

Aplikasi system dynamics untuk merumuskan strategi pemasaran jasa pelatihan di Balai Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia

Chandrini Mestika Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=98242&lokasi=lokal>

Abstrak

Jasa pelatihan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Balai Pendidikan dan Pelatihan Ekspor Indonesia (BPPEI). Melalui jasa pelatihan inilah BPPEI memperoleh pendapatan melalui pembayaran biaya keikutsertaan jasa pelatihan. Pendapatan ini mengalami kenaikan dan penurunan tergantung dari jumlah peserta yang berminat ikut serta harga yang diberikan untuk setiap topik pelatihan.

BPPEI berkeinginan untuk meningkatkan kemampuan pendapatan dari jasa pelatihan lebih daripada pendapatan dari jasa lainnya, yang pada tahun 2002 telah mempunyai perbandingan sebesar 1 : 1.33. Dan hal ini didorong pula oleh adanya kecenderungan penurunan dari rata-rata jumlah peserta per angkatan pelatihan yang disebabkan oleh tidak tercapainya target peserta untuk beberapa topik pelatihan.

Terdorong oleh adanya permasalahan ini maka penulis bermaksud untuk meneliti tentang hal yang berhubungan dengan pemasaran jasa pelatihan ini yaitu untuk mengetahui apa yang menjadi leverage factor di bidang pemasaran sehingga pendapatan dari jasa pelatihan dapat meningkat. Disamping itu pula ingin disusun suatu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh BPPEI agar kemampuan pendapatan dari jasa pelatihannya dapat meningkat.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode systems dynamic. Metoda ini merupakan simulasi komputer untuk membentuk model yang sesuai dengan kondisi nyata yang kemudian dengan pengujian dapat membentuk alternatif variabel yang sensitif terhadap perubahan hasil yang diharapkan, yang pada akhirnya dapat digunakan untuk menyusun strategi. Permodelan dalam system dynamic ini dapat dibentuk melalui tahapan system thinking terlebih dahulu yaitu suatu pembuatan hubungan sebab akibat antara variabel di dalam unsur pemasaran yang bermuara ke tujuan yang sama yaitu peningkatan pendapatan jasa pelatihan.

Sesuai dengan hasil penelitian, tersusunlah sebuah model causal loop untuk kegiatan pemasaran BPPEI yaitu dengan adanya unsur promosi yang terdiri dari advertising dan direct sales yang dapat menyebabkan diperolehnya market share bagi jasa pelatihan BPPEI, yang kemudian menyebabkan terjadinya penjualan dan dengan adanya penjualan maka diperolehlah pendapatan. Variabel pendukung berikutnya adalah product features, dimana variabel tersebut akan menyebabkan daya tarik produk yang berpengaruh untuk membentuk market share BPPEI, yang kemudian mengakibatkan penjualan dan pendapatan pula. Sebagai variabel berikutnya adalah kapasitas strategy staff yang dimiliki oleh BPPEI, yang dibatasi dengan adanya standar prosedur kerja sehingga mengakibatkan batasan kapasitas yang mampu ditangani pada saat ini. Kapasitas ini mempengaruhi akan jumlah market share yang dapat ditangani pula.

Terhadap model yang telah terbentuk dilakukan berbagai pengujian untuk membuktikan bahwa model telah valid sehingga bisa mewakili kondisi nyata. Berdasarkan uji sensitifitas diperoleh leverage factor terhadap pendapatan jasa pelatihan yaitu: sebagai variabel amat sangat sensitif adalah product features, variabel sangat sensitif adalah price, variabel sensitif berikutnya adalah advertising, variabel kurang sensitif yaitu sumber daya manusia, dan variabel amat kurang sensitif adalah direct sales.

Berdasarkan sensitifitas variabel tersebut maka penulis menyusun strategi di bidang pemasaran yang kiranya dapat digunakan oleh BPPEI untuk meningkatkan pendapatan dari jasa pelatihan. Strategi tersebut adalah : meningkatkan tingkat daya tarik produk melalui perbaikan dan penyempurnaan product features, memperhitungkan kenaikan harga jual yang sesuai dengan nilai manfaat yang diperoleh pembeli, meningkatkan volume advertising dan memperhatikan pemilihan media advertising, memperhitungkan jumlah strategy staff yang tersedia dengan kemampuan menangani pelatihan untuk setiap strategy staff tersebut, serta memperbaiki mutu isi surat penawaran agar komunikatif dan atraktif.

Setiap strategi memiliki kegiatan pelaksanaannya, sedangkan urutan prioritas pembiayaan, waktu pelaksanaan serta pokok perhatian dan pihak manajemen dapat disesuaikan dengan urutan sensitifitas dari setiap variabel.

Penyelesaian suatu masalah dengan menggunakan systems thinking dan diuji dengan system dynamics, menurut penulis merupakan cara untuk melihat permasalahannya secara mendasar yang tentunya akan mempengaruhi pula cara penyelesaiannya yang tidak bersifat quick fix.