

## Peran Mahasiswa MSIB Batch 5 Divisi Marketing Communication Education Content terhadap Database Marketing

**Kalyana Risma Ananta**

Management Study Program at Slamet Riyadi University, Jl. Sumpah Pemuda No.18,  
Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia  
Kalyanarisma@gmail.com

Received: January 8, 2024; Revised: January 28, 2024; Accepted: August 16, 2024

### **Abstract**

*This report details the execution of MSIB activities undertaken by the author as the final Internship Report at PT Maleo Edukasi Teknologi for approximately 5 months, from August 14th to December 31st, 2023. The internship program at PT Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id) accommodated a total of 100 participants. Educourse.id functions as a subsidiary of PT Maleo Edukasi Teknologi, established on June 1st, 2020, with a vision to become the foremost STEAM-based educational learning platform preparing future skills aligned with Indonesia's Industry 4.0. Focused on STEM education, Educourse.id's report encompasses the implementation of the marketing communication education content division at Educourse.id, outlining the processes, obstacles encountered, and successes achieved in marketing Educourse.id's products.*

**Keywords:** Marketing, Education, Communication

### **Abstrak**

Laporan ini menjelaskan mengenai pelaksanaan kegiatan MSIB yang dilakukan oleh penulis sebagai Laporan akhir Magang di PT Maleo Edukasi Teknologi selama kurang lebih 5 bulan dari tanggal 14 Agustus – 31 Desember 2023. Kegiatan magang pada PT Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id) menerima sebanyak 100 peserta. Educourse.id merupakan anak perusahaan dari PT Maleo Edukasi Teknologi yang didirikan pada tanggal 1 Juni 2020 dengan visi menjadi platform pendidikan pembelajaran berbasis STEAM terbaik untuk mempersiapkan keterampilan masa depan terkait Industri 4.0 di Indonesia. Educourse.id adalah sebuah platform pendidikan yang fokus pada bidang STEM, laporan ini mencakup implementasi dari divisi marketing communication education content di Educourse.id serta proses, hambatan dan juga keberhasilan dalam memasarkan produk Educourse.id.

**Kata Kunci:** Marketing, Edukasi, Komunikasi

## PENDAHULUAN

Program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) merupakan program persiapan karier yang komperhensif dan memberikan kesempatan bagi Mahasiswa untuk belajar di luar program studi dengan jaminan konversi SKS yang diakui perguruan tinggi. Kegiatan ini berlangsung selama 16-24 minggu melalui studi independent ataupun magang dengan mitra yang bekerja sama dengan Kemendikbudristek. Saat ini, MSIB telah memasuki generasi yang ke 5 dengan para mahasiswa memulai program pada tanggal 14 Agustus 2023. Tujuan dari program ini adalah agar mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mereka sesuai dengan minatnya, serta mengembangkan wawasan mereka dalam dunia nyata setelah menyelesaikan program ini.

Pada Generasi ke 5 ini, MSIB menjalin Kerjasama dengan lebih dari 160 mitra untuk menyelenggarakan program magang dan studi independent bersertifikat bagi mahasiswa. Salah satu mitra yang berkolaborasi dengan MSIB adalah PT.Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id), yang didirikan pada tahun 2020. Educourse.id memiliki visi untuk menjadi platform Pendidikan terbaik dalam menyediakan pembelajaran berbasis STEM (Science, Technology, Engeneering, Art, and Mathematics) serta bahasa asing, dengan tujuan mempersiapkan ketrampilan masa depan yang sesuai dengan kebutuhan industry 4.0 di Indonesia.

Sementara itu, misi dari Educourse.id antara lain:

1. Untuk memberikan pengalaman belajar baru dengan teknologi canggih.
2. Untuk menyediakan siswa dengan materi pembelajaran berkualitas tinggi dengan standar sertifikasi global.
3. Mendukung kolaborasi ekosistem Pendidikan di Indonesia untuk berkembang di kancah global.
4. Menyediakan pembelajarn yang terjangkau untuk pemerataan Pendidikan.

Educourse.id menawarkan beragam produk, termasuk Coding Kids STEAM, Coding Teens STEAM, Robotic STEAM, serta pelajaran bahasa seperti English STEAM, Bahasa Korea, Bahasa Jepang, dan Bahasa Arab. Melalui Gerakan Sejuta Siswa Digital (GESSIT), Educourse.id telah bermitra dengan lebih dari 110 sekolah, menyelenggarakan kelas coding untuk siswa, dan berhasil meraih respons positif sebanyak 95%.

Secara keseluruhan, Educourse.id adalah sebuah perusahaan EduTech yang fokus pada penyediaan kursus-kursus coding dan pelajaran tambahan seperti Bahasa asing. Dalam konteks ini, Educourse.id beroperasi di sektor pendidikan, dengan divisi marketing communication education content bertanggung jawab memasarkan berbagai kursus pendidikan. Job description yang tercantum di laman Merdeka menggambarkan hal sebagai berikut:

1. Offline Marketing to School
2. Post Event and Media Partner
3. Marketing Communication Plan
4. Creating LinkedIn, Social Media about education content, Event Organizer
5. Event Organizer GESSIT with Local Government

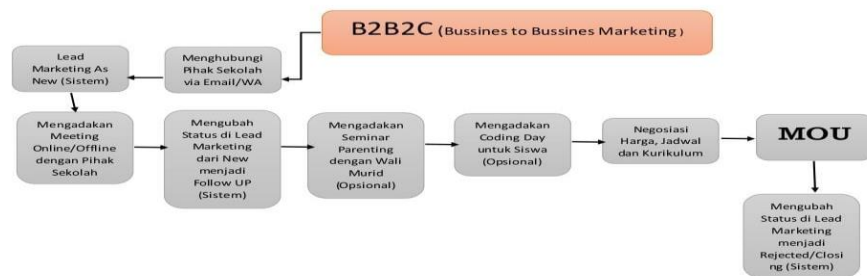
Sementara tjuan yang ingin dicapai melalui program MSIB di PT. Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id) adalah:

1. Mengembangkan ketrampilan di ranah media social, termasuk strategi konten, content plan, copywriter, dan aspek lainnya.
2. Berpartisipasi dalam persiapan acara yang bertujuan untuk
3. Memiliki pengalaman langsung bekerja sebagai bagian dari divisi communication education content dalam sebuah perusahaan.
4. meningkatkan pemasaran produk.
5. Melatih kemampuan dalam merancang serta menjalankan strategi pemasaran, baik secara digital maupun langsung kepada konsumen atau klien.

## METODE

Dalam pelaksanaannya, divisi Marketing Communication Education Content melakukan berbagai strategi dalam memasarkan program baik dari online marketing maupun offline marketing. Pada saat offline marketing, beberapa kali di damping oleh mentor lapangan Educourse.id cabang Surakarta yaitu Mr.Friandika. Offline marketing yang dilakukan adalah visit ke berbagai sekolah di karisidenan Surakarta, hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan kontak kepala sekolah/curriculum untuk follow up kembali atau meeting langsung dengan kurikulum/kepala sekolah terkait dengan penawaran program dari Educourse.id yang bertujuan untuk dimasukkan ke dalam Lead Marketing Educourse.id. Selain itu, mahasiswa MSIB juga menawarkan program dari Educourse.id dengan blasting chat via Whatss App.

Obyek dalam pemasaran dari program ini adalah siswa SD, SMP, SMA dan pihak sekolah yang nantinya akan menyetujui program GESSIT masuk ke dalam Ekstrakurikuler maupun Intrakurikuler.



Gambar 1 Alur B2B2C

## HASIL

Mahasiswa magang dari program MSIB Batch 5 Tahun 2023 di PT.Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id), telah melakukan beberapa strategi marketing sesuai dengan alur B2B2C baik dengan strategi online marketing, offline marketing, ataupun event organizer. Dengan adanya mahasiswa magang ini, Educourse.id cabang Surakarta menjadi lebih ringan dalam menjalankan strategi marketing sesuai dengan target.

Dalam alur B2B2C ini, mahasiswa magang memulainya dengan menghubungi pihak sekolah melalui Whatss App untuk membuat appointment ataupun mengirimkan proposal program GESSIT(Gerakan Sejuta Siswa Digital). Mereka juga melakukan offline

marketing dengan cara visit ke tiap sekolah yang ada di karisidenan Surakarta yang ditargetkan dalam seminggu 2 tim marketing harus berhasil visit sebanyak 30 sekolah dan berhasil menjadwalkan Coding Day. Mahasiswa magang juga ikut serta dalam event organizer yang dibuat oleh Educourse.id, dimana event ini bertujuan untuk mengenalkan program kepada masyarakat.

Untuk mengukur dampak kontribusi mahasiswa yang sedang magang terhadap peningkatan database Educourse.id di cabang Surakarta, dapat diamati dari pertumbuhan jumlah sekolah yang terdaftar dalam database Educourse.id cabang Surakarta. Informasi yang tercatat menunjukkan bahwa kehadiran mahasiswa magang berpengaruh pada peningkatan jumlah visit sekolah yang tercatat dalam database Educourse.id cabang Surakarta. Sebelumnya, jumlah visit biasanya sekitar 15 sekolah dalam seminggu, namun dengan kehadiran mahasiswa magang, jumlah visit meningkat menjadi 30 sekolah dalam periode yang sama. Penambahan ini menunjukkan peningkatan sebesar 50% dari target visit sebelumnya, hal ini membuktikan bahwa kehadiran mahasiswa magang berperan dalam peningkatan tersebut.

Selain dari peningkatan jumlah visit, dampak dari partisipasi mahasiswa magang dalam meningkatkan database Educourse.id di cabang Surakarta dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah Coding Day dan Closing (MOU) yang tercatat dalam database Educourse.id cabang tersebut. Data yang terkumpul menunjukkan bahwa mahasiswa magang berhasil melaksanakan Coding Day di 22 sekolah dan mencapai Closing (MOU) sebanyak 7 sekolah dalam periode 4 bulan. Perkembangan ini juga menjadi bukti nyata bahwa kehadiran mahasiswa magang memiliki peran penting dalam meningkatkan database Educourse.id Cabang Surakarta.

### **Diskusi**

Dari hasil peningkatan database yang dilakukan oleh mahasiswa MSIB Batch 5 PT.Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id) Cabang Surakarta, hal tersebut tentunya menjadi poin plus bagi perusahaan dalam menambah peningkatan profit yang akan didapatkan kedepannya. Di samping itu juga dapat mewujudkan visi dari Educourse.id yaitu untuk menjadi platform Pendidikan terbaik dalam menyediakan pembelajaran berbasis STEM (Science, Technology, Engeneering, Art, and Mathematics) serta bahasa asing, dengan tujuan mempersiapkan ketrampilan masa depan yang sesuai dengan kebutuhan industry 4.0 di Indonesia.

Walaupun beberapa sekolah yang menjadi target menolak berkolaborasi dengan Educourse.id, dan beberapa sudah menjalin kerjasama dengan vendor lain, hal tersebut tidak menjadi penghalang. Sebaliknya, itu menjadi tantangan bagi Educourse.id untuk terus berinovasi dan meningkatkan program-programnya. Situasi ini juga memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk memahami strategi pemasaran dalam konteks persaingan dengan vendor lain, serta mencari solusi untuk mengembangkan produk agar memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaingnya.

### **KESIMPULAN**

Dalam strategi pemasaran dan event yang dilakukan oleh mahasiswa magang MSIB Batch 5 agar sesuai dengan target vendor dan closing produk Educourse.id, terdapat beberapa poin penting yang dapat diambil sebagai kesimpulan. Para mahasiswa magang

telah berhasil memasarkan program Educourse.id. Beberapa kesimpulan utama dari kegiatan yang diikuti oleh mahasiswa magang tersebut antara lain :

1. Mahasiswa magang MSIB batch 5 mampu memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran perusahaan secara langsung dengan baik, dan juga dapat mempelajari berbagai tantangan yang muncul dalam proses pemasaran..
2. Kehadiran mahasiswa magang dari MSIB Batch 5 membawa manfaat besar bagi perusahaan dengan potensi peningkatan target Visit, Coding Day, dan Closing. Ini menjadi faktor penting dalam kemajuan perusahaan untuk berkembang lebih baik.
3. Keberhasilan pemasaran yang dilakukan oleh mahasiswa magang MSIB Batch 5 ini juga menjadi bukti terwujudnya visi perusahaan, yaitu menjadi platform pendidikan pembelajaran berbasis STEAM terbaik untuk mempersiapkan keterampilan masa depan terkait Industri 4.0 di Indonesia.

Kegiatan magang ini memberikan keuntungan konkret bagi kedua belah pihak, baik mahasiswa magang maupun perusahaan. Melalui magang ini, mahasiswa dapat memahami strategi pemasaran secara langsung dan menerapkannya, sementara bagi perusahaan, hal ini dapat meningkatkan profitabilitas, mewujudkan visi perusahaan, serta mendorong perkembangan bisnis.

#### **REFERENCES:**

- Boby, Y.A., Tri, K.P., 2023. Peran Pendamping Untuk Memperluas Akses Pasar Nasabah BTPN Syariah Yang Beroperasi Sebagai Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 197-201.
- Mohammad, R.R.W., Sonja, A., 2023. Peran Mahasiswa MSIB Batch 4 Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Basuki Rahmat Terhadap Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Di Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 56-65.
- Mustari, Andi Muhammad Ikhsan. 2021. "Pengaruh Pengalaman Magang Dan Minat Kerja Terhadap Kesiapan Kerja (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 9 (2): 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7270>.
- Sheren, O.C., Arton, B.P., Stella., Wibisono,S., 2023. Peran Research Marketing Terhadap Database Perusahaan Di PT. Petik Emas Consulting. *Jurnal Aset*, 2(1), 41-46.

*Halaman ini sengaja dikosongkan*