

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kasus covid-19 pertama kali muncul di Wuhan, Cina, pada akhir tahun 2019. Penyebaran pandemi virus ini begitu cepat dari manusia ke manusia, dari satu Negara ke Negara lain, sehingga menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia. Masuknya kasus wabah covid-19 ke Indonesia, diberitakan pada 2 Maret 2020 (Halisa & Annisa, 2020). Virus corona atau severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut Covid-19. Virus corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama virus corona adalah jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia. Virus ini bisa menyerang siapa saja, seperti orang dewasa, lansia, bayi, anak-anak, termasuk ibu hamil dan ibu menyusui. Coronavirus adalah kumpulan virus yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya menyebabkan infeksi pernapasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (pneumonia) (Rifaldi, 2021).

Pemerintah melakukan upaya pencegahan penyebaran covid-19, beberapa cara dalam upaya pencegahan penyebaran virus corona (covid-19) telah dilakukan yaitu diantaranya pemerintah menerapkan kebijakan dengan melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), mengampanyekan *stay at home*, serta menerapkan 5M yakni memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, dan membatasi mobilisasi dan interaksi (Manutur, Mangindaan, & Mukuan, 2021).

Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang memperoleh dampak dari adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil data dari kementerian koperasi dan usaha kecil menengah (KemkopUKM), diketahui bahwa terdapat kurang lebih 3.322 koperasi dan 185.184 pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) mengalami dampak dari wabah Covid-19. Sektor

usaha mikro kecil menengah yang paling merasakan dampaknya dari peristiwa ini adalah makanan dan minuman. Beberapa dampak yang dirasakan oleh pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah terhambatnya distribusi, turunnya penjualan, kekurangan modal (Manutur, Mangindaan, & Mukuan, 2021).

Sektor ekonomi menjadi sektor yang terdampak cukup parah akibat pandemi covid-19. Pemerintah Indonesia berupaya untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan mengeluarkan beberapa kebijakan khususnya di bidang perekonomian agar permasalahan pandemi covid-19 tidak mengakibatkan resesi ekonomi yang berkepanjangan. Perusahaan besar, menengah, dan kecil yang masih mampu bertahan melakukan beberapa langkah konkrit agar hasil produksinya tetap dapat dipasarkan (Rosmadi, 2021).

Tujuan utama pengusaha ialah memperoleh keuntungan dengan melakukan berbagai strategi, termasuk strategi pemasaran diterapkan sebagai cara untuk mendapatkan hasil dan tujuan yang diinginkan. Sebelum adanya wabah Covid-19 banyak bisnis yang mengalami tingkat persaingan yang tinggi dan memperoleh pendapatan yang bagus. Akan tetapi setelah merebaknya wabah virus covid-19 menyebabkan turunnya pendapatan yang dapat merugikan bisnis tersebut. Cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan sebuah bisnis yaitu dengan memikirkan bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada masa pandemi Covid-19.

Strategi pemasaran adalah rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan memelihara bauran pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen (Gugup, 2011: 232). Adapun tujuan strategi pemasaran yakni untuk mencapai peningkatan kualitas koordinasi dalam tim pemasaran, mengukur hasil pemasaran berdasarkan standard prestasi yang telah ditentukan, memberikan dasar yang logis dalam setiap pengambilan keputusan.

Salah satu jenis usaha yang mengalami dampak akibat pandemi covid-19 adalah rumah makan. Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan

pelayanannya. Di era pandemi covid-19 para pelaku usaha atau pelaku bisnis di dituntut untuk inovatif dan kreatif agar mampu mempertahankan usahanya, termasuk usaha rumah makan.

Rumah Makan Rawas Nibung 3 (RN 3) merupakan rumah makan yang berada di Mendalo Darat, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi. Rumah makan RN 3 sebelumnya menghadapi tingkat persaingan yang tinggi, namun setelah munculnya pandemi covid-19 rumah makan RN 3 turut merasakan pengaruhnya dimana omset penjualan turun drastis setelah terjadinya pandemi. Omset Penjualan rumah makan RN 3 sebelum pandemi covid-19 sekitar Rp 2.000.000-2.500.000 per hari, pada masa pandemi covid-19 omset penjualan rumah makan RN 3 rata-rata Rp 1.000.000 per hari.

Pandemi Covid-19 sangat berdampak bagi Rumah Makan RN 3 dimana terjadi penurunan omset penjualan. Walaupun demikian Rumah Makan Rawas Nibung 3 (RN 3) merupakan salah satu rumah makan yang masih tetap bertahan ditengah pandemi covid-19.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak rumah makan RN 3, diketahui bahwa sejak adanya pandemi Covid-19 rumah makan mengalami penurunan pendapatan. Dikarenakan konsumen terbesar rumah makan tersebut adalah mahasiswa, namun sebagian besar mahasiswa yang sering kerumah makan tersebut pulang kedaerah masing-masing karena perkuliahan dilakukan secara daring. Munculnya pandemi covid-19 mengakibatkan banyak usaha yang mengalami kesulitan. Rumah makan RN 3 merupakan salah satu usaha rumah makan yang terkena dampak akibat pandemi covid-19, meskipun demikian rumah makan RN 3 mampu untuk tetap bertahan dengan strategi pemasaran yang diterapkannya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membuat skripsi yang berjudul, **“Strategi Pemasaran Rumah Makan Rawas Nibung 3 (RN 3) di Masa Covid-19”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang penulis pusatkan untuk dikaji adalah :

1. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat rumah makan RN 3 dalam menerapkan strategi pemasaran di masa Covid-19?
2. Bagaimana strategi pemasaran rumah makan RN 3 di masa Covid-19?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikaji, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui, dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat rumah makan RN 3 dalam menerapkan strategi pemasaran di masa Covid-19
2. Untuk mengetahui, dan menganalisis strategi pemasaran rumah makan RN 3 di masa Covid-19

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk meningkatkan pengetahuan terkait dengan strategi pemasaran.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya bagi para pemilik rumah makan.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan ilmu ataupun informasi untuk masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis khususnya bagi para pemilik usaha rumah makan.
3. Diharapkan dapat berguna bagi peneliti lainnya yang akan meneliti terkait dengan strategi pemasaran, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.