



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada saat ini internet sudah banyak digunakan oleh setiap manusia. Setiap manusia memiliki kebutuhan masing-masing dalam memakai internet. Mulai dari mencari tahu sesuatu, bermain media sosial, hingga berbisnis. Kehidupan sosial dan ekonomi pada saat ini sudah menjadi kesatuan yang sangat dibutuhkan oleh setiap masyarakat dan juga pelaku usaha bisnis.

Perkembangan bisnis di dunia teknologi semakin hari semakin canggih. Banyak para pelaku usaha bisnis yang saat ini mencoba langsung ke dalam dunia teknologi. Menggunakan teknologi dalam berbisnis merupakan salah satu hal yang sangat efektif, banyak kemudahan yang didapatkan pada saat menggunakan teknologi dalam berbisnis.

Setiap pelaku usaha bisnis memiliki persaingan yang cukup ketat. Perusahaan diharuskan memiliki kualitas dan kinerja yang baik agar tidak tertinggal. Tidak hanya mempertahankan produk yang baik sesuai dengan keinginan konsumen, namun komunikasi sangat diperlukan, terutama dalam dunia bisnis. Menurut Gerald R. Miller, komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Sedangkan menurut Duncan (2005) komunikasi pemasaran merupakan suatu bentuk terminologi efektif dari berbagai variasi aktivitas pesan yang direncanakan dalam upaya membangun suatu merk (*brand building* melalui periklanan, *public relations*, promosi penjualan, pemasaran langsung, penjualan personal, kemasan, *event marketing*, sponsorship, maupun layanan pelanggan).

Proses pemasaran merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan aspek penjualan. Dengan proses pemasaran yang tepat perusahaan mendapatkan sumber kekuatan untuk terus memperkenalkan produknya kepada konsumen tanpa harus takut bersaing kepada kompetitor, serta pelayanan yang baik juga dapat memperkuat kunci dari kesuksesan dalam pemasaran. Tujuan dari pemasaran sendiri yaitu menarik pelanggan baru dengan membuat suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, seperti produk yang baik, kualitas menjanjikan, harga produk yang menarik, serta selalu mengutamakan kepuasan pelanggan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk terus meningkatkan penjualan dalam berbisnis yaitu komunikasi pemasaran.

Komunikasi dalam pemasaran sangat penting bagi setiap pasar. Tanpa adanya komunikasi, konsumen ataupun masyarakat tidak akan mengetahui produk yang dijual. Konsumen juga tidak akan mengetahui informasi apa saja yang ada di dalam produk tersebut. Penentuan target pasar juga memerlukan komunikasi agar proses pemasaran dapat berjalan dengan efektif.

PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee) merupakan bagian dari PT Perwiratama Group yang merupakan sebuah perusahaan pangan dan agribisnis yang berorientasi pada nilai tambah dan inovasi berbasis teknologi. PT Solusi Pangan Perwiratama memiliki sebuah platform digital yang bernama etanee. PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee) merupakan sebuah *platform digital supply chain* di rantai *rawmaterial* yang menyediakan bahan pangan beku dan segar, juga sebagai

platform yang menyediakan bahan pangan siap makan. PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee) merupakan perusahaan rintisan yang berdiri sejak tahun 2017 ini sudah mulai berkembang dengan baik, namun untuk sebagian masyarakat masih belum mengetahui apa itu etanee. Jika untuk sebagian masyarakat belum mengetahui apa itu etanee, maka aspek penjualan juga tidak dapat berkembang secara pesat. Membuat nama etanee semakin dikenal oleh masyarakat merupakan salah satunya proses pemasaran. Tidak hanya meluaskan nama etanee dikalangan masyarakat, tetapi juga bagaimana proses pemasaran yang dilakukan oleh etanee untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang proses komunikasi pemasaran di etanee.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Bagaimana proses komunikasi pemasaran di PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee)?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi pada saat proses pemasaran di PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee)?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Menjelaskan proses komunikasi pemasaran di PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee).
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi pada saat proses pemasaran di PT Solusi Pangan Perwiratama (etanee).

METODE

Lokasi dan Waktu

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan di Graha Perwiratama yang berlokasi di Jl. Brigjen Saptadji Hadiprawira No.93, RT.02/RW.09, Cilendek Barat, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor, Jawa Barat 16112.

Waktu kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama tiga bulan dari mulai 1 Februari 2021 hingga 30 April 2021. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat pada pukul 08.00 – 17.00 WIB dan hari Sabtu pada pukul 08.00 – 12.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data yang digunakan untuk tugas akhir ini adalah data primer dan data sekunder dengan dukungan instrumen. Berikut penjelasan apa itu data primer, data sekunder, dan instrumen:

- 1) Data primer
Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Penulis mengumpulkannya secara langsung untuk mendapatkan data primer. Teknik yang digunakan peneliti untuk

