

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Badan Pusat Statistika (BPS) tahun 2020 melaporkan perlambatan perekonomian di Indonesia karena pandemi covid-19 yang semakin meningkat. Pemerintahan masih mencari cara yang efektif untuk menangani perlambatan pertumbuhan ekonomi. Meskipun pertumbuhan ekonomi bukan menjadi patokan bahwa suatu Negara dinyatakan berhasil atau sejahtera. Namun bagi Negara berkembang seperti Indonesia, dimana masih banyak permasalahan perekonomian yang perlu diatasi sehingga target pemerintah untuk menangani pertumbuhan ekonomi.

Pada tahun 2020, covid-19 menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan yang berlanjut ke masalah sosial dan sampai ke ekonomi Negara. Dampak pandemi covid-19 tidak hanya berpengaruh terhadap kesehatan masyarakat tetapi turut mempengaruhi perekonomian diberbagai Negara termasuk Indonesia (bem.fmipa.unej.ac.id). Covid-19 atau *Coronavirus* adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. Karena adanya *coronavirus* ini lebih dari 200 negara yang terkena wabah ini. Sehingga *World Healthy Organization* mengumumkan bahwa wabah *Coronavirus* sebagai pademi global. *Coronavirus* atau yang biasa disebut Covid-19 berdampak pada perekonomian yang menyebabkan penurunan tingkat perekonomian dunia seperti Indonesia.

Adanya pandemi covid-19 disisi lain membuka peluang bisnis yang berkait dengan pemanfaatan teknologi karena semua aktifitas dikelola secara online atau daring. Perkembangan teknologi di era digital saat ini berkembang pesat. Seperti halnya handphone yang merupakan salah satu dari kemajuan teknologi yang

banyak memberikan kemudahan bagi masyarakat. Oleh karena itu adanya teknologi saat ini membuat jangkauan komunikasi masyarakat sangat mudah.

Handphone adalah perangkat yang bisa dijadikan alat komunikasi dan bisa menjadi alat untuk bekerja. Handphone sendiri sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan menjadi aspek kehidupan bagi masyarakat. Selain handphone digunakan untuk berkomunikasi handphone juga digunakan untuk berbisnis online, bersekolah online juga melakukan pekerjaan secara online.

Menurut Kurniasih (2020), dampak pandemi covid-19 mengakibatkan masyarakat kehilangan pekerjaan atau dirumahkan, upah pekerja juga menurun dan jam kerja yang dibatasi namun juga menimbulkan peluang kerja baru seperti penjual kain, masker dan penjual handsanitizer. Oleh karena itu peluang ini juga terkendala karena daya beli masyarakat terhadap handphone rendah yang disebabkan karena adanya pandemi covid-19.

Selama pandemi berlangsung perlu adanya strategi pemasaran para pembisnis untuk bisa bertahan di masa pandemi. Virus corona juga berdampak terhadap interaksi pembisnis dengan pelanggan dan juga pendapatan pelanggan. Banyak bisnis yang penjualannya menurun drastis semenjak adanya virus corona. Namun kelanjutan berbisnis juga perlu di pertahankan agar bisnis tidak hancur. Mempertahan bisnis selama masa pandemi sama dengan mempertahankan penjualan selama adanya virus corona itu bukan hal mudah. Oleh karena itu pentingnya strategi pemasaran agar dapat mempertahankan penjualan dan persaingan yang dihadapi oleh perusahaan sama halnya di Hp Mart.

Hp Mart merupakan salah satu toko handphone yang berada di kota Sampang. Hp Mart berdiri tepatnya pada tahun 2010 dan sudah banyak tersebar di berbagai kecamatan di Jawa Timur yaitu di Gresik, Bangkalan, Pamekasan, Sumenep, Ketapang dan terakhir di Sampang yang bertempat di Jl. Wachid Hasyim No 6 Sampang. Hp Mart diberbagai cabang mengalami penurunan

penjualan karena adanya pandemi covid-19 termasuk Hp Mart yang berada di Kota Sampang.

Dari hasil wawancara diketahui bahwa banyaknya pesaing dibidang elektronik saat ini menyebabkan Hp Mart harus mampu bersaing dengan memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggannya. Setiap perusahaan berusaha untuk memenangkan pasar dengan cara memberikan kepuasan kepada para pelanggan karena apabila kepuasan pelanggan tidak dapat terpenuhi maka akan semakin banyak pelanggan yang beralih dari Hp Mart untuk menjadi pelanggan dari toko-toko hp pesaing, maka dampak dari penurunan penjualan di Hp Mart mengakibatkan laba juga menurun. persaingan di Hp Mart yang terjadi saat ini begitu ketat karena adanya peningkatan kebutuhan masyarakat seperti bekerja, kuliah, berbisnis atau sekolah online. Oleh karena itu Hp Mart harus mampu untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang harus dilakukan semaksimal mungkin agar dapat bersaing di pasar.

Menurut Direktur riset senior Gartner, Anshul Gupta pada tahun 2020, pengeluaran konsumen menurun sedangkan ketersediaan produk baru akan membuat permintaan yang cukup signifikan pada tahun 2021. Dalam satu tahun terakhir perusahaan gartner riset pasar memperkirakan 11,4% tahun ke tahun di pasar ponsel pintar global dengan 1,5 miliar ponsel diprediksi terjual pada tahun 2021. Penjual mengalami penurunan sekitar 10,5% pada tahun 2020 karena adanya pandemi Covid-19. Namun pada tahun 2021 pasar diperkirakan dibuka seperti level sebelumnya dengan target pasar yang cukup tinggi dari pasar yang sudah matang (antaranews.com). Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Hp Mart sebelum adanya pandemi seperti menyebar brosur ke rumah-rumah warga, membagikan brosur di lampu merah dan membuat story di WhatsApp, sedangkan strategi pemasaran yang diterapkan setelah adanya pandemi Covid-19 seperti mempromosikan handphone dan aksesoris handphone di marketplace seperti

Shopee, dimana target pasar tidak hanya masyarakat di kota Sampang tapi juga masyarakat luar kota.

Hasil wawancara dengan Owner, kepala toko dan wakil kepala toko Hp Mart, menuturkan bahwasanya terjadi penurunan karena adanya wabah pandemi Covid-19. Dimana sebelum adanya pandemi Covid-19 penjualan handphone dapat menjual 50 jenis handphone dalam waktu satu hari karena semua cabang Hp Mart mengalami penurunan penjualan sehingga mengurangi orderan handphone kepada distributor. Sebagaimana Bapak Ali Akbar Marhabenni atau biasa di panggil Bapak Beni (34 Tahun), yang merupakan owner Hp Mart di ini menuturkan, “sejak pandemi Covid-19 ini kami mengalami penurunan penjualan sehingga juga berpengaruh terhadap omset yang menurun drastis” ucapnya. Bapak Mansur (30 Tahun) selaku kepala Hp Mart pun menuturkan mengeluh karena adanya pandemi menurunkan omset toko dan berpengaruh terhadap gaji karyawan. Padahal penjualan handphone sangat berpengaruh terhadap perekonomiannya.

Untuk mengatasi situasi di masa pandemi ini sekaligus untuk menarik minat beli dalam membeli produk. Pengusaha handphone perlu merencanakan dan menerapkan formulasi strategi pemasaran yang tepat yang bisa didasarkan atas analisa konsumen dan analisa situasi kondisi internal-eksternal perusahaan atau yang disebut analisis SWOT dan pendekatan AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Analisis SWOT merupakan instrument yang memiliki manfaat untuk melakukan strategi analisis sehingga mampu untuk meminimalkan kelemahan dan dapat menekan dampak ancaman yang timbul dan harus di hadapi (Chismastianto, 2017). Matrik SWOT adalah alat yang dapat digunakan untuk menyusun dan mengembangkan strategi. Pengembangan strategi secara eksternal meliputi ancaman (*treat*) dan peluang (*opportunity*) dan secara internal meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*wakness*). Faktor internal dan

eksternal untuk bisa menentukan strategi pemasaran yang bisa berdaya saing. AHP (*Analytical Hierarchy Process*) adalah metode pengambilan keputusan secara hirarki (tingkat) yang akan di pilih dari alternatif dan berbagai kriteria, lalu prioritas dapat di pertimbangkan dari masing-masing alternative tersebut, alternatif manakah yang dinilai terbaik berdasarkan tujuan yang akan dicapai.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam agar dapat ditemukan : “FORMULASI STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI HP MART KOTA SAMPANG”. Peneliti ingin menggunakan pendekatan analisis SWOT dan pendekatan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk menentukan formulasi strategi pemasaran meningkatkan penjualan handphone di kota Sampang di masa pandemi covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana lingkungan persaingan yang dihadapi oleh Hp Mart?
2. Bagaimana formulasi strategi pemasaran pada Hp Mart di kota Sampang?
3. Bagaimana Hp Mart menentukan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan?

1.3 Tujuan

1. Menjelaskan bagaimana lingkungan persaingan yang dihadapi oleh Hp Mart.
2. Menjelaskan formulasi strategi pemasaran pada Hp Mart di kota Sampang.
3. Menjelaskan bagaimana Hp Mart menentukan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat secara Teoritis

- a. Dapat digunakan sebagai referensi Tugas Akhir dibidang pemasaran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi karya ilmiah yang bisa dipercaya dan bisa di jadikan acuan oleh peneliti yang lain.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi perusahaan untuk menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif dan hasil dari penelitian ini bisa menjadi saran dan masukan positif bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dimasa pandemi covid-19 dan diharapkan mampu dan bisa mengimplementasikan strategi pemasaran serta sebagai acuan evaluasi untuk berbagai faktor dalam mencapai tujuan dan dapat berpengaruh terhadap perusahaan.
- c. Penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi peneliti dan diharapkan bisa menjadi karya ilmiah dan pedoman dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Formulasi Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi di Hp Mart Kota Sampang.

2. Manfaat secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan input bagi Hp Mart kota Sampang guna meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19 dan menentukan formulasi strategi pemasaran perusahaan