

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

PT Campina *Ice Cream Industry* Tbk merupakan perusahaan asal Indonesia, perusahaan ini umumnya menghasilkan berbagai macam produk es krim. Perusahaan yang bergerak di bidang Perseroan. Perseroan ini memiliki kegiatan utama yang bergerak di bidang industri pengolahan es krim. Menurut Bapak Sukari selaku pimpinan kepala cabang PT Campina *Ice Cream Industry* Tbk Ujung Menteng Jakarta Timur pada 16 Mei 2023 ia mengatakan bahwa PT. Campina tersebut memiliki karyawan secara keseluruhan sebanyak 3.200 karyawan. Namun pada kantor perwakilan PT. Campina yang berada di daerah Ujung Menteng Jakarta Timur ini memiliki jumlah karyawan sebanyak 40 karyawan. Kantor perwakilan atau kantor cabang Campina tersebut memegang sebanyak 1.400 mitra yang tersebar di daerah Jakarta dan Bekasi untuk di daerah Jakarta itu sendiri yaitu Jakarta Timur, Jakarta Utara (sebagian), Jakarta Pusat (sebagian), Jakarta Selatan (sebagian) hingga sampai daerah Bekasi Kota dan Bekasi Kabupaten (sebagian).

Perusahaan PT Campina Cabang Ujung Menteng ini sudah menjalankan SOP yang sesuai dengan karyawan dan juga mitra yang bekerja sama, tetapi ada oknum dari luar perusahaan Campina yang memanfaatkan peluang tersebut untuk menyalahgunakan nama PT Campina. Perusahaan tersebut mempunyai beberapa permasalahan, salah satunya permasalahannya yaitu dari oknum yang memanfaatkan nama PT Campina.

Dari fenomena oknum yang memanfaatkan nama PT Campina untuk mengambil alih *freezer* yang dipegang oleh mitra. Hal ini dapat diatasi dengan adanya jalinan komunikasi yang baik antara pimpinan, karyawan, dan juga dengan mitra untuk meminimalisir tindak kejahatan yang mampu merugikan pihak Campina. Jalinan komunikasi yang baik dilakukan guna fenomena pencurian *freezer* yang mengatasnamakan PT Campina, banyak oknum dari luar perusahaan Campina yang berpura-pura mengaku sebagai karyawan dari Campina, oknum

tersebut mengambil *freezer* yang ada di mitra, dan oknum tersebut menjual kembali *freezer* Campina di aplikasi online. Komunikasi yang baik salah satu contohnya adalah dengan menggunakan konsep komunikasi interpersonal.

Menurut Louis E. Boone dan David L. Kurtz 12 (2002), Kemitraan termasuk *partnership* merupakan relasi dari dua atau lebih perusahaan dengan tujuan bersama, yaitu saling membantu dalam mencapai tujuan bersama. Kemitraan (*partnership*), dilihat dari perspektif etimologis yang berasal dari kata mitra. Sedangkan kemitraan diterjemahkan menjadi persekutuan. Maka kemitraan dapat dimaknai sebagai suatu bentuk persekutuan antara dua pihak atau lebih yang membentuk satu ikatan kerjasama atas dasar kesepakatan dan rasa saling membutuhkan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kompetensi di suatu bidang usaha tertentu, sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik. Manfaat dari kemitraan atau kerjasama yang sudah dilakukan oleh dua orang atau lebih manfaatnya yaitu memberikan keuntungan kepada pihak-pihak yang bermitra, meningkatkan mutu dan keberlanjutan mulai dari penyedia input, proses hingga *out put* yang dihasilkan, memberikan manfaat sosial, mendukung keberlangsungan program, dan mengembangkan kelembagaan pihak yang bermitra.

Menurut Suryanto (2015) komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian pesan dari satu orang ke orang lain (pihak lain). Menurut pengertian ini, komunikasi yaitu tentang pertukaran informasi yang bermakna dan harus menghasilkan hasil antara komunikator. Komunikasi Interpersonal memerlukan informasi atau pesan yang dapat tersampaikan dan hubungan di antara orang yang berkomunikasi agar dapat terjalin. Oleh karena itu, setiap orang membutuhkan kemampuan berkomunikasi untuk berbagi informasi, bersosialisasi dan bekerja sama untuk bertahan hidup.

Komunikasi dalam suatu organisasi akan lebih efektif bila berbentuk komunikasi interpersonal, dimana komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan efek umpan balik. Kevin Hogan berpendapat bahwa komunikasi interpersonal sangat penting karena dengan

menggunakan komunikasi ini, kita dapat menemukan makna dan kebahagiaan di alam semesta dalam bentuk ide-ide atau gagasan.(Susanto, 2014, p. 131).

Menurut hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan juga Bekasi (JABODETABEK) rupanya di setiap daerah telah banyak terjadi pengambilan atau pencurian *freezer* oleh oknum kejahatan yang mengatas namakan PT Campina, khususnya di daerah Jakarta, Bekasi, Bogor yang memang terkenal rawan akan hal pencurian *freezer* yang dilakukan oknum sampai menggunakan atribut Campina, lalu membawa surat – surat palsu dengan menggunakan logo Campina dan juga membawa mobil truck untuk membawa *freezer*. Oknum itu mengatakan kepada mitra bahwa ingin memperbaiki atau menservis *freezer* tersebut . Berbeda dengan di daerah-daerah lain, jika di daerah lain itu justru mitra tersebut yang membawa *freezer* tanpa memberi tahu pihak PT Campina. Pengambilan *freezer* bukan hanya oknum saja ternyata ada juga dari mitra yang nakal contohnya seperti mitra yang mengontrak disuatu rumah lalu ketika mitra tersebut berpindah ke tempat atau daerah lain, ia membawa *freezer* Campina dan tidak mengkonfirmasi terlebih dahulu kepada pihak Campina. Ada juga yang meninggalkan *freezer* tersebut tanpa membawanya dikarenakan pemilik toko mempunyai hutang kepada PT Campina.

Dari data yang sudah peneliti dapatkan PT Campina Cabang Ujung Menteng Jakarta Timur pada pencurian maupun pengambilan *freezer* yang dilakukan oknum dan juga oleh pemilik toko. Di daerah tersebut terdapat beberapa mitra yang kecurian *freezer* yang dilakukan oknum hanya sekitar 6 *freezer*, lalu untuk *freezer* yang dibawa oleh pemilik toko tanpa mengkonfirmasi ke PT Campina tersebut hanya sekitar 5 buah *freezer*.

PT Campina *Ice Cream Industry* merupakan salah satu perusahaan es krim terkenal di Indonesia, yang berdiri pada tanggal 22 juli 1972 masih berupa pabrik es kecil-kecilan yang bernama CV. Pranoto yaitu nama dari pencetus es krim campina. Darmo Hadipranoto memulai usahanya dengan menjual es krim berbentuk cup di garasi rumahnya. Seiring berjalannya waktu, campina mulai dikenal dan diterima di kalangan masyarakat. Karena melesatnya permintaan produk es krim, mesin dikembangkan lebih lanjut pada tahun 1976

dan seluruh bangunan rumah diubah menjadi pabrik. Pada tahun 1984, Campina memindahkan pabriknya ke Rungkut Industri II No. 15-17, Surabaya yang sampai sekarang masih digunakan. Pada tahun 1984, produk es campina telah menjadi produk nomor satu di Indonesia. Karena hal ini, muncullah beberapa kompetitor produsen es krim yang hadir di Indonesia dengan berbagai variasi, merek, kemasan, dan kualitas produknya.

Pada awalnya, kebutuhan manusia terhadap pangan cuma sebatas makanan berat untuk kelangsungan hidup. Namun seiring berjalannya waktu, makanan tidak hanya menjadi suatu kebutuhan hidup, tetapi juga kepuasan dan gaya hidup bagi manusia yang mengkonsumsi berbagai jenis makanan, mulai dari makanan berat, sampai dengan makanan ringan, seperti es krim. Menurut Standar Nasional Indonesia es krim adalah makanan setengah padat yang dibuat dengan cara membekukan tepung es krim atau campuran susu, lemak hewani dan nabati, gula, atau tanpa bahan makanan lain yang diizinkan.

Es krim merupakan salah satu makanan yang paling populer dan disukai masyarakat. Produk susu beku diproduksi dan di konsumsi dalam jumlah banyak. Selain rasanya yang enak, es krim ini juga memiliki nilai gizi yang cukup baik karena menggunakan susu sebagai bahan utamanya. Menurut Soeparno tahun 1998 dan Malaka tahun 2007 menjelaskan bahwa es krim adalah salah satu jenis produk beku yang terbuat dari krim susu, gula, dan juga tanpa tambahan perisa, mengandung 8-14% lemak susu.

Pada laman kompasiana.com dengan akun penulis Esgogo Eskrim (2014) mengatakan bahwa pesaing di dunia es krim dalam kemasan akan semakin ketat. Walls dan Campina saat ini mendominasi pasar es krim kemasan. Dua perusahaan besar ini menguasai pasar es krim dalam kemasan Indonesia, diikuti oleh Indo Eskrim Meiji dan Diamond. Untuk modern trade jelas sekali terlihat dominasi es krim Walls dan Campina. Wings Food adalah perusahaan yang awalnya hanya membuat produk-produk toiletris kini Wing Food akan merambah ke dunia es krim. Dengan saham 50:50 Wings Food bekerjasama dengan perusahaan Jepang Ezaki Glico untuk mengoperasikan pasar es krim kemasan ini. Persiapan produksi dan segala sesuatunya sedang dipersiapkan dan perusahaan patungan bernama

Glico Wings dijadwalkan mulai beroperasi pada Januari 2015. Ini adalah ancaman yang tidak boleh diremehkan oleh Walls dan Campina yang eksis saat ini. Dengan hadirannya Glico Wings di pasaran es krim kemasan, hal ini tentunya akan terbagi lagi, Campina harus segera mempersiapkan strategi baru jika tidak ingin *market share*nya digerogoti oleh Glico Wings.

Produksi es krim dalam jumlah besar memang tentu tidak lepas dari tempat penyimpanan atau *cold storage*. Bisa dilihat seberapa serius Glico Wings membidik pasar es krim kemasan Indonesia. Sebuah sumber mengatakan saat ini mereka sedang memesan 130 unit *cold storage*. Sementara Campina, Indo Eskrim dan Diamond saat ini belum memiliki *cold storage* sebanyak itu. Inilah yang dimaksud Esgogo sebagai ancaman bagi Walls dan Campina. Tentunya dengan didukung modal yang kuat dan jaringan distribusi yang sudah mapan serta toko yang sudah terdaftar, tentunya kehadiran Glico Wings harus mendapat perhatian serius bagi perusahaan es krim kemasan lainnya, jika tidak mau kehilangan pangsa pasar.

Dari latar belakang masalah diatas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang bagaimana jalinan komunikasi yang baik antara pimpinan, karyawan, dan juga dengan mitra untuk meminimalisir tindak kejahatan yang mampu merugikan pihak campina, yang nantinya proses komunikasi ini akan jauh lebih efektif dan tidak terjadi kembali permasalahan oknum yang mengambil alih aset milik Campina yaitu berupa *frezeer* di mitra tersebut. Sehingga peneliti melaksanakan penelitian yang berjudul “Komunikasi Interpersonal PT Campina Cabang Ujung Menteng Jakarta Timur Dengan Mitra”.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Dari latar belakang permasalahan tersebut, penulis ingin memfokuskan penelitian ini tentang Komunikasi Interpersonal PT Campina Cabang Ujung Menteng Jakarta Timur dengan Mitra.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dibahas diatas, dapat diidentifikasi bahwa pertanyaan penelitian akan berfokus pada “Bagaimana

Komunikasi Interpersonal PT. Campina Cabang Ujung Menteng Jakarta Timur dengan Mitra?”

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Komunikasi Interpersonal PT Campina Cabang Ujung Menteng Jakarta Timur Dengan Mitra.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Diharapkan dalam penelitian ini memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu cara melakukan komunikasi antara pimpinan dengan karyawan serta mitra saat proses komunikasi guna menjadi lebih efektif. Selain itu menjadi tambahan referensi bahan bacaan untuk menjadi acuan untuk terus dikembangkan menjadi penelitian yang lebih baik lagi.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memperoleh kegiatan saat proses komunikasi yang efektif antara pimpinan dengan karyawan dan mitra dalam komunikasi dan interaksi yang lebih baik, serta memberikan pemahaman bahwa komunikasi merupakan salah satu hal yang berpengaruh dalam komunikasi interpersonal, dalam hal ini di bidang perusahaan distributor es krim Campina.