

**LAPORAN HASIL MAGANG
MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA**

**ANALISIS PERAN SALES FORCE PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**



Disusun Oleh:
Yunike Aprelisa (2011050047)

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN HASIL MAGANG
MERDEKA BELAJAR – KAMPUS MERDEKA**

**ANALISIS PERAN SALES FORCE PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

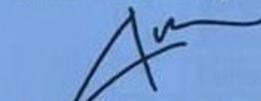
Oleh :

Yunike Aprelisa (2011050047)

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Menyetujui,

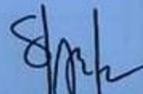
Dosen Pembimbing



Anggi Andrivadi, S.Kom.,M.T.I

NIK. 0120014

Mentor Lapangan

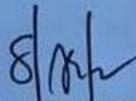


Dr. Wasilah, S.Kom.,M.T

NIK. 10540608

Mengetahui

Ketua Program Studi



Dr. Wasilah, S.Kom.,M.T

NIK. 10540608

RIWAYAT HIDUP

1. Identitas

- a) Nama : Yunike Aprelisa
- b) b) NPM : 2011050047
- c) Tempat, Tanggal Lahir : Metro, 15 April 2002
- d) Agama : Islam
- e) Alamat : Karang Anyar, Labuhan maringgai,
Lampung Timur, Lampung
- f) Kewarganegaraan : Indonesia
- g) E-mail : yunikeapri2011050047@mail.darmajaya.ac.id
- h) Nomor Telepon : 082175493501

2. Riwayat Pendidikan

- a) Sekolah Dasar : SD Negeri 02 Karang Anyar
- b) Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 1 Braja Sebah
- c) Sekolah Menengah Atas : SMA Negeri 6 Metro

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan di atas adalah benar.

Bandar Lampung, 28 Agustus 2023



Yunike Aprelisa
NPM. 2011050047

RINGKASAN

Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MBKM) merupakan bagian dari kebijakan Merdeka Belajar oleh Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa/i untuk mengasah kemampuan sesuai bakat dan minat dengan terjun langsung ke dunia kerja sebagai persiapan karier masa depan. Dengan adanya program Magang ini permasalahan industri akan mengalir ke perguruan tinggi sehingga meng-*update* bahan ajar dan pembelajaran dosen serta topik – topik riset di perguruan tinggi akan makin relevan.

Laporan Magang ini disajikan dengan beberapa kegiatan pelaksanaan Magang, temuan kendala atau masalah serta usulan solusi terhadap kendala atau masalah yang dihadapi Biro Humas Kerjasama Pemasaran Kantor Internasional tepatnya di bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) selama 6 bulan yaitu dimulai pada awal Maret 2023 sampai dengan akhir Agustus 2023. Penempatan Magang pada institusi ini berada di bawah naungan Program Studi Sistem Informasi dengan posisi sebagai Sales Force Prodi Sistem Informasi. Pelaksanaan Magang dilakukan secara rutin dengan melakukan marketing melalui socialmedia maupun non-sosial media. Penulis bekerjasama dengan Team Sales Force serta dibimbing oleh Brand Ambassador dari Prodi Sistem Informasi selama kegiatan Magang berlangsung.

Kata Kunci : Mahasiswa Baru, Marketing, Penerimaan mahasiswa baru.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Karunianya-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan magang dan laporan magang ini dengan baik.

Dalam hal ini Penulis menyadari dalam penyusunan laporan ini banyak mendapat tantangan dan hambatan, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehinggakendala tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepadasemua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi kelancaran dan kemudahan kepada saya.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan perhatian serta doa yang selalu ada di dalam langkah kegiatan yang dilakukan oleh penulis.
3. Bapak Hi. Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc selaku Rektor IIB Damajaya.
4. Ibu Dr. Wasilah S.Kom., M.T. selaku kepala jurusan Sistem Informasi IIB Darmajaya.
5. Bapak Anggi Andriyadi, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan masukan yang sangat berpengaruh dalam pelaksanaan Kegiatan Magang ini sampai penyusunan laporan Magang..
6. Teruntuk teman teman saya yang telah menemani dan membatu saya dengan sumbangan ide, dan motivasi.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Hidayah kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan. Semoga laporan magang ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi penulis dan bagi para pembaca.

Bandar Lampung, 28 Agustus 2023

Penulis,



Yunike Aprelisa
NPM. 2011050047

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-------------|
| COVER JUDUL LAPORAN | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| RIWAYAT HIDUP | iii |
| RINGKASAN | iv |
| PRAKATA | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |

BAB 1 PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Tujuan..... | 2 |
| 1.3 Manfaat..... | 3 |
| 1.3.1 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi | 3 |
| 1.3.2 Manfaat Bagi Mahasiswa | 3 |
| 1.3.3 Manfaat Bagi Institusi | 3 |
| 1.4 Ruang Lingkup | 3 |
| 1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan | 3 |

BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

| | |
|-------------------------------------|---|
| 2.1 Sejarah Perusahaan | 4 |
| 2.2 Visi dan Misi Perusahaan | 6 |
| 2.3 Kegiatan Utama Perusahaan | 6 |
| 2.4 Lokasi Perusahaan | 7 |
| 2.5 Struktur Organisasi..... | 8 |

BAB 3 HASIL KEGIATAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Kegiatan Magang | 9 |
| 3.2 Program Magang..... | 9 |
| 3.2.1 Project Pembuatan Konten Sosial Media | 9 |
| 3.2.1.1 Perencanaan Program..... | 9 |
| 3.2.1.2 Kerangka Pelaksanaan | 9 |
| 3.2.1.3 Pelaksanaan Program | 10 |
| 3.2.1.4 Evaluasi Pelaksanaan | 10 |
| 3.2.2 Project Pemasaran Konvensional | 10 |
| 3.2.2.1 Perencanaan Program..... | 10 |
| 3.2.2.2 Kerangka Pelaksanaan | 10 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2.2.3 Pelaksanaan Program..... | 11 |
| 3.2.2.4 Evaluasi Pelaksanaan program | 11 |
| 3.2.3 Project <i>whatsapp blast</i> dan <i>follow up</i> | 11 |
| 3.2.3.1 Perencanaan Program | 11 |
| 3.2.3.2 Kerangka Pelaksanaan..... | 12 |
| 3.2.3.3 Pelaksanaan Program | 12 |
| 3.2.3.4 Evaluasi Pelaksanaan..... | 12 |
| BAB IV PEMBAHASAN | |
| 4.1 Landasan Teori | 13 |
| 4.2 Analisis..... | 14 |
| 4.2.1 Project Pembuatan Konten Sosial Media..... | 14 |
| 4.2.2 Project Pemasaran Konvensional..... | 14 |
| 4.2.3 Project <i>whatsapp blast</i> dan <i>follow up</i> | 14 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Simpulan..... | 16 |
| 5.2 Saran..... | 16 |
| 5.2.1 Saran yang Dinjukan Kepada Tim Sales Force | 16 |
| 5.2.2 Saran yang Dinjukan Kepada Tim Digital Marketing | 17 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 18 |
| LAMPIRAN | 19 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----------|
| Gambar 2.1 Lokasi Perusahaan..... | 7 |
| Gambar 2.2 Struktur Organisasi | 8 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Magang Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) merupakan bagian dari kebijakan Merdeka Belajar oleh Kementerian Pendidikan, Budaya, Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa/i untuk mengasah kemampuan sesuai bakat dan minat dengan terjun langsung ke dunia kerja sebagai persiapan karier masa depan. Dengan adanya program Magang ini permasalahan industri akan mengalir ke perguruan tinggi sehingga meng-*update* bahan ajar dan pembelajaran dosen serta topik – topik riset di perguruan tinggi akan makin relevan.

Dalam rangka memenuhi amanah dari Kemendikbud tersebut, maka Program studi Sistem Informasi IIB Darmajaya memfasilitasi dalam pelaksanaan pemenuhan masa dan beban belajar mahasiswa dalam program unggulan yang dicetuskan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada 2019 yang salah satunya adalah Magang / Praktik Kerja berdasarkan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM).

Hal ini sangat penting peranannya dalam penyelesaian tugas akhir yang akan dikerjakan oleh penulis, karena dengan adanya program Magang MBKM penulis selaku mahasiswa dapat mengembangkan pengetahuan dan kompetensi yang telah penulis pelajari dibangku perkuliahan secara langsung, sehingga penulis dapat mengetahui kesulitan atau masalah secara nyata dalam dunia kerja atau industri.

Penulis memilih Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya sebagai lokasi magang karena IIB Darmajaya menjadi salah satu Kampus Swasta Terbaik di Sumatra.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan mengikuti program Magang MBKM sebagai berikut:

1. Untuk melatih rasa tanggung jawab mahasiswa dalam menghadapi dan menyelesaikan suatu permasalahan yang timbul baik dari dalam maupun luar perusahaan sesuai dengan ilmu yang diperoleh.
2. Memperoleh wawasan sehingga dapat mengembangkan ilmu disiplin yang berguna untuk mencukupi kebutuhan SDM di dunia kerja.
3. Mempelajari suatu bidang pekerjaan terutama di bagian Divisi Marketing.
4. Melatih kedisiplinan dan tanggung jawab mahasiswa terhadap tugas yang di berikan.
5. Untuk menumbuhkan sikap rasa percaya diri pada mahasiswa di dalam menghadapi dunia kerja.
6. Mempelajari ilmu dan keterampilan lapangan di perusahaan selama satu semester.

1.3 Manfaat

1.3.1 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi

1. Perguruan tinggi dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman magang
2. Sebagai tolak ukur tingkat keberhasilan proses penyelenggaraan program studi dan kesesuaian antara muatan kurikulum dengan tuntutan ilmu
3. Sebagai acuan dalam proses penyesuaian dan pengembangan kurikulum dengan tuntutan ilmu pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan masyarakat dunia kerja

1.3.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Dapat mengetahui dan memahami permasalahan dan kebutuhan pekerjaan dilokasi kegiatan magang.
2. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus dalam dunia kerja/usaha yang sesungguhnya.
3. Menjadi bahan pembelajaran dan menumbuhkan jiwa bersaing dalam dunia kerja/usaha.
4. Sarana pelatihan bagi mahasiswa untuk menjadi seseorang yang disiplin, bertanggungjawab dan berpikir maju tentang pemanfaatan ilmu pengetahuan,teknologi, seni, dan keterampilan yang dipelajari.
5. Melatih kedewasaan cara berpikir dan mengingatkan daya penalaran mahasiswa dalam melakukan penelaahan, perumusan dan pemecahan masalah dalam dunia kerja/usaha.
6. Memberi mahasiswa kesempatan untuk belajar mengenal secaralangsung mekanisme dalam dunia kerja, melatih,mengembangkan dan menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap implementasi tugas.

1.3.3 Bagi Institusi

1. Sebagai bahan evaluasi Instansi untuk mengoptimalkan strategi marketing.
2. Memberikan rekomendasi positif untuk kemajuan Unit Penerimaan Mahasiswa Baru IIB Darmajaya.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari pelaksanaan mahasiswa Magang terbatas pada pengerjaan tugas atau project yang diberikan oleh Dosen Pembimbing yang dikerjakan secara tim. Pengerjaan tugas magang dilakukan selama 6 bulan terhitung sejak hari pertama masuk magang.

1.5 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Magang MBKM ini bertempat di Instituti Informatika dan Bisnis Darmajaya yang terletak di Jl. ZA. Pagar Alam, No.93B Labuhan Ratu, Bandar Lampung. Waktu pelaksanaan Magang MBKM berlangsung selama 6 bulan, dimulai sejak awal maret 2023 sampai dengan Agustus 2023. Dengan jadwal waktu kerja yang ditentukan oleh Dosen Pembimbing.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah salah satu institusi pendidikan tinggi swasta (PTS) terkemuka di Provinsi Lampung, berdiri pada tahun 1995, dibawah naungan Yayasan Pendidikan Alfian Husin. Nama “Darmajaya”, memiliki arti ” *Dharma Bhakti dan Jasa Yoenidar Alfian*“. Kampus Terpadu Darmajaya dibangun diatas tanah seluas 2,5 hektar yang beralamat di jalan Zainal Abidin Pagar Alam, No.93B Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia. Sampai saat ini, Darmajaya memiliki dua Program pendidikan yaitu Sarjana (S1) dan Pascasarjana (S2). Program Sarjana memiliki 11 prodi yaitu Prodi Teknik Informatika, Sistem Informasi, Sistem Komputer, Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, Pendidikan Teknologi Informasi, Data Science, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, dan Hukum Bisnis. Program Pascasarjana tersedia untuk Magister Teknik Informatika, Magister Manajemen, dan Magister Manajemen Teknologi.

Pembangunan Perguruan Tinggi ini berawal dari niat dan ketulusan hati serta dukungan penuh dari istri tercinta, seorang putra asal Lampung, Hi. Alfian Husin, S.H mengabdikan di daerah asalnya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya generasi muda agar menjadi sumber daya manusia yang handal dan dapat berkiprah dan berkompetisi di kancah nasional maupun internasional dalam menghadapi era globalisasi. Kemudian hal ini diwujudkan dalam pendirian Yayasan Pendidikan Alfian Husin melalui Notaris Cahaya Hairani Djausal Zubaidi, S.H akta Nomor 4 (empat) tanggal 5 Januari 1995 berkedudukan di Kotamadya Bandar Lampung jalan Teuku Umar No. 93 kelurahan Gedong Menengkecamatan Kedaton dengan Badan Pendiri Hi. Alfian Husin, S.H, dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian, Dr. Andi Desfiandi, S.E, MA dan Ary Meizary Alfian, S.E, M.B.A. Sedangkan badan pengurus adalah Ary Meizary Alfian, S.E., M.B.A (Ketua), Hi. Ir. Firmansyah Yunialfi Alfian, M.B.A., M.Sc (Wakil Ketua), dr. Lyza Marfianita Rozalinda (Sekretaris I), Dian Septarina, BA (Sekretaris II) dan dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian (Bendahara) dan Badan Pengawas terdiri dari Hi. Alfian Husin, S.H dan Dr. Andi Desfiandi, S.E, MA.

Seiring dengan visi dan misi Yayasan dan kondisi tantangan kedepan maka berdasarkan hasil rapat yayasan diambil keputusan untuk merubah susunan badan pengurus dan badan pengawas yang dikuatkan oleh Notaris Cahaya Hairani Djausal, SH akta No. 2 tanggal 23 Januari 1995 dengan susunan Badan Pengurus Hi. Alfian Husin, S.H (Ketua), Ary Meizary Alfian, SE, MBA (Wakil Ketua), dr. Lyza Marfianita Rozalinda (Sekretaris I), Dian Septarina, BA (Sekretaris II), dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian (Bendahara) sedangkan Badan Pengawas adalah Dr. Andi Desfiandi, SE, MA dan Ir. Firmansyah Yunialfi Alfian M.B.A., M.Sc.

Melalui yayasan ini maka untuk pertama kalinya didirikan Lembaga Pendidikan Tanjung Karang (LPTK) dengan mendapat izin prinsip dan operasional dari Departmen Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung untuk menyelenggarakan kursus komputer dan program pendidikan satu tahun. Dengan perkembangan LPTK serta pesatnya tuntutan masyarakat Lampung, maka pada tanggal 5 juni 1997 didirikanlah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Darmajaya yang lebih dikenal dengan STMIK Darmajaya. Yang dikukuhkan Koordinator Perguruan Tinggi Swasra (Kopertis) wilayah II berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 29/D/O/1997 dengan menetapkan sebagai status terdaftar untuk program studi: Teknik Informatika (S1), Teknik Komputer (D3), dan Manajemen Informatika (D3), kemudian seiring perkembangannya, STMIK Darmajaya membuka dua program studi tambahan yaitu Sistem Informasi (S1) dan Sistem Komputer (S1).

Dengan perkembangan bangunan gedung perkuliahan dan sarana pendukung lainnya, Pada tanggal 6 Juli 2000 didirikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darmajaya (STIE Darmajaya) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No. 101/D/0/2000 dengan menetapkan status terdaftar untuk program studi Manajemen (S1), Akuntansi (S1) dan Akuntansi (D3).

Atas kepercayaan yang diberikan Masyarakat, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat (DIKTI), STMIK-STIE DARMAJAYA tumbuh dan berkembang menjadi Perguruan Tinggi dengan reputasi yang baik sebagai Institusi Pendidikan. Maka STMIK-STIE DARMAJAYA mendapat pengakuan Direktorat Jendral Pendidikandengan peningkatan status menjadi IBI Darmajaya pada tanggal 20 agustus 2008 melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan No. 167/D/O/2008.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1. Visi

Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya mempunyai Visi yaitu Menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berdaya saing berbasis riset dan teknologi.

2.2.2. Misi

- a. Menyelenggarakan pembelajaran yang kreatif, Inovatif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi informasi berdasarkan pendekatan riset dan nilai-nilai kejujuran.
- b. Mengembangkan penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang unggul dan inovatif serta relevan dengan kebutuhan stakeholder
- c. Mengembangkan budaya profesionalisme Dalam tata kelola perguruan tinggi berbasis Teknologi informasi
- d. Mengembangkan lingkungan kampus yang kondusif.

(sumber: www.darmajaya.ac.id/visi-misi/)

2.3 Bidang Usaha/kegiatan Utama Perusahaan

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah lembaga yang bergerak di bidang pendidikan yang turut mendukung pengembangan pendidikan di Provinsi Lampung. Sebagai bentuk mewujudkan visi dan misinya, IIB Darmajaya menyiapkan rencana kerja yang disesuaikan seiring dengan perkembangan zaman. Sampai saat ini IIB Darmajaya memiliki program Strata Satu dan Strata Dua dimana masing-masing jurusan mempunyai visi dan misi tersendiri untuk mencapai visi dan misi institusi.

Adapun jurusan pada program strata satu adalah sebagai berikut :

- a. S1 Teknik Informatika (Terakreditasi Baik Sekali)
- b. S1 Sistem Informasi (Terakreditasi Baik Sekali)
- c. S1 Sistem Komputer (Terakreditasi Baik Sekali)
- d. S1 Desain Komunikasi Visual (Terakreditasi Baik)
- e. Desain Interior (Terakreditasi Baik)
- f. Pendidikan Teknologi Informasi (Terakreditasi Baik)
- g. Data Science (Terakreditasi Baik)
- h. S1 Manajemen (Terakreditasi Baik Sekali)
- i. S1 Akuntansi (Terakreditasi Baik Sekali)
- j. S1 Bisnis digital (Terakreditasi Baik)
- k. Hukum Bisnis (Terakreditasi Baik)

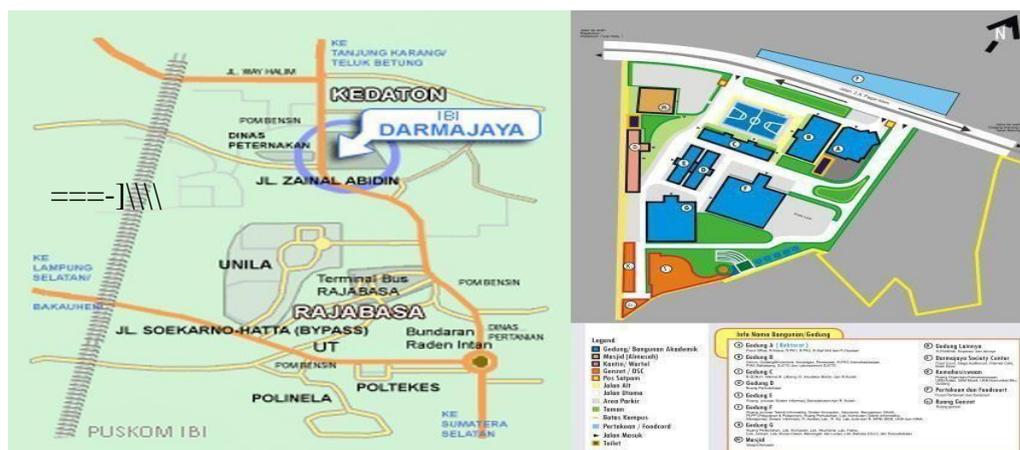
Adapun jurusan pada program strata dua adalah sebagai berikut :

- a. Magister Teknik Informatika (Terakreditasi Baik Sekali)
- b. Magister Manajemen (Terakreditasi Baik Sekali)
- c. Magister Manajemen Teknologi (Terakreditasi Baik)

2.4 Lokasi Perusahaan

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya berlokasi di Jalan Zainal Abidin PagarAlam No.93B Gedong Meneng Bandar Lampung. 35142.

Gambar 2.1 Lokasi Perusahaan IIB Darmajaya



BAB III

HASIL KEGIATAN

3.1 Kegiatan Magang

Magang MBKM di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya ini saya telah menyelesaikan beberapa tugas yang diberikan seperti melakukan pemasaran digital maupun non-digital seperti dalam hal pembuatan konten sosial media, melakukan pemasaran secara langsung seperti pembagian brosur kepada calon mahasiswa, merekrut calon mahasiswa dan menyelesaikan tugas lainnya dengan baik.

3.2 Permasalahan/Program Magang

Melihat dari kondisi sekarang, ditemukan beberapa masalah baru yang timbul. Setelah berdiskusi dan saling menyempurnakan ide tercetus lah 3 project yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang timbul.

3.2.1 Project Pembuatan Konten Sosial Media

3.2.1.1 Perencanaan Program/Temuan Masalah

Meningkatnya jumlah perguruan tinggi di Indonesia, menjadikan persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus merancang strategi promosi yang sesuai guna meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru. Salah satunya adalah strategi promosi sosial media marketing.

3.2.1.2 Kerangka Pelaksanaan / Pemecahan Masalah

Melihat dari permasalahan yang ada, akhirnya kami memutuskan melaksanakan project yang nantinya membantu untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru sehingga dari bulan awal Maret 2023 kami membuat konten sosial media yang berisikan mengenai profil kampus, profil Program Studi Sistem informasi, kegiatan mahasiswa di kampus dll.

3.2.1.3 Pelaksanaan Program

Rincian dari Project Pembuatan Konten Sosial Media yaitu:

1. Membuat konten TikTok dan Instagram tentang profil kampus, profil program studi Sistem Informasi, Tips & Trik IT, kegiatan mahasiswa dll.
2. Melaksanakan Trial Class yang diperuntukkan kepada calon mahasiswa untuk mengetahui tentang pembelajaran yang ada di kampus IIB Darmajaya
3. Melaksanakan live sosmed via TikTok dan Instagram yang kegiatannya meliputi tanya jawab (podcast) terkait Program Studi Sistem Informasi.

3.2.1.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi Project Sosial Media yaitu:

1. Membuat konten kalender agar konsisten dalam melakukan marketing
2. Melakukan Content Ads
3. Pembuatan dan pengembangan *Website* program studi Sistem Informasi
4. Melaksanakan Pelatihan untuk team Sales Force, karena mengingat tidak semua anggota team mempunyai kemampuan ataupun keterampilan dalam hal sosial media marketing.

3.2.2 Project Pemasaran Konvensional

3.2.2.1 Perencanaan Program/Temuan Masalah

Sejak beberapa tahun belakangan ini, digital marketing menjadi pilihan banyak pebisnis dalam memasarkan produk mereka. Namun sebagaimana sistem pemasaran konvensional, digital marketing juga harus dilakukan dengan cara yang tepat. Meski sudah terbelang populer, digital marketing juga kerap tidak berhasil dengan maksimal.

3.2.2.2 Kerangka Pelaksanaan / Pemecahan Masalah

Melihat dari permasalahan yang ada, akhirnya kami memutuskan melaksanakan project yang nantinya membantu untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru sehingga kami juga melakukan pemasaran konvensional bagi brosur kepada calon mahasiswa baru.

3.2.2.3 Pelaksanaan Program

Rincian dari Project Pemasaran Konvensional yaitu:

Tidak hanya melakukan digital marketing saja, kami juga melakukan pemasaran konvensional dengan membagikan brosur kepada calon mahasiswa. Dalam pembagian brosur kita menuju ke event ataupun acara yang memungkinkan terdapat banyak siswa, misalnya seperti tes utbk ataupun tes masuk perguruan tinggi yang dilaksanakan pada suatu universitas.

3.2.2.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi Project Pemasaran Konvensional yaitu:

1. Desain brosur dibuat lebih menarik dan informatif yang memuat informasi yang penting mengenai program studi Sistem Informasi IIB Darmajaya.
2. Mendistribusikan brosur di lokasi strategis seperti SMA, pusat pendidikan, pameran pendidikan, dan acara lainnya.
3. Melakukan kerja sama dengan pihak sekolah. Dengan melakukan kolaborasi dengan sekolah untuk menyebarkan brosur kepada siswa-siswa yang sedang mencari kampus.
4. Ikut serta dalam pameran pendidikan atau acara di sekolah yang dapat memberikan kesempatan untuk secara langsung berinteraksi dengan calon mahasiswa dan orang tua.

3.2.3 Project *WhatsApp Blast* dan *Follow Up*

3.2.3.1 Perencanaan Program/Temuan Masalah

Salah satu alasan sasaran calon mahasiswa belum melakukan daftar ulang adalah karena sedang mempertimbangan antara lanjut atau tidak. Bahkan ada calon mahasiswa yang lupa untuk lanjut ke tahap pendaftaran selanjutnya. Jika kita melakukan *follow up*, maka kita bisa memberikan informasi lebih lengkap sesuai kebutuhan, hingga akhirnya memantapkan hati untuk lanjut ke tahap pendaftaran selanjutnya.

3.2.3.2 Kerangka Pelaksanaan / Pemecahan Masalah

Melihat dari permasalahan yang ada, akhirnya kami memutuskan melaksanakan project yang nantinya membantu untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru sehingga kami juga melakukan *WhatsApp Blast* dan *Follow up* kepada calon mahasiswa baru.

3.2.3.3 Pelaksanaan Program

Rincian dari Project *WhatsApp Blast* dan *Follow Up* yaitu:

1. Membuat dan merancang materi promosi yang akan dikirimkan kepada calon mahasiswa.
2. Melakukan *Follow Up* kepada calon mahasiswa dari nomor whatsapp yang tersimpan di pangkalan data (*database*) yang dikelola oleh bagian humas & pemasaran.

3.2.3.4 Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi Project *WhatsApp Blast* dan *Follow Up* yaitu:

1. Memantau kalender akademik mengenai siswa kelas 12 yang akan menjadi calon mahasiswa baru.
2. Team Sales Force harus melakukan *follow up* secara konsisten kepada calon mahasiswa.
3. Harus berkomunikasi secara baik kepada tim humas & dan pemasaran guna mendapatkan informasi calon mahasiswa baru program studi sistem informasi secara *up to date*.
4. Bagian humas & pemasaran harus mengecek secara berkala pangkalan data (*Database*) agar kedepannya tim Sales Force dapat fokus mengirimkan materi kepada nomor yang valid saja.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Landasan Teori

Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Istoto, 2016), Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan produk maupun jasa.

Dalam melakukan sebuah kegiatan pemasaran terdapat suatu penentuan yakni meliputi tujuan, strategi, serta taktik. Tujuannya adalah untuk menghilangkan ketidakpastian masa yang akan datang bila ada perubahan yang diakibatkan oleh situasi dan kondisi perusahaan maupun luar perusahaan seperti faktor lingkungan. Menganalisa situasi pasar kaidahnya penting agar dapat menentukan strategi yang tepat dengan mengetahui ancaman, peluang utama serta persaingan dari sebuah produk maupun jasa yang ditawarkan.

Digital marketing menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional.

Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh *marketing* tradisional. Dapat juga dikatakan “*interactive marketing*”, “*one-to-one marketing*” dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan “*digitalmarketing*”

Sedangkan menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2008:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords ataupun jejaring sosial. Penerapan teknologi digital dapat melalui berbagai inovasiterbaru seperti feed dan podcast yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

4.2 Analisa

4.2.1 Project Pembuatan Konten Sosial Media

Tim Sales Force harus memiliki pengetahuan dan wawasan mendalam mengenai instansidan Program Studi Sistem Informasi. Perekrutan secara mendadak menjadi salah satu permasalahan dalam kinerja tim Sales Force. Hal ini membuat tim pelayanan Sales Force masih terkesan tidak teratur atau kurang siap. Oleh sebab itu perekrutan tim Sales Force harus melalui proses pembekalan, pelatihan dan simulasi agar setiap anggota tim memiliki pemahaman dan wawasan yang sama sehingga dapat meminimalisir kebingungan disaat melakukan pelayanan juga memiliki sikap sempurna yang memenuhi standar seorang digital marketing. Pelatihan ini dapat dilakukan secara *virtual* dalam jaringan maupun secara tatap muka.

4.2.2 Project Pemasaran Konvensional

Promosi marketing perlu kreatif namun juga tetap simple, dimana tersedia berbagai informasi dimana informasi tersebut terfokuskan, seperti informasi mengenai fasilitas kampus, Program Studi, tenaga pendidik, akreditasi, kegiatan mahasiswa ditampilkan dalam secara khusus. Dan penawaran terbaru harus muncul terpampang secara jelas, pada saat calon mahasiswa melihat flyer marketing Program Studi Sistem Informasi.

4.2.3 Project WhatsApp Blast dan Follow Up

Pengelolaan database calon mahasiswa sangat penting untuk meningkatkan efektifitas pemasaran digital. Database harus selalu dipantau, nomor whatsapp yang valid dan tidak valid perlu di pisahkan agar tim Sales Force dapat fokus melakukan *wa blast* pada nomor yang aktif saja. Hal ini dikarenakan proses whatsapp *blasting* memerlukan waktu yang lumayan lama, sehingga jika tim PMB tidak mengelompokkan nomor-nomor tersebut akan membuang waktu dan tidak efektif. Respon positif dari whatsapp *blasting* harus di data dengan baik dan eksekusi dengan segera dilakukan *follow-up*.

Namun tidak semua orang mengetahui website maupun media sosial Program Sistem Sistem Informasi IIB Darmajaya maka saat ini metode yang cukup efektif untuk menjangkau calon mahasiswa adalah dengan pesan siaran whatsapp dan Pembuatan konten media sosial TikTok. Dengan melakukan pemasaran lebih baik jika kontennya bervariasi dan tidak hanya mengenai promo, karena hal tersebut dapat membuat calon pelanggan merasa bosan maupun kesal dan berdampak pada calon pelanggan yang akhirnya memblokir dan mengabaikannya. Informasi promo dapat diselingi dengan *broadcast* informasi menarik seputar fasilitas kampus, program studi, tim pengajar, kegiatan di kampus dll yang dibuat semenarik mungkin agar calon pelanggan tidak merasa bosan.

Tim Sales Force pun juga membuat konten live podcast via TikTok, namun hal ini perlu di tinjau kembali agar dapat menjangkau banyak *audience*. Materi podcast perlu menarik, berbicara mengenai fenomena terkini dan digemari calon mahasiswa, seperti berbicara mengenai tips menjadi mahasiswa berprestasi, softskill dan hardskill yang dibutuhkan saat ini, dan lainnya seputar perkuliahan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melakukan program magang di Bagian pemasaran tepatnya dibagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) IIB Darmajaya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Konten pemasaran perlu dikemas dengan menarik, memuat informasi yang cukup dan terkini mengenai Program Studi Sistem Informasi IIB Darmajaya dan mudah dipahami agar calon mahasiswa dengan mudah mengetahui informasi seputar Program Studi Sistem Informasi IIB Darmajaya.
2. Kinerja Tim Sales Force bagian pelayanan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) perlu di optimalkan dengan adanya pelatihan. Pelatihan ini dapat dilakukan secara berkala untuk memaksimalkan kinerja tim Sales Force yang sangat berpengaruh dalam pencapaian target mahasiswa baru.
3. Database calon mahasiswa adalah aset penting bagi keberhasilan pemasaran digital terutama pemasaran pesan siaran whatsapp *blasting* oleh sebab itu pengelolaan database perlu dilakukan *screening* secara berkala.

5.2 Saran

5.2.1 Saran yang ditujukan kepada tim Sales Force

- a. Mengoptimalkan konten pemasaran yang menarik yang mengikuti perkembangan jaman dengan pengadaan konten tiktok dan *podcast*. Namun dalam pelaksanaannya perlu membangun tim kreatif yang merancang skema konten tiktok dan *podcast* tersebut agar lebih efektif sesuai dengan program 1.

- b. Optimalisasi kinerja tim Sales Force terutama bagian pelayanan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) yang berkomunikasi langsung dengan calon mahasiswa perlu ditingkatkan agar kesalahan informasi dapat dihindari.
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan yang cepat tanggap melalui media sosial untuk memudahkan calon mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi serta mendaftar dengan mudah.

5.2.2 Saran yang ditujukan kepada Tim Digital Marketing IIB Darmajaya

- a. Secara berkala memantau *database* pelanggan agar pemasaran digital dapat lebih efektif dengan mengimplementasikan program 3.

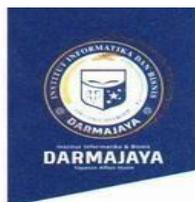
DAFTAR PUSTAKA

- Liswita, Sumaria (2020) Analysis Digital Marketing Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya,
Laporan PKPM thesis, IBI Darmajaya Bandarlampung
- Saragih, Megasari Gusandra. 2020. Marketing Era Digital. Penerbit Andalan
<http://digitalmarketing.comlabs.itb.ac.id/>
<http://msuharto.blogdetik.com/konsep-digital-marketing/>
- Sari, Winni. 2020. Tinjauan penggunaan media sosial sebagai bagian dari *integrated marketing communication (imc)* tim pmb darmajaya terhadap sekolah elit swasta di bandar lampung,
Laporan PKPM, IIB Darmajaya Bandar Lampung
- Silaban, Enop.2018.Laporan KP, IIB Darmajaya Bandar Lampung.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Keputusan Magang Sales Force



**SURAT KEPUTUSAN REKTOR
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS (IIB) DARMAJAYA
NOMOR : SK.0294/DMJ/REK/MBKM/VIII-2023**

Tentang

**DAFTAR NAMA PESERTA MAGANG SALES FORCE
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA**

- Menimbang** : 1. Bahwa dalam rangka pelaksanaan program sosialisasi dan promosi seluruh program studi yang ada di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, maka perlu menetapkan Peserta Magang *Sales Force* Angkatan 1 tahun akademik 2022/2023
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Peraturan Pemerintah No. 60 Tahun 2010 tentang Pendidikan Sekolah Tinggi.
3. Statuta IIB Darmajaya Bandar Lampung.
4. Surat keputusan Rektor nomor SK.0379/DMJ/REK/VI-2021 tentang penyelenggaraan program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) di lingkungan Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
- Memperhatikan** : 1. Surat Keputusan Rektor nomor SK.030/DMJ/REK/MBKM/II-2023 tentang Penyelenggaraan Program Magang *Sales Force* Angkatan 1.
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan Pertama** : 1. Nama – nama yang tercantum dalam surat keputusan ini adalah sebagai Peserta Magang *Sales Force* Angkatan 1 semester genap T.A 2022/2023.
- Kedua** : 2. Seluruh peserta Program Magang *Sales Force* Angkatan 1, berkewajiban melaksanakan tugasnya sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan beban SKS yang diperoleh setara dengan 4 SKS.
- Ketiga** : 3. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, maka keputusan ini akan ditinjau kembali.



Bandar Lampung
1 Agustus 2023
Rektor
Dr. Sri Firmansyah Y A, M.B.A., M.Sc
NIK : 00040797

- Tembusan : Yth,**
1. Wakil Rektor I
 2. Dekan FIK/FEB/FDHP
 3. Kepala BHP
 4. Seluruh Ketua Program Studi
 5. Arsip

Jalan Z.A. Pagar Alam, No.93, Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Lampung

www.darmajaya.ac.id
info@darmajaya.ac.id

0721-787214
 0721-700261



**DAFTAR PESERTA
PROGRAM MAGANG SALES FORCE ANGGARAN 1
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

| No. | Nama Lengkap | NPM | Asal Program Studi | Konversi Mata Kuliah | Dosen Pembimbing Lapangan |
|-----|--------------------------|-------------|--------------------------|----------------------|---|
| 1 | Alda Dafifah Chairunnisa | 2012120063 | Akuntansi | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Jaka Darmawan, SE., Ak., M.Ak • 13820316 • Akuntansi |
| 2 | Fildha Asha Cahyani | 2012120042 | Akuntansi | PKPM / KP | |
| 3 | Kharisma Nur Fitria | 2012120064 | Akuntansi | PKPM / KP | |
| 4 | Vega Haiyu Fatharanny | 2012120058 | Akuntansi | PKPM / KP | |
| 5 | Alivia Rizky | 2012140050 | Bisnis Digital | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Niken Paramitasari, SE, MM • 00711003 • Bisnis Digital |
| 6 | Arif Gunawan | 2012140001 | Bisnis Digital | PKPM / KP | |
| 7 | Artha Zahra Pratiwi | 2012140046 | Bisnis Digital | PKPM / KP | |
| 8 | Bustami Achmad Gani | 2012140049 | Bisnis Digital | PKPM / KP | |
| 9 | Lavenia Faulina | 2012140038 | Bisnis Digital | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Desiana Muryasari, S.Pd, M.Pd • 15340922 • Desain Komunikasi Visual |
| 10 | Adji Ibramsyah | 2011070059 | Desain Komunikasi Visual | PKPM / KP | |
| 11 | Fadilla Maharani | 2011079002P | Desain Komunikasi Visual | PKPM / KP | |
| 12 | M. Bagus Pratama Putra | 2011070039 | Desain Komunikasi Visual | PKPM / KP | |
| 13 | Oky Harry Abryan | 2011070061 | Desain Komunikasi Visual | PKPM / KP | |
| 14 | Rahmat Akbar | 2011070015 | Desain Komunikasi Visual | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Ade Moussadecq, S.Pd. M.Sn • 15161020 • Desain Interior |
| 15 | Tedi Setiadi | 2011070035 | Desain Komunikasi Visual | PKPM / KP | |
| 16 | Andini Ramadani | 2012110063 | Manajemen | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Muhammad Saputra, SE., MM • 14021016 • Manajemen |
| 17 | Gita Sri Andini | 2012110153 | Manajemen | PKPM / KP | |
| 18 | Ida Liani Edison | 2012110064 | Manajemen | PKPM / KP | |
| 19 | Siti Nurhazah | 2012110158 | Manajemen | PKPM / KP | |



**DAFTAR PESERTA
PROGRAM MAGANG SALES FORCE ANGKATAN 1
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**

| No. | Nama Lengkap | NPM | Asal Program Studi | Konversi Mata Kuliah | Dosen Pembimbing Lapangan |
|-----|-----------------------|------------|--------------------|------------------------|---|
| 20 | Adella Marsha Safira | 2011010116 | Teknik Informatika | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • M. Fauzan Azima, S.Kom., M.T.I • 13910716 • Teknik Informatika |
| 21 | Vezhani Thiosa Velly | 2011010057 | Teknik Informatika | PKPM / KP | |
| 22 | Mutia Putri Agustin | 2011010082 | Teknik Informatika | PKPM / KP | |
| 23 | Audina Tazkia | 2011010090 | Teknik Informatika | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Rio Kurniawan, M.Cs • 13010313 • Pendidikan Teknologi Informasi |
| 24 | Ramadhani Saputra | 2011100084 | Teknik Informatika | PKPM / KP | |
| 25 | Rilo Rivaldi | 2011010040 | Teknik Informatika | Tidak Konversi PKPM/KP | |
| 26 | Linda Wuri Rahayu | 2111010008 | Teknik Informatika | Tidak Konversi PKPM/KP | <ul style="list-style-type: none"> • Isnandar Agus, S.Pd., M.Kom • 13990916 • Magister Manajemen Teknologi |
| 27 | Ari Saputra | 2011010083 | Teknik Informatika | PKPM / KP | |
| 28 | Casandra Azaria Tauta | 1911010018 | Teknik Informatika | Tidak Konversi PKPM/KP | |
| 29 | Selviana Fatmawati | 2011050069 | Sistem Informasi | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Anggi Andriyadi, S.Kom., M.T.I • 13521014 • Sistem Informasi |
| 30 | Sinta Nuril Attika | 2011050016 | Sistem Informasi | PKPM / KP | |
| 31 | Yunike Aprelisa | 2011050047 | Sistem Informasi | PKPM / KP | |
| 32 | Anis Kirana | 2011050066 | Sistem Informasi | PKPM / KP | <ul style="list-style-type: none"> • Melia Griffin Setiawati, S.Kom., M.T • 00180300 • Sistem Komputer |
| 33 | Reynaldi David C | 1811060016 | Sistem Komputer | PKPM / KP | |
| 34 | Putri Agustin | 2011060023 | Sistem Komputer | Tidak Konversi PKPM/KP | |
| 35 | Uci Usita | 2011060030 | Sistem Komputer | Tidak Konversi PKPM/KP | |

Lampiran 2

Dokumentasi kegiatan









Campus Life at IIB Darmajaya

Guest



Anggun Khoirun Nisa
(Mahasiswa Akuntansi IIB Darmajaya)

Moderator



Muhammad Riski Maulidi
(Mahasiswa Sistem Informasi IIB Darmajaya)

TikTok LIVE
@jursidj

06 Juni 2023
16.30 WIB

si.darmajaya.ac.id
[jursidj](https://www.instagram.com/jursidj)
[si.darmajaya](https://www.facebook.com/si.darmajaya)
[jurusan_si_dj](https://www.instagram.com/jurusan_si_dj)
[sahabatdarmajaya](https://www.instagram.com/sahabatdarmajaya)



absen piket pmb tanggal 13 juni 2023



Absen jaga pmb tgl 20juni2023



udahh pakk



jaga pmb



