

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini persaingan bisnis antara perusahaan semakin meningkat. Untuk dapat menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus mempersiapkan strategi dengan baik. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah dengan mengoptimalkan strategi pemasarannya. Pemasaran merupakan kegiatan mengkomunikasikan dan menawarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen yang menjadi target dengan harapan pemasaran tersebut dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Pemasaran adalah kegiatan memenuhi kebutuhan konsumen dengan memperoleh keuntungan dari kegiatan tersebut (Kotler dan Keller, 2015).

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah *direct marketing*. Menurut Basye (2008) *direct marketing* atau dikenal dengan pemasaran langsung merupakan strategi pemasaran yang menggunakan suatu media sebagai perantaranya dengan konsumen. Dalam melakukan *direct marketing* perusahaan menggunakan beberapa saluran yang dapat diakses oleh konsumen.

Menurut Bird (2007) dengan melakukan *direct marketing* perusahaan memperoleh beberapa manfaat yaitu dapat memahami karakteristik konsumen, memungkinkan untuk membangun hubungan jangka panjang, dan memperoleh keuntungan. Dengan melakukan *direct marketing* perusahaan dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen sehingga perusahaan dapat memenuhi apa yang dibutuhkan konsumen dan mencapai kepuasan konsumen. Selain itu, dengan terpenuhinya kebutuhan konsumen maka akan memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen tersebut. *Direct marketing* juga dapat meningkatkan penjualan perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

PT. Wahyu Saluran Berkat atau yang dikenal dengan Wahyoo merupakan perseroan terbatas atau perusahaan rintisan (*startup*) lokal yang menjadi distributor antara produsen dengan konsumen. Wahyoo menyediakan produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) dan produk *fresh*. Wahyoo bekerja sama dengan beberapa supplier seperti Mayora, Indomarco, dan Ultramilk Jaya. Dalam memasarkan produknya Wahyoo menargetkan warung makan, restoran, usaha makanan cepat saji, dan usaha rumahan yang berada di Jabodetabek sebagai konsumennya. Konsumen dapat melakukan pembelian produk melalui beberapa saluran pemasaran yang telah disediakan perusahaan misalnya melalui aplikasi Wahyoo maupun melalui sales.

Dalam rangka melakukan pemasaran produknya PT. Wahyu Saluran Berkat menggunakan *direct marketing* dalam kegiatan pemasarannya. Ada beberapa jenis

*direct marketing* yang dilakukan PT. Wahyu Saluran Berkat. Berikut jenis-jenis *direct marketing* pada PT. Wahyu Saluran Berkat :

Tabel 1.1 Jenis-jenis Direct Marketing pada PT.Wahyu Saluran Berkat

Tangerang Selatan

NO	Jenis <i>Direct Marketing</i>	Penerapan
1.	Online Marketing	Memanfaatkan platform media social seperti Instagram, facebook, dan youtube dalam membuat konten untuk pemasarannya dengan melibatkan <i>public figure</i> dan <i>influencer</i> seperti Project Pop dan Susi Pudjiastuti.
2.	Web Marketing	Adanya website perusahaan yang dapat diakses yaitu <a href="https://wahyoo.com">https://wahyoo.com</a>
3.	Mobile Marketing	Adanya Aplikasi Wahyoo yang dapat diakses pelanggan dalam melakukan pemesanan
4.	Personal Selling	Adanya konsumen yang melakukan pembelian produk melalui sales

Sumber : PT.Wahyu Saluran Berkat Tangsel

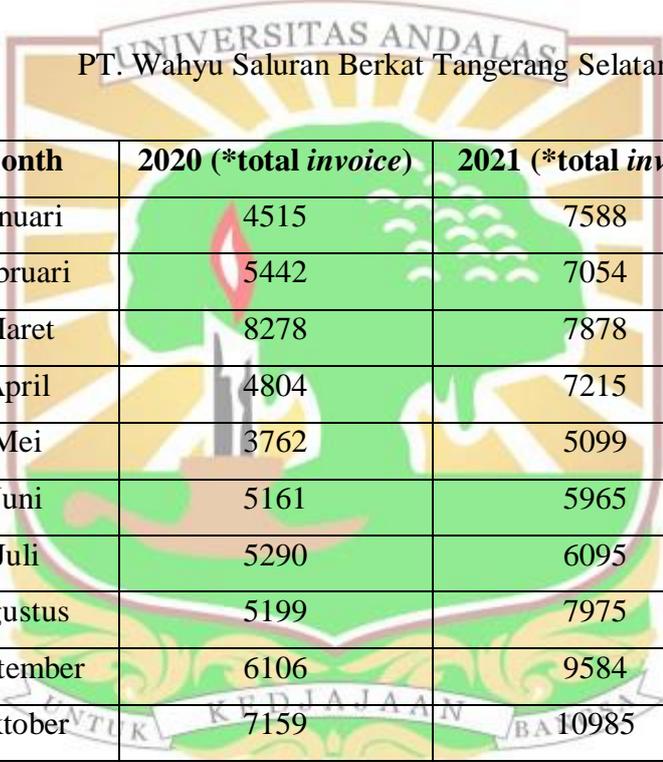
Tabel diatas menunjukkan beberapa jenis *direct marketing* yang digunakan oleh PT.Wahyu Saluran Berkat dalam memasarkan produknya. Ada lima jenis *direct marketing* yang digunakan yaitu online marketing, katalog, web marketing, mobile marketing, dan direct selling. Jenis-jenis *direct marketing* tersebut dioptimalkan oleh PT.Wahyu Saluran Berkat dalam melakukan pemasaran produknya.

*Direct marketing* pada PT.Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan dilakukan untuk mengenalkan dan meningkatkan penjualan produknya. PT.Wahyu Saluran Berkat merupakan perusahaan yang tergolong baru sehingga kegiatan pemasaran secara langsung atau *direct marketing* sangat dibutuhkan. Dalam kegiatan *direct marketingnya* PT.Wahyu Saluran Berkat menyediakan aplikasi untuk pemesanan produk oleh konsumen dengan menyediakan berbagai fitur yang dapat memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Aplikasi yang disediakan oleh PT. Wahyu Saluran Berkat didesain dengan tampilan yang menarik dan menampilkan produk-produk dengan lengkap.

PT.Wahyu Saluran Berkat juga memanfaatkan platform media social seperti instagram, facebook, dan youtube. PT. Wahyu Saluran Berkat membuat konten dan menampilkannya di instagram, facebook, dan youtube. Konten yang ditampilkan pada media social didesain dengan tampilan menarik dengan memberikan informasi-informasi penting mengenai produk. Pada media social yang digunakan juga ditampilkan link yang dapat diakses oleh konsumen untuk diarahkan ke website perusahaan agar konsumen dapat melakukan pembelian.

*Direct marketing* yang dilakukan oleh PT.Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan dapat mempengaruhi tingkat penjualan produknya. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan produk PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan dari tahun 2020-2021. Berikut data penjualan produk PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan dari Januari 2020 - Oktober 2021 :

Tabel 1.2 Data Penjualan Produk Tahun 2020-2021



Month	2020 (*total invoice)	2021 (*total invoice)
Januari	4515	7588
Februari	5442	7054
Maret	8278	7878
April	4804	7215
Mei	3762	5099
Juni	5161	5965
Juli	5290	6095
Agustus	5199	7975
September	6106	9584
Oktober	7159	10985
November	8676	-
Desember	9823	-

Sumber : PT.Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan penjualan tiap bulannya dari tahun 2020 hingga 2021. Dari tabel juga dapat diketahui bahwa penjualan produk setiap bulannya pada tahun 2021 lebih tinggi dibandingkan

penjualan produk setiap bulannya pada tahun 2020. Penjualan tertinggi terdapat pada bulan Oktober 2021 dengan total *invoice* 10.985, sedangkan penjualan terendah terdapat pada bulan Mei 2020 dengan total *invoice* 3.762.

*Direct marketing* yang dilakukan oleh PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan selain dapat meningkatkan penjualan juga memiliki beberapa manfaat lainnya. *Direct marketing* yang diterapkan perusahaan dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan produk sekaligus hemat waktu karena dapat dilakukan dimana saja. Selain itu konsumen dapat melihat harga dan memiliki kebebasan dalam memilih produk yang dibutuhkan melalui saluran yang disediakan perusahaan. Melalui *direct marketing* konsumen juga dapat mengetahui informasi mengenai produk dengan lengkap.

Disamping manfaat yang diperoleh dari penerapan *direct marketing* tersebut, namun ternyata penerapan *direct marketing* tersebut di lapangan tidak mudah. PT. Wahyu Saluran Berkat sering mengalami kendala-kendala dalam penerapan *direct marketing* nya. Tidak semua saluran yang digunakan PT. Wahyu Saluran Berkat dalam melakukan *direct marketing* dapat menjangkau konsumen yang menjadi targetnya. Usia rata-rata konsumen PT. Wahyu Saluran Berkat adalah 35-50 tahun. Konsumen dengan usia tersebut banyak yang tidak menggunakan media social dan tidak paham dengan penggunaan teknologi. Hal tersebut menjadi kendala bagi perusahaan dalam penerapan *direct marketing*.

Mengingat pentingnya *direct marketing* dalam melakukan pemasaran pada PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan, maka penulis membahas lebih lanjut dalam usulan penyusunan yang berjudul “**Penerapan *Direct Marketing* dalam Pemasaran Produk FMCG dan *Fresh* pada PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan pada tugas akhir ini yaitu : Bagaimana penerapan *direct marketing* dalam pemasaran produk FMCG ( *Fast Moving Consumer Goods*) dan *fresh* pada PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan?

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *direct marketing* dalam pemasaran produk FMCG (*Fast Moving Consumer Goods*) dan *fresh* pada PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan.

## **1.4 Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan tepatnya di Wahyoo Fulfillment Center, Jalan Daan Mogot No.Km. 21, RT.002/RW.001, Batuceper, Banten 15122 selama 40 hari kerja berlangsung. Dalam melaksanakan penelitian penulis mengumpulkan data menggunakan metode observasi. Metode obeservasi merupakan metode mengumpulkan data dengan

mengamati secara langsung di lapangan. Proses pengamatan ini meliputi melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian. Dalam metode observasi kegiatan-kegiatan, perilaku, dan objek dicatat secara sistematis.

Pada tahap awal melakukan metode observasi, penulis mengumpulkan data sebanyak mungkin dengan mengamati secara langsung proses magang di PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan. Tahap selanjutnya penulis mulai menyempitkan data dan informasi yang diperlukan sehingga ditemukan pola-pola perilaku hubungan yang terus menerus terjadi.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini terdiri dari lima BAB, adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, manfaat magang terdiri dari manfaat secara teoritis, manfaat secara praktis, metode magang, tempat dan waktu magang, ruang lingkup pembahasan, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Membahas teori-teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum dari PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan yang meliputi profil perusahaan, kegiatan perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Menjelaskan mengenai penerapan *direct marketing* dalam pemasaran produk FMCG dan *fresh* pada PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan. Bagian ini dapat menjawab rumusan masalah tugas akhir ini.

### **BAB V PENUTUP**

Memaparkan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil dari pelaksanaan magang. Bagian ini terdapat saran untuk PT. Wahyu Saluran Berkat Tangerang Selatan sebagai masukan untuk lebih baik lagi.

