



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara adalah dengan data produk domestik bruto (PDB). PDB menentukan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh suatu unit ekonomi dalam suatu negara. Industri manufaktur di Indonesia merupakan industri yang berkontribusi terbesar didalam PDB negara, Kementerian Perindustrian Indonesia (2019) mencatat kontribusi manufaktur Indonesia mencapai peringkat ke 5 dunia pada tahun 2019 dengan angka 20%. Dengan terus berkembangnya pasar seiring dengan pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia, hal ini membuka peluang untuk perusahaan manufaktur Indonesia untuk memperluas jangkauannya kedalam sektor-sektor industri lainnya, namun hal ini juga tentunya berlaku kepada perusahaan internasional yang melihat peluang untuk memperluas jangkauannya ke Indonesia. Dengan masuknya perusahaan manufaktur internasional ke Indonesia untuk memasarkan produk dan jasanya, tentunya hal ini menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan manufaktur lokal untuk bersaing dengan kompetitornya. Salah satu perusahaan yang sedang bersaing dengan kompetitor internasional yang masuk ke Indonesia adalah PT.San Central Indah.

PT San Central Indah merupakan perusahaan manufaktur cat lokal yang berada di Bandung, Jawa Barat, dan telah berdiri sejak tahun 1983. Perusahaan ini bergerak di dalam pembuatan, penjualan, pendistribusian cat, *Powder Coatings* dan produk terkait kepada para profesional, komersial, pelanggan ritel, dan industri dengan berbagai macam merek seperti Kemtone, Vinotex, Tamitex, Apollo, Spectrum Waterproof, dan lain-lain. Pada tahun 1990 PT. San Central Indah kemudian mulai memproduksi produk *electro static powder coating* dengan nama Sterling. Perusahaan ini memiliki beberapa keunggulan seperti memiliki produk lokal yang ramah lingkungan karena telah mendapatkan sertifikasi *Material Safety*

*Data Sheet* (MSDS) yang menjabarkan komposisi dari cat dan *coating* yang dibuat, proses penyamaan warna (*matching color*) yang lebih cepat, dan harga yang lebih murah. Produk *liquid paint* PT.San Central Indah bisa didapatkan lewat toko retail dan distributor resmi, dan produk *electro static powder coating* dapat didapatkan dengan cara menghubungi *sales* resmi atau menghubungi langsung PT.San Central Indah atau lewat nomor telepon yang dapat ditemukan di media promosi PT.San Central Indah seperti website, *flyer*, dan lain-lain.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada Heru Wijaya selaku marketing dari PT.San Central Indah pada tanggal 5 Mei 2021 di Bogor, banyaknya kompetitor yang bermunculan di Indonesia, khususnya kompetitor internasional yang mempromosikan produknya secara besar-besaran, serta pemanfaatan media promosi yang kurang maksimal untuk menyaingi kompetitornya, menyebabkan perusahaan lokal ini mengalami penurunan sejak tahun 2017. Dengan adanya COVID-19 yang melanda dunia, Heru mengatakan PT.San Central Indah mengalami penurunan yang lebih drastis dari sebelumnya. PT.San Central Indah merupakan salah satu *leading company* untuk manufaktur cat dan *electro static powder coating* lokal, apabila penurunan ini terus berlanjut, perusahaan lokal ini akan terkalahkan oleh kompetitornya yang memiliki kualitas produk yang tidak jauh berbeda dengan produk lokal. PT.San Central Indah telah mencoba beberapa strategi untuk meningkatkan kembali pendapatan dan penjualannya, salah satu strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan media digital untuk menjangkau lebih banyak konsumen, seperti membuat Facebook *page* dan *website* resmi untuk keperluan informasi dan promosi, namun penggunaan media digital ini masih kurang maksimal, karena Facebook *page* dan *website* resmi tersebut tidak aktif.

Promosi merupakan sebuah bagian yang penting dalam kelangsungan suatu perusahaan, terutama dengan banyaknya kompetitor yang memasarkan produknya, PT.San Central Indah harus menggunakan promosi dengan baik agar dapat menjangkau lebih banyak masyarakat dan memperkenalkan produknya kepada calon konsumen baru. Oleh sebab itu, berdasarkan uraian diatas penulis berupaya

untuk merancang media promosi yang diharapkan dapat mempersuasi masyarakat untuk menggunakan produk dari PT.San Central Indah.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menemukan poin-poin masalah sebagai berikut :

- 1) PT.San Central Indah merupakan perusahaan manufaktur cat lokal yang mengalami penurunan penjualan.
- 2) Penggunaan media promosi yang dimiliki oleh PT.San Central Indah kurang maksimal atau tidak aktif.

Berdasarkan dengan masalah yang diuraikan, penulis merumuskan masalah menjadi sebuah pertanyaan :

Bagaimana merancang media promosi PT. San Central Indah Electro Static Powder Coating yang tepat dan efektif untuk membantu menginformasikan keberadaan produk *powder coating* lokal dengan nama Sterling, kepada industri sebagai produk *powder coating* lokal terbaik?

## 1.3 Batasan Masalah

Perancangan promosi PT. San Central Indah Electro Static Powder Coating ini dibatasi :

### 1) Demografis

A. Primer : Industri

B. Sekunder : UMKM

### 2) Geografis

Lingkup perancangan media promosi ini adalah industri di Jabodetabek

### 3) Psikografi

Perancangan media promosi ini ditujukan kepada masyarakat kota Jabodetabek, yang merupakan tempat dengan pembeli terbanyak sebelum terjadinya penurunan, sehingga PT. San Central Indah dapat meningkatkan kembali penjualannya. Target sekunder dari perancangan ini adalah industri seluruh Indonesia. Produk Sterling Electro Static Powder Coating ini dapat digunakan oleh masyarakat atau usaha yang membutuhkan *coating* untuk kebutuhan automotif, furnitur, arsitektur, dan lain-lain. Selain itu perancangan ini akan ditargetkan kepada masyarakat yang tidak mengetahui Sterling Powder Coating, masyarakat yang memiliki rasa ingin tau terhadap produk *powder coating* dan masyarakat yang belum memahami Sterling Powder Coating.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Merancang promosi PT. San Central Indah Electro Static Powder Coating yang tepat dan efektif untuk membantu menginformasikan keberadaan produk *powder coating* lokal dengan nama Sterling kepada industri sebagai produk *powder coating* lokal terbaik.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah, terdapat 3 manfaat dalam tugas akhir ini:

- 1) Untuk penulis, agar terpenuhinya syarat untuk kelulusan strata 1 dari universitas dan memperluas pemahaman serta pengetahuan penulis mengenai perancangan promosi, industri manufaktur, dan lain-lain.
- 2) Untuk universitas, hasil penelitian ini dapat menambah referensi di bidang Desain Komunikasi Visual terkait perancangan promosi, dan juga turut serta membawa nama baik universitas.
- 3) Untuk PT.San Central Indah, dapat digunakan untuk membantu menumbuhkan minat dan mempersuasi calon konsumen untuk menggunakan produk dari PT.San Central Indah.