



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi pada masa ini, pendidikan semakin menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan. Pendidikan merupakan faktor penting bagi kelangsungan kehidupan bangsa dan faktor pendukung yang memegang peranan penting di seluruh sektor kehidupan, sebab kualitas kehidupan suatu bangsa sangat erat dengan tingkat pendidikan.

Tanpa diragukan lagi, banyak pihak akan mencurahkan segala perhatian dan usaha semaksimal mungkin untuk mencapai pendidikan yang lebih baik dan lebih tinggi dengan suatu harapan akan memperoleh kehidupan masa depan yang lebih baik. Semua itu tentunya tidak akan terlepas dari peran para pihak yang bertanggung jawab dalam bidang pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia bagi kelangsungan kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia.

Pendidikan merupakan "*Investment Value*". Mereka yang memperoleh pendidikan tinggi (*Higher Education*) umumnya dapat mencapai karir yang lebih baik dibandingkan dengan orang-orang yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi (SMA, SMK, STM, dan Sekolah Menengah sederajat lainnya). (Riddell, Craig, 2004 dalam *The Social Benefits of Education: New Evidence on an Old Question*)

Manfaat lainnya dari pendidikan tinggi (*Higher Education*) akan dijelaskan dalam dua manfaat, yaitu manfaat individual dan manfaat sosial.

#### Manfaat individual

1. Ada korelasi antara tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan pendapatan yang lebih tinggi untuk semua kelompok ras/etnis dan bagi pria dan wanita.
2. Kesenjangan pendapatan antara lulusan SMA dan lulusan perguruan tinggi telah meningkat secara signifikan dari waktu ke waktu.

3. Pendapatan yang diterima lulusan perguruan tinggi rata-rata cukup tinggi untuk menutup biaya yang dikeluarkan selama kuliah dalam waktu yang relatif singkat.
4. Setiap pengalaman yang didapatkan di perguruan tinggi sangat bermanfaat jika dibandingkan dengan pengalaman yang hanya didapatkan selama sekolah menengah.

#### Manfaat sosial

1. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi mempengaruhi penurunan tingkat pengangguran dan kemiskinan, sehingga selain memberikan kontribusi lebih untuk pendapatan pajak.
2. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi berkorelasi dengan meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial, termasuk pekerjaan *volunteer*, pemungutan suara (*voting*), dan donor darah. (Baum, Sandy, & Payea, Kathleen, 2005 dalam "*Education Pays The Benefits of Higher Education for Individuals and Society; Trends in Higher Education Series Revised Edition*)

Karena hal-hal di atas, maka semakin banyak juga lembaga-lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi yang bermunculan, khususnya di daerah Tangerang. Kampus yang saat ini ada di Tangerang antara lain: Universitas Bina Nusantara (UBINUS), Universitas Prasetya Mulya, Swiss German University (SGU), Universitas Pelita Harapan (UPH), Surya Research, Bina Sarana Informatika (BSI), Perguruan Tinggi Buddhi, Universitas Pamulang (UNPAM), dan STMIK JIBES, dan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan perguruan tinggi tempat penulis menuntut ilmu dalam program Strata 1 pada prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi.

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang terletak di Gading Serpong, Tangerang, selaku penyelenggara pendidikan tentunya bukan satu-satunya universitas yang dapat menjadi pilihan bagi para calon mahasiswa. Terlebih di daerah Tangerang pada saat ini banyak universitas baru ataupun yang membuka cabang baru di daerah ini, meskipun tidak semua universitas di Tangerang merupakan pesaing UMN secara *head- to- head*. Karena hal-hal tersebut, Universitas Multimedia Nusantara harus terus meningkatkan kualitas dan fasilitas dalam rangka menunjang visi dan misi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai sarana penyedia jasa pendidikan yang kompeten dan diunggulkan di Tangerang.

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan universitas yang dinaungi oleh kelompok perusahaan besar di Indonesia, yaitu Kompas Gramedia Group. Kompas Gramedia Group merupakan sebuah kelompok usaha terkemuka yang bergerak di bidang media massa, penerbitan, percetakan, toko buku, hotel dan jasa pendidikan. Kompas Gramedia Group mendirikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) pada tahun 2006 dalam rangka menjawab kebutuhan pendidikan tingkat tinggi yang berkualitas di Indonesia, khususnya di wilayah Tangerang. Meskipun pada saat ini masih terbilang universitas baru, Universitas Multimedia Nusantara sudah dapat dibilang kampus dengan predikat baik dengan sejumlah prestasi yang sudah diraih. Salah satu prestasinya, Tim Universitas Multimedia Nusantara (UMN) *Broadcaster* yang terdiri dari Georgene, Shandy, Tommy, Ryan, Brando dan Agus Syawal berhasil meraih juara kedua SCTV *Broadcasting Competition* 2013. Selain itu, Tim UMN sinematografi berhasil keluar sebagai juara dalam pilihan favorit penonton (*Official Selection*) di festival film Jogja Cinephilia. (edukasi.kompas.com)

Keunggulan yang dimiliki Universitas Multimedia Nusantara (UMN) salah satunya adalah berfokus pada *Information and Communication Technology* (ICT). Kurikulum yang diterapkan di UMN berbasis ICT yang *up-to-date*. Kurikulum berbasis ICT ini dirancang tidak hanya untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan teknologi terbaru maupun yang sedang dikembangkan, tetapi juga untuk membangun karakter mahasiswa menjadi pemimpin global masa depan yang tanggap. UMN memiliki ambisi untuk menjadi pusat pendidikan ICT

terbaik di Asia, serta mempersiapkan Indonesia menjadi negara berbasis teknologi. Dengan fokus pada ICT, UMN menyusun kurikulum untuk semua program studinya berlandaskan pada ICT. Selain berfokus pada ICT, para pendiri UMN juga telah berkomitmen untuk mengembangkan UMN menjadi universitas unggulan.

Kompas Gramedia sebagai pendiri melalui Yayasan Multimedia Nusantara telah memberikan komitmennya dalam bentuk: menyiapkan fasilitas mulai dari gedung kampus, perlengkapan laboratorium, perpustakaan dan sarana lainnya. Selain itu, memberikan kesempatan kepada mahasiswa UMN untuk :

- Menjalani *job training* pada hari libur panjang selama kurang lebih 2 bulan di unit-unit bisnis yang dimiliki Kompas Gramedia seperti Kompas, Gramedia Pustaka Utama (penerbit buku), Percetakan Gramedia, Kompas.com (*online media*) dll.
- Kerja magang (*interneship*) di unit-unit usaha Kompas Gramedia

Melalui kedua program di atas, terbuka kesempatan bagi mahasiswa untuk melanjutkan karier di Kompas Gramedia. Selain itu UMN memberikan kesempatan kepada para eksekutif dan profesional terbaik di Kompas Gramedia menjadi tenaga pengajar/dosen di UMN. Terlebih lagi UMN membuka program *business incubator* yang bertujuan menyiapkan mahasiswa menjadi *technopreneur* setelah lulus kuliah. Di dalam program ini mahasiswa harus menyiapkan sebuah *business plan* dan dituntut untuk merealisaiakannya. Dengan bimbingan para dosen, para mahasiswa menyiapkan *marketing plan* dan modal sehingga bisnis ini bisa langsung dijalankan begitu mahasiswa menyelesaikan perkuliahannya.

Selain *business incubator*, UMN memiliki wadah yang memiliki peran dan fungsi merencanakan dan membuat serta menjalankan pelatihan-pelatihan eksekutif bersertifikat untuk pihak eksternal maupun internal. Wadah tersebut adalah *Continous Learning Department*, yang dibawah langsung oleh divisi *Marketing & Business Development Department*.

*Continous Learning Department* memiliki beberapa program yang telah berjalan. Adapun program-program tersebut adalah:

1. Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA)
2. ELTI Gramedia UMN
3. *Korean Language*

*Continous Learning Development* didirikan dalam rangka menjawab kebutuhan akan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, dan terus berupaya menyediakan berbagai program pelatihan bersertifikasi, didukung kurikulum khusus, serta metode pembelajaran yang mudah diserap oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar / mahasiswa hingga masyarakat umum.

Sebagai Mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang diwajibkan untuk menempuh Program Kerja Magang (*internship*) sebagai salah satu syarat kelulusan, penulis tertarik untuk ikut berperan dalam proses *marketing* secara langsung dalam divisi *Marketing & Business Development Department*, tepatnya di *Continous Learning Department*.



**Gambar 1.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara**

## 1.2 Pokok Permasalahan

Pertumbuhan dunia pendidikan Indonesia semakin pesat, seiring dengan meningkatnya standar yang diberikan perusahaan-perusahaan besar dalam proses *recruitment*. Meningkatnya kebutuhan akan pendidikan ini membuat semakin marak lahirnya lembaga-lembaga yang bergerak dalam penyediaan jasa pendidikan. Contohnya saja di daerah Tangerang pada saat ini banyak universitas yang hadir dengan menyediakan penawaran jasa pendidikan dengan *value* yang berbeda-beda. Universitas Multimedia Nusantara (UMN), merupakan salah satu lembaga perguruan tinggi yang baru berdiri di wilayah tersebut. Meskipun masih terbilang baru, namun Universitas Multimedia Nusantara (UMN) terbukti telah menawarkan kualitas yang baik dalam menyelenggarakan jasa pendidikannya. Hal itu tercermin dari baiknya kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki Universitas Multimedia Nusantara (UMN), serta fasilitas-fasilitas yang turut menunjang kegiatan penyelenggaraan pendidikan. Ditambah lagi universitas ini juga merupakan naungan dari kelompok usaha terkemuka di Indonesia, yaitu: *Kompas Gramedia Group*.

Seiring berjalannya waktu, kampus ini terus berkembang. Pada awalnya universitas ini hanya menyediakan perguruan tinggi yang merupakan sebuah lembaga pendidikan formal. Namun pada saat ini, tak hanya pendidikan formal saja yang disediakan, tetapi UMN juga menyediakan pendidikan non-formal. Pengembangan bisnis pendidikan non-formal ini dilakukan oleh *Marketing & Business Development*, yang kemudian mendirikan divisi *Continous Learning Department*.

Dalam melakukan praktek kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi ini. selama melaukan kerja magang ini, penulis diharapkan dapat:

1. Mengetahui program-program apa saja yang sedang dijalankan oleh *Continous Learning Department* UMN
2. Mengetahui penerapan strategi bisnis *Customer Relationship Management (CRM)* pada divisi *Continous Learning Development* khususnya pada program Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA), serta evaluasinya sehingga pengembangan bisnis UMN dapat terus berjalan.

Penulis diberi tanggung jawab dalam melaksanakan *Customer Relationship Management (CRM)* pada salah satu program yang telah berjalan di *Continous Learning Department*, yaitu: Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA). BIPA adalah program pendidikan non formal yang ditujukan kepada penutur asing yang menetap maupun yang berencana untuk menetap Indonesia. Program pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan bahasa dan kebudayaan Indonesia untuk penutur asing dari level yang paling dasar (pemula), menengah atau madya (*intermediate*), hingga level mahir (*advance*). Program ini telah melaksanakan beberapa elemen *Customer Relationship Management (CRM)*. CLD melakukan *Customer Relationship Management* karena dalam elemen-elemen mencakup beberapa aspek, yaitu: *customer knowledge*, *relationship strategy*, *communication*, dan *the individual value preposition*. Aspek-aspek tersebut berkaitan dengan cara interaksi antara perusahaan dengan konsumen, *consumer loyalty*, dan hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana menciptakan *value added* suatu perusahaan. Dengan menjalankan elemen-elemen tersebut, diharapkan perusahaan akan mendapatkan *positive feedback* dari konsumen. *Positive feedback* yang diberikan dapat berupa pembelian ulang, atau konsumen berpotensi untuk merekomendasikan nama baik perusahaan kepada rekan-rekannya (*word of mouth marketing*). Adapun program-program CRM yang telah dijalankan di *Continous Learning Department* dalam rangka menjaga terjalinnya hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen adalah;

1. Melakukan perekrutan *buddy*, yang merupakan program *volunteer* yang ditujukan kepada mahasiswa-mahasiswa UMN. *Buddy* merupakan *personal guide* yang bertugas menemani dan memperkenalkan tempat-tempat baru yang ingin dikunjungi di wilayah Tangerang.
2. Mengadakan kegiatan kunjungan tur ke beberapa tempat wisata, seperti Jawa Jawi dan TMII. Kegiatan lainnya adalah acara makan malam bersama di restoran Korea yang berlokasi di wilayah Gading Serpong, J&J Chicken Hill.

3. Mengadakan acara Malam Keakraban BIPA yang dihadiri oleh seluruh peserta BIPA, *staff* dan pengajar BIPA, divisi *marketing*, dosen-dosen UMN, serta mahasiswa-mahasiswa UMN.

Walaupun *Continous Learning Department* sudah menggunakan elemen *Customer Relationship Management (CRM)* dalam rangka menjaga terjalinnya hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen, tetapi hal ini dirasa masih kurang, karena banyaknya peserta BIPA yang tidak menyelesaikan programnya hingga selesai, bahkan ada yang pindah ke BIPA yang berada di naungan universitas lain. Oleh karena itu pada laporan magang ini penulis akan melakukan evaluasi penggunaan elemen-elemen *Customer Relationship Management* yang diterapkan pada divisi *Continous Learning Department* Universitas Multimedia Nusantara. Dengan melakukan evaluasi terhadap elemen-elemen CRM diharapkan perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan *customer*, mendapatkan informasi-informasi yang penting dalam rangka memenuhi *customer satisfaction*, serta menciptakan *value added* perusahaan, sehingga menciptakan *customer loyalty* dan mencegah *negative feedback* yang akan merugikan kelangsungan dan nama baik perusahaan.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Magang**

Penulisan Laporan Kerja Magang ini bertujuan agar penulis lebih memahami peran dalam divisi *marketing*, serta strategi-strategi yang harus dilakukan dalam suatu perusahaan, juga bagaimana suatu perusahaan dapat mengembangkan *business development* yang telah dijalankan sehingga berkembang dan memberikan keuntungan atau *profit*. Dalam kerja magang ini penulis mendapat kesempatan dalam mempraktikkan teori-teori yang selama ini dipelajari selama perkuliahan khususnya manajemen pemasaran atau *marketing management* yang menjadi jurusan peminatan penulis.

Penulisan ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman nyata bagi penulis dalam bekerja secara langsung di dunia kerja pada sebuah organisasi/perusahaan. Pengalaman nyata yang didapatkan penulis melalui kerja

magang ini merupakan bekal pengalaman yang berharga selain ijazah yang dimiliki penulis untuk bekerja di kemudian hari.

#### **1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan kerja magang dilaksanakan oleh penulis mulai dari tanggal 16 Februari 2014 sampai dengan 06 Mei 2014, mulai pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB. Penulis bekerja mulai dari hari Senin, Rabu, Kamis, Jumat, dan Sabtu. Total jam kerja yang didapat penulis kurang lebih sebanyak 612 jam. Kegiatan kerja magang ini dilakukan oleh penulis di Universitas Multimedia Nusantara yang berlokasi di Scientia Garden, Jl. Boulevard Gading Serpong, Summarecon Gading Serpong, Tangerang. Penulis ditempatkan pada divisi *Continuous Learning Department* yang dibawah oleh divisi *Business Development*, serta sebagai marketing dengan tujuan dapat membantu pengembangan bisnis UMN untuk menambah sumber profit dari bisnis berupa program-program pembelajaran pendidikan non-formal atau *training center* yang telah dijalankan Universitas Multimedia Nusantara. Prosedur pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Menyiapkan surat lamaran dan *Curriculum Vitae* (CV) yang dibutuhkan untuk melamar kerja.
2. Mengikuti seminar pembekalan kerja magang yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
3. Menghubungi bagian *Carrier Department* UMN untuk mendaftar lamaran kerja magang pada divisi *marketing* Universitas Multimedia Nusantara.
4. Memberikan surat lamaran kerja dan *Curriculum Vitae* (CV) kepada bagian *Carrier Department* UMN, yang kemudian disampaikan ke bagian *marketing* UMN pada divisi *Continuous Learning Department*.
5. Melakukan *interview* di Universitas Multimedia Nusantara.
6. Mengajukan permohonan magang form KM-01 sebagai syarat pembuatan surat pengantar kerja magang yang disahkan dan ditandatangani oleh ketua program studi.

7. Menukarkan surat penerimaan kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara divisi *marketing* bagian *Continous Learning Department* dengan kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan penilaian kerja magang.
8. Melaksanakan praktek kerja magang dari tanggal 2 Februari 2014 sampai dengan 05 mei 2014.
9. Penyusunan laporan kerja magang.
10. Sidang kerja magang.



UMN

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan hal-hal yang menjadi latar belakang penelitian ini, maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang, waktu, dan prosedur pelaksanaan kerja magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan tentang gambaran umum perusahaan mulai dari sejarah singkat perusahaan hingga struktur dalam perusahaan, landasan teori yang berhubungan dengan praktik kerja magang.

### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama kerja magang, proses kerja magang, kendala selama pelaksanaan magang, solusi atas kendala yang ditemukan.

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, penulis akan memaparkan sejumlah kesimpulan tentang hubungan antara ilmu atau teori yang didapatkan selama kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam kerja magang. Selain itu, pada bab ini juga akan dipaparkan tentang saran baik untuk perusahaan maupun penelitian selanjutnya.