

**STRATEGI PEMASARAN PADA DIVISI *MARKETING* DI *BUILD BETTER
COMMUNICATION (BBC) ENGLISH TRAINING SPECIALIST* CILEGON**

Rizal Zulkarnain

ABSTRACT

The main goal of a company that takes profit and this can also be a measure of the success or failure of a company in receiving. In addition, effectiveness and efficiency in running the company also plays an important role. The efficiency in question is a marketing strategy that is carried out with the right considerations and considerations so that there is no waste of costs both in operational and in advertising promotion costs and the effectiveness referred to in selecting the right marketing strategy in accordance with the market served by the company so that the targets set can be reached.

Keywords: Strategy, Marketing

A. Pendahuluan

Build Better Communication (BBC) English Training Specialist adalah lembaga yang bergerak di bidang jasa merupakan salah satu bidang jasa pendidikan yang dinilai mempunyai prospek yang sangat baik dimasa depan.

Lembaga pendidikan harus dituntut untuk beregerak secara dinamis dalam penciptaan ide-ide baru dalam kegiatan pokok pemasaran yang dijalankan. Tolak ukur sebuah lembaga pendidikan dapat dikatakan sebagai legenda dapat dilihat dari sejak kapan lembaga itu berdiri, bagaimana kegiatan pemasaran didalam usaha tersebut berfungsi sebagai pemenuhan pelanggan dan pemasar mengenali kebutuhan tersebut

sebagai peluang yang menguntungkan sehingga timbul simbiosis mutualisme dalam didalam beberapa pencapaian tujuan keduanya.

Berdasarkan uraian singkat diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian di *Build Better Comunication (BBC) Cabang Cilegon* dengan judul penelitian “**Strategi Pemasaran Pada Divisi *Marketing* Di *Build Better Communication (BBC)EnglishTraining Specialist Cilegon***”

Agar tujuan dari penelitian ini dapat mencapai hasil yang optimal maka pada kajian ini diperlukan adanya batasan masalah penelitian yang jelas. Hal ini sangat terkait dengan penggunaan dana dan waktu

dalam penelitian yang terbatas. Pada bagian ini juga dijelaskan asumsi yang digunakan dalam penelitian strategi pemasaran pada divisi *marketing*. Adapun batasan masalah dan asumsi dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Divisi *Marketing* di Build Better Communication (BBC) Cilegon ?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Divisi *Marketing* di Build Better Communication (BBC) Cilegon ?
3. Apa saja usaha yang dilakukan dalam menanggulangi beberapa hambatan yang ada di Build Better Communication (BBC) Cilegon ?

B. Tinjauan Pustaka

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi dalam memutuskan kebutuhan hidup manusia. Melalui kegiatan ekonomi, barang dan jasa mengalir dari produsen ke konsumen,. Pemasaran berfungsi untuk menemukan barang jasa yang dibutuhkan oleh manusia serta menjual barang dan jasa tersebut ditempat konsumen berada pada waktu yang diinginkan, dengan harga yang terjangkau tetapi tetap menguntungkan bagi perusahaan yang merasakan.

Menurut Zein Achmad dalam bukunya berjudul “*Aplikasi pemasaran dan salesmanship*” (2011:1), menyatakan bahwa :“Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajrial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”

1.4 Promosi Penjualan Build Better Communication (BBC)

Kegiatan Promosi adalah bagian dari strategi pemasaran. Suatu produk atau jasa akan lebih dikenal melalui proses promosi penjualan yang diterapkan oleh Build Better Communication (BBC).

Pada prinsipnya pemasaran di Build Better Communication (BBC) menjelaskan produk atau jasa Build Better Communication (BBC) serta memperkenalkan atau menginformasikan kepada pelanggan bahwa saat ini Build Better Communication (BBC) memiliki beberapa keunggulan yang baik.

Setelah pelanggan mengetahui beberapa keunggulan Build Better Communication (BBC). Diharapkan pelanggan dapat terpengaruh dan terbuju sehingga pelanggan membeli produk atau jasa Build

Better Communication (BBC). Agar lebih efektif, dalam melakukan promosi perlu adanya bauran promosi, yaitu kombinasi yang optimal bagi berbagai jenis kegiatan atau pemilihan jenis kegiatan.

Dalam hal ini, kegiatan promosi Build Better Communication (BBC) yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan terdiri dari 4 jenis kegiatan promosi yang dilakukan oleh Build Better Communication (BBC), antara lain :

1. Pemasaran Langsung Build Better Communication (BBC) yaitu suatu bentuk promosi Build Better Communication (BBC) perorangan yang secara langsung ditunjukkan untuk mempengaruhi pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka Build Better Communication (BBC) yaitu bentuk promosi secara *personal* dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pelanggan Build Better Communication (BBC).
3. Publisitas Build Better Communication (BBC) yaitu suatu bentuk promosi *non personal* mengenai pelayanan dengan jalan mengulas informasi/ berita Build Better Communication (BBC).

4. Periklanan Build Better Communication (BBC) yaitu bentuk promosi *non personal* yang dilakukan Build Better Communication (BBC) dengan berbagai menggunakan media.

C. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam studi ini yaitu kualitatif melalui studi pustaka, observasi dan wawancara. Data yang terkumpul dari lapangan di analisis melalui triangulasi data. Data reduksi, data analisis dan menarik kesimpulan dari studi yang dilakukan. Dari data yang dihasilkan berupa data deskriptif tentang faktor hambatan dalam melaksanakan strategi marketing.

D. Hasil dan Pembahasan

Beberapa Hambatan Dalam Melaksanakan Strategi Pemasaran (*Marketing*) Di Build Better Communication (BBC)

Pengaplikasian strategi pemasaran tidak selamanya berjalan dengan lancar, adanya berbagai hambatan yang dialami seiring dengan proses pemasarannya, tetapi terbantu dengan *brand image* Build Better Communication (BBC) yang telah terbentuk, jadi hambatan yang terjadi

di Build Better Communication (BBC) dibagi dalam dua macam adalah sebagai berikut :

1. Hambatan yang berasal dari *internal* Build Better Communication (BBC): Belum adanya target yang diterapkan oleh Build Better Communication (BBC) Cilegon
2. Hambatan yang berasal dari *eksternal* Build Better Communication (BBC) :
 - a. Sulitnya promosi di beberapa sekolah tertentu, dikarenakan proses belajar mengajar yang tidak sama pada setiap sekolah.
 - b. Masih kurangnya kesadaran masyarakat Cilegon dalam pentingnya belajar Bahasa Inggris.
 - c. Masih banyaknya pihak sekolah yang berharap mendapatkan insentif promosi dari Build Better Communication (BBC)

Usaha Yang Dilakukan Dalam Menaggulangi Beberapa Hambatan

Banyak usaha yang telah dilakukan untuk mengatasi beberapa hambatan yang telah diuraikan diatas :

1. Dari segi target yang belum diterapkan, Build Better Communication (BBC) Cilegon harus menerapkan target promosi sehingga lebih fokus dalam kegiatan promosi itu sendiri.
2. Dari segi sulitnya promosi di beberapa sekolah yang dikarenakan proses belajar mengajar yang berbeda, Build Better Communication (BBC) Cilegon lebih memerhatikan jadwal sekolah di luar kalender pendidikan nasional.
3. Dari segi kurangnya kesadaran masyarakat Cilegon dalam pentingnya Bahasa Inggris, Build Better Communication (BBC) memperkenalkan lebih lanjut terhadap pentingnya pelajaran Bahasa Inggris dan eksistensi Lembaga Bahasa sebagai wadah pembelajaran Bahasa Inggris khususnya di Cilegon dan Build Better Communication (BBC) lebih banyak mengadakan aktifitas

berbahasa Inggris di tempat umum, sehingga masyarakat dapat mengenali Lembaga Bahasa Asing.

4. Dari segi pihak sekolah yang masih mengharapkan insentif lebih, Build Better Communication (BBC) Cilegon mencari institusi atau sekolah yang bisa diajak kerjasama dengan lebih baik.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di Build Better Communication (BBC) mengenai strategi pemasaran pada divisi *marketing* di Build Better Communication (BBC), oleh karena itu penulis dapat kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Strategi* pemasaran pada divisi *marketing* di Build Better Communication (BBC) Cilegon yang dilakukan oleh pihak yang terkait sudah cukup baik, walaupun masih banyak masalah dan hambatan yang harus terus dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran. Dalam menjalankan usahanya Build Better Communication (BBC) memberikan pelayanan yang sangat baik kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dengan apa

yang sudah diberikan oleh Build Better Communication (BBC) Cilegon.

2. Build Better Communication (BBC) memiliki beberapa hambatan dari *external* maupun *internal* yang harus dihadapi dalam menjalankan usahanya, namun dengan kerja keras para karyawan Build Better Communication (BBC) bisa mengatasi hambatan tersebut dengan cukup baik.
3. Build Better Communication sudah melakukan beberapa usaha atau cara untuk menaggulangi beberapa hambatan yang menghadang dalam penerapan strategi pemasaran pada divisi *marketing* cukup baik dengan dukungan dari semua karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- C. Trihendradi. 2013. *Langkah Mudah Menguasai SPSS 21*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Rosdakarya.
- Penggabean, Mutiara S. 2007. *Manajemen*

Sumber Daya Manusia. PT Ghalia
Indonesia. Bogor selatan

Rivai, Ella J Sagala.2013 Manajemen
Sumber Daya Manusia Untuk
Perusahaan.Jakarta : Rajawali Pers.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*.
Bandung Alfabeta.

Usman, Husain.2014.Metodologi Penelitian
Sosial. Jakarta: Rajawali Pers.

Unsera,2014. *Pedoman Penulisan
Karya Ilmiah*. Serang: Unsera.

Ghozali, Imam. 2004. *Aplikasi Analisis
Multivariate Dengan Program SPSS*.
Semarang: Badan Penerbit Universitas
Diponegoro.

Wibowo. 2008. *Manajemen Kinerja*.Jakarta:
PT.Raja Grafindo Persada.