

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Magang Kampus Merdeka yang dilaksanakan di Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya, merupakan salah satu perguruan tinggi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat umum khususnya yang berada di provinsi Lampung dengan menyiapkan sumber daya manusia (SDM) masa depan yang bermutu dan berdaya guna serta mampu bersaing dipasar global. Dalam rangka menyiapkan mahasiswa menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia kerja dan kemajuan teknologi yang pesat, kompetensi mahasiswa harus disiapkan untuk lebih terkait dengan kebutuhan zaman. Perguruan Tinggi dituntut untuk dapat merancang dan melaksanakan proses pembelajaran yang inovatif agar mahasiswa dapat meraih capaian pembelajaran mencakup aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan secara optimal dan selalu relevan.

Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di provinsi Lampung berbasis teknologi informasi. IIB Darmajaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat umum khususnya yang berada di provinsi Lampung dengan menyiapkan sumber daya manusia. Program studi Manajemen IIB Darmajaya adalah salah satu program studi yang ada di Darmajaya dan memiliki beberapa pilihan konsentrasi diantaranya adalah Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia, dan Manajemen Keuangan. memiliki akreditasi baik sekali, tenaga pengajar yang profesional, dan program kelas internasional yang hanya dimiliki oleh jurusan Manajemen. Strategi pemasaran yang dilakukan IIB Darmajaya dalam menarik calon mahasiswa baru sangatlah baik hal inilah yang membuat Program studi Manajemen ingin berkembang jauh lebih baik lagi. Kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh program studi ini, sehingga memutuskan membuat tim marketing untuk bisa lebih memfokuskan pemasaran ke program studi manajemen agar dapat menarik calon mahasiswa baru dengan keunggulan yang di miliki oleh program studi tersebut.

Pemasaran sangat penting karena: Membantu menghubungkan kegiatan produksi dan konsumsi oleh konsumen serta masyarakat. Membuat perusahaan atau organisasi lebih kreatif dalam mengenalkan dan mempromosikan produknya. Kolter (2005) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Digital marketing adalah bentuk pemasaran langsung yang menghubungkan konsumen dengan penjual secara elektronik menggunakan teknologi interaktif seperti email, website, media sosial, televisi interaktif, komunikasi seluler, dan sebagainya (Kolter dan Armstrong, 2009). Pemasaran melalui media sosial adalah salah satu saluran yang paling penting dari pemasaran digital. Pemasaran ini menggunakan komputer berbasis alat yang memungkinkan orang untuk membuat, bertukar ide, informasi, dan gambar tentang produk perusahaan atau jasa. Dalam program studi Manajemen IIB Darmajaya ditemukan kurang optimalnya pemasaran online atau digital marketing media sosial facebook, sehingga memutuskan membuat tim marketing untuk bisa lebih memfokuskan pemasaran online yang dapat menjangkau target pasar lebih luas melalui media sosial facebook di Prodi Manajemen Darmajaya agar dapat menarik calon mahasiswa baru dengan keunggulan yang dimiliki oleh program studi tersebut. Karena kurang optimalnya pemasaran melalui media sosial Facebook yang ada di Program Studi Manajemen Darmajaya. Penulis memilih judul Laporan Kerja Praktek yaitu "Optimalisasi Pemasaran Program Studi Manajemen Darmajaya Melalui Media Sosial Facebook".

1.2 Ruang Lingkup

Pembahasan kerja praktek dapat secara maksimal dan dapat dibahas sesuai dengan objek dan permasalahan yang ada maka dibuat beberapa ruang lingkup/batasan kerja praktek, adapun ruang lingkup atau batasan kerja praktek yang akan dibahas dalam laporan ini.

Praktek ini terdiri dari :

1. Lokasi kerja praktek yang dilaksanakan di Prodi Manajemen IIB Darmajaya.
2. Waktu kerja praktek yang dilaksanakan selama satu semester yang dilaksanakan pada bulan 06 Maret – 31 Agustus 2023.
3. Kegiatan ini akan membahas mengenai kegiatan pemasaran yang ada di Prodi Manajemen IIB Darmajaya.

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

1. Bagi masyarakat, memberikan gambaran pada masyarakat tentang jurusan Manajemen.
2. Bagi Perusahaan, ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan tentang strategi pemasaran apa yang harus dilakukan guna menarik calon mahasiswa baru.
3. Bagi Peneliti, konten penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas, sarana, pelayanan, dan kepuasan. Adapun manfaat sebagai berikut :
 - Lebih memberikan gambaran yang jelas tentang optimalisasi pemasaran melalui media sosial.
 - Sebagai perbandingan antara teori yang telah didapat selama perkuliahan dengan kenyataan yang ada di dunia kerja.
 - Dapat memperoleh kemudahan untuk memahami dan menekuni pekerjaan yang diberikan perusahaan.

1.3.2 Tujuan

Tujuan dari kegiatan kerja praktek tersebut sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang ada di Prodi Manajemen Darmajaya.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses membuat suatu promosi yang ada di Prodi Manajemen Darmajaya.

3. Untuk Mengetahui pengaruh pemasaran melalui media sosial Facebook.

1.4 Tempat dan waktu pelaksanaan

1.4.1 Tempat

Kegiatan Kerja Praktik (KP) dilaksanakan di Program Studi Manajemen IIB Darmajaya yang berlokasi di JL. ZA. Pagar Alam No. 93, Gedong Meneng, Kec Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141.

1.4.2 Waktu Pelaksanaa

Kegiatan Kerja Praktek (KP) dilaksanakan pada Semester Genap yang berlangsung selama satu semester mulai dari April sampai September 2023. Waktu pelaksanaan Kerja Praktek (KP) di Progam Studi Manajemen IIB Darmajaya Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yaitu setiap hari senin sampai jum'at pukul 08.00 sampai 16.00 WIB.

1.5 Sistematika Penulisan

Mengetahui secara ringkas pemasalahan dalam penulisan laporan kerja praktek ini, maka digunakan sistematika penulisan yang bertujuan untuk mempermudah pembaca menelusuri dan memahami isi laporan kerja praktek antara lain sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini menulis menguraikan latar belakang secara umum, ruang lingkup/batasan kerja praktek yang membatasi permasalahan, tujuan dan manfaat dan tempat waktu pelaksanaan dan sistematika penulisan yang merupakan gambaran dari keseluruhan bab.

BAB 2 TEMPAT KERJA PRAKTEK

Bab 2 ini menulis menguraikan sejarah berdirinya prodi manajemen, visi dan misi perusahaan dan organisasi, bidang usaha dan kegiatan utama organisasi lokasi organisasi tempat kerja praktek, dan sturuktur organisasi.

BAB 3 PERMASALAHAN PERUSAHAAN

Bab 3 ini menulis menguraikan permasalahan perusahaan, metode analisis yang digunakan untuk memperoleh konten analisis mengenai bagaimana penanganan dan pedampingan lapangan kerja di bidang media sosial prodi manajemen darmajaya.

BAB 4 KONTEN DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini menulis menguraikan konten analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang relevan dan pembahasan konten mengenai prodi manajemen darmajaya.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab 5 ini menulis menguraikan membuat kesimpulan yang menjelaskan masalah dan solusi yang diperoleh serta berisi saran-saran yang perlu diperhatikan berdasarkan hal-hal yang ditemukan sebagai saran pengembangan atau kondisi yang harus diterapkan.