

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

1.1 Analisa Permasalahan Perusahaan

Dengan terjalannya proses kerjasama, tentu terdapat masalah di lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Dalam pengimplementasiannya, BHKPI memiliki kendala di bidang internal yaitu untuk mencapai target yang diinginkan, birokrasi ini harus mampu menjalin kerjasama dengan media sebagai mitra kerja dan memberikan umpan balik antar pihak dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan.

Hal ini membuat BHKPI perlu terus berbenah untuk meningkatkan upaya dalam menjalin relasi kerjasama antar media dengan memberikan inovasi terkait kemajuan dan perkembangan kampus IIB Darmajaya di masyarakat agar permasalahan internal ini dapat terselesaikan dengan baik, yang kemudian harapannya minat calon mahasiswa/i yang ingin berkuliah di IIB Darmajaya setiap tahun makin meningkat.

Tetapi pada akhirnya dalam proses pelaksanaannya masih banyak target yang belum dicapai, masalah eksternal terutama pada minat masyarakat melalui penyebaran informasi melalui media masih sangat kurang terutama media cetak dikarenakan perkembangan teknologi sudah semakin maju, dan minat media cetak semakin berkurang.

Hal inilah yang harus dianalisis apakah penyebab dari permasalahan ini, apakah kurangnya kerjasama dengan media lainnya atau program dari kontrak perjanjian kerjasama tersebut di dalamnya.

Bagi penulis sendiri latar belakang dilakukannya kerja praktek ini yaitu sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan di program studi Strata-1 Manajemen.

1.1.1 Temuan Masalah

Ditemukan dua masalah yang ada pada Humas Kerjasama Pemasaran:

1. Target kerjasama media dengan Darmajaya
2. Perjanjian kerjasama antara media dengan Darmajaya

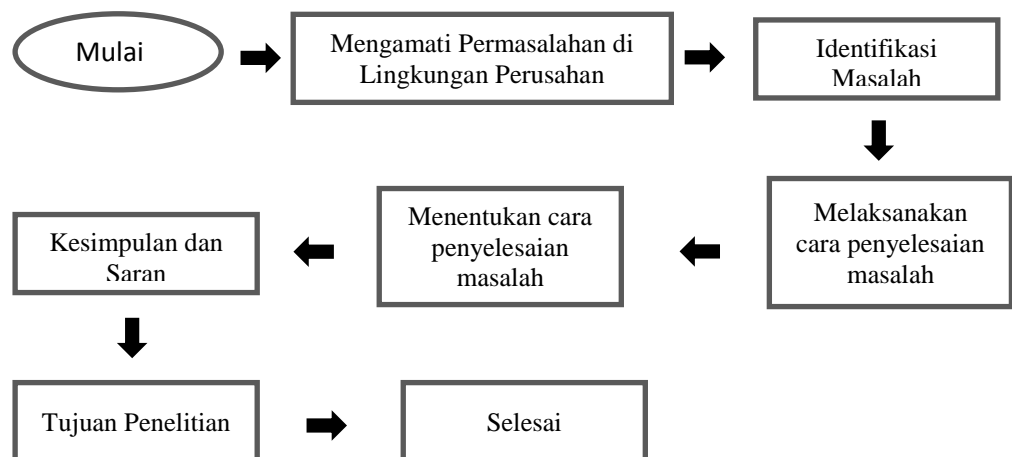
1.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, ada dua pertanyaan penelitian yang bisa dirumuskan:

1. Bagaimana cara memperluas relasi kerjasama dengan media seiring perkembangan teknologi yang ada.
2. Program apa saja yang harus di lakukan dalam proses kerjasama Media dengan Darmajaya.

1.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk memecahkan masalah tersebut maka kerangka pemecahan masalah adalah sebagai berikut:



Langkah-langkah Pemecahan Masalah

Mengamati permasalahan dilingkungan perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh berbagai informasi sehingga masukan-masukan tentang permasalahan yang diteliti.

Selanjutnya memahami konsep dasar ilmu pengetahuan yang berhubungan dan dapat menunjang penulisan laporan kerja praktik. Pada dasarnya nilai dari suatu penelitian salah satunya ditentukan pada besar pemahaman peneliti pada konsep-konsep dasar tersebut.

Langkah dalam pemecahan masalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Setelah mengamati permasalahan yang terjadi di perusahaan, penulis melakukan identifikasi masalah dan cara untuk mencapai target pemasaran berdasarkan digital marketing Darmajaya

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang sudah ditetapkan penulis menentukan tujuan penelitian mulai dari mengidentifikasi strategi gimic marketing yang berdampak terhadap promosi kampus IIB Darmajaya

3. Menentukan cara Penyelesaian masalah

Setelah menentukan tujuan dari penelitian, selanjutnya menentukan cara membuat program untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada didalam perusahaan

4. Menerapkan cara penyelesaian masalah

Berdasarkan cara penyelesaian masalah yang ditentukan, selanjutnya adalah menerapkan cara penyelesaian masalah/ menjalankan program atas pemecahan masalah di perusahaan.

5. Kesimpulan dan Saran

Langkah ini merupakan langkah terakhir dari penelitian. Pekerjaan meneliti telah selesai dan tinggal mengambil kesimpulan dari hasil pengolahan data dan juga memberikan masukan terhadap perusahaan dan analisis.

1.2 Landasan Teori

Menurut Prof. Purwahid Patrik yang menyatakan bahwa perjanjian adalah perbuatan yang terjadi sesuai dengan formalitas-formalitas dari peraturan hukum yang ada tergantung dari persesuaian kehendak dua atau lebih orang-orang yang ditujukan untuk timbulnya akibat hukum dari kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan masing-masing pihak secara timbal balik (Patrik, 1988:1-3).

Dalam perjanjian terdapat beberapa unsur yaitu (Patrik, 1988:4).

1. Ada pihak-pihak. Pihak di sini adalah subjek perjanjian sedikitnya dua orang atau badan hukum dan harus mempunyai wewenang melakukan perbuatan hukum sesuai yang ditetapkan oleh undang-undang.
2. Ada persetujuan antara pihak-pihak, yang bersifat tetap dan bukan suatu perundingan.

3. Ada tujuan yang akan dicapai. Hal ini dimaksudkan bahwa tujuan para pihak hendaknya tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan undang-undang.
4. Ada prestasi yang akan dilaksanakan. Hal ini dimaksudkan bahwa prestasi merupakan kewajiban yang harus dipenuhi, oleh pihakpihak sesuai dengan syarat-syarat perjanjian.
5. Ada bentuk tertentu, lisan atau tulisan. Hal ini berarti bahwa perjanjian bisa dituangkan secara lisan atau tertulis. Hal ini sesuai ketentuan undang-undang yang menyebutkan bahwa hanya dengan bentuk tertentu suatu perjanjian mempunyai kekuatan mengikat dan bukti yang kuat.

Unsur-unsur perjanjian dapat dikategorikan sebagai berikut (Setiawan, 1979:50):

1. *Essentialia*, yaitu unsur persetujuan yang tanpa itu persetujuan tidak mungkin ada.
2. *Naturalia*, yaitu unsur yang oleh undang-undang ditentukan sebagai peraturan yang bersifat mengatur.
3. *Accidentalialia*, yaitu unsur yang oleh para pihak ditambahkan dalam persetujuan karena undang-undang tidak mengaturnya.

3.3 Rancangan Program

3.3.1 Program 1

Meningkatkan kerjasama tidak hanya dengan media cetak saja melainkan dengan media online sebagai mitra promosi untuk Perguruan Tinggi dan pengenalan terhadap masyarakat, dalam hal ini media online sebagai satu bagian dari daftar kerjasama IIB Darmajaya di tahun 2019.

3.3.2 Program 2

Melakukan Penawaran beasiswa kuliah di IIB Darmajaya baik itu Strata Satu(S1) maupun Strata Dua (S2) terhadap mitra kerjasama dalam hal ini media online yaitu dengan melakukan perjanjian kerjasama yang disepakati bersama dan diharapkan mampu menjadi suatu hubungan relasi yang baik.