

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI**

#### **2.1 Sejarah Instansi dan Unit PHA**

Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) merupakan perguruan tinggi swasta yang dibangun oleh Jaya Group yang merupakan kelompok usaha yang memiliki unit usaha di berbagai sektor seperti manufaktur, properti, pariwisata/rekreasi, *trading*, mekanikal & elektrikal dan juga pendidikan. UPJ telah diberi ijin untuk beroperasi pada tanggal 25 Februari 2011. Dengan pengalaman lebih dari 50 tahun dalam mengelola sektor usaha, kelompok usaha Pembangunan Jaya beritikad untuk mengabdikan beberapa dari kegiatan usaha induknya kepada pendidikan, untuk membangun sumber daya manusia Indonesia yang lebih baik dan berkualitas. Itikad tersebut, telah diwujudkan dengan mendirikan Yayasan Pendidikan Jaya sejak 3 September 1991 (UPJ, 2021).

Yayasan Pendidikan Jaya telah memiliki sejumlah institusi pendidikan yang berada di sejumlah wilayah, seperti taman kanak-kanak, pendidikan dasar hingga pendidikan menengah seperti TK/SD/SMP/SMA. Sekolah Pembangunan Jaya I di tahun 1992, TK/SD/SMP/SMA Global Jaya pada tahun 1995, dan TK serta SD Sekolah Pembangunan Jaya II di Surabaya tahun 2006. Keberhasilan dalam pengelolaan yang dicapai untuk pendidikan dasar dan menengah selama 10 tahun lebih itu membuat Yayasan Pendidikan Jaya berinisiatif untuk meningkatkan dan memberikan hasil yang lebih jauh yaitu untuk membangun institusi pendidikan perguruan tinggi yang diberi nama Universitas Pembangunan Jaya. Setelah berbagai proses panjang dilalui dan penuh lika-liku, pada akhirnya Universitas Pembangunan Jaya mampu mendapatkan ijin untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi pada tahun 2011. Dengan mengusung moto "Integrity, professionalism, and Entrepreneurship" (UPJ, 2021).

Sejak diresmikan, lokasi awal UPJ belum memiliki gedung dan hanya di ruko pada kawasan Bintaro Jaya. Berawal dari sana, dengan pertumbuhan jumlah mahasiswa dan kebutuhan untuk memajukan kampus yang lebih baik lagi, dengan dukungan penuh dari Grup Perusahaan Pembangunan Jaya dan Yayasan Pendidikan Jaya, UPJ akhirnya dapat

mempunyai gedung baru yang juga terletak di Kawasan Bintaro Jaya pada Juni 2015. Keseriusan kelompok perusahaan Pembangunan Jaya dan Yayasan Pendidikan Jaya dalam mendukung UPJ ditunjukkan dengan komitmen mereka untuk mengalokasikan 15 hektar lahan untuk pengembangan UPJ selama 20 tahun ke depan. (UPJ, 2021)

Dalam menjalankan kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi tentunya membutuhkan biaya operasional atau sejumlah dana. Berdasarkan Undang – Undang RI No 12 tahun 2012 Bab V yang mengatur ketentuan mengenai tanggung jawab dan sumber pendanaan pendidikan tinggi, maka pada pasal 85 tercantum bahwa pendanaan perguruan tinggi dapat bersumber dari biaya pendidikan yang ditanggung oleh mahasiswa sesuai dengan kemampuan mahasiswa, orang tua mahasiswa, atau pihak lain yang membiayai. Dalam hal ini, maka salah satu sumber pendapatan Universitas Pembangunan Jaya adalah dari biaya pendidikan berupa SP, SPP dan SKS (Simorangkir, 2015-2020).

Bagian Pemasaran, Humas dan Admisi (PHA) merupakan unit yang bertanggung jawab atas perolehan pendapatan dari mahasiswa, terutama dana investasi yang berasal dari uang pangkal (SP) yang memerlukan perencanaan dengan benar. Melalui perencanaan yang benar, maka unit PHA dapat menentukan langkah - langkah Untuk memperoleh mahasiswa baru, Universitas Pembangunan Jaya harus menghadapi persaingan yang ketat dengan PTN dan PTS lainnya. Menghadapi jumlah perguruan tinggi di Indonesia, terutama di Jabodetabek yang terus meningkat membuat unit PHA Universitas Pembangunan Jaya memerlukan perencanaan pemasaran yang efektif dan efisien dalam menghadapi pesaing dalam memperoleh mahasiswa baru. yang perlu diambil untuk mencapai target yang ditentukan Universitas (Simorangkir, 2015-2020).

### **2.1.1 Visi dan Misi Unit PHA Universitas Pembangunan Jaya**

#### **Visi:**

- menjadi ujung tombak Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) dalam memperkenalkan UPJ sebagai universitas yang mengedepankan “Urban Development and Urban Lifestyle” (Simorangkir, 2015-2020).

**Misi:**

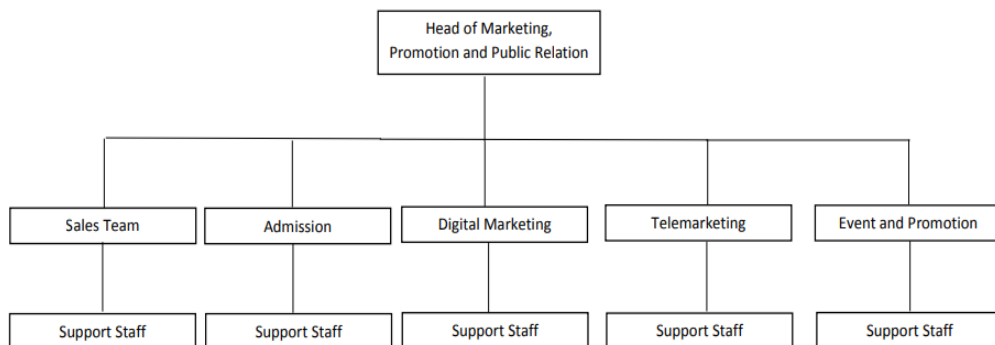
- Merencanakan dan mengembangkan strategi promosi yang efektif dengan mengoptimalkan potensi yang terdapat di internal untuk menjamin keberlangsungan Universitas.
- Memperkenalkan dan menanamkan citra Universitas kepada masyarakat nasional dan internasional sebagai institusi pendidikan yang unggul dan memiliki warna khas tersendiri.
- Meningkatkan minat calon peserta didik untuk menempuh pendidikan di Universitas.
- Menyusun dan mengembangkan program kerjasama dengan pihak eksternal untuk memperluas jaringan dan memberikan kesempatan calon peserta didik mengenal Universitas Pembangunan Jaya.

**Tujuan:**

- Memperkuat posisi UPJ sebagai Perguruan Tinggi Swasta yang memiliki keunggulan “Urban Development and Urban Lifestyle”
- Mencapai target jumlah mahasiswa baru dan pendapatan investasi yang ditetapkan oleh Universitas.

**2.2 Struktur Organisasi**

THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE MARKETING, PROMOTION AND PUBLIC RELATIONS DEPARTMENTS



**Gambar 2.1 Struktur Organisasi Unit Pemasaran, Humas dan Admisi UPJ**  
Sumber : (Unit PHA 2021)

*Job descriptions* dari tiap-tiap jabatan atau divisi adalah sebagai berikut:

- **Head of Marketing promotion and Public Relation**
  - Merancang Rencana Kerja dan anggaran tahunan. Kepala unit PHA ini membuat rancangan strategi selama 1 tahun yang akan dijalankan dan juga mengevaluasi strategi yang sudah berjalan 3 tahun sebelumnya untuk menjadi landasan dalam mengimplementasikan bagaimana strategi kedepannya. Selain itu membuat berbagai program dan menjalin Kerjasama dengan berbagai pihak *stakeholder*.
- **Sales Team**
  - Sales team merancang strategi untuk meningkatkan minat calon mahasiswa dan menjelaskan berbagai informasi terkait kelebihan dari Universitas Pembangunan Jaya. Sales melakukan presentasi secara langsung dengan para calon mahasiswa maupun pada sebuah acara pameran dan juga menjalin kerjasama dengan pihak guru pada sejumlah sekolah yang telah dipilih sesuai dengan target sasaran yang ditentukan pada tahap awal.
- **Admission**
  - Divisi ini bertanggung jawab dalam pendataan para calon mahasiswa yang telah mendaftarkan diri di Universitas Pembangunan Jaya serta melaporkan perkembangan terbaru data pendaftar. Selain itu melakukan pengecekan berkas administrasi yang dibutuhkan dalam persyaratan pendaftaran calon mahasiswa. Divisi ini juga mengatur jadwal interview kepada para calon mahasiswa yang mengikuti program beasiswa.
- **Digital Marketing**
  - Divisi ini bertanggung jawab dalam melakukan aktivitas pemasaran secara digital. Dalam melakukan promosi secara digital, strategi komunikasi yang dilakukan seperti membuat berbagai konten kreatif dan interaktif di media sosial yang dimiliki Universitas Pembangunan Jaya. kemudian membuat strategi dalam optimasi di sosial media,

memasang *ads* pada konten yang telah dibuat secara tertarget. Dalam aktivitas ini juga turut membutuhkan desain dalam pembuatan material konten.

- **Telemarketing**

- Divisi ini bertugas untuk menerima dan menghubungi calon mahasiswa melalui telepon. Komunikasi yang dilakukan yaitu mempresentasikan dan memberikan informasi terkait UPJ, menjawab berbagai pertanyaan dari calon mahasiswa dan yang utama memberikan informasi terkait prosedur pendaftaran serta biaya pendidikan di UPJ. Selain itu melakukan *follow-up* calon mahasiswa yang masih belum menyelesaikan pendaftaran.

- **Event and Promotion**

- Divisi ini bertanggung jawab dalam membuat *event* yang bertujuan untuk mempromosikan UPJ. Selain itu memastikan *event* yang dilaksanakan berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Dalam menjalankan acara, divisi ini juga membangun Kerjasama dengan berbagai pihak. Dalam hal ini berbagai *event* sudah dirancang dan direncanakan selama satu tahun oleh divisi ini.

Dalam pelaksanaan KP ini, praktikan berada pada posisi *support staff* Humas untuk *Head of Marketing promotion and Public Relation*. Selama ini kepala unit PHA belum memiliki staf khusus yang membantu aktivitas kehumasan, sehingga praktikan menjadi orang pertama yang membantu pekerjaan dari seorang kepala unit PHA. Tugas yang diberikan yaitu melakukan riset terkait perencanaan komunikasi untuk Universitas Pembangunan Jaya, membuat berbagai tulisan artikel untuk publikasi di website internal dan kepada media partner, membuat *content planning* untuk sosial media UPJ serta akun UPJ International dan pekerjaan tambahan lainnya dengan melakukan liputan program UPJ yang sedang berlangsung.

### 2.3 Kegiatan Umum Instansi

Unit Pemasaran, Humas dan Admisi UPJ memiliki peran yang penting dalam memperkenalkan citra Universitas Pembangunan Jaya kepada semua stakeholder. Dengan citra yang baik maka akan lebih mudah dalam memperoleh pendapatan dana investasi mahasiswa yang sesuai pada target, guna memenuhi kebutuhan perguruan tinggi dalam melaksanakan kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut kegiatan unit ini berfokus pada pemberian beasiswa uang pangkal yang menarik bagi siswa dan sesuai dengan target pendapatan finansial. Kedua memperkuat *image* UPJ sebagai kampus yang berfokus pada “Urban Development and Urban Lifestyle”. Ketiga Memperluas area kerjasama dengan sekolah – sekolah. Keempat yaitu kerjasama dengan Pemerintah Daerah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (PEMDA DIKTI) untuk menambah jumlah mahasiswa baru dan terakhir meningkatkan pelayanan prima untuk kepuasan konsumen.

Terdapat 5 kegiatan strategis yang berjalan dalam bentuk bertemu langsung dengan target siswa. Pertama adalah dengan melakukan presentasi dan sosialisasi di sekolah-sekolah yang bekerja sama dengan UPJ. Kedua membuat program try out atau menjadi fasilitator try out. Ketiga dengan mengadakan seminar, open house dan juga workshop. Keempat dengan mengikuti pameran pendidikan seperti di JCC dan Mall. Terakhir yaitu dengan program member get member (MGM). Lima kegiatan tersebut meningkatkan kuantitas & kualitas Mahasiswa baru untuk kemandirian finansial UPJ.

Dalam kegiatan *branding*, kegiatan promosi di media cetak maupun elektronik dilakukan guna mendapatkan *awareness* UPJ yang meningkat. Selain itu memaksimalkan publikasi website dan media sosial UPJ, sebagai indikator keberhasilannya adalah website mudah diakses dan berisi informasi yang menarik. Jumlah pengunjung website dan pengikut di media sosial UPJ bertambah. Target lainnya yaitu peringkat webometric UPJ mengalami kenaikan dan *awareness* UPJ semakin meningkat di kancah nasional maupun internasional.