

**ANALISA STRATEGI PEMASARAN PELATIHAN SLII® PADA
PT MOMENTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen




STEPHANIE GINTING

1171901002

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Stephanie Ginting
NIM : 1171901002
Tanda Tangan : 
Tanggal : 14 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Stephanie Ginting
NIM : 1171901002
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisa Strategi Pemasaran Pelatihan SLII® Pada PT Momenta

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. ()
Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd., M.M. ()
Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 14 Februari 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Analisa Strategi Pemasaran Pelatihan SLII® pada PT Momentar ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) M. Taufiq Amir, Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Holila Hatta, S.Pd., M.M. selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini.
- 3) Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk membantu penulis, serta memberi arahan dan masukan kepada penulis dalam penulisan tugas akhir ini.
- 4) **PT MOMENTA** yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 5) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 6) Sahabat yang telah banyak membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 5 Februari 2022

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Stephanie Ginting
NIM : 1171901002
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisa Strategi Pemasaran Pelatihan SLII® Pada PT Momenta

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Februari 2022

Yang Menyatakan



Stephanie Ginting

ANALISA STRATEGI PEMASARAN PELATIHAN SLII® PADA PT MOMENTA

Stephanie Ginting

ABSTRAK

Sebuah usaha memerlukan adanya strategi pemasaran untuk dapat mengembangkan bisnisnya sehingga dapat memperoleh pelanggan yang ditargetkan. Setiap perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat, terutama dalam keadaan pandemi seperti sekarang ini. Kepemimpinan merupakan bagian terpenting dalam mengembangkan perusahaan. Sebagaimana yang diketahui, persaingan bisnis saat ini sudah semakin berkembang secara cepat. Setiap pemimpin perusahaan saat ini telah membentuk strategi pemasaran yang sesuai untuk dapat membantu perusahaannya agar bertahan dalam persaingan yang ketat. Objek penelitian dalam studi ini adalah PT Momenta yang merupakan sebuah perusahaan dimana bergerak pada bidang peningkatan kinerja karyawan. PT Momenta memiliki beberapa tahapan yaitu *training* (pelatihan), *coaching* (pendampingan) dan *assessment* (asesmen). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus dan analisa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Momenta dengan menyesuaikan produk terhadap kondisi pandemi dapat meningkatkan penjualan program SLII®. Selain itu, diketahui bahwa SLII® dapat memberikan efektivitas terhadap pelatihan karyawan dengan online dimana hal tersebut akan mempengaruhi tingkat penjualan. Saran yang dapat diberikan adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran secara lebih baik, terutama dalam faktor kekuatan untuk perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan juga perlu melakukan evaluasi akan peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Strategi Pemasaran, Pelatihan Karyawan

ANALISA STRATEGI PEMASARAN PELATIHAN SLII® PADA PT MOMENTA

Stephanie Ginting

ABSTRACT

To grow its business and attract targeted clients, a company must design a marketing plan. Every business, especially in the present epidemic environment, need an effective marketing plan. The most crucial aspect of the company's development is leadership. As is well known, today's business environment is becoming increasingly competitive. Every business owner today has devised a marketing plan to aid his company's survival in the face of tough competition. In this study, the research object is PT Momenta, a corporation that focuses on enhancing employee performance. Training, coaching, and assessment are the three steps of PT Momenta. This study took a qualitative approach, including case study and analytic techniques. The findings revealed that PT Momenta's marketing approach of adapting the product to pandemic circumstances might boost sales of the SLII® program. Furthermore, SLII® has been shown to be beneficial for online staff training, which has a direct impact on sales volume. Better marketing tactics, especially in terms of the company's strength, are suggestions that can be given in this study. Basically, the organization must assess the possibilities and dangers that it will confront.

Keywords: Leadership, Marketing Strategy, Employee Training

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pelatihan.....	6
2.1.1 Pengertian Pelatihan.....	6
2.1.2 Tujuan Pelatihan	7
2.1.3 Manfaat Pelatihan.....	7
2.2 Pengertian Kepemimpinan.....	10
2.3 Pengertian Strategi.....	10
2.4 Pemasaran Jasa.....	11
2.4.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.4.2 Pengertian Pemasaran Jasa	14
2.5 Strategi Pemasaran	16
2.6 Konsep Pemasaran Pelatihan.....	21
2.7 Analisis SWOT.....	23
2.7.1 Tujuan SWOT.....	24

2.7.2 Manfaat SWOT.....	24
2.7.3 Indikator SWOT.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	28
3.2 Objek Penelitian.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Pengujian Validitas dan Realibilitas Instrumen	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Analisis Data.....	35
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan.....	35
4.1.2 Gambaran Umum Pelatihan SLII®	43
4.1.3 Deskripsi Informan Penelitian.....	
4.1.4 Strategi Pemasaran Program SLII® di PT Momenta.....	46
4.2 Pembahasan	62
4.2.1 Strategi Pemasaran Penjualan Program SLII® di PT Momenta.....	62
4.2.2 Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran SLII®	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Momenta.....	35
Gambar 4.2 Katalog Program Training PT Momenta	39
Gambar 4.3 Konsep SLII®	42
Gambar 4.4 Sesi Bermain Peran dalam Training SLII®	43
Gambar 4.5 <i>Grand Launching</i> Program SLII® di Indonesia.....	46
Gambar 4.6 Publikasi <i>Launching</i> Program SLII® di Indonesia.....	46
Gambar 4.7 Beberapa Konten di LinkedIn PT Momenta	47
Gambar 4.8 Surat Elektronik Penundaan Training dari Klien PT Momenta.....	49
Gambar 4.9 Penawaran SLII® Online	58
Gambar 4.10 SLII® Online.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penjualan dan Total Kelas Terjual Program SLII®	3
Tabel 4.1 Kegiatan Usaha PT Momenta.....	39
Tabel 4.2 Katalog Program Asesmen PT Momenta.....	40
Tabel 4.3 Katalog Program Pendampingan PT Momenta	41
Tabel 4.4 Data Penjualan Program SLII®.....	49
Tabel 4.5 Harga Program SLII®	50
Tabel 4.6 Perbandingan Pengeluaran Training Virtual dan Tatap Muka	51
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Strategi Pemasaran PT Momenta.....	53
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Faktor Penghambat Penjualan dan Pembelian SLII®.....	55
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Faktor Pendukung Penjualan dan Pembelian SLII®.....	60
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Strategi 7P Pada PT Momenta Sebelum dan Setelah Pandemi.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara Narasumber 1	75
Lampiran 2 Hasil Wawancara Narasumber 2	79
Lampiran 3 Hasil Wawancara Narasumber 3	81