



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

Usia kanak-kanak memang usia yang paling tepat untuk mengembangkan potensi dan bakat anak, hal ini mendorong permintaan akan program pendidikan, terutama di pendidikan non-formal, semakin meningkat. Seiring dengan zaman yang makin modern, timbul pula metode-metode pembelajaran yang makin sesuai serta dapat disesuaikan dengan hobby serta bakat anak. Pilihan pelajaran pun kian banyak dan tidak seperti zaman dahulu yang cenderung itu-itu saja. Oleh karena itu, industri pendidikan pun kian banyak. Industri pendidikan anak dituntut untuk memberikan pengajaran yang semakin modern dan sesuai hobby anak.

Indonesia memang masih dianggap sebagai pasar yang potensial untuk bidang usaha pendidikan, hal ini didukung oleh beberapa riset dan studi yang dilakukan beberapa pakar, yang mengatakan bahwa Indonesia mengalami peningkatan kualitas hidup dan *melek* teknologi yang sangat cepat, hal tersebut mendorong para orang tua, khususnya orang tua yang memiliki anak dibawah 15 tahun semakin mencari alternatif pengajaran yang tepat untuk anak mereka.

Menurut dinas pendidikan kota Jakarta pada tahun 2014, di Jakarta, terdapat 1.998 sekolah taman kanak-kanak swasta dan 848 sekolah dasar swasta serta untuk kota Tangerang Selatan, menurut dinas pendidikan kota Tangerang Selatan, terdapat 394 taman kanak-kanak swasta dan 347 sekolah dasar swasta. Jumlah tersebut menggambarkan bahwa permintaan akan pendidikan tinggi dikarenakan jumlah anak-anak dan orang tua yang sadar akan pentingnya pendidikan bertambah. Hal ini merupakan peluang besar bagi PT Digikidz Indonesia untuk mengembangkan usahanya di bidang pendidikan.

Tuntutan pelanggan pada kondisi banyaknya pilihan pusat pembelajaran, perlahan mulai berubah dari harga atau biaya kursus yang murah menjadi pemberian kompetensi yang bagus dan menarik serta

pelayanan yang berkualitas tanpa memperlumahkan harga, metode dan tema pengajaran yang beragam, pengajar yang memiliki banyak kemampuan seperti bahasa asing, dan suasana ruang belajar yang nyaman. Masing- masing pemain di industry ini memiliki konsep yang tidak jauh beda, namun mereka bersaing memperebutkan pangsa pasar yang sama.

Oleh karena itu, PT Digikidz Indonesia harus memiliki strategi promosi dan pemasaran yang baik dan penerapan konsep *IMC (Integrated Marketing Communication)* atau komunikasi pemasaran terpadu yang menarik agar target pasar dapat mengenali dan memilih Digikidz sebagai penyedia jasa pendidikan bagi anak-anak mereka. Perusahaan juga selalu menerapkan konsep tersebut untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Pokok Permasalahan

Industri pendidikan akhir-akhir ini menunjukkan perkembangan yang pesat, terbukti dengan makin banyaknya sekolah yang menawarkan konsep belajar dan kurikulum yang berbeda dengan yang lainnya sampai makin banyaknya tempat atau pusat pendidikan yang mengolah bakat dan kegemaran anak melalui berbagai variasi ragam kurikulum. Semakin berkembangnya dunia pendidikan informal seperti itu, berarti semakin tajam persaingan yang terjadi di industri tersebut. Perusahaan harus semakin giat dan teliti dalam melakukan kegiatan promosi agar konsumen mengetahui keunggulan dan tepat sasaran, yang berimbas kepada peningkatan pendapatan, *brand awareness* dan penghematan biaya promosi.

Kegiatan promosi yang intens memerlukan biaya yang besar, namun, haruslah sesuai dengan anggaran perusahaan untuk promosi. Pengaturan jenis promosi, frekuensi promosi, dan tema promosi harus diatur dan direncanakan sebaik mungkin sehingga efisien dan efektif dalam promosi sehingga mendapatkan hasil yang optimal.

PT Digikidz Indonesia perlu melakukan promosi yang berfokus terhadap orang tua dari *end user*. Hal ini penting untuk mengetahui apa yang

konsumen dan calon konsumen butuhkan terhadap promosi yang dilakukan atau akan dilakukan oleh perusahaan.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan kerja magang antara lain :

1. Mengaplikasikan dan mempelajari lebih dalam mengenai teori pemasaran yang telah dipelajari kedalam praktik kerja yang sebenarnya.
2. Memperoleh pengalaman kerja nyata, dan mengetahui proses promosi serta mengembangkannya sesuai keadaan yang nyata.
3. Memperoleh wawasan mengenai fungsi pemasaran melalui proses kerja di PT Digikidz Indonesia
4. Memahami dan mempelajari apa saja yang harus diterapkan di dunia kerja nyata.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan mulai pada tanggal 16 Maret 2015 sampai dengan 28 Mei 2015 di PT Digikidz Indonesia. Jadwal kerjanya adalah dari hari Senin dengan jam masuk 09.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB, adapun hari Selasa sampai dengan Sabtu jam masuknya adalah jam 10.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang menurut ketentuan yang terdapat di Buku Panduan Kerja Magang Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara yang terdiri dari 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Pengajuan
 - a. Mahasiswa mengajukan permohonan dengan mengisi formulir

pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi.

b. Surat Pengantar dianggap sah apabila dilegalisir oleh Ketua Program Studi.

c. Ketua Program Studi menunjuk seorang dosen Program Studi yang bersangkutan sebagai pembimbing Kerja Magang.

d. Mengajukan usulan tempat kerja magang kepada Ketua Program Studi.

e. Menghubungi calon perusahaan tempat kerja magang dengan dibekali Surat Pengantar Kerja Magang.

f. Kerja Magang dimulai apabila telah menerima surat balasan bahwa yang bersangkutan diterima Kerja Magang pada perusahaan yang dimaksud yang ditujukan kepada Koordinator Magang.

g. Memperoleh Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Sebelum melaksanakan kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk menghadiri perkuliahan Kerja Magang yang diwajibkan sebagai pembekalan. Pada perkuliahan Kerja Magang, diberikan materi kuliah yang bersifat petunjuk teknis kerja magang dan penulisan laporan kerja magang, termasuk didalamnya perilaku mahasiswa di perusahaan. Adapun rincian materi kuliah adalah sebagai berikut: Pertemuan 1 : Sistem dan prosedur kerja magang, perilaku dan komunikasi mahasiswa dalam perusahaan. Pertemuan 2 : Struktur organisasi perusahaan, pengumpulan data (sistem dan prosedur administrasi, operasional perusahaan, sumber daya); analisis kelemahan dan

keunggulan (sistem, prosedur, dan efektivitas administrasi serta operasional, efisiensi penggunaan sumber data, pemasaran perusahaan, keuangan perusahaan).

Kerja Magang dilaksanakan dengan pembimbing lapangan yaitu Ibu Listiawti selaku *Head of Marketing*

b. Mengikuti seluruh peraturan yang berlaku di PT Digikidz Indonesia

c. Melakukan pekerjaan minimal di satu bagian tertentu di perusahaan sesuai dengan bidang studinya. Tugas yang diberikan oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dituntaskan atas dasar teori, konsep dan pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan.

d. Pembimbing Lapangan memantau dan menilai kualitas dan usaha kerja magang.

e. Dalam menjalani proses kerja magang, Koordinator Kerja Magang beserta Dosen Pembimbing Kerja Magang memantau pelaksanaan kerja magang dan berusaha menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Pemantauan dilakukan baik secara lisan maupun tertulis.

3. Tahap Akhir

- a. Setelah Kerja Magang di perusahaan selesai, temuan serta aktivitas yang dijalankan selama kerja magang dituangkan dalam laporan kerja magang dengan bimbingan Dosen Pembimbing Kerja Magang.
- b. Laporan Kerja Magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara.
- c. Dosen pembimbing memantau laporan *final* sebelum mengajukan permohonan ujian kerja magang. Laporan Kerja Magang harus mendapatkan pengesahan dari Dosen Pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi. Laporan Kerja Magang diserahkan kepada Pembimbing Lapangan dan meminta Pembimbing Lapangan mengisi

formulir penilaian pelaksanaan kerja magang.

- d. Pembimbing Lapangan mengisi formulir kehadiran kerja magang terkait dengan kinerja mahasiswa selama melaksanakan kerja magang.
- e. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan dan surat keterangan yang menjelaskan bahwa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya, dikirimkan secara langsung kepada Koordinator Magang.
- f. Setelah melengkapi persyaratan ujian kerja magang, Koordinator kerja magang menjadwalkan Ujian Kerja Magang.
- g. Menghadiri ujian kerja magang dan mempertanggungjawabkan laporannya pada ujian kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan magang adalah sebagai berikut :

BAB I : Membahas alasan memilih topik promosi yang dilakukan PT Digikidz Indonesia, peran penting pengadaan promosi terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.

BAB II : Membahas sejarah PT Digikidz Indonesia, struktur organisasi, landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan dalam laporan praktek kerja magang ini.

BAB III : Membahas tentang pelaksanaan program kerja magang, jabatan penulis, mekanisme tugas yang dilakukan dan kendala – kendala yang dihadapi oleh penulis, solusi – solusi dalam menghadapi kendala – kendala tersebut, dan pandangan penulis mengenai PT Digikidz Indonesia

BAB IV : Merupakan kesimpulan selama penulis bekerja di PT Digikidz Indonesia dan saran yang dapat membangun serta dibutuhkan agar perusahaan dapat menjadi lebih baik.