

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dalam kehidupan manusia beragam aktifitas keseharian yang dilakukan memerlukan sarana penyampaian pesan, baik secara verbal maupun non verbal menggunakan media ataupun saluran komunikasi hingga terciptanya kesepahaman informasi antar pihak-pihak yang terkait, dimana hal ini menjadi sebuah langkah awal keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada pihak komunikan untuk melanjutkan ke tahap berikutnya dalam sebuah komunikasi intrapersonal hingga ke antar personal.

Salah satu bentuk komunikasinya berupa komunikasi dalam kegiatan bisnis, dalam sebuah bentuk kerjasama. Salah satu pihak memenuhi kebutuhan pihak lain, antar pihak bersepakat bersama-sama melakukan sebuah kegiatan hingga lebih luas dengan banyak pihak dalam membangun, menyelenggarakan beragam pekerjaan baik pekerjaan baru maupun rutinitas yang sudah biasa dilakukan.

Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dan pelanggan dengan menggunakan sejumlah media dan berbagai saluran yang dapat dipergunakan dengan harapan terjadinya tiga tahap perubahan, yaitu: perubahan pengetahuan, perubahan sikap, dan perubahan tindakan yang dikehendaki.

Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi pemasaran melakukan cara yang sama, yaitu mendengarkan, bereaksi, dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan. Pertukaran informasi, penjelasan penjelasan yang bersifat membujuk, dan negosiasi merupakan seluruh bagian dari proses tersebut.

Perkembangan kegiatan Bisnis terutama bisnis di bidang jasa terus meningkat pesat. Salah satu bisnis yang mengalami banyak perkembangan adalah usaha jasa

persewaan peralatan pesta. Dalam keberagaman tradisi dan budaya ada diantaranya sebagian masyarakat Indonesia melakukan berbagai macam kegiatan seperti tasyakuran kelahiran, prosesi - prosesi menjelang pernikahan dan lain sebagainya. Hal ini membuat usaha layanan jasa peralatan pesta memiliki banyak pesaing terutama di wilayah Jabodetabek, sehingga perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dalam segala hal.

Dalam dunia bisnis, terutama pada bisnis yang bergerak di bidang jasa, komunikasi pemasaran memegang peranan penting dalam perkembangan usaha di tiap-tiap perusahaan. Usaha ini tentunya tidak lepas dari persaingan antar perusahaan lain. Mengingat usaha sejenis ini juga sudah sangat banyak di sekitar Jabodetabek. Menentukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat sangatlah penting untuk menunjang bisnis ini.

Beragam bisnis pelayanan jasa menjadi peluang bisnis yang bisa dikatakan sangat menjanjikan diseluruh dunia termasuk di Indonesia. Pertumbuhan bidang bisnis usaha di Indonesia saat ini sudah berkembang sangat pesat. Salah satunya bisnis bidang jasa yakni layanan jasa peralatan pesta. Bisnis ini merupakan suatu usaha yang memberikan jasa peralatan penunjang untuk pesta, seperti tenda, kursi, meja, dan peralatan penunjang lainnya sampai dekorasi pelaminan dan lain sebagainya. Targetnya adalah konsumen yang akan mengadakan acara pesta, tetapi tidak memiliki perlengkapan yang cukup memadai. Dalam proses berjalannya usaha layanan jasa peralatan pesta tersebut sangat berkaitan pokok dengan teknik pemasaran dan periklanan yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri.

Keberhasilan suatu bisnis akan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa penyewaan yang di tawarkan. Banyak strategi bisnis yang dapat digunakan namun perusahaan harus memilih strategi yang tepat dan sesuai dengan situasi perusahaan dan situasi pasar. Resiko kegagalan usaha dapat diminimalisasikan karena antisipasi dari kemungkinan yang akan terjadi. Sebuah perusahaan harus mampu untuk mengikuti perubahan yang terjadi baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Perubahan-perubahan yang terjadi tersebut bersifat dinamis. Perusahaan yang cenderung berpikiran tradisional dan tidak mengharapkan adanya perubahan, tentunya akan menemui banyak kesulitan dalam menghadapinya.

Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan jasa tenda dan perlengkapan pesta saat ini belum dinaungi oleh lembaga ataupun badan hukum sebagai organisasi induk secara nasional di Indonesia, namun salah satu daerah yang telah memiliki wadah yang menaungi perusahaan jasa dan perlengkapan pesta terdapat di Kota Semarang dengan nama IKAPESTA.

IKAPESTA merupakan singkatan dari “Ikatan Pengusaha Jasa dan Perlengkapan Pesta”. IKAPESTA adalah wadah paguyuban antar pengusaha jasa dan perlengkapan pesta di Semarang. Pengusaha jasa yang dimaksud disini adalah para pengusaha yang produknya adalah memberikan service pelayanan dan persewaan alat – alat yang berhubungan dengan penyelenggaraan suatu acara perayaan. Acara perayaan yang dimaksud meliputi acara pesta wedding atau pernikahan, ulang tahun, peresmian gedung, product launching, company gathering, dan perayaan – perayaan lainnya.

Dalam memasarkan produk yang dihasilkan oleh suatu bisnis layanan jasa tentunya membutuhkan suatu sarana atau media periklanan. Beberapa perusahaan masih menggunakan media iklan cetak seperti brosur dan flyer. Tetapi sebagian besar perusahaan telah mengikuti perkembangan teknologi yaitu melalui media sosial seperti Instagram, Website dan Facebook. Seperti halnya pada PT. Clasy Tent yang sebelumnya melakukan pemasaran hanya melalui brosur kini sudah beralih ke Website dan Instagram karena dinilai menggunakan media Sosial lebih efisien dan lebih terarah kepada pelanggan.

PT. Clasy Tent telah menggunakan media sosial Instagram sekitar tahun 2016 sebagai media promosi, sebagai salah satu upaya memberikan pelayanan pemasaran dengan layanan informasi yang disajikan melalui *news feed*. Dalam fitur tersebut PT. Clasy Tent menyajikan foto-foto sebagai bentuk informasi non verbal mengenai beragam bentuk dekorasi seperti dekorasi tenda, dan dekorasi pelaminan dan juga bentuk dekorasi yang telah terpasang dalam visual seremonial dari klien sebagai gambaran layanan jasa dekorasi yang ditawarkan, yang dapat disesuaikan dengan keinginan klien.

Produk jasa peralatan pesta PT Clasy Tent terdiri dari beragam kebutuhan peralatan pesta *indoor* dan *outdoor*, diantaranya tenda terbuka dan tertutup dengan model sentris, serut dan gelombang terbalik. Untuk jenis dekorasi berupa layanan dekorasi

pelaminan yang umumnya digunakan untuk resepsi pernikahan, backdrop digunakan untuk dekorasi lamaran, signage/welcoming board serta dekorasi lainnya.

Pelayanan jasa peralatan pesta yang diberikan PT. Classy Tent mengalami peningkatan yang signifikan hal ini terangkum dalam laporan tahunan (tersaji laporan produksi tahun 2016 hingga 2019 selama 4 tahun terakhir. Hal ini didasari oleh kepercayaan (*trust*) dari para klien atas tingkat kepuasan jasa peralatan pesta yang diberikan oleh PT Classy Tent di tengah persaingan perusahaan jasa peralatan pesta baik berupa perusahaan jasa sewa tenda maupun sewa gedung dalam kegiatan resepsi pernikahan, lamaran, maupun kegiatan tradisi atau ritual pernikahan.

Laporan Biaya Produksi 2016 - 2019 Bulan Juli			
No	Tahun Periode	Akumulasi Klien	Total Biaya Produksi
1	2016	314 Klien	2,127,947,000
2	2017	327 Klien	3,053,083,000
3	2018	393 Klien	3,357,825,500
4	2019	467 Klien	4,457,095,000

Tabel 1.1

Laporan produksi tahun 2016 – 2019

Disamping itu PT. Classy Tent juga melakukan kegiatan komunikasi pemasaran melalui media sosial terutama Instagram dengan follower saat ini telah mencapai 67K (67.000), posting sebanyak 12K (12000) dan following 7.497 dimana following ini ditujukan untuk memperluas jaringan pemasaran dari pihak yang telah menjadi klien dan calon klien dari beragam kalangan *public figure* seperti artis penyanyi, pemain film hingga masyarakat pada umumnya.



Gambar 1.1

Laman Instagram Classy Tent (Per agustus 2019)

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan kegiatan penelitian dengan pada lingkup komunikasi pemasaran layanan jasa peralatan pesta pada PT.Classy Tent dimana perusahaan ini sebagai salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa peralatan pesta.

1.2 Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, maka rencana penelitian yang akan dilakukan mencakup bagaimana strategi komunikasi pemasaran jasa tenda dan peralatan pesta yang dilaksanakan oleh PT. Classy Tent?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian terkait analisis komunikasi pemasaran layanan jasa peralatan pesta yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran layanan jasa peralatan pesta PT.Classy Tent.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian analisis komunikasi pemasaran layanan jasa peralatan pesta sebagai sebuah studi eksploratori pada PT. Classy Tent yakni:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Memahami strategi komunikasi pemasaran pada kegiatan bisnis pada perusahaan layanan jasa peralatan pesta.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Mendapatkan pengalaman langsung kegiatan komunikasi pemasaran.