

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan sertifikasi kemampuan bahasa asing, seperti TOEFL dan TOAFL, terus meningkat setiap tahunnya, baik untuk syarat kelulusan mahasiswa, lamaran kerja BUMN/CPNS, maupun beasiswa. Melihat tingginya permintaan ini, Akademi Bahasa Asing (ABA) hadir mengambil peran spesifik sebagai penyelenggara tes kompetensi berbasis daring (*online*). Berbeda dengan English Versity yang berfokus pada kegiatan belajar mengajar (kursus), Penelitian oleh Fajri dan Amin (2025) menunjukkan bahwa permintaan terhadap platform latihan TOEFL berbasis daring semakin tinggi karena memberikan fleksibilitas waktu dan akses yang luas bagi peserta. Selain itu, Pane dkk. (2022) juga menegaskan bahwa lembaga penyelenggara tes online berstandar internasional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap layanan sertifikasi bahasa yang efisien.

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong berbagai lembaga pendidikan dan sertifikasi untuk bertransformasi ke arah layanan digital. Model layanan berbasis daring memungkinkan peserta untuk melakukan tes, memperoleh hasil, serta mengakses dokumen pendukung secara efisien tanpa harus hadir secara fisik. Misalnya, Lembaga Sertifikasi Profesi Universitas Indonesia (LSP UI) telah menerapkan sistem digitalisasi administrasi uji sertifikasi kompetensi berbasis web yang memungkinkan peserta mendaftar, mengikuti ujian, dan menerima hasil secara daring (Grataridarga et al., 2023).

Transformasi digital ini juga sejalan dengan tren meningkatnya penerimaan dan penggunaan sistem pembelajaran maupun pelatihan online di kalangan mahasiswa. Penelitian Yuniansyah et al. (2024) menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) berperan penting dalam meningkatkan niat pengguna untuk memanfaatkan layanan online course. Oleh karena itu, penerapan model layanan serupa dalam lembaga sertifikasi dapat meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan layanan bagi masyarakat.

Dalam skema operasional ini, tantangan utamanya bukan sekadar membuat soal, melainkan bagaimana menjaring peserta sebanyak-banyaknya dan mengonversi peserta tes gratis tersebut agar bersedia membeli sertifikat. Di sinilah letak pentingnya sinergi antara teknologi dan strategi administrasi pemasaran. Rekan satu tim magang penulis bertugas membangun infrastruktur teknis berupa *website landing page* untuk mewadahi akses tes tersebut secara

otomatis. Namun, sistem yang canggih tidak akan berjalan optimal tanpa adanya arus peserta (*traffic*) yang masuk dan manajemen *follow-up* yang baik.

Penulis memegang peranan dalam fungsi dukungan operasional dan pemasaran. Tugas penulis mencakup pembuatan desain visual promosi yang baik untuk ABA maupun membantu kebutuhan desain English Versity guna menarik minat peserta di media sosial. Selain itu, penulis bertanggung jawab secara administratif untuk mendistribusikan informasi tes (*share link*), melakukan rekapitulasi data peserta yang telah ujian, serta melakukan pendekatan persuasif (*follow-up*) melalui pesan siaran (*blast*) WhatsApp. Tujuannya adalah memberikan informasi kepada peserta mengenai urgensi dan manfaat memiliki sertifikat resmi, sehingga mereka terdorong untuk melakukan pembelian sertifikat sesuai kebutuhan.

Kombinasi antara penyediaan sistem *website* yang handal (dikerjakan oleh rekan tim) dan strategi *follow-up* peserta yang agresif namun informatif (dikerjakan oleh penulis) menjadi kunci keberhasilan operasional ABA saat ini. Berdasarkan aktivitas tersebut, penulis menyusun laporan magang dengan judul "Rancang Bangun Sistem Promosi dan Dukungan Layanan Pelanggan sebagai Kegiatan Operasional Divisi Pemasaran dan Administrasi di ABA TOEFL". Laporan ini akan membedah bagaimana proses administrasi yang proaktif dan desain promosi yang tepat sasaran dapat meningkatkan angka partisipasi tes dan penerbitan sertifikat di ABA.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang

Memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu perkuliahan dalam situasi operasional perusahaan yang sesungguhnya, serta mengasah kemampuan adaptasi di dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

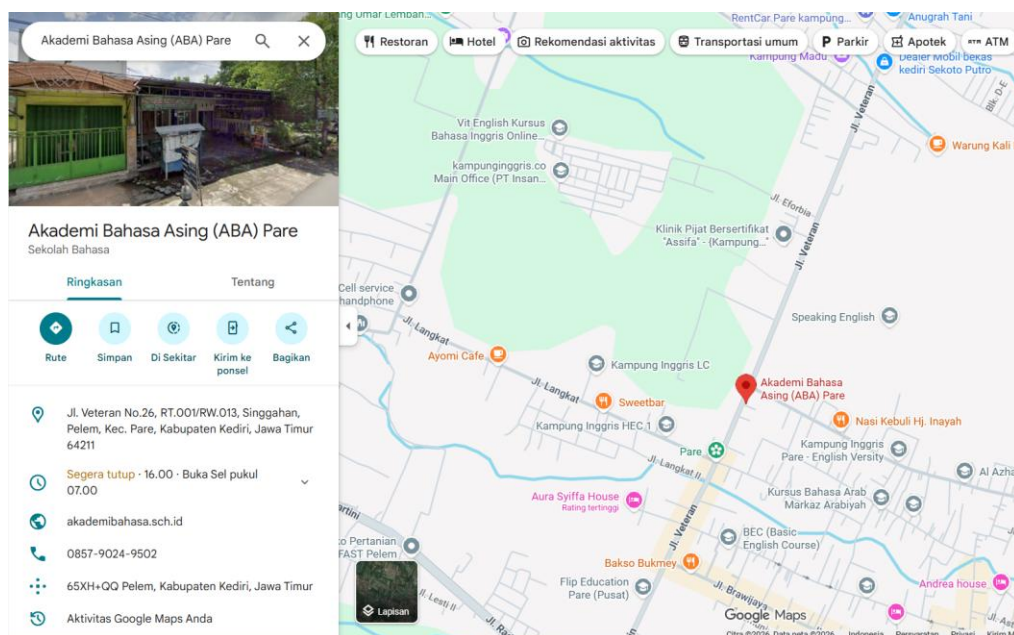
- a) Melatih tanggung jawab mahasiswa dalam mengelola administrasi data peserta dan layanan informasi (*customer service*) di ABA.
- b) Mengimplementasikan kemampuan desain grafis dalam pembuatan media promosi digital untuk mendukung strategi pemasaran.
- c) Memberikan pengalaman adaptasi terhadap budaya kerja profesional dan standar prosedur operasional di lingkungan Al-Azhar Pare, English Versity dan ABA.

1.2.3 Manfaat Magang

- Memperoleh wawasan praktis mengenai manajemen operasional dan standar pelayanan di lembaga pendidikan non-formal.
- Mahasiswa dapat mengembangkan keahlian teknis (*hard skill*) dalam desain visual serta kemampuan komunikasi persuasif (*marketing*) di dunia kerja.
- Melatih kemampuan berpikir kritis dan taktis dalam menyelesaikan kendala yang dihadapi selama pelayanan kepada peserta tes.

1.3 Lokasi dan Jadwal Magang

1.3.1 Lokasi Perusahaan



Gambar 1. 1 Lokasi Perusahaan

Kegiatan magang ini dilaksanakan di Akademi Bahasa Asing (ABA), yang beralamat lengkap di Jl. Veteran No. 26, RT. 001/RW. 013, Singgahan, Desa Pelem, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur, Kode Pos 64211.

1.3.2 Jadwal Magang

Adapun jadwal harian mengikuti jam kerja operasional di ABA, dengan rincian sebagai berikut:

| Hari | Jam Masuk | Jam Istirahat | Jam Pulang |
|-------------|------------------|----------------------|-------------------|
| Senin | 07.00 WIB | 12.00 – 13.00 | 16.00 WIB |
| Selasa | 07.00 WIB | 12.00 – 13.00 | 16.00 WIB |
| Rabu | 07.00 WIB | 12.00 – 13.00 | 16.00 WIB |
| Kamis | 07.00 WIB | 12.00 – 13.00 | 16.00 WIB |
| Jumat | 07.00 WIB | 12.00 – 13.00 | 16.00 WIB |

Tabel 1. 1 Jadwal Magang

1.4 Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan penulis dalam melaksanakan kegiatan magang ini meliputi:

1. Metode Observasi yaitu Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap alur kerja yang sedang berjalan di ABA, meliputi cara pelayanan admin kepada peserta, gaya desain promosi sebelumnya, serta jadwal pembagian tautan (*link*) tes.
2. Metode Wawancara dan Diskusi yaitu Penulis melakukan tanya jawab dan konsultasi rutin dengan pembimbing lapangan terkait standar desain visual yang diinginkan lembaga, serta strategi komunikasi yang tepat untuk merespons peserta tes.
3. Metode Studi Pustaka yaitu Penulis mencari referensi pendukung, baik berupa teori dasar komunikasi pemasaran maupun inspirasi tren desain grafis terkini melalui internet, untuk diterapkan dalam pembuatan konten media sosial.

Metode Praktik Langsung yaitu Penulis terjun langsung mengerjakan tugas operasional, mulai dari perancangan desain (*flyer/story*), distribusi informasi tes (*blasting*), hingga rekapitulasi data peserta dan penawaran sertifikat.