

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu. Dengan kata lain, strategi adalah seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan.

Menurut Henry (2000) mengemukakan bahwa marketing public relations adalah masyarakat dan pelanggan, berdasarkan pendapat tersebut, marketing public relations dapat diartikan sebagai pengelola komunikasi untuk memotivasi pembelian, dan kepuasan pelanggan dan masyarakat.¹

McDonalds adalah restoran cepat saji yang memang memiliki banyak penggemar dari berbagai negara dan daerah tak terkecuali di Indonesia. Restoran cepat saji yang telah mendunia ini dengan jumlah restoran sebanyak 268 yang tersebar di seluruh Indonesia. Yang menyajikan menu khas seperti ayam goreng, BigMac,

¹ Henry, R. A. (2000). *Marketing Public Relations*. Jakarta: Imam Mulyana.

Mcflurry, Happy Meal, dan sebagainya. Kepopuleran restoran ini di Indonesia terbukti dengan menjamurnya cabang resto di berbagai daerah.

Restoran ini menjadi salah satu restoran cepat saji yang memiliki cabang terbanyak. Di Jakarta McDonalds telah memiliki hingga 54 cabang. Berikut beberapa cabang McDonalds khususnya di Jakarta Selatan yaitu McDonalds Kemang, McDonalds Perdatam, McDonalds Mampang, dan McDonalds Jati padang.

Data dan fakta alasan penulis memilih McDonalds Kemang sebagai objek penelitian karena McDonalds Kemang adalah salah satu restoran cepat saji yang cukup lengkap karena disertai dengan adanya McCafe yang menjual berbagai kue dan minuman Ala Cafe dan lokasi yang cukup strategis di Jakarta Selatan dibandingkan dengan seperti Kentucky Fried Chicken (KFC) dan A&W.

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia menurut Sulistiono (2010) adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk disimak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menarik pelanggan lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri barang dan jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, restoran dan perhotelan berkembang dengan cepat.²

² Sulistiono, A. B. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Permasalahan yang di hadapi dalam persaingan bisnis disini yaitu di Indonesia yang telah banyak bermunculan berbagai jenis restoran baik yang berasal dari dalam negeri dan *franchise* (waralaba) dari luar negeri. Sehingga penjualan menurun dalam membeli makanan cepat saji di McDonalds Kemang ini sehingga terjadinya penurunan penghasilan yang disebabkan oleh banyak nya restoran cepat saji yang terdekat di daerah Kemang ini yang mengambil alih pelanggan dengan strategi menarik mereka.

Melihat persaingan bisnis dalam bidang restoran makanan siap saji (*fast food*) ini membuat para pembisnis harus berpikir keras untuk menciptakan strategi Marketing Public Relations terbaik agar dapat menarik minat pelanggan. Keadaan ini merupakan salah satu tantangan yang harus dihadapi para pengusaha restoran siap saji untuk memenangkan persaingan, semakin tinggi tingkat persaingan antara perusahaan restoran siap saji menyebabkan penyedia jasa layanan restoran siap saji akan meningkatkan pelayanan serta fasilitas untuk menarik para pelanggan.

Terlihat ketidakstabilan pendapatan di McDonalds Kemang yang di lihat pada laporan pendapatan triwulanan dari tahun 2018 hingga 2019 disebabkan oleh menurunnya minat pelanggan karena banyaknya persaingan dalam bidang restoran cepat saji yang lebih menarik dari segi pelayanan maupun fasilitas yang di berikan oleh mereka yang membuat pendapatan terlihat sangat menurun pada grafik pendapatan bulan desember 2018 dan bulan maret 2019 di McDonalds Kemang. Berikut grafik pendapatan di McDonalds Kemang:

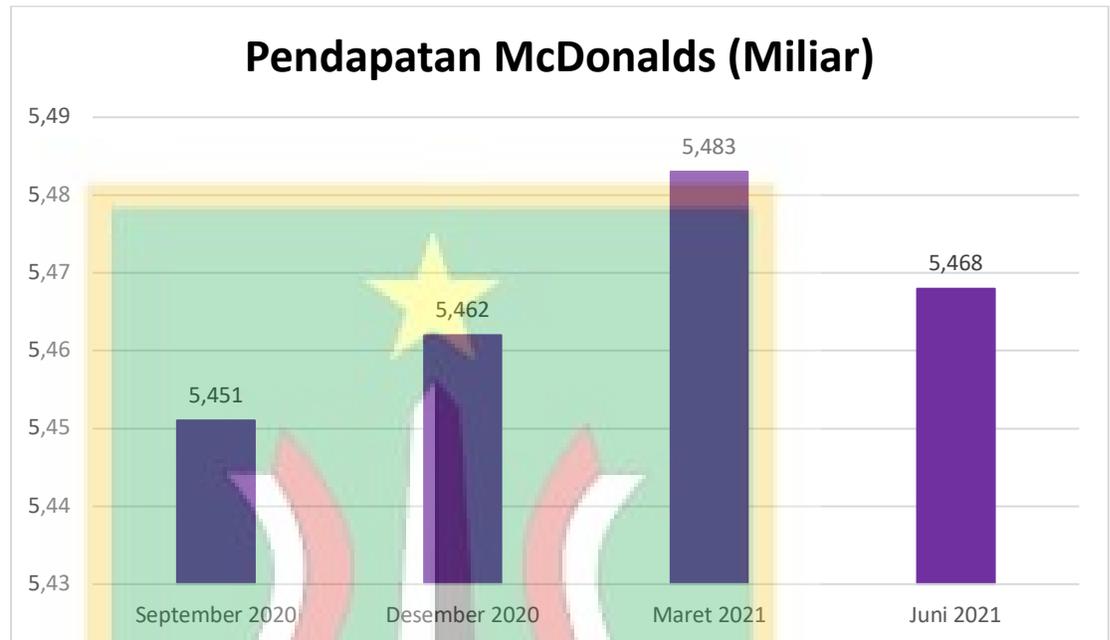


Gambar 1.1 Grafik Penjualan McDonalds Kemang³

Selanjutnya perlu upaya yang harus dilakukan dalam meningkatkan jumlah pelanggan tentunya perlu strategi marketing public relations yang baik. Hal ini menjadi bagian yang menarik bagi penulis untuk melakukan kajian lebih detail. Dengan maksud tersebut peneliti membutuhkan penggalan informasi secara langsung kepada Marketing Public Relations berkaitan dengan yang telah dilakukan dari berbagai Strategi yang telah diterapkan. Berkaitan dengan uraian diatas, sehingga mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “STRATEGI MARKETING

³ Grafik Penjualan McDonalds Kemang – Jakarta Selatan

PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN PADA MCDONALDS KEMANG”.



Gambar 1.1.2 Grafik Penjualan McDonalds Kemang⁴

Dan berikut grafik jumlah pendapatan di McDonalds Kemang pada tahun berikutnya yaitu 2020 sampai 2021 setelah dilakukan Strategi Marketing Public Relations, yang dimana telah berhasil mencapai tujuan perusahaan dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan pada McDonalds Kemang yang terlihat dari laporan triwulanan ini terjadinya kenaikan sales yang menerus dari bulan September 2020 sampai sales tertinggi yang tercapai pada bulan Maret 2021.

⁴ Grafik Penjualan McDonalds Kemang – Jakarta Selatan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian terkait batasan masalah diatas, maka dapat dikemukakan beberapa perumusan permasalahan, sebagai berikut :

Bagaimana strategi marketing public relations Mcdonalds Kemang dalam meningkatkan jumlah pelanggannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, peneliti telah mengemukakan beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, dengan rincian sebagai berikut :

Untuk mengetahui strategi marketing public relations apa saja yang dilakukan Mcdonalds Kemang dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dikaji sebelumnya dan diteliti oleh penulis yang dapat bermanfaat dan menjadi kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti oleh penulis sebelumnya diharapkan dapat memberikan kontribusi dan wawasan di bidang ilmu pengetahuan bagi para pembaca sebagai acuan dan referensi khususnya di

ruang lingkup Marketing Public Relations yang baik dan benar, baik di lingkungan masyarakat umum, mahasiswa dan akademisi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti penulis sebelumnya, hal ini diharapkan sebagai pengembangan kemampuan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya dalam memberikan informasi, menambah wawasan dalam menerapkan strategi yang dilakukan praktisi Marketing Public Relations dan terutama bagi program studi ilmu komunikasi konsentrasi Public Relations dan hasil penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata-1 dalam program studi ilmu komunikasi konsentrasi Public Relations Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Nasional.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan hal-hal yang menyangkut latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada kajian pustaka ini terdapat beberapa sub juga antara lain penelitian terdahulu yang relevan serta menjelaskan tentang konsep yang akan dijadikan sebagai pembahasan dalam penelitian ini serta juga menggambarkan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis membahas mengenai paradigma penelitian, metode penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data (wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi), informan penelitian, teknik analisis data,

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai penjelasan secara rinci dari hasil penelitian, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, penulis membahas mengenai kesimpulan dan saran

