

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Divisi atau departemen merupakan sebuah komponen struktur organisasi yang berada di dalam sebuah perusahaan yang berfungsi untuk mengkoordinasi setiap pekerja sesuai tugas dan bidang pekerjaan masing-masing yang telah ditentukan oleh perusahaan. PT. Digital Rantai Maya merupakan sebuah perusahaan yang memiliki beberapa divisi didalamnya guna membantu perusahaan agar terus berkembang. Perusahaan PT. Digital Rantai Maya merupakan entitas anak perseroan yang bergerak di bidang Jasa teknologi informasi, periklanan, promosi dan pemasaran dalam bidang digital, telekomunikasi umum, hiburan, agen produksi, media massa, dan juga rekaman audio. Perusahaan ini memiliki total 4 divisi, diantaranya yaitu divisi *sales and marketing (KOL Campaign Management)*.

Sales and marketing pada umumnya memiliki pengertian yang berbeda, walaupun dalam dunia kerja, *sales and marketing* selalu berdampingan dan berkaitan satu sama lain. Adapun '*sales*' dalam bahasa Inggris yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia artinya adalah 'Penjualan'. Definisi mengenai *sales* yang menyangkut divisi *sales* beserta kegiatannya menurut Abdullah (2016:3) adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. *Sales* juga merupakan salah satu bagian dari sebuah perusahaan yang dimana tugas utama dari seorang *sales* adalah menjual dan memastikan suatu produk yang terjual maupun yang tidak laku. Selain itu, *sales* berkewajiban untuk menawarkan aset atau produk, sehingga bisa terjual dengan harga yang sesuai perencanaan perusahaan tapi juga dapat diterima oleh konsumen. Secara garis besar, *sales* merupakan individu yang menawarkan suatu produk dalam suatu proses penjualan untuk mencapai target penjualan.

Adapun pengertian dari '*Marketing*' dalam bahasa Inggris yang jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia artinya adalah 'Pemasaran'. Definisi dari marketing Menurut Panuju (2019:1) pengertian pemasaran (*marketing*) yang paling purba adalah kegiatan manusia saling tukar barang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tukar menukar barang tersebut dilakukan berdasarkan kebiasaan. Adapun asal kata pemasaran adalah pasar atau istilah yang sering terdengar dalam dunia bisnis yaitu *market*. Sedangkan apa yang dipasarkan sudah pasti berbentuk barang (produk) dan jasa. Kegiatan *marketing* berupaya untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Upaya tersebut dilakukan dengan beberapa aktivitas seperti yang sudah dijelaskan. *Marketing* bertugas untuk melakukan analisis pasar dan juga mengidentifikasi kebutuhan konsumen agar memudahkan *sales* saat terjun langsung dalam melakukan pemasaran produk. Menurut Panuju (2019:1) pengertian pemasaran (*marketing*) yang paling purba adalah kegiatan manusia saling tukar barang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Tukar menukar barang tersebut dilakukan berdasarkan kebiasaan. Tentu terdapat adanya perbedaan antara *sales and marketing* secara umum. Dapat disimpulkan bahwa untuk *sales* sendiri proses kerjanya harus bertemu secara langsung dengan calon *client* dikarenakan tugas *sales* yaitu menawarkan produk layanan dari perusahaan, sedangkan untuk marketing proses kerjanya dapat dilakukan di balik layar, dikarenakan tugas dari marketing yaitu memperkenalkan produk layanan dari perusahaan.

Divisi *Sales and Marketing* adalah ujung tombak suatu bisnis. Keuntungan yang diperoleh dapat dilihat dari proses pemasaran dan penjualannya. Oleh karena itu, tim *sales and marketing* menerapkan strategi komunikasi untuk mempermudah proses kerjanya. Strategi komunikasi tentunya sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik oleh individu maupun kelompok. Suryadi (2018:4) menyatakan bahwa kajian-kajian terkini dari strategi komunikasi cukup banyak, dimana aplikasinya ditujukan untuk menyelesaikan permasalahan proses komunikasi yang dilakukan siapa saja. Proses komunikasi mungkin dilakukan oleh individu maupun kelompok dan bahkan oleh organisasi atau kelembagaan formal maupun nonformal dan bahkan informal. Telaah yang dibutuhkan adalah bagaimana strategi komunikasi ini dapat diterima sebagai suatu pendekatan maupun model dalam kajian komunikasi praktis. Divisi Sales and Marketing di perusahaan PT. Digital Rantai Maya menerapkan strategi komunikasi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran, salah satunya pada saat memasarkan project terbaru yang diciptakan oleh PT. Digital Rantai Maya.

Peran divisi *sales and marketing* dalam kegiatan bisnis pada PT Digital Rantai Maya cukup berpengaruh, karena turut membantu dalam pengembangan dan pengelolaan perusahaan dalam kegiatan bisnis. Tugas lainnya yaitu menawarkan (*menjual*) *talent* di bawah naungan management PT Digital Rantai Maya, memasarkan atau mempromosikan Project yang dibuat oleh Digital Rantai Maya (seperti *Webseries*, *Creator*, dan lain sebagainya) dan juga mencari referensi *influencer* yang tepat untuk bekerja sama dalam sebuah *campaign* yang diadakan oleh *client*.

Divisi Sales And Marketing di PT Digital Rantai Maya sendiri terbagi menjadi 3 team, yaitu *General Manager Sales* yang tugasnya lebih berfokus kepada pembuatan project, *Business Manager* yang tugasnya lebih berfokus pada *client* yang ingin bekerja sama mengenai *campaign*, dan juga Administrasi yang tugasnya lebih berfokus pada mencatat dan mengurus file penting yang menyangkut proses kerja Divisi Sales And Marketing. Berdasarkan penjelasan tersebut, secara umum proses kerja divisi ini adalah menerapkan berbagai strategi komunikasi pemasaran disesuaikan dengan permintaan dari *client* ataupun sesuai dengan *project* perusahaan.

Rumusan Masalah

Pemaparan latar belakang di atas menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh divisi sales and marketing. Berdasarkan hal tersebut maka rumusan masalah yang akan dibahas, sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi Sales And Marketing PT Digital Rantai Maya ?
2. Apa saja hambatan dan solusi pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran di Divisi Sales And Marketing PT Digital Rantai Maya?

Tujuan

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Menjelaskan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi Sales And Marketing PT Digital Rantai Maya
2. Mengidentifikasi hambatan dan solusi pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran Divisi Sales And Marketing PT Digital Rantai Maya