

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia usaha pada saat ini semakin makin tajamnya persaingan. Peranan pemasaran semakin penting untuk dunia bisnis. Salah satu yang dilakukan yaitu mengenali terlebih dahulu kebutuhan dan kegiatan masyarakat, agar tercapai sebuah keputusan yang memuaskan bagi konsumen dan tentunya bagi bisnis usaha yang menawarkan produk atau jasa tersebut. Selain itu proses kreatifitas dalam menarik perhatian masyarakat juga sangat dibutuhkan seperti media iklan luar seperti brosur dan spanduk, tetapi dapat didukung juga dengan media alternatif lainnya yang bisa menambah keefektifan pemasaran yaitu dengan teknologi yang semakin modern seperti internet dengan mengunggah foto produk atau jasa yang ditawarkan melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *twitter* ataupun mengadakan sebuah *event* untuk memperkenalkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar bisa lebih mengetahui dan mengenal produk atau jasa tersebut secara lebih baik lagi. Dengan hal tersebut dapat mudah bagi sebuah bisnis untuk merebut target pasar.

Kegiatan bisnis tidak mampu terlaksana atau mencapai tujuannya tanpa penyediaan suatu yang bernilai. Saat ini tuntutan terhadap kelangsungan bisnis adalah ketersediaan produk, harga yang bersaing dan keunikan produk.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari kegiatan bisnis perusahaan, pemasaran ini melibatkan perencanaan dan menentukan pengembangan, penetapan harga, promosi, pembagian ide, dan barang, serta layanan guna menciptakan transaksi yang dapat mencapai target perusahaan.

Strategi pemasaran merupakan seluruh rangkaian kegiatan yang memastikan bahwa anda memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendapatkan hasil dari semua yang telah anda kerjakan tersebut. Oleh karena itu, pemasaran berhubungan dengan periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dan penjualan.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh, terpadu, serta menyatu dengan bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Dengan arti lain strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan sasaran kebijakan dan aturan yang diberikan arah pada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu.

Disamping itu strategi pemasaran yang telah diterapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/kondisi saat ini. Hasil penilaian evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang dijalankan perlu diubah, sekaligus

digunakan sebagai landasan menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang.²

Begitu pula dengan konsep strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pengusaha kuliner. Usaha kuliner adalah salah satu usaha yang tidak akan habis dimakan oleh zaman, karena setiap waktu manusia membutuhkan makanan untuk hidup. Peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menciptakan model bisnis kuliner yang membawa keuntungan bagi pelaku wirausaha. Jika membangun bisnis kuliner, konsep yang dibangun jangan hanya berdasarkan lokasi saja. Masih banyak hal lain yang harus diperhatikan agar usaha dapat berjalan dengan baik.³

Banyak contoh yang bisa kita lihat di lingkungan sekitar kita mengenai contoh bisnis kuliner. Seperti halnya bakso, mie ayam, nasi padang, dan berbagai jenis makanan dan minuman lainnya.

Berbagai macam corak budaya di Indonesia, membuat kuliner di Indonesia sangat beragam, ditambah lagi dengan dikembangkannya berbagai macam dukungan untuk mengembangkan bisnis UMKM yang juga salah satunya bidang kuliner oleh pemerintah.

Namun berkembangnya bisnis kuliner di Indonesia seolah dibanting selepas masuknya Virus Covid-19 pada awal Februari 2020 lalu. Secara

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hal. 168-169

³ Wahyu As'ari, <http://wartawirausaha.com>/diakses pada 3 Februari 2021 pukul 17.00

bertahap virus yang dikategorikan menjadi pandemi ini menyebar luas ke seluruh Indonesia.

Per tanggal 10 Maret 2021 ini penyebaran Covid-19 masih mencapai 5.826 kasus baru, dan 6.433 rata-rata per hari dalam satu minggu ini. Hal ini menggambarkan kondisi pandemi sudah berlangsung lebih satu tahun dan akan terus ada sampai waktu yang tidak bisa diketahui.⁴

Hal ini membuat banyak sekali perubahan pada berbagai segi kehidupan manusia. Dikarenakan terbatasnya aktivitas sosial dan tatap muka di semua sektor. Termasuk pula pada sektor bisnis baik itu perdagangan, jasa, transportasi, hiburan, dan lain-lain. Semua sektor bisnis mengalami dampak dari adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan data hasil survey yang dilakukan oleh paper.id Bersama dengan SMESCO dan OK OCE untuk bertajuk “Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM”. Survey ini dilakukan secara daring dan dikirimkan kepada lebih dari 3000 UMKM yang ada di 22 Provinsi Indonesia.

Berdasarkan data temuan yang ada, sebanyak 78 pesen responden mengaku mengalami penurunan omset. Kategori yang terbesar terdapat pada penurunan lebih dari 20 % (67,50 %) dan terjadi pada hampir menimpa seluruh bidang usaha.

⁴Satgas Covid-19 <https://covid19.go.id/> Diakses pada 6 Maret 2021 pukul 20.00

Dalam data survey tersebut, terdapat tiga jenis usaha yang mengalami dampak paling besar. Kuliner (43,09 %), jasa (26,02 %), dan fashion (13,01 %).

Meski mayoritas responden melakukan pemasaran secara online dan offline (63,40%), hal ini tetap tidak dapat memperbaiki kegiatan usaha yang ada. Hal ini terjadi karena efek pandemi yang menyeluruh dan mengakibatkan menurunnya daya beli konsumen.⁵

Lesehan Nirwana Bambu merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, yakni dengan model cafe keluarga yang cocok ditempati oleh berbagai kalangan. Mulai dari orang tua, keluarga, hingga para kalangan pemuda milenial. Hal ini tampak dari desain yang kekinian.

Lesehan Nirwana Bambu terletak di jalan DemukDesa Kalangan, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Lokasinya sangat strategis dan juga berada di pusat pemukiman masyarakat seperti perumahan, sekolahan, rumah sakit, dan juga wilayah Kecamatan Ngunut. Dengan hadirnya pandemi Covid-19 yang sangat berpengaruh terhadap seluruh aspek masyarakat termasuk ekonomi dan bisnis, dengan ini peneliti ingin membahas dan meneliti permasalahan dengan judul “STRATEGI PEMASARAN DALAM MEMPERTAHANKAN BISNIS KULINER DI TENGAH PANDEMI COVID-19 (Studi Lesehan Nirwana Bambu Desa Kalangan Kabupaten Tulungagung)”.

⁵<https://www.paper.id/> diakses pada 7 maret 2021 Pukul 14.00

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Lesehan Nirwana Bambu di tengah pandemi Covid-19?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu dalam menerapkan strategi pemasaran agar mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19?
3. Bagaimana solusi Lesehan Nirwana Bambu dalam menghadapi pandemi Covid-19 agar mampu mempertahankan bisnis?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu:

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Lesehan Nirwana Bambu di tengah pandemi Covid-19.
2. Untuk menganalisis kendala yang dihadapi oleh Lesehan Nirwana Bambu dalam menerapkan strategi pemasaran agar mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19.
3. Untuk menganalisis solusi Lesehan Nirwana Bambu dalam menghadapi pandemi Covid-19 agar mampu mempertahankan bisnis.

D. Pembatasan Masalah

Agar tidak menimbulkan kesalahan penafsiran pada pembahasan, maka disini peneliti perlu memberikan pembatasan penelitian. Pokok

permasalahan yang dibahas disini ialah mengenali dan menjelaskan strategi pemasaran Lesehan Nirwana Bambu. Serta bagaimana langkah yang diambil sebagai solusi dalam mempertahankan roda bisnisnya.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak yang membutuhkan informasi atau hasil penelitian terkait. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan bacaan, memberikan kontribusi keilmuan, dan menyajikan informasi bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi institusi

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya hasil karya tulis ilmiah di Lembaga Pendidikan IAIN Tulungagung. Serta dapat menambah wawasan terkait strategi pemasaran bisnis kuliner.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharap dapat memberikan kerangka berfikir sebagai bahan referensi dalam pembuatan penelitian selanjutnya terkhusus berhubungan dengan bisnis kuliner.

c. Bagi Pihak Lain

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat mempelajari dan menambah wawasan terkait dengan strategi pemasaran bisnisnya, terkhusus dibidang kuliner.

F. Definisi Istilah

Definisi istilah dibutuhkan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menafsirkan permasalahan yang dibahas. Selain itu, juga dapat memberikan pemikiran yang jelas mengenai pembahasan dalam penelitian ini, berikut definisi istilahnya meliputi:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian.⁶

b. Bisnis Kuliner

Bisnis kuliner adalah salah satu jenis usaha yang dilakukan seseorang yang bergerak dibidang makanan. Bisnis kuliner tergolong bisnis yang mudah dilakukan karena hanya menyajikan berbagai jenis minuman dan makanan.

⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bnak Syariah*, (Jakarta : Alfabeta, 2010), hal. 5.

c. Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 adalah wabah pandemi yang disebabkan oleh persebaran virus corona. WHO (Badan Kesehatan Dunia) secara resmi mendeklarasikan virus corona (Covid-19) sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020.⁷

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dari penelitian berjudul Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Kuliner di Tengah Pandemi Covid-19 (Lesehan Nirwana Bambu Food Desa Kalangan Kabupaten Tulungagung) ini ingin meneliti strategi pemasaran yang dilakukan oleh Lesehan Nirwana Bambu, kemudian dampak yang dialami ketika pandemi Covid-19, serta langkah yang diambil oleh Lesehan Nirwana Bambu sebagai solusi mempertahankan bisnisnya dalam menghadapi Covid-19.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bagian Awal

Bagian awal penulisan skripsi ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman abstrak.

⁷ Sugi Priharto, <https://accurate.id>, diakses pada 10 Maret 2021 pukul 20.20.

2. Bagian Utama

Bab I Pendahuluan

Untuk memberikan gambaran secara singkat bagaimana nantinya pembahasan yang akan diangkat dalam penelitian ini, dalam bab pendahuluan ini didalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari : (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) pembatasan masalah, (e) manfaat penelitian, (f) definisi istilah, (g) sistematika penulisan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Dalam bab ini diuraikan berbagai konsep dan anggaran dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdiri dari : (a) landasan teoritis, (b) penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini memuat rancangan penelitian, yakni yang terdiri dari : (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan temuan, (h) tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang data akurat yang sudah diperoleh dari hasil observasi langsung di lapangan dengan melihat kenyataan yang sebenarnya melalui wawancara yang didokumentasikan. Selanjutnya peneliti menjelaskan dalam bentuk deskripsi tentang analisisnya terhadap temuan dari penelitian yang sudah dilakukan.

Bab V Pembahasan

Dalam bab kelima ini akan dijelaskan untuk hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan lalu dikaitkan dengan teori yang sudah ada untuk selanjutnya dibuat sebuah kesimpulan.

Bab VI Penutup

Pada bab keenam ini memaparkan mengenai kesimpulan serta saran dari penulis tentang temuan yang diteliti dengan melakukan analisis data dan variabel.

Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.