

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Kuliah Kerja Profesi (KKP) merupakan pintu gerbang menuju dunia kerja bagi mahasiswa. Selama melaksanakan KKP, mahasiswa dapat langsung mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa kuliah untuk memperoleh wawasan dan pengalaman dari perusahaan tempat penerapannya. Mahasiswa juga dilatih untuk melakukan pekerjaan profesional dalam waktu kerja yang sesungguhnya.

KKP adalah bentuk layanan mahasiswa kepada perusahaan dan instansi pemerintahan yang sesuai dengan bidang keahliannya. Mahasiswa berperan dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan diri secara optimal. Berfokus pada pengembangan sains, teknologi, dan seni, mahasiswa turut menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada di lapangan.

Kerja Profesi (KP) di Universitas Pembangunan Jaya adalah langkah dan proses bagi mahasiswa untuk melatih keterampilan selama berada di lingkungan perusahaan. Melalui program ini, mahasiswa akan mendapatkan tambahan wawasan, pengetahuan, keterampilan, dan etika sosial—terutama dalam lingkungan kerja—sebagai bekal sebelum benar-benar terjun ke dunia kerja.

Program Kerja Profesi merupakan mata kuliah wajib di Universitas Pembangunan Jaya. Aktivitas ini memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai dunia kerja, sekaligus menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan teori yang telah dipelajari serta berlatih menganalisis dalam konteks nyata. Kerja Profesi dilaksanakan selama ±400 jam atau kurang lebih tiga bulan.

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi di **ASTRIDO DAIHATSU** dan ditempatkan pada **Divisi Sales Marketing**. Penempatan ini sesuai dengan program studi yang

ditempuh oleh praktikan. Judul laporan yang diangkat adalah "**Aktivitas Kerja Profesi pada Divisi Sales Marketing di ASTRIDO DAIHATSU**", yang relevan dengan aktivitas yang dilakukan selama masa kerja profesi.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan industri otomotif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dan menggembirakan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kendaraan pribadi yang tidak hanya berfungsi sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai simbol gaya hidup dan status sosial. Mobil menjadi kebutuhan yang semakin esensial bagi banyak orang, terutama di kota-kota besar di mana mobilitas tinggi dan aktivitas sehari-hari sangat bergantung pada kendaraan yang aman, nyaman, dan efisien.

Fenomena urbanisasi yang terus berlangsung membuat kebutuhan akan kendaraan bermotor, khususnya mobil, semakin meningkat. Banyak masyarakat yang berpindah ke wilayah perkotaan demi kesempatan kerja dan pendidikan yang lebih baik, sehingga kendaraan pribadi menjadi solusi utama untuk memenuhi kebutuhan mobilitas mereka. Selain itu, peningkatan daya beli masyarakat Indonesia juga turut berkontribusi terhadap pertumbuhan industri otomotif. Masyarakat kini memiliki lebih banyak pilihan pembiayaan yang fleksibel, mulai dari kredit kendaraan bermotor hingga leasing yang memudahkan proses pembelian. Kondisi ini membuat pasar otomotif di Indonesia menjadi sangat kompetitif dan dinamis.

Di tengah kondisi pasar yang berkembang tersebut, dealer kendaraan bermotor memegang peranan penting dalam rantai distribusi produk otomotif dari produsen ke konsumen akhir. Dealer tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan kendaraan, tetapi juga menjadi pusat layanan pelanggan, termasuk perawatan, penggantian suku cadang, dan pelayanan purna jual lainnya. Persaingan antar dealer semakin ketat, bukan hanya dari segi harga, tetapi juga kualitas layanan, fasilitas, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan otomotif harus mampu berinovasi secara terus-menerus agar dapat menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

Salah satu faktor penentu keberhasilan dealer dalam menghadapi persaingan tersebut adalah keberadaan divisi pemasaran atau marketing yang kuat dan efektif. Peran tenaga marketing saat ini sudah jauh melampaui sekadar menjual produk. Mereka menjadi ujung tombak perusahaan dalam membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Tenaga marketing harus memiliki kemampuan untuk memahami perilaku dan kebutuhan konsumen, membaca tren pasar, menyusun strategi promosi yang tepat sasaran, dan yang paling penting adalah membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Di sinilah peran komunikasi pemasaran menjadi sangat krusial, terutama dalam industri otomotif yang terus berubah dan penuh tantangan.

Sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen, kesempatan untuk terlibat langsung dalam dunia kerja melalui praktik kerja profesi menjadi pengalaman yang sangat berharga. Melalui praktik kerja ini, mahasiswa tidak hanya sekadar belajar teori di bangku kuliah, tetapi juga dapat mengaplikasikan konsep-konsep komunikasi pemasaran yang telah dipelajari dalam situasi nyata di lapangan. Pengalaman langsung ini membuka wawasan mengenai dinamika dunia kerja, tantangan yang dihadapi perusahaan, serta solusi yang dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis.

Bidang komunikasi pemasaran yang menjadi fokus utama dalam praktik kerja profesi sangat relevan dengan berbagai materi pembelajaran dalam Program Studi Ilmu Komunikasi. Mahasiswa mempelajari berbagai aspek komunikasi mulai dari komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi, hingga komunikasi pemasaran yang melibatkan penggunaan media dan teknologi informasi. Semua teori ini memberikan landasan yang kuat bagi mahasiswa untuk memahami bagaimana perusahaan menyampaikan pesan, mempromosikan produk, dan membangun citra positif di mata konsumen.

Astrido Daihatsu merupakan pilihan yang sangat tepat sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja profesi. Dealer resmi kendaraan Daihatsu ini berlokasi di Tangerang Selatan dan berada di bawah naungan Astrido Group, sebuah perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari empat dekade di industri otomotif Indonesia. Astrido Daihatsu dikenal tidak hanya sebagai dealer yang menjual kendaraan, tetapi juga sebagai pusat layanan lengkap yang menyediakan layanan purna jual berkualitas,

termasuk servis berkala, penyediaan suku cadang asli, serta pembiayaan dan asuransi kendaraan.

Melakukan praktik kerja profesi di Astrido Daihatsu memberi peluang besar bagi mahasiswa untuk belajar langsung dari para profesional yang berkompeten di bidangnya. Dalam divisi marketing, praktikan dapat mengamati bagaimana strategi promosi dirancang dan dijalankan secara efektif. Mereka juga dapat mempelajari teknik penjualan yang digunakan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan, mulai dari pendekatan awal hingga proses closing penjualan. Selain itu, mahasiswa juga berkesempatan terlibat dalam pembuatan materi promosi, pengelolaan konten media sosial, pendampingan penjualan, dan evaluasi hasil kerja tim marketing.

Lebih dari itu, pengalaman bekerja di Astrido Daihatsu juga memperkaya pemahaman tentang bagaimana sebuah organisasi bisnis beroperasi secara menyeluruh. Praktikan dapat melihat secara langsung bagaimana koordinasi antar divisi berjalan, bagaimana pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan data dan analisis pasar, serta bagaimana perusahaan beradaptasi dengan perubahan tren dan permintaan konsumen. Ini menjadi pengalaman yang sangat penting dalam membentuk kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja sesungguhnya.

Praktik kerja profesi juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan berbagai soft skill yang tak kalah penting, seperti kemampuan komunikasi interpersonal, kerja sama tim, manajemen waktu, serta penyelesaian masalah secara efektif. Melalui interaksi sehari-hari dengan pelanggan, rekan kerja, dan atasan, mahasiswa dilatih untuk lebih adaptif, responsif, serta mampu berpikir kritis dan kreatif dalam menghadapi berbagai situasi yang muncul di tempat kerja. Soft skill ini menjadi modal utama yang sangat dibutuhkan di dunia profesional yang serba cepat dan kompetitif.

Keseluruhan rangkaian pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh selama praktik kerja profesi di Astrido Daihatsu diharapkan dapat menjadi modal yang sangat berharga bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Mereka tidak hanya mendapatkan pemahaman mendalam tentang dunia pemasaran otomotif,

tetapi juga mengasah kemampuan praktis yang akan sangat membantu dalam membangun karier setelah lulus nanti. Selain itu, kontribusi mahasiswa dalam mendukung aktivitas perusahaan selama magang juga menjadi bagian dari kontribusi nyata terhadap perkembangan industri otomotif di Indonesia.

Dengan kata lain, praktik kerja profesi ini tidak sekadar menjadi kewajiban akademik semata, melainkan merupakan investasi pengalaman yang akan membuka peluang luas bagi mahasiswa untuk berkembang, beradaptasi, dan bersaing di dunia kerja profesional yang sesungguhnya.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

1. Menambah pengalaman profesional sebelum memasuki dunia kerja.
2. Mengasah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan dalam dunia kerja sesuai dengan program studi Manajemen.
3. Melihat secara nyata gambaran kegiatan instansi yang berhubungan dengan bidang studi manajemen pemasaran.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

1. Memberikan gambaran nyata tentang dunia kerja.
2. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dengan ikut berperan di Divisi Sales Marketing dan Promosi Mobil pada Astrido Daihatsu
3. Menambah wawasan, pengetahuan, dan keterampilan yang sesuai dengan kompetensi program studi Manajemen.

1.3 Kegunaan atau Manfaat

Manfaat Kerja Profesi bagi universitas, mahasiswa, dan instansi/perusahaan dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

- a. Memperluas kerja sama antara Program Studi Manajemen maupun Universitas Pembangunan Jaya dengan pihak instansi.
- b. Melahirkan tenaga kerja yang terampil dan berkualitas melalui lulusan Universitas Pembangunan Jaya.
- c. Meningkatkan kualitas lulusan universitas melalui pengalaman kerja nyata.

2. Bagi Mahasiswa

Menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dan mengembangkannya melalui pengalaman kerja praktik.

- b. Mendapatkan pengalaman kerja yang berguna sebagai bekal memasuki dunia profesional.
- c. Merasakan secara langsung aktivitas dunia kerja serta memperoleh pengetahuan, wawasan, sikap, dan keterampilan yang relevan dengan bidangnya.

3. Bagi Perusahaan/Instansi

- a. Menjalin jaringan kerja sama yang bermanfaat antara instansi/perusahaan dengan universitas.
- b. Membangun relasi yang baik antara instansi dengan institusi pendidikan tinggi.
- c. Berperan serta dalam menjalankan tanggung jawab sosial kelembagaan.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan kerja profesi ini adalah **Astrido Daihatsu Serpong**, sebuah dealer resmi mobil Daihatsu yang berlokasi di kawasan strategis Tangerang Selatan. Dealer ini menjadi bagian dari jaringan **Astrido Group**, salah satu grup otomotif terkemuka yang sudah berdiri sejak tahun 1980. Selama lebih dari empat dekade, Astrido Group dikenal luas oleh masyarakat sebagai penyedia kendaraan bermotor

yang tidak hanya mengedepankan kualitas produk, tetapi juga pelayanan purna jual yang memuaskan.

Alamat lengkap dealer:

Sutra Niaga 4 No.1, Jl. Raya Serpong, Pakulonan, Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15157

Letaknya berada di pinggir jalan besar—**Jl. Raya Serpong**, yang merupakan salah satu jalur utama penghubung antara Kota Tangerang dan Tangerang Selatan. Astrido Daihatsu Serpong juga sangat dekat dengan kawasan perumahan elit seperti Alam Sutera, dan tidak jauh dari pusat-pusat aktivitas komersial seperti **Living World Alam Sutera, IKEA Alam Sutera**, hingga kulineran di **Flavor Bliss**. Bisa dibayangkan, dealer ini berada di tengah-tengah aktivitas urban yang ramai dan sangat cocok untuk menjangkau berbagai segmen konsumen.

Sekilas Tentang Astrido Daihatsu

Sebagai dealer resmi, **Astrido Daihatsu Serpong** tidak hanya fokus pada penjualan kendaraan baru, tapi juga menyediakan layanan servis berkala, penyediaan suku cadang asli, layanan purna jual, hingga fasilitas pembiayaan kendaraan melalui kerjasama dengan perusahaan leasing ternama seperti ACC, Adira Finance, Mandiri Tunas Finance, dan lain-lain.

Dealer ini juga memiliki showroom yang cukup luas dan modern, dilengkapi dengan ruang tunggu yang nyaman untuk pelanggan yang sedang melakukan servis kendaraan. Suasana kerja di dalam dealer juga cukup profesional, namun tetap hangat dan ramah, sehingga menjadi tempat yang ideal untuk belajar langsung tentang praktik kerja di dunia otomotif

Tempat kerja ini bukan hanya menjadi lokasi magang, tapi juga menjadi ruang pembelajaran sekaligus titik awal saya dalam meniti karier di dunia otomotif dan pemasaran secara profesional.

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kerja profesi dilaksanakan selama dua bulan, dimulai dari tanggal 7 April 2025 hingga 2 Juni 2025. Selama periode ini, praktikan mengikuti seluruh kegiatan operasional divisi marketing sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditentukan oleh perusahaan. Jadwal kerja tersebut disesuaikan dengan jam operasional kantor dan mencerminkan rutinitas kerja sehari-hari para staf marketing di Astrido Daihatsu.

Berikut adalah rincian jadwal kerja profesi:



Hari	Jam	Keterangan
Senin	8.30 – 16.30	Waktu kerja penuh di kantor Astrido Daihatsu
Selasa	8.30 – 16.30	Waktu kerja penuh di kantor Astrido Daihatsu
Rabu	8.30 – 16.30	Waktu kerja penuh di kantor Astrido Daihatsu
Kamis	8.30 – 16.30	Waktu kerja penuh di kantor Astrido Daihatsu
Jumat	8.30 – 16.30	Waktu kerja penuh di kantor Astrido Daihatsu
Sabtu	8.30 – 14.30	Waktu kerja setengah hari di kantor
Minggu	-	Libur hari istirahat

TAHAPAN	Maret	April	Mei	Juni
Pencarian Tempat Kerja Profesi				
Menyiapkan Formulir Pengajuan - Kerja Profesi Untuk Diajukan Kepada Instansi				
Mengirim Surat Dan Mengirim CV Kepada Instansi				
Kerja Profesi				

***Tabel Pelaksanaan Kerja Profesi**