

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan, sebagai entitas yang terstruktur dengan tujuan tertentu, secara konsisten berupaya meraih keuntungan. Di Indonesia, berbagai jenis perusahaan berkembang, mendorong para pelaku usaha untuk menerapkan strategi yang beragam demi mencapai pertumbuhan. Salah satu pendekatan utama adalah merancang strategi dan layanan unggul agar perusahaan mampu bersaing secara kompetitif. Salah satu strategi yang dapat diandalkan adalah pitching. Pitching merupakan metode presentasi yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menyampaikan ide atau rencana bisnis, yang sering kali dikaitkan dengan startup. Tujuan utama dari pitching adalah menarik perhatian investor agar bersedia memberikan pendanaan, yang menjadi faktor krusial dalam keberlanjutan dan pengembangan bisnis. Oleh karena itu, proses pitching harus direncanakan dengan matang, mencakup riset yang menyeluruh, pengumpulan data yang relevan, dan pembuatan pitch deck yang menarik. Selain itu, kemampuan komunikasi yang efektif menjadi elemen kunci untuk meyakinkan para pemangku kepentingan terhadap potensi ide bisnis yang diajukan (Pamungkas, 2024).

Presentasi bisnis, atau *pitching*, memiliki berbagai tujuan, termasuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada audiens. Selain memberikan informasi, presentasi bisnis juga bisa menghibur audiens melalui humor yang disampaikan oleh pemateri. Lebih dari itu, presentasi bisnis memiliki kekuatan untuk memotivasi audiens agar bertindak sesuai arahan pemateri melalui pesan-pesan persuasif. Kadang, presentasi bisnis dapat menyentuh emosi audiens dengan menceritakan pengalaman pribadi pemateri dalam menjalankan bisnis. Meskipun demikian, menarik perhatian investor melalui presentasi bisnis bukanlah tugas yang mudah. Diperlukan persiapan yang matang untuk memastikan presentasi kita mampu meyakinkan dan berhasil menarik minat investor untuk berinvestasi (Asmara, 2021).

Keputusan investasi merupakan hasil dari proses evaluasi yang kompleks oleh investor, yang melibatkan pertimbangan atas berbagai aspek seperti profitabilitas, risiko, dan prospek jangka panjang dari perusahaan yang dituju. Dalam proses ini,

selain *pitching* yang efektif yang menjadi kunci dalam menarik minat investor, komunikasi persuasif juga memegang peran yang sangat berpengaruh pada investor. *Pitching* yang berhasil harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci yang ada di benak investor, seperti kesolidan model bisnis perusahaan, realitas dan kesuksesan strategi yang diusulkan, serta perbandingan perusahaan dengan kompetitor di industri yang sama. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini harus disampaikan dengan jelas, didukung oleh data yang akurat, dan diperkuat dengan analisis yang mendalam. Dengan demikian, presentasi harus dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan memiliki potensi untuk memberikan pengembalian investasi yang menguntungkan dan mengatasi risiko yang mungkin terjadi (Sari, 2022).

Kualitas *pitching* adalah kunci keberhasilan sebuah presentasi bisnis. *Pitching* yang baik harus mampu menyampaikan pesan dengan jelas, terstruktur, dan menarik, serta didukung oleh data dan riset yang akurat. Komponen utamanya meliputi penyusunan *pitch deck*. *Pitch deck* harus dirancang untuk menarik perhatian investor sejak awal, dengan informasi yang padat, relevan, dan mampu menggambarkan potensi pertumbuhan perusahaan secara komprehensif. Visualisasi data yang menarik juga membantu memperjelas poin-poin penting dan membuat presentasi lebih menarik (Suhairi, 2023). *Pitch deck* sebaiknya disajikan dengan pesan yang informatif, penggunaan visual yang menarik, dan kemampuan komunikator dalam menyampaikan informasi secara persuasif.

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan operasional sebuah instansi atau perusahaan. Tanpa adanya komunikasi yang efektif, sulit bagi sebuah organisasi untuk menjalankan berbagai aktivitas, terutama yang berkaitan dengan promosi. Promosi memerlukan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan tepat kepada pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, komunikasi persuasif menjadi kunci utama. Komunikasi jenis ini bertujuan untuk memengaruhi audiens agar tercipta saling pengertian, kepercayaan, dan dukungan. Dengan tercapainya hal-hal tersebut, akan terbentuk kerjasama yang harmonis antara semua pihak yang terlibat, yang pada akhirnya membantu organisasi mencapai tujuannya (Priliswari *et al.*, 2023).

Investor Relations memiliki fokus utama pada pelayanan dan komunikasi dengan para investor atau pemegang saham perusahaan. Dalam era digital dan industri 4.0 saat ini, fungsi *Investor Relations* menjadi semakin penting. *Investor Relations* bertanggung jawab terhadap para investor yang berminat untuk membeli saham di perusahaan tersebut. Keberadaan *Investor Relations* sangat vital karena dapat mencegah kegagalan perusahaan akibat kekurangan investor yang bersedia menanamkan modal. Dengan demikian, setiap perusahaan harus memiliki tim *Investor Relations* yang handal dan efisien untuk menjaga hubungan yang baik dengan para investor dan memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan (Dancer, 2024).

Setiap perusahaan seharusnya memberikan dukungan penuh kepada tim *Investor Relations* untuk menjalankan tanggung jawabnya. Hal ini penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. *Investor Relations* bertanggung jawab tidak hanya terhadap hubungan dengan investor, tetapi juga terhadap menjaga citra dan reputasi perusahaan. Citra yang baik dapat menjadi daya tarik bagi investor potensial, sehingga memastikan perusahaan mendapatkan modal yang cukup untuk beroperasi dan berkembang. Di era digital saat ini, istilah investasi semakin dikenal luas, terutama karena semakin banyak perusahaan yang menjual sahamnya secara online atau melalui lembaga pengelola saham. Hal ini memudahkan *Investor Relations* dalam mendapatkan modal dari investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya sebagai investasi di perusahaan. Dengan memberikan akses yang lebih mudah bagi investor untuk berinvestasi, perusahaan dapat lebih efektif dalam menarik modal yang diperlukan untuk pertumbuhan mereka (Santoso, 2019).

Selain mempertimbangkan aspek teknis, *pitching* juga harus memperhitungkan faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi keputusan investor. Faktor-faktor seperti kondisi pasar, tren industri, dan profil risiko investor dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap presentasi bisnis. Misalnya, dalam industri yang sedang berkembang pesat, investor mungkin lebih berani mengambil risiko meskipun tinggi. Namun, di industri yang stagnan atau mengalami penurunan, investor akan lebih berhati-hati dan memerlukan bukti yang lebih kuat tentang prospek pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, divisi *Investor Relation* harus dapat

mengenali dan menyampaikan faktor-faktor eksternal ini secara efektif dalam *pitching* mereka dan menyampaikannya secara persuasif agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan (Suprasta, 2020). Ini penting untuk memastikan bahwa presentasi mereka relevan dengan konteks pasar dan industri saat itu, sehingga dapat membangun kepercayaan dan minat investor dalam investasi pada perusahaan tersebut (Lunarindiah, 2020).

Salah satu perusahaan yang juga menerapkan *pitching* melalui komunikasi persuasif untuk menarik investor adalah PT. Bento Group Indonesia. PT Bento Group Indonesia didirikan pada tahun 2012 di Yogyakarta, awalnya bergerak di bidang *food and beverage* dengan *brand* pertamanya, Bento Kopi. Bento Kopi menawarkan konsep tempat ngopi yang ramah di kantong masyarakat dengan harga yang terjangkau namun tetap menjaga kualitas dan kenyamanan tempat. Brand ini segera menarik perhatian kaum milenial, khususnya mahasiswa, karena kesan kekinian dan kenyamanannya yang cocok untuk mengerjakan tugas. Hingga tahun 2023, PT Bento Group Indonesia telah berkembang pesat dan menjadi grup usaha yang mengelola beberapa *brand* di berbagai bidang, termasuk *food & beverage*, properti, budidaya, kecantikan, dan *digital marketing agency*. Kantor pusat perusahaan ini terletak di Sentrum Space, Yogyakarta. Dalam 11 tahun perjalanannya, Bento Group telah berhasil bersaing secara nasional. Fokus utama PT Bento Group Indonesia adalah pada kolaborasi dengan para investor untuk mengeksplorasi ide, perencanaan, dan pengelolaan bisnis yang efektif dan menguntungkan (Sidik, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mendalami lebih lanjut tentang bagaimana teknik *pitching* diterapkan secara efektif oleh divisi Investor Relation dalam menarik minat calon investor. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada “Implementasi Teknik *Pitching* Divisi Investor Relation pada Calon Investor (Studi pada PT. Bento Group Indonesia).” Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam strategi, pendekatan, dan alat komunikasi yang digunakan oleh divisi Investor Relation di PT. Bento Group Indonesia dalam menyusun dan menyampaikan *pitch* yang menarik bagi calon investor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana penerapan teknik *pitching* oleh divisi Investor Relation di PT. Bento Group Indonesia terhadap calon investor?"

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi teknik *pitching* divisi *Investor Relation* yang dilakukan oleh PT. Bento Group Indonesia pada calon investor.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait teknik *pitching* sebagai salah satu strategi komunikasi yang efektif. Dengan mengeksplorasi penerapan teknik *pitching* dalam konteks divisi Investor Relation, penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran komunikasi dalam mendukung keberhasilan interaksi dengan calon investor. Hal ini akan berkontribusi pada pengembangan kajian teoretis dalam ilmu komunikasi, khususnya pada area komunikasi strategis dan hubungan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan serta pengalaman secara langsung bagi penulis untuk mengimplementasikan teori-teori yang telah diajarkan selama perkuliahan.

b. Bagi PT. Bento Group Indonesia

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan ide bagi perusahaan sehingga bisa memperbaiki kekurangan teknik *pitching* yang telah dilakukan yang akan meningkatkan jumlah investor ke dalam perusahaan.

c. Bagi Divisi *Investor Relation*

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi divisi *investor relation* sehingga dapat menerapkan teknik *pitching* yang baik dan benar yang pada akhirnya akan memberikan hasil yang lebih baik.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dan ide untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

