

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di sebuah perusahaan, komunikasi memegang peranan penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya kegiatan yang dilakukan. Tujuan perusahaan dapat tercapai secara maksimal apabila informasi yang disampaikan melalui komunikasi dapat diterima oleh setiap orang. Komunikasi dapat dilakukan melalui media baik media eksternal dan media internal.

Dalam hal ini media internal atau *internal agency* digunakan oleh humas untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan kepada sekelompok terbatas karyawan, hubungan bisnis (pelanggan), pelanggan (konsumen) seringkali dalam bentuk bulletin, majalah, tabloid, laporan tahunan dan selebaran. Sedangkan fungsi dari *ekstern agency* adalah sebagai media humas atau media eksternal perusahaan sebagai sarana komunikasi, informasi, pendidikan, hiburan dan pengetahuan serta fungsi periklanan atau promosi (Ruslan Rosady, 2005: 210-211).

Aristoteles mengemukakan bahwa manusia merupakan '*zoon politicon*' artinya Manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang perlu hidup dengan orang lain krena kebutuhan fisiologis dan psikologisnya (Aristoteles, 2022: 16).

Manusia merupakan makhluk sosial, untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya manusia melakukan komunikasi untuk bekerjasama dengan yang

lainnya. Kebutuhan manusia akan hubungan diakui oleh sebagian besar agama telah ada sejak zaman Adam dan Hawa. Sudah menjadi kodrat manusia untuk mengkomunikasikan keinginannya sendiri dan mengetahui keinginan orang lain, merupakan awal dari kemampuan manusia untuk berkomunikasi secara otomatis melalui simbol-simbol tanda, kemudian kemampuan untuk memberi makna kepada orang lain. Menyampaikan yang dijalankan dengan baik maka akan menghasilkan hubungan yang baik. Dari pertukaran informasi lah manusia dapat mempertahankan hidupnya, salah satu bentuk informasi apa yang terjadi saat ini adalah informasi disampaikan melalui sosial media.

Di era digital yang berkembang sangat pesat sosial media sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi membuat kebutuhan akan informasi bagi masyarakat juga meningkat. Dari berbagai latar belakang dan usia hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan jejaring sosial sebagai sarana untuk mengumpulkan dan menyampaikan informasi kepada publik.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era sekarang ini membawa perubahan pada gaya hidup masyarakat. Perubahan gaya hidup masyarakat karena kebutuhan zaman yang semakin maju dan berkembang. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, setiap masyarakat harus mampu mengikuti perkembangan yang berdampak pada kebutuhan hidupnya.

Beragamnya kebutuhan hidup membuat masyarakat lebih berhati-hati dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup. Pemenuhan kebutuhan sangat penting

untuk diperhatikan, tidak dapat dipungkiri bahwa pemenuhan kebutuhan seperti kebutuhan pokok meliputi pangan, dan sandang. Tuntunan hidup yang bervariasi membuat pelanggan berperilaku selektif untuk memenuhi kebutuhannya.

Saat ini, perhatian terhadap dampak diskon mendorong peningkatan minat masyarakat semakin besar. Persaingan semakin ketat, terutama untuk *cake and bakery* di kota Tangerang, di mana ada banyak toko roti yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, yang memaksa setiap toko untuk memasok menawarkan berbagai jenis *cake and bakery* harus menetapkan harga rendah. Orientasi biaya sebagai tujuan utama dan percaya itu adalah kunci utama untuk memenangkan persaingan. Menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk fokus pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus menarik dibandingkan dengan toko pesaing. Pesaing lainnya seperti, yaitu ada *Bread talk, Bread life, Harvest, Clairmont, Domino's Cake, Dapur Coklat, Jco, Dunkin Donut's*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan usaha dalam meningkatkan penjualan. Untuk mencapai tujuan meningkatkan hasil penjualan perusahaan, maka perusahaan harus memiliki sarana atau cara yang menjadi pedoman khususnya dalam bidang pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan cara yang paling tepat untuk meningkatkan penjualan, caranya adalah penetapan harga, mempromosikan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat. Dari strategi pemasaran tersebut di atas, kebijakan harga dalam hal ini diskon merupakan bagian yang penting dan mempengaruhi tumbuhnya minat masyarakat. Potongan harga dapat menambah

serta mempengaruhi masyarakat terhadap nilai pada produk yang sedang diedarkan di pasaran.

Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan masyarakat kepada perusahaan dan toko dengan kualitas produk yang baik, sehingga jumlah masyarakat meningkat sesuai dengan target yang diharapkan, selain itu memberikan potongan harga kepada masyarakat atau pada saat membeli atau menggunakan produk produk secara besar-besaran. Kurang lebih akan dapat menambah dan mempertahankan minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan kebijakan harga, dalam hal ini diskon yang ditawarkan perusahaan, diharapkan pendapatan akan meningkat. Agar bisnis dapat menggunakan diskon secara efektif, sebelum menyelenggarakan kegiatan tersebut, bisnis perlu membuat perencanaan yang metodis, mempertimbangkan semua faktor yang terkait dengan kebijakan harga sehingga implementasinya dapat efektif. Tentunya hal ini harus disesuaikan dengan tujuan periklanan untuk menarik masyarakat, yang nantinya akan tertarik dengan masyarakat menggunakan produk yang ditawarkan oleh toko atau bisnis tersebut. Untuk meningkatkan minat masyarakat.

Pada tanggal 19 Januari 2023 PT. Mustika Citra Rasa (*Holland Bakery*) menginformasikan secara langsung di toko dengan secara tatap muka maupun menggunakan spanduk, *gadget* di Whatsapp dan di sosial media yaitu di Instagram dan Facebook. Namun bukti di Whatsapp sudah tidak ada karena data sudah terhapus.

Adapun bukti informasi di Instagram, *Facebook*, spanduk penulis lampirkan, yaitu sebagai berikut:

1) Instagram



## 2) Facebook



## 3) Spanduk



bahwa *Holland Bakery* pada tanggal 28 Januari 2023 mengadakan diskon besar-besaran yaitu 45% seluruh produk di seluruh Indonesia untuk merayakan HUT ke-45 tahun *Holland Bakery*.

Namun, sebelum membeli roti dari *Holland Bakery* saat diskon, perhatikan syarat dan ketentuannya, antara lain:

- 1) Berlaku untuk semua produk *Holland Bakery*
- 2) Special berlaku untuk tanggal 28 Januari 2023
- 3) Tidak dapat digabungkan dengan promosi lainnya
- 4) Hanya berlaku jika membeli langsung di tempat
- 5) Tidak berlaku untuk pembelian melalui website dan pesan antar

Selain itu, khusus untuk makanan yang dipanggang, roti, pastry, jajanan pasar, lemper, *Holland Bakery* tidak menerapkan bentuk eceran melainkan menjual dalam kemasan berisi 3-5 potong/jenisnya. Dan untuk distribusi pembelian yang seragam, setiap konsumen hanya dapat membeli maksimal 2 bungkus setiap jenisnya tanpa ada batasan jumlah jenisnya.



**Gambar 1.1 Pada saat mengantri diskon *Holland Bakery* 45%**

(Sumber: [fin.co.id](http://fin.co.id))

Promosi 45% *Holland Bakery* menarik perhatian semua orang, sehingga masyarakat sangat antusias berbondong-bondong pada hari Sabtu datang ke *Holland Bakery* untuk membeli produk *Holland Bakery* dan rela mengantri dari pagi hingga rela hujan-hujan untuk mendapatkan diskon 45% *Holland Bakery* tersebut. Akibat dari promo 45%, antrian menjadi panjang sampai luar di beberapa outlet termasuk toko roti *Holland Bakery*. Antrian bahkan menyebabkan macet di sejumlah tempat terutama di Ciledug, Kreo, Tangerang. Diskon 45% oleh *Holland Bakery* ini pun menjadi trending topik di sosial media.

Pada saat HUT *Holland Bakery* yang ke- 45 tahun, pihak *Holland Bakery* sudah berusaha memberikan yang terbaik seperti menyediakan stok yang sangat banyak, mengatur jam promosi agar tidak terjadi penumpukan antrian namun pada kenyataannya saat HUT *Holland Bakery* yang ke-45 tahun berlangsung masih terjadi penumpukan antrian membludak yang menyebabkan kemacetan di sekitar

toko *Holland Bakery*, penyediaan menu *Holland Bakery* yang masih belum mencukupi kebutuhan masyarakat dan masyarakat menjadi kurang puas.

Karena itulah, penulis memilih judul **Fenomena Masyarakat Pada Saat Diskon 45% Hut *Holland Bakery* Yang Ke-45 Tahun (Studi Kasus Cabang Ciledug)**.

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks masalah sudah dijelaskan di latar belakang, itu bisa dibangun pertanyaan penelitiannya, yaitu sebagai berikut:

“Bagaimana pendapat masyarakat sekitar terhadap diskon 45% yang diadakan di *Holland Bakery* cabang Ciledug?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, penulis menjabarkan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

“Untuk mengetahui pendapat masyarakat terhadap diskon 45% di *Holland Bakery* cabang Ciledug.”

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat merekomendasikan Universitas Satya Negara Indonesia, khususnya Program Penelitian Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) dan memperluas pengenalan Program Penelitian Ilmu Komunikasi dan mempererat kerjasama antara

akademisi dengan perusahaan atau instansi, serta meningkatkan kualitas lulusan mahasiswa FISIP/Ilmu Komunikasi.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini akan dapat memberikan masukan praktis berupa kritik dan saran untuk menjadikan *Holland Bakery* lebih baik lagi kedepannya.

