

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi sekarang, dunia pemasaran sudah semakin ketat, disini Marketing Public Relations sangat di butuhkan tidak hanya menjual suatu produk atau jasa saja tapi bagaimana bisa mengkomunikasikan dengan baik agar produk atau jasa bisa terjual. Karena persaingan marketing sekarang lambat laun sudah mulai merajalela, MPR (Marketing Public Relations) sebisa mungkin harus mempunyai proses-proses tertentu untuk meningkatkan kualitas penjualan suatu perusahaan.

Sebagai mana kita ketahui bahwa produk atau pun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau pun peminatnya. Oleh karena itu, produsen dalam kegiatan pemasaran produk atau jasanya harus membutuhkan konsumen bagi produk atau jasa yang dihasilkannya. Salah satu cara yang digunakan Marketing Public Relations dalam bidang pemasaran untuk tujuan meningkatkan penjualan produk yaitu melalui kegiatan promosi.

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan proses Marketing Public Relations yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Fungsi promosi yang merupakan bagian dari pemasaran merupakan salah satu tanggung jawab dari seorang Marketing Public Relations. Seorang Marketing Public Relations harus memiliki keahlian untuk memikirkan desain yang menarik untuk brosur periklanan dan juga memberikan ide yang baik untuk membantu pemasaran produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Seorang Marketing Public Relations haruslah orang yang kreatif dan bukan hanya menunggu perintah saja, melainkan juga memiliki ide-ide untuk membuat perusahaan tempatnya bekerja dikenal oleh pihak lain. Dengan perusahaan tersebut dikenal oleh pihak lain, maka hal tersebut akan mempermudah proses pemasaran dalam perusahaan serta membuat pihak lain tidak merasa ragu untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan perusahaan tersebut.

Oleh karenanya adalah menjadi keharusan bagi perusahaan untuk melaksanakan promosi dengan proses yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Sebagaimana diketahui bahwa keadaan dunia usaha bersifat dinamis, yang selalu mengalami perubahan yang terjadi setiap saat dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya.

Disini proses Marketing Public Relations mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan umumnya dan pada bidang pemasaran khususnya. Di samping itu proses Marketing Public Relations yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian proses pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan

perusahaan. Marketing Public Relations pada umumnya dianggap sebagai bagian dari pemasaran organisasi. Proses yang dijalankan dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan.

PT. KEWPIE INDONESIA merupakan salah satu bisnis dari KEWPIE CORPORATION JAPAN di Indonesia, bergerak di usaha bisnis makanan dengan memproduksi kondimen serta saus untuk kebutuhan Food Service dan Retail. Dengan melihat situasi pasar, persaingan dalam bidang produk kondimen menuntut PT. KEWPIE INDONESIA untuk meningkatkan mutu dan proses usahanya. Salah satu cara melalui “Mempromosikan Produk Salad Dressing kepada customer”.

Tetapi di PT. KEWPIE INDONESIA hanya ada divisi Sales Planning. Bagi seorang komunikator haruslah bias menciptakan keintiman dan nuansa pertukaran dalam berkomunikasi dengan komunikan sehingga tidak menimbulkan anggapan negatif. Tidak hanya itu saja Marketing public Relations memberikan nilai tambahan terhadap program komunikasi pemasaran terpadu dalam beberapa cara yaitu membangun daya tarik pasar sebelum munculnya periklanan di media. Public relations

Perusahaan harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan masyarakat di sekitarnya dengan cara menjalin hubungan / relasi dengan publik. Tugas Public Relations bukan sekedar menciptakan citra seolah-olah terlihat kuat dalam posisi keberadaannya saja namun juga menciptakan agar organisasi kondusif, memiliki iklim kerja yang sehat, kuat dalam hubungan sosial serta mempunyai kinerja sumberdaya manusia yang tinggi. Kedudukan Public Relations dalam menjalin

komunikasi dan hubungan dengan publik, dalam hal ini adalah menilai sikap masyarakat (publik) agar tercipta keserasian antara publik dan kebijakan organisasi. Public Relations membantu memelihara aturan bermain bersama melalui saluran komunikasi ke dalam dan keluar, agar tercapai saling pengertian atau kerjasama antara organisasi dan publiknya.

Kegiatan Public Relations adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya. Berdasarkan jenis publiknya kegiatan Public Relations terbagi menjadi dua yaitu kegiatan internal dan kegiatan eksternal. Melalui kegiatan Internal Public Relations diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan.

Public Relations melakukan berbagai aktivitas promosi dan melakukan aktivitas komunikasi dalam bentuk publikasi yang bertujuan untuk mempublikasikan produk yang ditawarkan khususnya dalam hal ini yaitu Produk Salad Dressing Wijen Sangrai. Misalnya publikasi melalui 3 media cetak seperti surat kabar, majalah, brosur dan flyer, media elektronik seperti, social media, dan website untuk memberitahukan kepada customer informasi tentang produk KEWPIE Salad Dressing Wijen Sangrai. Melalui brosur yang dibuat semenarik mungkin untuk dibagikan kepada customer, dimana dalam kegiatan ini Public Relations bekerja sama dengan divisi Sales & Sales Planning.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengangkat judul skripsi: **“Marketing Public Relations PT KEWPIE INDONESIA dalam Mempromosikan Produk Salad Dressing Wijen Sangrai kepada customer”**

1.2 **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, dalam penelitian ini penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Marketing Public Relations PT KEWPIE INDONESIA dalam mempromosikan Produk Salad Dressing Wijen Sangrai kepada customer?”

1.3 **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

Untuk mengetahui aktivitas Marketing Public Relations PT KEWPIE INDONESIA dalam mempromosikan produk Salad Dressing Wijen sangrai?

1.4 **Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dari penelitian yang dilakukan, dapat memiliki banyak manfaat. Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis :

1.4.1 **Manfaat Teoritis**

Secara akademik, bagi pihak Program Studi Ilmu Komunikasi bagi mahasiswa/i FISIP Universitas Satya Negara Indonesia (USNI), penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin Ilmu Komunikasi, khususnya bidang Public Relations yang berkaitan dengan Marketing Public Relations di dalam sebuah perusahaan;

Di harapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi, khususnya mahasiswa untuk dijadikan acuan dan rujukan penelitian sejenis serta mengembangkan dan melakukan penelitian lanjutan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan PT KEWPIE INDONESIA dalam menyusun Marketing Public Relations dalam mempromosikan produk Salad Dressing Wijen Sangrai kepada customer.

Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan gambaran kepada PT KEWPIE INDONESIA mengenai sejauh mana Marketing Public Relations mampu mempromosikan produk Salad Dressing Wijen sangrai kepada customer.

* Sebagai suatu masukan bagi perusahaan untuk dapat melakukan inovasi-inovasi dan juga perbaikan terhadap kualitas produk dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pasar.