

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan**

##### **2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**



Gambr 2.1 Logo Perusahaan

PT. Frisidea Tech Indonesia adalah perusahaan rintisan yang berfokus dalam mengembangkan software, menawarkan berbagai kontrol web, seluler, dan desktop yang dipadukan dengan pendekatan aplikasi berorientasi layanan. PT. Frisidea Tech Indonesia didirikan pada tahun 2015. Selain itu, PT. Frisidea Tech Indonesia bekerja sama dengan mitra bisnis lainnya.

Dalam menjalankan proses bisnis, PT. Frisidea Tech Indonesia menerapkan beberapa pendekatan.

Berikut pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh PT. Frisidea Tech Indonesia:

1. Memahami produk yang dimiliki dan akan dikembangkan oleh mitra usaha
2. Dapatkan kemampuan manajemen proyek yang dikembangkan dengan gesit/terkelola menggunakan alat manajemen waktu yang baik.
3. Mampu berkomunikasi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan mitra.
4. Adanya cara kerja yang lebih rapi agar proyek yang berkembang bisa lebih mudah dikelola.

5. Terus meningkatkan dan mengembangkan proyek-proyek yang berhasil ditawarkan untuk dijual di pasar.

### **2.1.2 Produk Perusahaan**

PT. Frisidea Tech Indonesia, menghadirkan anak perusahaan bernama Career Support Indonesia. Career Support merupakan sebuah social enterprise yang bergerak dan berfokus pada suatu bidang pengembangan karir bagi siswa SMK serta mahasiswa untuk menyiapkan serta meningkatkan wawasan mereka pada kehidupan kerja. Career Support menciptakan hubungan kolaboratif dengan perusahaan, sekolah dan universitas. Career Support merupakan startup yang menawarkan solusi pengembangan karir yang terintegrasi dan komprehensif dengan menggunakan platform digital.

#### **Career Suport**



Gambar 2.2 Logo Career Suport

Career Support adalah sebuah social enterprise yang bergerak dan berfokus pada sisi pengembangan karir kepada mahasiswa kejuruan serta universitas sambil melatih dan memperluas wawasan mereka tentang kehidupan kerja. Dukungan kejuruan menciptakan hubungan kolaboratif dengan perusahaan, sekolah, dan universitas. Career Support didirikan oleh Lena Soenarto pada tahun 2018. Lena mempunyai pengalaman sepuluh tahun lebih pada bidang HR (Human Resource). Career Support Indonesia adalah anak perusahaan dari PT. Frisidea Tech Indonesia, yang mana career support adalah satu diantara Startup yang menawarkan solusi pengembangan karir yang terintegrasi dan holistik dengan menggunakan platform digital. Diluncurkan di tahun 2018, Career Support ialah satu-satunya platform digital terintegrasi berbasis "social

enterprise" di Indonesia yang berfokus kepada solusi pengembangan karir, terutama bagi lulusan serta peserta pelatihan di tingkat perguruan tinggi serta sekolah kejuruan.

Target pasar dari Career support sendiri adalah Sekolah Menengah Kejuruan atau SMK di seluruh Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari tingginya angka pengangguran di Indonesia yang kebanyakan akibatnya adalah dari sulitnya persaingan calon pekerja dari lulusan SMK. Maka dari itu, Career support berusaha untuk membantu permasalahan pengangguran ini dengan cara menjadi jembatan penghubung antara sekolah dan perusahaan.



Gambr 2. 3 Media sosial career support

Carreer Support bertujuan untuk membantu kaum muda Indonesia menemukan pekerjaan impian mereka melalui pencarian kerja dan saran karir yang komprehensif.

Career Support bukan cuma portal pekerjaan, Career Support mempermudah lulusan baru serta peserta magang memperoleh pekerjaan lewat sejumlah layanan termasuk informasi karir digital, resume online, dan pendampingan karir.

Untuk pusat karir di universitas serta sekolah teknik, dukungan karir menunjang peningkatan kinerja pusat karir untuk membawa siswa serta lulusannya ke bisnis berstrategi digital yang lebih efektif. Tidak hanya menjadi solusi yang bisa digunakan oleh pelajar serta lembaga pendidikan, career support juga bisa membantu berbagai perusahaan menemukan lulusan baru serta lembaga pendidikan terbaik. Di career support, suatu bisnis dapat mencari serta memperoleh lulusan serta trainee baru dalam sejumlah posisi, seperti marketing, teknologi informasi, perencanaan, accounting and finance.

Sampai sekarang, Career Support mempunyai lebih dari 55.000 siswa yang tercatat, 350 lebih universitas mitra serta sekolah kejuruan, dan lebih dari 145 lembaga bisnis di Indonesia yang memakai jasa layanannya.

Bagi bisnis yang telah memakai Career Support didalam merekrut antara lain Tokopedia, Shopee, BNI, Garuda Indonesia, Ruang Guru, Gojek, OVO, serta lainnya. Kedepannya, Career Support berniat melaksanakan pengembangan kursus pelatihan serta pengembangan bagi lulusan baru supaya lebih siap menghadapi kehidupan kerja kerja.

### **2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

Berikut merupakan Visi dan Misi dari perusahaan Career Support:

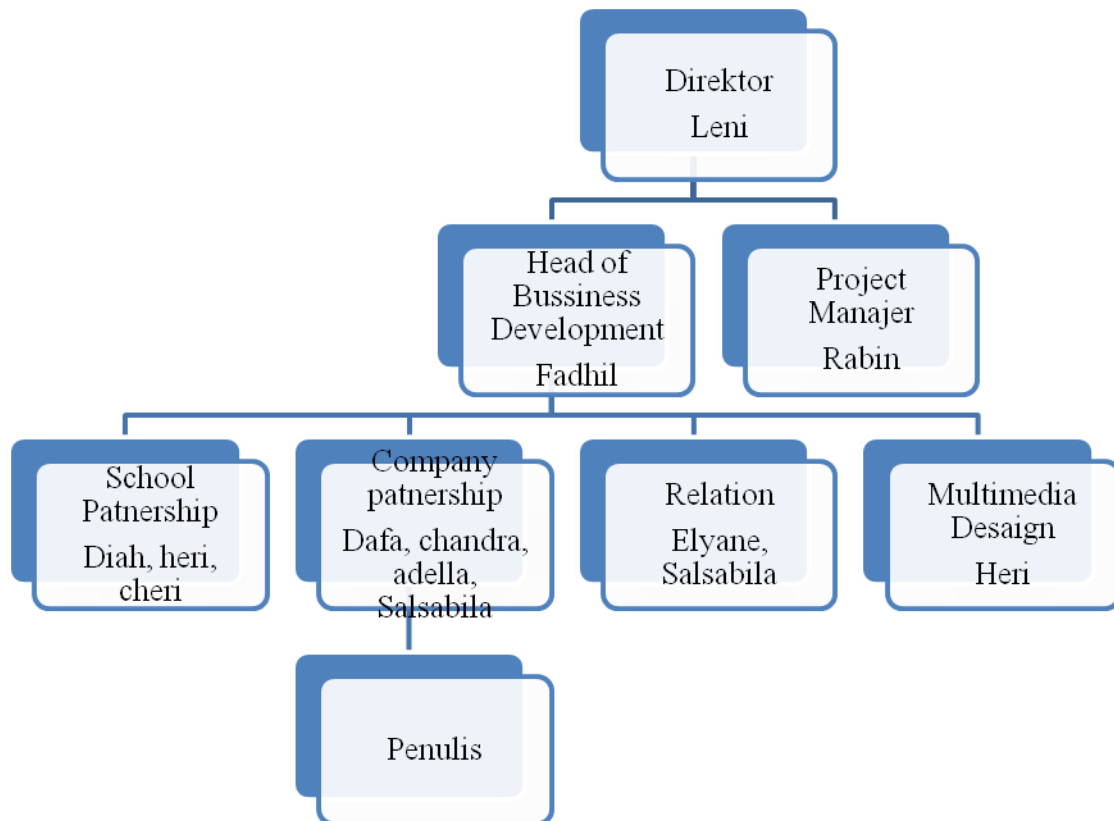
*Visi*

*One platform, three portals, go digital and national*

*Misi*

- 1) Membantu BKK SMK se-Indonesia untuk mendapatkan lowongan pekerjaan dengan mudah dan cepat
- 2) Memberikan edukasi terhadap perusahaan terkait program dari SMK di Indonesia yang akan dibutuhkan dalam perusahaan

## 2.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 4 Stuktur Organisasi career support

*Sumber: Company Profile of Career Support (2021)*

Dalam gambar diatas, terdapat struktur organisasi dari perusahaan Career Support. Pada struktur tersebut terdapat

1. Director of Career support

Mrs. Lena Dy merupakan direktur dari PT. Frisidea dan Career Support. Beliau memimpin semua jalannya perusahaan serta mengevaluasi kinerja seluruh karyawan setiap bulannya.

2. Head of Business Development

Bapak Fadil M. Pradana merupakan Head of Business Development dari Career Support, serta menjadi Site Supervisor selama masa internship saya di Career Support selama 6 bulan, mulai dari bulan September 2020 - Maret 2021. Dalam posisi ini, Bapak

Fadhil memimpin beberapa sub-divisi dibawahnya dan juga menjadi supervisor bagi seluruh subdivisi tersebut.



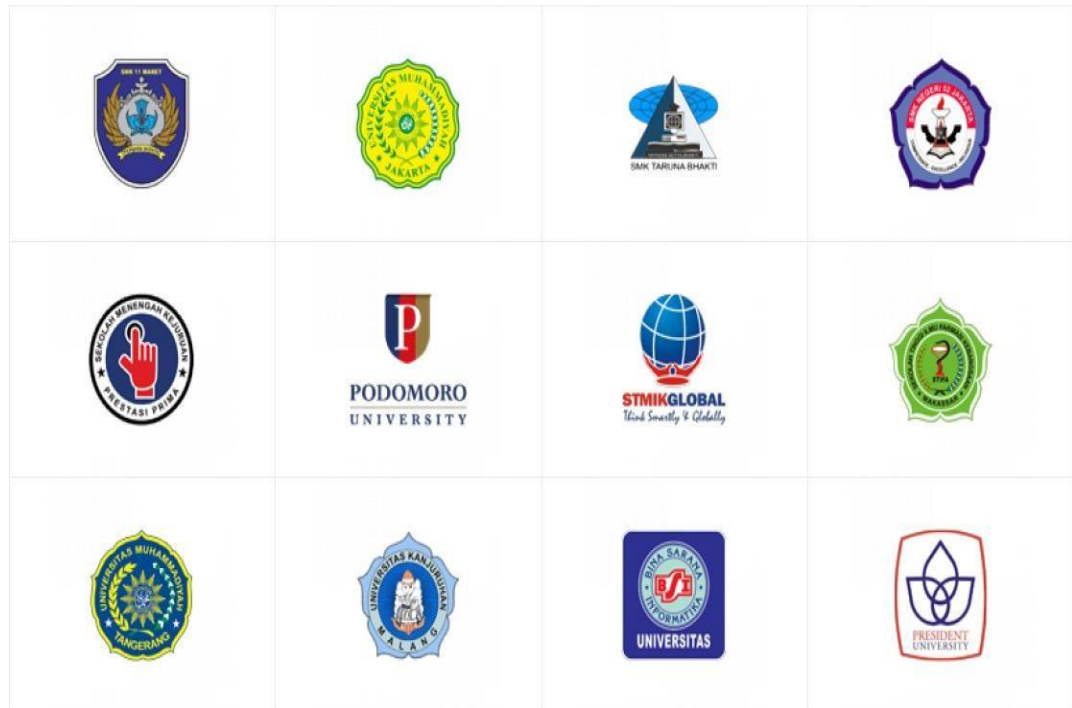
Gambr 2. 5 Pak Fadhil sebagai Pembicara di Webinar

### 3. Project Manager

Bapak Rabin Gosal adalah Head of Project Manager, yang bertugas untuk mengepalari semua proyek yang diadakan oleh Career Support. Proyek- proyek tersebut juga banyak di laksanakan dengan berkolaborasi dengan bapak Fadhil selaku Head of BD dari Career support.

### 4. School partnership

Dalam subdivisi ini akan mengerjakan semua urusan dengan sekolah partner. Mulai dari mengundang sekolah baru untuk mengikuti webinar pengenalan career support, hingga mengurus semua perjanjian dan kerjasama yang akan dijalankan.

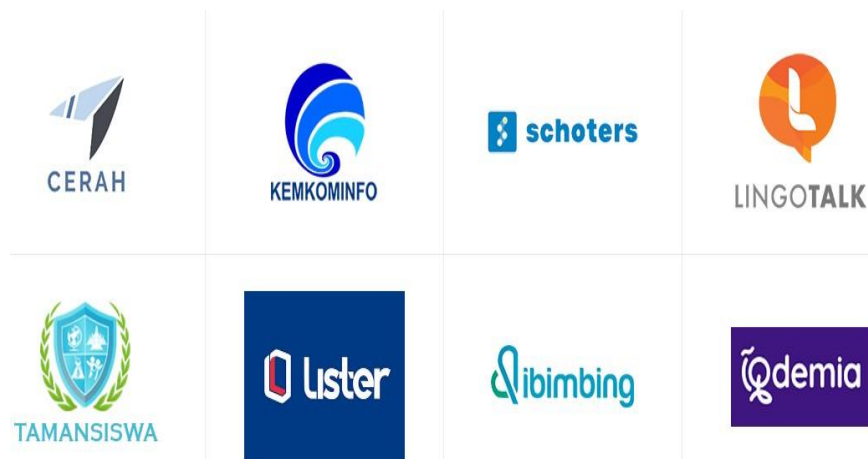


Gambr 2. 6 School partnership

##### 5. Company partnership

Company partnership akan bertugas untuk mengerjakan semua urusan dengan partner perusahaan. Mulai dari pengenalan dan kerja sama, hingga perekrutan sumber daya manusia dari sekolah sekolah SMK di Indonesia. Company patnership juga yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan para partner baik dari komunitas, media, hingga penyelenggara *e- learning class*. Dalam sub-divisi ini, lebih banyak mengambil kesempatan untuk mengembangkan *branding awareness* terhadap publik dengan cara banyak melakukan acara kolaborasi bersama dengan partner seperti

webinar, *Instagram Live*, hingga *Instagram post collaboration*. Dengan begitu, nama dari Career Support sendiri akan semakin dikenal oleh banyak kalangan.



Gambr 2. 7Mitra Kolaboratif Career Support

## 6. Relationship

Subdivisi ini menjalankan tugas untuk mengurus hubungan perusahaan dengan pihak eksternal perusahaan, seperti partner media dan komunitas. Hal ini akan sangat membantu meningkatkan brand awareness dari perusahaan Career Support.

Diliput oleh :



## 7. Multimedia design

Dalam subdivisi ini, akan menangani semua urusan desain seperti promotion material content untuk di upload ke akun sosial media perusahaan. Selain itu, tim desain juga akan bekerja sama dengan subdivisi lainnya jika ada projek bersama.



## Inovasi Digital di Dunia Pendidikan pada Masa Pandemi

source: Kompasiana



Pandemi menjadi tantangan dalam mengembangkan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi khususnya dalam pendidikan. Saat ini, di Indonesia setidaknya ada sebanyak 40 ribu sekolah, 3.4 juta guru dan 56 juta siswa yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 ini.

Salah satu cara mengoptimisasi teknologi dalam dunia pendidikan di masa pandemi yaitu dengan memanfaatkan aplikasi pembelajaran berbasis digital. Berikut adalah beberapa metode pembelajaran online yang digunakan:

**Berikut adalah beberapa inovasi digital yang digunakan dalam dunia pendidikan**

### 1. Mobile Learning

Bentuk pembelajaran yang memanfaatkan kemampuan perangkat mobile yang dapat diakses peserta didik dimanapun dan kapanpun

### 2. Media Sosial

Dapat dijadikan sebagai tempat penyampaian informasi terkait tugas, wadah diskusi, melalui fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial

### 3. Game Based Learning

Memanfaatkan permainan digital sebagai media untuk menyampaikan pembelajaran, meningkatkan kemampuan pemahaman dan pengeahuan. Pengembangan game based learning dapat mendatangkan lingkungan belajar yang memotivasi, menyenangkan, dan meningkatkan kreativitas.

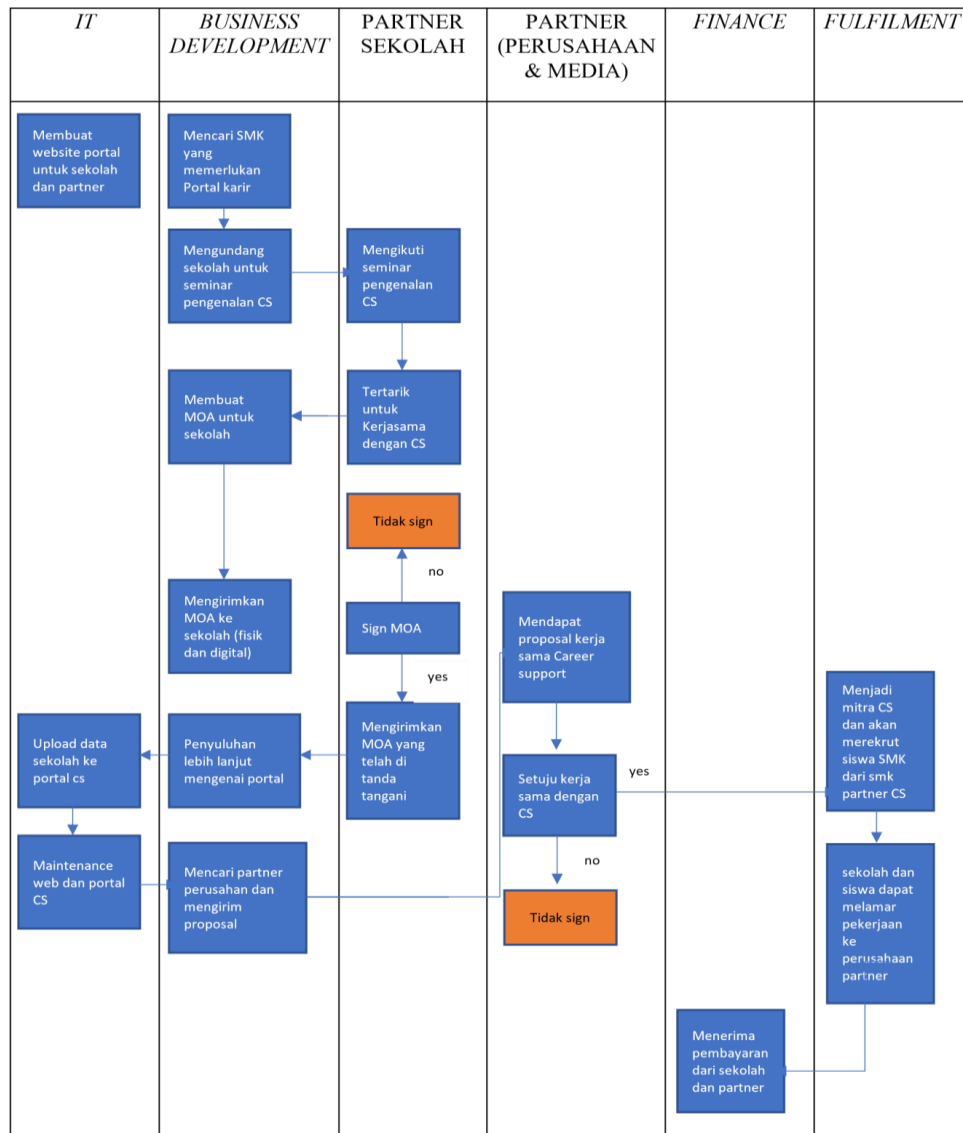


Gambr 2. 9 Multimedia design

## 8. Regional partnership

Untuk subdivisi ini akan mengerjakan partnership dengan sekolah berdasarkan daerah regional masing-masing. Karena banyaknya sekolah SMK yang menyebar di seluruh Indonesia, maka tim ini juga handle semua sekolah SMK dari berbagai provinsi

## 2.1.5 Proses Bisnis Career Support



Gambr 2. 10 Proses Bisnis Career Support

Sumber: *Perusahaan*

Dalam proses bisnis diatas, dapat dilihat proses bisnis keseluruhan yang ada pada career support adalah sebagai berikut :

### 1. Divisi IT:

Pada divisi IT, Fokus tanggungjawab kepada pembuatan website dan maintenance website, baik website untuk portal sekolah, maupun portal perusahaan. Divisi ini memegang peran penting karena website

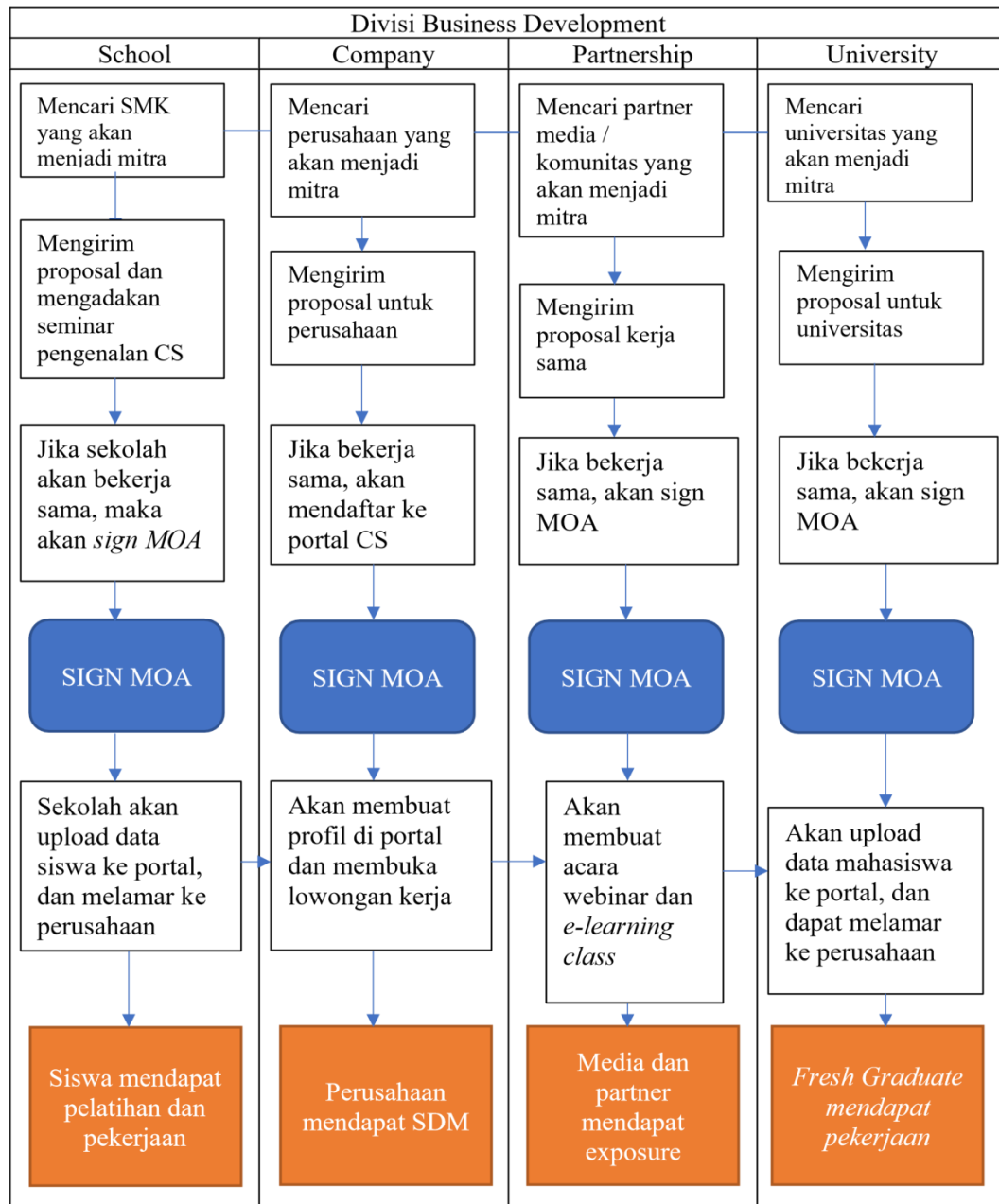
portal sekolah adalah service utama yang kami berikan kepada para siswa, guru, dan perusahaan. Selain itu, tim IT juga akan bertugas untuk menginput dan me-manage data siswa, guru, sekolah, dan perusahaan untuk mempercepat proses hiring.



Gambr 2. 11 Website career support

## 2. Divisi Business Development

Pada divisi Business Development bidang saya melakukan inetrship. Kami terbagi lagi menjadi 4 sub divisi,diantaranya adalah sub *divisi school, partnership, company, dan university.*



Gambar 2. 12 Proses pada Business Development

Sumber: *Perusahaan*

Dari data diatas dapat diketahui Di dalam divisi business development, mengambil alih semua tanggung jawab untuk urusan dengan mitra eksternal perusahaan. Dimulai dari tim sub-divisi *school* yang mencari sekolah SMK mana yang membutuhkan portal kami, lalu memberikan pengenalan terhadap perusahaan kami dan apa yang akan

kami lakukan untuk menemukan solusi dari permasalahan yang mereka miliki.

Selanjutnya ialah sub-divisi *partnership*, yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan para partner baik dari komunitas, media, hingga penyelenggara *e-learning class*. Dalam sub-divisi ini, lebih banyak mengambil kesempatan untuk mengembangkan *branding awareness* terhadap publik dengan cara banyak melakukan acara kolaborasi bersama dengan partner seperti webinar, *Instagram Live*, hingga *Instagram post collaboration*. Dengan begitu, nama dari Career Support sendiri akan semakin dikenal oleh banyak kalangan.

Di sub-divisi *company*, akan memiliki *task* berupa mencari perusahaan pada seluruh provinsi di Indonesia yang memerlukan tenaga kerja dari lulusan SMK. Dengan begitu, akan segera di daftarkan ke dalam portal perusahaan milik Career Support dan dapat langsung meng-*hire* siswa lulusan SMK sesuai dengan kemampuan dan jurusan yang mereka pilih.

Pada sub-divisi terakhir yaitu *university*, kami juga membangun relasi dengan banyak universitas di Indonesia yang belum memiliki Bursa Kerja Khusus yang baik, sehingga akan kami tawarkan solusi berupa portal karir digital yang dapat di akses oleh seluruh mahasiswa dan perusahaan tempat mereka berasal, hingga semua lowongan kerja yang ada pada portal kami di seluruh Indonesia.

### 3. Partner Sekolah:

Sekolah akan di *reach out* oleh tim CS dan menerima proposal berupa informasi mengenai servis apa saja yang kami berikan, kemudian juga akan turut mengundang sekolah dalam seminar pengenalan Career Support Indonesia. Setelah melakukan semua hal diatas, tim CS akan kembali mem-*follow up* mengenai kerja sama yang memungkinkan akan dijalin oleh pihak sekolah. Selanjutnya, tim CS akan mengirimkan MOU kepada sekolah untuk ditanda tangani baik secara fisik dan digital.

Setelahnya, barulah sekolah akan diberikan akses untuk masuk ke portal CS dan mendaftarkan seluruh siswanya.

#### 4. Partner perusahaan & media

Perusahaan yang sedang membutuhkan banyak tenaga kerja baru dengan spesifikasi lulusan SMK pasti mengalami kesulitan untuk mendapatkan sumber daya manusia tersebut. Maka dari itu, kami hadir untuk memberikan solusi terkait dengan permasalahan ini. Perusahaan dapat mendaftar menjadi mitra CS dan bergabung ke dalam portal kami, kemudian dapat langsung melakukan proses hiring dengan para fresh graduate.

Media dan komunitas akan menjadi partner dari Career support, baik untuk menyelenggarakan acara bersama seperti webinar dan acara lainnya, hingga memberikan kelas seperti pelatihan dan e-learning class lainnya. Contoh kelas yang sudah di buka ada seperti kelas Bahasa asing yang di sponsori oleh partner LingoTalk, dan juga kelas bisnis dan marketing oleh Dibimbing.id

#### 5. Divisi Finance:

Divisi finance akan bertanggungjawab untuk menerima pembayaran baik dari sekolah, maupun perusahaan. Tim finance juga akan bertugas untuk memperhitungkan berapa banyak kemungkinan sekolah dapat melakukan pembayaran baik dalam kurun waktu 1-12 bulan, dan juga memberikan perhitungan diskon kepada sekolah yang dapat membayar pemabayaran di. Awal saat pertama kali penandatanganan MOU kerja sama.

### **2.1.6 Lokasi Perusahaan**

Kantor pusat perusahaan PT. Frisidea berlokasi di Wisma GKBI, 39th floor, Jl. Jend. Sudirman No.28, RT.14/RW.1, Karet Tengsin, Tanah Abang, Central Jakarta City, Jakarta 10250. Sedangkan anak perusahaan nya Career

Support sendiri memiliki kantor cabang yaitu berada di daerah Ruko Aston Pluit, No. A8 Pluit, Jakarta Utara.



Gambr 2. 13 Kantor Career Support

### 2.1.7 Manajemen Strategi

#### a. Definisi manajemen strategi

Strategi bisa diartikan sebagai rencana tunggal, holistik dan komprehensif yang menggabungkan kekuatan strategis organisasi dengan tantangan lingkungan dan bertujuan untuk memastikan bahwa langkah yang tepat dapat diambil untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Menurut WF Glück dan LR Jauch, strategi adalah rencana yang koheren, menyeluruh serta terintegrasi yang mengaitkan kepentingan strategis lembaga/organisasi/perusahaan dengan tantangan lingkungan serta yang tujuannya adalah guna memastikan bahwasanya tujuan utama lembaga dapat dicapai dengan cara yang pelaksanaan yang tepat.

Menurut David (2013) Didalam Dunan dkk (2021) Manajemen startegi dapat dartikan sebagai seni dan pengetahuan untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Tugas penting yang melibatkan semua manajemen dasar seperti perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan pengendalian.

Strategi ialah rencana yang koheren, komprehensif, terpadu yang menggabungkan manfaat strategi bisnis pada tantangan lingkungan guna

memastikan tujuan utama bisnis bisa dicapai lewat implementasi yang sesuai di dalam bisnis. Oleh karena itu, strategi adalah pilihan model yang dioperasikan bisnis demi tercapainya tujuan serta target organisasi yang diharapkan di masa depan selaras dengan perencanaan serta implementasi yang benar.

b. Tujuan manajemen strategi

Manajemen strategi memiliki beragam tujuan yang membuatnya perlu untuk dilakukan, berikut merupakan 7 tujuan strategi:

- 1) Memberi arahan jangka panjang dari tujuan yang bakal dicapai perusahaan
- 2) Membantu perusahaan beradaptasi
- 3) Menjadikan kinerja perusahaan lebih efektif dan efisien
- 4) Mengaplikasikan serta mengevaluasi strategi dan keputusan
- 5) Menyusun strategi baru guna menyesuaikan perkembangan lingkungan eksternal
- 6) Membantu proses peninjauan ulang pada kelebihan dan kekurangan serta kesempatan dan ancaman bisnis perusahaan
- 7) Membantu proses inovasi pada barang dan jasa

c. Fungsi manajemen strategi

Berikut merupakan fungsi penting adanya manajemen strategi

- 1) Mengusung visi dan misi perusahaan
- 2) Membantu perusahaan mengidentifikasi pasar dan produk
- 3) Memberikan fokus pada aktivitas brand positioning
- 4) Menjaga keteraturan bisnis
- 5) Menjadi panduan pada aktivitas perencanaan dan juga perbaikan.

### **2.1.8 Strategi Bisnis**

Organisasi bisnis (perusahaan) bisa berkembang serta tumbuh mengikuti konsep efisiensi dan produktivitas didalam usahanya. Tidak dapat disangkal bahwa pendirian suatu organisasi bisnis ialah tentang mencari profit yang sebesar-besarnya. Upaya dalam memenangkan kompetisi ialah dengan



mengimplementasikan strategi marketing yang sesuai baik dari segi mutu, harga serta daya saing produk yang diproduksi.

Bisnis adalah istilah yang populer pada kehidupan sehari-hari. Jutaan orang berbisnis setiap hari, sebagian sebagai produsen, pedagang, dan pelanggan. Menurut Hughes dan Kapoor, korporasi adalah pemilik tunggal yang terorganisir yang bertujuan guna memproduksi serta menjual barang serta jasa demi menghasilkan profit untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. (Rosmadi:2021).

Rencana serta strategi yang matang ialah satu diantara upaya awal untuk menciptakan bisnis yang baik yang dapat bertahan dalam persaingan yang ketat di era seperti sekarang. Guna mencapai hasil yang maksimal, pengusaha harus mengetahui prosedur berbisnis dengan benar, inklusif (Wardani 2017):

1. Keterampilan mengidentifikasi kesempatan bisnis di daerah tersebut.
2. Kemauan dan keberanian mengambil resiko usaha yang potensial.
3. Memahami dasar mengenai model bisnis serta perlu mengetahui bagaimana model bisnis kita bisa bekerja dengan baik.
4. Menjaga reputasi bisnis yang sedang berjalan secara aktif.
5. Pengembangan jaringan untuk mendukung keberlangsungan bisnis.

Strategi bisnis juga memiliki manfaat, Manfaat strategi bisa dicermati lewat manajemen strategis, yang berguna serta berperan penting dalam produksi banyak hal. Masalah-masalah ini, apabila dijelaskan secara lebih mendetail, mencakup hal-hal berikut (Wardani :2018):

- a. Menentukan batasan perusahaan atau usaha yang hendak dilaksanakan
- b. Membantu mengidentifikasi, memprioritaskan, dan menangkap peluang
- c. Menyediakan kerangka kerja guna meningkatkan koordinasi serta kontrol
- d. Manajemen dan pembentukan budaya perusahaan
- e. Mengikuti kebijakan yang berprinsip serta rasional
- f. Integrasi perilaku individu ke dalam perilaku kolektif

- g. Meminimalisir dampak perubahan kondisi
- h. Pembuatan kerangka kerja untuk komunikasi internal
- i. Memastikan formalitas disipliner serta administratif

Strategi aktual yang diterapkan oleh organisasi ialah kombinasi dari dua jenis strategi, yakni strategi yang direncanakan (dengan sengaja) dikembangkan dan strategi yang muncul secara spontan. Strategi terencana dikembangkan berdasarkan aspek “kontrol”, sementara strategi yang muncul secara spontan didasarkan pada aspek “pembelajaran”. Aspek “kontrol” sangat penting dalam strategi yang terencana dengan baik, karena rencana yang matang selalu bergantung pada banyak hal. Dikhawatirkan perubahan dari apa yang telah diperhitungkan akan menggagalkan rencana tersebut. Karena itu, perlu untuk mengontrol apa yang bisa diubah. Akurasi adalah kata kuncinya.

Jika prinsip-prinsip diterapkan pada sejumlah strategi bisnis, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan (Dunan dkk :2020) seperti:

1. Startegi Produk/Layanan

Pada aktivitas ekonomi, suatu produk adalah komoditas yang bisa ditukar. Produk meliputi kualitas, fitur, desain, gaya, varietas, bentuk, merek, kemasan, ukuran, layanan, garansi, dan pengembalian. Strategi ini meliputi 4 faktor utama, yaitu faktor estetika, faktor fungsional, faktor dukungan psikologis, dukungan pelayanan dan penjualan produk yang menyertainya.

2. Strategi Harga

Harga ialah alat guna memberi tahu pasar tentang nilai suatu produk. Penentuan harga mempunyai dampak langsung serta transparan pada penerimaan pasar dan karena itu penting bagi keseluruhan bauran pemasaran. Tidak hanya itu, harga ialah alat yang begitu fleksibel, dimana harga stabil dalam satu hari dan naik atau turun dalam satu hari, serta juga menjadi satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan. Ada beberapa pilihan harga seperti:

### 1. Cost Based Pricing

Cost Based Pricing adalah penetapan harga berdasarkan biaya. Terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Cost Plus Pricing: penetapan harga biaya plus metode ini merupakan metode paling sederhana, pengusaha hanya menambah mark-up tertentu terhadap biaya produksinya.
- b. Break Even Analysis and Target Profit Pricing : analisis peluang pokok dan penetapan harga laba sasaran, ini adalah metode dengan menghitung titik impas atau membuat target laba tertentu di atasnya

### 2. Value Based Pricing

Value Based Pricing adalah penetapan harga berdasarkan persepsi calon konsumen terhadap nilai barang

### 3. Metode Persepsi

Metode persepsi nilai dari pembeli. Jadi pertama-tama dilihat berapa konsumen bersedia membeli untuk produk yang ditawarkan sedangkan biaya produksi dilihat belakangan untuk mengetahui apakah masih menguntungkan.

### 4. Competition Based Pricing

Competition Based Pricing adalah penetapan harga berdasarkan persaingan. Going rate pricing adalah penetapan harga berdasarkan harga yang berlaku, mendasarkan harganya pada harga yang ditawarkan rata-rata pesaing dan kurang memperhatikan biaya dan permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya.

### 3. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen agar membeli. Tujuan dari segala kegiatan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan. Ada beberapa hal

yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan promosi yaitu bauran promosi diantaranya:

- a. Advertising (Periklanan) adalah komunikasi yang bersifat nonpersonal, yang dibayar dan digunakan oleh suatu sponsor yang ditunjuk untuk menyampaikan kepada khalayak mengenai produk
- b. Personal Selling (Penjualan Pribadi) adalah metode dengan cara berkomunikasi tatap muka dengan calon-calon pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya dan menstimulasi pembelian
- c. Sales Promotion (Promosi Penjualan) adalah kegiatan promosi jangka pendek yang dirancang untuk merangsang konsumen agar tetap setia pada produsen.
- d. Public Relations (Hubungan Masyarakat) suatu bentuk publisitas yang dibentuk dan dikendalikan oleh perusahaan. Tujuannya untuk membangun reputasi yang baik kepada pelanggan

Dengan adanya metode promosi maka diharapkan perusahaan dapat menyampaikan empat hal kepada konsumen yaitu membuat mereka sadar terhadap kehadiran produk, membuat mereka mengenal lebih jauh, membujuk agar menyukai produk, dan membujuk agar membeli produk

#### 4. Strategi Tempat

Kesuksesan pemasaran produk tergantung pada bagian distribusi. Distribusi disebut juga tempat yang berarti bagaimana melakukan kombinasi untuk menyampaikan produk kepada para pengguna akhir.

Distribusi mencakup pengundangan, saluran-saluran distribusi, cakupan distribusi, lokasi tempat ritel, wilayah penjualan, tingkat dan lokasi persediaan, kurir transportasi, penjualan grosir, dan ritel.

Saluran distribusi adalah jalur yang dilewati suatu produk dari tangan produsen kepada pengguna akhir. Saluran-saluran distribusi

bermula dari suatu manufaktur dan berakhir pada seorang konsumen atau suatu pengguna industry. Saluran distribusi yang paling banyak digunakan untuk distribusi barang dan jasa adalah

Saluran 1 : Produsen – Konsumen

Saluran 2 :Produsen – Pengecer – Konsumen

Saluran 3: Produsen – Grosir – Pengecer – Konsumen

Saluran4: Produsen – Agen/Broker – Grosir –Pengecer – Konsumen

Didalam Career suport bidang Bussines Developmnet saya masuk dalam bagian promosi dimana Promosi merupakan komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen agar membeli. Tujuan dari segala kegiatan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan. Jadi, saya dan team merancang sebuah pola agar perusahaan bisa berkembang dan mendapat kepercayaan dari publik untuk meningkatkan pangsa pasar.

### **2.1.9 Business Development**

Business Develpment adalah sebuah proses menciptakan nilai jangka panjang untuk perusahaan melalui pelanggan, pasar, dan juga relasi bisnis. as business development bukan hanya mengusahakan keuntungan sebanyak-banyaknya dalam waktu singkat. Business Development juga harus memikirkan strategi dan taktik dalam jangka panjang demi berkembangnya perusahaan tersebut. Dengan kata lain, seorang Business Develpment harus memutar uang terus-menerus agar perusahaan selalu untung. (Jesica:2021)

Business development tidak hanya berorientasi pada keuntungan dengan memutarakan uang saja namun juga memikirkan langkah startegi taktis guna pengembang perusahaan jangka pendek, menengah serta jangka panjang. Oleh karena itu seorang business development harus memiliki instrumen yang lengkap dalam mengambil keputusan dan menentukan langkah-langkah kedepannya. Keputusan yang diambil soreang business development menentukan apa yang menjadi tujuan kedepannya serta tindakan apa yang

dilakukan untuk masa sekarang guna menjawab tantangan-tangan yang ada. Maka dapat dikatakan bahwa business development bertugas menyelaraskan antara masalah yang dihadapi sekarang dan peluang yang akan terjadi di masa mendatang.

Berikut merupakan tanggung jawab dari business Development(Qisqus:2022):

1. Melakukan riset pasar
2. Mencari peluang pelanggan baru dan menjaga relasi antar pelanggan atau klien
3. Bekerja sama dengan divisi lain untuk memenuhi kebutuhan pasar atau klien
4. Menyusun dan mempresentasikan rencana pengembangan bisnis perusahaan
5. Melakukan riset perkembangan bisnis perusahaan secara berkala
6. Memahami produk dari perusahaan, kompetitor, dan posisi bisnis di dalam pasar
7. Bekerja sama dengan bagian sales agar mendapatkan calon klien atau pelanggan baru yang menjanjikan