

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir semakin banyak perusahaan-perusahaan yang muncul dan berkembang di Indonesia, khususnya di bidang alat kesehatan. Meningkatnya industri alat kesehatan di Indonesia juga di dorong dengan terjadinya wabah COVID-19 pada 2020 sampai tahun 2023. Tingginya persaingan dalam industri alat kesehatan, mengharuskan perusahaan menerapkan berbagai cara dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan konsumen.

Perusahaan melakukan promosi untuk produk yang di pasarkan kepada konsumen melalui berbagai cara dan media. Promosi yang di lakukan tentu berpengaruh kepada kuputusan konsumen, oleh karena itu promosi yang digunakan harus mampu menjelaskan suatu produk dengan jelas dan mampu memuaskan calon konsumen. Peran public relations sangat diperlukan dalam hal ini karena, public relations merupakan komunikator antara perusahaan dan konsumen maupun calon konsumen.

Menurut (Laksana, 2019:129), promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikapdan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal, lalu menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Dalam hal ini proses komunikasi yang efektif sangat berperan untuk menarik dan meyakinkan pelanggan.

PT Prima Djaya Alkesindo sendiri adalah salah satu perusahaan alat kesehatan yang ada di Indonesia. Ketatnya persaingan dalam bisnis alat kesehatan mengharuskan PT Prima Djaya Alkesindo mengikuti perkembangan zaman dalam berbagai hal, salah satunya adalah promosi. Public Relations harus berperan aktif dan terus berinovasi agar dapat menyampaikan pesan perusahaan dengan baik sehingga memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi.

PT Prima Djaya Alkesindo menggunakan media sosial instagram untuk mempromosikan produknya. Mereka mengunggah produk yang mereka tawarkan

di halaman instagram, tetapi tidak seluruh produk dapat ditampilkan karena adanya batasan dalam penulisan *caption* sebagai tempat deskripsi produk pada instagram sehingga keterangan terkait produk tidak lengkap. Dibawah adalah gambar halaman dari instagram PT Prima Djaya Alkesindo, dimana instagram dijadikan tempat sebagai promosi produk dengan acak dan tumpang tindih dengan informasi lain.



Gambar 1.1 Halaman Instagram PDAmmed

Tabel 1.1 Halaman Instagram PDAmmed

No.	Unggahan Foto Produk	Deskripsi Produk	Like	Komen
1.		Tidak ada deskripsi produk	1	0

No.	Unggahan Foto Produk	Deskripsi Produk	Like	Komen
2.		Tidak ada deskripsi produk	1	0
3.		Deksripsi produk lengkap	0	0
4.		Terdapat deksripsi produk tetapi tidak lengkap	3	0
5.		Terdapat deskripsi produk tetapi tidak lengkap	2	1

No.	Unggahan Foto Produk	Deskripsi Produk	Like	Komen
6.		Deskripsi produk lengkap	1	0

Di atas adalah tabel gambar unggahan instagram PT Prima Djaya Alkesindo yang menunjukkan 6 produk terakhir yang mereka unggah. Informasi yang kurang jelas karena adanya batasan dalam penulisan deskripsi produk dan tidak adanya intraksi baik like atau komentar dalam unggahan produk mereka menandakan bahwa pengikut dari instagram mereka tidak aktif, sehingga pesan terkait produk tidak dapat menjangkau calon pembeli.

Informasi produk yang tidak terorganisir juga menjadi masalah untuk masyarakat memahami produk yang mereka tawarkan, yang tentunya juga menjadi masalah bagi perusahaan apabila dibiarkan. Pendekatan lain yang penting dari internet adalah komunikasi online yang memudahkan konsumen untuk bisa mendapatkan informasi detail tentang produk dan layanan (Syed Faisal, 2014:1). Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan instagram sebagai tempat penyampaian informasi produk masih belum berhasil menjadi media yang efisien untuk menyampaika informasi.

Berdasarkan hasil wawancara pada 10 Maret 2024 yang penulis lakukan kepada Rezy Defrizal selaku Pemilik PT Prima Djaya Alkesindo, selain menggunakan media sosial instagram PT Prima Djaya Alkesindo juga mulai mengikuti kegiatan pameran alat kesehatan sejak tahun 2023. Mereka menampilkan produk secara langsung dan membagikan brosur ke beberapa pengunjung untuk memperkenalkan produk mereka. Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa PT Prima Djaya Alkesindo sudah memiliki media promosi untuk memperkenalkan produk-produknya kepada calon pelanggan, tetapi menampilkan produk dan penggunaan brosur masih belum efisien secara waktu,

tenaga dan biaya. Demikian dengan ini dibutuhkan suatu media promosi dan informasi berbentuk katalog yang dapat menggambarkan suatu produk secara lengkap, tersusun, dapat digunakan dimana saja, dan mudah untuk diperbarui.

Seperti yang diamati oleh Wandanaya et al. (2020), brosur tidak efisien sebagai media promosi utama. Sedangkan katalog terbukti mampu meningkatkan citra perusahaan dan memudahkan promosi. Oleh karena itu, perancangan katalog ini bertujuan untuk mengatasi masalah ketidakefisienan yang sama, dengan menyajikan semua informasi dalam satu media yang terstruktur, sehingga menghemat waktu dan tenaga baik bagi perusahaan maupun calon konsumen.

Penulis memilih membuat katalog produk dalam tugas akhir ini sebagai alat komunikasi perusahaan untuk dapat mengatasi masalah terkait promosi produk dan memberikan informasi produk dengan terorganisir. Dalam penggunaannya katalog dapat digunakan di kantor dan juga dapat digunakan dalam kegiatan-kegiatan yang diikuti PT Prima Djaya Alkesindo, sedangkan dalam bentuk katalog digital dapat diakses melalui link serta QR Code yang bisa diletakan di kantor dan kegiatan-kegiatan PT Prima Djaya Alkesindo. Berdasarkan latar belakang ini, maka penulis tertarik untuk membuat proyek tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Katalog Produk Sebagai Sarana Promosi PT Prima Djaya Alkesindo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah belum ada media promosi yang efisien untuk mempromosikan produk dari PT Prima Djaya Alkesindo.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan tugas akhir ini adalah mempromosikan produk PT Prima Djaya Alkesindo melalui perancangan katalog produk sebagai sarana promosi yang efisien bagi PT Prima Djaya Alkesindo.

1.4 Manfaat

Terdapat manfaat dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Pembuatan katalog ini merupakan satu syarat penulis untuk menyelesaikan studi pada Program Studi D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat. Bagi penulis juga dapat mengembangkan kemahiran dan pengalaman penulis dalam pembuatan katalog.

2. Bagi Perusahaan

Menjadi inovasi bagi perusahaan di bidang promosi, memudahkan perusahaan dalam mempromosikan produknya, dan dapat menjadi acuan bagi katalog-katalog yang akan datang.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi yang memudahkan bagi masyarakat terkait pembuatan katalog dan penggunaannya tidak hanya dalam bidang kesehatan tapi juga dalam segala bidang.

1.5 Luaran

Luaran yang dihasilkan dalam project tugas akhir ini adalah katalog, yaitu Katalog dan Buku Saku Pembuatan Katalog untuk dapat menjadi promosi yang efisien bagi PT Prima Djaya Alkesindo.