

**ANALISIS PROSES BISNIS PEMASARAN DI PT LEMBAGA  
SERTIFIKASI PROFESI TEKNIK MANAJEMEN INDUSTRI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie**



**ADINDA OKTA TIARA**

**1201701015**

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

**JAKARTA**

**2024**

## 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 : Adinda Okta Tiara**

**NIM : 1201701015**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 13 Agustus 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Tugas Akhir ini diajukan oleh:**

Nama : Adinda Okta Tiara  
NIM : 1201701015  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : **ANALISIS PROSES BISNIS PEMASARAN DI  
PT LEMBAGA SERTIFIKASI PROFESI  
TEKNIK MANAJEMEN INDUSTRI**

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D.



Penguji 1 : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, MM, IPM



Penguji 2 : Raden Aryo Febrian, SE., M.M.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 Agustus 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini berkat bantuan dan rahmat-Nya. Tugas Akhir ini diperlukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa menyelesaikan Tugas Akhir ini sangatlah sulit bagi saya tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan. Oleh karena itu, saya berterima kasih kepada:

1. Orang tua yang telah membesarkan saya sampai sekarang dan memberikan dukungan sepenuhnya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini;
2. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu saya menyusun skripsi ini.
3. Prof. Muhammad Taufiq Amir, SE, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dr. Dra. Susiana Dewi Ratih, MM yang telah membantu untuk memulai penulisan skripsi ini;
5. Pihak PT Lembaga Sertifikasi Profesi Teknik dan Manajemen Industri yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
6. Semua dosen Bakrie yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama semester 1 sampai 8 yang berguna untuk penulisan Tugas Akhir saya.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan yang diberikan kepada semua orang yang telah membantu. Semoga banyak yang mendapatkan manfaat dari tugas akhir ini.

Jakarta, 4 Mei 2024

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Adinda Okta Tiara

NIM : 1201701015

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir :

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:

### **ANALISIS PROSES BISNIS PEMASARAN DI PT LEMBAGA SERTIFIKASI PROFESI TEKNIK MANAJEMEN INDUSTRI**

beserta 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 : 13 Agustus 2024

Yang menyatakan



(Adinda Okta Tiara)

**ANALISIS PROSES BISNIS PEMASARAN DI PT LEMBAGA  
SERTIFIKASI PROFESI TEKNIK MANAJEMEN INDUSTRI**

Adinda Okta Tiara

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses bisnis khususnya bagian pemasaran pada PT Lembaga Sertifikasi Profesi Teknik Manajemen Industri. Analisis proses bisnis perlu dilakukan karena ada beberapa alasan diantaranya adalah untuk memperkuat posisi perusahaan, mengantisipasi masalah dan untuk mengetahui kelemahan dari perusahaan. Pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan, dengan melakukan pemasaran, produk akan tersampaikan ke konsumen yang tepat dengan produk yang dipasarkan. Salah satu bidang yang perlu diperhatikan adalah media sosial sebagai media pemasaran. Dengan menggunakan media sosial, pasar dan konsumen yang dijangkau lebih luas dan juga bisa tepat sasaran, konsumen yang membutuhkan sertifikasi bisa mendapatkan informasi melalui media sosial dan juga iklan yang dipasang.

Kata kunci: Analisis, Proses Bisnis, Pemasaran

**ANALISIS PROSES BISNIS PEMASARAN DI PT LEMBAGA  
SERTIFIKASI PROFESI TEKNIK MANAJEMEN INDUSTRI**

Adinda Okta Tiara

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze business processes, especially the marketing section at PT Lembaga Sertifikasi Profesi Teknik Manajemen Industri. Business process analysis needs to be done because there are several reasons including to strengthen the company's position, anticipate problems and to find out the weaknesses of the company. Marketing is very important in a company, by marketing, the product will be delivered to the right consumers with the marketed product. One area that needs attention is social media as a marketing medium. By using social media, the market and consumers reached are wider and can also be right on target, consumers who need certification can get information through social media and advertisements posted.*

*Keywords: Analysis, Business Process, Marketing*

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                  | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                | <b>iii</b>  |
| <b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>                            | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK.....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                       | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                     | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                     | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                  | <b>xii</b>  |
| <b>BAB 1    PENDAHULUAN.....</b>                              | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang Masalah .....                           | 1           |
| 1.2    Fokus Penelitian .....                                 | 3           |
| 1.3    Rumusan Masalah .....                                  | 3           |
| 1.4    Tujuan Penelitian.....                                 | 3           |
| 1.5    Manfaat Penelitian.....                                | 3           |
| <b>BAB 2    TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b> | <b>4</b>    |
| 2.1    Pengertian Analisis.....                               | 4           |
| 2.2    Pengertian Proses .....                                | 4           |
| 2.3    Pengertian Bisnis .....                                | 4           |
| 2.4    Pengertian Proses Bisnis .....                         | 5           |
| 2.5    Pengertian Analisis Proses Bisnis .....                | 5           |
| 2.5.1    Pentingnya Analisis Proses Bisnis .....              | 5           |
| 2.6    Pengertian Pemasaran.....                              | 5           |
| 2.6.1    Strategi Pemasaran .....                             | 7           |
| 2.6.2    Bauran Pemasaran .....                               | 8           |
| <b>BAB 3    METODE PENELITIAN .....</b>                       | <b>10</b>   |
| 3.1    Metode Penelitian.....                                 | 10          |
| 3.2    Objek Penelitian .....                                 | 11          |
| 3.3    Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....          | 11          |
| 3.3.1    Sumber Data .....                                    | 11          |
| 3.3.2    Teknik Pengumpulan Data .....                        | 12          |



|              |   |           |
|--------------|---|-----------|
| 3.4          | Teknik Analisis Data .....  | 13        |
| <b>BAB 4</b> | <b>TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>15</b> |
| 4.1          | Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 15        |
| 4.1.1        | Sejarah PT LSP TMI .....  | 15        |
| 4.1.2        | Visi dan Misi PT LSP TMI .....  | 15        |
| 4.1.3        | Produk PT LSP TMI.....  | 16        |
| 4.2          | Temuan Penelitian .....   | 17        |
| 4.2.1        | Proses Bisnis Pemasaran di PT LSP Teknik Manajemen Industri<br>17                                 |           |
| 4.2.2        | Kewajiban SKPI untuk Pemasaran Produk <i>Supply Chain<br/>Management</i> di Perguruan Tinggi..... | 18        |
| 4.2.3        | Strategi Pemasaran di Perguruan Tinggi .....  | 19        |
| 4.2.4        | Strategi Agar Perguruan Tinggi Melakukan <i>Repeat Order</i> .....                                | 19        |
| 4.3          | Pembahasan .....  | 20        |
| <b>BAB 5</b> | <b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>  | <b>23</b> |
| 5.1          | Simpulan.....   | 23        |
| 5.2          | Saran .....   | 23        |
|              | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>24</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|   |   |
|---|---|
| Gambar 1 Model Sederhana dari Proses Pemasaran..... | 6 |
|---|---|

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1 Daftar Informan dalam Penelitian..... | 11 |
|---|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.