



### **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

Memasuki era ASEAN *Economic Community* 2015 (AEC 2015), Indonesia sebagai salah satu anggota ASEAN turut serta dalam AEC *blueprint* yang memiliki agenda utamanya adalah ASEAN sebagai pasar tunggal dan berbasis produksi tunggal yang didukung dengan elemen aliran bebas barang, jasa, investasi, tenaga kerja terdidik dan aliran modal yang lebih bebas. Apabila AEC terwujud pada tahun 2015, maka dipastikan akan terbuka kesempatan kerja seluas-luasnya bagi warga negara yang tergabung dalam ASEAN, para warga negara dapat keluar dan masuk dari satu negara ke negara lain untuk mendapatkan pekerjaan tanpa adanya hambatan di negara yang di tuju. Oleh karena itu keterampilan dan keahlian khusus yang berasal dari lulusan perguruan tinggi, akademisi atau sekolah teknik akan sangat diperlukan.

Pada tahun 2012, Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data presentase penduduk yang berpartisipasi sebagai peserta didik, kelompok usia 19-24 tahun adalah kelompok usia produktif penduduk yang seharusnya duduk dibangku perkuliahan, berdasarkan data BPS penduduk yang masih bersekolah pada kelompok usia 19-24 tahun hanya sebesar 16,13%, penduduk yang tidak/belum pernah sekolah 1,01%, dan yang memutuskan untuk tidak sekolah lagi sebesar 82,86% (bps.go.id). Berdasarkan data tersebut dapat diartikan bahwa sektor pendidikan masih sangat perlu diperhatikan khususnya pada jenjang perguruan tinggi, karena presentase yang memutuskan untuk tidak bersekolah atau

mengenyam pendidikan di bangku perkuliahan masih sangat tinggi, jika hal tersebut terus dibiarkan maka akan berpengaruh langsung terhadap kuantitas dan kualitas tenaga kerja terdidik yang akan menghadapi era AEC 2015.

Kompas Gramedia berperan serta untuk memajukan pendidikan Indonesia melalui Universitas Multimedia Nusantara (UMN). UMN didirikan atas prakarsa Dr. (HC) Jakob Oetama selaku pendiri Kompas-Gramedia Group. UMN memiliki motto “*Excellent Career Begins With Excellent Education*”, sehingga jelas bahwa UMN ingin menjadi wadah menyiapkan generasi muda baru yang nantinya memiliki keahlian dan keterampilan yang didapat dari sistem perkuliahan yang baik, sehingga nantinya akan dapat berkompentensi dan memiliki karir yang cemerlang. UMN mengusung tema pendidikan yang berbasis ICT (*Information Communication and Technology*), Oleh karena itu UMN hanya memiliki 4 fakultas, yaitu: fakultas bisnis, fakultas ICT, fakultas komunikasi, dan fakultas seni dan desain. UMN saat ini berada pada peringkat 84 Universitas terpoluler di Indonesia (<http://www.4icu.org/id/>).

Berlokasi di Gading Serpong, Tangerang. UMN memiliki banyak pesaing, di antaranya adalah Universitas Pelita Harapan, Universitas Bina Nusantara Alam Sutera, Prasetya Mulia, Swiss German University, dll. Di tengah ketatnya persaingan antara perguruan tinggi untuk mendapatkan calon mahasiswa, UMN memiliki banyak cara untuk melakukan kegiatan promosi seperti *Campus Visit*, *School Visit*, *Sponsorship*, *Open House*, *Try Out*, dan melakukan kegiatan *advertising* baik pada media cetak, elektronik maupun radio. Dengan adanya kegiatan-kegiatan promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan *awareness*

masyarakat khususnya calon mahasiswa dan orang tua serta dapat meningkatkan jumlah mahasiswa.

Salah satu kegiatan *marketing* yang menarik untuk dicermati adalah program *school visit*, program ini menarik karena dalam pelaksanaan program *school visit* tim *marketing* dapat berinteraksi langsung dengan *target market* yang terdiri dari siswa dan orang tua atau wali siswa sehingga dapat berkesempatan untuk memberikan informasi secara lengkap dan deskriptif serta dapat mengajak calon mahasiswa secara persuasif untuk bergabung dengan Universitas Multimedia Nusantara. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengamati lebih lanjut tentang peran *school visit* dalam menciptakan *awareness* dan meningkatkan jumlah calon mahasiswa baru.

## 1.2 Pokok Permasalahan

*School visit* merupakan salah satu upaya mengenalkan UMN dan merekrut calon-calon mahasiswa baru, program ini dijalankan oleh divisi *marketing* UMN yang merupakan tempat praktik kerja magang penulis. Dengan adanya laporan praktik kerja magang ini penulis ingin melihat seberapa besar peran *school visit* dalam menciptakan *awareness* dan meningkatkan jumlah calon mahasiswa baru.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Magang

Adapun maksud dan tujuan dari dilakukannya kerja magang ini yaitu:

1. Sebagai salah satu mata kuliah wajib sebagai salah satu syarat kelulusan.
2. Bentuk pengaplikasian ilmu *marketing* yang didapatkan selama perkuliahan.

3. Memberikan pengalaman bekerja di bidang *marketing*, khususnya *personal selling*.
4. Mengasah mental dan kesiapan untuk siap bekerja nantinya.
5. Memberikan kesempatan untuk memperluas jaringan komunikasi dan relasi dengan rekan-rekan kerja maupun orang-orang di lapangan.

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

##### **1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Universitas Multimedia Nusantara, berlokasi di Jl. Boulevard – Scientia Garden, Gading Serpong. Waktu kerja magang dilaksanakan mulai dari 1 September 2014 dan berakhir pada 13 November 2014. Hari kerja selama praktik kerja magang adalah hari Senin sampai dengan Jumat. Sedangkan jam kerja magang adalah jam 08.00 sampai dengan 17.00.

##### **1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur kerja magang ini dimulai dengan beberapa proses, yaitu:

1. Sebelum pelaksanaan praktik kerja magang berlangsung, UMN telah memberikan pembekalan praktik kerja magang kepada mahasiswanya, melalui pembekalan ini mahasiswa diberikan pengetahuan berupa gambaran tentang bagaimana dunia kerja dan tantangan-tantangan yang akan dihadapi dalam dunia kerja.
2. Mahasiswa membuat dan mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) serta Surat Pengantar Kerja Magang yang dibuat oleh UMN guna diberikan kepada perusahaan yang diminati oleh mahasiswa.

3. Setelah mahasiswa diterima untuk melakukan praktik kerja magang di perusahaan yang dipilih. Mahasiswa mendapatkan surat penerimaan kerja magang dari perusahaan yang dipilih dan kemudian diberikan kepada Sekretaris Prodi Manajemen sebagai bukti bahwa mahasiswa telah sah diterima oleh perusahaan untuk melakukan praktik kerja magang.
4. Mahasiswa melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan yang mereka pilih dan menjalankan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan dengan baik dan benar.
5. Selama masa praktik kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk mengisi beberapa dokumen yang diberikan oleh kampus, seperti formulir kehadiran praktik kerja magang dan formulir laporan praktik kerja magang per minggu.
6. Selanjutnya mahasiswa wajib membuat laporan praktik kerja magang dan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh Ketua Prodi Manajemen.
7. Setelah menyelesaikan laporan praktik kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti sidang laporan praktik kerja magang. Sidang laporan praktik kerja magang merupakan hasil akhir mahasiswa dari praktik kerja magang yang dijalaninya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan sebuah laporan kerja magang, terdapat kaidah-kaidah penulisan yang harus diperhatikan. Berikut merupakan sistematika penulisan laporan yang berjudul “Peran *school visit* dalam menciptakan

*awareness* dan meningkatkan jumlah calon mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara”.

**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.

**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 dan teori yang didapatkan penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi dalam praktik kerja magang. Selain itu, pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari laporan dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan perusahaan.