

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

BHM Management merupakan industri jasa yang bergerak dibidang *marketing promotion* dan pelatihan talent. BHM Management memberikan pelatihan talent berupa *modelling/talent education, public speaking dan personal branding*. Dimana pelatihan ini nanti berfungsi untuk berbagai macam kebutuhan *marketing*. BHM Management merupakan salah satu bentuk industri jasa yang sangat banyak diminati oleh Masyarakat terutama di kalangan bisnis/usaha, Pendidikan, dan *fashion* mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua. Faktor yang menyebabkan industri ini banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan adalah banyaknya masyarakat yang mempunyai bisnis baru/UMKM yang membutuhkan *talent* promosi untuk usahanya baik di sosial media (foto katalog/portofolio) maupun pameran atau sebagainya yang dimana difungsikan sebagai pemasaran usaha/bisnis mereka, selain itu adanya aplikasi jual beli usaha produk/jasa yang sering digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram* atau e-commerce yang lainnya yang sudah menjadi kebutuhan *primer* masyarakat sehingga jasa ini sangat banyak diminati. Di bidang Pendidikan juga berfungsi sebagai pengembangan minat dan bakat siswi non akademik. Dimana usaha jasa ini dapat digunakan sebagai media *marketing promotion* dari berbagai bidang seperti contoh peragaan busana, *review store, makeup portofolio/katalog Makeup Artist, Photoshoot Product* seperti *skincare*, baju, sepatu, promosi tempat wisata dan sebagainya. BHM management memiliki target pasar untuk semua kalangan, dari anak sekolah, kuliah, pekerja, pebisnis, pemerintahan dan lain-lain. Strategi pemasaran yang digunakan dalam usaha ini adalah menggunakan *platform social media dan marketing promotion*

secara *word of mouth*. Meningkatnya akan hal tersebut di Malang saat ini mengakibatkan adanya persaingan yang kompetitif, sehingga Perusahaan dituntut untuk memiliki kelebihan yang lebih dan berinovasi agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan demi tercapainya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Bisnis proses pemasaran dari BHM Management difokuskan kepada berikut ini, diantaranya :

1. Pemasaran dilakukan menggunakan Media Sosial : tim pemasaran membuat konten edukasi, informasi dan kegiatan di Instagram dan Tiktok, berinteraksi langsung dengan konsumen, menggunakan jasa talent internal untuk membuat konten *branding* industri untuk meningkatkan *Brand Awareness*.
2. Word of Mouth dan testimoni pelanggan : terdapat ulasan atau komentar positif dari talent yang sudah berpengalaman mengikuti pelatihan di BHM Management sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen/pelanggan.

Kemudian terdapat juga talent yang sudah melewati pelatihan, Dimana talent tersebut difungsikan sebagai pelaku jasa marketing dari BHM Management, dimana talent mengikuti pelatihan yang telah ditentukan oleh BHM Management dan nantinya akan difungsikan sebagai pelaku *marketing promotion* untuk pelanggan yang membutuhkan jasa *marketing* sesuai dengan permintaan dan kebutuhannya.

Dikarenakan dalam hal ini jasa pemasaran bisnis sangat berperan penting untuk meningkatkan daya saing dan penjualan, maka proses pemasaran bisnis menjadi bagian terpenting dalam sebuah bisnis dari skala kecil maupun skala besar. Untuk menyampaikan produk/jasa kepada konsumen dengan baik, maka para pebisnis tentunya harus memilih strategi pemasaran yang tepat agar sesuai dengan tujuan dan menguntungkan bagi perusahaan. Strategi pemasaran yang digunakan oleh BHM Management tersebut masih belum efektif dikarenakan munculnya berbagai ancaman

internal maupun eksternal yang terjadi hampir setiap bulannya. Contoh ancaman internal yang terjadi adalah masih banyaknya SDM/talent yang kurang memahami hak dan kewajiban yang telah ditentukan oleh management sehingga kualitas/kinerja dari SDM tersebut menurun. Ketika kinerja SDM menurun keterkaitan antara SDM dan marketing juga ikut menurun dikarenakan apabila kualitas kinerja menurun mengakibatkan pemasaran terhadap pelanggan/eksternal juga ikut menurun. Ancaman eksternal yang terjadi adalah adanya usaha pesaing yang lebih berpengalaman atau memiliki usaha yang sama akan tetapi memiliki usia bisnis lebih lama daripada BHM Management sehingga memiliki relasi yang cukup luas dan BHM Management perlu bersaing untuk mempromosikan *talent-nya* untuk kebutuhan jasa pemasaran seperti *endorsement, Brand Ambassador, Talent Photoshoot product, fashion show* dan sebagainya. Perusahaan yang serupa tersebut seperti, *Colormodels Inc, Versusmodel management, Gabsmodel Agent, Athena Model*. Sehingga masalah pemasaran yang dialami oleh BHM Management adalah bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan daya saing dan penjualan.

Maka dari itu menurut Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, Imam Santoso dalam jurnalnya "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM" untuk meningkatkan penjualan perusahaan diperlukan strategi marketing yang efektif. Strategi marketing yang digunakan dalam usaha tersebut adalah *marketing mix*, yaitu *price* (harga), *product* (produk), *promotion* (promosi), *places* (distribusi) dengan metode SWOT (*strength*), (*weakness*), (*opportunity*) dan (*Threat*) serta QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Dikarenakan BHM Management memiliki permasalahan eksternal maka diperlukan strategi pemasaran metode SWOT. Metode SWOT adalah strategi pemilihan pemasaran dengan cara menganalisis tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan yang kemudian digunakan untuk mengidentifikasi strategi alternatif atau yang sesuai bagi lingkungan perusahaan adalah menggunakan QSPM karena didalam QSPM terdapat matriks IFE dan EFE.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan daya saing dalam usaha di bidang jasa (BHM Management) ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi ancaman dari faktor internal dan eksternal yang terjadi dalam BHM Management
2. Merumuskan strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan penjualan dan daya saing dalam usaha dibidang jasa (BHM Management)
3. Menentukan ranking terpilih dengan menggunakan metode QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan bermanfaat memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan penjualan di Industri Jasa BHM Management.
2. Bagi pembaca dan penulis bermanfaat untuk menambah wawasan tentang metode strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan penjualan di Industri Jasa BHM Management.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini memerlukan ruang lingkup agar penelitian lebih terarah, adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang akan diambil untuk penelitian ini adalah dari data pemasukkan *talent* dari bulan Februari 2020 sampai Februari 2024

201910140311039

Afi Fatur Rohmania

Prodi Teknik Industri

2. Penelitian ini selain mengambil data dari perusahaan juga dibantu dengan beberapa jurnal sebagai referensi
3. Penelitian ini hanya memberikan saran strategi pemasaran yang tepat untuk BHM Management

