

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pergerakan dunia penulisan maupun percetakan, terdapat beberapa cara yang rumit sebelum menjadi lebih mudah seperti saat ini, setiap informasi ataupun segala percetakan yang diterbitkan harus dibuat secara manual seperti ditulis ataupun diukir. Menurut Quswa (2016, p. 1), terdapat kemungkinan bahwa percetakan pada awalnya ditemukan untuk memperlancar pencatatan Injil, yang pada awalnya hanya ditulis tangan di ruang khusus yaitu ruang *scriptoria*.

Industri grafika atau percetakan merupakan jasa yang sering dicari oleh setiap lapisan masyarakat dari berbagai macam segi segmentasi maupun bidang. Karena dalam melaksanakan tugas maupun pekerjaan, jasa percetakan dibutuhkan untuk menunjang serta merekam hasil tugas maupun pekerjaan tersebut Maka dari itu di era digitalisasi saat ini, industri percetakan ikut berkembang menyaingi perkembangan zaman yang terus berubah dan berinovasi.

Dilansir dari cnnindonesia.com (Prihadi, 2017) pada tahun 2020 yang akan mendatang, pertumbuhan industri grafika di seluruh dunia akan mencapai hingga USD 47.2 miliar. Terkait Indonesia, industri penerbitan tumbuh hingga di angka 14.9 persen. Selanjutnya, pertumbuhan di industri kemasan mencapai di angka 13.2 persen. Setelah itu, terdapat pertumbuhan di industri periklanan sebesar 12.1 persen.

Dilansir dari solusiprinting.com (Maulana, 2019) perkembangan saat ini dalam industri percetakan di Indonesia tumbuh pesat dengan adanya berbagai peluang yang begitu menjanjikan seperti *digital printing*, *3 dimension printing* serta *water transfer printing*. Perkembangan ini bukanlah pemberhentian, namun merupakan langkah pendorong sehingga saat ini terus terjadi perkembangan dan sampai di tahap selanjutnya.

Oleh karena itu, di era digitalisasi industri percetakan ikut berkembang teknologinya serta saat ini terdapat industri percetakan *digital* yang ramah lingkungan serta menghemat waktu pengerjaannya, karena dapat mencetak dalam volume yang cukup besar, walaupun terdapat permintaan khusus di setiap halamannya.

Dilansir dari ekonomi.bisnis.com (Arief, 2019) Ahmad Mughira Nurhani mengatakan permintaan terhadap percetakan *packaging* merupakan pendorong utama pertumbuhan dalam industri percetakan. sehingga banyaknya pelaku bisnis di Jakarta maupun di kota lainnya yang membuat industri percetakan dengan menyediakan jasa percetakan yang lengkap akan alat-alat mumpuni serta *digital printing* yang lebih efisien dan efektif.

Dilansir dari printgraphicmagz.com (Print Graphic Magazine, 2019) Eddy Kimas mengatakan padatnya kota Jakarta membuat setiap konsumen ingin mencetak secara efisien dan menginginkan segala pesanan yang dapat diselesaikan di satu tempat. Terdapat yang banyak sekali jasa percetakan kecil yang

menyediakan jasa percetakan, tetapi tidak sanggup memberikan jasa percetakan hingga tahap *finishing*.

Terkait hal tersebut terdapat satu industri percetakan *digital*, yaitu Wellen Print. Wellen Print menggunakan peralatan mumpuni meliputi mesin *printing* maupun *finishing*. Dilansir dari wellenprint.co (Wellen Print, 2016) Wellen Print telah berdiri sejak tanggal 1 Agustus 2007 dan memiliki bisnis percetakan *digital printing offset, indoor printing, large format printing* serta *advertising*.

Dilansir dari printgraphicmagz.com (Print Graphic Magazine, 2019) *one stop printing* semakin diminati oleh setiap konsumen, karena dengan adanya layanan seperti *web to print*, pelayanan percetakan semakin efisien serta berkualitas. Oleh karena itu, dengan padatnya kota Jakarta, *one stop printing* dapat digunakan oleh konsumen untuk menunjang pekerjaan mereka secara efisien.

Berdasarkan hal tersebut, Wellen Print sebagai *one stop printing services* dapat bersaing dengan setiap industri percetakan lainnya. Beberapa pelayanan maupun penurunan harga juga merupakan taktik yang diusung oleh Wellen Print, terkait hal tersebut kemudahan dalam bertransaksi menjadi alat bantu yang menjadi penghubung antara PT Wellen Brothers dengan pelanggan secara efektif dan efisien.

Dengan terjadinya *pandemic covid-19*, terdapat penurunan ekonomi yang berdampak terhadap pendapatan maupun penjualan dari setiap industri yang ada. Termasuk industri grafika yang turut mengalami penurunan ekonomi. Dilansir dari indonesiaprintmedia.com (Soebardianto, 2020), *pandemic covid-19*

mengakibatkan permasalahan baru untuk bidang grafika. Perusahaan percetakan yang awalnya tersebar di berbagai tempat, saat ini cukup mengenaskan karena bangkrut. Terlebih usaha percetakan yang mengandalkan pesanan dari masyarakat.

Sehingga dengan alasan tersebut, setiap industri grafika perlu mendorong terkait pentingnya dalam melakukan interaksi maupun menjalin dengan setiap pelanggan. Karena dengan fokus ke dalam hal ini, perusahaan berpeluang tetap mendapatkan laba dari penjualan dan perusahaan dan tetap dapat memberikan penawaran kepada setiap pelanggan.

PT Wellen Brothers memiliki beberapa pelanggan yang di antaranya, Honda, Matahari Dept. Store, Indofood, LION, Dunhill, LG, DANA, Walt Disney dan sebagainya. Dengan rekam jejak sebagai berikut terbukti bahwa PT Wellen Brothers merupakan industri percetakan yang terpercaya. Sehingga saat ini, PT Wellen Brothers perlu merencanakan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan membangun hubungan secara jangka panjang.

Seperti dilansir dari indonesiaprintmedia.com (Soebardianto, 2020) terdapat beberapa cara agar bisnis percetakan dapat berjalan di pandemik ini, dengan cara meningkatkan kecepatan produksi, meningkatkan mutu maupun kualitas produksi serta meningkatkan kualitas pelayanan dan yang terakhir memberikan harga yang bersaing. Sedangkan, dilansir dari kompas.id (Wijayanto, 2020) terdapat alasan tidak turunnya jumlah pesanan percetakan di masa pandemic karena aktivitas pemasaran mengandalkan *online marketplace dan internet marketing*.

Penelitian ini menarik untuk dikaji lebih dalam karena dengan terjadinya *pandemic covid-19* membuat ekonomi dari segala elemen masyarakat maupun perusahaan turun. Berkaitan dengan PT Wellen Brothers yang merupakan industri percetakan, menarik untuk dikaji tentang bagaimana penerapan strategi *personal selling* PT Wellen Brothers dalam meningkatkan penjualan dan menarik minat setiap pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan lebih berfokus terhadap strategi *personal selling* dari PT Wellen Brothers dalam melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran di masa *pandemic covid-19* terkait produk dan jasa yang ditawarkan. Sehingga, terdapat beberapa tantangan dalam bagaimana PT Wellen Brothers dapat menyikapi hal tersebut.

Setelah melihat latar belakang yang mendukung dari penelitian ini maka, penelitian yang berjudul “Strategi *Personal Selling* PT Wellen Brothers Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran” ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *personal selling* yang dilakukan oleh PT Wellen Brothers dalam melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran di masa *pandemic covid-19*.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan terjadinya *pandemic covid-19*, terdapat penurunan ekonomi yang berdampak terhadap pendapatan maupun penjualan. Termasuk industri grafika yang turut mengalami penurunan ekonomi. Perusahaan percetakan yang awalnya tersebar di berbagai tempat, saat ini cukup mengengaskan karena bangkrut.

Sehingga dalam konteks ini, penerapan strategi *personal selling* yang dilaksanakan PT Wellen Brothers akan memiliki dampak maupun respon yang berbeda-beda dari pelanggan. Seringkali penulis jumpai suatu perusahaan menggunakan program maupun promosi sebagai strategi untuk menarik minat pelanggan maupun meningkatkan penjualan.

Dengan menerapkan strategi *personal selling* yang tepat, tentunya setiap perusahaan dapat menarik minat pelanggan maupun meningkatkan penjualan. Terkait hal ini, PT Wellen Brothers tentu harus memberikan komitmen dalam menerapkan strategi *personal selling* yang efektif dan efisien.

Setelah melihat latar belakang penelitian ini yang berjudul “Strategi *Personal Selling* PT Wellen Brothers Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran” rumusan masalah yang dijabarkan akan berbentuk tentang bagaimana strategi *personal selling* PT Wellen Brothers dalam aktivitas komunikasi pemasaran di masa *pandemic covid-19*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan ditanyakan dalam penelitian ini adalah:

1.3.1 Bagaimana strategi *personal selling* PT Wellen Brothers dalam aktivitas komunikasi pemasaran di masa *pandemic covid-19*?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari setiap rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Mengetahui strategi *personal selling* PT Wellen Brothers dalam aktivitas komunikasi pemasaran di masa *pandemic covid-19*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun harapan peneliti dari penelitian ini semoga dapat menciptakan ide maupun ilmu yang bermanfaat bagi setiap khalayak yang ada.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini akan memberikan sumbangan tentang ilmu komunikasi pemasaran dalam *personal selling*. Sehingga dengan penelitian ini, dapat mengetahui langkah yang efektif untuk menerapkan *personal selling* dalam aktivitas komunikasi pemasaran di masa *pandemic covid-19*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini akan memberikan masukan bagi PT Wellen Brothers bahwa strategi *personal selling* merupakan cara efektif dalam upaya menjalankan aktivitas komunikasi di masa *pandemic covid-19*. Selain itu hasil penelitian ini juga bermanfaat bagi perkembangan industri percetakan baru maupun yang sudah berkembang di Indonesia.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan terhadap akses data *online* yang dapat ditemukan serta beberapa kendala seperti waktu yang tidak sesuai dikarenakan terjadinya pandemik *covid-19*. Peneliti sulit untuk bertemu dengan kontak pihak-pihak yang terlibat sebagai pihak pemasaran maupun pemangku kepentingan yang ada, untuk mendapatkan data-data yang valid serta mendalam.