

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Krisis tidak dapat di prediksi datangnya, ini dapat terjadi dimana saja, kapan saja dan pada siapa saja. Krisis tidak pernah memandang bulu karena bisa datang tanpa menunggu kesiapan dalam menanggapi. Dan ketika krisis yang tidak di perhitungkan terjadi, semua menjadi bingung tanpa arah dan kehilangan kendali. Begitu pula dalam persahaan atau organisasi. Ketika terjadi krisis, maka seluruh aktivitas organisasi bisa menjadi lumpuh. Ketika krisis terjadi, perusahaan harus memutuskan apa yang harus dilakukan. Bergerak ke kiri, atau bergeser ke kanan, ke bawah atau ke atas, bertarung atau melarikan diri. Krisis sekecil apapun bila tidak ditangani dengan baik, akan menimbulkan masalah yang lebih besar dan akan mengganggu kelangsungan hidup suatu organisasi. Oleh karena itu, sangat perlu dilakukan berbagai langkah untuk mengelola atau menyelesaikan krisis yang terjadi dalam kehidupan suatu organisasi/perusahaan.

Ada beberapa jenis krisis berdasarkan penyebab nya, yaitu antara lain krisis karena produk yang kurang sempurna dan krisis karena terkait masalah kriminal. Dalam bisnis perusahaan menghasilkan produk yang terdiri dari barang (*goods*) dan jasa (*service*). Barang dan jasa juga memiliki potensi krisis. Hal ini mungkin saja terjadi karena produk yang dihasilkan cacat (*defect*) atau kurang sempurna. Walaupun sebelumnya perusahaan telah

melakukan riset dan teknik pengembangan produk. Begitu juga krisis yang terkait masalah kriminal belakangan ini sering terjadi. Krisis jenis ini merupakan ancaman besar untuk beberapa industri. Contoh krisis ini, antara lain terorisme, pembajakan, kekerasan, perjudian, pemalsuan, dan pencurian. Krisis ini membutuhkan respon yang tepat karena menjadi ‘magnet media’. Seperti pada kasus penjualan pompa merk Ebara palsu oleh PT. Menara Asia Global.

Krisis bermula ketika PT. Menara Asia dituntut atas penjualan barang palsu oleh PT. Indobara Bahana selaku perwakilan pompa Ebara di Indonesia, yang seharusnya distributorkan oleh PT. Indobara Bahana. PT. Menara Asia Global menjual beberapa produk EBARA yang di dapatkan secara ilegal. Pompa pompa tersebut dibeli tidak melalui PT. Indobara Bahana atau Ebara Indonesia melainkan dari pihak supplier lain yang mendapatkannya dari Taiwan . Hal ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar karena barang tersebut memiliki kualitas yang sama namun harganya jauh lebih murah. Pompa palsu tersebut tidak memiliki sertifikat garansi serta COO (*Certificate Of Origin*) serta non pajak, sehingga barang tersebut lebih murah. Untuk meyakinkan keaslian barang tersebut, PT. Menara Asia Global membuat sertifikat garansi seperti yang di keluarkan oleh PT. Indoara Bahana dengan menyatakan bahwa PT Menara Asia Gobal adalah distributor Ebara di Indonesia dan barang tersebut adalah asli dari Ebara Indonesia. Penjualan beberapa barang Taiwan ini sudah berlangsung selama 4 tahun dan tidak mengalami kendala apapun hingga salah satu pelanggan mendapati kecacatan

pada barang dan mengecek nomor seri pompa tersebut ke Ebara Indonesia / PT. Indobara bahana, karena pelanggan tersebut ragu atas keaslian Pompa setelah mendapati cacat pada barang. Saat di cek, nomor seri pompa tersebut tidak di temukan. Setelah dilakukan pengaduan atas kecacatan pompa serta sertifikat yang menjamin pompa tersebut, PT. Indobara bahana mendapatkan informasi bahwa pompa palsu tersebut didapatkan dari PT. Menara Asia Global. Kasus mulai berjalan saat PT. Indobara Bahana menuntut PT. Menara Asia Global karena dinilai telah melakukan penjualan pompa Ebara palsu dan sertifikat palsu. Dalam menanggapi hal ini PT. Menara Asia Global melakukan negosiasi dengan pihak PT. Indobara Bahana agar kasus ini dapat diselesaikan dengan baik. Kasus ini selesai dan berjalan dengan damai tanpa sampai tahap pengadilan dengan tuntutan ganti rugi sebesar 3 milyar, penarikan seluruh Pompa Ebara ilegal dan permohonan maaf PT. Menara Asia Global di media cetak Nasional pada tanggal 20 Juni 2017 dimana PT. Menara Asia Global mengakui atas penjualan barang palsu tersebut.

Situasi ini dapat dikatakan krisis, terutama adalah krisis bagi perusahaan yang bertanggung jawab menangani situasi ini secara langsung dilapangan. Hampir semua perusahaan pernah mengalami krisis. Suatu krisis didefinisikan oleh berbagai aspek dari suatu situasi, yang mencakup suatu ancaman yang tinggi terhadap kehidupan keamanan atau eksistensi suatu organisasi dan tekanan waktu, yang berarti para pengambil keputusan harus bekerja dengan cepat untuk menanggulangi situasi (Afdhal, 2004: 111).

1.2 Fokus Penelitian

Kasus ini menuntut pihak PT Menara Asia Global untuk melakukan strategi agar bisa keluar dari krisis tersebut sehingga dapat kembali memperbaiki citra perusahaan yang sempat negatif di mata masyarakat. Dalam manajemen krisis, Strategi *Public Relations* yang di pilih dan di jalankan oleh pihak PT. Menara Asia Gobal adalah strategi Adaptif. Strategi adaptif adalah strategi untuk untuk organisasi yang mengalami krisis, dimana krisis itu tidak lepas dari kesalahan dan kelalaian organisasi. Kelalaian itu menyebabkan organisasi tidak mungkin bersifat defensif. Ia harus berani mengakui keteledoran dan mengambil resiko dengan melakukan perubahan. Pihak PT. Menara Asia Global menjalankan strategi tersebut dengan cara berupa menggunakan langkah-langkah dengan menerbitkan permohonan maaf dan pengakuan di media cetak, menghentikan penjualan pompa Ebara palsu, menghimbau kepada seluruh marketing untuk tidak lagi menawarkan, dan kepada bagian Pembelian untuk tidak lagi melakukan pembelian pompa palsu tersebut. PT. Menara Asia Global juga memberikan penegasan kepada setiap calon pembeli bahwa setiap pembelian pompa, mereka akan di berikan sertifikat keaslian, serta mengadakan promo-promo menarik guna menarik perhatian konsumen.

Meski sudah melakukan perubahan dalam menangani hal tersebut, serta promo-promo yang dibuat, penjualan masih saja rendah dan tidak sedikit pelanggan meragukan keaslian produk yang di jual. Kasus ini berdampak pada munculnya citra negatif dimata masyarakat mengenai keaslian pompa yang dijual oleh PT. Menara Asia Global. Walaupun kasus tersebut hanya pada penjualan

pompa Ebara, namun hal itu akhirnya berdampak negatif kepada semua merek pompa yang di jual oleh PT. Menara Asia Global serta mempengaruhi minat beli. Sehingga dalam penelitian ini akan di bahas mengenai pilihan strategi dalam manajemen krisis yang di lakukan oleh PT. Menara Asia Global dalam rangka memperbaiki citra Perusahaan pasca kasus penjualan Pompa Palsu. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana langkah-langkah manajemen krisis guna memperbaiki citra pasca penjualan Pompa Ebara palsu PT. Menara Asia Global”

Dari uraian di atas, maka peneliti mengambil judul “Analisis Manajemen Krisis Public Relation Di PT. MENARA ASIA GLOBAL (Kasus Penjualan Produk Pompa Ebara Palsu”

1.3 Tujuan Penelitian

1. Memperoleh gambaran dan mendeskripsikan langkah-langkah manajemen krisis guna memperbaiki citra pasca penjualan Pompa Ebara palsu PT. Menara Asia Global.
2. Mendeskripsikan tentang pengaruh krisis perusahaan terhadap citra perusahaan.
3. Mengetahui pemahaman PT. Menara Asia Global mengenai krisis.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian di harapkan akan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian nantinya diharapkan bermanfaat untuk akademisi khususnya bahan masukan teori manajemen krisis. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengembangkan ilmu komunikasi pada umumnya dan ilmu hubungan masyarakat pada khususnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi kepentingan PT. Menara Asia Global untuk keberhasilan penerapan manajemen krisis serta sebagai masukan bagi PT. Menara Asia Global untuk meningkatkan strategi penyelesaian krisis.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui gambaran secara keseluruhan mengenai penelitian ini, peneliti membagi beberapa bagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini peneliti menjelaskan latar belakang masalah mengapa peneliti memilih tema ini. Di samping itu, bab ini juga memuat rumusan masalah yang bertujuan agar pembahasan dalam skripsi ini tidak meluas dari garis yang telah ditetapkan. Selanjutnya, tujuan penelitian yang menjelaskan tentang hal-hal yang disampaikan untuk menjawab permasalahan yang telah ditentukan, terakhir adalah sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penjabaran mengenai teori yang digunakan dan mendukung terhadap permasalahan yang dikaji, yaitu

mengemukakan penjelasan berbagai sumber kepustakaan yang menjadi rujukan serta relevan dengan permasalahan yang akan dibahas yaitu Manajemen krisis dalam perselisihan penjualan produk pompa ebara palsu oleh PT. Menara Asia Gobal. Penulis menggunakan sumber jurnal, skripsi, dan buku-buku yang membahas tentang Manajemen krisis dalam mengembalikan citra.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan untuk dapat menjawab masalah penelitian, yaitu desain penelitian, bahan penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Hal yang dibahas disini adalah tentang bagaimana strategi Manajemen krisis yang digunakan oleh PT. Menara Asia Global dalam penanganan krisis. Dan mengembalikan citra negatif.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan merupakan uraian singkat hasil penelitian, dan atas dasarkesimpulan itu kemudian diajukan saran sebagai sumbangan pemikiran peneliti bagi pemecahan masalah.