

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Terlepas dari kualitas produk yang dihasilkan oleh produsen dan kualitas layanan yang diberikan oleh produsen, konsumen tidak akan membeli jika mereka tidak mengetahuinya.

Seiring kemajuan perekonomian, barang dan jasa manufaktur semakin membanjiri pasar, sehingga kemampuan produsen untuk memasarkan produknya sangat penting. Pintu gerbang keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada keberhasilan pemasarannya. Terdapat hubungan yang saling mendukung antara kemajuan usaha dengan kegiatan pemasaran, yaitu semakin berkembangnya usaha maka semakin canggih strategi pemasarannya, sebaliknya strategi pemasaran perusahaan semakin maju dalam pemasaran. semakin dapat berjalan seiring dengan kemajuan perusahaan yang bersangkutan. Berbagai cara biasanya dilakukan oleh suatu perusahaan, agar produknya dapat dicintai oleh konsumen. Keberhasilan dalam pemasaran akan sangat menentukan profitabilitas perusahaan. Sehingga semakin rumit strategi pemasaran yang dibuat.

Untuk memperkenalkan produknya, salah satu kegiatan yang biasanya dilakukan oleh suatu perusahaan adalah melakukan tindakan promosi. Sebuah perusahaan menyadari bahwa sebaik apapun produk mereka diproduksi, jika tidak diketahui konsumen, produk tersebut tidak akan dibeli. Dalam kegiatan promosi, tidak jarang sebuah perusahaan mengeluarkan biaya yang besar, seperti mengundang bintang terkenal untuk menggunakan berbagai cara dalam melakukan kegiatan promosi.

Pada perusahaan UD. Kopi Bubuk Bali Banyuatis Singaraja adalah salah satu perusahaan perseorangan yang bergerak pada bidang pengolahan biji kopi yang beralamat di Jalan Raya Singaraja - Seririt, Desa Pemaron, Kabupaten Buleleng, Bali. Pemilik dari perusahaan ini bernama I Ketut Englan yang mulai beroperasi sejak tanggal 25 Maret 1976. Di masa kepemimpinan I Ketut Englan, perusahaan Kopi Bubuk Bali memiliki ijin dari Kantor Departemen Perdagangan Kabupaten Buleleng nomor 22015 301 041, serta tanda pendaftaran industri dari Kantor Departemen Perindustrian Kabupaten Buleleng dengan nomor: 171/IK.24.8/P.IV/8731222/715.1.1/3. Pada awalnya perusahaan Kopi Bubuk Bali Singaraja dalam memproduksi kopi hanya pada jumlah yang kecil dan sangat terbatas serta masih menggunakan peralatan produksi yang sederhana, dan berlokasi di Jalan Ahmad Yani Singaraja. Kemudian pada tahun 1977 perusahaan ini pindah lokasi ke Jalan Diponegoro No.116 Singaraja, pindahnya lokasi ini didukung pula dengan mendapat bantuan berupa kredit modal kerja permanen dari Bank Negara Indonesia (BNI) 1946 Singaraja, maka perusahaan ini mulai membeli

peralatan kerja dan bahan baku yang lebih banyak, sehingga perusahaan ini mulai berkembang dan memperlihatkan kemajuannya. (Dane, 2013).

Berkaitan dengan perkembangan perusahaan yang baik, maka pada tahun 1980 pihak BNI 1946 Singaraja kembali memberi bantuan kredit modal kerja permanen, kredit oleh perusahaan dipergunakan untuk membeli tanah dan membangun gedung pabrik di jalan Raya Seririt Singaraja Desa Pamaron. Pada tanggal 1 April 1980 perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis Singaraja pindah ke Jalan Raya Seririt Singaraja Bali sampai sekarang. Perusahaan Kopi Bubuk Bali Banyuatis Singaraja didirikan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Singaraja pada khususnya dan kota-kota lainnya yang ada di Bali, yang selalu mengkonsumsi kopi bubuk ini, selain itu perusahaan Kopi Bubuk Bali Banyuatis Singaraja juga memiliki tujuan jangka panjang yaitu mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya dan ingin lebih di kenal lagi bukan hanya di Bali tetapi di luar Bali. (Yasita, 2002).

Regenerasi kepemimpinan perusahaan terjadi ketika pengelolaan perusahaan diserahkan kepada putra Ketut Englan, sepeninggalnya. Usaha ini dijalankan oleh anaknya, Gede Pustaka Harsadewa, SE hanya dalam waktu 6 bulan, kepemimpinannya telah meningkatkan usaha, tercermin dari perubahan status usaha dari Semula pabrik kopi Banyuatis menjadi CV. Pustaka Bali Persada tepatnya pada tanggal 6 Maret 2015. Pustaka Bali Persada adalah perusahaan pengolahan biji kopi yang memproduksi kopi bubuk. Beberapa produk yang diproduksi sebagai berikut: Kopi bubuk dengan cap Banyuatis asli: Kopi bubuk dengan cap Banyuatis vakum kertas: Kopi bubuk dengan cap

Banyuatis vakum plastik: Kopi Bubuk cap Extra: Kopi Bubuk cap Banyuatis
Kopi Luwak: Kopi Bubuk cap Banyuatis Arabika Organik.

Pustaka Bali Persada selama proses produksi menerapkan pengendalian kualitas, termasuk pelaksanaan pengawasan dari bahan input hingga produk jadi. Pemantauan ini meliputi verifikasi dan pemilihan biji kopi dengan kualitas yang sesuai, pemantauan selama proses produksi dari konversi biji menjadi kopi bubuk hingga pengemasan, dan pada saat produk jadi, pemisahan produk cacat dari produk standar, meskipun telah dilakukan pemeriksaan kualitas, masih ditemukan produk yang cacat atau di bawah standar pada produk kopi Banyuatis. Yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencegah kecacatan produk kopi cap banyuatis regular. (Desianti, 2018).

Karena perusahaan ini terletak di pusat kota dan dekat dengan perusahaan kopi Kupu-Kupu Bola Dunia, dalam pemasaran kopi perusahaan kopi Banyuatis menghadapi persaingan yang ketat yang akan mempengaruhi efisiensi operasional, perusahaan dan penguasaan pasar. Dalam operasionalnya, perusahaan melaksanakan program promosi ini berupa menempelkan nama perusahaan pada alat angkut, papan nama perusahaan di depannya untuk mendorong konsumen membeli produk kopi Banyuatis, menerapkan program paket harga dengan pembelian kemasan kopi bubuk Banyuatis satu bungkus gratis mendapat hadiah gelas.. Oleh karena itu perusahaan selalu membangun cara komunikasi yang sebaik mungkin dengan konsumen melalui promosi, memastikan perusahaan selalu ingin meningkatkan penjualan untuk mendapatkan keuntungan yang besar, promosi

harus meningkat, penjualan, keuntungan akan meningkat. pelaku usaha dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Covid 19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru-baru ini ditemukan. Sebagai besar orang yang tertular Covid 19 akan mengalami gejala ringan hingga sedang dan akan pulih tanpa penanganan khusus. Covid 19 yang melanda seluruh dunia tak terkecuali Indonesia, membuat seluruh aspek kehidupan, seperti kesehatan, ekonomi dan pendidikan mengalami kehancuran. Perekonomian di Indonesia dan Bali khususnya mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Bali yang merupakan destinasi favorit di dunia, menggantungkan roda kehidupan masyarakatnya pada bidang pariwisata. Pada masa pandemi ini, kegiatan pariwisata di Bali luluh lantak. Hal ini disebabkan karena tidak ada kunjungan wisata dari wisatawan domestik dan asing. Turis takut berpergian ke luar daerah atau negara disebabkan karena takut terjadi penularan virus covid 19 selama perjalanan wisata di Bali.

Akibat dari berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali maka banyak pelaku wisata yang gulung tikar. Tingkat hunian hotel menurun drastis. Akibatnya banyak karyawan hotel yang dirumahkan. Pengusaha travel pun mengalami kebangkrutan akibat tidak ada tamu yang menyewa jasa transportasi di Bali sehingga banyak sopir dan pemandu wisata yang dirumahkan. Penjual cindra mata yang menggantungkan hidupnya dari hasil menjual cindra mata untuk oleh-oleh dari Bali banyak yang gulung tikar. Akibat matinya roda ekonomi di bidang pariwisata maka bidang ekonomi yang lain juga mendapatkan imbasnya. Hal ini disebabkan jatuhnya daya beli

masyarakat Bali yang sebagian besar menggantungkan hidupnya di bidang pariwisata. Efek yang ditimbulkan adalah banyak pengusaha makanan juga mengalami penurunan omset jual, dan tak banyak juga yang gulung tikar.

Rendahnya daya beli masyarakat Bali menyebabkan sedikitnya perputaran uang yang terjadi. Masyarakat sangat berhati-hati dalam pengeluaran uangnya dikarenakan income mereka juga tidak ada. Transaksi ekonomi di Bali sangat menurun (Bali Post, 2020). Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini berjudul Strategi Promosi dalam situasi pandemi Covid 19 Pada UD. Kopi Bubuk Bali Banyuwatis Singaraja.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Persaingan dunia usaha terutama di bidang pemasaran kopi semakin meningkat karena semakin bertambahnya jumlah produsen kopi yang baru.
2. Covid 19 menyebabkan hancurnya segala sektor kehidupan secara global terutama di bidang ekonomi yang disebabkan karena rendahnya daya beli masyarakat akibat banyaknya usaha yang gulung tikar.
3. Rendahnya daya beli masyarakat akibat krisis global mengakibatkan turunnya penjualan kopi banyuwatis.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut ditemukan beberapa masalah dalam penelitian ini. Untuk itu penelitian ini akan difokuskan pada strategi promosi UD. Kopi Banyuatis pada kondisi pandemi covid 19.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka rumusan masalah penelitian adalah bagaimanakah strategi promosi dalam situasi pandemi covid 19 pada UD. Kopi Bubuk Bali Banyuatis Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang digunakan adalah untuk mengetahui strategi promosi dalam situasi pandemi covid 19 pada UD. Kopi Bubuk Bali Banyuatis Singaraja.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk kalangan kuliah, masyarakat atau dari kalangan pendidik dan lembaga, antara lain:

1. Manfaat praktis

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi bahan informasi atau masukan bagi pemimpin perusahaan untuk mempertimbangan kebijakannya dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran, khususnya tentang strategi promosi yang telah diterapkan

2. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat menambah khazana ilmu pengetahuan dan penerapannya. Bagi para peneliti dapat digunakan sebagai refrensi bagi penelitian yang berkaitan dengan bidang pemasaran dengan kajian promosi.

