

## ABSTRAK

Perkembangan industri hiburan di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini menunjukkan bahwa sektor bisnis berbasis hiburan ternyata cukup mempunyai pasar yang demikian potensial. Persaingan usaha talent manajemen di Jakarta yang semakin ketat dan pangsa pasar industri kreatif yang sangat besar membuat PT. SMN harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk menjaga eksistensi usahanya demi mengatasi persaingan yang ada.

Penetapan program jangka pendek dan panjang serta visi dan misi yang terintegrasi dengan baik tentunya akan menumbuhkan strategi yang tepat bagi PT. SMN dalam menghadapi persaingan yang ada. Apalagi dengan adanya dukungan kuat dan saling bersinergi dari media yang tergabung dalam MNC group.

Dari hasil analisis matrik SWOT didapatkan dari strategi SO (Strength-Opportunity). Untuk itu SMN harus bisa mengevaluasi hasil kinerjanya untuk membuka peluang yang lebih besar dengan terus melakukan kerjasama dengan lembaga seperti advertising, media massa guna menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis talent manajemen kedepannya sangat menjanjikan. Tentunya dengan catatan harus terus diimbangi dengan proses kreatifitas yang mengikuti didalamnya. Karena memang disinilah kunci utama dalam menjalankan bisnis talent manajemen yang berbasis pada industri hiburan yang selalu saja bergerak mengikuti arah trend perkembangan sesuai dengan selera pasar. Hal ini harus dilakukan demi meraih peluang pasar dalam negeri yang demikian besar.

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A