

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS  
SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PENCAPAIAN  
TARGET PENJUALAN DI PERUSAHAAN JASA PT. SHIELD  
ON SERVICES KOTA MANADO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Terapan Manajemen (S.Tr.M) Pada Program Studi Manajemen Bisnis

**Oleh:**

**NADIA PATURUSI  
NIM: 21 053 023**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, SAINS DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
2025**

Nadia Paturusi, 2025 “**Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di Perusahaan Jasa PT. Shield On Services Kota Manado**”. Di bawah bimbingan Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si dan Wingston M. J. Longdong, SS., M.Hum

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia serta pengaruhnya terhadap pencapaian target penjualan pada PT. Shield On Services Cabang Manado. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan di industri jasa keamanan, sehingga perusahaan dituntut memiliki strategi pemasaran yang adaptif serta kualitas sumber daya manusia yang profesional untuk mendukung pencapaian target penjualan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan saat ini mengombinasikan promosi langsung (presentasi, brosur, proposal) dengan pemanfaatan media digital, meskipun penggunaannya masih terbatas. Kualitas sumber daya manusia berperan besar dalam retensi klien, terutama melalui disiplin, profesionalitas, serta keterampilan petugas lapangan. Kendala utama yang dihadapi perusahaan adalah persaingan harga yang ketat, keterbatasan promosi digital, serta tuntutan klien terhadap standar SDM yang lebih tinggi. Penelitian menyimpulkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas SDM memiliki hubungan yang erat dalam mendukung pencapaian target penjualan. Rekomendasi yang diajukan meliputi penguatan promosi digital, peningkatan pelatihan SDM, serta pemeliharaan hubungan baik dengan klien lama.

**Kata kunci: Strategi pemasaran, kualitas sumber daya manusia, pencapaian target penjualan, PT. Shield On Services.**

Nadia Paturusi, 2025 “***Analysis of Marketing Strategies and Human Resource Quality on Achieving Sales Targets in the Service Company PT. Shield On Services Manado***”. Di bawah bimbingan Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si dan Wingston M. J. Longdong, SS., M.Hum

#### **ABSTRACT**

*The aim of the study is to analyze marketing strategies and human resource quality and their influence on achieving sales targets at PT. Shield On Services Manado Branch. The background of this research is based on the increasing competition in the security service industry, which requires the company to adopt adaptive marketing strategies and professional human resources to support the achievement of sales targets. The study employed a qualitative descriptive approach through in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that the company's marketing strategy currently combines direct promotion (presentations, brochures, proposals) with the use of digital media, although its utilization remains limited. Human resource quality plays a major role in client retention, particularly through discipline, professionalism, and the skills of field personnel. The main challenges faced by the company are intense price competition, limited digital promotion, and client demands for higher HR standards. The study concludes that marketing strategies and HR quality are closely related in supporting the achievement of sales targets. Recommendations include strengthening digital promotion, improving HR training, and maintaining good relationships with existing clients.*

**Keywords:** *Marketing strategy, human resource quality, sales target achievement, PT. Shield On Services.*

## **MOTTO**

“Kesuksesan bukan sekedar tujuan, tetapi bukti bahwa perempuan mampu berdiri kuat di tengah tantangan.”

**(Nadia Paturusi)**

“Setiap fase hidup harus dijalani dengan semangat, karena semua ada pelajaran untuk naik level.”

**(Merry Riana)**

“Maka apabila engkau telah selesai (dari satu urusan), tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

**(QS. Al-Insyirah: 7–8)**

### **Kupersembahkan Karya ini Untuk :**

Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-Nya dalam memudahkan segala hal. Kedua orang tuaku tercinta, Mama dan Papa atas doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti. Serta Kakak dan Adik tersayang.



**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi oleh Nadia Paturusi  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Manado, 12 September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1



**Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si**  
NIP. 19651119 199003 1 003

Dosen Pembimbing 2



**Wingston M. J. Longdong, SS., M.Hum**  
NIP. 19700317 200501 1 001

Ketua Panitia,



**Juliet P. T. Makinggung, SE., M.Si**  
NIP. 19720915 200212 2 001

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS SUMBER DAYA  
MANUSIA TERHADAP PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN DI  
PERUSAHAAN JASA PT. SHIELD ON SERVICES KOTA MANADO**

Oleh

**NADIA PATURUSI**  
NIM. 21053023

Telah dipertimbangkan di depan dewan penguji dan dinyatakan sebagai salah satu  
persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)

Pada tanggal 12 September 2025

Ketua/Penguji 1



**Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si**  
NIP. 19651119 199003 1 003

Penguji 2



**Dra. Margaretha A. Rundengan, M.Pd**  
NIP. 19670310 199403 2 002

Penguji 3



**Meidy Wollah, S.Pd., M.Pd**  
NIP. 19730528 200501 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



**Diana Rovena S. Maramis, SE., M.Si**  
NIP. 19720915 200212 2 001

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nadia Paturusi  
NIM : 21053023  
Jurusan : Administrasi Bisnis  
Program Studi : DIV Manajemen Bisnis  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di Perusahaan Jasa PT. Shield On Services Kota Manado

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



**Nadia Paturusi**  
NIM. 21053023

FM-203 ed.A rev.0

## BIODATA MAHASISWA

Nama Lengkap : Nadia Paturusi  
NIM : 21 053 023  
Tempat Tanggal Lahir : Manado, 15 September 2002  
Agama : Islam  
Alamat : Lingkungan II Ternate Baru Kec.Singkil  
Nama Ayah : Syarif Paturusi  
Nama Ibu : Jeanne Tumbelaka  
Alamat Orang Tua : Perumahan Permata Viola Sukur Minahasa Utara  
Daerah Asal : Minahasa Utara  
Judul Tugas Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Sumber  
Daya Manusia Terhadap Pencapaian Target  
Penjualan Di Perusahaan Jasa PT. Shield On  
Services Kota Manado  
Dosen Pembimbing 1. Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si  
2. Wingston M. J. Longdong, SS., M.Hum  
Dosen Penguji 1. Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si  
2. Dra. Margaretha A. Rundengan, M.Pd  
3. Meidy Wollah, S.Pd., M.Pd  
Waktu Pelaksanaan Ujian : 12 September 2025



Manado, 12 September 2025

Mahasiswa

Nadia Paturusi  
Nim: 21 053 023

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan hikmat-Nya sehingga proses penyusunan Skripsi ini bisa selesai tepat waktu dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Skripsi ini dibuat dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian studi di Politeknik Negeri Manado. Selain itu juga proposal Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan.

Skripsi ini akan membahas Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di Perusahaan Jasa Pt. Shield On Services Kota Manado. Penyelesaian penelitian sampai pada penyusunan Skripsi, penulis sadar bahwa ada begitu banyak bantuan yang telah diterima oleh penulis. Karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dalam penyelesaian Skripsi ini, yakni:

1. Dra. Maryke Alelo, MBA, sebagai Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. DR. Diane Tangian, SH., M.Si sebagai Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvie R. Kalele, SE., M.Si sebagai Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.
4. Rudolf Estephanus Golioth Mait, ST., MT sebagai Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P.T. Makinggung, SE.,M.Si, sebagai Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama Politeknik Negeri Manado, sekaligus Ketua Panitia Seminar Ujian Skripsi.

6. Diana Roweina S. Maramis, SE.,M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
7. Arifmanuel Kolondam, SE.,MM, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
8. Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si, sebagai Dosen Pembimbing 1 Proposal Penelitian.
9. Wingston Markus J. Longdong, SS.,M.Hum, sebagai Dosen Pembimbing 2 Proposal Penelitian.
10. Habianto Thalib, SE, selaku Kepala Cabang PT Shield On Services Kota Manado.
11. Penulis menyampaikan Terima Kasih kepada kedua Orangtua penulis yang tersayang. Mama **Anne Tumbelaka** dan Papa **Syarif Paturusi** yang selalu mensupport, memberikan doa dan memberikan dorongan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan hingga bisa menyelesaikan studi sampai mendapatkan gelar Sarjana. Terima Kasih atas pengorbanan kalian berkorban keringat, tenaga, pikiran dan bekerja keras demi penulis. Dalam tiap halaman skripsi ada tetes keringat dan air mata dalam menyusun lembaran skripsi ini.
12. Riska Paturusi & Edo Paturusi sebagai kakak penulis yang selalu menjadi support system serta adik-adik penulis yang sangat penulis sayangi.
13. Semua keluarga penulis yang sudah sangat membantu dari awal kuliah hingga selesai kuliah.
14. Sahabat saya Novita Pontolondo dan Novi Tuwoliu yang dari awal kuliah hingga selesai selalu bersama-sama saling menemani dan mendukung sampai

menyelesaikan skripsi sama-sama serta teman-teman penulis yang sudah membantu dan menemani selama masa kuliah.

15. Semua pihak yang membantu penulis dalam penyusunan Proposal Penelitian yang tidak sempat penulis sebutkan

Penulis sangat menyadari masih terdapat ketidaksempurnaan dalam skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan adanya pihak yang berkenan untuk dapat menyempurnakannya lewat kritik dan saran yang konstruktif sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan lebih sempurna. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan juga dapat berguna sebagai bahan referensi dalam penyelesaian karya ilmiah dimasa yang akan datang.

Manado, 15 September 2025

Penulis,

**Nadia Paturusi**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	0
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	vii
<b>BIODATA MAHASISWA</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Fokus Penelitian .....	7
1.6 SubFokus Penelitian .....	7
1.7 Tujuan Penelitian .....	8

1.8 Manfaat Penelitian .....	8
1.8.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.8.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II KERANGKA PIKIR TEORITIS .....</b>	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Strategi Pemasaran Jasa .....	10
2.1.2 Kualitas Sumber Daya Manusia .....	16
2.1.3 Pencapaian Target Penjualan .....	20
2.1.4 Hubungan Strategi Pemasaran dan Kualitas SDM dengan Target .....	21
Penjualan .....	21
2.2 Hasil Penelitian Relevan .....	22
2.3 Kerangka Berpikir .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.2 Jenis Penelitian .....	26
3.3 Metode Penelitian .....	26
3.4 Data dan Sumber Data .....	27
3.5 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data .....	28
3.6 Teknik Analisis Data .....	29
3.7 Pemeriksaan Keabsahan Data .....	30
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>32</b>

4.1 Sejarah Perusahaan .....	32
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4.3 Bidang Usaha.....	34
4.4 Sumber Daya Perusahaan .....	35
4.5 Organisasi Perusahaan.....	36
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
5.1 Temuan Penelitian.....	40
5.1.1 Sub Fokus 1 Strategi Pemasaran PT. Shield On Services.....	41
5.1.2 Sub Fokus Kualitas Sumber Daya Manusia .....	44
5.1.3 Sub Fokus Pencapaian Target Penjualan .....	47
5.2 Pembahasan Temuan Penelitian.....	50
5.2.1 Pembahasan Temuan Penelitian Strategi Pemasaran PT. Shield On Services..	50
5.2.2 Pembahasan Temuan Penelitian Kualitas Sumber Daya Manusia.....	54
5.2.3 Pembahasan Temuan Penelitian Pencapaian Target Penjualan .....	56
5.3 Implementasi.....	59
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
6.1 Kesimpulan.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu .....	18
5.1	Data Informan .....	35
5.2	Jawaban Informan .....	36
5.3	Jawaban Informan .....	37
5.4	Jawaban Informan .....	38
5.5	Jawaban Informan .....	39
5.6	Jawaban Informan .....	40
5.7	Jawaban Informan .....	41
5.8	Jawaban Informan .....	42
5.9	Perlengkapan dan Peralatan .....	47
5.10	Data Pencapaian Penjualan .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
2.1	Strategi Marketing Mix 7P.....	11
2.1	Kerangka Berpikir.....	21
3.1	Logo PT Shield On Services.....	28
4.1	Struktur Organisasi PT Shield On Services.....	32
5.1	Brosur Pemasaran.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1	Dokumentasi Penelitian .....	55
2	Dokumentasi Penelitian .....	56
3	Daftar Pertanyaan Kepada Informan.....	57
4	Daftar Informan Penelitian.....	58
5	Data Realisasi Penjualan (Client).....	59
6	Brosur Perusahaan.....	60
7	Data Sumber Daya Perusahaan .....	61
8	Pelatihan Sumber Daya Manusia .....	62

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor jasa merupakan tulang punggung perekonomian nasional, dengan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan kelancaran berbagai aktivitas bisnis serta pemerintahan. Dalam konteks ini, penyedia jasa keamanan memegang peran krusial dalam menjaga stabilitas dan ketertiban. Kebutuhan akan layanan keamanan terus meningkat seiring pertumbuhan pembangunan di berbagai daerah, termasuk di Manado dan sekitarnya. Kondisi ini menjadikan industri jasa keamanan sebagai sektor yang sangat prospektif, namun juga diiringi dengan tingkat persaingan yang semakin ketat. PT. Shield On Services sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa outsourcing di Kota Manado memiliki layanan yang terintegrasi meliputi jasa keamanan (security services), jasa kebersihan (cleaning services), penyediaan tenaga driver, serta tenaga administrasi untuk berbagai kebutuhan perusahaan klien. Diversifikasi layanan ini menunjukkan bahwa PT. Shield On Services tidak hanya berfokus pada penyediaan tenaga keamanan, tetapi juga berupaya menjadi mitra strategis bagi perusahaan klien dalam mendukung kegiatan operasional mereka secara menyeluruh. Keberadaan layanan yang bervariasi ini membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan adaptif agar setiap segmen layanan dapat dikenal, diminati, serta dipilih oleh klien potensial.

Dalam industri jasa, pemasaran memiliki peran sentral karena sifatnya yang tidak berwujud (*intangibility*). Calon pelanggan tidak dapat melihat atau merasakan

layanan keamanan sebelum mereka membelinya. Oleh karena itu, perusahaan harus secara proaktif membangun citra yang kuat, memberikan bukti nyata kualitas pelayanan, dan menunjukkan kredibilitas melalui setiap aktivitas pemasaran. Pemasaran jasa juga tidak hanya terbatas pada promosi formal. Ini mencakup bagaimana perusahaan membangun komunikasi yang efektif dan personal dengan klien, mengedukasi mereka tentang pentingnya keamanan, serta menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan untuk menumbuhkan loyalitas. PT. Shield On Services perlu memanfaatkan beragam pendekatan, baik promosi formal maupun rekomendasi dari klien yang puas, untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di mata calon pelanggan. Strategi pemasaran yang tepat akan membantu perusahaan mengoptimalkan potensi pasar, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Di sisi lain, kualitas sumber daya manusia (SDM) adalah faktor penentu keberhasilan dalam pencapaian target penjualan, khususnya di sektor jasa keamanan. Karyawan jasa keamanan adalah garda terdepan perusahaan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan, menjadi representasi dari citra dan nilai perusahaan. Kualitas Sumber Daya Manusia yang baik akan tercermin dari layanan yang prima, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan klien, yang pada gilirannya akan memupuk loyalitas. Sebaliknya, kualitas Sumber Daya Manusia yang rendah dapat merusak persepsi klien, menurunkan kepuasan, dan secara langsung berdampak pada penurunan penjualan. Kualitas Sumber Daya Manusia di sektor keamanan mencakup keterampilan teknis dalam pengamanan, kemampuan menghadapi kondisi darurat, sikap kerja profesional, rasa tanggung jawab tinggi,

serta kemampuan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Menurut Hasibuan (2019), kualitas Sumber Daya Manusia adalah kombinasi harmonis antara keterampilan, pengetahuan, sikap, dan pengalaman kerja yang secara langsung memengaruhi produktivitas dan kualitas layanan. Oleh karena itu, pengelolaan Sumber Daya Manusia yang cermat melalui pelatihan berkelanjutan, pembinaan, dan pengawasan menjadi krusial untuk menjaga standar layanan.

Meskipun menyadari pentingnya kedua pilar tersebut, PT. Shield On Services masih bergulat dengan berbagai tantangan dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Kendala-kendala ini multidimensional: mulai dari keterbatasan dalam merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal Manado, kurang optimalnya pemanfaatan media promosi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, hingga keterbatasan dalam jumlah dan kualitas Sumber Daya Manusia yang sepenuhnya memenuhi standar pelayanan premium. Selain itu, perusahaan juga menghadapi tekanan eksternal berupa persaingan harga yang ketat dari perusahaan jasa keamanan lain yang menerapkan strategi pemasaran agresif, menawarkan harga kompetitif, dan variasi layanan yang menarik bagi calon klien. Situasi kompleks ini mendesak PT. Shield On Services untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran yang telah dijalankan dan segera melakukan pembenahan substansial pada pengelolaan Sumber Daya Manusia guna mendukung pencapaian target penjualan secara optimal dan berkelanjutan.

Dalam menghadapi dinamika yang begitu kompleks, diperlukan analisis mendalam dan komprehensif mengenai bagaimana strategi pemasaran yang telah

diterapkan PT. Shield On Services dalam memasarkan layanan, bagaimana kondisi kualitas Sumber Daya Manusia dalam memberikan layanan pengamanan, serta bagaimana interaksi antara kedua aspek tersebut memengaruhi pencapaian target penjualan perusahaan. Penelitian semacam ini krusial untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai praktik strategi pemasaran dan kondisi Sumber Daya Manusia real di lapangan, sekaligus mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi perusahaan dalam mencapai target penjualannya.

Untuk menggali permasalahan ini secara mendalam, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang kaya dan mendalam terkait pengalaman, pandangan, serta strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Pendekatan kualitatif juga memungkinkan pemahaman konteks dan dinamika yang terjadi di lapangan secara komprehensif, sehingga dapat menggambarkan kondisi nyata yang dihadapi. PT. Shield On Services dalam menjalankan strategi pemasaran dan mengelola Sumber Daya Manusia demi mencapai target penjualan. Penelitian ini akan melibatkan narasumber dari berbagai tingkatan di PT. Shield On Services, termasuk pihak manajemen yang membuat keputusan strategis, staf pemasaran yang berada di garis depan, serta staf lapangan yang terlibat langsung dalam aktivitas pengamanan dan pelayanan kepada klien.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperoleh informasi detail mengenai faktor-faktor pendukung yang dapat dioptimalkan dan faktor-faktor penghambat yang perlu diatasi dalam implementasi strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. Shield On Services. Selain itu, penelitian ini juga akan

memberikan wawasan mengenai kondisi kualitas Sumber Daya Manusia yang dimiliki perusahaan dan, yang terpenting, bagaimana hubungan kompleks antara kedua aspek tersebut berdampak pada pencapaian target penjualan perusahaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi rekomendasi praktis dan aplikatif bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, melakukan pembenahan pengelolaan Sumber Daya Manusia secara berkelanjutan, dan pada akhirnya meningkatkan kualitas pelayanan kepada klien sehingga target penjualan dapat tercapai secara konsisten.

Dengan demikian, judul penelitian “Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pencapaian Target Penjualan di Perusahaan Jasa PT. Shield On Services” dengan pendekatan kualitatif ini dirasa sangat relevan dan mendesak. Harapannya, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena yang terjadi di lapangan, tetapi juga menyajikan rekomendasi yang benar-benar dapat diimplementasikan untuk mengoptimalkan kinerja penjualan melalui strategi pemasaran yang cerdas dan penguatan kualitas sumber daya manusia yang mumpuni.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang ada pada PT. Shield On Services Kota Manado, yaitu:

1. Adanya tantangan yang dihadapi PT. Shield On Services Kota Manado dalam menerapkan strategi pemasaran di industri jasa keamanan sehingga

perlu dianalisis strategi yang digunakan perusahaan untuk menghadapi persaingan.

2. Kualitas sumber daya manusia di PT. Shield On Services Kota Manado, terutama dari aspek keterampilan teknis, komunikasi, serta profesionalisme dalam memberikan pelayanan jasa keamanan kepada klien, masih perlu dievaluasi secara menyeluruh.
3. Adanya kendala yang mungkin dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran dan pengelolaan sumber daya manusia secara efektif.
4. Perlunya analisis keterkaitan antara strategi pemasaran dengan kualitas sumber daya manusia dalam mendukung pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services Kota Manado.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada dua variabel utama, yaitu strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia, serta bagaimana keduanya berkontribusi terhadap pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services Kota Manado. Fokus penelitian dibatasi pada implementasi strategi yang dijalankan oleh cabang perusahaan di Kota Manado dan kualitas SDM internal yang terlibat langsung dalam pelayanan kepada klien. Penelitian ini tidak membahas aspek keuangan perusahaan, aspek hukum, ataupun Perusahaan sejenis di luar Kota Manado.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Shield On Services dalam menghadapi persaingan di industri jasa keamanan di Kota Manado?
- 2) Bagaimana kualitas sumber daya manusia di PT. Shield On Services, khususnya dalam aspek keterampilan teknis, komunikasi, dan profesionalisme dalam mendukung pelayanan jasa keamanan kepada klien?
- 3) Apa saja kendala utama yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran dan mengelola sumber daya manusia secara efektif?
- 4) Bagaimana keterkaitan antara strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia dalam memengaruhi pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services Kota Manado?

### **1.5 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini diarahkan pada analisis strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia serta keterkaitannya terhadap pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services Kota Manado. Penelitian ini berupaya menelaah secara mendalam bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan dapat menghadapi persaingan di industri jasa keamanan, bagaimana kondisi kualitas sumber daya manusia yang ada, kendala apa saja yang dihadapi perusahaan, serta bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi dalam mendukung pencapaian target penjualan.

### **1.6 SubFokus Penelitian**

1. Strategi Pemasaran PT Shield On Services
2. Kualitas Sumber Daya Manusia

### 3. Pencapaian Target Penjualan

#### 1.7 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Shield On Services dalam menghadapi persaingan di sektor jasa keamanan.
- 2) Mendeskripsikan kondisi kualitas sumber daya manusia di PT. Shield On Services dalam memberikan pelayanan kepada klien.
- 3) Mengidentifikasi kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran dan pengelolaan SDM yang berdampak pada pencapaian target penjualan.
- 4) Menganalisis hubungan antara strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia terhadap pencapaian target penjualan perusahaan. Mendeskripsikan kondisi kualitas sumber daya manusia di PT. Shield On Services dalam mendukung pelayanan jasa keamanan kepada klien.

#### 1.8 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis, yaitu:

##### 1.8.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang manajemen pemasaran jasa dan manajemen sumber daya manusia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian target penjualan di sektor jasa keamanan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

### **1.8.2 Manfaat Praktis**

- 1) Bagi PT. Shield On Services: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi komprehensif untuk memperbaiki strategi pemasaran agar lebih sesuai dengan karakteristik pasar lokal dan menghadapi persaingan. Selain itu, memberikan rekomendasi konkret mengenai penguatan kualitas sumber daya manusia untuk mendukung peningkatan layanan dan kepuasan klien. Hasil penelitian ini juga akan membantu perusahaan memahami secara holistik hubungan antara strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia dalam mendukung pencapaian target penjualan secara simultan.
- 2) Bagi Dunia Akademik: Hasil penelitian ini dapat menjadi studi kasus yang relevan dan materi pembelajaran, khususnya bagi mahasiswa program studi manajemen bisnis dan administrasi bisnis, dalam memahami implementasi strategi bisnis di perusahaan jasa. Membantu perusahaan memahami hubungan antara strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia secara simultan dalam mendukung pencapaian target penjualan.

## **BAB II**

### **KERANGKA PIKIR TEORETIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

Teori berupa sebuah penjelasan atau hal yang menjelaskan tentang sebuah sistem yang mendiskusikan bagaimana sebuah fenomena terjadi dan mengapa fenomena itu terjadinya demikian (Jhonson dan Christensen, 2019). Dari pengertian diatas peneliti mengkaji teori-teori yang berhubungan dengan judul yang akan diteliti

##### **2.1.1 Strategi Pemasaran Jasa**

Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran adalah proses logis yang digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing dan memuaskan pelanggan secara berkelanjutan. Strategi ini mencakup segmentasi pasar, penetapan target pasar, penentuan posisi pasar (STP), dan pengembangan bauran pemasaran (marketing mix). Strategi pemasaran sangat penting diterapkan secara sistematis, terlebih lagi dalam konteks perusahaan jasa yang menjual kepercayaan dan profesionalisme, bukan produk fisik. Pemasaran jasa berbeda dengan pemasaran produk karena karakteristik jasa yang intangibility (tidak berwujud), inseparability (tidak terpisahkan dengan penyedia), variability (bervariasi tergantung pelaku layanan), dan perishability (tidak dapat disimpan) (Lovelock & Wirtz, 2020).

Paendong et al. (2023) menyatakan bahwa implementasi *digital marketing* melalui website profiling produk UMKM secara signifikan meningkatkan visibilitas dan efektivitas pemasaran. Meskipun studi tersebut dilakukan pada

UMKM, pendekatannya relevan bagi strategi pemasaran perusahaan jasa di Manado, termasuk PT. Shield On Services yang membutuhkan kehadiran digital yang kuat. Di perusahaan jasa seperti PT. Shield On Services, strategi pemasaran harus difokuskan pada pendekatan personal dan pelayanan yang profesional karena jasa keamanan sangat bergantung pada kepercayaan pelanggan terhadap kualitas sumber daya manusia yang diberikan.

Dengan adanya Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi perusahaan. Menurut Rangkuti (2014), analisis ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

### **1. Strengths (Kekuatan):**

- Memiliki tenaga keamanan yang sudah terlatih dan bersertifikasi.
- Hubungan baik dengan klien lama sehingga mendapatkan repeat order.
- Manajemen internal yang berpengalaman dalam menangani berbagai proyek pengamanan.

### **2. Weaknesses (Kelemahan):**

- Kurangnya promosi digital dan media sosial.
- Belum adanya pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas pemasaran.
- Ketergantungan pada jaringan relasi untuk mendapatkan proyek baru.

### **3. Opportunities (Peluang):**

- Kebutuhan terhadap jasa pengamanan di sektor perkantoran, perumahan, dan ritel di Manado terus meningkat.

- Adanya regulasi pemerintah yang mewajibkan penggunaan tenaga keamanan bersertifikasi.
- Peluang untuk menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah atau swasta besar.

#### **4. Threats (Ancaman):**

- Persaingan ketat antar perusahaan jasa keamanan di Manado.
- Klien cenderung memilih penyedia jasa dengan harga lebih murah tanpa memperhatikan kualitas.
- Tingkat pergantian karyawan (turnover) yang tinggi memengaruhi kualitas layanan.

Dengan melihat analisis SWOT yang ada perlunya juga mengetahui Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) untuk membantu Perusahaan agar dapat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

STP merupakan pendekatan penting dalam strategi pemasaran modern. Konsep ini membantu perusahaan untuk memahami dan menentukan pasar sasaran secara tepat.

#### **Segmenting (Segmentasi):**

Perusahaan mengelompokkan pasar berdasarkan jenis klien, seperti:

- Instansi pemerintahan
- Perusahaan swasta
- Perumahan elite
- Pusat perbelanjaan
- Institusi Pendidikan

Segmentasi ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan khusus dari setiap jenis klien dan menyesuaikan layanan.

**Targeting (Penetapan Target):**

PT. Shield On Services memfokuskan target pada sektor perusahaan dan institusi pemerintahan yang membutuhkan jasa keamanan jangka panjang dan memiliki anggaran yang memadai. Target ini dipilih karena stabilitas kontrak dan peluang untuk ekspansi layanan yang lebih besar.

**Positioning (Penentuan Posisi):**

Perusahaan memposisikan dirinya sebagai penyedia jasa keamanan profesional, terpercaya, dan berpengalaman, dengan tenaga kerja yang terlatih dan sistem kerja yang terstandar. Penekanan pada kualitas SDM menjadi pembeda utama dibandingkan pesaing.

Dengan demikian strategi pemasaran merupakan suatu alata tau mindset pemasaran yang dapat dimanfaatkan atau dirancang untuk mencapai tujuan Perusahaan yang berhubungan dengan penetapan sasaran pasar, positioning atau marketing mix. Ada beberapa strategi pemasaran dilakukan berdasarkan Analisa marketing mix. Menurut Kotler dan Amstrong (2019) yaitu bauran pemasaran Adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi, produk penetapan harga, promosi, distribusi yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa strategi pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur

marketing mix (Marketing Mix 7P) yaitu: Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence.



Gambar 2.1  
Strategi *Marketing Mix 7P*  
*Sumber: Kotler dan Amstrong (2020)*

### **1. Product (Produk):**

Produk utama perusahaan adalah jasa pengamanan yang diberikan oleh tenaga keamanan yang profesional dan memiliki standar operasional kerja (SOP) yang jelas. Layanan tambahan meliputi pelatihan dasar keamanan, pelaporan harian, dan sistem rotasi petugas. Dalam jasa, kualitas dan konsistensi layanan menjadi bagian dari “produk”.

### **2. Price (Harga):**

Penetapan harga dilakukan berdasarkan tingkat risiko pekerjaan, jumlah personel, dan kebutuhan klien. Perusahaan harus menyesuaikan harga agar tetap kompetitif tetapi juga mencerminkan nilai dari pelayanan yang diberikan.

**3. Place (Distribusi):**

Sebagai perusahaan jasa, distribusi dilakukan melalui pengiriman personel ke lokasi klien. Lokasi kantor cabang di Manado menjadi pusat koordinasi pelayanan di wilayah Sulawesi Utara.

**4. Promotion (Promosi):**

Strategi promosi masih bersifat konvensional seperti melalui presentasi langsung dan relasi. Namun, untuk meningkatkan daya saing, perusahaan perlu memanfaatkan media digital, seperti website, media sosial, dan Google Business, guna memperluas jangkauan promosi.

**5. People (Orang):**

Sumber daya manusia adalah inti dari jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap tenaga keamanan dilatih secara berkala dan memiliki keterampilan komunikasi serta kedisiplinan tinggi.

**6. Process (Proses):**

Proses pelayanan mulai dari rekrutmen, pelatihan, penempatan, hingga evaluasi kinerja harus berjalan secara sistematis dan transparan. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan klien.

**7. Physical Evidence (Bukti Fisik):**

Meskipun jasa tidak berwujud, perusahaan dapat memberikan bukti fisik berupa seragam personel, laporan harian, tanda pengenal, dan tampilan kantor. Hal ini menunjukkan profesionalisme dan kredibilitas perusahaan.

Strategi pemasaran yang disusun berdasarkan analisis SWOT, STP, dan 7P di atas menjadi acuan untuk memahami bagaimana PT. Shield On Services dapat

mengoptimalkan peran pemasaran dalam mencapai target penjualan. Strategi ini juga menunjukkan bahwa kualitas SDM tidak bisa dipisahkan dari kegiatan pemasaran, terutama dalam konteks bisnis jasa keamanan.

Strategi pemasaran jasa di perusahaan jasa keamanan seperti PT. Shield On Services dapat meliputi:

- Promosi secara personal melalui pendekatan relasional (relationship marketing) kepada klien potensial.
- Pemanfaatan media digital dan media sosial untuk memperluas jangkauan pemasaran.
- Peningkatan kualitas layanan sebagai alat pemasaran tidak langsung.
- Pengelolaan citra perusahaan melalui publikasi kinerja, penghargaan, serta testimoni klien.

Pemasaran jasa juga perlu mempertimbangkan elemen bauran pemasaran jasa yang mencakup produk layanan, harga layanan, tempat atau distribusi, promosi, orang (people), proses, dan bukti fisik (physical evidence) sebagai satu kesatuan strategi untuk menjangkau target pasar dan meningkatkan penjualan jasa perusahaan secara berkelanjutan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2020).

### **2.1.2 Kualitas Sumber Daya Manusia**

Menurut Hasibuan (2020), kualitas sumber daya manusia merupakan perpaduan keterampilan teknis, pengetahuan, sikap kerja, dan pengalaman yang mempengaruhi produktivitas kerja. SDM berkualitas di sektor jasa tidak hanya ditandai keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan komunikasi (soft skill), etos kerja, tanggung jawab, dan kepekaan terhadap kebutuhan klien. Menurut

Sedarmayanti (2017:45), kualitas SDM adalah keseluruhan kemampuan yang dimiliki oleh individu yang meliputi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku kerja yang digunakan dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan kata lain, kualitas SDM mengarah pada sejauh mana seorang karyawan mampu melaksanakan tugasnya dengan baik berdasarkan kompetensi yang dimiliki.

Mangkunegara (2017) juga menjelaskan bahwa kualitas SDM ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu:

1. Kompetensi, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja.
2. Motivasi, yaitu dorongan dalam diri individu untuk mencapai prestasi kerja yang tinggi.

### **Aspek Penilaian Kualitas SDM**

Untuk mengukur kualitas SDM secara menyeluruh, dapat digunakan beberapa aspek berikut:

1. Pendidikan dan Pelatihan

Tingkat pendidikan serta pelatihan yang diterima karyawan mempengaruhi kompetensinya dalam menyelesaikan pekerjaan. SDM yang terlatih akan lebih siap menghadapi tantangan kerja.

2. Pengalaman Kerja

Pengalaman kerja memengaruhi kemampuan adaptasi dan pengambilan keputusan dalam berbagai situasi kerja.

3. Kedisiplinan

Kedisiplinan menunjukkan tanggung jawab dan komitmen terhadap

pekerjaan. SDM yang disiplin akan bekerja sesuai aturan dan waktu yang ditentukan.

#### 4. Etika dan Sikap Kerja

Termasuk kejujuran, integritas, loyalitas, dan kemampuan bekerja sama dalam tim.

#### 5. Kesehatan dan Kesiapan Fisik

Terutama pada perusahaan jasa keamanan seperti PT. Shield On Services, kesiapan fisik menjadi indikator penting dalam menilai kualitas kerja personel.

### **Peran Kualitas SDM dalam Perusahaan Jasa**

Dalam konteks perusahaan jasa seperti PT. Shield On Services, kualitas SDM menjadi penentu utama dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat disimpan atau diuji sebelum dibeli, sehingga interaksi langsung antara karyawan dengan klien menjadi kunci kepuasan pelanggan.

Karyawan yang memiliki keterampilan komunikasi, sikap profesional, serta mampu memberikan layanan yang cepat dan tanggap, akan memperkuat citra perusahaan dan berkontribusi besar terhadap pencapaian target penjualan. Sebaliknya, kualitas SDM yang rendah akan berdampak langsung pada menurunnya kepercayaan pelanggan.

### **Kualitas SDM dan Hubungannya dengan Target Penjualan**

Penjualan dalam perusahaan jasa sangat tergantung pada performa SDM, karena:

- Mereka menjadi wajah perusahaan di mata pelanggan.

- Mereka menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- Mereka mempengaruhi jumlah kontrak layanan yang berhasil dijalankan atau diperpanjang.

Dengan demikian, kualitas SDM yang tinggi akan secara langsung mendukung peningkatan penjualan, baik dalam bentuk pelayanan yang lebih efisien, loyalitas klien, maupun kemampuan staf dalam menawarkan layanan tambahan (up-selling).

Dalam konteks lokal, Walean et al. (2020) melalui penelitian di Hotel Sintesa Peninsula Manado menemukan bahwa beban kerja yang tidak proporsional dapat berdampak negatif terhadap kualitas kinerja karyawan. Penelitian ini menegaskan pentingnya perencanaan kerja dan pembagian tugas yang jelas dalam manajemen SDM. Beban kerja yang berlebihan tanpa didukung pelatihan dan fasilitas yang memadai cenderung menurunkan motivasi dan produktivitas.

Penelitian lainnya oleh Wagunu (2018) di Swiss-Belhotel Maleosan Manado menunjukkan bahwa disiplin kerja karyawan sangat dipengaruhi oleh strategi pengelolaan SDM. Manajemen yang baik dalam hal peraturan kerja, pengawasan, dan pemberian insentif terbukti dapat meningkatkan kedisiplinan serta kualitas kinerja karyawan secara keseluruhan. Hal ini sangat relevan dengan perusahaan jasa keamanan seperti PT. Shield On Services yang menuntut kedisiplinan dan kesiapsiagaan tinggi dari setiap karyawannya. Penelitian ini menegaskan bahwa kualitas SDM harus terus dikembangkan melalui pelatihan, sistem evaluasi kinerja, dan pengelolaan beban kerja yang

baik agar karyawan dapat berkontribusi maksimal terhadap tujuan perusahaan. Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk menemukan faktor-faktor apa saja dalam kualitas SDM yang paling berpengaruh dan bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kualitas tersebut secara berkelanjutan.

Kualitas SDM merupakan elemen penting dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan, terutama pada sektor jasa. Karyawan yang berkualitas tinggi tidak hanya mampu menjalankan tugas teknis, tetapi juga memberikan nilai lebih melalui pelayanan prima. Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas SDM harus menjadi fokus utama perusahaan dalam upaya mencapai target penjualan.

### **2.1.3 Pencapaian Target Penjualan**

Menurut Tjiptono (2021), pencapaian target penjualan adalah ukuran keberhasilan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dari hasil pemasaran layanan sesuai target yang telah direncanakan, dengan mempertimbangkan strategi pemasaran dan kualitas layanan yang diberikan kepada klien. Sedangkan menurut Swastha (2012: 98), pencapaian target penjualan menjadi indikator keberhasilan strategi pemasaran dan efisiensi operasional perusahaan. Dalam perusahaan jasa, pencapaian target penjualan bukan hanya tergantung pada harga layanan, tetapi dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan strategi pemasaran yang dijalankan.

Menurut Kotler & Armstrong (2020), penjualan jasa yang sukses memerlukan:

- Kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa.
- Reputasi layanan yang terjaga.

- Pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Dalam konteks perusahaan jasa keamanan:

- Kualitas SDM: Menentukan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
- Strategi pemasaran: Membantu menjangkau pasar baru.
- Pelayanan: Menjadi kunci retensi klien agar memperpanjang kontrak.

PT. Shield On Services perlu memastikan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal dan kualitas Sumber Daya Manusia yang baik agar tercapai keselarasan antara layanan yang ditawarkan dengan ekspektasi klien, sehingga mendorong keputusan pembelian dan memperkuat loyalitas klien, yang secara langsung akan mendukung pencapaian target penjualan perusahaan secara berkelanjutan. Dalam perusahaan jasa keamanan, pencapaian target penjualan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan klien, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kemampuan petugas dalam memberikan layanan sesuai ekspektasi klien. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan sumber daya manusia yang berkualitas, perusahaan dapat meningkatkan penjualan secara berkelanjutan, mempertahankan klien lama, dan memperoleh klien baru.

#### **2.1.4 Hubungan Strategi Pemasaran dan Kualitas SDM dengan Target**

##### **Penjualan**

Strategi pemasaran yang efektif akan menarik pelanggan baru, sedangkan kualitas SDM akan membantu mempertahankan pelanggan lama melalui pelayanan yang memuaskan. Keduanya memiliki hubungan erat dalam pencapaian target penjualan secara berkelanjutan (Lamb et al., 2018).

Apabila strategi pemasaran tidak berjalan optimal, maka potensi untuk mendapatkan pelanggan baru akan rendah. Begitu juga apabila kualitas Sumber Daya Manusia rendah, maka akan terjadi penurunan kepuasan pelanggan yang berdampak pada penurunan tingkat retensi pelanggan.

## 2.2 Hasil Penelitian Relevan

Untuk memberikan konteks dan posisi penelitian ini dalam ranah keilmuan yang lebih luas, berikut disajikan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik strategi pemasaran, kualitas sumber daya manusia, dan pencapaian target penjualan. Berikut beberapa penelitian tersebut:

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

Nomor	Judul, Peneliti, Tahun	Fokus Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Perusahaan Jasa Wijaya (2019)	Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing	Deskriptif Kualitatif	Strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik pasar lokal meningkatkan daya saing perusahaan jasa di tengah persaingan ketat.
2.	Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Rahmawati (2019)	Hubungan strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan terhadap peningkatan penjualan jasa.	Kualitatif deskriptif.	Strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta pelayanan prima meningkatkan kepuasan pelanggan dan secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan penjualan jasa.
3.	Strategi Pemasaran dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Pencapaian Target Penjualan pada	Strategi pemasaran dan kualitas layanan dalam pencapaian target penjualan	Deskriptif Kualitatif	Integrasi strategi pemasaran dengan kualitas layanan berdampak positif terhadap pencapaian

- |    |  |  |                                     |   |
|----|--|--|-------------------------------------|---|
| 4. | Perusahaan Jasa Lestari (2020)<br>Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Jasa pada PT Garda Pratama<br>Nurhasanah (2021) | Strategi pemasaran jasa terhadap peningkatan penjualan                             | Deskriptif<br>Kualitatif            | target penjualan perusahaan jasa. Strategi pemasaran berbasis pendekatan personal dan promosi digital meningkatkan penjualan jasa dengan membangun kepercayaan pelanggan. |
| 5. | Analisis Beban Kerja Karyawan pada Hotel Sintesa Peninsula Manado<br>Walean, D.P. et al. (2020) – Jurnal AB Polimdo                          | Beban kerja tinggi menurunkan kualitas pelayanan dan motivasi                      | Kuantitatif                         | Menjelaskan pentingnya kualitas SDM dalam jasa  |
| 6. | Kualitas SDM dan Hubungannya dengan Kinerja Penjualan Jasa di Manado<br>Sondakh, F. (2021)   | Motivasi dan pengalaman kerja sebagai indikator utama kualitas SDM                 | Kuantitatif deskriptif korelasional | Menjelaskan pengaruh SDM terhadap output penjualan  |
| 7. | Pengaruh Kualitas SDM terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT. ABC<br>Yusuf, A. (2020)  | Kompetensi dan pelatihan SDM berpengaruh signifikan terhadap pencapaian target     | Kuantitatif asosiatif               | Relevan dengan variabel SDM dan target penjualan  |
| 8. | Pengaruh SDM terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa<br>Marlina, S. (2018)  | Pelayanan oleh SDM berkualitas tinggi menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan | Kuantitatif survei                  | Kualitas SDM sebagai kunci daya saing jasa  |
| 9. | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan SDM terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pengamanan  | Kualitas pelayanan dan SDM terhadap loyalitas pelanggan                            | Deskriptif<br>Kualitatif            | Kualitas pelayanan dan kompetensi SDM mempengaruhi loyalitas pelanggan pada jasa pengamanan, meningkatkan retensi klien.  |

	Sari & Pratama (2021)			
10.	Analisis Pengaruh Kualitas SDM terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jasa Keamanan Setiawan & Rachmawati (2022)	Kualitas SDM terhadap kepuasan pelanggan	Deskriptif Kualitatif	Kualitas SDM, terutama keterampilan komunikasi dan kedisiplinan, mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa keamanan.

---

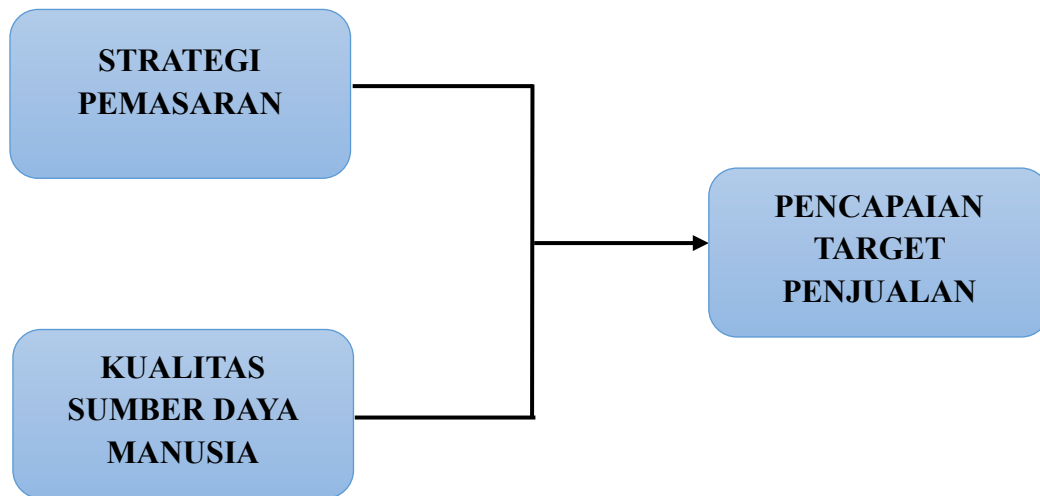
*Sumber: Data Diolah 2025*

### **2.3 Kerangka Berpikir**

PT. Shield On Services merupakan perusahaan jasa keamanan yang menyediakan layanan pengamanan kepada instansi pemerintah, perusahaan swasta, dan perorangan. Perusahaan ini menghadapi persaingan yang ketat di Kota Manado sehingga perlu strategi pemasaran yang tepat dan kualitas sumber daya manusia yang baik untuk mendukung pencapaian target penjualan.

Strategi pemasaran digunakan untuk menjangkau klien baru, mempertahankan klien lama, dan membangun citra perusahaan melalui berbagai pendekatan pemasaran. Sementara itu, kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam memberikan pelayanan prima kepada klien dan menjaga kepuasan serta kepercayaan klien terhadap layanan jasa keamanan yang diberikan.

Adapun kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir  
*Sumber: Data Diolah 2025*

Kerangka pemikiran di tersebut menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Variabel bebas terdiri dari strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia yang diduga berpengaruh terhadap variabel terikat, yaitu pencapaian target penjualan pada PT. Shield On Services Kota Manado. Strategi pemasaran menjadi aspek penting untuk menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, sementara kualitas sumber daya manusia berperan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Hubungan antara kedua variabel bebas ini dengan variabel terikat diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian target penjualan pada perusahaan jasa keamanan ini secara lebih mendalam, sehingga dapat menjadi dasar dalam merumuskan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan pencapaian target penjualan secara berkelanjutan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. Shield On Services Kota Manado yang terletak di Jl. Yos Sudarso, Paal Dua, Kec. Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara pada tanggal 25 Agustus hingga 29 Agustus 2025. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena perusahaan ini merupakan salah satu penyedia jasa keamanan utama di Kota Manado dan relevan dengan fokus penelitian.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran dan pemahaman mendalam terkait penerapan strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia dalam mendukung pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services Kota Manado berdasarkan fakta dan kondisi nyata yang terjadi di lapangan.

#### **3.3 Metode Penelitian**

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Metode Deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan mendalam mengenai strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia dalam pencapaian target penjualan pada PT. Shield On Services Kota Manado.
- 2) Metode Penelitian Lapangan, yaitu metode pengumpulan data secara langsung di lapangan melalui wawancara mendalam, observasi, dan

dokumentasi terhadap informan terkait pada PT. Shield On Services Kota Manado.

- 3) Metode Penelitian Kepustakaan, yaitu metode yang dilakukan dengan mengkaji teori-teori, literatur, dan penelitian terdahulu yang relevan sebagai dasar dalam menganalisis data dan memperkuat pembahasan dalam penelitian ini.

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu:

- 1) Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dan memberikan data tersebut kepada peneliti, sumber lisan yaitu wawancara dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara terhadap pihak Perusahaan Jasa PT Shield On Services seperti Kepala Cabang, Staff Pemasaran, Operation, HR Admin PT Shield On Services.

- 2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data atau sumber tertulis. Sumber data sekunder ini berupa pengumpulan yang diperoleh melalui studi pustaka meliputi buku, artikel maupun karya tulis ilmiah yang relevan berkaitan dengan Analisis Strategi Pemasaran Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di Perusahaan Jasa PT. Shield On Services Kota Manado.

### 3.5 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik dan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa tahap, antara lain:

1) Wawancara Mendalam (In-depth Interview)

Peneliti akan melakukan wawancara tatap muka dengan informan kunci dari PT. Shield On Services, meliputi pihak manajemen Kepala Cabang, Staff Pemasaran, Operation, HR Admin. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan, kondisi kualitas sumber daya manusia, tantangan yang dihadapi, serta pandangan mereka terkait pencapaian target penjualan.

2) Observasi Partisipatif

Peneliti akan melakukan observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran yang dilakukan perusahaan dan interaksi petugas keamanan dengan klien di lapangan. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai implementasi strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sumber Daya Manusia.

3) Dokumentasi

Mengumpulkan data dari dokumen-dokumen internal perusahaan seperti laporan penjualan, struktur organisasi, materi promosi, dan dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian. Studi dokumentasi ini akan melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Tahapan analisis data akan mengacu pada model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi:

#### 1) Reduksi Data (Data Reduction)

Tahap ini melibatkan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Data yang tidak relevan akan disaring, sementara data yang penting akan dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian (strategi pemasaran, kualitas SDM, dan pencapaian target penjualan).

#### 2) Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduksi, data akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, bagan, atau tabel untuk mempermudah pemahaman dan penarikan kesimpulan. Penyajian data ini akan membantu melihat hubungan antarvariabel secara sistematis.

#### 3) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification)

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan akan ditarik secara induktif, yaitu dari data-data spesifik menuju generalisasi. Verifikasi akan dilakukan selama proses analisis berlangsung dengan mengecek kembali data, membandingkan temuan dengan teori, dan melakukan triangulasi data untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan.

### 3.7 Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan empat kriteria yang diadaptasi dari pendapat Lincoln dan Guba (1985), yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan confirmabilitas.

- 1) Kredibilitas (Credibility): Menurut Lincoln dan Guba (1985), kredibilitas dalam penelitian kualitatif setara dengan validitas internal dalam penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk memastikan bahwa data penelitian dapat dipercaya. Untuk meningkatkan kredibilitas, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan, ketekunan pengamatan selama proses penelitian, diskusi dengan rekan sejawat, dan triangulasi sumber data, teknik, serta waktu untuk memeriksa keakuratan data.
- 2) Transferabilitas (Transferability): Lincoln dan Guba (1985) menjelaskan bahwa transferabilitas merujuk pada sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan dalam konteks lain yang serupa, setara dengan validitas eksternal. Peneliti akan menyediakan deskripsi kontekstual yang rinci dan mendalam mengenai latar belakang penelitian, informan, serta proses pengumpulan data agar memungkinkan pembaca menilai keterterapan hasil penelitian pada kondisi lain.
- 3) Dependabilitas (Dependability): Dependabilitas serupa dengan reliabilitas dalam penelitian kuantitatif dan bertujuan untuk menjamin konsistensi data yang diperoleh. Peneliti akan mendokumentasikan secara lengkap proses dan prosedur penelitian, termasuk teknik pengumpulan data, catatan lapangan, dan proses analisis sehingga memungkinkan audit trail apabila penelitian ingin diuji ulang oleh peneliti lain.

- 4) **Konfirmabilitas (Confirmability):** Konfirmabilitas mengacu pada objektivitas hasil penelitian, memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data yang diperoleh di lapangan, bukan opini atau bias peneliti. Peneliti akan menyimpan semua dokumen hasil wawancara, catatan observasi, serta rekaman data sebagai bukti pendukung sehingga hasil penelitian dapat diverifikasi oleh pihak lain.

## BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

### 4.1 Sejarah Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Shield On Services Cabang Manado  
Alamat Perusahaan : Jl. Yos Sudarso, Paal Dua, Kec. Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara



Gambar 3.1

Logo PT *Shield On Services*

Sumber: <https://www.sos.co.id/id/kontak-kami>

PT SOS atau PT Shield-On Service Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa. PT SOS adalah perusahaan alih daya terbesar di Indonesia PT Shield-On Service Tbk. (SOS) didirikan di Indonesia pada 05 Agustus 2004. Perusahaan ini merupakan bagian dari ALSOK Group dari Jepang yang didirikan di Jepang pada tahun 1965 dan menjadi salah satu perusahaan outsourcing terbesar dan terpercaya di Indonesia. Usaha PT SOS adalah Human Resource Service, SOS Smart Clean, SOS Academy, Security Services, Cleaning Services, dan Parking Management.

Kemudian Cabang Shield On Services di Kota Manado didirikan pada 07 Agustus 2018. ALSOK Group berekspansi ke Indonesia pada tahun 2013 dan mulai menyediakan layanan keamanan. Pada tahun 2023, ALSOK mengakuisisi Shield

On Service, yang telah memiliki rekam jejak yang panjang di Indonesia, untuk lebih memperkuat kehadirannya di pasar Indonesia, khususnya pada layanan manajemen fasilitas. SOS memiliki banyak kantor operasional di seluruh Indonesia untuk melayani ribuan pelanggan.

Melansir dari situs website resminya, dalam kemitraan dengan pelanggan, PT SOS mendorong keterlibatan dan kesejahteraan orang, meminimalkan dampak terhadap lingkungan dan melindungi serta memelihara properti. PT SOS memiliki 14 kantor cabang serta 8.000 Project dikelola, 30.000 personil dan 135 kantor operasional yang tersebar di Indonesia. Perusahaan ini dikenal sebagai salah satu perusahaan alih daya terbesar dan terpercaya di Indonesia, dengan pengalaman lebih dari dua dekade dalam industri ini.

#### **4.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Adapun Visi dan Misi dari Perusahaan PT Shield On Services ialah sebagai berikut:

##### **VISI:**

“Menjadi Perusahaan penyedia jasa terintegrasi yang terkemuka di Indonesia dengan mengutamakan kualitas layanan melalui pengembangan sumber daya manusia yang handal”

##### **MISI:**

“Memberikan layanan berkualitas yang terintegrasi kepada klien, sehingga Klien dapat lebih fokus untuk memperbesar usaha”

### 4.3 Bidang Usaha

PT Shield On Services (SOS) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengelolaan sumber daya manusia dan manajemen fasilitas.

Perusahaan ini menyediakan berbagai layanan yang mencakup:

1) Jasa Keamanan (Security Services)

- Penyediaan tenaga satuan pengamanan (Satpam) yang terlatih.
- Sistem keamanan modern berbasis teknologi (CCTV, access control, alarm system).
- Manajemen keamanan untuk gedung perkantoran, pusat perbelanjaan, hotel, apartemen, dan fasilitas umum lainnya.

2) Jasa Kebersihan (Cleaning Services)

- Penyediaan tenaga kebersihan untuk kantor, mall, rumah sakit, dan fasilitas publik.
- Layanan general cleaning, daily cleaning, dan special cleaning dengan standar profesional.

3) Jasa Manajemen Fasilitas (Facility Management)

- Pemeliharaan sarana dan prasarana gedung.
- Dukungan operasional seperti teknisi, mekanik, serta tenaga pendukung lainnya.

4) Outsourcing Tenaga Kerja

- Penyediaan tenaga kerja outsourcing untuk berbagai posisi, mulai dari administrasi, frontliner, hingga staf operasional.

- Rekrutmen, pelatihan, dan penempatan karyawan sesuai kebutuhan klien.

Dengan kata lain, bidang usaha SOS berfokus pada jasa outsourcing tenaga kerja profesional dan layanan pendukung operasional perusahaan klien.

#### **4.4 Sumber Daya Perusahaan**

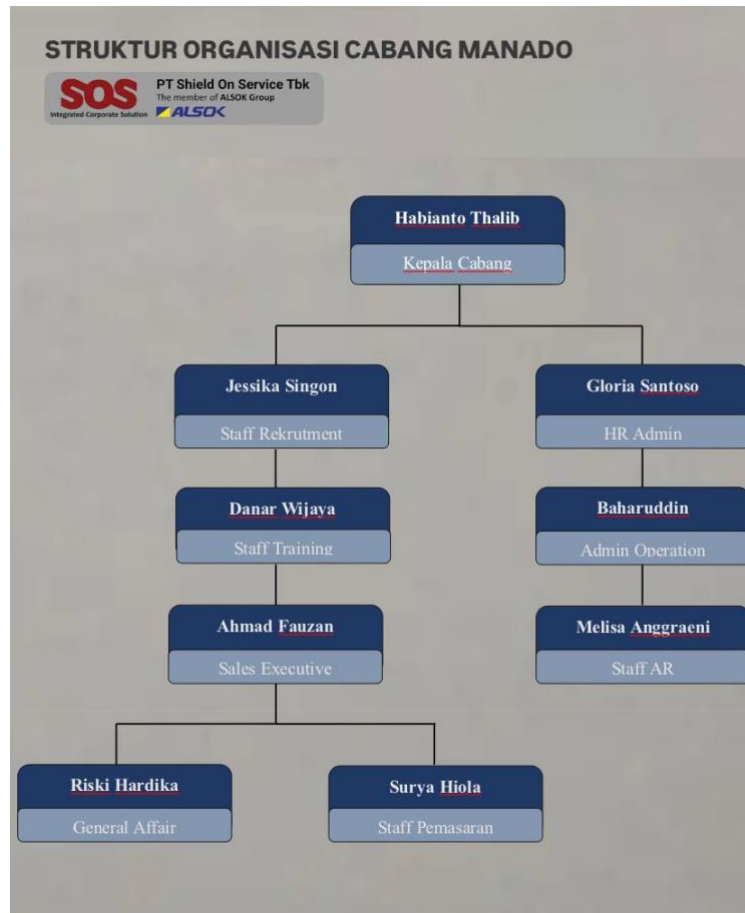
PT Shield On Services (SOS) Cabang Manado memiliki sumber daya yang cukup memadai untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Sumber daya tersebut terbagi menjadi sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya penunjang lainnya. Sumber daya manusia merupakan aset paling penting bagi perusahaan, karena bidang usaha utama PT Shield On Services bergerak dalam jasa penyediaan tenaga kerja outsourcing, jasa keamanan, serta manajemen fasilitas. Jumlah karyawan yang ada di Cabang Manado sebanyak 9 orang dan 1 orang Office Boy (OB). Dengan pembagian posisi yang jelas sesuai dengan struktur organisasi maka komposisi tersebut terdiri dari satu orang Kepala Cabang, satu orang staf rekrutmen, satu orang staf training, satu orang sales executive, satu orang general affair, satu orang staf pemasaran, satu orang HR admin, satu orang admin operation, serta satu orang staf account receivable (AR). Masing-masing karyawan memiliki tanggung jawab dan keterampilan khusus sesuai dengan bidang kerjanya. Selain mengandalkan kemampuan individu, perusahaan juga memberikan pelatihan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia sehingga mampu menjalankan tugas secara profesional dan sesuai dengan standar pelayanan perusahaan.

Selain Sumber Daya Manusia, PT Shield On Services juga memiliki sumber daya lain berupa fasilitas penunjang yang digunakan dalam menjalankan aktivitas

operasional. Kantor cabang yang berlokasi di Manado dilengkapi dengan ruang kerja, ruang rapat, serta fasilitas administrasi yang menunjang kegiatan harian. Peralatan kerja yang digunakan meliputi logistic, printer, jaringan internet, dan sarana komunikasi yang mendukung kelancaran koordinasi antarbagian. Perusahaan juga menyediakan sarana logistic dan kendaraan operasional yang digunakan untuk mendukung kegiatan lapangan, sehingga pelayanan kepada klien dapat dilaksanakan secara efektif. Dengan dukungan sumber daya manusia yang kompeten dan fasilitas yang memadai, PT Shield On Services Cabang Manado mampu menjalankan kegiatan operasional dengan baik, mulai dari perekrutan, pelatihan, pemasaran, hingga pengelolaan administrasi.

#### **4.5 Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi PT Shield On Services Cabang Manado disusun secara hirarki vertikal untuk menciptakan alur kerja yang jelas, koordinasi yang baik, serta pembagian tanggung jawab yang teratur. Pada struktur organisasi tersebut, Kepala Cabang berada di posisi tertinggi dan membawahi seluruh staf di bawahnya. Gambar bagan struktur organisasi PT Shield On Services Cabang Manado sebagai berikut:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT *Shield On Services*

*Sumber: Dokumen internal PT Shield On Services Cabang Manado (2025).*

## 1) Kepala Cabang

Kepala cabang merupakan pimpinan tertinggi di tingkat cabang, dalam hal ini dijabat oleh **Habianto Thalib**. Kepala cabang bertanggung jawab penuh terhadap jalannya operasional di wilayah Manado, mengawasi seluruh staf, menjalin hubungan dengan klien, serta melaporkan hasil kinerja cabang kepada kantor pusat.

## 2) Staf Rekrutmen

Posisi ini memiliki peran penting dalam perekrutan tenaga kerja, khususnya satpam, cleaning service, maupun tenaga outsourcing lainnya. Staf rekrutmen bertugas

melakukan seleksi, wawancara, serta menempatkan tenaga kerja sesuai kebutuhan klien.

### 3) Staf Training

Tugas utamanya adalah memberikan pelatihan dan pembinaan kepada tenaga kerja baru maupun tenaga kerja lama, agar memiliki keterampilan dan sikap kerja sesuai standar perusahaan. Pelatihan yang diberikan meliputi keterampilan teknis, kedisiplinan, serta layanan prima.

### 4) Sales Executive

Bertugas untuk melaksanakan kegiatan penjualan jasa perusahaan, menjalin kerja sama dengan klien, serta memastikan target penjualan tercapai. Sales Executive juga berperan dalam menjaga hubungan baik dengan klien lama dan memperluas jaringan kerja sama baru.

### 5) General Affair

Tugasnya mendukung kebutuhan operasional perusahaan. General Affair mengelola logistik, pemeliharaan fasilitas kantor, inventaris perusahaan, serta memastikan seluruh kebutuhan umum perusahaan tersedia dengan baik.

### 6) Staf Pemasaran

Tugas utamanya adalah mempromosikan layanan perusahaan, membantu kegiatan penjualan, serta merancang strategi pemasaran agar perusahaan dapat menjangkau lebih banyak klien.

### 7) HR Admin

Tugas HR Admin mengelola seluruh administrasi yang berhubungan dengan karyawan, seperti absensi, cuti, kontrak kerja, hingga data personalia. Posisi ini juga mendukung proses perekrutan dan penempatan karyawan.

#### 8) Admin Operation

Tugasnya berperan dalam menangani kegiatan administrasi operasional harian.

Admin Operation membantu koordinasi antara lapangan dan manajemen serta memastikan kelancaran dokumen operasional.

#### 9) Staf AR (Account Receivable)

Bertugas mengelola piutang perusahaan, memastikan pembayaran dari klien diterima tepat waktu, serta membuat laporan keuangan yang terkait dengan penerimaan kas perusahaan.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Temuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, yang pada dasarnya bersifat deskriptif, sehingga dapat memberikan gambaran secara jelas mengenai strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia dalam kaitannya dengan pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services Kota Manado.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, observasi, serta dokumentasi yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan.

Wawancara dilakukan dengan beberapa informan kunci sesuai dengan sub fokus penelitian, yaitu strategi pemasaran, kualitas sumber daya manusia, serta pencapaian target penjualan. Pertanyaan diajukan secara sistematis dan informan diminta untuk mempersiapkan tanggapannya terlebih dahulu sehingga data yang diperoleh lebih terarah. Hasil dari wawancara serta data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis untuk mendapatkan temuan penting terkait bagaimana strategi pemasaran diterapkan oleh perusahaan, sejauh mana kualitas sumber daya manusia mendukung aktivitas penjualan, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan maupun hambatan dalam pencapaian target penjualan. Untuk itu, temuan penelitian akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 5.1  
Data Informan

No	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1.	Habianto Thalib	Kepala Cabang	7 Tahun
2.	Gloria Santoso	HR Admin	5 Tahun
3.	Baharrudin	Operation	3 Tahun
4.	Surya Hiola	Staff Pemasaran	3 Tahun
5.	Ahmad Fauzan	Sales Executif	5 Tahun

### 5.1.1 Sub Fokus 1 Strategi Pemasaran PT. Shield On Services

#### 1. Strategi promosi apa yang paling sering digunakan untuk menarik klien?

Tabel 5.2  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Menawaran langsung, presentasi kepada klien, proposal resmi, dan menggunakan media sosial.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Strategi yang biasa dipakai seperti Digital marketing (WA, brosur online, iklan).	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Mempresentasikan secara langsung kepada calon klien	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Membagikan brosur kepada calon klien dengan mengutamakan reputasi Perusahaan.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Menggunakan media sosial dengan memosting iklan	Rabu, 27-08-2025

*Sumber: Data Hasil Wawancara 2025*

Berdasarkan tabel di atas, strategi promosi PT. Shield On Services dilakukan melalui dua pendekatan utama. Informan 1, 3, dan 4 menekankan bahwa perusahaan lebih sering menggunakan strategi langsung ke lapangan, baik melalui presentasi kepada calon klien, penawaran proposal resmi, maupun penyebaran

brosur dan company profile. Hal ini dianggap efektif karena calon klien dapat memperoleh penjelasan detail mengenai jasa yang ditawarkan. Sementara itu, Informan 2 dan 5 menyatakan bahwa perusahaan juga memanfaatkan media sosial dan digital marketing, seperti WhatsApp, brosur online, serta iklan berbayar, untuk menarik klien. Strategi ini dinilai mampu memperluas jangkauan promosi dan memperkenalkan perusahaan kepada lebih banyak calon klien.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PT. Shield On Services mengombinasikan strategi promosi langsung di lapangan dengan pemanfaatan media digital, sehingga promosi lebih optimal dalam menjangkau target pasar

## 2. Apa daya tarik utama jasa PT. Shield On Services dibanding pesaing?

Tabel 5.3  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Karena kecepatan pelayanan dan komunikasi yang terbuka menjadi daya tarik utama bagi klien.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Petugas lapangan sudah terlatih, disiplin, serta perusahaan memiliki legalitas resmi yang lengkap.	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Manajemen perusahaan responsif terhadap kebutuhan klien dan fleksibel dalam penyesuaian kontrak.	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Banyak klien lama yang tetap loyal dan memberikan rekomendasi, menjadi bukti kualitas layanan.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Tenaga kerja yang bersertifikat dan pengalaman perusahaan yang jelas membuat klien lebih yakin.	Rabu, 27-08-2025

Sumber: Data Hasil Wawancara 2025

Peneliti menyimpulkan bahwa hasil wawancara diatas menyebutkan Perusahaan memiliki daya tarik yang beragam dan tersendiri, dengan memiliki Sumber Daya Manusia yang terlatih dan bersertifikat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keunggulan PT. Shield On Services dibanding pesaing terletak pada kombinasi antara Sumber Daya Manusia yang kompeten, legalitas resmi, manajemen yang responsif, pelayanan yang cepat, serta loyalitas klien lama yang menjadi bukti nyata kualitas jasa perusahaan.

3. *Apa saran untuk peningkatan strategi pemasaran ke depan?*

Tabel 5.4  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Perlu lebih aktif menggunakan media sosial dan memperkuat pendekatan langsung dengan kunjungan rutin ke calon klien.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Promosi secara langsung perlu lebih konsisten, misalnya dengan presentasi berkala ke perusahaan-perusahaan besar.	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Lebih memanfaatkan media sosial untuk memperluas jaringan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta.	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Mengikuti pameran atau expo jasa keamanan agar perusahaan lebih dikenal luas.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Saran tetap selalu menjalin hubungan baik dengan klien lama agar lebih dipakai seterusnya.	Rabu, 27-08-2025

*Sumber: Data Hasil Wawancara 2025*

Diperoleh masukan terkait strategi pemasaran yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Beberapa informan (1, 2, dan 3) menekankan pentingnya perusahaan untuk lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, sekaligus memperkuat pendekatan langsung melalui kunjungan rutin, presentasi berkala, serta memperluas jaringan kerja sama baik dengan instansi pemerintah maupun swasta. Selain itu, Informan 4 menyarankan agar perusahaan mengikuti pameran atau expo jasa keamanan sehingga keberadaan perusahaan dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat maupun perusahaan besar. Sedangkan Informan 5 menekankan pentingnya menjaga hubungan baik dengan klien lama agar tetap loyal dan terus menggunakan jasa perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang disarankan informan meliputi penguatan promosi digital dan langsung, perluasan jaringan kerja sama, partisipasi dalam pameran atau expo, serta pemeliharaan hubungan baik dengan klien lama untuk mendukung pencapaian target penjualan perusahaan.

### **5.1.2 Sub Fokus Kualitas Sumber Daya Manusia**

*1. Bagaimana koordinasi Anda dengan manajemen dan tim lain dalam mencapai target penjualan?*

Tabel 5.5  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Koordinasi dilakukan secara rutin dan melalui rapat mingguan untuk memantau progress penjualan, membahas kendala dilapangan.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Rapat langsung dengan pimpinan dan evaluasi rutin untuk memastikan target tercapai.	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Rapat mingguan bersama manajemen membahas progres penjualan, kendala di lapangan, dan solusi bersama.	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Koordinasi cepat menggunakan grup komunikasi online sehingga respon terhadap kendala lebih cepat.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Membuat laporan harian yang disampaikan ke manajemen agar kinerja selalu terpantau	Rabu, 27-08-2025

*Sumber: Data Hasil Wawancara 2025*

Dari hasil wawancara dengan para informan, diperoleh gambaran bahwa koordinasi dan evaluasi rutin merupakan aspek penting dalam mendukung pencapaian target penjualan perusahaan. Informan 1, 3, dan 5 memiliki pandangan serupa bahwa koordinasi perlu dilakukan secara teratur melalui rapat mingguan bersama manajemen untuk memantau progres penjualan, membahas kendala di lapangan, serta mencari solusi bersama. Selain itu, pelaporan harian yang disampaikan kepada manajemen juga dinilai penting agar kinerja tim selalu terpantau dengan baik. Dengan adanya koordinasi dan pelaporan yang konsisten, perusahaan dapat lebih cepat mengidentifikasi hambatan serta memastikan pencapaian target berjalan sesuai rencana. Sementara itu, Informan 2 dan 4 menekankan pentingnya komunikasi dan evaluasi yang lebih fleksibel. Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa koordinasi rutin, evaluasi

berkala, pelaporan yang konsisten, serta komunikasi cepat menjadi faktor dominan yang disarankan oleh para informan dalam upaya meningkatkan efektivitas pencapaian target penjualan perusahaan.

2. *Sejauh mana kualitas petugas lapangan memengaruhi keberhasilan pemasaran dan retensi klien?*

Tabel 5.6  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Kehadiran dan disiplin petugas, performa petugas di lapangan jadi penentu utama kepuasan klien.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Petugas yang terlatih membuat klien merasa lebih aman dan percaya untuk kontrak jangka panjang.	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Klien lama cenderung lebih memilih bertahan jika melihat petugas disiplin, terampil, dan profesional.	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Kualitas pelayanan di lapangan sangat memengaruhi citra perusahaan di mata klien.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Performa petugas yang baik akan meningkatkan retensi klien karena mereka merasa puas.	Rabu, 27-08-2025

*Sumber: Data Hasil Wawancara 2025*

Beberapa informan menekankan pentingnya kualitas sumber daya manusia dalam menentukan kepuasan serta loyalitas klien. Informan 1 dan 5 memiliki pandangan yang sama bahwa performa petugas di lapangan, termasuk kedisiplinan dan kehadiran, menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan klien. Performa yang baik juga diyakini mampu meningkatkan retensi klien karena mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan. Selanjutnya, Informan 2 dan 3 menyoroti pentingnya keterampilan dan profesionalitas petugas. Informan 2 menegaskan bahwa petugas yang terlatih akan membuat klien merasa lebih aman dan percaya

untuk menjalin kontrak jangka panjang. Sejalan dengan itu, Informan 3 menyebutkan bahwa klien lama cenderung bertahan apabila melihat petugas yang disiplin, terampil, dan profesional dalam bekerja. Sementara itu, Informan 4 menekankan bahwa kualitas pelayanan petugas di lapangan sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan di mata klien. Pelayanan yang baik akan menciptakan kesan positif dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan secara keseluruhan.

### 5.1.3 Sub Fokus Pencapaian Target Penjualan

#### 1. Kendala apa yang paling sering dihadapi dalam menawarkan jasa keamanan?

Tabel 5.7  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Persaingan harga dengan kompetitor yang menawarkan tarif lebih murah, meski kualitas belum tentu sama.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Calon klien sering meminta standar SDM lebih tinggi, misalnya sertifikasi tambahan, yang kadang belum semua petugas memilikinya.	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Ada klien yang masih ragu untuk kontrak jangka panjang karena faktor keuangan dan pengalaman dengan vendor lain.	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Perubahan anggaran dari calon klien sering kali membuat negosiasi gagal di tengah jalan.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Klien kerap membandingkan fasilitas dan pelayanan dengan pesaing, sehingga perusahaan harus terus menjaga kualitas.	Rabu, 27-08-2025

*Sumber: Data Hasil Wawancara 2025*

Berdasarkan tabel di atas, kendala utama yang dihadapi PT. Shield On Services dalam menawarkan jasa keamanan kepada calon klien sebagian besar

berkaitan dengan persaingan dengan perusahaan lain. Informan 1 menyoroti masalah persaingan harga, di mana banyak kompetitor menawarkan tarif lebih murah. Hal ini senada dengan Informan 5 yang menjelaskan bahwa calon klien sering membandingkan fasilitas dan pelayanan perusahaan dengan pesaing sebelum mengambil keputusan. Selain itu, Informan 2 dan 3 menyampaikan bahwa calon klien biasanya memiliki tuntutan tertentu, seperti standar SDM yang lebih tinggi dan keraguan untuk membuat kontrak jangka panjang. Kondisi ini sering membuat proses negosiasi memakan waktu lebih lama. Di sisi lain, Informan 4 menambahkan bahwa perubahan anggaran dari pihak calon klien juga menjadi kendala, karena meskipun sudah ada kesepakatan awal, perubahan anggaran dapat menyebabkan penundaan bahkan pembatalan kerja sama. Disimpulkan bahwa kendala utama pemasaran PT. Shield On Services adalah persaingan harga, tuntutan kualitas SDM, keraguan kontrak jangka panjang, serta perubahan anggaran klien yang dapat memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan klien baru.

2. Faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam pencapaian target penjualan jasa?

Tabel 5.8  
Jawaban Informan

Informan	Jawaban	Hari/Tanggal
Informan 1	Kualitas Sumber Daya Manusia yang disiplin serta hubungan baik dengan klien lama yang loyal.	Senin, 25-08-2025
Informan 2	Strategi pemasaran yang tepat sasaran, misalnya penawaran harga secara langsung.	Senin, 25-08-2025
Informan 3	Kualitas petugas lapangan dan pelayanan yang baik menjadi faktor utama keberhasilan.	Selasa, 26-08-2025
Informan 4	Koordinasi internal yang solid dan komunikasi antar tim mempercepat pencapaian target.	Rabu, 27-08-2025
Informan 5	Sertifikasi petugas berpengaruh pada kepercayaan klien.pesaing, sehingga perusahaan harus terus menjaga kualitas.	Rabu, 27-08-2025

*Sumber: Data Hasil Wawancara 2025*

Berdasarkan tabel di atas, faktor-faktor yang memengaruhi pencapaian target penjualan di PT. Shield On Services memiliki kesamaan pandangan di antara beberapa informan. Informan 1 dan 3 menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia serta hubungan baik dengan klien lama merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan dalam mencapai target. Tenaga kerja yang profesional dan disiplin memberikan kepuasan bagi klien, sehingga mereka loyal dan terus menggunakan jasa perusahaan. Sejalan dengan itu, Informan 2 dan 5 menekankan pentingnya strategi pemasaran digital yang tepat sasaran. Pemanfaatan media sosial, iklan berbayar, dan penyampaian informasi yang konsisten dinilai mampu menarik lebih banyak calon klien. Selain itu, peningkatan sertifikasi petugas juga

berperan besar dalam meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Sementara itu, Informan 4 mengungkapkan bahwa koordinasi internal tim menjadi faktor penting dalam pencapaian target penjualan. Komunikasi yang baik antara bagian marketing, manajemen, dan petugas lapangan mempermudah penyelesaian kendala serta mempercepat pencapaian target yang ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pencapaian target penjualan dipengaruhi oleh kombinasi faktor kualitas Sumber Daya Manusia, hubungan dengan klien lama, strategi pemasaran digital, peningkatan sertifikasi petugas, serta koordinasi internal tim yang solid.

## **5.2 Pembahasan Temuan Penelitian**

Setelah penulis melakukan wawancara dengan informan yang terdiri dari 5 orang. Berdasarkan hasil wawancara penulis mendapatkan hasil dari Strategi Pemasaran, Kualitas Sumber Daya Manusia dan Target Penjualan. Semua data hasil penelitian diuraikan sebagai berikut:

### **5.2.1 Pembahasan Temuan Penelitian Strategi Pemasaran PT. Shield On Services**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan PT. Shield On Services dilakukan melalui kombinasi promosi langsung (direct promotion) dan pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran. Terdapat pola yang cukup konsisten bahwa kedua strategi ini saling melengkapi dan menjadi kunci utama perusahaan dalam memperkenalkan serta menawarkan jasanya kepada calon klien. Brosur ini berfungsi sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan identitas perusahaan, cakupan layanan, serta profesionalisme sumber daya manusia yang dimiliki. Informan 1, 3, dan 4 menjelaskan bahwa

pendekatan langsung masih menjadi metode yang dominan dilakukan perusahaan, seperti melalui presentasi tatap muka, penyampaian proposal resmi, serta distribusi brosur yang memuat profil perusahaan dan detail layanan. Pendekatan ini dianggap lebih efektif karena calon klien dapat memperoleh informasi yang jelas, detail, serta dapat melakukan tanya jawab secara langsung mengenai layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, calon klien tidak hanya memahami produk jasa secara garis besar, tetapi juga mendapatkan gambaran mendalam mengenai kualitas, pengalaman, dan keunggulan perusahaan dalam memberikan layanan keamanan. Strategi tatap muka ini juga memungkinkan terjalinnya hubungan personal antara pihak perusahaan dan calon klien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepercayaan.

Sementara itu, informan 2 dan 5 menekankan bahwa pemanfaatan media digital juga memiliki peranan yang sangat penting. Media sosial seperti Facebook, serta penggunaan aplikasi WhatsApp dan iklan online dianggap lebih efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan promosi konvensional. Melalui strategi digital, perusahaan dapat menampilkan testimoni pelanggan, dokumentasi kegiatan, serta informasi terbaru mengenai layanan yang ditawarkan. Hal ini menjadi penting karena calon konsumen saat ini cenderung mencari informasi melalui internet sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu layanan. Dengan kata lain, pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk tetap eksis, mudah dijangkau, dan dapat membangun citra positif di mata Masyarakat



Gambar 5.1

Brosur Pemasaran

*Sumber: Data Perusahaan Shield On Services*

Menunjukkan brosur resmi PT. Shield On Services yang menampilkan citra tenaga kerja profesional dari berbagai bidang layanan yang ditawarkan perusahaan. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori pemasaran jasa yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), di mana dijelaskan bahwa jasa memiliki karakteristik yang tidak berwujud (intangible), sehingga pemasaran harus menekankan pada penciptaan nilai, interaksi yang intensif, serta penyampaian informasi yang jelas untuk meyakinkan konsumen. Selain itu, menurut Tjiptono (2019), bauran pemasaran jasa (7P) yang mencakup people, process, dan physical evidence

menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan. Dalam konteks PT. Shield On Services, aspek *people* tercermin dari kemampuan staf marketing dalam menjelaskan layanan, aspek *process* tampak dari penyusunan proposal dan alur presentasi yang sistematis, sedangkan *physical evidence* terlihat dari brosur, *company profile*, hingga kehadiran media sosial sebagai bukti nyata eksistensi perusahaan.

Lebih lanjut, Armstrong & Cunningham (2018) menegaskan bahwa digital marketing tidak hanya membantu meningkatkan jangkauan konsumen tetapi juga memberikan efisiensi dalam biaya promosi. Hal ini terbukti relevan dengan strategi yang dilakukan perusahaan, mengingat PT. Shield On Services tidak hanya bergantung pada metode tradisional, tetapi juga mulai mengoptimalkan media digital sebagai sarana pendukung.

Penelitian terdahulu oleh Nurhasanah (2021) turut memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa kombinasi strategi promosi berbasis digital dan pendekatan personal mampu meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa. Dengan demikian, strategi pemasaran yang dijalankan PT. Shield On Services dapat dikatakan sudah sejalan dengan teori dan penelitian sebelumnya, meskipun dalam implementasinya masih memerlukan penguatan konsistensi, khususnya pada aspek pemanfaatan media digital.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran PT. Shield On Services telah berjalan ke arah yang tepat. Namun, perusahaan perlu melakukan optimalisasi yang lebih konsisten dalam memanfaatkan media sosial, memperkuat branding melalui konten digital, serta meningkatkan partisipasi dalam berbagai

expo atau pameran jasa keamanan agar perusahaan semakin dikenal luas. Dengan kombinasi promosi langsung yang membangun hubungan personal dan pemasaran digital yang menjangkau audiens lebih besar, diharapkan perusahaan dapat memperluas pasar sekaligus meningkatkan daya saing di industri jasa keamanan.

### 5.2.2 Pembahasan Temuan Penelitian Kualitas Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan menekankan kualitas sumber daya manusia sebagai faktor penting dalam kepuasan klien. Informan menilai bahwa disiplin dan kehadiran petugas sangat menentukan kepuasan pelanggan. Informan menyoroti keterampilan serta profesionalitas petugas sebagai penentu loyalitas klien, Kualitas sumber daya manusia dalam perusahaan jasa keamanan tidak hanya ditentukan oleh kompetensi dan kedisiplinan personel, tetapi juga oleh dukungan perlengkapan dan peralatan yang memadai. PT. Shield On Services Cabang Manado menyediakan berbagai sarana penunjang kerja bagi personel keamanan sebagaimana tercantum pada tabel perlengkapan berikut:

Tabel 5.9  
Perlengkapan dan Peralatan

No	Nama Perlengkapan & Peralatan	Jumlah Barang	Satuan
1	Seragam Safari Lengan Pendek	16	stel
2	Seragam Safari Lengan Panjang	2	stel
3	Senter – besar (radius 100mtr)	2	buah
4	Rompi Lalin	2	buah
5	Handy Talky	4	buah
6	Mirror Detector	1	buah
7	Handheld-Metal Detector	2	buah
8	Borgol	3	buah
9	Lampu Lalin	2	buah
10	Pentungan Hitam	4	buah
11	Payung	3	buah
12	Jas Hujan	4	buah
13	Dispenser dan Air Galon	1	lumpsum
14	Mesin Finger Print	1	lumpsum

Sumber: Data Perusahaan PT. Shield On Services

Pada gambar terlihat bahwa perusahaan membekali personel keamanan dengan seragam safari, rompi lalin, handy talky, hingga alat pendukung seperti *mirror detector* dan *handheld-metal detector*. Ketersediaan perlengkapan ini menunjukkan keseriusan perusahaan dalam memastikan kualitas layanan dan kesiapsiagaan personel di lapangan.

Perlengkapan seperti seragam dan rompi berfungsi sebagai **physical evidence** dalam bauran pemasaran jasa (7P), karena memperkuat citra profesional perusahaan di hadapan klien. Sementara itu, peralatan teknis seperti metal detector, borgol, dan senter mendukung **kompetensi teknis** personel dalam melaksanakan tugas keamanan. Alat komunikasi seperti handy talky dan lampu lalin mempercepat koordinasi di lapangan, sehingga meningkatkan efisiensi kerja.

Hal ini sesuai dengan pendapat Hasibuan (2020) yang menyatakan bahwa sumber daya manusia merupakan aset terpenting organisasi, sehingga disiplin, keterampilan, dan loyalitas menjadi indikator utama keberhasilan kerja. Robbins & Judge (2017) juga menjelaskan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, dan kesempatan kerja, sehingga perusahaan harus secara konsisten melakukan pelatihan dan pengawasan. Menurut Sedarmayanti (2019), peningkatan kualitas SDM harus dilakukan secara berkelanjutan melalui pembinaan, pendidikan, serta pemberian penghargaan kepada karyawan yang berprestasi.

Penelitian terdahulu oleh Setiawan & Rachmawati (2022) menunjukkan bahwa kedisiplinan dan profesionalitas petugas jasa keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas klien, sejalan dengan temuan penelitian ini. Oleh

karena itu, dapat disimpulkan bahwa PT. Shield On Services perlu menjaga kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pengawasan ketat, dan sistem penghargaan agar petugas tetap disiplin, terampil, dan loyal terhadap perusahaan. Tanpa sumber daya manusia yang unggul, strategi pemasaran tidak akan berjalan optimal karena klien menilai kualitas jasa dari performa petugas di lapangan.

### **5.2.3 Pembahasan Temuan Penelitian Pencapaian Target Penjualan**

Hasil penelitian menemukan bahwa pencapaian target penjualan PT. Shield On Services masih menghadapi beberapa kendala. Menekankan persaingan harga yang sangat ketat, sedangkan ada juga yang mengungkapkan bahwa standar SDM yang tinggi serta keraguan calon klien untuk kontrak jangka panjang menjadi hambatan utama. Berdasarkan data dokumentasi yang diperoleh dari PT. Shield On Services Cabang Manado, target penjualan perusahaan dapat digambarkan melalui data realisasi kontrak dengan berbagai klien. Data tersebut menunjukkan nilai invoice yang diajukan kepada klien serta outstanding piutang (account receivable/AR) yang masih berjalan.

Tabel 5.10  
Data Pencapaian Penjualan

Project Code	Project Name	Branch	Work Period	Invoice No	Net	Payment Date	Outstanding AR	Information
02.003042	INDOSAT	SERVICE LINE MANADO	Januari 2021 - Oktober 2022	02085/INV.02/TSL-MDO/IV/21	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003043	SMARTFREN GALLERY	SERVICE LINE MANADO	Januari 2021 - Januari 2023	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/21	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003044	SMARTFREN GALLERY	SERVICE LINE MANADO	Januari 2023 - Januari 2026	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/23	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003045	SDN	SERVICE LINE MANADO	Januari 2022 - Januari 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/22	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003046	PERUMNAS	SERVICE LINE MANADO	Januari 2021 - Januari 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/21	5.159.647,00	Desember	5.255.196,00	
02.003047	APL	SERVICE LINE MANADO	Januari 2023 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/23	5.159.647,00	September	5.255.196,00	
02.003048	BRING	SERVICE LINE MANADO	Januari 2023 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/23	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003049	BRINKS	SERVICE LINE MANADO	Oktober 2023 - September 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/23	5.159.647,00	Desember	5.255.196,00	
02.003050	DELISARI	SERVICE LINE MANADO	Januari 2024 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/24	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003050	HM SAMPOERNA	SERVICE LINE MANADO	Agustus 2024 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/24	5.159.647,00	Agustus	5.255.196,00	
02.003050	BANK SINARMAS	SERVICE LINE MANADO	Januari 2024 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/24	5.159.647,00	Januari	5.255.196,00	
02.003050	TRAKINDO UTAMA MANADO	SERVICE LINE MANADO	Maret 2025 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/25	5.159.647,00	Maet	5.255.196,00	
02.003050	MANDIRI UTAMA FINANCE	SERVICE LINE MANADO	Maret 2025 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/25	5.159.647,00	Maet	5.255.196,00	
02.003050	KAMAJAJA KOMBOS	SERVICE LINE MANADO	Juni 2025 - Mei 2026	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/25	5.159.647,00	Juni	5.255.196,00	
02.003050	KAMADJAJA KAWILEY	SERVICE LINE MANADO	Juni 2025 - Mei 2026	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/25	5.159.647,00	Juni	5.255.196,00	
02.003050	MY REPUBLIK	SERVICE LINE MANADO	September 2025 - Desember 2025	02086/INV.02/TSL-MDO/IV/25	5.159.647,00	September	5.255.196,00	

Sumber: Data Perusahaan PT. Shield On Services

Dari gambar diatas terlihat bahwa pencapaian target penjualan perusahaan sangat dipengaruhi oleh jumlah kontrak yang berhasil dijalin dengan klien serta besarnya nilai invoice yang terealisasi. Kontrak dengan instansi besar seperti perusahaan swasta dan instansi pemerintah berkontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan. Namun, masih terdapat outstanding AR yang menandakan adanya piutang yang belum terselesaikan secara penuh. Kondisi ini sejalan dengan hasil wawancara informan, di mana pencapaian target penjualan tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran tetapi juga pada faktor manajemen keuangan dan kedisiplinan klien dalam melakukan pembayaran. Dengan kata lain, pencapaian target penjualan perusahaan bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh keterpaduan

antara strategi pemasaran, kualitas SDM, serta pengelolaan piutang. Secara keseluruhan, data target penjualan ini memperkuat temuan bahwa PT. Shield On Services perlu memperkuat strategi pemasaran digital untuk memperluas klien baru, menjaga hubungan baik dengan klien lama untuk memastikan perpanjangan kontrak, serta meningkatkan efektivitas pengelolaan AR agar arus kas perusahaan lebih sehat. Hal ini penting agar target penjualan tidak hanya tercapai di atas kertas (invoice) tetapi juga terealisasi dalam bentuk penerimaan kas yang optimal.

Temuan ini memperkuat pendapat Umar (2020) yang menyebutkan bahwa perusahaan jasa menghadapi tantangan utama berupa persaingan harga dan loyalitas pelanggan. Tjiptono (2021) menegaskan bahwa keberhasilan pencapaian target penjualan sangat bergantung pada kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan. Selain itu, Kotler (2017) menyatakan bahwa dalam industri jasa, hubungan jangka panjang dengan pelanggan lebih penting dibandingkan transaksi tunggal, sehingga perusahaan perlu membangun kepercayaan dan reputasi yang berkelanjutan.

Penelitian oleh Lestari (2020) juga menunjukkan bahwa lemahnya strategi pemasaran dan rendahnya kualitas SDM berkontribusi pada rendahnya pencapaian target penjualan pada perusahaan jasa. Oleh karena itu, PT. Shield On Services perlu lebih adaptif dalam menghadapi persaingan dengan cara menyeimbangkan strategi harga dan kualitas layanan. Hal ini penting agar perusahaan tidak hanya fokus pada aspek biaya, tetapi juga tetap mampu menunjukkan diferensiasi yang menjadi nilai tambah bagi klien.

### 5.3 Implementasi

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi strategi pada PT. Shield On Services Cabang Manado harus difokuskan pada integrasi antara strategi pemasaran yang efektif dan penguatan kualitas sumber daya manusia. Implementasi ini perlu dilakukan secara komprehensif agar perusahaan mampu meningkatkan daya saing, menjaga loyalitas klien, serta mencapai target penjualan yang berkelanjutan.

Pertama, dari sisi **strategi pemasaran**, perusahaan perlu memperkuat promosi berbasis digital. Hal ini sejalan dengan tren perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak mencari informasi melalui internet dan media sosial. Konten digital yang konsisten, menarik, dan informatif perlu dikembangkan, baik dalam bentuk artikel, video promosi, maupun testimoni klien. Perusahaan juga dapat memanfaatkan iklan berbayar serta mengoptimalkan penggunaan *search engine optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas. Selain itu, kehadiran aktif di platform seperti Instagram, Facebook, dan LinkedIn dapat menjadi sarana untuk memperluas jaringan klien baru, sekaligus menjaga hubungan dengan klien lama.

Kedua, PT. Shield On Services juga perlu melakukan **diversifikasi media promosi**. Selain brosur dan presentasi tatap muka, perusahaan dapat mengadakan seminar kecil atau workshop terkait keamanan dan manajemen fasilitas untuk memperkuat brand image sebagai penyedia layanan profesional. Aktivitas ini bukan hanya media promosi, tetapi juga sarana edukasi bagi calon klien mengenai pentingnya keamanan yang dikelola secara profesional.

Ketiga, implementasi strategi pemasaran harus diimbangi dengan penguatan **hubungan dengan klien lama**. Loyalitas klien merupakan aset yang sangat penting karena dapat menjamin keberlanjutan kontrak jangka panjang. Untuk itu,

perusahaan perlu menjadwalkan komunikasi rutin, melakukan evaluasi berkala, serta memberikan laporan kinerja secara transparan kepada klien. Dengan demikian, kepercayaan klien dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan.

Selanjutnya, dari sisi **sumber daya manusia**, perusahaan perlu melakukan pelatihan berkelanjutan, tidak hanya dalam aspek teknis seperti penggunaan peralatan keamanan, tetapi juga dalam aspek non-teknis seperti etika pelayanan, komunikasi, serta manajemen konflik. Petugas lapangan merupakan ujung tombak perusahaan karena kinerja mereka secara langsung dinilai oleh klien. Oleh sebab itu, pelatihan yang sistematis dan terjadwal akan membantu meningkatkan profesionalisme dan disiplin kerja karyawan. Selain pelatihan, perusahaan juga harus menerapkan **sistem penghargaan dan pengawasan** yang konsisten. Pemberian insentif bagi karyawan yang berprestasi dapat meningkatkan motivasi, sedangkan pengawasan yang terstruktur akan menjaga standar kualitas layanan tetap tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasibuan (2020) bahwa motivasi dan pengawasan merupakan faktor penting dalam meningkatkan produktivitas SDM. Dalam menghadapi persaingan harga yang ketat, implementasi strategi **harga yang fleksibel dan kompetitif** juga perlu diterapkan. Perusahaan tidak hanya bersaing dengan menawarkan harga yang lebih rendah, tetapi juga dengan menunjukkan nilai tambah yang membedakan layanan mereka dari kompetitor. Nilai tambah tersebut dapat berupa legalitas perusahaan yang lengkap, tenaga kerja bersertifikat, pelayanan responsif, hingga penggunaan teknologi modern dalam mendukung operasional. Dengan demikian, perusahaan dapat menempatkan diri bukan hanya sebagai penyedia jasa keamanan, melainkan sebagai mitra strategis bagi klien.

Terakhir, untuk mendukung implementasi tersebut, dibutuhkan **sinergi antara tim pemasaran dan tim operasional**. Komunikasi yang baik antarbagian akan memastikan bahwa janji pemasaran benar-benar diwujudkan dalam pelayanan nyata di lapangan. Hal ini penting agar kepercayaan klien tidak hanya terbangun melalui promosi, tetapi juga melalui pengalaman langsung menggunakan jasa perusahaan. Dengan mengintegrasikan strategi pemasaran yang inovatif, penguatan kualitas sumber daya manusia, penerapan strategi harga yang kompetitif, serta sinergi internal, PT. Shield On Services diharapkan mampu memperkuat posisinya di pasar jasa keamanan, meningkatkan kepercayaan klien, dan pada akhirnya mencapai target penjualan yang stabil serta berkelanjutan.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Pencapaian Target Penjualan pada PT. Shield On Services Kota Manado, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia (SDM) berperan penting dalam mendukung pencapaian target penjualan PT. Shield On Services Kota Manado.
2. Perusahaan telah memadukan promosi langsung (presentasi, proposal, brosur) dengan media digital (WhatsApp, media sosial), namun pemanfaatan media digital masih perlu diperkuat.
3. Kualitas sumber daya manusia yang meliputi tenaga keamanan, cleaning services, driver, dan administrasi menjadi keunggulan utama karena terlatih, disiplin, bersertifikat, dan memiliki keterampilan komunikasi yang baik.
4. Tantangan utama perusahaan meliputi persaingan harga yang ketat, keterbatasan promosi digital, dan kebutuhan pelatihan berkelanjutan pada semua lini layanan.
5. Integrasi strategi pemasaran yang adaptif dan pengelolaan sumber daya manusia profesional menjadi faktor kunci untuk memperluas pasar, mempertahankan klien lama, dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan di industri jasa outsourcing.

## 6.2 Saran

Perusahaan lebih memperkuat strategi pemasaran, khususnya melalui pemanfaatan media digital. Selama ini, pemasaran masih bertumpu pada promosi langsung, brosur, dan komunikasi personal, sehingga jangkauannya belum optimal. Dengan membangun citra perusahaan di media sosial, website resmi, dan platform profesional, perusahaan dapat memperluas jaringan serta menjangkau calon klien secara lebih efektif.

Selain itu, perusahaan juga perlu terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan melaksanakan pelatihan yang berkesinambungan, baik dalam hal teknis keamanan maupun keterampilan komunikasi dan pelayanan. SDM merupakan ujung tombak perusahaan karena berinteraksi langsung dengan klien, sehingga peningkatan kompetensi, kedisiplinan, dan profesionalisme karyawan akan berdampak langsung pada kepuasan klien serta loyalitas mereka terhadap perusahaan. Dari sisi manajemen internal, perusahaan juga disarankan untuk mengembangkan sistem penghargaan dan pengawasan yang konsisten. Pemberian insentif kepada karyawan yang berprestasi akan memotivasi mereka untuk bekerja lebih baik, sementara sistem pengawasan yang terstruktur akan menjaga standar layanan tetap sesuai dengan harapan klien. Selain itu, pengelolaan keuangan, terutama dalam hal piutang usaha, harus lebih diperhatikan. Invoice yang sudah diterbitkan perlu diiringi dengan sistem penagihan yang efektif agar realisasi kas dapat lebih cepat tercapai. Dengan demikian, target penjualan perusahaan tidak hanya terukur dari sisi kontrak yang berhasil dijalin, tetapi juga dari kestabilan arus kas yang dihasilkan. Melalui penguatan strategi pemasaran, peningkatan kualitas sumber daya manusia, sistem penghargaan dan pengawasan yang konsisten, serta

pengelolaan keuangan yang lebih efektif, PT. Shield On Services Cabang Manado diharapkan mampu meningkatkan daya saing, menjaga kepercayaan klien, dan mencapai target penjualan secara berkelanjutan di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Johnson, B., & Christensen, L. (2019). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches*. California: SAGE Publications.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of Marketing*. 17th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. 18th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Marketing*. 13th Edition. Boston: Cengage Learning.
- Lestari, A. (2020). Strategi Pemasaran dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Pencapaian Target Penjualan pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 45–57.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2020). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 9th Edition. Singapore: Pearson Education.
- Mangkunegara, A. A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Marlina, S. (2018). Pengaruh SDM terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 23–31.
- Nurhasanah. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan Jasa pada PT Garda Pratama. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 9(3), 112–120.
- Paendong, M. A., Langi, Y., & Sambul, S. (2023). Implementasi Digital Marketing melalui Website Profiling Produk UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis Polimdo*, 5(1), 77–86.
- Rahmawati. (2019). Strategi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Penjualan Jasa. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 7(2), 55–63.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, D., & Pratama, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan SDM terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pengamanan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 134–142.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Setiawan, R., & Rachmawati, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas SDM terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jasa Keamanan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 41–52.
- Sondakh, F. (2021). Kualitas SDM dan Hubungannya dengan Kinerja Penjualan Jasa di Manado. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 77–85.
- Swastha, B. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

- Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wagunu. (2018). Disiplin Kerja Karyawan dan Strategi Pengelolaan SDM pada Swiss-Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 89–98.
- Walean, D. P., et al. (2020). Analisis Beban Kerja Karyawan pada Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Jurnal AB Polimdo*, 6(1), 25–34.
- Wijaya. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 88–97.
- Yusuf, A. (2020). Pengaruh Kualitas SDM terhadap Pencapaian Target Penjualan di PT ABC. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 11(1), 65–72.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 8th Edition. New York: McGraw-Hill.

## Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian



Gambar 1 Wawancara dengan HR Admin



Gambar 2 Wawancara dengan Operation

## Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian



Gambar 3 Suasana Kerja Karyawan



Gambar 4 Wawancara dengan Staff Pemasaran



Gambar 5 Wawancara dengan Sales Executif

**Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Kepada Informan**

<b>No</b>	<b>Pertanyaan</b>
1.	Strategi promosi apa yang paling sering digunakan untuk menarik klien?
2.	Bagaimana koordinasi anda dengan manajemen dan tim lain dalam mencapai target penjualan?
3.	Sejauh mana kualitas petugas lapangan memengaruhi keberhasilan pemasaran dan retensi klien?
4.	Kendala apa yang paling sering Anda hadapi dalam menawarkan jasa keamanan kepada calon klien?
5.	Faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam pencapaian target penjualan Jasa?
6.	Apa yang menurut Anda menjadi daya tarik utama jasa PT. Shield On Services dibandingkan pesaing?
7.	Apa saran Anda untuk peningkatan strategi pemasaran perusahaan ke depan?

**Lampiran 4 Daftar Informan Penelitian**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Lama Bekerja</b>
1.	Habianto Thalib	Kepala Cabang	7 Tahun
2.	Gloria Santoso	HR Admin	5 Tahun
3.	Baharrudin	Operation	3 Tahun
4.	Surya Hiola	Staff Pemasaran	3 Tahun
5.	Ahmad Fauzan	Sales Executif	5 Tahun



## Lampiran 6 Brosur Perusahaan



**Lampiran 8 Data Perlengkapan dan Peralatan**

<b>No</b>	<b>Nama Perlengkapan &amp; Peralatan</b>	<b>Jumlah Barang</b>	<b>Satuan</b>
1	Seragam Safari Lengan Pendek	16	stel
2	Seragam Safari Lengan Panjang	2	stel
3	Senter – besar (radius 100mtr)	2	buah
4	Rompi Lalin	2	buah
5	Handy Talky	4	buah
6	Mirror Detector	1	buah
7	Handheld-Metal Detector	2	buah
8	Borgol	3	buah
9	Lampu Lalin	2	buah
10	Pentungan Hitam	4	buah
11	Payung	3	buah
12	Jas Hujan	4	buah
13	Dispenser dan Air Galon	1	lumpsum
14	Mesin Finger Print	1	lumpsum