

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia usaha saat ini, banyak timbul persaingan bisnis yang semakin kompetitif perusahaan di tuntut untuk selalu melakukan strategi-strategi baru untuk meningkatkan penjualan. Pada tahun 2015 yang lalu negara Indonesia dan negara-negara di wilayah Asia Tenggara membentuk sebuah kawasan terintegrasi yang dikenal sebagai Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Dengan terjalannya masyarakat ekonomi ASEAN yang menjadikan peluang bagi masyarakat Indonesia untuk menjadi pelaku usaha dan memicu meningkatnya jumlah usaha bisnis, Salah satunya *home industry*. Semua *home industry* harus menerapkan strategi-strategi untuk meningkatkan penjualannya.

Di awal tahun 2020, di berbagai negara digemparkan dengan merebaknya virus baru yaitu coronavirus jenis baru (SARS-CoV-2) penyakitnya disebut dengan Coronavirus disease 2019 (COVID-19). Virus ini berasal dari Wuhan, Tiongkok. Ditemukan pada akhir desember tahun 2019. Sampai saat ini sudah dipastikan terdapat lebih dari 200 negara yang telah terjangkit virus saat ini. Dengan adanya pandemi Covid-19 ini memberi dampak disemua aspek kehidupan, sosial, ekonomi, agama, pendidikan dan kesehatan terutama di aspek ekonomi dan industri.

Menurut Sigit dari halaman Cnbcindonesia, dalam APBN-P tahun anggaran 2020, pihaknya melakukan penghematan anggaran sekitar Rp 858 miliar untuk menangani dampak Covid-19 terhadap industri. Sehingga, anggaran

kementerian yang semula sebesar Rp 2,95 triliun, kini menjadi Rp 2,03 triliun. Meskipun anggaran berkurang secara signifikan, kementerian perindustrian akan tetap melanjutkan rencana realokasi dan fokus ulang anggaran untuk membantu penanganan sektor industri yang terdampak Covid-19, terutama bagi sektor Industri Kecil, Menengah, dan Aneka senilai Rp 59,91 miliar atau 79% dari rencana total realokasi anggaran sebesar Rp 75,77 miliar.²

Menurut Agus Gumiwang dalam Beritasatu, pelaku industri harus reformasi model bisnis untuk ambil peluang di tengah Covid-19. Adanya tatanan terjadi perubahan pada hampir seluruh sendi kehidupan karena adanya pandemi Covid-19, termasuk pengaruh pada aktivitas sektor industri manufaktur. Adapun 5 langkah strategi agar bisa menjalankan keberlangsungan usahanya. Kelima langkah itu dapat disebut sebagai 5R bagi industri, pertama resolve atau menangani pandemi di lingkungan perusahaan termasuk dengan menerapkan protokol kesehatan. Kedua, resilience atau upaya memperkuat perusahaan sehingga dapat bertahan. Ketiga, return atau kembali menjalankan aktivitas dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang penting bagi perusahaan. Keempat, re-imagination dan kelima, Reform. Dari 5 langkah tersebut akan mampu memperkuat langkah strategi perusahaan dalam menjalankan usaha.³

Dari informasi di atas dapat disimpulkan bahwa menerapkan strategi secara terarah dan tepat sarannya akan menjadi ujung tombak keberhasilan bagi suatu perusahaan atau industri. Di tengah pandemi Covid-19 semua perusahaan

² Cnbcindonesia, <https://www.cnbciindonesia.com/news/20200428150231-4-154996/60-industri-ri-kena-dampak-paling-parah-corona>, di akses pada 12 Mei 2020 pukul 16.45 WIB.

³ Beritasatu, <https://www.beritasatu.com/ekonomi/658777-pelaku-industri-harus-reformasi-model-bisnis-untuk-ambil-peluang-ditengah-covid19>, di akses pada 20 juli 2020 pukul 19.20 WIB.

maupun industri-industri kecil dituntut untuk menerapkan strategi baru, guna tetap mempertahankan penjualan produknya.

Dalam memenangkan suatu persaingan, maka perusahaan harus jeli memilih pasar dan mampu menyediakan kebutuhan tersebut, dalam arti perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang sesuai keinginan konsumen, selain itu harus tepat dan sesuai dengan kondisi yang terjadi saat ini.

Di tengah pandemi Covid-19 semua perusahaan maupun industri-industri kecil dituntut untuk menerapkan strategi baru, guna tetap mempertahankan penjualan produknya. Setiap perusahaan maupun industri-industri kecil dan menengah juga harus memperbaiki kegiatan pemasarannya agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan.

Terjadinya pandemi covid-19 menjadikan beberapa *home industry* mengalami penurunan jumlah penjualan produknya. Industri yang terdampak adanya pandemi covid 19 diantaranya industri makanan dan minuman. Produsen mengalami penurunan produksinya akibat penjualan yang tidak stabil. Dari adanya pandemi ini produsen harus membuat strategi-strategi baru guna untuk mempertahankan penjualannya di tengah kondisi saat ini.

Berdasarkan halaman idntimes bisnis juga mengungkapkan bahwa dampak pandemi covid-19 terhadap industri makanan dan minuman di asia tenggara mengalami penurunan secara drastis, industri tersebut harusnya bisa memproduksi dan mendistribusikan produknya, akibat adanya pandemi ini mereka harus menerapkan *social distancing* terhadap pekerjanya dan tidak menghasilkan produk. Penerapan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai daerah menjadikan

beberapa industri tersebut tidak bisa mendistribusikan produknya kepada konsumen seperti sebelumnya.⁴

Pandemi ini menjadikan kebanyakan orang lebih memilih untuk memanfaatkan waktu di rumah dengan membuat makanan dan minuman sendiri, selain itu orang-orang cenderung lebih memikirkan produk yang di buatnya sesuai untuk menjaga imunitas tubuhnya. Oleh sebab itu, industri-industri harus membuat strategi pemasaran untuk menunjang produksinya tetap bisa terdistribusikan dan tetap terus bisa di konsumsi oleh masyarakat. Hal ini menurut Buchari Alma dibutuhkan strategi pemasaran yang mana dapat digunakan untuk memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam menjual produknya dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.⁵

Secara umum pemasaran merupakan suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.⁶

Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen

⁴ Hana Adi perdana, *Dampak Covid-19...*, <https://www.idntimes.com/business/economy/hana-adi-perdana-1/dampak-covid-19-terhadap-pola-industri-makanan-minuman-asia-tenggara/>. Di akses pada 14 Mei 2020 pukul 10.45 WIB

⁵ Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2002), hal. 176.

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 1, terj. Jaka Wasana, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 5.

merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.⁷ Dari beberapa definisi di atas, maka peneliti menyimpulkan strategi pemasaran merupakan rancangan usaha untuk menyampaikan pesan terkait produk yang dipasarkan kepada calon konsumen sehingga tujuan dari pemasaran tercapai dan berhasil.

Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari untuk meningkatkan maupun mempertahankan penjualan di tengah pandemi covid-19 saat ini. Tidak ada satu bisnis pun yang leluasa bisa santai menikmati penjualan dan keuntungan, karena akan ada persaingan yang ingin turut menikmatinya. Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat.⁸ Fungsi perencanaan meliputi strategi dan strategi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan suatu bisnis atau perusahaan. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu strategi, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka strategi sangat penting yang kemudian disebut strategi pemasaran.⁹

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Akan tetapi untuk saat ini semua kegiatan usaha harus terkendala dengan adanya pandemi ini. Maka dibutuhkan strategi yang digunakan oleh suatu home industri untuk melakukan penjualan barang agar tetap terjual. Diantaranya industri

⁷ Basu Swastha DH, *Azas-azas Marketing*,, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hal. 17.

⁸ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema insani, 2003), hal. 3.

⁹ M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hal. 144.

makanan yang terdapat di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. *home industry* aneka kripik, Getuk pisang dan Tahu Mereka saat ini juga terdampak adanya pandem covid-19, akan tetapi mereka tidak serta merta hanya berserah diri, mereka juga harus berusaha agar produksinya tetap terjual dengan menggunakan strategi pemasaran sendiri-sendiri tentunya.

Berdasarkan observasi dan data yang diperoleh dilapangan peneliti memilih 3 home industri di kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, Pertama pada *home industry* aneka kripik, Peneliti melihat sendiri ke lokasi usaha, peneliti juga mengetahui bagaimana prosesnya, dan upaya mereka untuk tetap bertahan.¹⁰ Kedua pada *home industri getuk pisang*, peneliti berusaha mencari tahu strategi yang mereka gunakan supaya tetap bertahan.¹¹ Kemudian yang ketiga pada *home industry* tahu, Peneliti melihat bagaimana mereka itu jungkir balik membanting tulang tetap mempertahankan usahanya dengan berbagai cara di tengah pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini.¹² Peneliti juga melakukan wawancara pendahuluan kepada beberapa pemilik *home industry* di daerah tersebut yang usahanya juga terdampak adanya pandemi Covid-19 dan mereka juga tetap bertahan.

Home industry aneka kripik, menjelaskan bahwa usahanya tetap bertahan dengan adanya pandemi ini, meskipun juga berdampak pada penurunan penjualan yang menurun ketika terdapat orang yang positif covid-19 di Kecamatan

¹⁰ Observasi oleh peneliti kepada *home industry* aneka kripik, di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, pada minggu 10 Mei 2020

¹¹ Observasi oleh peneliti kepada *home industry* getuk pisang, di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, pada minggu 10 Mei 2020

¹² Observasi oleh peneliti kepada *home industry* Tahu, di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, pada senin 11 Mei 2020

Ngadiluwih, namun home industry ini tetap bertahan dengan tetap terus melakukan pemasaran produk melalui media sosial.¹³

Home industry getuk pisang, juga menjelaskan bahwa dampak covid-19 ini memberikan penurunan terhadap hasil penjualannya, akan tetapi setiap harinya home industry ini juga tetap memproduksi Getuk pisang dan memasarkan dengan berbagai cara, supaya beliau tetap bisa bertahan dan tetap bisa mempekerjakan karyawannya.¹⁴

Home Industry Tahu, juga mengungkapkan bahwa saat ini penjualannya setiap harinya tetap ada, akan tetapi beda dari hari biasanya, home industry ini memaklumi kejadian yang terjadi saat inidan tetap berupaya untuk mempertahankan penjualannya. Home industry melakukan inovasi terhadap produknya dan melakukan pengemasan produk biar bisa di nikmati meskipun dengan jangka waktu yang lama.¹⁵

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat keunikan dari ketiga *home industry* di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Keunikannya berupa strategi-strategi pemasaran yang mereka gunakan supaya dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19.

Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan pemasaran secara ekonomi Islam. Mereka harus menyebutkan spesifikasi barang, harga yang jelas dan tidak boleh dilebih-lebihkan, meskipun terdapat barang yang sekiranya cacat maupun barang yang

¹³ Wawancara dengan Suharti *home industry* aneka kripik, pada minggu 10 Mei 2020 .

¹⁴ Wawancara dengan Siti Kholifah *home industry* getuk pisang, pada minggu 10 Mei 2020.

¹⁵ Wawancara dengan Wiyono *home industry* tahu, pada Senin 11 Mei 2020.

kondisinya kurang bagus, mereka sebagai produsen dan penjual juga harus bisa menyebutkan dengan jelas harus tetap pada strategi yang sesuai dengan yang mereka inginkan dan strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunah Rasulullah SAW.

Di dalam Al-Qur'an aturan halal dan haram dalam melakukan usaha atau bisnis, sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَّالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:“Hai manusia makanlah yang halal lagi baik dari apa-apa yang terdapat di bumi dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan, karena setan musuh yang nyata bagi kamu”. (QS AlBaqarah -168)¹⁶

Kandungan ayat di atas menunjukkan sebagai umat muslim dianjurkan untuk mencari rezeki yang baik (halal) supaya dari apa yang didapatkan bermanfaat dengan baik pula, serta tidak melakukan sesuatu yang dilarang oleh agama Islam dan agar selalu dapat perlindungan dari Allah SWT.

Pemasaran Islam juga merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.

Dalam upaya untuk mengetahui strategi pemasaran di *home industry* aneka kripik, Getuk pisang dan Tahu di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri, maka penulis akan membahas Judul Tesis tentang “Strategi Pemasaran *Home industry*

¹⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Jumanatul 'Ali-Art, 2005), hal. 26.

untuk Mempertahankan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti menetapkan fokus penelitian pada strategi pemasaran yang digunakan *home industry* untuk mempertahankan penjualan di tengah pandemi Covid 19 dalam perspektif ekonomi Islam. Kemudian peneliti memecah fokus penelitian menjadi tiga pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Online untuk meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid-19 pada *Home Industry* Aneka Kripik dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Online untuk meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid-19 pada *Home Industry* Getuk Pisang dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana Strategi Pemasaran Online untuk meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid-19 pada *Home Industry* tahu dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Online untuk meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid-19 pada *Home Industry* Aneka Kripik

dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri

2. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Online untuk meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid-19 pada *Home Industry* Getuk Pisang dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri
3. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Online untuk meningkatkan Penjualan di tengah Pandemi Covid-19 pada *Home Industry* Tahu dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat yang baik, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi teori pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam dalam mempertahankan penjualan serta dapat dimanfaatkan sebagai berikut:

- a. Dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan referensi Strategi Pemasaran dalam perspektif Ekonomi Islam oleh Home Industri untuk meningkatkan penjualan di tengah Pandemi Covid-19
- b. Dapat mengubah pola pikir kita untuk lebih kritis dan analitis dalam menghadapi masalah yang terjadi di dunia pemasaran.

2. Kegunaan Praktis

a. Pengusaha

Sebagai bahan masukan, evaluasi kinerja dalam menjalankan usaha pada umumnya, dan diharapkan memberi motivasi terhadap *home industry* agar selalu berkembang dan tetap menjalankan kegiatannya dengan cara yang baik di tengah pandemi Covid-19 saat ini.

b. Perpustakaan IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah koleksi di Ilmu Ekonomi terutama yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran.

c. Peneliti

Hasil penelitian Sebagai dasar pemahaman lebih lanjut terhadap teori yang telah diperoleh, sehingga dapat lebih mengerti dan memahami bagaimana pemasaran ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

d. Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai petunjuk, arahan, acuan, dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang relevan sesuai dengan hasil penelitian.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kerancuan pemahaman dari perbedaan cara pandang terhadap judul yang akan diajukan untuk proposal tesis ini maka kiranya penulis

perlu menjelaskan istilah-istilah dalam judul “Strategi Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam oleh *Home Industry* untuk Mempertahankan Penjualan di Tengah Pandemi Covid-19” diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.¹⁷
2. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang di arahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.¹⁸
3. Perspektif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu pandangan dari sudut satuan bahasa sebagaimana satuan itu berhubungan dengan yang lain dalam suatu sistem atau jaringan.¹⁹
4. Ekonomi Islam yaitu sebuah konsep ekonomi yang bersumber Al-Qur’an dan Sunnah.²⁰
5. *Home Industry* yaitu suatu unit usaha yang tidak berbentuk badan hukum dan dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang anggota rumah tangga yang mempunyai tenaga kerja sebanyak empat orang atau kurang, dengan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi atau dari yang kurang nilainya menjadi yang lebih tinggi nilainya dengan tujuan untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada satu orang anggota keluarga yang menanggung resiko.²¹

¹⁷ B.N Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harian, 2003), hal. 340

¹⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hal .5

¹⁹ Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hal. 864

²⁰ Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta : PT Gramedia, 2010), hal. 259

²¹ Kajian Pustaka, <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/home-industri-fungsi-manfaat-jenis-keunggulan-dan-kelemahan.html> di akses pada 14 Mei 2020 pukul 11.33 WIB.

6. Penjualan yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).²²
7. Pandemi Covid-19 adalah pandemi penyakit coronavirus yang sedang berlangsung tahun 2019 (COVID-19), yang disebabkan oleh sindrom pernafasan akut coronavirus 2 (SARS-CoV-2).²³

F. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri tiga bagian yaitu :

1. Bagian Awal Tesis

Bagian pendahuluan tesis yang berisi tentang halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, pra kata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar lampiran, halaman abstrak.

2. Bagian Utama Tesis

Pada bagian ini terdiri dari enam bab, yang masing-masing disusun dalam sistematika sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, terdiri dari : konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian teori, terdiri dari: deskripsi teori yang meliputi tentang strategi pemasaran syariah, unsur starategi, unsur taktik persaingan penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian.

Bab III: Metode penelitian, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian,

²² M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*,(Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

²³

lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Hasil penelitian, terdiri dari: deskripsi data, temuan penelitian, dan analisis data.

Bab V: Pembahasan, terdiri dari: yang menjabarkan tentang keterkaitan antara temuan penelitian terhadap teori dari beberapa ahli dan teori-teori temuan sebelumnya, tentang strategi pemasaran.

Bab VI: Penutup, terdiri dari: kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir Tesis

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar rujukan yang memuat bahan-bahan rujukan, lampiran-lampiran yang berisi keterangan-keterangan yang dipandang penting untuk skripsi, dan daftar riwayat hidup.