

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA PRODUK
PENYEDIA JASA PELATIHAN (*TRAINING PROVIDER*)
DI PT BRILIAN INDAH GEMILANG (BRIDGE)**

SKRIPSI



**MARWA MOELDYA ANANDA PUTRI
1171001067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PADA PRODUK
PENYEDIA JASA PELATIHAN (*TRAINING PROVIDER*)
DI PT BRILIAN INDAH GEMILANG (BRIDGE)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



**MARWA MOELDYA ANANDA PUTRI
1171001067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Marwa Moeldya Ananda Putri

NIM : 1171001067

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marwa Moeldya Ananda Putri', written over a horizontal line.

Tanggal : 01 Maret 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : Marwa Moeldya Ananda Putri


NIM : 1171001067


Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi Pada Produk Penyedia Jasa
Pelatihan (*Training Provider*) di PT BRILian Indah Gemilang
(PT BRIDGE)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. ()

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc, MBA, Ph.D. ()

Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 01 Maret 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Pada Produk Penyedia Jasa Pelatihan (*Training Provider*) Di PT Brilian Indah Gemilang (BRIDGE)”**.

Dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga penulis yang senantiasa memberi dukungan serta doa kepada penulis.
2. Ibu Dominica Arni Widyastuti,S.E, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam melakukan penelitian ini.
3. Bapak Muchsin Saggaf Shihab M.Sc, MBA, Ph.D. selaku dosen pembahas pada seminar proposal dan penguji pada sidang skripsi saya yang sudah memberikan saran dan masukan pada penulisan penelitian ini.
4. Ibu Holila Hatta S.Pd., M.M. selaku penguji pada sidang skripsi saya yang sudah memberikan saran dan masukan pada penulisan penelitian.
5. PT Brilian Indah Gemilang (PT BRIDGE) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. *Special thanks to* Mahlizar Hidayah sebagai *support system* penulis yang sudah memberikan banyak sekali dukungan secara emosional dan selalu memberikan motivasi kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.
7. Serta rekan-rekan pekerja PT BRIDGE yang telah memberi masukan dan dukungan kepada penulis selama proses penulisan tugas akhir ini.
8. Teman-teman seperbimbingan tugas akhir (Hanifah Hauroo, Videla Juwanda, Regita Tiara, Michele, dan Salsa).
9. Teman-teman kampus yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang sudah memberikan dukungan dan apresiasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Jakarta, 10 Februari 2021

Marwa Moeldya

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marwa Moeldya Ananda Putri
NIM : 1171001067
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah yang berjudul:

Analisis Strategi Promosi Pada Produk Penyedia Jasa Pelatihan (Training Provider) Di PT BRllian Indah Gemilah (PT BRIDGE)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebelumnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 01 Maret 2021

Yang menyatakan,



Marwa Moeldya Ananda Putri

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI
PADA PRODUK PENYEDIA JASA PELATIHAN (*TRAINING
PROVIDER*) DI PT BRILIAN INDAH GEMILANG (*BRIDGE*)**

Marwa Moeldya Ananda Putri¹

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu jumlah perusahaan/*vendor*/lembaga penyedia jasa pelatihan di Indonesia semakin banyak bermunculan. Maka dari itu perusahaan harus memiliki perencanaan strategi yang tepat agar mampu bertahan pada persaingan bisnis. Salah satu komponen bauran pemasaran yang memiliki peranan penting dalam merencanakan pemasaran yang strategis yaitu promosi. PT BRILian Indah Gemilang (PT BRIDGE) merupakan perusahaan jasa yang menyediakan layanan jasa pelatihan. PT BRIDGE telah melakukan berbagai kegiatan promosi dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan produk mereka, yaitu dengan *Personal Selling, Direct Marketing, Public Relation, Sales Promotion* dan pemanfaat media sosial serta website sebagai media promosi. Maka dari itu tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang tepat dan efektif dilakukan oleh PT BRIDGE dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk *Training Provider*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dengan melakukan observasi langsung dan wawancara. Data sekunder diperoleh dari data-data perusahaan, buku, jurnal, dan penelitian lainnya yang sudah terpercaya. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deksriptif kualitatif yang mengacu pada konsep *Marketing Communication Mix (Public Relation, Direct Marketing, Personal Selling, Sales Promotion)* serta menggunakan analisis SWOT yaitu dengan mengamati faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi perusahaan PT BRIDGE kemudian dibuat Matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh PT BRIDGE dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk terutama pada produk *Training Provider*.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi, *Training Provider*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, Jakarta

**PROMOTION STRATEGY ANALYSIS OF TRAINING PROVIDER
PRODUCTS IN PT BRILIAN INDAH GEMILANG (BRIDGE)**

Marwa Moeldya Ananda Putri²

ABSTRACT

Over time, a growing number of companies / vendors / training service providers in Indonesia have emerged. Therefore the company must have the right strategic planning in order to be able to survive in business competition. One component of the marketing mix that has an important role in strategic marketing planning is promotion. PT BRILIAN Indah Gemilang (PT BRIDGE) is a service company that provides training services. PT BRIDGE has carried out various promotional activities in an effort to increase the sales volume of their products, namely by Personal Selling, Direct Marketing, Public Relations, Sales Promotion and utilizing social media and websites as promotional media. Therefore, the aim of this research is to find out how the proper and effective promotion strategy is carried out by PT BRIDGE in an effort to increase the sales volume of its Training Provider products.

In this study the authors used qualitative research methods. The data used are primary data and secondary data. Primary data obtained by direct observation and interviews. Secondary data is obtained from trusted company data, books, journals, and other research. The data analysis used in this study is a qualitative descriptive analysis that refers to the concept of Marketing Communication Mix (Public Relations, Direct Marketing, Personal Selling, Sales Promotion) and uses SWOT analysis, namely by observing the factors that are strengths, weaknesses, opportunities, and the threat to the company PT BRIDGE then created a SWOT Matrix to determine alternative strategies that could be undertaken by PT BRIDGE in an effort to increase product sales volume, especially for Training Provider products..

Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Training Provider

² Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS.....	8
2.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	8
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.3 Konsep Promosi.....	14
2.4 Analisis SWOT.....	16
2.5 Bauran Promosi (<i>Promotion/Marketing Communication Mix</i>).....	18
2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Penelitian Terdahulu	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi Penelitian	25
3.2 Pendekatan Dan Jenis Penelitian	25

3.3	Tahap-Tahap Penelitian	26
3.4	Jenis Dan Sumber Data	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6	Uji Keabsahan Data	28
3.7	Teknik Analisis Data	29
BAB 4	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	31
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan	31
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	32
4.1.3	Produk Layanan PT BRilian Indah Gemilang (PT. BRIdge)	33
4.1.4	Stuktur Organisasi	35
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	38
4.2.1	Segmenting, Targetting, and Positioning (STP) PT BRIDGE	38
4.2.2	SWOT Analysis	40
4.2.3	Alternatif Solusi Bisnis	60
4.2.4	Marketing Communication Mix (Bauran Promosi)	64
4.2.5	Pemilihan Strategi Terbaik Bagi Perusahaan	89
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	94
	DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan Kegiatan Bisnis PT BRIDGE Tahun 2019 3

Gambar 2.1 Matriks SWOT 17

Gambar 2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran (Promosi) Jasa 19

Gambar 2.3 Contoh *Direct Marketing* Produk *Training Provider* Melalui *Email* 21

Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran 23

Gambar 4.1 Logo PT BRilian Indah Gemilang (BRIDGE)..... 32

Gambar 4.4.2 Stuktur Organisasi PT BRIDGE 35

Gambar 4.3 Hasil Evaluasi Pengajar pada Kegiatan Training Provider PT BRIDGE Sumber: PT BRIDGE 44

Gambar 4.4 Data Tren Internet dan Media sosial 2020 di Indonesia 90

Gambar 4.5 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia 91

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Kekuatan Perusahaan 45

Table 4.2 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Kelemahan Perusahaan 50

Table 4.3 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Peluang Perusahaan..... 55

Table 4.4 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Ancaman Perusahaan 59

Table 4.5 Matriks SWOT 61

Table 4.6 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator. 68

Table 4.7 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Promosi *Direct Marketing* Perusahaan 72

Table 4.8 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Promosi Personal Selling Perusahaan 76

Table 4.9 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Promosi *Sales Promotion* Perusahaan..... 80

Table 4.10 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Promosi *Instructional Material* Perusahaan 83

Table 4.11 Tabel Tabulasi Hasil Wawancara Dengan Informan dan Triangulator terkait Promosi *Corporate Design* Perusahaan 88