

## **INTISARI**

Sebagai negara berkembang, Indonesia masih mengembangkan infrastruktur umum secara intensif. Perkembangan infrastruktur melibatkan banyak partai, salah satunya perusahaan konsultan, yang mana merupakan bisnis yang baru muncul. Banyak perusahaan konsultan yang memprioritaskan produktivitas dan mengabaikan pemasaran. Padahal, perusahaan mendapatkan banyak ancaman bisnis seperti kompetisi, skeptisme, dan penurunan penjualan. Sebagai jenis bisnis yang baru muncul dan berkembang, teori pemasaran mengenai jasa konsultan juga terbatas. Studi pemasaran dalam strategi pemasaran dilaksanakan dengan studi literatur dan pengamatan pada PT Adiguna Mitra Terpercaya Consultants dan dilengkapi dengan wawancara dengan direktur utama dan direktur pemasaran perusahaan. Hasil dari analisa, diperlukan beberapa langkah agar perusahaan dapat berkembang. Dari hasil pengamatan dan wawancara, dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa untuk saat ini, Adiguna Mitra Terpercaya Consultants sedang dalam masa lonjakan bisnis. Penilaian dari booklet profil perusahaan, rencana pemasaran, dan sosial media menunjukkan bahwa perusahaan tidak menganggap alat pemasaran secara serius. Perusahaan menilai bahwa menggunakan alat pemasaran seperti booklet profil perusahaan, situs web, dan media sosial belum mendesak dan tidak diperlukan. Sikap seperti ini dapat menghambat perusahaan untuk berkembang dan bertahan dalam masa krisis.

**Kata Kunci: Perusahaan Konsultan, Perusahaan Jasa, Rencana Pemasaran, Pemasaran Digital, Pemasaran Gerilya**

## ABSTRACT

As a developing country, Indonesia is intensifying its infrastructure development. Infrastructure development involves many parties, one of which is consulting firm, which becomes an emerging business. Many new consulting firms prioritized productivity instead of marketing. Whereas, there are business threats like competition, skepticism, and sales depression. As consulting firm is a new emerging business, the theory about its marketing is new either. This study on marketing strategies is conducted by literature study and observation in *PT Adiguna Mitra Terpercaya Consultants*. Observation is conducted towards marketing practices in *PT Adiguna Mitra Terpercaya Consultants* and is completed by interviews with the directors. The result of this study shows that the current marketing practice in *PT Adiguna Mitra Terpercaya Consultants* could be improved. Based on the analysis, the company could thrive and improve its marketing strategies by implementing digital marketing such as utilizing a website, improving its company profile, and intensifying social media. There are some conclusions from reviewing the marketing plan, company profile, social media, and interview with the directors. For now, *PT Adiguna Mitra Terpercaya Consultants* is in the state of a business boom. The result of assessing the company profile booklet, marketing plan, and social media shows that the company currently does not take marketing as a serious matter. The company thought that managing marketing tools is not urgent. This attitude could constraint the company to develop and survive in the crisis.

**Keywords:** Consulting Firm, Business Service Company, Marketing Plan, Digital Marketing, Guerilla Marketing