

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Strategi pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena strategi pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual di pasaran. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima oleh calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Selain strategi pemasaran, perusahaan perlu mengetahui posisi produk yang akan dijual. Posisi disini menunjukkan perbandingan mengenai pangsa pasar dan pertumbuhan pasar dari para pesaing produk yang sejenis dari perusahaan lain.

Dalam kegiatan pemasaran perlu adanya fungsi kegiatan pemasaran yang dilakukan, yaitu penentuan produk, harga, distribusi, dan promosi. Distribusi merupakan salah satu permasalahan yang sering terjadi dalam kegiatan pemasaran, untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan di bidang pemasaran dapat dilihat dari saluran distribusi, baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Saluran distribusi yang baik akan berpengaruh pada minat pelanggan, jika pelanggan merasa puas atas pelayanan dan persediaan barang yang mereka butuhkan ada, maka akan menambah *omset* bagi perusahaan. Agar *omset* itu terus meningkat maka diperlukan adanya penerapan strategi yang dilakukan dan strategi itu harus berjalan dengan efisien dan efektif dalam penyaluran distribusi yang baik pula karena akan berpengaruh cepat terhadap penjualan suatu perusahaan. Dan barang tersebut harus sampai ke tangan konsumen dengan keadaan baik.

Dalam menjalankan distribusi yang baik, tentunya harus melakukan saluran distribusi yang baik pula, sehingga barang yang di distribusikan sampai dengan selamat dan aman sampai ke tangan konsumen. Jika saluran distribusi berjalan dengan baik tentu konsumen akan percaya dan mendapatkan pelayanan yang puas sehingga akan menjadi mitra atau pelanggan setia. Dengan demikian, banyak hal-hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk menjadi mitra yang baik tentunya pelayanan yang diberikan perusahaan harus optimal dan dapat meyakini pelanggan bahwa perusahaan akan memberikan yang mereka butuhkan. Seperti, produk, harga murah/diskon, dan penyaluran yang baik yang diberikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan tertarik dalam bekerjasama.

Pandemi virus *corona* bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal sebagai *Covid-19* ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi *Covid-19* telah membuat pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia mulai gelisah. Terlebih baru-baru ini, sebuah studi menyebutkan jika pandemi *Covid-19* akan membuat Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi di tahun 2020. Secara garis besar, pandemi *Covid-19* akan membawa dampak terhadap sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia.

Akibat dari adanya pandemi *Covid-19* banyak kebijakan yang diambil oleh pemerintah untuk memutus tali rantai penyebaran virus *corona* atau yang biasa disebut dengan *Covid-19*, salah satu kebijakan yang diambil oleh pemerintah yaitu *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Saat *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dilaksanakan banyak perusahaan yang membatasi interaksi antara orang satu dengan yang lain, salah satunya membatasi interaksi antara penjual dan pembeli, hal inilah yang menyebabkan terhambatnya proses pemasaran dan pendistribusian suatu produk sehingga perekonomian perusahaan menjadi menurun.

PT. Fajar Motor Cabang Surabaya adalah perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran dan pendistribusian. PT. Fajar Motor Cabang Surabaya merupakan salah satu cabang perusahaan dari PT. Fajar Motor yang berada di wilayah Jakarta. Aktivitas dan kegiatan usaha yang dilakukan PT. Fajar Motor Cabang Surabaya adalah memasarkan dan mendistribusikan produk-produk *sparepart* mobil di wilayah Surabaya, Sidoarjo, Krian, dan Malang.

Saat terjadinya pandemi *Covid-19*, PT. Fajar Motor Cabang Surabaya mengalami beberapa dampak, salah satunya menurunnya hasil penjualan. Hal ini disebabkan karena selama kebijakan *social distancing* dan Pembatasan Sosial berskala Besar (PSBB) dilaksanakan, kegiatan pemasaran dan pendistribusian produk jadi terhambat bahkan terhenti. Bukan hanya hal itu, menurunnya hasil penjualan juga disebabkan karena produk-produk yang akan dibeli oleh beberapa *customer* banyak yang sudah habis, persediaan barang di gudang PT. Fajar Motor Cabang Surabaya juga banyak yang kosong, karena gudang penyimpanan barang di PT. Fajar Motor Jakarta tidak bisa mendistribusikan barangnya karena seluruh kegiatan perusahaan pada saat itu dihentikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“DAMPAK PANDEMI COVID-19 YANG MEMPENGARUHI PROSES PEMASARAN DAN PENDISTRIBUSIAN PRODUK SPAREPART MOBIL DI PT. FAJAR MOTOR CABANG SURABAYA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pemasaran dan pendistribusian yang biasa dilakukan di PT. Fajar Motor Cabang Surabaya ?;
2. Bagaimana cara PT. Fajar Motor Cabang Surabaya dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya selama Pandemi *Covid-19* ?;

3. Apa saja dampak yang dapat mempengaruhi proses pemasaran dan pendistribusian produk-produk *sparepart* mobil di PT. Fajar Motor Cabang Surabaya selama terjadinya pandemi *Covid-19* ?;
4. Bagaimana perbedaan strategi pemasaran dan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Fajar Motor Cabang Surabaya sebelum adanya Pandemi *Covid-19* dan sesudah adanya Pandemi *Covid-19* ?.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi tentang pemasaran dan pendistribusian produk;
2. Informasi yang di sajikan : Dampak pandemi *Covid-19* yang mempengaruhi proses pemasaran dan pendistribusian produk.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui proses pemasaran dan pendistribusian yang biasa dilakukan oleh PT. Fajar Motor Cabang Surabaya;
2. Untuk mengetahui secara langsung cara PT. Fajar Motor Cabang Surabaya dalam memasarkan dan mendistribusikan produknya selama pandemi *Covid-19*;
3. Untuk mengetahui dampak-dampak yang dapat mempengaruhi proses pemasaran dan pendistribusian produk *sparepart* mobil di PT. FAJAR Motor Cabang Surabaya selama pandemi *Covid-19*;
4. Untuk mengetahui perbedaan strategi pemasaran dan saluran pendistribusian produk *sparepart* mobil di PT. Fajar Motor Cabang

Surabaya sebelum adanya pandemi *Covid-19* dan setelah adanya pandemi *Covid-19*.

1.5 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Lapangan atau Studi Lapangan. Penelitian Lapangan atau Studi Lapangan yaitu mempelajari secara insentif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat. Penelitian Lapangan atau Studi Lapangan yang juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif.

1.5.1 Cara Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan cara bertemu dan berhadapan langsung dengan informan untuk mendapatkan data yang akurat.

1.5.2 Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi.

1.5.3 Pengelolaan Data dan Analisa Data

Data yang telah dikumpulkan dengan lengkap di lapangan, selanjutnya diolah dan dianalisis untuk menjawab masalah penelitian. Adapun tahap pengelolaan data diantaranya :

1. Reduksi data;
2. Penyajian data;
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Cara untuk menganalisis data, yaitu dengan menggunakan Analisis Deskriptif. Analisis Deskriptif merupakan metode untuk menganalisis data dengan cara memberi gambaran atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul. Selain itu peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu dengan menjabarkan

hasil wawancara dengan narasumber dan terjun langsung kelapangan untuk proses penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi 5 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I

Pendahuluan merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, batasan masalah, tujuan dari penelitian, ringkasan metode penelitian, dan sistematika penulisan;

2. BAB II

Landasan Teori merupakan suatu konsep berisi pernyataan yang tertata dengan rapi dan secara sistematis yang memiliki variabel dalam penelitian, karena landasan teori menjadi landasan yang kuat dalam penelitian yang akan dilakukan;

3. BAB III

Metode Penelitian merupakan bagian yang menjelaskan bagaimana metode yang digunakan, objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode pengelolaan data, dan analisis data;

4. BAB IV

Hasil dan Pembahasan merupakan bagian yang menjelaskan gambaran objek penelitian, analisis data, dan pembahasan;

5. BAB V

Penutup merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi. Bagian ini memuat kesimpulan dan saran.

