



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

Sebagai salah satu negara yang sedang berkembang di dunia, Indonesia tidak henti-hentinya membuat perencanaan, strategi, serta implementasi program-program yang ditujukan untuk dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Berbagai hal yang diupayakan Indonesia untuk meningkatkan daya saing mereka dengan negara lain, salah satunya dengan cara meningkatkan standar pendidikan di Indonesia.

Pendidikan merupakan faktor utama dalam pembentukan pribadi seorang manusia. Pendidikan sangat berperan penting dalam membentuk baik atau buruknya pribadi manusia. Berdasarkan hal itu, pemerintah sangat serius menangani bidang pendidikan, sebab dengan sistem pendidikan yang baik, diharapkan akan muncul generasi penerus bangsa yang berkualitas dan mampu menyesuaikan diri untuk hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dan mampu meningkatkan taraf hidup di Indonesia.

Pembangunan pendidikan di Indonesia telah menunjukkan keberhasilan yang cukup besar. Wajib belajar 6 tahun, yang didukung pembangunan infrastruktur sekolah dan diteruskan dengan Wajib Belajar 9 tahun adalah program sektor pendidikan yang diakui cukup sukses. Hal ini terlihat dari meningkatnya partisipasi sekolah dasar dari 41 persen pada tahun 1968 menjadi 94 persen pada tahun 1996, sedangkan partisipasi sekolah tingkat SMP meningkat dari 62 persen tahun 1993 menjadi 80 persen tahun 2002 (Oey-Gardiner, 2003).

Masyarakat Indonesia saat ini sudah mulai teredukasi untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu ke universitas, tidak hanya wajib belajar 9 tahun. Keinginan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi ini dikarenakan makin berkembangnya pola pikir generasi Indonesia zaman sekarang. Mereka banyak beranggapan bahwa gelar sarjana adalah prasyarat mendapat pekerjaan yang layak di Indonesia, dan juga agar hidup sukses dan makmur di masa depan.

Pada saat ini, universitas swasta dapat dikatakan sedang berkembang pesat dari tahun ke tahun. Banyaknya minat masyarakat untuk berkuliah secara modern menjadi salah satu latar belakangnya. Beberapa contoh universitas swasta di Indonesia antara lain Universitas Bina Nusantara, Universitas Multimedia Nusantara, Prasetiya Mulya Business School, Universitas Tarumanagara, Universitas Trisakti, Universitas Pelita Harapan, dan Universitas Bunda Mulia. Semua universitas tersebut memiliki metode pendidikan yang modern dan cenderung berbasis teknologi, multimedia, dan komunikasi.

Merujuk pada pendidikan berbasis teknologi, multimedia, dan komunikasi, dapat dikatakan bahwa Universitas Multimedia Nusantara menjadi salah satu contoh perguruan tinggi swasta yang cukup kuat dengan basis ICT-nya. Kurikulum dan fasilitas Universitas Multimedia Nusantara sangat kental dengan nuansa teknologi dan multimedia. Dapat diambil contoh, adanya studio broadcasting dan radio, mata kuliah pengantar teknologi multimedia, kegiatan game development, lab desain dan IT yang lengkap dengan perangkat *windows* maupun *apple*, dan lain-lainnya.

Teknologi dan multimedia memang pada saat ini sangat membantu kehidupan setiap manusia, terlebih lagi kontribusinya ke dunia pendidikan. Perkuliahan *via email, blogging, e-commerce* atau *e-business*, yang dulunya tidak ada dalam dunia perkuliahan, sekarang begitu nyata direalisasikan di kebanyakan universitas swasta. Perkembangan teknologi dan multimedia tidak hanya membantu mahasiswa dalam kegiatan belajar, namun juga sangat membantu untuk membuka pemikiran dan mengembangkan pengetahuan mahasiswa secara *global*. Lebih lagi, sangat berkontribusi dalam sosialisasi antar mahasiswa.

Selain dunia teknologi dan multimedia saat ini, terdapat 1 elemen kuat yang juga berperan sangat penting dalam perkembangan pendidikan di Indonesia. Elemen tersebut adalah dunia bahasa. Bahasa merupakan salah satu bagian dalam kebudayaan yang ada pada seluruh masyarakat di dunia.

Bahasa itu sendiri terdiri dari 2 jenis, yaitu bahasa lisan dan tulisan. Sebagai bagian dari budaya, bahasa juga turut ambil bagian dalam keseharian manusia. Itu karena fungsi bahasa adalah sebagai alat komunikasi yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan jaman. Bahasa adalah aspek penting dalam interaksi manusia. Dengan bahasa, orang dapat melakukan suatu komunikasi dan kontak sosial. Terkadang, seorang yang pandai dan penuh dengan ide-ide cemerlang, harus terhenti hanya karena tidak bisa menyampaikan idenya dalam bahasa yang baik. Karena itu seluruh usulan, ide, dan karya tidak akan diketahui dan dievaluasi orang lain bila tidak dituangkan dalam bahasa yang baik.

Tidak dipungkiri bahwa dunia bahasa juga turut serta berperan mengembangkan kualitas sumber daya manusia dan pendidikan di Indonesia pada

saat ini. Kebanyakan Institut pendidikan di Indonesia saat ini sudah berbasis Internasional, yang artinya mengedepankan berbahasa dengan bahasa asing. Misalkan berbahasa Inggris, Mandarin, German, Belanda, Korea, dan sebagainya.

Globalisasi di masa sekarang, membuat perkembangan bahasa melaju pesat di dunia pendidikan. Banyak mahasiswa diharuskan dan bahkan ingin menguasai bahasa-bahasa asing. Bahasa asing tersebut membantu mereka agar dapat *survive* di dunia kerja yang mana dewasa ini sudah hampir semua berbasis Internasional atau mengharuskan komunikasi dengan bahasa asing. Bahasa merupakan alat komunikasi yang paling utama. Globalisasi membuat penguasaan bahasa menjadi salah satu kompetensi yang harus kita miliki. Dengan mempelajari banyak bahasa maka kita akan semakin mudah untuk berinteraksi dengan banyak orang. Hal ini akan sangat berguna nantinya di dalam dunia pendidikan, pergaulan maupun dalam dunia kerja.

Dengan demikian, untuk menunjang pembelajaran bahasa asing di UMN, didirikanlah lembaga training yaitu UMN Training Center. Menjawab kebutuhan akan SDM yang berkualitas, UMN 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. Lembaga ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa UMN maupun umum dalam berbahasa asing. Saat ini kelas bahasa yang diadakan adalah kelas bahasa Korea, kelas bahasa Inggris, dan kelas BIPA (Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing). Khusus untuk kelas BIPA, seluruhnya diisi oleh orang Korea.

Dikarenakan masih dalam usia yang dini, UMN Training Center memerlukan kekuatan *marketing* yang cukup besar untuk mampu menarik perhatian dari *target market*. Marketing itu sendiri adalah proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya (Kotler dan Armstrong, 2008:6).

Dengan latar belakang tersebut, tak heran jika universitas swasta di Indonesia saat ini banyak mengedepankan pembelajaran komunikasi dalam bahasa asing. Bahkan bukan hanya pembelajaran, namun juga sebagai syarat lulus atau pencapaian nilai di masing-masing universitas. Dengan 2 basis yang telah dibahas di atas, yaitu teknologi & multimedia serta bahasa, penulis yakin 2 hal tersebut dapat meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, dan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang mempunyai inteligensi tinggi dalam hal teknologi maupun bahasa. Penulis juga meyakini bahwa dengan teknik marketing yang baik, dapat membuat masyarakat memperhatikan bagaimana pentingnya edukasi bahasa sekarang ini dan membuat masyarakat itu sendiri tertarik untuk belajar bahasa asing.

1.2. Rumusan Masalah

UMN Training Center merupakan sebuah proyek yang dapat dikatakan baru di Universitas Multimedia Nusantara. Pelatihan yang sudah terlaksana hanya satu bidang saja. Dengan baru berdirinya proyek Training Center tersebut, belum banyak pelatihan / *training* yang direalisasikan. Dengan begitu, penulis merumuskan sejumlah masalah, yaitu :

- Apakah metode *E-Marketing* akan menghasilkan output yang baik untuk *UMN Training Center*?
- Apakah metode *Personal Selling* akan menghasilkan output yang baik untuk *UMN Training Center*?
- Apakah jika *E-Marketing dan Personal Selling* dilakukan akan membuat aktifitas pemasaran *UMN Training Center* menjadi lebih efektif?

1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mengenali dan memahami bagaimana dunia pemasaran dalam praktek kerja yang sebenarnya dilakukan di lapangan dan juga untuk memenuhi syarat kelulusan S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, maksud dari kerja magang ini untuk menimba ilmu dan pengalaman sebagai calon karyawan pada sebuah perusahaan untuk di kemudian hari. Penulis juga berusaha untuk mengaplikasikan teori yang telah didapat selama masa perkuliahan dalam praktek kerja magang ini.

Selama praktek kerja magang ini penulis juga melakukan penyesuaian dan proses adaptasi dengan diberikan tugas serta target yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab. Penulis juga memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam mengenai manajemen pemasaran selama menjalankan praktek kerja magang.

1.4. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalankan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara yang beralamat di Scientia Garden, Jl. Boulevard Gading Serpong, Tangerang. Penulis menjalankan praktek kerja ini selama dua bulan, atau lebih tepatnya dari tanggal 15 Agustus 2013 sampai dengan tanggal 25 Oktober 2013. Hari masuk yang ditetapkan oleh perusahaan adalah hari kerja Senin sampai Kamis pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB. Selama melakukan praktek kerja magang penulis ditempatkan di divisi *marketing* bagian *Continous Learning Department*.

Prosedur pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut :

- a. Mengajukan permohonan praktek kerja magang dengan mengisi formulir magang yang ditujukan kepada perusahaan dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi.
- b. Mengirimkan *Curriculum Vitae* dan surat pengantar kerja magang kepada perusahaan yang dituju.
- c. Melakukan wawancara dengan Ibu Tria Febrita
- d. Mendapatkan surat balasan mengenai persetujuan kerja magang dari perusahaan dan kemudian mendapatkan Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, dan Formulir Pemilaian Kerja Magang dari universitas.
- e. Melaksanakan praktek kerja magang sesuai kontrak yang diberikan.
- f. Menyelesaikan semua dokumen yang berhubungan dengan praktek kerja magang.

- g. Menyusun laporan praktek kerja magang.
- h. Melaksanakan sidang kerja magang.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan sebuah laporan kerja magang, terdapat kaidah-kaidah penulisan yang harus diperhatikan. Berikut merupakan sistematika penulisan laporan yang berjudul “*PENERAPAN E-MARKETING DAN PERSONAL SELLING PADA AKTIVITAS PEMASARAN DI UMN TRAINING CENTER*”

BAB I PENDAHULUAN. Merupakan bab pembuka dari sebuah laporan. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah yang akan diangkat dalam laporan ini, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan gambaran umum perusahaan mulai dari sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan landasan teori yang berkaitan dengan praktek kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini penulis memberikan segala informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja magang. Bab ini berisi tentang kedudukan dan koordinasi yang dijalani penulis selama menjalani program kerja magang, tugas yang dilakukan selama menjalani program kerja magang, dan uraian kerja magang.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab akhir dari sebuah laporan magang. Bab ini berisi tentang hubungan antara ilmu atau teori yang didapatkan penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi dalam praktek kerja magang. Selain itu, pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari laporan dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan perusahaan.



UMN