

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di tengah-tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan disertai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perusahaan harus bisa menyiapkan diri untuk bertahan dan bersaing apabila ingin tetap eksis. Jika hal tersebut tidak dilakukan, kinerja perusahaan akan semakin terpuruk dan perusahaan akan tersisih dari kompetitor lain. Dengan kata lain, perusahaan yang masih condong melihat kebutuhan konsumen dari kaca mata sendiri lambat laun akan ditinggalkan.

PT. Unggul Plastik merupakan salah satu perusahaan plastik terbesar di Indonesia. Saat ini sedang melakukan upaya-upaya penyebaran produk dan memperkenalkan produk kepada pelanggan. Manager Operasional PT. Unggul Plastik dalam membangun citra dan loyalitas konsumen pada produk dengan cara pendekatan komunikasi. Adapun pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah melalui *Personal Selling*.

Dalam melakukan komunikasi melalui *Personal Selling* perusahaan PT. Unggul Plastik menggunakan cara *door to door*. Cara ini lebih efektif dan efisien dalam mencaai tujuan yang akan dicapai. Efektif artinya langsung kepada sasaran yang akan dituju, yaitu para calon pelanggan maupun pelanggan secara tatap muka dan diskusi. Efisien artinya dapat menekan biaya pemasaran. Komunikasi melalui

personal ini dilakukan oleh para marketing dengan mendatangi agen-agen maupun toko-toko di wilayah Jakarta Raya, khususnya wilayah Pluit Jakarta Utara.

Dalam komunikasi dengan *Personal Selling* teknik yang digunakan adalah teknik komunikasi persuasif dengan menyampaikan keunggulan produk, harga produk, manfaat dari produk, cara pakai baik untuk industri maupun untuk rumah tinggal, dan membujuk para konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

Sebagai perusahaan swasta yang memiliki pengalaman cukup lama dalam memasarkan produknya di berbagai wilayah Indonesia dan cukup diperhitungkan dan memiliki jumlah loyalitas tinggi dari para konsumen.

Adanya kewajiban bagian marketing ataupun pelayanan publik di dalamnya, maka dalam perusahaan yang mengemban misi bisnis sangat diperlukan kegiatan kehumasan atau *Public Relations* yang bertugas untuk melaksanakan kegiatan yang berkesinambungan agar mendapat dukungan *Stakeholders* ataupun masyarakat. Namun sayangnya sampai saat ini PT. Unggul Plastik belum memiliki lembaga kehumasan atau *Public Relations*. Oleh karena itu fungsi *Public Relations* dikendalikan oleh pimpinan bahkan sering menunjuk bagian marketing untuk menjalankan fungsi *Public Relations* tersebut.

Keberadaan *Public Relations* di PT. Unggul Plastik sangat diperlukan untuk menjaga citra perusahaan dan loyalitas pelanggan atau konsumen. Kadangkala sebagai supplier produk import rentan terhadap keluhan atau komplain para konsumen, karena produk yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan harapan mereka. Hal ini disebabkan beberapa faktor seperti pengiriman barangnya tidak tepat waktu atau speknya tidak sesuai dengan pesanan.

Untuk mengatasi hal tersebut, maka PT. Unggul Plastik membuat strategi dalam melakukan komunikasi dengan para calon pelanggan maupun pelanggan. Hal ini selain untuk meningkatkan penjualan, juga untuk membangun citra dan loyalitas para pelanggan terhadap produk PT. Unggul Plastik .

Penulis mengangkat topik komunikasi *personal selling* divisi Marketing dalam membangun citra dan loyalitas para pelanggannya terhadap produk PT. Unggul Plastik. Penelitian ini penulis batasi hanya di wilayah Pluit Jakarta Utara.

Berdasarkan uraian di atas, penulis menentukan judul skripsi sebagai berikut:

”KOMUNIKASI MELALUI *PERSONAL SELLING* PT. UNGGUL PLASTIK DALAM MEMBANGUN CITRA PRODUK PLASTIK MEREK BAWANG DAN LOYALITAS PELANGGAN DI PLUIT JAKARTA UTARA”

1.2. Rumusan Masalah

Sehubungan dengan judul di atas, maka penulis merumuskan masalah pokok penelitian yaitu :

“Sejauhmana Komunikasi Melalui Personal Selling PT. Unggul Plastik Dalam Membangun Citra Produk Plastik Merek Bawang Dan Loyalitas Pelanggan di Wilayah Pluit Jakarta Utara?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian bertujuan untuk :

- 1, Untuk mengetahui Citra Produk Plastik Merek Bawang bagi Pelanggan di Wilayah Pluit Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan di Wilayah Pluit Jakarta Utara terhadap produk tersebut..

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini penulis bagi ke dalam dua kategori, yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis. Adapun uraian tentang manfaat sebagai berikut:

- Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada **PT. Unggul Plastik dalam melakukan** komunikasi melalui *Personal Selling* untuk meningkatkan citra produk Plastik Merek Bawang dan loyalitas pelanggan khususnya di wilayah Pluit Jakarta Utara.

- Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi dengan pendekatan *personal selling* dalam meningkatkan citra produk Plastik Merek Bawang dan loyalitas pelanggan, khususnya di wilayah Pluit Jakarta Utara.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang sistematis dari skripsi, agar tidak terjadi kesimpang siuran dalam penyusunan, maka penulis membagi seluruh uraian dan pembahasan skripsi menjadi lima bab yang penyusunannya secara garis besar dapat didefinisikan sebagai berikut:

BAB I : “Pendahuluan” berisikan garis besar pembuatan skripsi, dimana didalamnya memberikan gambaran mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : “Tinjauan Pustaka” berisikan tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : “Metode Penelitian” berisikan design penelitian, sumber data, bahan penelitian dan unit analisis, teknik pengumpulan data, realibilitas dan validitas alat ukur.

BAB IV : “Hasil Penelitian” berisikan subjek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V : “Penutup” berisikan kesimpulan, dan saran-saran.