

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR DI PT. MEDIA INOVASI DATA
INDONESIA



Oleh:

Fajar Ihwanul Muslim 2161126

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2024

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR DI PT. MEDIA INOVASI DATA
INDONESIA



Oleh:

Fajar Ihwanul Muslim 2161126

Menyetujui,
Pendamping Lapangan

Rohimin

Dosen Pembimbing Lapangan

Nurali, SE., MSM

Mengetahui,
Prodi Manajemen

Dr. Guntur Puncaningrum, ST., MSM

NIDN: 0716097202

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR DI PT. MEDIA INOVASI DATA INDONESIA”**. Penulis menyadari bahwa, tanpa bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG dan Pimpinan saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus atas dukungan, bimbingan, dan kesempatan yang telah diberikan kepada saya selama pelaksanaan laporan kuliah kerja magang ini. Setiap langkah yang saya ambil dalam perjalanan ini telah diberkahi dengan bimbingan yang luar biasa dari kampus dan kepemimpinan yang inspiratif.
2. Orang tua serta teman-teman yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan magang ini.
3. Bapak Nurali, SE., MSM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan saran sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Kepada Area Manager PT. MEDIA INOVASI DATA INDONESIA yang telah memberikan kesempatan magang kepada penulis.
5. Teman-teman yang ikut serta berperan membantu saya dalam hal menyemangati maupun memberikan ide-ide yang menarik selama saya menyusun laporan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan magang ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan laporan magang ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan pihak yang telah membantu.

Jombang, 28 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LAMPIRAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang	2
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang	3
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang	3
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG	4
2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi.	4
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi.	5
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan	6
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG	9
3.1 Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan Di Tempat Magang	9
3.1.1 Strategi Promosi	10
3.1.2 Strategi Kualitas Produk	12
3.1.3 Strategi Lokasi Usaha	14
3.2 Hasil pengamatan di tempat magang	15
3.3 Usulan pemecahan masalah/solusi.	16
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	18
4.1 Kesimpulan	18
4.2 Saran	19
DAFTAR PUSTAKA	20
LAMPIRAN	21
DOKUMENTASI KEGIATAN	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Permohonan KKM.....	21
Lampiran 2 Form Kegiatan Harian Mahasiswa.....	22
Lampiran 3 Form Penilaian Pendamping Lapangan	25
Lampiran 4 Form Penilaian Dosen Pembimbing	26
Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Magang	27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang.

Kuliah Kerja Magang (KKM) merupakan salah satu program penting dalam kurikulum pendidikan tinggi, khususnya bagi mahasiswa jurusan Pemasaran. Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam dunia kerja nyata sehingga mereka dapat menerapkan teori-teori yang telah dipelajari di dalam kelas ke dalam situasi bisnis yang sesungguhnya.

Melalui program magang, mahasiswa memiliki kesempatan untuk belajar langsung dari para profesional di bidang pemasaran, serta mengamati dan berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan terkait strategi pemasaran. Magang ini juga berfungsi sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi minat dan bakat mereka dalam bidang pemasaran, sekaligus membangun jaringan profesional yang bermanfaat untuk karir mereka di masa depan.

Dengan adanya program ini maka dapat menjadi pembelajaran yang baik bagi mahasiswa apalagi ini merupakan praktek nyata dunia kerja, penerapan dari teori yang dipelajari. Mahasiswa magang harus serta tanggap dalam menghadapi segala kemungkinan yang mungkin terjadi dalam prosesnya. Bagaimana menghadapi orang yang menjadi atasan kita, bagaimana mengatasi setiap masalah yang terjadi di dalam perusahaan dan bagaimana pembawaan kita dalam menghadapi masalah tersebut. Agar kita dapat menjaga nama baik diri dan menjaga nama baik Lembaga Pendidikan.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

1. Salah satu syarat kelulusan mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA.
2. Menumbuhkan kemampuan berinteraksi social dengan orang lain di dalam dunia kerja.
3. Menerapkan ilmu pengetahuan teoritis selama perkuliahan ke dalam dunia praktik kerja sehingga mampu menumbuhkan pengetahuan kerja dengan latar belakang ilmu mahasiswa.
4. Melatih kemampuan mahasiswa menjadi pribadi yang mandiri, mampu memecahkan masalah dan mengambil keputusan dalam bekerja.
5. Untuk mempersiapkan diri dan menumbuhkan minat dan kaitannya dengan penyusunan tugas akhir.
6. Untuk mengetahui lingkungan yang sebenarnya dari suatu perusahaan atau instansi.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

1. Kegiatan magang diharapkan dapat menambah kemampuan keterampilan, dan wawasan mahasiswa, sehingga nantinya akan menghasilkan lulusan yang dapat memenuhi pasar kerja.
2. Menjadi terbiasa dengan lingkungan kerja yang sebenarnya.
3. Hasil magang mahasiswa diharapkan dapat menjadi umpan balik bagi Lembaga Pendidikan.
4. Terjalin Kerjasama yang menguntungkan antara STIE PGRI DEWANTARA dengan perusahaan atau instansi.
5. Dapat meningkatkan kualitas lulusan dengan adanya program magang

6. Adanya kritikan-kritikan yang membangun dari perusahaan atau instansi untuk mahasiswa magang.
7. Perusahaan atau instansi akan mendapatkan bantuan tenaga mahasiswa magang.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Dalam melaksanakan kegiatan magang, penulis melakukannya pada suatu perusahaan jasa internet atau *internet service provider*. Hal ini akan lebih jelas pada keterangan dibawah ini:

Tempat KKM : PT Media Inovasi Data Indonesia

Alamat : Jl. Panglima Sudirman No.56, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61415, Indonesia.

No. Telp : 0896-5561-7766

Email : info@midi.co.id

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kegiatan magang ini, penulis memulai kegiatan magang pada tanggal 01 Juli 2023 – 31 Agustus 2024. Kuliah kerja magang dilakukan pada hari senin – sabtu. Sedangkan untuk jam kerja magang yaitu pada hari senin sampai sabtu dimulai puku 09.00 - 16.00.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

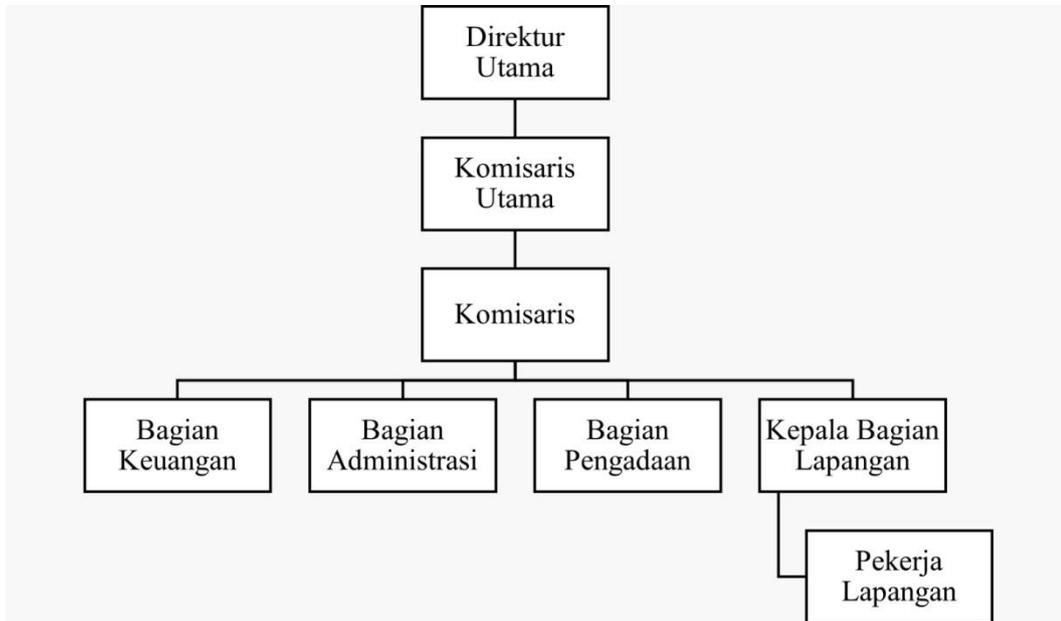
2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi.

PT. Media Inovasi Data Indonesia adalah perusahaan penyedia jasa layanan internet yang berlokasi di Jombang, Jawa Timur, dan telah berkembang pesat sejak berdiri pada tahun 2023. Dengan visi untuk menyediakan akses internet yang cepat, stabil, dan terjangkau bagi masyarakat dan dunia usaha, perusahaan ini menjawab kebutuhan akan layanan internet andal di era digital.

PT. Media Inovasi Data Indonesia menawarkan layanan broadband, corporate, dan dedicated yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar, mulai dari pengguna rumahan hingga perusahaan besar. Dalam waktu singkat, perusahaan ini berhasil memperluas jangkauan layanannya dengan menyediakan paket internet yang sesuai dengan kebutuhan spesifik pelanggan.

Terletak di Jl. Panglima Sudirman No. 56, Jombang, perusahaan ini terus berinovasi dengan teknologi terbaru untuk tetap kompetitif di pasar. Memanfaatkan kombinasi teknologi fiber optik dan wireless, PT. Media Inovasi Data Indonesia mampu menjangkau area yang lebih luas dan memberikan layanan internet dengan kecepatan tinggi dan kestabilan optimal. Hingga saat ini, perusahaan tetap berkomitmen untuk mendukung transformasi digital di Indonesia dengan menyediakan solusi internet yang efektif dan efisien bagi semua kalangan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi.



Gambar 1 struktur PT. Media Inovasi Data Indonesia, jombang, 2024

Keterangan:

- **Direktur Utama:** Anang Prasetya
 - Memiliki otoritas tertinggi dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan.
 - Bertanggung jawab atas kinerja keseluruhan perusahaan.

- **Komisaris Utama:** Rohimin
 - Memberikan pengawasan terhadap kinerja direksi.
 - Melindungi kepentingan pemegang saham.

- **Komisaris:** Ainur Ridlo

- Memiliki peran yang sama dengan komisaris utama, namun dengan tanggung jawab yang lebih spesifik.

➤ **Bagian Keuangan:**

- Mengelola keuangan perusahaan, termasuk penerimaan, pengeluaran, dan pelaporan keuangan.

➤ **Bagian Administrasi:**

- Mengurus administrasi umum perusahaan, seperti surat-menyurat, pengelolaan data, dan sumber daya manusia.

➤ **Bagian Pengadaan:**

- Bertanggung jawab atas pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan perusahaan.

➤ **Kepala Bagian Lapangan:**

- Memimpin dan mengawasi seluruh aktivitas operasional di lapangan.

➤ **Pekerja Lapangan:**

- Melaksanakan tugas-tugas operasional di lapangan sesuai dengan instruksi kepala bagian lapangan.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Media Inovasi Data Indonesia menjalankan berbagai kegiatan untuk memastikan layanan internet yang andal dan inovatif bagi pelanggan. Kegiatan

utama meliputi pemasangan dan pemeliharaan jaringan, di mana tim teknisi bertanggung jawab untuk memasang jaringan internet di lokasi pelanggan dan melakukan pemeliharaan berkala pada infrastruktur seperti kabel fiber optik dan router. Perusahaan juga menyediakan layanan dukungan pelanggan 24/7 melalui customer support, helpdesk, dan chat support untuk membantu dengan masalah teknis dan administrasi. Selain itu, perusahaan fokus pada pengembangan produk dengan melakukan penelitian teknologi baru dan merancang paket layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Kampanye pemasaran aktif melalui berbagai saluran, serta kerja sama dengan komunitas lokal, membantu memperluas jangkauan perusahaan. Pengelolaan keamanan jaringan juga menjadi prioritas, dengan monitoring real-time dan implementasi proteksi cyber. Perusahaan terus mengembangkan SDM melalui pelatihan dan rekrutmen, serta menjalankan manajemen proyek untuk ekspansi jaringan dan solusi *custom-made*.

Rincian Kegiatan:

- Pemasangan dan Pemeliharaan Jaringan: Teknisi memasang dan merawat infrastruktur jaringan di lokasi pelanggan untuk memastikan koneksi internet yang stabil.
- Pelayanan Pelanggan: Customer support memberikan bantuan teknis 24/7 melalui berbagai saluran komunikasi.
- Pengembangan Produk dan Layanan: Penelitian dan pengembangan dilakukan untuk menciptakan teknologi baru dan memperkenalkan paket layanan baru.

- Marketing dan Promosi: Kampanye pemasaran dan kolaborasi dengan komunitas dilakukan untuk memperluas pangsa pasar.
- Manajemen Jaringan dan Keamanan: Monitoring jaringan dilakukan secara real-time, serta pengamanan diterapkan untuk melindungi jaringan dari ancaman cyber.
- Pengembangan Sumber Daya Manusia: Pelatihan dan rekrutmen dilakukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dan mendukung pertumbuhan perusahaan.
- Manajemen Proyek: Proyek perluasan jaringan dan solusi custom-made dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan besar dan pemerintah.

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Yang Dilakukan Di Tempat Magang

Laporan ini disusun setelah pelaksanaan magang yang dilakukan di PT. Media Inovasi Data Indonesia pada tanggal 01 Juli s/d 31 Agustus 2024, dengan waktu kerja dari hari Senin-Sabtu pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Kami ditempatkan di bagian administrasi dengan fokus pada topik strategi pengembangan pasar dan bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Administrasi. Selama magang, berbagai kegiatan harian dilakukan sesuai dengan topik yang diangkat, termasuk implementasi strategi dalam pengembangan pasar. Kegiatan magang ini memberikan kesempatan untuk memahami lebih dalam tentang proses administrasi dan pengelolaan strategi bisnis di PT. Media Inovasi Data Indonesia, khususnya dalam konteks pengembangan pasar yang efektif dan berkelanjutan. Seperti: Strategi pemasaran terdiri dari berbagai elemen, mulai dari identifikasi target pasar, pengembangan produk, penentuan harga, distribusi, hingga promosi. Strategi pemasaran yang efektif memungkinkan bisnis untuk mengalokasikan sumber daya dan upaya mereka dengan lebih efisien, sehingga memudahkan pencapaian tujuan bisnis. Strategi pemasaran yang tepat tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada calon pelanggan, tetapi juga membantu membangun citra merek, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar. Di tengah persaingan dan perubahan yang semakin ketat saat ini, setiap bisnis perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif agar tetap kompetitif dan relevan.

3.1.1 Strategi Promosi

Dalam pemasaran merupakan serangkaian tindakan yang dirancang untuk menyampaikan nilai suatu produk atau layanan kepada konsumen, dengan tujuan meningkatkan kesadaran, minat, dan akhirnya mendorong pembelian. Strategi ini mencakup berbagai metode yang digunakan untuk menjangkau target audiens secara efektif. Periklanan, sebagai salah satu metode utama, memanfaatkan media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan platform digital untuk menyebarkan pesan produk secara luas, sehingga meningkatkan kesadaran merek dan menarik konsumen untuk mencoba atau membeli produk tersebut.

Pemasaran langsung memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui email, pesan teks, surat langsung, dan telepon, memungkinkan pesan yang lebih terarah sesuai segmen pasar. Penjualan personal, yang melibatkan interaksi langsung antara tenaga penjualan dan calon pembeli, efektif dalam membangun hubungan jangka panjang dan memberikan solusi yang disesuaikan. Secara keseluruhan, setiap elemen strategi promosi harus disesuaikan dengan karakteristik pasar sasaran, tujuan pemasaran, dan anggaran yang dimiliki. Kombinasi yang tepat dari berbagai alat promosi akan membantu perusahaan meningkatkan visibilitas, memperluas basis pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Salah satu contohnya adalah strategi promosi yang diterapkan oleh PT. Media Inovasi Data Indonesia melalui berbagai media pemasaran:

a) Pamflet

Pamflet adalah sebuah materi promosi atau iklan yang dicetak pada kertas dan biasanya berukuran kecil atau sedang. Pamflet seringkali berisi informasi singkat tentang produk atau layanan yang ditawarkan, promosi atau diskon khusus, dan informasi kontak untuk menghubungi perusahaan. Pamflet sering kali didistribusikan secara langsung kepada calon pelanggan melalui pos, di tempat-tempat umum seperti pusat perbelanjaan, atau disertakan dalam kiriman surat.

b) Brosur

Brosur mirip dengan pamflet namun memiliki ukuran dan isi yang lebih bervariasi. Biasanya lebih besar dari pamflet dan seringkali terlipat menjadi beberapa panel untuk menampung lebih banyak informasi. Brosur dapat berisi deskripsi yang lebih rinci tentang produk atau layanan, fitur dan manfaat, testimonial pelanggan, harga, dan informasi kontak. Brosur biasanya didesain dengan lebih menarik dan profesional untuk menarik perhatian calon pelanggan. Setelah menggunakan pamflet, PT. Media Inovasi Data Indonsia beralih kepada penggunaan brosur sebagai media pemasaran. Brosur yang disebarluaskan oleh layanan PT. Media Inovasi Data Indonsia telah mencantumkan tiga hal yakni deskripsi layanan, penawaran khusus, dan informasi kontak. Penggunaan brosur sebagai media pemasaran cukup berjalan dengan baik.

c) Word of mouth (dari mulut ke mulut)

Proses di mana seseorang memberikan rekomendasi atau informasi tentang suatu produk, layanan, atau merek kepada orang lain secara lisan. WoM dapat terjadi secara spontan ketika seseorang berbicara tentang pengalaman positif atau negatif mereka dengan suatu produk atau layanan kepada teman, keluarga, atau kenalan. WoM sering dianggap sebagai salah satu bentuk pemasaran yang paling kuat karena didasarkan pada kepercayaan antar individu dan sering kali lebih meyakinkan daripada iklan atau materi pemasaran lainnya. Word of Mouth memberikan peran yang cukup signifikan dibandingkan dengan media pemasaran sebelumnya. Pengaruh akan rekomendasi teman atau keluarga sangat mempengaruhi keputusan pembelian calon pelanggan. Tingkat kepercayaan pelanggan akan rekomendasi yang mereka terima dari orang lain cukup tinggi jumlah rekomendasi yang diberikan oleh pelanggan kepada orang lain terbukti efektif dalam menghasilkan penjualan tambahan. Sejatinnya tingkat kepuasan pelanggan juga mempengaruhi kemungkinan mereka untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Seperti halnya visi misi dari layanan PT. Media Inovasi Data Indonsia yang akan terus memberikan layanan ramah, responsif dan cepat tanggap.

3.1.2 Strategi Kualitas Produk

Adalah pendekatan yang terstruktur dan sistematis untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Aspek - aspek yang termasuk dalam strategi ini mencakup

pemilihan bahan baku, proses produksi, pengendalian kualitas, serta pengujian dan evaluasi produk. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa produk memenuhi atau bahkan melampaui standar kualitas yang ditetapkan, serta memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Penerapan strategi kualitas yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menurunkan risiko kegagalan produk, dan meningkatkan daya saing di pasar. Perusahaan harus melakukan manajemen kualitas untuk menciptakan produk sesuai harapan konsumen. Tanpa upaya ini, bisa muncul ketidakpuasan pelanggan yang akhirnya berdampak pada penurunan penjualan. PT. Media Inovasi Data Indonesia, misalnya, berupaya meningkatkan kualitas layanan produk sambil menjaga harga tetap kompetitif. Perusahaan ini memastikan penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak dari merek-merek terpercaya dan berteknologi terkini untuk menjaga kecepatan dan kestabilan koneksi internet.

PT. Media Inovasi Data Indonesia juga menerapkan pengujian ketat sebelum produk diluncurkan ke pasar dan melakukan perawatan rutin serta pembaruan perangkat lunak untuk menjaga kualitas layanan. Layanan pelanggan menjadi aspek penting dalam strategi kualitas mereka, dengan menyediakan sistem dukungan yang responsif dan pelatihan tim teknis untuk menangani masalah secara cepat dan tepat. Manajemen rantai pasokan juga diperhatikan dengan pemilihan pemasok yang andal, harga kompetitif, dan manajemen inventaris yang efisien untuk mencegah kekurangan atau kelebihan stok. Pengumpulan dan analisis umpan balik

pelanggan secara berkala dilakukan melalui survei dan ulasan online, sehingga produk dan layanan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Dengan pendekatan ini, PT. Media Inovasi Data Indonesia dapat menawarkan layanan internet yang tidak hanya murah tetapi juga berkualitas tinggi.

3.1.3 Strategi Lokasi Usaha

Sangat penting bagi perusahaan karena memengaruhi berbagai aspek kinerja, seperti akses pasar, biaya operasional, efisiensi distribusi, serta interaksi dengan lingkungan sosial dan kebijakan pemerintah. Strategi ini melibatkan analisis mendalam terhadap faktor-faktor seperti demografi, kepadatan penduduk, akses transportasi, persaingan industri, dan potensi pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. PT. Media Inovasi Data Indonesia, misalnya, berkontribusi positif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat pedesaan dengan menyediakan akses internet yang lebih baik. Akses internet yang memadai membuka peluang bagi penduduk desa untuk mendapatkan informasi, pendidikan, dan kesempatan ekonomi yang sebelumnya sulit diakses. Lokasi yang strategis ini juga mendukung pertumbuhan bisnis PT. Media Inovasi Data Indonesia dengan memperluas jangkauan layanan mereka.

Beroperasi di wilayah yang kurang terlayani dapat membantu membangun basis pelanggan yang loyal dan meningkatkan penetrasi pasar. Selain itu, lokasi di daerah dengan sedikit persaingan memberikan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, strategi lokasi bisnis PT. Media

Inovasi Data Indonesia yang berfokus pada daerah pedesaan dengan infrastruktur internet minim tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis secara komersial tetapi juga memberikan manfaat sosial bagi masyarakat setempat.

3.2 Hasil pengamatan di tempat magang.

Hasil pengamatan kerja menunjukkan bahwa keterbatasan cara pembayaran, khususnya sistem pembayaran yang dilakukan secara door to door atau dari rumah pelanggan satu ke lainnya, telah menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan yang menunggak pembayaran. Metode pembayaran ini, yang mengandalkan kunjungan langsung oleh petugas ke setiap rumah pelanggan, menghadapi berbagai kendala operasional. Salah satu masalah utama adalah ketidakefisienan waktu, di mana petugas sering kali harus menempuh jarak yang jauh dan menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengumpulkan pembayaran dari beberapa pelanggan. Selain itu, ketergantungan pada kehadiran fisik petugas menyebabkan penundaan pembayaran ketika pelanggan tidak berada di rumah atau jika petugas mengalami kesulitan menjangkau lokasi tertentu. Faktor lain yang memperburuk situasi adalah kurangnya sistem pengingat pembayaran yang efektif, membuat pelanggan sering lupa atau menunda pembayaran sampai kunjungan berikutnya. Tidak adanya opsi pembayaran digital atau melalui bank juga mengurangi fleksibilitas pelanggan dalam melunasi tagihan mereka tepat waktu. Akibatnya, perusahaan mengalami peningkatan piutang yang tidak tertagih, yang dapat berdampak negatif pada arus kas dan operasional secara keseluruhan. Selain itu, ketergantungan pada metode door to door ini menambah

beban operasional dan meningkatkan risiko kesalahan pencatatan pembayaran, yang dapat menimbulkan konflik antara perusahaan dan pelanggan. Secara keseluruhan, metode pembayaran yang terbatas ini telah menjadi hambatan serius dalam efisiensi dan keberlanjutan bisnis, sehingga memerlukan solusi alternatif yang lebih modern dan fleksibel.

3.3 Usulan pemecahan masalah/solusi.

Untuk mengatasi masalah keterbatasan cara pembayaran yang menyebabkan meningkatnya jumlah pelanggan yang menunggak, beberapa solusi dapat diterapkan sebagai berikut:

- Menambahkan Nomor Rekening Perusahaan:

Dengan menyediakan nomor rekening perusahaan, pelanggan dapat melakukan pembayaran melalui transfer bank. Ini akan memberikan fleksibilitas lebih kepada pelanggan yang memiliki akses ke layanan perbankan, memungkinkan mereka untuk membayar kapan saja tanpa harus menunggu kunjungan petugas. Langkah ini juga membantu mempercepat proses pembayaran dan mengurangi risiko keterlambatan atau penundaan.

- Penempatan Satu Orang Sebagai Tempat Pembayaran via Cash:

Menunjuk satu orang di setiap desa atau area sebagai pusat pembayaran tunai dapat menjadi solusi efektif. Pelanggan dapat datang langsung ke tempat pembayaran yang ditunjuk untuk melunasi tagihan mereka. Ini akan mengurangi beban petugas yang harus melakukan kunjungan door to door dan memberikan

alternatif yang lebih mudah diakses oleh pelanggan yang lebih nyaman dengan pembayaran tunai.

- Membuat Jadwal Pembayaran Berbeda untuk Setiap Desa:

Dengan menetapkan jadwal pembayaran yang berbeda untuk setiap desa atau area, pelanggan akan memiliki kepastian waktu untuk melakukan pembayaran. Penjadwalan ini juga memungkinkan petugas untuk lebih fokus dan efisien dalam mengumpulkan pembayaran, mengurangi kemungkinan tertinggalnya pelanggan yang harus dikunjungi. Pengaturan waktu yang teratur ini dapat membantu mengurangi tunggakan pembayaran dan memastikan proses penagihan berjalan lebih lancar.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah di kemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa Perusahaan PT. Media Inovasi Data Indonesia terus berinovasi dengan melakukan penelitian teknologi baru dan merancang paket layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Upaya pemasaran yang aktif melalui berbagai saluran serta kolaborasi dengan komunitas lokal membantu memperluas jangkauan perusahaan. Keamanan jaringan dijaga melalui monitoring real-time dan implementasi proteksi cyber untuk melindungi dari ancaman.

Dari strategi pemasaran, PT. Media Inovasi Data Indonesia menggunakan media pemasaran seperti pamflet, brosur, dan word of mouth (WoM). Dapat disimpulkan bahwa WoM memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan memperoleh kepercayaan pelanggan. Meskipun pamflet dan brosur memberikan kontribusi penting dalam mempromosikan layanan, namun keunggulan WoM dalam membangun hubungan personal dan kepercayaan antar individu membuatnya menjadi faktor kunci dalam kesuksesan strategi pemasaran Layanan PT. Media Inovasi Data Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi Layanan PT. Media Inovasi Data Indonesia untuk terus mendorong WoM positif dengan memberikan layanan berkualitas tinggi, memastikan kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka di masa depan.

4.2 Saran

Sebagai penulis laporan kegiatan magang, saya menyarankan beberapa langkah untuk meningkatkan efektivitas operasional dan proses administrasi di PT. Media Inovasi Data Indonesia. Pertama, integrasi metode pembayaran digital seperti transfer bank dan pembayaran online akan mengurangi keterbatasan pembayaran dan meminimalkan tunggakan, dengan menyediakan nomor rekening perusahaan untuk kemudahan pelanggan. Kedua, penunjukan lokasi pembayaran tunai di setiap desa atau area dapat mempermudah pelanggan dan mengurangi beban petugas yang melakukan kunjungan *door to door*. Ketiga, penerapan jadwal pembayaran terjadwal untuk setiap desa akan membantu mengorganisir kunjungan petugas dan mengurangi tunggakan. Keempat, pemanfaatan teknologi untuk pengelolaan administrasi, termasuk perangkat lunak untuk pelacakan pembayaran dan pendataan pelanggan, dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan. Terakhir, pelatihan dan pengembangan SDM dalam penggunaan sistem administrasi dan strategi pengembangan pasar akan meningkatkan kemampuan karyawan dan efisiensi operasional. Penerapan langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas operasional dan kualitas layanan di perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. D., Putri, I. P., Ali, D. S. F., & Komunikasi Program Internet Sehat Dan Aman
- Darwita, I. K., & Redana, D. N. (2018). Peranan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam
- Fitria, F. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes.AdI Islamic Economic, 13–28.
- Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia, S. (2016). Strategi Komunikasi Program Internet Sehat Dan Aman Kementerian Komunikasi Dan Informatika
- Republik Indonesia (Studi Kasus Evaluasi Program Incakap Tahun 2015. Jurnal Komunikasi, 8(1), 25–35.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Permohonan KKM



PT. MEDIA INOVASI DATA INDONESIA

Internet Service Provider

Kantor Layanan :	Web :	www.midi.co.id
Jl. Panglima Sudirman No.56 RT/RW : 02/01	Email :	info@midi.co.id
Ds. Jombang Kec. Jombang Kab. Jombang	Contact :	089655617766
Jawa Timur,61415	Layanan Gangguan :	089638211115

Nomor : 002/SKT-SKT.pt.midi/VI.2024
Lampiran : -
Perihal : Konfirmasi Permohonan Kuliah Kerja Magang (KKM)

Kepada Yth :
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
PGRI Dewantara Jombang

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan Surat Nomor : 476.2/STIE.PGRI.DW.JB/KM/2024 Tanggal 11 Juni 2024
Perihal Permohonan Kuliah Kerja Magang (KKM) kepada mahasiswa :

Nama : Fajar Ihwanul Muslim
NIM : 2161126
Prodi : Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut di atas dapat kami terima untuk melaksanakan Kuliah Kerja Magang (KKM) di PT. Media Inovasi Data Indonesia terhitung mulai tanggal 01 Juli – 31 Agustus 2024. Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Direktur,



Anang Desetia

Lampiran 2 Form Kegiatan Harian Magang

FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : Fajar Ihwanul Muslim

NIM : 2161126

Program Studi : Manajemen Pemasaran 2021

Tempat KKM : PT. Media Inovasi Data Indonesia

Bagian/Bidang: Administrasi

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	01/07/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	
	02/07/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	
	03/07/2024	Perbaikan pelanggan gangguan	
	04/07/2024	Troubleshooting jaringan	
	05/07/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	
II	08/07/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	
	09/07/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	
	10/07/2024	Perbaikan pelanggan gangguan	
	11/07/2024	Troubleshooting jaringan	
	12/07/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	
III	15/07/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	
	16/07/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	
	17/07/2024	Perbaikan pelanggan gangguan	
	18/07/2024	Troubleshooting jaringan	
	19/07/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	

IV	22/07/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	<i>ABH</i>
	23/07/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	<i>ABH</i>
	24/07/2024	Perbaiki pelanggan gangguan	<i>ABH</i>
	25/07/2024	Troubleshooting jaringan	<i>ABH</i>
	26/07/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	<i>ABH</i>
V	29/07/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	<i>ABH</i>
	30/07/2024	Rekap pendapatan bulanan	<i>ABH</i>
	31/07/2024	Upload rekap bulanan	<i>ABH</i>
	01/08/2024	Follow up pelanggan	<i>ABH</i>
	02/08/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	<i>ABH</i>
VI	05/08/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	<i>ABH</i>
	06/08/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	<i>ABH</i>
	07/08/2024	Perbaiki pelanggan gangguan	<i>ABH</i>
	08/08/2024	Troubleshooting jaringan	<i>ABH</i>
	09/08/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	<i>ABH</i>
VII	12/08/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	<i>ABH</i>
	13/08/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	<i>ABH</i>
	14/08/2024	Perbaiki pelanggan gangguan	<i>ABH</i>
	15/08/2024	Troubleshooting jaringan	<i>ABH</i>
	16/08/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	<i>ABH</i>
	19/08/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	<i>ABH</i>
	20/08/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	<i>ABH</i>

VIII	21/08/2024	Perbaikan pelanggan gangguan	<i>[Signature]</i>
	22/08/2024	Troubleshooting jaringan	<i>[Signature]</i>
	23/08/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	<i>[Signature]</i>
IX	26/08/2024	Memasukkan data pelanggan pasang baru	<i>[Signature]</i>
	27/08/2024	Melakukan pemasangan pelanggan baru	<i>[Signature]</i>
	28/08/2024	Perbaikan pelanggan gangguan	<i>[Signature]</i>
	29/08/2024	Troubleshooting jaringan	<i>[Signature]</i>
	30/08/2024	Rekap pendapatan bulanan	<i>[Signature]</i>
	31/08/2024	Upload tagihan bulanan pelanggan	<i>[Signature]</i>

Jombang, 31 Agustus 2024

Pendamping lapangan



(Rohimin)

Lampiran 3 Form Penilaian Pendamping Lapangan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
 Email : info@stiedewantara.ac.id website : www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Fajar Ihsanul Muslim
 NIM : 2161126
 Program Studi : Manajemen Pemasaran 2021
 Tempat Magang : PT. Media Inovasi Data Indonesia
 Alamat Tempat Magang : Jln. Panglima Sudirman NO. 56, Jombang
 Bagian/Bidang : Administrasi

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	92
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	90
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	88
4.	Kreativitas dan ketrampilan	90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	87
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	92
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas kerja*	91
Jumlah		720
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		90

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

Jombang, 05-06-2024
 Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai
 Rohimin

** dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi

Lampiran 4 Form Penilaian Dosen Pembimbing



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (BAIK SEKALI)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
 Email : info@stiedewantara.ac.id website : www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Fajar Ikhwanul Muslim
 NIM : 2161126
 Program Studi : Manajemen Pemasaran 2021
 Tempat Magang : PT. Media Inovasi Data Indonesia
 Bagian/Bidang : Administrasi

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	92
2.	Motivasi	90
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	85
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	90
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	87
6.	Sistematika laporan	92
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	90
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	91
Jumlah		720
Nilai Rata-Rata (Jumlah : 8)		90

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

Jombang, ...6-10-2021

Dosen Pembimbing Lapangan,

(..... Nur Ali S. MSM.)

Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Magang



PT. MEDIA INOVASI DATA INDONESIA

Internet Service Provider

Jl. Panglima Sudirman No.56, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang,
Jawa Timur 61415, Indonesia
www.midi.co.id, Telp : 0896-5561-7766

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rohimin
Pekerjaan : Komisaris Utama
Alamat : Sumberwinong, Ds. Banjardowo, Kec. Jombang, Kab. Jombang

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Fajar Ihwanul Muslim
NIM : 2161126
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Magang (KKM) pada tanggal 01 Juli 2024 sampai dengan 31 Agustus 2024 di PT. MEDIA INOVASI DATA INDONESIA.

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jombang, 2024

Hormat Kami,

ROHIMIN
Komisaris Utama

DOKUMENTASI KEGIATAN

Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan Mahasiswa

