

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penulisan	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Ruang Lingkup Penulisan	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
KAJIAN TEORI	12
2.1. Analisis Eksternal.....	12
2.1.1. Analisis Trend Komunikasi.....	12
2.1.2. Analisis Pesaing	12
2.1.3. Analisis Pelanggan	14
2.2. Analisis Internal	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3. <i>Key Success Factor</i>	27
2.4. <i>Competitive Profile Matrix</i>	28
2.5. TOWS MATRIX	28
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Desain Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Sampel.....	31

3.4.	Jenis Data.....	32
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6.	Sumber Data Penelitian	33
3.7.	Karakteristik Responden	34
3.8.	Kerangka Analisis	34
BAB IV.....		39
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		39
4.1.	Sejarah Perusahaan	39
4.2.	Filosofi Jalan Daun	40
4.3.	Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.4.	Visi, Misi dan Nilai PPM Manejemen.....	42
BAB V.....		43
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		43
5.1.	Analisis Eksternal.....	43
5.1.1.	Definisi Industri	43
5.1.2.	Analisis Tren Komunikasi.....	44
5.1.2.1.	Situasi Politik	45
5.1.2.2.	Situasi Ekonomi	45
5.1.2.3.	Situasi Sosial dan Budaya	46
5.1.2.4.	Situasi Teknologi	47
5.1.3.	Analisis Pelanggan	48
5.1.3.1.	Profil responden.....	49
5.1.3.2.	<i>Buying Center</i>	51
5.1.3.3.	<i>Buying Process</i>	52
5.1.4.	Analisis Pesaing	58
5.1.4.1.	Penentuan Pesaing-pesaing Utama.....	58
5.1.5.	KSF Komunikasi	78
5.1.6.	Peluang dan Ancaman.....	79
5.2.	Analisis Internal	81
5.2.1.	Strategi Pemasaran EDP PPM Manajemen.....	81
5.2.1.1.	Sasaran Strategi Pemasaran EDP PPM Manajemen.....	95
5.2.1.2.	<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	81
5.2.1.3.	<i>Marketing Mix</i>	81

5.2.2.	Strategi Komunikasi Pemasaran EDP PPM Manajemen saat ini	96
5.3.	Competitive Profile <i>Matrix</i> (CPM)	102
5.4.	Kekuatan dan kelemahan	103
BAB VI	104
Formulasi Strategi Komunikasi Pemasaran	104
6.1.	Objektif Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran	104
6.2.	TOWS <i>Matrix</i>	105
6.3.	Analisis Keputusan (AK)	108
BAB VII	110
IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN	110
7.1.	Penjelasan Implementasi	110
7.1.1.	EDP PPM Manajemen on Viral	110
7.1.2.	EDP PPM Manajemen Contact	114
7.1.3.	EDP PPM Manajemen Collaboration	115
7.2.	Time Line	117
7.3.	Anggaran Biaya	119
BAB VIII	121
KESIMPULAN DAN SARAN	121
8.1.	Kesimpulan	121
8.2.	Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Pelanggan EDP 2014 - 2015.....	4
Tabel 2. 1. <i>Matrix</i> SWOT	29
Tabel 3. 1. Sumber Data Penelitian	33
Tabel 4. 1. Analisis Trend Komunikasi	48
Tabel 5. 1. Tabel Perceived Value MarkPlus Institute	65
Tabel 5. 2. Tabel Perceived Value Prasetya Mulya ELI.....	71
Tabel 5. 3. Tabel Perceived Value PQM Public Training.....	74
Tabel 5. 4. <i>Marketing Communication Mix</i> antara EDP PPM Manajemen dan pesaing	77
Tabel 5. 5. Kriteria evaluasi dalam memilih provider pelatihan	55
Tabel 5. 6. Tabel Segmenting, Targeting, Positioning EDP PPM Manajemen	81
Tabel 5. 7. Komponen Flower Service	83
Tabel 5. 8. Gambaran Physical Evidence EDP PPM Manajemen.....	89
Tabel 5. 9. Competitive Profile <i>Matrix</i> (CPM)	102
Tabel 6. 1. TOWS <i>Matrix</i>	106
Tabel 6. 2. Kriteria Mutlak dan Kriteria Keinginan	108
Tabel 6. 3. Analisis Keputusan (AK).....	109
Tabel 7. 1. Timeline Implementasi Strategi Komunikasi EDP PPM Manajemen	118
Tabel 7. 2. Tabel Anggaran.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.Peningkatan Pelanggan B2B Executive Development Program	5
Gambar 2. 1.Tahapan Decision Making Process.	15
Gambar 2. 2 Service Marketing Communication Mix	26
Gambar 3. 1.Kerangka Analisis Penelitian	35
Gambar 4. 1.Struktur Organisasi.....	41
Gambar 5. 1.Pelatihan yang paling sering digunakan oleh responden dalam 1 tahun terakhir	60
Gambar 5. 2.Gambar Iklan Pelatihan MarkPlus Institute yang dimuat di Majalah Marketeers	62
Gambar 5. 3.Event yang diselenggarakan oleh MarkPlus.....	63
Gambar 5. 4. <i>Website</i> MarkPlus Institute	64
Gambar 5. 5.Ruang kelas MarkPlus Institute	65
Gambar 5. 6. Jenis discount PMELI	68
Gambar 5. 7.PMELI sebagai peserta Expo HR Summit.....	68
Gambar 5. 8. <i>Website</i> Prasetiya Mulya ELI.....	70
Gambar 5. 9.Arti Logo PMELI	70
Gambar 5. 10. Interior decor PMELI.....	70
Gambar 5. 11. <i>Website</i> PQM Public Training.....	74
Gambar 5. 12. Gambar profil jenis kelamin responden	49

Gambar 5. 13. Gambar profil usia responden	49
Gambar 5. 14. Profil pendidikan responden	50
Gambar 5. 15. Profil bidang industri responden	50
Gambar 5. 16. Komponen Buying Centre	52
Gambar 5. 17. Kebutuhan pelanggan dalam memilih provider pelatihan	53
Gambar 5. 18. Sumber informasi dalam memilih provider pelatihan	54
Gambar 5. 19. Urutan faktor penting dalam memilih provider pelatihan manajemen	56
Gambar 5. 20. Outlet selection dalam memilih provider pelatihan	58
Gambar 5. 21. Flower Service EDP PPM Manajemen	85
Gambar 5. 22. Gedung PPM Manajemen (Gedung Bina Manajemen A)	86
Gambar 5. 23. Akses Hotel sekitar PPM Manajemen	86
Gambar 5. 24. Service Blue Print pada user untuk pelatihan manajemen EDP PPM Manajemen	92
Gambar 5. 25. Service Blue Print pada buyers untuk pelatihan manajemen EDP PPM Manajemen	93
Gambar 5. 26. Iklan EDP PPM Manajemen di Majalah Manajemen	98
Gambar 5. 27. Email blast yang di terima pelanggan	99
Gambar 5. 28. <i>Website</i> PPM Manajemen	99
Gambar 7. 1. <i>Website</i> korporat dengan fitur e-commerce	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Judul Pelatihan EDP PPM Manajemen	128
Lampiran 2. <i>Tutorial Notes</i> (Panduan Mengajar) EDP PPM Manajemen.....	132
Lampiran 3. Daftar Pengajar EDP PPM Manajemen.....	134
Lampiran 4. Email Konfirmasi Pelatihan.....	135
Lampiran 5. Jadwal Pelatihan	136
Lampiran 6. Rangkuman Wawancara dengan Drektur Jasa Pengembangan Eksekutif	137
Lampiran 7. Rangkuman Wawancara dengan unit SDM/HR/HC sebagai Pelanggan EDP PPM Manajemen.....	140
Lampiran 8. Kuesioner Penelitian	142