

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persebaran Covid pada tahun 2020 sangat berefek buruk bagi aktivitas masyarakat lantaran Coronavirus yang dapat menyebar dengan cepat melalui udara. Coronavirus yang hampir serupa dengan flu dan batuk biasa sehingga sangat berbahaya karena susah untuk diidentifikasi. Coronavirus bersalah dari Kota Wuhan China pada bulan desember 2019 yang memiliki nama ilmiah Covid-19. Dalam beberapa hari Covid-19 menyebar begitu cepat keseluruh dunia hingga menyebabkan semua aktifitas harus berhenti. Efek berhentinya aktifitas ini sangat berdampak bagi seluruh dunia terutama untuk Indonesia (Sayuti dan Hidayati, 2020).

Munculnya Covid-19 pemerintah Indonesia menerbitkan protokol kesehatan seperti memakai masker, menggunakan *Hand sanitizer*, *Social distancing*, dan PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar untuk mencegah penyebaran Covid-19 sehingga aktivitas masyarakat Indonesia tetap berjalan. Kebijakan protokol kesehatan tidak bertahan lama, penyebaran Covid-19 sangat cepat dan menyebabkan banyaknya orang meninggal dunia sehingga pemerintah Indonesia memberlakukan *Lockdown* atau karantina mandiri yang berguna untuk mencegah penyebaran Covid-19. Pemberlakuan *Lockdown* menyebabkan ruang gerak masyarakat dibatasi dan hanya bisa melakukan aktivitas didalam ruangan untuk menekan penyebaran Covid-19 (Nurlinda, 2020).

Selain meyebabkan ruang gerak masyarakat dibatasi, pemberlakuan *Lockdown* juga menyebabkan terjadinya penutupan tempat kerja seperti penutupan pabrik, pasar, wisata, jalan, batas keluar malam dan lainnya yang berakibat penurunan

pendapatan masyarakat dan mengakibatkan banyaknya pegawai yang dipecat supaya perusahaan tetap berjalan. Salah satu sektor yang terdampak dengan adanya pandemi ini adalah UMKM. UMKM di Indonesia sendiri memiliki peran yang signifikan terhadap perekonomian. UMKM mampu menyumbang 61,07% dari total Produk Domestik Bruto (PDB). Karakteristik UMKM yang padat karya sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang banyak diharapkan dapat membantu permasalahan utama di Indonesia dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran (Aji Prasetro dkk, 2022). Tidak hanya perusahaan besar yang merasakan efek dari Covid-19, usaha kecil atau *home industry* juga terkena dampak Covid-19 seperti sulitnya mencari bahan baku, pengiriman barang yang lama dan ketatnya persaingan pemasaran antar *home industry* (Solichin, 2022).

Susahnya mencari bahan baku dan ketatnya persaingan pemasaran tidak menurunkan minat masyarakat untuk membuka usaha baru untuk mempertahankan perekonomian mereka agar terus berjalan. Usaha yang tepat dimasa pandemi Covid-19 adalah usaha *home industry*. Kegiatan *home industry* menjadi wirausaha yang diminati masyarakat ketika pandemi Covid-19. Kegiatan ini diminati masyarakat karena mudah dilakukan atau fleksibel dan efisien dari segi waktu maupun tempat. Modal usaha untuk *home industry* tidak terlalu besar karena kegiatan tersebut bergerak dalam skala yang kecil dan bisa menggunakan rumah sendiri sebagai tempat produksi, administrasi, pemasaran dan juga bisa mempekerjakan tenaga kerja non-profesional sehingga biaya pengeluaran tidak besar sesuai dengan kebijakan pemerintah untuk bekerja didalam rumah (Ananda, 2015).

Kegiatan *home industry* semakin banyak digemari oleh masyarakat seperti ternak ikan lele, tanaman hias, makanan ringan, pot Bungan dan lainnya. Semakin banyak pelaku kegiatan *home industry* semakin ketat juga persaingannya, strategi pemasaran disetiap *home industry* juga sangat penting dalam mencapai keberhasilan usaha. Proses pemasarannya juga harus diperhatikan karena strategi pemasaran memiliki peran yang penting untuk meningkatkan penjualan.

Strategi persaingan pemasaran *home industry* merupakan persaingan yang digunakan untuk memperlihatkan suatu kualitas atau keunggulan masing masing barang atau jasa yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok pada bidang perdagangan, produksi, pemasaran dan lain sebagainya (Petri, 2020). Strategi persaingan pemasaran yang tepat berguna untuk mencapai keberhasilan suatu usaha yang berguna sebagai pengambilan keputusan selanjutnya dan berguna untuk merealisasikan rencana usaha berikutnya. Tidak dapat dipungkiri strategi persaingan pemasaran pada saat pandemi Covid-19 begitu ketat, berbagai macam hal dilakukan untuk mempertahankan perekonomian dari bagaimana cara untuk mempertahankan konsumen, memberi inovasi baru seperti motif baru, startegi pemasaran dimedia social agar konsumen tertarik dengan barang yang diperjual belikan dan juga memberikan diskon yang menarik. Strategi persaiangan pemasaran sangat penting bagi pelaku usaha *home industry* untuk berpikir kedepan dengan memberikan inovasi-inovasi baru.

Strategi persaingan pemasaran *home industry* terasa sangat ketat ketika pandemi Covid-19 mereda atau pasca pandemi *Coronavirus*. Mudahnya mendapatkan bahan baku, mudahnya pengiriman barang dan sudah diperbolehkan untuk keluar rumah tetapi juga harus mematuhi protokol kesehatan membuat

home industry semakin memiliki peluang untuk terus bersaing. Memberikan inovasi baru sangat berguna untuk menarik pelanggan, dengan memperjual belikan barang melalui situs *online* maupun dengan bertemu konsumen secara langsung merupakan nilai untuk memperlihatkan suatu kualitas atau keunggulan masing masing barang atau jasa yang diperjual belikan.

Seperti *home industry* pot bunga Desa Kemangsen Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo, banyaknya pelaku usaha *home industry* didesa Kemangsen menyebabkan ketatnya persaingan pemasaran antar pelaku usaha. Kualitas, keunggulan dan motif pot bunga sangat penting bagi *home industry* pot bunga. Pelayanan yang berkualitas untuk memperlihatkan suatu kualitas dan keunggulan setiap barang memiliki nilai penting supaya konsumen tertarik dengan barang tersebut. Semakin bagus kualitas, keunggulan dan motif pot bunga semakin besar juga kemungkinan konsumen tertarik dengan pot bunga tersebut. *Home industry* pot bunga Desa Kemangsen berdiri sejak tahun 2007 dengan memproduksi pot bunga dari ukuran kecil hingga besar dengan berbagai motif hingga pelaku atau usaha *home industry* terus bertambah banyak ketika pandemi Covid-19 melanda. Pada tahun 2022 *home industry* pot bunga semakin banyak peminatnya hingga strategi persaingan pemasaran pot bunga begitu ketat.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi persaingan pemasaran *home industry* pot bunga pasca pandemi Covid-19 pada *home industry* pot bunga Desa Kemangsen, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah adalah secara berikut:

1. Bagaimana persaingan pemasaran di kalangan pengusaha *home indusrti* Desa Kemangsen, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo pada masa pasca Covid-19?
2. Bagaimana strategi yang digunakan pengusaha *home industry* untuk menarik minat konsumen agar tertarik untuk membeli pot bunga Desa Kemangsen, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo pada masa pasca Covid-19?
3. Apa saja kendala yang dihadapi oleh *home industry* pot bunga Desa Kemangsen, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo pada masa pasca Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang dirumuskan sebelumnya, maka dalam penelitian ini ditetapkan beberapa tujuan penelitian, antara lain:

1. Ingin mengetahui persaingan pemasaran di kalangan pengusaha *home industry* Desa Kemangsen, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo pada masa pasca Covid-19.
2. Ingin mengatahui bagaimana strategi yang digunakan pengusaha *home industry* untuk menarik minat konsumen agar tertarik untuk membeli pot bunga Desa Kemangsen, Kecamatan Balongbendo, Kabupaten Sidoarjo pada masa pasca Covid-19.
3. Ingin mengetahui apa saja kendala yang dihadapi oleh *home industry* pot bunga Desa Kemangsen, Kecamatan

Balongsendo, Kabupaten Sidoarjo pada masa pasca Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Subjek Penelitian

Sebagai wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti bangku perkuliahan untuk diterapkan dalam kehidupan nyata.

2. Bagi Objek Penelitian

Memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku bisnis dalam menjalankan usaha mereka.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kerangka acuan atau informasi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Fokus Penelitian dan Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari adanya perluasan masalah yang dibahas yang menyebabkan pembahasan menjadi tidak konsisten dengan rumusan masalah yang telah penulis buat sebelumnya maka penulis memberikan batasan masalah ini hanya membahas dari sudut pandang pengusaha khususnya untuk 3 *home industry* pot bunga yaitu pot bunga Manunggal Jaya, Bedjoe dan umbar yang melakukan penjualan pot bunga dan menganalisis strategi pemasaran antar *home industry* pot bunga Desa Kemangsen.