

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis pada zaman modern saat ini industry menjadi lebih sulit, keadaan ini diperkeruh dengan keluarnya virus corona yang disebut dengan pandemi Covid-19. Hal tersebut merupakan hadiah ditahun baru 2021 yang ditujukan kepada semua umat manusia dipenjuru dunia, pandemic covid 19 yang terjadi sampai sekarang ini masih juga menyerang manusia. Banyak bidang kehidupan yang terdampak sehingga mengalami penurunan sangat tajam salah satunya pada bidang perekonomian. Sehingga manusia sangat sulit untuk mendapatkan penghasilan atau pekerjaan yang tetap.

Pada konsep ini, pemasar mengandaikan bahwa konsumen membutuhkan lebih banyak produk yang memiliki kualitas, kinerja, fitur atau penampilan (Yonathan Dri Handarkho, 2017). Akibatnya, pencapaian tujuan yang berkelanjutan dilakukan melalui inovasi produk, riset, pengembangan, dan pengendalian kualitas secara berkesinambungan (Eva Dolorosa, 2012)

Wabah virus corona atau pandemic Covid 19 yang melanda diberbagai belahan dunia menyebabkan pengaruh dan dampak dalam berbagai sektor kehidupan, terutama di sektor bisnis, baik kecil, sedang, ataupun besar. Perusahaan mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai sektor terkemuka yang terdampak pandemi covid-19. Dampak yang disebabkan oleh pandemi Covid 19 ini relatif signifikan dalam perekonomian negarasi dunia, terutama di Indonesia. Salah satu kesulitan yang dialami oleh wirausahawan, khususnya UMKM, yaitu apabila produk dipasarkan setelah dibuat atau diproduksi. Dengan adanya pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar yang diterapkan oleh pemerintah dengan bentuk larangan dan kebijakan yang

mengakibatkan pengusaha wajib untuk memutar otak untuk memasarkan produk mereka, sehingga aktivitas perusahaan dapat berjalan.

Di Indonesia wabah pandemic covid 19 melanda seluruh kawasan nusantara salah satunya di Jawa Timur dimana banyak kota atau kabupaten yang terdampak pandemic covid 19 khususnya kawasan Kabupaten Mojokerto Kecamatan. Pungging. Melihat kondisi dan kenyataan sebenarnya masyarakat banyak mendirikan UMKM sebagai penunjang akan keberlangsungan hidup. UMKM atau biasa disebut dengan Usaha Mikro Kecil Menengah ialah sebuah bisnis atau usaha yang dioperasikan oleh individu, dan entitas komersial yang merupakan keuntungan kecil dan sesuai dengan kriteria yang dilakukan oleh pemerintah. UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, bukan hanya itu melainkan menyerap paling banyak tenaga kerja, tetapi juga kontribusinya terhadap pelatihan atau pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Kontribusi yang tinggi dari UMKM pada perekonomian Indonesia dipandang serius oleh pemerintah. Berbagai cara dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan atau minimal mempertahankan eksistensi UMKM. Mulai dari kegiatan sosialisasi, pelatihan, bantuan permodalan dan perlindungan usaha dilakukan supaya kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah dapat terus berkontribusi pada perekonomian daerah dan nasional. Pemerintah memiliki peranan yang efektif dan optimal yaitu memfasilitasi UMKM untuk mencapai tujuan pembagunan usaha yang dimiliki, membuat kebijakan-kebijakan sehingga mempermudah usaha UMKM dalam mengembangkan usahanya, dan mempercepat proses berkembangnya UMKM.

Perkembangan UMKM tidak dapat dikatakan berjalan lancar tanpa adanya suatu halangan, banyak berbagai kendala dan rintangan untuk

menghambat laju perkembangan dalam UMKM terkait dengan inovasi dan pengembangan produk yang menjadi hal utama, penguasaan teknologi dan informasi, tingkat persaingan yang tinggi, kemampuan manajemen keuangan maupun dampak yang ditimbulkan dari kebijakan ekonomi yang ditetapkan pemerintah, jiwa dan mental pengusaha. Permasalahan diatas selalu muncul dan datang di setiap dunia bisnis dan UMKM yang harus diatasi dan dipersiapkan sejak dini oleh para pelaku bisnis atau UMKM. Pada kegiatan UMKM pemerintah harus dilibatkan dan ikut berperan untuk dapat melindungi, mempertahankan, dan mengembangkan usaha dari pelaku bisnis dan UMKM dikarenakan hal tersebut menjadi peran penting dalam kemajuan perekonomian dan menambah pendapatan. Kebijakan pemerintah memberikan dampak yang sensitive akan kesejahteraan masyarakat, Hal tersebut menjadikan bisnis memiliki peran yang penting bagi perekonomian negara. UMKM ialah garda terdepan dari ekonomi bangsa. Dalam berkembang nasional UMKM menjadi unggulan terkait dengan penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan. Apabila suatu bisnis tidak mampu memperbaiki strategi pemasaran dan tidak dapat menyesuaikan keadaan maka akan terjadi penurunan penjualan produk bahkan terancam pailit atau bangkrut.

Kabupaten Mojokerto memiliki banyak UMKM yang mempunyai hasil produksi bermacam-macam salah satunya adalah produksi gitar, di Desa. Randuharjo Kecamatan. Pungging – Mojokerto terdapat home industry pembuatan gitar. Di desa tersebut pembuatan atau produksi gitar sudah ada sejak dulu hingga sekarang, jumlah pengerajin gitar yang dulunya hanya satu orang kini sudah banyak orang yang membuat gitar, hal tersebut menciptakan dan menimbulkan sebuah persaingan bisnis pada UMKM pembuatan gitar.

Salah satu usaha bisnis yang memproduksi gitar di Desa. Randuharjo juga harus mampu bersaing untuk mempertahankan kesinambungan bisnisnya. Hal tersebut disebabkan oleh meningkatnya jumlah persaingan yang terjadi di antara para pengrajin yang menjadi lebih sulit. Semakin banyaknya pengrajin yang memproduksi gitar membuat pengrajin mengalami kesulitan untuk memasarkan produk mereka dan juga mempengaruhi manfaat yang diperoleh dari pengerajin semakin kecil. Para pelaku usaha yang kurang konsentrasi akan menghadapi berbagai permasalahan, sehingga diperlukan strategi manajemen dengan program pemasaran untuk dapat terus bertahan dalam dunia bisnis. Untuk dapat bersaing secara sehat dengan pengerajin yang mempunyai produk sama, maka UMKM gitar harus memutar otak agar produk gitar yang di prodksi mampu bertahan dan produk yang diciptakan mampu bersaing. Untuk dapat bertahan di industri pembuatan gitar, UMKM yang berada di Desa Randuharjo harus mempunyai strategi yang tepat. Hal ini dikarenakan sudah banyak industry yang memproduksi gitar yang sama. Sudah banyak pesaing yang juga bergerak dibidang industri pembuatan Gitar baik dengan skala yang sama maupun dengan skala perusahaan yang besar yang tentunya sudah dikenal di khalayak umum. Para pelaku bisnis yang menginginkan kelangsungan dan keberhasilan sebuah perusahaan dituntut untuk melakukan segala upaya dan kinerja perusahaannya secara profesional supaya volume penjualan mengalami peningkatan penjualan, agar volume penjualan sesuai dengan yang diinginkan. Pada penelitian ini, faktor yang akan digunakan yaitu faktor jaringan bisnis, teknologi produksi, re-branding produk dan penjaminan mutu.

Kondisi kehidupan manusia saat ini sangat memilukan dimana banyak terjadi penurunan yang sangat derastis pada bidang-bidang dalam menunjang kehidupan. Wabah pandemic covid – 19 menghancurkan semua tatanan

kehidupan karena memberikan dampak yang sangat serius salah satunya pada perekonomian, banyak perusahaan dan UMKM yang mengalami kemunduran karena kesulitan pemasaran produk seperti pada pengerajin pembuatan gitar. Ada beberapa factor yang membuat para pelaku UMKM gitar mengalami kesulitan memasarkan produk seperti kurang mengerti teknologi, kurang memahami strategi pemasaran atau program pemasaran, produk yang dipasarkan bersifat monotone, tidak adanya pentas musical, pemahaman akan pasar, dan analisis lapangan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini dapat diperoleh pertanyaan tentang permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah startegi pemasaran yang digunakan galleri gitar ibanez dalam peningkatan penjualan di tengah pandemi covid 19?
2. Apakah kendala yang dihadapi oleh galleri gitar Ibanez dalam menggunakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi covid 19?
3. Bagaimana solusi untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan UMKM galleri gitar Ibanez di tengah pandemi covid 19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui startegi pemasaran yang digunakan galleri gitar ibanez dalam peningkatan penjualan di tengah pandemi covid 19.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh galleri gitar Ibanez dalam menggunakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi covid 19.

3. Untuk mengetahui solusi yang tepat dalam meningkatkan penjualan dan mempertahankan UMKM galeri gitar Ibanez di tengah pandemi covid 19.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yang berupa manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut;

1. Manfaat teoritis

Berdasarkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan sumbangan pemikiran dalam penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh para pelaku usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) gitar di Desa. Randuharjo Pungging Mojokerto.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan edukasi tentang strategi pemasaran yang tepat terkait pemasaran produk. Penelitian dapat dijadikan sebuah wawasan terkait kesesuaian teori dan realitas keadaan yang sebenarnya. Mengatasi permasalahan dan kendala pada pemasaran produk (UMKM) gitar di Desa. Randuharjo Pungging Mojokerto.