan, fasilitas, hingga pencapaian.

2. ***Education Fair (Edufair) di Sekolah di Wilayah Jabodetabek dan Bandung.*** Penulis menjadi perwakilan dari UMN untuk mengikuti acara pameran pendidikan yang diselenggarakan oleh sekolah, penulis biasanya ditemani oleh tim *marketing* atau mahasiswa alumni sekolah yang bersangkutan. Dalam program edufair penulis selalu membagikan brosur dan memberikan informasi yang jelas kepada siswa, siswi, guru maupun orang tua atau wali yang datang ke *stand* UMN.

3. ***Person In Charge (PIC) Campus Visit (CV) yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara.*** Penulis membantu tim *marketing* UMN dan panitia CV untuk memberikan informasi tentang UMN dan membantu mengenalkan lingkungan kampus dengan cara melakukan *Campus Tour*, penulis biasanya mengajak para siswa dan siswi mengelilingi UMN agar dapat lebih familiar dan mengenal lingkungan kampus, *Campus Tour* biasanya meliputi area perpustakaan, ruang kelas, kantin, *lab computer, lab mac, studio radio, studio tv, lecture hall,*

galeri DKV, galeri ICT, kompas *corner* dan skystar venture.

**4. Narasumber *Talkshow Radio*.** Penulis sebagai mahasiswa aktif dan bagian tim *marketing* UMN memberikan testimoni tentang keunggulan dan pengalaman selama mengalami perkuliahan di UMN, baik dari segi akademis maupun suasana dan lingkungan kampus.

- *Aktifitas Marketing Support*

**1. *Follow Up Calon Mahasiswa*.** Penulis melakukan *follow up* kepada calon mahasiswa dengan cara menelpon secara personal ke masing-masing calon mahasiswa, calon mahasiswa yang penulis *follow up* adalah siswa kelas 12 yang pernah mengisi kuesioner yang didapat dari brosur UMN, serta siswa yang telah mendaftarkan diri dan sudah diterima di UMN, namun belum memenuhi kewajiban pembayaran.

**2. *Input Data Calon Mahasiswa*.** Penulis melakukan kegiatan menginput data calon mahasiswa yang didapat dari pengumpulan kembali lembar kuesioner yang terdapat pada brosur yang dibagikan pada saat presentasi, edufair, maupun *campus visit*. Selain itu penulis juga membantu menginput formulir calon mahasiswa baru agar dapat terintegrasi dengan sistem yang dimiliki oleh UMN.

**3. *Market Research Sekolah Potensial*.** Penulis diberikan tanggung jawab untuk mencari data tentang sekolah-sekolah

yang dianggap memiliki potensi yang baik untuk bekerja sama dengan UMN, setelah mendapatkan data sekolah potensial, penulis akan mengirimkan surat yang berisi permintaan keikutsertaan sekolah pada acara seminar dan tes beasiswa yang diselenggarakan di hampir seluruh provinsi di Indonesia.

#### 4. Aktivitas Surat Menyurat

- **Membuat *Mail Merge*.** Penulis membuat *mail merge* dari alamat sekolah yang ada di *data base* UMN maupun data sekolah yang penulis dapatkan dari aktivitas *market research*.
- **Mengirim Surat.** Penulis membuat surat yang akan dikirimkan kepada sekolah-sekolah potensial ataupun orang tua calon mahasiswa.

<p>Kepada Yth, Bpk / Ibu Kepala Sekolah SMK TELKOM SANDY PUTRA Jl. Raya Daan Mogot  Jakarta Barat</p>	<p>Kepada Yth, Bpk / Ibu Kepala Sekolah UNIVERSAL SCHOOL Jl. Ruas D-7 Blok DG No. 2 Kota Baru Bandar Kemayoran Jakarta Utara</p>
<p>Kepada Yth, Bpk / Ibu Kepala Sekolah UPH COLLEGE Kompleks UPH Gedung E Jl. Mh.Thamrin Boulevard 1100 Lippo Village Tangerang</p>	<p>Kepada Yth, Bpk / Ibu Kepala Sekolah SMA FRANSISKUS Jl. Bumi Manti II Kampung Baru Kedaton Bandar Lampung</p>
<p>Kepada Yth, Bpk / Ibu Kepala Sekolah SMA IMMANUEL Jl. Dr. Susilo No. 6  Bandar Lampung</p>	<p>Kepada Yth, Bpk / Ibu Kepala Sekolah SMA XAVERIUS Jl. Cendana No 31  Bandar Lampung</p>

Gambar 3.2 Contoh *Mail Merge* Data Sekolah Potensial



Gambar 3.3 Contoh Surat untuk Orang Tua Calon Mahasiswa

### 3.4 Kendala yang ditemukan

Pada saat melakukan kerja magang, kendala yang ditemukan adalah:

#### 1. Kurangnya minat siswa/i untuk melanjutkan studi di UMN.

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis banyak melakukan program *school visit*, seperti presentasi dan edufair, setiap melakukan presentasi dan edufair penulis selalu membagikan brosur dan formulir kepada para siswa untuk secara gratis tetapi saat ingin mengambil formulir para siswa harus mengisi data dirinya. Pembagian formulir

secara gratis tersebut bertujuan untuk meningkatkan minat para siswa melanjutkan studi lanjutnya di UMN. Namun, tidak jarang formulir yang telah dibagikan tidak dikembalikan kepada pihak UMN meskipun sudah melewati batas waktu yang ditentukan, untuk menanggulangi hal tersebut penulis dan tim *follow up* UMN yang terdiri dari para mahasiswa *part time* melakukan *follow up* terhadap para siswa yang mengambil formulir, akan tetapi meskipun telah diberikan formulir secara gratis dan melakukan *follow up* tetap saja kurang menarik minat para siswa untuk melanjutkan studi di UMN.

**2. Kurangnya koordinasi antar PIC (*Person In Charge*) dalam divisi *marketing*.** Selama menjalani praktik kerja magang, penulis seringkali mendapati perintah kerja yang mendadak untuk mengisi kekosongan yang terjadi pada program *school visit*, seperti presentasi dan edufair, hal tersebut terjadi karena kurangnya koordinasi dalam pembagian tugas dan jadwal *school visit*. Selain itu, penulis juga beberapa kali mendapati masalah dalam menjalankan tugas untuk melakukan presentasi di sekolah, hal tersebut terjadi karena PIC sekolah yang bersangkutan tidak melakukan konfirmasi ulang dengan pihak sekolah.

**3. Optimalisasi Program *Marketing* untuk Pasar Jabodetabek.**

Universitas Multimedia Nusantara memiliki banyak mahasiswa yang berasal dari luar pulau Jawa. Namun, jika dicermati persentase mahasiswa yang berasal daerah Jabodetabek dan sekitarnya masih lebih banyak. Dalam kesempatan melaksanakan praktik kerja magang, penulis menemukan banyak sekolah potensial di Jabodetabek dan

sekitarnya yang belum didatangi oleh tim *marketing* UMN, sehingga mereka tidak mengetahui informasi mengenai program penerimaan mahasiswa baru UMN, khususnya jalur tes beasiswa. Jalur tes beasiswa diadakan hanya satu kali setiap tahunnya, sehingga setelah melewati tanggal tes beasiswa, para siswa dari sekolah yang baru dikunjungi oleh tim *marketing* UMN seperti kehilangan minat, karena mereka tidak berkesempatan untuk mengikuti tes dan mendapatkan kesempatan untuk meraih beasiswa. Selain itu, di beberapa sekolah yang penulis kunjungi, penulis mendapati kurangnya minat para siswa untuk bergabung dengan UMN, karena mereka sudah memilih dan bergabung di universitas lainnya, hal tersebut terjadi karena kurang cepatnya tim *marketing* UMN dalam melakukan kegiatan *marketing* pada sekolah-sekolah potensial, sehingga didahului oleh universitas lainnya.

### **3.5 Solusi atas kendala yang ditemukan**

**1. Kurangnya minat siswa/i untuk melanjutkan studi di UMN.**

Dijelaskan lebih lanjut dalam Bab. 4 pada bagian 4.2 Saran.

**2. Kurangnya koordinasi baik antar PIC dalam divisi *marketing***

**maupun antara PIC dengan sekolah.** Dijelaskan lebih lanjut dalam Bab. 4 pada bagian 4.2 Saran.

**3. Optimalisasi Program *Marketing* untuk Pasar Jabodetabek.**

Dijelaskan lebih lanjut dalam Bab. 4 pada bagian 4.2 Saran.