

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Komunikasi adalah pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan maksud dan tujuan tertentu. Komunikasi juga merupakan proses penyampaian pesan oleh seorang pengirim pesan, yang disebut sebagai “Komunikator” kepada penerima pesan atau biasa disebut “komunikan”. Proses komunikasi sangat dibutuhkan di dalam suatu perusahaan terutama dalam pemasaran, yang merupakan kegiatan mengomunikasikan bisnis yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat. Salah satu alasan mengapa suatu perusahaan membutuhkan komunikasi adalah untuk menjaga hubungan dan memasarkan produk/jasa dari perusahaan kepada publik atau konsumen. Hal ini yang kemudian disebut sebagai komunikasi pemasaran.

Menurut Kotler & Keller (2009), Komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun secara tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual oleh perusahaan itu sendiri. Telemarketing merupakan salah satu cara dalam komunikasi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan dan menginformasikan produk atau layanan kepada konsumen melalui jaringan telepon. Melalui telemarketing terdapat interaktivitas, atau komunikasi satu demi satu antara pemasar dan prospek atau konsumen.

Oleh karena itu melalui telemarketing perusahaan bisa langsung mendapatkan prospek dan respons dari pelanggan; sehingga menghasilkan target yang lebih efektif dan efisien. Salah satu perusahaan yang kemudian menggunakan telemarketing sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran mereka adalah Redho Tours & Travel, yaitu salah satu agensi yang bergerak di bidang perjalanan umroh.

Redho Tours & Travel adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan umroh yang melayani program perjalanan umroh dari awal hingga akhir, dengan memberikan penawaran 'berangkat dulu baru bayar' Maksudnya travel ini memberikan kemudahan untuk konsumen yang ingin berangkat umrah dengan mencicil biayanya melalui bank yang sudah bekerja sama dengan perusahaan travel. Biayanya bisa di ansur satu tahun sampai dua tahun dengan membayarkan ujuh atau biaya awal kepada bank sebelum keberangkatan di lakukan. Perusahaan ini di berikan ijin oleh Kemenag RI: No. 310 tahun 2016, didirikannya pada bulan Desember tahun 2017.

Tiap perusahaan memiliki satu bagian yang berperan untuk memasarkan layanan perusahaan mereka. Bagian ini lazim disebut dengan komunikasi pemasaran. Pada Redho Tours & Travel, bagian komunikasi pemasaran bertugas untuk mempromosikan program Umrah dan mengkomunikasikannya secara langsung agar calon konsumen tertarik untuk melaksanakan ibadah Umrah melalui Redho Tours & Travel. Bagian komunikasi pemasaran bertugas mempromosikan serta menginformasikan layanan Umrah Redho Tours & Travel melalui kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain, dan melalui tenaga telemarketing.

Tenaga telemarketing atau *telemarketing officer* pada Redho Tours & Travel merupakan karyawan yang bertugas sebagai tenaga pemasaran langsung yang berbasis telepon menggunakan *inbound* dan *outbound*. *Inbound* telemarketing (telemarketing ke dalam) di kenal sebagai pelayan jarak jauh dan biasanya melibatkan penanganan pesanan dan merespons permintaan informasi produk. *Outbound* telemarketing (telemarketing keluar) digunakan sebagai penjualan satu langkah (*one-step selling*), dengan cara tindak lanjut dan penjualan, memperbesar penjualan dan membuat pelanggan atau konsumen menjadi aktif, misalnya dengan membuat janji kepada konsumen untuk menjelaskan keunggulan produk atau program yang akan di pasarkan.

## **1.2. Topik Laporan**

Pada REDHO TOURS & TRAVEL ini peranan telemarketing *officer* sangatlah penting karena mereka merupakan ujung tombak dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu penulis ingin mempelajari lebih jauh mengenai peranan telemarketing *officer* di REDHO TOURS & TRAVEL. Sehingga topik laporan Kuliah Kerja Praktek ini adalah “Peranan Telemarketing *Officer* di REDHO TOURS & TRAVEL”.

## **1.3. Tujuan Kuliah Kerja Praktek**

Adapun tujuan dilakukannya program kuliah kerja praktek lapangan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengaplikasikan ilmu yang telah di peroleh dalam proses perkuliahan ke dalam praktek nyata pada dunia kerja.
2. Untuk mengetahui peran, proses dan alur kerja di bidang komunikasi pemasaran terutama yang dilakukan oleh telemarketing *officer*
3. Untuk mendapatkan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman kerja di dunia industry

#### **1.4. Manfaat Praktik Kerja Lapangan**

Manfaat dari pelaksanaan praktik kerja lapangan ini bagi penulis adalah sebagai berikut :

##### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari pelaksanaan program Kuliah Kerja Praktek lapangan ini adalah :

1. Dapat memperoleh pengetahuan baru mengenai peranan telemarketing *officer* dalam kegiatan komunikasi pemasaran perusahaan.
2. Dapat mengaplikasikan ilmu yang telah di pelajari selama masa perkuliahan pada unit kerja komunikasi pemasaran, terutama pada peran telemarketing *officer*
3. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Kuliah Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Manfaat Praktis dari pelaksanaan Kuliah Kerja Praktik ini adalah :

1. Mendapatkan pengalaman kerja yang bermanfaat sebagai seorang telemarketing *officer* dan menjadi fondasi bagi penulis ketika akan memasuki dunia kerja.
2. Menambah keterampilan dan pengetahuan penulis mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan dalam departemen komunikasi pemasaran –pada PT. REDHO TOURS & TRAVEL.
3. Memberikan kontribusi berupa saran terhadap peran telemarketing *officer* di PT REDHO TOURS & TRAVEL.

## **1.5. Sistematika Penulisan**

Laporan Kuliah Kerja Praktek ini di bagi menjadi lima bab dengan sistematika penulisan laporan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan secara umum atau secara luas latar belakang masalah topik laporan, tujuan kuliah kerja praktik, manfaat yang di dapat dari kuliah kerja praktek, dan sistematika penulisan laporannya.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori dan pengertian yang terkait dengan topik laporan kuliah kerja praktek.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DI TEMPAT KKP**

Bab ini berisi tentang sejarah perusahaan, gambaran dan ruang lingkup pekerjaan perusahaan, gambaran unit kerja tempat KKP, struktur organisasi perusahaan, dan pelaksanaan kegiatan KKP sesuai perusahaan.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa selama menjalankan kuliah kerja praktik (KKP) dan pembahasan perbandingan pelaksanaan kegiatan KKP antara teori dan praktek.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang di berikan penulis dari hasil laporan kuliah kerja praktek.