

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemunculan virus Covid-19 pada tahun 2019 yang berasal dari negara China tepatnya di kota Wuhan yang merupakan ibu kota dari Provinsi Hubei adalah mimpi buruk bagi seluruh manusia. Provinsi Hubei yang memiliki populasi sebesar 11 juta orang memiliki kasus pertamanya pada awal Desember 2019 seorang pasien telah ditemukan menderita pneumonia yang tidak lazim kemudian pada tanggal 31 Desember, kantor regional Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) di Beijing mendapat pemberitahuan mengenai sekelompok pasien yang mengalami pneumonia tanpa penyebab yang diketahui di kota yang sama. Para peneliti di Institute of Virology di Wuhan telah melakukan analisis metagenomik untuk mengidentifikasi virus corona baru sebagai potensi penyebab penyakit. Mereka menamainya sebagai novel coronavirus 2019 (nCoV-2019). Selanjutnya, Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit AS (CDC) menamakan virus corona tersebut sebagai 2019 novel coronavirus (2019-nCoV), dan sekarang penyakitnya umumnya dikenal dengan istilah coronavirus disease-19 (COVID-19).

Ketika virus menyebar dari kota Wuhan menuju daratan Tiongkok dengan begitu cepat membuat pemerintah China mengambil langkah cepat dan tepat untuk menangani penyebaran virus ini dengan cara melakukan *lockdown* di kota Wuhan dan diikuti dengan dilakukannya karantina di kota-kota lainnya. *Lockdown* yang dimaksud adalah melarang warga kota Wuhan untuk keluar dari kota Wuhan dan melarang seluruh masyarakat untuk masuk ke kota Wuhan, hal tersebut dilakukan pemerintah China sebagai upaya penghentian penyebaran virus Corona dari dalam

negeri dan ke luar negeri.

Penyebaran virus yang begitu cepat membuat negara-negara di berbagai belahan dunia kesulitan untuk mengatasinya sama halnya dengan Indonesia yang kewalahan menangani kondisi pandemi Covid-19. Kasus positif Covid-19 pertama di Indonesia diumumkan oleh Presiden Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2020 di Istana Kepresidenan, Jakarta mengenai kasus positif Covid-19 yang menjangkit dua warga Depok, Jawa Barat. Dua warga Depok yang pertama kali dinyatakan positif tersebut diketahui adalah seorang ibu dan anak yang tertular virus oleh WNA asal Jepang yang bersama sang anak ketika sedang menghadiri pesta dansa. Setelah diketahui sumber penyebarannya, pemerintah dengan sigap melakukan *tracing* dengan cara mengumpulkan data-data orang yang menghadiri pesta dansa tersebut lalu dilakukan pemeriksaan kesehatan dan hasilnya dari 80 pengunjung yang berada di pesta dansa yang sama setelah dilakukan pemeriksaan lebih lanjut terdapat 3 orang lainnya yang dinyatakan positif Covid-19. Seiring berjalannya waktu, jumlah orang yang positif terjangkit virus Covid-19 terus bertambah sejak saat kasus positif pertama kali diumumkan, bahkan sebelum Presiden Joko Widodo mengumumkan kasus positif pertama pada tanggal 2 Maret 2020, Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi sudah dinyatakan positif Covid-19 pada tanggal 1 Maret 2020.

Penularan virus yang begitu cepat membuat kesehatan dan perekonomian dunia sangat kacau dan di Indonesia pandemi Covid-19 sangat berdampak terhadap kesehatan dan perekonomian negara, hal tersebut berpengaruh pada penurunan penjualan, penurunan jumlah produksi, dan berkurangnya jumlah pendapatan. Upaya pemerintah dalam mengatasi pandemi Covid-19 adalah dengan memberlakukan *lockdown* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) serta

mewajibkan seluruh masyarakat untuk selalu menggunakan masker ketika sedang beraktivitas di luar ruangan dan selalu mencuci tangan setelah beraktivitas dari luar ruangan serta selalu menjaga jarak ketika sedang melakukan aktivitas di luar ruangan dan menghindari keramaian untuk meminimalisir resiko terpapar virus corona.

Dalam upaya menghalau penyebaran virus Covid-19, seluruh masyarakat turut serta dalam usaha pencegahan penyebaran virus ini menggunakan cara menyediakan *hand sanitizer*, sabun pencuci tangan, masker, dan membuat *wastafel portable* di lingkungan sekitar rumah mereka dengan harapan kawasan pemukiman mereka terhindar dari virus Covid-19. Hal tersebut dilakukan dengan sukarela dan menggunakan dana pribadi warga yang dikumpulkan melalui RT atau RW setempat, kemudian dana yang telah terkumpul dibelanjakan untuk kebutuhan pencegahan Covid-19, seperti untuk membangun *wastafel portable* yang nantinya akan diletakkan di lingkungan sekitar.

Dalam menekan angka penyebaran virus Covid-19, Pemprov DKI Jakarta yakni, Anies Baswedan pertama kali memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta pada tanggal 10 April 2020 sampai dengan 23 April 2020. Hal tersebut dilakukan karena penyebaran virus Covid-19 yang tak terkendali di Jakarta tercatat sejak tanggal 7 April 2020, angka positif Covid-19 mencapai 1.552 kasus, 144 jiwa meninggal dunia, dan 75 jiwa dinyatakan sembuh. Diberlakukannya PSBB sendiri terkandung dalam aturan PMK Nomor 9 Tahun 2020, dalam pasal 2 dijelaskan bahwa untuk memberlakukan PSBB, suatu wilayah harus memenuhi dua kriteria yaitu, jumlah kasus atau jumlah kematian yang diakibatkan oleh virus Covid-19 menyebar secara cepat dan memiliki keterkaitan epidemiologis dengan

kejadian yang sama di negara lain.

PSBB sendiri adalah suatu kegiatan yang membuat penduduk di suatu daerah yang terinfeksi virus corona untuk mencegah meluasnya penyebaran virus corona dengan cara membatasi segala aktivitas di luar rumah. Jika PSBB diberlakukan, maka kegiatan publik atau segala jenis kegiatan yang melibatkan publik akan dibatasi, seperti pembatasan kegiatan di sekolah, perkantoran, kegiatan keagamaan, dan penggunaan transportasi umum akan dibatasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan nomor 9 tahun 2020 tentang pemberlakuan PSBB seperti yang terkandung dalam pasal 13 memiliki aturan sebagai berikut yaitu, peliburan sekolah dan tempat bekerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat umum atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial dan budaya, pembatasan penggunaan transportasi umum, dan pembatasan pada kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan.

Setelah dilakukan penerapan PSBB membuahkan hasil yang baik hal tersebut sejalan dengan menurunnya angka positif Covid-19 di setiap daerah, kemudian di Tahun 2021 pemerintah masih menerapkan PSBB, namun dengan sedikit kelonggaran seperti ojek online sudah diperbolehkan untuk mengangkut penumpang dengan syarat tetap menjaga jarak aman dan tetap menggunakan masker, dan tempat perbelanjaan seperti Mall yang sudah diperbolehkan untuk beroperasi kembali dengan syarat setiap individu yang ingin masuk Mall harus check in melalui aplikasi Peduli Lindungi dan hanya individu dengan kode hijau yang diperbolehkan masuk, setiap individu yang dinyatakan berkode hijau melalui sistem adalah individu yang dinyatakan aman dari virus corona serta dilakukan pembatasan jumlah individu di dalam Mall dan Mall harus tutup pada pukul 19.00 malam.

Pada bulan Juni 2021 pemerintah menerapkan PSBB transisi sampai dengan tanggal 21 Juni 2023 pemerintah resmi mencabut status pandemi menjadi endemi. Hal tersebut dilakukan karena angka kasus harian Covid-19 di Indonesia sudah dinyatakan hampir nol. Pada masa endemi ini, berbagai sektor yang dibatasi selama pemberlakuan PSBB dapat beroperasi kembali dengan normal seperti sedia kala.

Adanya kebijakan dari pemerintah dalam mengantisipasi perkembangan virus tersebut, terjadilah efek domino bagi perekonomian domestik, salah satunya eksistensi Warteg Kharisma Bahari Cipenjo yang berimbas kepada penurunan tingkat daya beli masyarakat. Warteg Kharisma Bahari Cipenjo adalah warung makan yang menyediakan berbagai hidangan makanan asli Indonesia dengan cita rasa nusantara, semua makanan yang tersedia dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia. Harga makanan tersebut sangat ramah dikantong mulai dari harga 1.000 rupiah sampai dengan 12.000 rupiah saja per menu nya dan banyak pilihan makanan yang dapat dinikmati oleh konsumen seperti ayam goreng, ayam kecap, ikan lele, ikan bandeng, ikan kembung, ikan tongkol, ikan cue, ikan bawal, telur asin, telur bulat, telur dadar, telur ceplok, telur semur, telur balado, kerang, kikil, usus, udang, perkedel, oreg tempe kering, tempe basah, kentang balado, kentang musthofa, tempe goreng, tahu goreng, tumisan sayur labu, kacang panjang, jamur, oncom, capcay, sawi putih, terong balado, sayur sop, sayur bayem, sayur asem, sayur lodeh, sayur tahu, sayur nangka, daun singkong, kerupuk, dan gorengan.

Inovasi terus dikembangkan oleh pemilik usaha Warteg Kharisma Bahari Cipenjo agar finansial selama masa pandemi Covid-19 stabil dan tidak mengalami kebangkrutan. Seiring perkembangan zaman yang modern, pemilik usaha Warteg Kharisma Bahari Cipenjo membuat inovasi strategi marketing digital menggunakan

aplikasi GrabFood dan GojekFood untuk menjual produknya kepada konsumen. Pada saat masa pandemi masyarakat memilih untuk tidak berpergian dari rumah dan banyak melakukan jual beli dirumah melalui aplikasi digital. Pemilik usaha Warteg Kharisma Bahari Cipenjo melakukan strategi marketing digital promosi harga jual produk makanan agar konsumen mau membeli demi bertahan pada masa pandemi Covid- 19.

Pelaku bisnis Warteg Kharisma Bahari Cipenjo mengalami penurunan financial pada saat masa pandemi Covid-19 dikarenakan beberapa hal seperti salah satunya adalah pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang pada akhirnya membuat publik lebih memilih masak di rumah agar tidak terinfeksi virus Covid-19 dan *Work From Home* membuat para karyawan diharuskan kerja di rumah. Konsumen Warteg Kharisma Bahari Cipenjo mayoritas masyarakat disekitar daerah Cipenjo, para karyawan yang perusahaannya di sekitar daerah Cipenjo dan pengendara motor atau mobil lain yang singgah untuk makan karena lokasi Warteg Kharisma Bahari Cipenjo yang strategis terletak di kawasan industri dan perkantoran dan berada di pinggir jalan raya utama yaitu di Jalan Raya Metland Transyogi sehingga mudah untuk ditemukan oleh konsumen.

Adanya kenaikan financial yang terjadi pada Warteg Kharisma Bahari Cipenjo ketika pemerintah sudah mengubah peraturan baru seperti boleh membeli makanan diluar tetapi tidak boleh makan di tempat, lalu keperaturan yang lebih baru seperti makan ditempat maksimal 15 menit, menjaga jarak 1 sampai 2 meter ketika duduk makan, memakai masker ketika datang dan pergi dari tempat makan, mencuci tangan terlebih dahulu sebelum masuk ke tempat makan.

Hal tersebut membuat pelaku bisnis Warteg Kharisma Bahari Cipenjo dapat bernafas lega karena sudah banyak konsumen yang datang langsung dan membeli makanan serta karyawan sudah bekerja kembali di perusahaan membuat konsumen Warteg Kharisma Bahari Cipenjo semakin banyak. Berikut ini penghasilan rata-rata yang diperoleh Warteg Kharisma Bahari Cipenjo dalam tahun penjualan 2021 sampai tahun 2023:

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN WARTEG KHARISMA BAHARI
CIPENJO TAHUN
PERIODE 2021-2023

NO	TAHUN	PENGHASILAN
1.	Bulan Januari sampai bulan Desember 2021.	Rp.1.500.000 omset rata-rata per hari.
2.	Bulan Januari sampai bulan Desember 2022.	Rp.1.700.000 omset rata-rata per hari.
3.	Bulan Januari sampai bulan Mei 2023.	Rp.1.800.000 omset rata-rata per hari.

Sumber : Warteg Kharisma Bahari Cipenjo (2023)

TABEL 1.2
PERBEDAAN PADA SAAT PANDEMI DAN ENDEMI

1.	Produk	Mengurangi jumlah	Menambah jumlah
----	--------	-------------------	-----------------

		makanan, karena ada beberapa makanan yang tidak terjual dan akhirnya basi lalu dibuang karena adanya penurunan pembelian.	makanan, karena terjadinya kenaikan pembelian.
2.	Price	Rata-rata makanan 10.000 Rata-rata minuman 3.000	Rata-rata makanan 15.000 Rata-rata minuman 5.000
3.	Promosi	Memberikan Es teh manis dan teh hangat gratis dan potongan Rp.2.000 dihari jum'at untuk pembelian offline. Mendapatkan potongan harga ongkir s/d 40% dan potongan pembelian s/d Rp.10.000 pada pembelian online.	Menghapus potongan harga Rp.2.000 dihari jum'at.
4.	Place	Warteg Kharisma Bahari Cipenjo	Warteg Kharisma Bahari Cipenjo
5.	People	1 karyawan dan 1 karyawan mengundurkan diri. 1 karyawan beralasan untuk mencari kerja di kampung halaman agar dekat dengan orang tua, 1 karyawan beralasan akan segera menikah.	Adanya pergantian 1 karyawan dan 1 karyawan.
6.	Physical Evidence	Belum ada free wifi.	Sudah ada free wifi.
7.	Proses	Di masa ini hanya melakukan pembelian melalui offline.	Melakukan penambahan strategi marketing baru dengan menggunakan aplikasi digital online

			GrabFood dan GojekFood .
--	--	--	--------------------------

1.2 Fokus Penelitian

Untuk memastikan penelitian ini memiliki arah yang jelas sebagai panduan untuk mempermudah pemahaman maksud dan tujuannya, penulis menjelaskan fokus penelitian sebagai berikut: Strategi Marketing Digital Warteg Kharisma Bahari Cipenjo Dari Masa Pandemi Menuju Masa Endemi.

1.3 Identifikasi Masalah

Merujuk pada informasi latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka pokok permasalahan yang dirasakan oleh pemilik usaha Warteg Kharisma Bahari Cipenjo selama masa pandemi Covid-19 ini adalah:

1. Bagaimana dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19 terhadap pelaku bisnis Warteg Kharisma Bahari Cipenjo.
2. Bagaimana strategi pemasaran bisnis Warteg Kharisma Bahari Cipenjo untuk dapat menjaga dan menstabilkan finansial agar bisa mempertahankan kelangsungan bisnisnya selama masa pandemi menuju endemi Covid-19.
3. Apa saja aplikasi pemasaran digital yang digunakan oleh Warteg Kharisma Bahari Cipenjo?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dampak pandemi Covid-19 pada pelaku bisnis Warteg Kharisma Bahari Cipenjo.
2. Untuk mengetahui strategi yang efisien untuk melewati masa Covid-19 pelaku bisnis Warteg Kharisma Bahari Cipenjo.
3. Untuk mengetahui aplikasi pemasaran digital apa saja yang

digunakan oleh Warteg Kharisma Bahari selama masa pandemi Covid-19.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Secara aspek teoritis penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran dan cara beradaptasi menggunakan strategi pemasaran digital.

1.5.2 Aspek Praktis

- a. Untuk pihak Warteg Kharisma Bahari yang nantinya kegunaan penelitian ini sebagai masukan untuk meningkatkan pemasaran
- b. Untuk karyawan Warteg Kharisma Bahari Cipenjo untuk lebih memahami pemasaran digital melalui aplikasi GrabFood dan GojekFood.
- c. Untuk peneliti selanjutnya kegunaan hasil penelitian ini sebagai implementasi dari hasil pembelajaran dari materi perkuliahan Strategi Bisnis dan Pemasaran Digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar dapat memahami isi pembahasan dalam skripsi ini, diperlukan suatu sistematika yang mengikuti kerangka pedoman penulisan skripsi.

Berikut adalah sistematika penelitian yang digunakan:

BAB I Pendahuluan

Bagian ini mencakup fondasi-fondasi dalam penulisan skripsi, termasuk di dalamnya adalah latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka penelitian, serta lokasi dan jangka waktu penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bagian ini terdapat beberapa teori dasar yang digunakan dalam menunjang penelitian, yakni: strategi marketing, umkm, *home industry*, dan Covid-19. Studi sebelumnya mencakup temuan dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang sedang dijalankan atau sedang diteliti. Kerangka pemikiran, berisikan dasar pemikiran dari penelitian yang disusun melalui fakta, observasi, serta kajian pustaka.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini membahas tentang bagaimana peneliti menentukan langkah-langkah untuk mengembangkan informasi dan hasil jawaban dari penelitian yang telah dilakukan. Untuk memastikan keberlanjutan dan keteraturan, bagian metode penelitian mencakup hal-hal berikut: Pendekatan penelitian, Subjek dan objek penelitian, Informan kunci, Metode pengumpulan data, Metode analisis data, dan Keabsahan data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang pembahasan bagaimana hasil dari strategi marketing Warteg Kharisma Bahari Cipenjo di masa pandemi menuju Endemi Covid 2019.

BAB V Penutup

Bagian ini berisikan rangkuman dari keseluruhan pembahasan dan saran untuk pembaca.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Warteg Kharisma Bahari Cipenjo yang bertempat di Jl. Alternatif Cibubur km.7 no 63E, Cileungsi, Kec. Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16820.



Gambar 1.2 Lokasi Penelitian

Sumber: Google Maps

Adapun waktu pelaksanaan penelitian beserta jadwal yang disajikan pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.2

Waktu Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Bulan Pelaksanaan											
		Feb - Mar 23			April-Agu 23			Sep-Des 23			Jan-Mar 24		
1.	Pengajuan Judul Penelitian	█											
2.	Penyusunan Bab 1-3	█	█	█	█	█							
3.	Seminar Usulan Penelitian					█							
4.	Penyusunan Bab 4 dan 5					█	█	█	█	█			
5.	Pengumpulan data							█					
6.	Analisis Data								█				
7.	Pelaporan Hasil Penelitian										█	█	
8.	Sidang Akhir												█

Sumber: Data diolah oleh penulis (2024)