

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

Nadia Paturusi\*, Willem Gilbert Pomantow<sup>2</sup>, Wingston Markus J. Longdong<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, nadiapaturusi15@gmail.com

<sup>2</sup>Manajemen Pemasaran, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, gilbertwillem7@gmail.com

<sup>3</sup>Manajemen Pemasaran, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, wingstonlongdong@gmail.com

[\\*Nadiapaturusi15@gmail.com](mailto:nadiapaturusi15@gmail.com)

### 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.

### 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. 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.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah Penelitian

Sektor jasa merupakan tulang punggung perekonomian nasional, dengan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan kelancaran berbagai aktivitas bisnis serta pemerintahan. 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. 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. 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. 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.

### Tujuan Penelitian

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.

### **Batasan 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.

### **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. **Subfokus Penelitian**

- 1. Strategi Pemasaran PT Shield On Services**
- 2. Kualitas Sumber Daya Manusia**
- 3. Pencapaian Target Penjualan**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori 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.

### **Teori 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. Dengan kata lain, kualitas SDM mengarah pada sejauh mana seorang karyawan mampu melaksanakan tugasnya dengan baik berdasarkan kompetensi yang dimiliki.

### **Teori 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.

## METODOLOGI PENELITIAN

### 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.

### Metode Pengumpulan Data

1. **Wawancara mendalam (in-depth interview)** dengan informan kunci, yaitu :  
Meliputi pihak manajemen Kepala Cabang, Staff Pemasaran, Operation, HR Admin. **Observasi**, dilakukan secara langsung di lingkungan bandara untuk melihat aktivitas promosi UMKM, dan fasilitas pendukung pariwisata (*Tourism Information Center*).
2. **Observasi Partisipatif**  
Peneliti akan melakukan observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran yang dilakukan perusahaan dan interaksi petugas keamanan dengan klien di lapangan.
3. **Dokumentasi**, pada saat wawancara dengan 5 informan.

### Model Penelitian

Tahapan analisis data akan mengacu pada model Miles dan Huberman (1994) yang meliputi:

1. **Reduksi Data**  
Menyortir, memilih, dan memfokuskan data yang relevan sesuai dengan fokus penelitian.
2. **Penyajian Data**  
Menyusun informasi secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau diagram agar mudah dipahami.
3. **Penarikan Kesimpulan**  
penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan.

## HASIL DAN DISKUSI

### Hasil 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:

### **Subfokus 1 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. 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. 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.

### **Subfokus 2 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. 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.

### **Subfokus 3 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. 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.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **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.

### **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.

### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan agar pembaca dapat memahami konteks hasil yang diperoleh. Penelitian ini hanya difokuskan pada PT. Shield On Services cabang Kota Manado sehingga temuan yang dihasilkan tidak dapat digeneralisasi secara menyeluruh untuk seluruh cabang PT. Shield On Services di Indonesia. Variabel yang dianalisis juga terbatas pada strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia, sehingga faktor-faktor lain seperti kondisi ekonomi, kebijakan perusahaan pusat, atau dinamika pasar yang lebih luas tidak termasuk dalam kajian ini. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jumlah informan yang terbatas sehingga data yang diperoleh sangat bergantung pada kejujuran dan persepsi subjektif para informan, yang berpotensi menimbulkan bias. Waktu penelitian yang relatif singkat juga membatasi peneliti

dalam mengamati perubahan strategi atau kebijakan perusahaan secara lebih mendalam dan berkelanjutan. Di samping itu, tidak semua data internal perusahaan dapat diakses, terutama dokumen yang bersifat rahasia, sehingga analisis hanya didasarkan pada data yang tersedia dan diperkenankan oleh pihak perusahaan. Keterbatasan-keterbatasan tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan ruang lingkup, metode, dan variabel penelitian secara lebih komprehensif.

---

#### REFERENSI

- Armstrong, G., & Cunningham, M. H. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, D. (2020). Strategi pemasaran dan kualitas layanan dalam pencapaian target penjualan pada perusahaan jasa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 45–56.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Sedarmayanti. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Tjiptono, F. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.