BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepemimpinan *(leadership)* sangat penting untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, dikarenakan seseorang yang mempunyai semangat atau jiwa kepemimpinan yang matang mempunyai rasa tanggung jawab yang tinggi pada setiap amanah atau aktivitas yang sudah menjadi tanggung jawabnya. kepemimpinan bisa diartikan sebagai teknik untuk mempengaruhi orang-orang yang berada di sekita kita, agar dapat bekerjasama demi mencapai tujuan, target atau keinginan yang akan diharapkan. [1]Allah SWT telah memberi tahu kepada manusia, tentang pentingnya kepemimpinan dalam Islam, sebagaimana dalam Al-Qur'an.

> "ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "mengapa engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui". (QS: Al-Baqarah: 30).[2]

Untuk mempunyai semangat atau jiwa seorang pemimpin, haruslah sering terlibat bekerjasama sebagai tim dalam suatu kegiatan atau aktivitas apapun itu. Sebenarnya proses seorang terlibat dalam sebuah *teamwork*

---

[1] Dikutip pada 07 oktober 2016, dari http://sip-online.blogspot.co.id/2013/11/kepemimpinan-dalam-islam-menurut-al.html?m=1

[2] Al-Qur'an , Al-Baqarah 30, Penerbit: Menara Kudus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(kerjasama dalam tim) bisa menghasilkan kualitas bakat untuk kriteria-kriteria yang diharapkan dari calon-calon pemimpin (*leader)* karena proses *teamwork* tersebut pada dasarnya terdapat unsur-unsur komunikasi, diskusi, solusi, ide, pemikiran, serta pemecahan masalah yang nantinya akan sangat diperlukan.[3]

Dalam hal ini, maka akan sangat diperlukan adanya *training* kepemimpinan, karena menjadi pemimpin tentu banyak tantangannya, selain menjadi ujung tombak suatu perusahaan juga usaha menjadi panutan bagi karyawan. Karena jika pemimpinnya mencontohkan hal yang baik, maka karyawannya pun juga akan meniru hal tersebut. Nasib banyak orang yang menjadi karyawan ada di tangan seorang pemimpin, sehingga berikanlah yang maksimal dari yang bisa Anda lakukan guna menjamin kehidupan yang lebih baik bagi setiap karyawan yang Anda miliki.

Hal ini akan nampak sulit. Maka tanamkanlah dalam benak bahwa segala hal itu mudah jika mau ditekuni, maka lakukanlah setiap hal dengan sepenuh hati. Maka Anda akan memanen hasil yang optimal dari setiap kerja keras Anda.[4] Dengan adanya training kepemimpinan tersebut maka akan menambah wawasan mengenai bagaimana pemimpin yang baik, serta betanggungjawab atas tugas yang diembannya, dan menjadi pemimpin yang dicintai oleh karyawannya. Dengan adanya fenomena tersebut, membuat para

[3]Kompasiana,dipetik07oktober2016.Darihttp://m.kompasiana.com/herlambangdianidrapraja/pentingnya-leadershp-kepemimpinan_531fe489a33311d42bb675a1

[4] Dipetik 07 oktober 2016, dari http://wwwneoselfempowerment.com/manfaat-penting-training-kepemimpinan/.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengusaha berlomba-lomba untuk mengembangkan bisnis tentang training atau pelatihan.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi - fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.[5]

Pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah bisnis, tetapi sering kali pemasaran ini tidak di prioritaskan. pemasaran tidaklah sama dengan jualan karena dalam marketing bukanlah hanya sekedar jualan saja. Banyak yang kurang menyadari bahwa penerapan strategi marketing yang benar akan memberikan efek yang kuat terhadap perusahaan atau bisnis yang sedang di bangun.[6] Selain itu kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang kompleks, apabila tidak di administrasikan dengan baik, maka akan tumpang tindih. Dengan ini maka diperlukan adanya sistem adminitrasi pemasaran, agar kegiatan pemasaran tersebut lebih terstruktur, jelas arah dan tujuannya.

---

[5] Basu Swastha dan Irawan, 1997, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, hal. 5.

[6] Raosang, 2013, dipetik 05 oktober 2016, dari http://raosang.blogspot.com/2013/08/pentingnya-strategi -pemasaran.html?m=1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal ini *ESQ Leadership Center* (ESQ LC) merupkan lembaga training yang sudah lebih dari 15 tahun, ESQ berkiprah melalui training pembentukan karakter ke pelosok negeri demi mewujudkan cita-cita Nusantara Emas. Saat ini telah berdiri menara 165 yang merupakan symbol kebangkitan moral bangsa. Namun misi ini belum selesai, masih banyak tantangan yang di hadapi berpusat pada lemahnya sumber daya manusia, masih sering terjadi pelanggaran nilai kejujuran seperti praktik korupsi, lemahnya disiplin dan eksekusi, kurangnya tanggung jawab, kepedulian, dan kerjasama di berbagai lapisanmasyarakat juga pada korupsi dan organisasi. [7]

Oleh karena itu pihak ESQ LC harus memahami akan pentingnya Sistem administrasi pemasaran. Agar perusahaan dapat mewujudkan adanya efisiensi di dalam usaha, serta menjamin kelancaran dan kelanjutan usaha. Sehingga akan menimbulkan tercapainya suatu tujuan dari perusahaan tersebut. Setelah enam belas tahun berdiri, sejak enam belas mei 2000, ESQ LC telah menjadi salah satu lembaga pelatihan sumber daya manusia terbesar di Indonesia. Total alumni mencapai 1.4 juta orang (per 2016), untuk melaksanakan berbagai programnya, ESQ LC didukung lebih dari 200 orang karyawan.[8]

Dari sini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Administrasi Pemasaran pada ESQ LC, dan peneliti juga tertarik dengan

[7] Dipetik 05 oktober 2016, dari **http://www.esqway165.com/about-us/trainers-2/**

[8] Dipetik 05 oktober 2016, dari **http://www.esqway165.com/about-us/trainers-2/**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sistem Administrasi pemasaran yang dilakukan oleh ESQ LC dari hasil tulisan dari penelitian ini akan disosialisasikan kepada masyarakat luas, khususnya bagi para pelaku bisnis, baik dalam bidang produk maupun jasa. Sehingga diharapkan kepada semua masyarakat Indonesia dan pembaca untuk menciptakan bisnis yang serupa dalam bidang yang berbeda.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas, maka penulis merumuskan suatu permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana Sistem Administrasi Pemasaran *Event Organizer* Pelatihan Kepemimpinan Pada ESQ *Leadership Center* Surabaya.
2. Apa Hambatan Implementasi Sistem Administrasi Pemasaran Event Organizer Pelatihan Kepemimpinan pada ESQ *Leadership Center* Surabaya.

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Sistem Administrasi Pemasaran *Event Organizer* Pelatihan Kepemimpinan Pada ESQ *Leadership Center* Surabaya.
2. Untuk mengetahui Hambatan Implementasi Sistem Administrasi Pemasaran *Event Organizer* Pelatihan Kepemimpinan pada ESQ *Leadership Center* Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan khazanah pengetahuan manajemen khususnya pengetahuan di bidang sistem administrasi pemasaran, serta memberi pengetahuan kepada para *leader* tentang sistem administrasi pemasaran yang di terapkan oleh ESQ *Leadership Center* Surabaya.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga ESQ *Leadership Center* Surabaya terutama terkait dengan Sistem Administrasi Pemasaran.

3. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan sebagai bahan penelitian mahasiswa khususnya tentang Sistem Administrasi Pemasaran.

E. Definisi Konsep

Konsep atau pengertian, merupakan salah satu unsur pokok dari penelitian. Konsep sebenarnya adalah definisi secara singkat dari sekelompok fakta atau gejala yang menjadi pokok perhatian.[9] Untuk menghindari kemungkinan adanya kesalah pahaman dalam memahami penelitian ini, dan

[9] Koentjoroningrat, 1994, *"Metode Penelitian Masyarakat"*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

guna mempermudah memahaminya, berikut ini akan di jelaskan beberapa istilah yang dijadikan judul dalam penelitian ini, antara lain :

1. Sistem

Sistem adalah seperangkat komponen yang berada dalam suatu organisasi yang saling berhubungan dalam menunjang aktivitas kinerja organisasi tersebut. Keberadaan sistem menjadi semakin penting pada saat organisasi semakin berkembang, yaitu terutama pada saat perusahaan memasuki pasar internasional segala keputusan tidak mungkin lagi dilakukan dengan perangkat sistem yang sederhana.[10]sedangkan menurut Ismail, sistem adalah suatu kesatuan unit yang terdiri atas sub-sub sistem yang saling bekerjasama ataupun mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung untuk mencapai tujuan tersebut. [11]

2. Administrasi

Administrasi merupakan segala kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Kegiatan yang dilakukan dalam suatu perusahaan atau pemerintahan dapat dimulai dari tingkat tinggi sampai dengan tingkat terendah. Oleh karena itu, administrasi meliputi seluruh bidang pekerjaan, bukan hanya tata usaha saja.[12]

Sedangkan menurut John M. Pfiffner dalam buku *"Public Administration"* menyatakan: *"Administration may be defined as the*

[10] Irham Fahmi, 2012, *"Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi",* Alfabeta, Bandung, hal. 249.
[11] Ismail Nawawi, 2011, *" Islam dan Bisnis"*, VIVPRESS, Surabaya, hal. 224.
[12] Sukarna, 1990, *Pengantar Ilmu Administrasi*, Mandar Maju, Bandung, hal. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organization and direction of human and material resources to achive desired ends" (administrasi dapat dirumuskan sebagai pengorganisasian dan pengarahan sumber manusia/tenaga kerja dan materi untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.[13]

3. Pemasaran

Menurut American Marketing Association (AMA) di tahun 2007 merilis definisi terbaru, yaitu "pemasaran adalah aktivitas, serangkaian, institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan mempertukarkan tawaran *(offerings)* yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum". [14]

4. *Event Organizer*

Menurut pakar manajemen Rhenald Kasali, bahwa *Event Organizer* adalah bisnis yang menerapkan konsep manajemen secara berkesinambungan dan kosisten dalam mengeksplorasi dunia entertainmentsedalam-dalamnya. Yang dibangun dari sebuah tim yang mencatat *every single detail* dari proses memilih acara, mengemas acara, memenuhi pembayaran, mengurus perizinan, meyakinkan keamanan pelaksanaan, merekam gejolak keinginan pasar, serta menyiapkan teknologi dan pemasarannya, sampai pada *event report* (laporan pertanggung jawaban) atau evaluasi.[15]

---

[13] Sukarna, 1990, *Pengantar Ilmu Administrasi*, Mandar Maju, Bandung, hal. 3.

[14] Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*, C. V ANDI OFFSET, Yogyakarta, hal. 5.

[15] Irpan Ramdani, 2014, dipetik 07 oktober 2016 , dari http://irpantips4u.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-event-organizer--menurut.html?m=1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Pelatihan

Pelatihan merupakan suatu fungsi manajemen yang perlu dilaksanakan dalam rangka pembinaan ketenagaan dalam suatu organisasi. Secara spesifik, proses pelatihan itu merupakan serangkaian tindakan (upaya) yang dilaksanakan secara berkesinambungan, bertahap dan terpadu. Tiap proses pelatihan harus terarah untuk mencapai tujuan tertentu terkait dengan upaya pencapaian tujuan organisasi.[16]

Sedangkan menurut Edwin B. Flippo dalam bukunya "*Principles of Personal Management"* mengatakan sebagai berikut: *" Training is the act of increasing the knowledge and skill of an employee for doing a particular job".* Jadi, pelatihan merupakan suatu tindakan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seorang pegawai yang melaksanakan suatu pekerjaan tertentu.[17]

6. Pelatihan Kepemimpinan

Pelatihan kepemimpinan merupakan salah satu modal penting yang harus dilakukan oleh Anda yang berniat membangun sebuah usaha. Menjadi seorang atasan di sebuah perusahaan merupakan status sebagai seorang pemimpin yang membutuhkan pengrtahuan yang cukup untuk menjalaninya.

[16] Oemar Hamalik, 2001, "Pengembangan Sumber Daya Manusia Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan", Bumi Aksara, Jakarta, hal. 10-11.
[17] Moekijat, 1993, *"Evaluasi Pelatihan",* Mandar Maju, Bandung, hal. 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui sebuah pelatihan kepemimpinan maka Anda akan memiliki modal yang lebih besar untuk mengelola sebuah bisnis usaha.[18]

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan runtutan dan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi. Agar lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan antara lain :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini disajikan dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui secara jelas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II : KERANGKA TEORITIK

Pada bab ini berisikan tentang kajian kepustakaan konseptual, yang meliputi : tinjauan tentang Sistem, karakteristik sistem, syarat - syarat sistem, administrasi, tujuan administrasi, unsur – unsur administrasi, pemasaran, konsep pemasaran, konsep pemasaran Islami, sistem pemasaran, ESQ LC dalam prespektif Islam.

[18] Dikutip pada 07 oktober 2016, dari http://googleweblight.com/?lite_url=http://rajapresentasi.com/2012/03/pelatihan-kepemimpinan-yang-efektif/&ei=BmArDWok&lc=id ID&S=1&m=796&host=www.google.co.id&ts=1475745526&sig=AF9NednKA_QKXNuW-6GLbPpR-PQcxwBtHQ

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas secara detail mengenai metode yang digunakan dalam upaya penelitian ini yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validita data, serta teknik analisis data. Pembahasan ini sengaja disajikan untuk memberikan gambaran secara utuh mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirancang/formulasikan pada sub bab rumusan masalah diatas.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian yaitu ESQ *Leadership Center*, Meliputi sejarah, visi dan misi, nilai, falsafah, struktur organisasi, dan penyajian data mengenai Administrasi Pemasaran ESQ *Leadership Center* Surabaya serta pembahasan hasil penelitian (analisis) sesuai dengan yang ada dilapangan.

BAB V : PENUTUP.

Pada bab ini berisi penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan, saran dan rekomendasi, serta keterbatasan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id