



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.



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

Indonesia menempati posisi lima besar sebagai negara dengan total jumlah penduduk terbanyak di dunia (Detik, 2014). Pertumbuhan jumlah penduduk tersebut berjalan seiring dengan meningkatnya jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia. Sebuah Lembaga riset *The Boston Consulting Group* merilis data terbaru yang cukup mengejutkan, bahwa jumlah konsumen kelas menengah di Indonesia pada tahun 2020 diproyeksikan akan mencapai 141 juta orang atau dua kali lipat dari data tahun 2012 yang mencapai 74 juta jiwa (RRI, 2015). Salah satu hal yang menarik dari perilaku kelas menengah muda adalah, pada umumnya mereka sudah sangat tidak asing terhadap *mobile phone*, internet dan *social media*. Sekitar 22% penetrasi internet (55 juta pengguna) dan 18% penetrasi *social network* (43.8 juta pengguna) dan 109% penetrasi pelanggan *mobile phone* (270 juta pelanggan). Indikator tersebut menunjukkan bahwa kelas menengah Indonesia merupakan "*Knowledgeable Consumers*" (SWA, 2013). Menurut hasil studi bertajuk "*Getting Mobile Right*" yang diprakarsai oleh *Yahoo* dan *Mindshare*, terdapat sekitar 41.3 juta pengguna *smartphone* dan 6 juta pengguna *tablet* di Indonesia pada tahun 2013. Diperkirakan akan ada sekitar 103.7 juta pengguna *smartphone* dan 16.2 juta pengguna *tablet* di Indonesia pada tahun 2017 mendatang (Liputan 6, 2013).

Pengaruh teknologi tidak hanya dirasakan pada sebagian besar orang dewasa, namun juga pada anak-anak khususnya pada mereka yang lahir di era teknologi ini. Pada tahun 2013, tercatat 75% anak-anak memiliki akses ke perangkat *mobile* di rumah. Dikatakan oleh (Parents Indonesia, 2013) bahwa *smartphone* masih menjadi perangkat yang paling umum untuk digunakan oleh anak-anak yaitu, dengan pertumbuhan dari 41% menjadi 63%. Sementara, jumlah kepemilikan *tablet* naik lima kali lipat dari 8% menjadi 40%. Pemanfaatan teknologi yang positif sejak dini, dapat memberikan pengaruh besar bagi kesuksesan anak-anak di masa mendatang.

Selain itu, Indonesia telah memasuki era persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Dimana pada era tersebut, peluang tenaga kerja asing untuk mengisi berbagai jabatan serta profesi di Indonesia yang tertutup atau minim menjadi semakin terbuka. Untuk itu, banyak kalangan menyebut bahwa daya inovasi serta kreativitas para pebisnis yang akan melahirkan daya saing pada era MEA (Kontan, 2014). Hal tersebut menjelaskan bahwa, untuk dapat unggul ditengah persaingan usaha yang semakin ketat, tidak hanya ilmu pengetahuan yang diperlukan, namun juga orang-orang yang kreatif dan inovatif. Untuk menjadi masyarakat yang inovatif dan kreatif, proses pengasahaan tersebut harus dimulai dari sejak kecil. Menurut Dr. E. Paul Torrance, kreativitas pada anak mulai meningkat pada usia 3 tahun dan mencapai puncaknya pada usia sekitar 5 tahun (Timezone, 2015).

Memasuki era persaingan MEA, para orang tua mulai menyadari pentingnya teknologi dan kreatifitas untuk masa depan anak-anak mereka. Mereka mulai mencari solusi, agar penggunaan teknologi dapat digunakan dalam pengembangan kreatifitas anak-anak mereka. Salah satu contoh hasil dari perpaduan antara teknologi dan kreatifitas adalah tumbuhnya anak-anak Indonesia, yang berhasil menjadi salah satu animator *film* terkenal luar negeri. Tidak hanya itu saja, berkat teknologi dan kreatifitas kini anak Indonesia tidak hanya dapat bermain *game* saja namun dapat menciptakan *game* itu sendiri. Teknologi tidak hanya berkaitan dengan *smartphone*, *tablet* ataupun komputer saja. Namun bentuk teknologi lainnya, yang dapat digunakan dalam mengembangkan kreatifitas anak-anak dapat berupa teknologi robot. Dengan menggunakan teknologi robot, anak-anak Indonesia dapat membawa harum nama Indonesia hingga ke mancanegara melalui berbagai macam pertandingan robot di luar negeri. Dengan melihat contoh-contoh tersebut, pemanfaatan teknologi dan kreatifitas benar-benar dapat menciptakan manfaat yang besar bagi kesuksesan masa depan anak-anak dikemudian hari.

Pentingnya penggunaan teknologi untuk mengasah kreatifitas anak-anak, membuat kursus *Children Creative Learning Center* yang memanfaatkan teknologi di dalamnya semakin diminati masyarakat. Hal tersebut tidak lepas dari perilaku masyarakat kelas menengah yang memiliki orientasi yang kuat kepada

keluarga (RRI, 2015). Mereka cenderung membeli hal-hal yang dapat meningkatkan kualitas hidup keluarga mereka, ketimbang untuk individu mereka sendiri. Salah satu hal yang penting untuk meningkatkan kualitas hidup adalah pendidikan. Selain pendidikan yang diperoleh dari sekolah, pendidikan dari luar sekolah juga dibutuhkan oleh anak-anak. Pendidikan dari luar sekolah dapat berupa kursus-kursus yang dapat membantu dalam mengasah kreatifitas dan inovasi anak, guna perkembangan pola pikir mereka.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang tersebut adalah PT. Digikidz. PT. Digikidz merupakan perusahaan *Children Creative Learning Center* di bidang *Multimedia Computer, Robotic, iPad* dan *Electronic modern* untuk anak-anak dari usia 3 sampai 15 tahun (Digikidz, 2015). Di sini anak-anak diajarkan menggunakan teknologi dan kreatifitas di dalam kelas yang berbasis *fun learning* dan *multiple intelligence*. Selain diminati masyarakat, PT. Digikidz juga semakin diminati oleh sekolah-sekolah yang ingin memiliki program pelajaran tambahan dengan tujuan mengasah kreatifitas dan inovasi murid-murid mereka. Salah satu produk PT. Digikidz yang menarik perhatian adalah robotik. Dengan menggunakan robot para siswa dapat merasakan secara langsung profesi ilmuwan, insinyur dan perancang dibanding hanya menggunakan kertas dan pensil (Republika, 2013). Kini, PT. Digikidz telah memiliki mitra kerja dengan beberapa sekolah di Indonesia. Di tengah pertumbuhan kursus *robotic* di Indonesia, PT. Digikidz selalu ingin melakukan hal-hal yang terbaik bagi perusahaannya. Hubungan yang baik dengan pelanggan akan membuat pelanggan terus membeli dan memilih produk atau jasa yang ditawarkan (Duniaprofesional, 2014). Oleh sebab itu, PT. Digikidz perlu memiliki strategi yang tepat dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah pelanggannya.

1.2 Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang penulis angkat melalui laporan ini, yaitu:

1. Apa saja strategi *Relationship Marketing* yang dapat diterapkan oleh PT. Digikidz dalam memelihara hubungan jangka panjang dengan mitra kerja perusahaan, mengingat salah satu pendapatan terbesar perusahaan berasal dari mitra kerja perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari kegiatan kerja magang yang penulis lakukan ini, adalah untuk lebih dapat memahami pentingnya *Relationship Marketing* dalam menciptakan mitra kerja yang *loyal* di dalam industri *Children Creative Learning Center* yang berbasis teknologi. Selain itu, penulis juga ingin menerapkan dan mengetahui lebih jauh seluruh ilmu manajemen yang telah didapatkan selama proses perkuliahan ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu dan pelaksanaan kerja magang dilakukan selama 3 bulan yang dimulai pada tanggal 22 Agustus 2014 dan berakhir pada 16 Desember 2014. Penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Executive* pada perusahaan PT. Digikidz. Dengan waktu masuk kerja yaitu, untuk Senin dan Sabtu masuk mulai pukul 09.00 sampai dengan pukul 18.00 dan 14.00 (untuk hari Sabtu), sedangkan untuk hari Selasa sampai Jumat dimulai pukul 10.00 sampai dengan 18.00. Selanjutnya prosedur pelaksanaan kerja magang terdiri dari 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Pengajuan

Pada tahap ini penulis diwajibkan untuk mengisi formulir pengajuan kerja magang melalui program studi, yang kemudian akan dijadikan acuan dalam pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang. Setelah disetujui dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi Manajemen, maka selanjutnya Surat Pengantar Kerja Magang tersebut diserahkan penulis kepada perusahaan tempat kerja magang. Perusahaan kemudian akan memberikan surat balasan yang menyatakan bahwa penulis telah diterima untuk melakukan program kerja magang selama periode yang telah disepakati. Surat balasan tersebut kemudian diserahkan penulis kepada program studi dan BAAK UMN untuk kemudian mendapatkan kartu kerja magang, formulir penilaian kerja magang dan formulir kehadiran kerja magang.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini penulis melakukan program kerja magang selama 3 bulan pada PT. Digikidz. Pada minggu pertama kerja magang, terlebih dahulu penulis diperkenalkan kepada para staff dan teacher yang bekerja di PT. Digikidz. Penulis juga mengikuti *training* produk dan *telemarketing* guna menambah wawasan

penulis. Dalam pelaksanaan kegiatan kerja magang ini, penulis berada dibawah bimbingan langsung Mrs. Cheria Anugrasari selaku Manajer Pemasaran dari PT. Digikidz. Oleh karena itu dalam setiap penugasan, penulis selalu diberikan pengarahan terlebih dahulu mengenai pelaksanaan tugas serta tujuan yang ingin dicapai dari tugas yang diberikan tersebut.

3. Tahap Akhir

Pada tahap ini penulis diwajibkan membuat laporan kerja magang yang berisikan tentang pejabaran kegiatan-kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh penulis selama program kerja magang berlangsung. Pembuatan laporan kerja magang yang penulis lakukan ini di bawah bimbingan Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing kerja magang. Laporan kerja magang tersebut kemudian disusun sesuai dengan standar format dan struktur laporan kerja magang yang telah ditetapkan Universitas Multimedia Nusantara. Setelah selesai disusun, laporan kerja magang kemudian akan dievaluasi secara berkala oleh dosen pembimbing magang. Setelah laporan magang selesai disusun dan dievaluasi, maka laporan tersebut akan mendapatkan pengesahan dari dosen pembimbing magang dan ketua program studi. Setelah melengkapi semua persyaratan yang telah ditetapkan tersebut, maka kemudian dosen pembimbing magang akan menjadwalkan sidang kerja magang, dimana penulis wajib menghadiri sidang tersebut untuk dapat mempertanggung jawabkan isi laporan magang dan kegiatan kerja magang yang telah dilakukan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang beberapa hal meliputi latar belakang pelaksanaan kerja magang, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini, maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang serta sistematika penulisan laporan magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan tempat penulis melakukan kegiatan kerja magang yang dimulai dari sejarah perusahaan, profil

perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan landasan teori yang berhubungan dengan praktek kerja magang yang dilaksanakan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menguraikan tentang koordinasi dan kedudukan penulis selama pelaksanaan kerja magang, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama pelaksanaan kerja magang, kendala-kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja magang serta solusi untuk mengatasi kendala-kendala yang ditemukan selama kegiatan kerja magang berlangsung.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang berkaitan dengan teori-teori yang penulis dapatkan selama proses kegiatan perkuliahan dalam hubungannya dengan kegiatan kerja magang. Selain itu, bab ini juga memaparkan beberapa saran untuk tempat dimana penulis melakukan kegiatan kerja magang serta saran-saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.