

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya memiliki salah satu minor yaitu *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat. *Public Relations* sendiri memiliki pengertian yaitu membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat di antara organisasi dengan publik yang dapat memengaruhi sukses tidaknya suatu organisasi. (Cutlip, S., Center, S., & Broom, G., 2011). Kesenambungan antara bidang pekerjaan dan pembelajaran untuk program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ditujukan untuk memberikan sebuah sudut pandang kepada mahasiswa terhadap penerapan materi yang telah dipelajari pada saat perkuliahan untuk dapat dipraktikkan secara langsung ke bidang tersebut. Saat ini perkembangan teknologi informasi dalam dunia usaha semakin berkembang. Teknologi yang semakin canggih menyebabkan konsumen beralih ke penggunaan jasa atau produk tertentu. Selain itu, dalam memutuskan untuk membeli atau memakai suatu jasa, konsumen memerlukan waktu lama dikarenakan merajalelanya produk atau jasa yang ditawarkan saat ini. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan perusahaan berlomba – lomba dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan agar dapat menarik perhatian luas untuk selalu loyal terhadap jasa perusahaan.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya adalah dengan memanfaatkan *Customer Relationship Management*. Proses, manusia, dan teknologi merupakan strategi yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management* (CRM). CRM sendiri berkaitan dengan kata "*relationship*" atau hubungan. Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan tentunya memerlukan waktu yang cukup lama agar hubungan tetap terjalin sebaik mungkin. Dalam penerapan strategi CRM, perusahaan bisa menjalin relasi dengan pelanggan yaitu dengan melakukan komunikasi yang baik, karena komunikasi yang baik adalah faktor pendorong utama dalam menjalin hubungan yang baik dan terciptanya sebuah loyalitas dari pelanggan terhadap suatu jasa atau produk (Brigitha, 2020:45)

Di era globalisasi seperti sekarang ini banyak perusahaan yang memperbaiki sarana dalam bisnisnya untuk meningkatkan *Customer Relationship Management (CRM)*. Penerapan strategi CRM adalah untuk mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggan serta memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Perusahaan harus bisa mempertahankan pelanggannya, dikarenakan mendapatkan pelanggan baru jauh lebih sulit dan lebih mengeluarkan biaya yang lebih besar daripada mempertahankan pelanggan lama (Kotker & Keller, 2009). Dalam mempertahankan pelanggan lama inilah diperlukannya menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan ingin dilayani secara istimewa atau diperlakukan dengan berbeda, karena jika pelayanan dilakukan dengan cara memuaskan akan membuat pelanggan ini menjadi loyal.

*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan sarana untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan antara perusahaan dengan *stakeholdernya* (staff, pelanggan, pemilik saham, *partner* dan lainnya). *Customer Relationship Management* ini akan memudahkan perusahaan untuk mendapatkan informasi terkait apa yang diharapkan serta dibutuhkan oleh pelanggan. Maka dari itu dengan adanya *Customer Relationship Management* ini akan menciptakan komunikasi dua arah atau *feedback* yang lebih kuat antara *customer* dengan perusahaan, sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dan terciptalah pelanggan yang loyal. Adapun agar tercipta hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan yaitu dengan membuat *cross selling* menjadi lebih efektif, dan memberikan hadiah/promosi yang menarik pelanggan untuk tetap loyal pada perusahaan.

Dalam hal ini, hanya lulusan – lulusan yang memiliki pengalaman dan kemampuan yang memadai terkait bidang kerja yang mampu bersaing. Hal ini juga didukung dengan perkembangan teknologi informasi yang tumbuh dengan cepat dan pesat tentunya perlu diimbangi dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Adapun agar bisa bersaing, maka generasi muda perlu membekali diri dengan kemampuan yang dibutuhkan oleh dunia kerja. Oleh karena itu, perlunya untuk membekali diri dengan persiapan serta praktik nyata untuk terjun ke dunia kerja. Terlebih transformasi digital akibat covid-19 ini semakin mendorong perubahan tren teknologi dan membuat setiap sektor bisnis dan perusahaan semakin mengandalkan kekuatan teknologi digital dan perlunya strategi baru dalam usahanya, bahkan Lembaga Forrester menyatakan bahwa perusahaan yang tidak mau bertransformasi dan menggunakan teknologi, maka kemungkinan besar akan mengalami krisis dan kehilangan pasar mereka, juga dapat kalah saing dengan perusahaan – perusahaan lain.

Tidak menutup kemungkinan perusahaan menerapkan teknologi digital karena diperlukannya strategi ataupun peran baru yang akan diciptakan. Hal inilah yang menjadi suatu faktor penting bagi pekerja untuk terus mengasah kemampuan dan menjaga relevansi dengan pasar, pentingnya sebuah *hardskills* dan *softskills* yang harus dimiliki oleh seorang Mahasiswa karena hal ini dapat menentukan kesuksesan karir seseorang. Dalam dunia pendidikan, khususnya Universitas penting untuk menyediakan tempat atau ruang berkembang bagi para mahasiswanya agar dapat mengembangkan potensi dan kemampuan diri supaya dapat belajar dan memiliki kemampuan dalam memecahkan setiap masalah yang muncul.

Diperlukan adanya praktik kerja secara langsung di instansi yang berkesinambungan dengan jurusan yang dijalankan oleh mahasiswa. Hal ini dikarenakan mayoritas kalangan mahasiswa ataupun seorang lulusan baru belum memiliki kemampuan serta mental yang cukup dalam berhadapan langsung dengan dunia kerja, faktor ini juga disebabkan karena sebagian besar mahasiswa tidak memiliki pengalaman kerja secara nyata. Oleh karenanya, peran Universitas sangat dibutuhkan dalam memberikan wadah pembekalan guna mendukung mahasiswa agar memiliki keterampilan yang mumpuni melalui program magang. Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu Perguruan Tinggi yang berkomitmen memberikan sebuah pembekalan bagi mahasiswanya melalui Magang. Salah satu program Magang yang diadakan oleh Universitas Pembangunan Jaya ialah program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Program MBKM ini menjadi sebuah aktivitas yang dapat ditempuh bagi mahasiswa tingkat akhir dalam proses belajar mengajar di Universitas dengan tujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa agar dapat mengasah kemampuan dan menguasai berbagai pengetahuan melalui aktivitas di luar kelas sesuai dengan minat masing – masing secara merdeka sehingga proses pengenalan dalam dunia kerja yang akan ditempuh lebih mudah.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) juga bertujuan untuk memberikan gambaran secara lengkap kepada mahasiswa tentang dunia kerja, agar menjadi mahasiswa yang berkompeten, adaptif serta menjadi lulusan yang unggul. Dengan adanya program MBKM Ini mahasiswa berkesempatan untuk mengaplikasikan teori maupun dipraktikkan sesuai dengan kompetensi program studi dalam lingkungan perusahaan serta diharapkan dapat mengetahui alur dari kondisi nyata dunia kerja baik itu dari segi berkomunikasi ataupun dalam berperilaku secara profesional. (Universitas Pembangunan Jaya, 2020). Dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), terdapat 20 SKS mata kuliah yang bisa dikonversikan dalam satu semester dengan durasi magang selama enam bulan. Pada pelaksanaan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), mahasiswa dituntut untuk dapat bekerja di bidang industri yang berkaitan dengan program studi atau minor yang diambil selama menjalani perkuliahan.

Pelanggan yang loyal merupakan tanda dari kepuasan pelanggan, dimana harga dari suatu barang atau jasa tidak menjadi faktor utama bagi mereka, melainkan kualitas pelayanan yang dinilai penting. Loyalitas pelanggan ini bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan pelanggan sehingga mereka akan bertahan menggunakan jasa dari perusahaan dalam jangka panjang. Bidang *Customer Relationship Management* ini menjadi sebuah sarana atau strategi bagi perusahaan untuk mempersuasi serta menginformasikan terkait pelayanan yang baik kepada pelanggan atau publik. Salah satu perusahaan yang menjalin relasi baik dengan publik adalah PT. Wahanaartha Ritelindo. Maka dari itu, praktikan mengambil posisi sebagai *Customer Relationship Management* pada praktik kerja profesi ini untuk dapat mengimplementasikan kemampuan praktikan dalam menjalin relasi dengan *customer* atau *public* yang merupakan tanggung jawab *Public Relations* dan belum pernah dilakukan saat masa perkuliahan. Praktikan juga bertugas memberikan informasi yang dibutuhkan oleh konsumen dan memberikan solusi yang tepat kepada pelanggan yang melakukan pengaduan.

Pandemi Covid – 19 menjadi pukulan besar bagi ekonomi Indonesia khususnya bagi para lulusan baru dan para pencari kerja. Berdasarkan data *International Labour Organization* (ILO) tercatat bahwa sebanyak 114 juta lapangan pekerjaan di seluruh dunia terdampak akibat pandemi Covid – 19. Padahal sebanyak 30 juta lapangan kerja telah diprediksi akan berkembang di tahun 2020. Kemudian pada Februari tahun 2022, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa terdapat 5,83 persen merupakan pengangguran di Indonesia dan sebanyak 14 persen adalah lulusan jenjang diploma dan sarjana/strata 1 (Ivan S, 2022). Terlebih pandemi Covid-19 yang telah melanda selama kurang lebih 2 tahun ini telah mengubah segala hal dari berbagai macam aspek kehidupan, salah satu dampaknya adalah lapangan pekerjaan menyempit dan persaingan dalam dunia kerja yang semakin sengit. Tantangan yang dihadapi oleh para sarjana dalam melangkah ke tahap dunia kerja juga disebabkan dari berbagai faktor, salah satunya masih banyaknya perguruan tinggi yang menginginkan mahasiswanya agar cepat lulus namun tidak didukung dengan *soft skills* dan *hard skills* yang cukup dalam menghadapi dunia kerja (Andri, 2016:1).

Pemilihan bidang *Customer Relationship Management (CRM)* sebagai bidang Magang Merdeka Belajar (MBKM) dikarenakan ditengah kondisi pandemic yang tentunya sangat berdampak besar bagi ekonomi, sosial, dan bisnis khususnya pada perkembangan serta pertumbuhan ekonomi dunia yang mengalami penurunan drastis. Faktor tersebut membuat praktikan tertarik untuk memilih PT.Wahanaartha Ritelindo yang merupakan salah satu perusahaan layanan pembelian unit sepeda motor yang mengalami kelangkaan unit selama masa pandemic ini.

Selain itu, praktikan ingin mengetahui lebih lanjut mengenai aktivitas pemasaran terkait *customer relations* di PT. Wahanaartha Ritelindo. Diharapkan dengan program Magang Merdeka belajar (MBKM) selama enam bulan ini dapat menambah, mengembangkan pengetahuan dasar praktikan dalam bidang *Customer relations* dan praktikan dapat mengaplikasikan ilmu yang di dapat selama menjalankan kegiatan ini.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

Maksud Magang sebagai *Customer Relationship Management and Social Media* di perusahaan PT. Wahanaartha Ritelindo yaitu:

- a) Mempraktikan pengetahuan teoritis mengenai CRM yang di peroleh selama studi secara langsung pada perusahaan PT. Wahanaartha Ritelindo
- b) Mempelajari cara menjalin relasi jangka panjang dengan pelanggan
- c) Mempelajari cara komunikasi (*follow up*) dengan pelanggan (*customer service*)
- d) Mengasah kemampuan, dan pengetahuan terkait *Customer Relationship Management (CRM)*
- e) Melatih kemampuan berkomunikasi bersama tim internal dan tim eksternal.
- f) Belajar mencari solusi dari setiap permasalahan yang ditanyakan oleh pelanggan.

### **1.2.1 Tujuan Kerja Profesi**

- a) Mendapatkan dan memperoleh pengalaman bekerja sebagai *Customer Relationship Management (CRM)* di perusahaan layanan purna jual.
- b) Mengetahui secara langsung bagaimana cara membangun relasi yang baik dengan para pelanggan.
- c) Mendapatkan peluang untuk mengasah kemampuan *soft skills* seperti *problem solving*, dan menguasai *product knowledge*.

## **1.3 Manfaat Kerja Profesi**

### **1.3.1 Manfaat Magang Bagi Praktikan**

- a) Dapat menerapkan ilmu atau teori yang didapat selama perkuliahan teori yang didapatkan selama perkuliahan
- b) Mendapatkan pengalaman kerja yang berkesinambungan dengan program studi ilmu komunikasi sehingga mahasiswa dapat memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan yang mumpuni.
- c) Melatih kemampuan komunikasi dan pemecahan masalah yakni bertanggung jawab dalam memberi solusi terhadap pertanyaan dan keluhan dari pelanggan.

### **1.3.2 Manfaat Magang Bagi Universitas**

- a) Memperluas jaringan kerjasama antara program studi UPJ dengan perusahaan terkait.

- b) Mendapatkan *feedback* berupa saran dan kritik untuk menyempurnakan terkait kurikulum pembelajaran pada prodi ilmu komunikasi.

### 1.3.3 Manfaat Magang Bagi Perusahaan

- a) Dapat menjadi masukan atau saran untuk perusahaan.
- b) Dapat memperluas jaringan kerjasama yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan universitas.
- c) Perusahaan dapat melaksanakan program CSR dari segi bidang pendidikan karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan kegiatan program magang.

### 1.4 Tempat Kerja Profesi

Dalam rangka melaksanakan Magang Merdeka Belajar (MBKM) ditengah pandemic Covid – 19, praktikan melakukan magang di di PT. Wahanaartha Ritelindo yang berlokasi di Jl. Ir. Juanda Blok Karyawan I No. 43, Ciputat, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412. Alasan praktikkan memilih PT. Wahanaartha Ritelindo sebagai perusahaan untuk menjalankan program magang adalah karena PT. Wahanaartha Ritelindo merupakan salah satu main dealer sepeda motor Honda yang memiliki layanan purna jual beli sepeda motor terbaik dan merupakan salah satu dealer terbesar di kota Tangerang Selatan.

### 1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Magang dilaksanakan di PT. Wahanartha Ritelindo yang berlokasi di Ciputat, Tangerang Selatan. Magang ini dilaksanakan pada tanggal 20 juni – 20 Desember 2022 dan dijadwalkan 5 hari dalam seminggu, Adapun dalam pelaksanaannya dilakukan secara hybrid yaitu 3 hari WFO dan 2 hari WFH. Selama kegiatan magang berlangsung, praktikan mengikuti semua prosedur yang telah ditetapkan oleh PT. Wahanaartha Ritelindo.

Tabel 1. 1 Perencanaan Waktu Magang

| No | Kegiatan                                | Bulan |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |               |   |   |   |         |   |   |   |              |   |   |   |          |   |   |   |
|----|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|---------------|---|---|---|---------|---|---|---|--------------|---|---|---|----------|---|---|---|
|    |   | Mei   |   |   |   | Juni |   |   |   | Juli |   |   |   | Agustus |   |   |   | Septemb<br>er |   |   |   | Oktober |   |   |   | Novemb<br>er |   |   |   | Desember |   |   |   |
|    |   | 1     | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 | 1            | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Membuat CV, Portfolio, dan Cover Letter |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |               |   |   |   |         |   |   |   |              |   |   |   |          |   |   |   |
| 2. | Mencari Informasi loker Internship di   |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |               |   |   |   |         |   |   |   |              |   |   |   |          |   |   |   |



Pelaksanaan kegiatan Magang Merdeka Belajar (MBKM) di Universitas Pembangunan Jaya program studi Ilmu Komunikasi khususnya minor Public Relations mewajibkan praktikan untuk melaksanakan praktik magang yakni kerja profesi selama 400 jam atau 3 bulan. Praktikan melaksanakan praktik magang di PT. Wahanaartha Ritelindo pada tanggal 20 Juni – 20 Desember 2022. Sebelum praktikan memulai magang di PT. Wahanaartha Ritelindo praktikan mempersiapkan CV, portfolio, dan juga cover letter. Kemudian selama bulan April praktikan mencari informasi terkait lowongan pekerjaan di LinkedIn, maupun portal Job. Memasuki pertengahan bulan Mei, praktikan mulai menyebar CV ke sejumlah perusahaan yang sedang membuka program *internship*. Praktikan mendaftar di perusahaan Flip dan PT. Wahanaartha Ritelindo pada akhir Mei. Saat itu Flip sedang membuka lowongan magang pada posisi Social Media dan PT. Wahanaartha Ritelindo juga membuka lowongan *internship* di bidang *Customer Relationship Management*. Adapun proses *interview* di PT. Wahanaartha Ritelindo hingga penerimaan terbilang cepat dikarenakan pada saat interview dilakukan Kepala Cabang langsung meminta praktikan untuk dapat segera bergabung. Pada minggu tersebut, praktikan melakukan *interview* tahap pertama dengan Kepala Cabang kemudian juga melakukan *interview user*.

Praktikan mendapatkan penawaran bergabung pada perusahaan PT. Wahanaartha Ritelindo di hari yang sama dengan waktu *interview*. PT Wahanaartha Ritelindo melakukan penawaran kerja pada tanggal 12 Juni 2022. Namun, pada tanggal tersebut praktikan hanya melakukan kunjungan ke PT. Wahanaartha Ritelindo untuk membahas kegiatan dan aktivitas yang akan dilakukan selama 3 bulan kedepan bersama *user*. Praktikan melaksanakan Kerja profesi dengan sistem Hybrid terhitung pada tanggal 20 Juni 2022. *Customer Relationship Management (CRM)* di PT. Wahanaartha Ritelindo menetapkan jam kerja dari jam 08.00 – 16.00 WIB.