**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Dunia pemasaran di masa kini terus tumbuh dan berkembang, metode pemasaran juga berubah sehingga tenaga pemasaran harus terus mengedukasi diri sesuai dengan perkembangan zaman. Di setiap negara berkembang khususnya Indonesia tenaga pemasaran sangat dibutuhkan, karena tenaga pemasaran di suatu perusahaan adalah ujung tombak dari perusahaan itu sendiri. Tenaga pemasaran juga diharuskan untuk berinovasi mengingat zaman yang sudah semakin maju dan strategi pemasaran sudah semakin beragam. Jika tenaga pemasaran sebuah perusahaan bersikap stagnan dan tidak mengikuti perubahan zaman, maka dapat dipastikan pertumbuhan perusahaan ini akan terhambat bahkan mengalami kebangkrutan.

Di Sulawesi Utara khususnya di Kota Manado potensi kekayaan alam dan budayanya sangat besar. Karenanya, banyak perusahaan atau unit bisnis yang ingin mengembangkan bisnisnya di daerah ini. Untuk menjalankan bisnis tersebut dibutuhkan tenaga pemasaran yang profesional agar tujuan dari perusahaan tercapai dengan maksimal. Namun sayangnya, tidak sedikit tenaga pemasar lokal yang belum mengetahui cara memasarkan yang baik kepada pelanggan sehingga ada perusahaan-perusahaan yang mencari tenaga pemasar dari luar daerah. Penggunaan tenaga pemasaran dari luar daerah membuat penyerapan tenaga kerja lokal yang profesional untuk bagian pemasaran berkurang. Keadaan ini membutuhkan perhatian khusus agar perkembangan SDM (Sumber Daya Manusia) daerah dibagian pemasaran tidak terhambat.

Sebenarnya ada banyak cara untuk menyelesaikan permasalahan diatas salah satunya dengan menggunaan perusahaan jasa konsultan pemasaran. Di Manado sendiri telah ada perusahaan yang bergerak dibidang jasa konsultan pemasaran yaitu MarkPlus.Inc Manado. Markplus.Inc hadir untuk membantu perusahaan yang membutuhkan tenaga pemasar profesional lokal dengan pelatihan-pelatihan yang akan membuat tenaga pemasar lokal mengetahui cara memasarkan yang baik dan benar. Public Education Programadalah salah satu pelatihan yang MarkPlus.Inc tawarkan kepada perusahaan-perusahaan atau unit bisnis yang ada di Kota Manado dengan topik yang dibutuhkan oleh setiap tenaga pemasar.

Sampai saat ini telah ada puluhan perusahaan baik perusahaan milik pemerintah maupun perusahaan swasta yang telah mendapatkan pelatihan Public Education Program dari MarkPlus.Inc Manado. Dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan dapat menambah kemampuan dan pengetahuan tenaga pemasar yang ada di perusahaan agar lebih kompeten di bidang pemasaran. Namun, belum terdapat pengukuran secara jelas terhadap dampak Public Education Program pada kemampuan tenaga pemasar di perusahaan-perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang telah mendapatkan jasa MarkPlus.Inc Manado melalui pelatihan Public Education Program adalah PT. Pegadaian Manado, yang sampai sekarang ini belum memiliki evaluasi yang jelas mengenai dampak pelatihan Public Education Program terhadap tenaga pemasar pada perusahaan mereka.

Begitu banyaknya jasa training yang menjanjikan hasil instan bagi peserta yang mengikutinya membuat calon konsumen bingung untuk menentukan pelatihan seperti apa yang benar-benar membuahkan hasil. Oleh karena itu, kredibilitas lembaga ataupun perusahaan yang memberikan pelatihan haruslah diuji mengenai tingkat keberhasilan pelatihan yang diberikan bagi pesertanya. Tiap jenis pelatihan sudah tentu memiliki tujuannya masing-masing, misalnya pelatihan untuk meningkatkan motivasi baiknya memiliki pengukuran mengenai seberapa berhasil metode yang digunakan untuk meningkatkan motivasi peserta. Akan tetapi sangat disayangkan banyak perusahaan maupun lembaga pelatihan tidak memiliki evaluasi yang jelas mengenai keberhasilan pelatihan yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengangkat permasalahan tersebut untuk dilakukan penelitian dengan judul "Pentingnya Evaluasi Pelatihan Public Education Program pada MarkPlus.Inc Manado".

1. **Identifikasi Masalah**

Dari uraian diatas dapat diidentifikasi masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. MarkPlus.Inc Manado belum memiliki evaluasi mengenai dampak dari pelatihan yang MarkPlus.Inc Manado tawarkan.
2. Evaluasi terhadap pemberian pelatihan masih dirasa kurang penting bagi perusahaan pemberian jasa pelatihan.
3. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti kemudian mengangkat rumusan masalah “Bagaimana penerapan Public Education Program bagi Pegawai Pemasaran?”

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk evaluasi mengenai pelaksanaan Public Education Program pada MarkPlus.Inc Manado

1. **Manfaat Penelitian**

Bagi Mahasiswa :

* 1. Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah wawasan dalam menerapkan teori-teori yang sudah diterima di masa perkuliahan. Khususnya pada ilmu pemasaran dan pelatihan pemasaran.
  2. Penelitian ini sebagai sarana atau syarat untuk mendapatkan gelar D-III di Politeknik Negeri Manado

Bagi Perusahaan :

1. Adanya penelitian ini untuk membantu pihak MarkPlus.Inc Manado mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai pentingnya evaluasi untuk dilaksanakan pada pelatihan Public Education Program MarkPlus.Inc Manado.

Bagi Jurusan :

1. Penelitian ini sebagai bahan untuk pegembangan ilmu pemasaran di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
2. **Teknik Penulisan**
3. **Metodologi**
4. **Waktu & Tempat**

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 3 bulan, terhitung sejak bulan maret 2017 sampai dengan bulan juni 2017 yang berlokasi di MarkPlus.Inc Manado, Lobby Sintesa Peninsula Hotel Manado, Jl. Jendral Sudirman, Wenang  
Manado, 95123.

1. **Jenis & Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendapat gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki kemudian peneliti akan membandingkan data yang ditemukan dengan teori yang diajukan. Menurut Sugiyono (2008) menyatakan definisi metode deskriptif analisis merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun.

1. **Jenis Data &Metode Pengumpulan Data**
2. **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu :

1. Data Primer, adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010)
2. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis derta dari studi pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, SMS, foto dan lain-lain (Arikunto, 2010).
3. **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian kali ini peneliti memilih jenis penelitian kualitatif, maka data yang diperoleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Menurut Sugiyono (2009) bahwa pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara.

1. **Observasi**

Observasi menurut Kusuma (1987) adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau obyek lain yang diselidiki. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tak terstruktur, observasi partisipan, dan observasi nonpartisipan.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan objek penelitian maka, peneliti memilih observasi tak terstruktur. Observasi nonpartisipan tak terstruktur dimana peneliti tidak melibatkan diri secara langsung dengan aktivitas subjek penelitian yaitu tenaga pemasaran PT. Pegadaian Manado hal ini peneliti lakukan agar peneliti dapat melihat aktivitas subjek penelitian secara alamiah tanpa ada bias dan subjek penelitian dapat beraktivitas secara normal tanpa merasa sedang di observasi.

1. **Wawancara**

Dalam teknik pengumpulan menggunakan wawancara hampir sama dengan kuesioner. Wawancara itu sendiri dibagi menjadi 3 kelompok yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam *in-depth interview).*

Namun disini peniliti memilih melakukan wawancara terstruktur, wawancara terstruktur sengaja dipilih agar proses wawancara lebih efisien dan tidak memakan banyak waktu subjek penelitian. Nantinya peneliti akan menyusun sebuah daftar pertanyaan yang berguna sebagai pedoman bagaimana wawancara terhadap subjek terjadi.

Menurut Sugiyono (2010), Wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara pewawancara telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif.

Untuk menghindari kehilangan informasi, maka peneliti meminta izin kepada informan untuk menggunakan alat perekam.

1. **Studi Pustaka**

Yaitu Teknik pengumpulan dta yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, majalah-majalah, jurnal-jurnal da media lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

1. **Metode Analisis**

Menurut Sugiyono (2009) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis Deskriptif Kualitatif Analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan memberikan ulasan atau interpretasi terhadap data yang diperoleh sehingga menjadi lebih jelas dan bermakna dibandingkan dengan sekedar angka-angka.