

BAB I

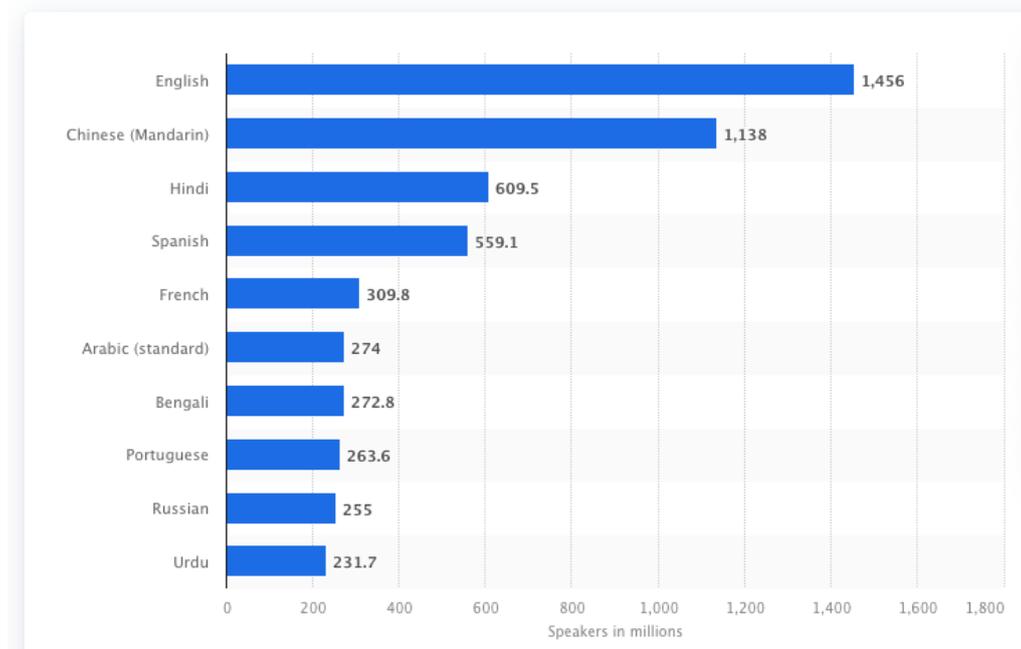
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bahasa Inggris merupakan bahasa di dunia yang tidak asing di telinga masyarakat. Menjadi sebuah Bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi sejak zaman Romawi Kuno. Berdasarkan data dari Statistika tahun 2023, Bahasa Inggris menempati peringkat pertama sebagai bahasa yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. Sebanyak 1,456 miliar individu menggunakan Bahasa Inggris sebagai Bahasa Ibu atau bahasa yang mampu dikuasai.

The most spoken languages worldwide in 2023

(by speakers in millions)

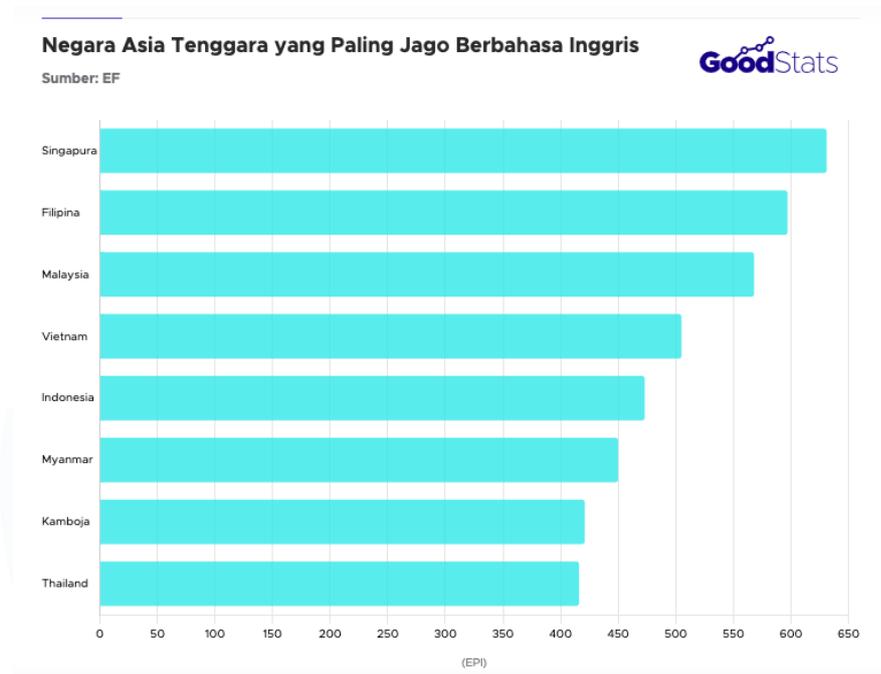


Gambar 1. Data Indeks *The most spoken languages worldwide in 2023*

Sumber : Statista

Pengaruhnya kuat, Bahasa Inggris dinobatkan sebagai bahasa yang paling berpengaruh di dunia menurut *Power Language Index* (PLI) yang dirilis oleh World Economic Forum tahun 2016 dengan 20 indikator yang berisikan indeks seperti ekonomi, segi geografi, komunikasi, pengetahuan & media, serta diplomasi. Berkembang dengan pesat, Bahasa Inggris menjadi bahasa global yang mendunia dan menghubungkan banyak orang untuk saling berkomunikasi. Banyak ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, Bahasa Inggris menjadi bahasa utama dalam publikasi karya ilmiah, menjadi suatu syarat keharusan dalam dunia pekerjaan, digunakan sebagai bahasa pengantar di universitas atau destinasi wisata saat liburan (Pennycook, 2021). Hal ini menunjukkan, bahwa Bahasa Inggris merupakan *basic-skill* yang setidaknya harus dimiliki orang entah untuk berkomunikasi, mencari pekerjaan, pergi liburan dan sebagainya.

Meskipun banyak peluang yang mampu didapatkan dengan mempunyai *skill* dapat Berbahasa Inggris, menurut data dari GoodStats tahun 2023, Indonesia masih berperingkat rendah sebagai negara di Asia Tenggara yang mahir Berbahasa Inggris. Menurut English Proficiency Index (EPI) 2023, Indonesia termasuk dalam kategori rendah sehingga Indonesia menempatkan posisi ke-79 secara urutan global dari 113 negara yang diuji Bahasa Inggrisnya.



Gambar 2 Data Indeks Negara Asia Tenggara yang Paling Jago Berbahasa Inggris tahun 2023
Sumber : GoodStats

Salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan Berbahasa Inggris di Indonesia menurut *Ultimate Education (2023)* adalah dengan mengasah kemampuan masyarakat di Indonesia melalui lembaga yang profesional dan efektif untuk meningkatkan kapabilitas menggunakan Bahasa Inggris pada kehidupan sehari-hari. Lembaga yang profesional seperti kursus Bahasa Inggris akan lebih menekan murid untuk belajar dengan baik karena berfokus pada bidang Bahasa Inggris juga efektif karena mempunyai metode pembelajaran yang terstruktur. Terstruktur yang dimaksud adalah kemampuan untuk mendorong murid dalam belajar Bahasa Inggris dengan mengasah seluruh pilar seperti mempelajari percakapan, struktur kalimat yang benar, pengucapan yang benar, atau kemampuan mengerti Bahasa Inggris melalui pendengaran.

Melalui LEADERSHIP-ENGLISH INSTITUTE, PT. LEIT UTAMA INDONESIA menjadi lembaga kursus Bahasa Inggris untuk masyarakat Indonesia yang ingin meningkatkan kemampuannya dalam Bahasa Inggris. PT.

LEIT UTAMA INDONESIA meningkatkan kemampuan murid dengan berbagai program yang menyesuaikan kemampuan awal murid. Dengan begitu, PT. LEIT UTAMA INDONESIA dapat menjadi opsi pilihan tempat kursus Bahasa Inggris untuk masyarakat yang ingin meningkatkan kapabilitasnya dalam Bahasa Inggris.

Membangun bisnis apapun, termasuk lembaga kursus Bahasa Inggris yang juga bersaing dalam dunia pasar, dibutuhkan penerapan strategi pemasaran atau promosi berdasarkan isi Marketing Mix (4P) oleh Jerome McCarthy (1960) yang sesuai dan efektif untuk memperlihatkan keunggulan PT. LEIT UTAMA INDONESIA diantara lembaga kursus Bahasa Inggris lainnya. PT. LEIT UTAMA INDONESIA melakukan strategi pemasaran secara *online* dan juga *offline*. Hal ini dilakukan untuk memperoleh murid dari berbagai sisi secara maksimal. Strategi pemasaran secara online yang dilakukan oleh PT. LEIT UTAMA INDONESIA adalah dengan aktif pada media sosial. Data dari Statista tahun 2020 mengatakan bahwa bahwa terdapat sekitar 3,96 miliar pengguna media sosial di seluruh penjuru dunia. Hal itu dapat mendorong strategi secara efektif lewat sosial media dengan banyaknya jumlah pengguna. Selain itu, terdapat strategi pemasaran yang juga digunakan oleh PT. LEIT UTAMA INDONESIA, yaitu secara *offline*. Strategi pemasaran secara *offline* yang dilakukan oleh PT. LEIT UTAMA INDONESIA adalah membagikan brosur dan kartu nama kepada orangtua muda atau ke sekolah-sekolah yang sekiranya relevan sebagai target pelanggan PT. LEIT UTAMA INDONESIA. Selain itu, PT. LEIT UTAMA INDONESIA juga menggunakan *Word Of Mouth* (WOM) dari orangtua murid yang sudah mendaftar sebagai pemasaran *offline* nya sehingga PT. LEIT UTAMA INDONESIA menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

Penulisan laporan magang ini disusun berdasarkan pengalaman penulis selama menjalani program magang di PT. LEIT UTAMA INDONESIA. Selama program magang, penulis terlibat secara langsung dalam operasional dan strategi pemasaran baik secara offline maupun online. Dengan adanya

laporan ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. LEIT UTAMA INDONESIA selama waktu magang penulis.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program magang sebagai CRO Marketing di PT. LEIT UTAMA INDONESIA adalah untuk memperoleh pengetahuan penggunaan pemasaran efektif secara langsung dalam dunia pekerjaan. Secara spesifik, rincian maksud dan tujuan kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Memahami strategi pemasaran yang diterapkan secara langsung di perusahaan yang bergerak dalam bidang pendidikan seperti PT LEIT UTAMA INDONESIA
2. Mengaplikasikan teori pemasaran yang sudah dipelajari ke perusahaan yang bergerak nyata seperti PT LEIT UTAMA INDONESIA
3. Mengembangkan keterampilan dan menambah wawasan baru dengan terlibat langsung di PT LEIT UTAMA INDONESIA
4. Memenuhi persyaratan kelulusan bidang studi *Business Management* di Universitas Multimedia Nusantara.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang ini dimulai dari 16 Januari 2025 sampai masa berakhir magang yaitu 16 Juni 2025. Dengan kurun waktu 5 bulan, maka total durasi adalah 640 jam kerja. Dengan menjadi *Customer Relation Officer (CRO) Intern*, maka kegiatan magang berlangsung dari hari Senin sampai Jumat dengan durasi dimulai dari jam 09.00 sampai 17.00 (7 jam). Kegiatan magang dilakukan *full* secara *Work from Office (WFO)*. Setiap harinya, selama 7 jam, para *intern* di PT LEIT UTAMA INDONESIA melakukan berbagai langkah untuk mensejahterakan PT LEIT UTAMA INDONESIA, termasuk tim pemasaran yang terus berusaha melakukan proses kerja dengan baik.

Nama Perusahaan : PT LEIT UTAMA INDONESIA

Alamat : Ruko Madison Grande Blok K No 21, Gading Serpong, Medang Pagedangan

Bidang Usaha : Pendidikan

Waktu Pelaksanaan : 16 Januari 2025 - 16 Juni 2025

Hari Kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 09.00 - 17.00 WIB

Departemen : Marketing

Posisi : Customer Relation Officer Marketing Intern

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Saat mengikuti program magang di PT LEIT UTAMA INDONESIA, terdapat beberapa prosedur pelaksanaan kerja magang yang wajib dipatuhi oleh peserta magang. Beberapa prosedur pelaksanaan kerja magang yang dimaksud adalah :

- Prosedur pelaksanaan praktek kerja magang
- 1.) Pendaftaran magang dilakukan dengan mengirimkan CV ke e-mail resmi PT. LEIT UTAMA INDONESIA sehingga penulis mengirimkan CV pada tanggal 3 Januari 2025
- 2.) Penulis dinyatakan lolos dari tahap screening ke tahap berikutnya yaitu wawancara tatap muka pada tanggal 10 Januari 2025 dengan *Center Manager* PT. LEIT UTAMA INDONESIA cabang Gading Serpong
- 3.) Penulis dinyatakan lolos dan secara resmi menjadi peserta magang dari tanggal 16 Januari 2025 dan ditempatkan menjadi *Customer Relation Officer (CRO) intern* yang bergerak dalam bidang *marketing* PT. LEIT UTAMA INDONESIA.
- 4.) Penulis diwajibkan untuk bekerja setiap hari kerja secara *Work From Office* (WFO) dari pukul 09:00 pagi hingga 17.00 sore setiap hari Senin - Jumat.

- Proses pembuatan laporan magang
 - 1.) Penulis melakukan bimbingan laporan magang dengan dosen pembimbing Ibu Yoanita Alexandra.
 - 2.) Penulis melakukan penulisan *daily task* setiap hari di merdeka.umn.ac.id dengan *approver Advisor*
 - 3.) Penulis melakukan penulisan *daily task* setiap hari di merdeka.umn.ac.id dengan *approver Supervisor* PT. LEIT UTAMA INDONESIA

