

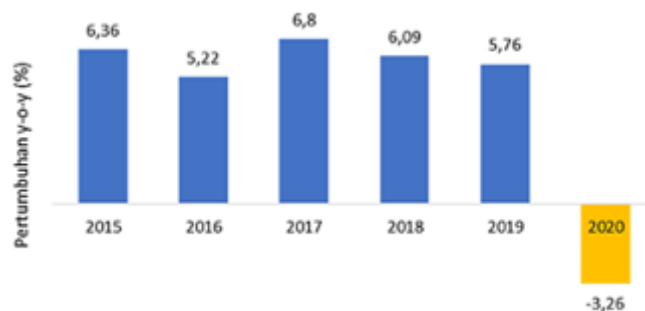
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Guncangan ekonomi disebabkan oleh Covid-19 sehingga berdampak terhadap perekonomian Indonesia pada tahun 2020-2021. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (2020), pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan II-2020 minus 5,32 persen. Sebelumnya, BPS melaporkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan I-2020 hanya 2,97 persen, dibandingkan 5,02 persen pada periode yang sama tahun 2019. Menurut Laporan Badan Pusat Statistik (2022), pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 3,69 persen pada tahun 2021 dibandingkan kontraksi 2,07 persen pada 2020. Menurut Kementerian Keuangan (2022), pertumbuhan ekonomi Indonesia pada Semester 1-2022 lebih tinggi 5,23 persen dibandingkan pada Semester 1-2021. Menurut Kementerian Keuangan (2022), Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap perekonomian nasional bagi individu, rumah tangga, usaha mikro, kecil, menengah, dan besar, bahkan mempengaruhi perekonomian negara di tingkat lokal, nasional, bahkan skala global. Menurut Kementerian Keuangan korporasi, penghentian kegiatan ekonomi mengganggu kegiatan ekonomi dari hulu ke hilir, mempengaruhi sektor produksi, manufaktur, manajemen, konsumsi, dan konstruksi. Manufaktur, perdagangan, transportasi, dan konstruksi adalah industri yang paling sensitif dan terkena dampak. Menurut Kementerian Keuangan (2020), konsumsi pemerintah turun dari 3,25 persen menjadi 1,94 persen. Pasalnya, pemerintah membatasi belanja infrastruktur pada 2020. Menurut Badan Pusat Statistik (2020), sektor konstruksi terus menyusut pada 2020. Sektor konstruksi ini tumbuh negatif 5,67 persen pada kuartal IV 2020. Kenyataannya, industri konstruksi naik 5,79 persen pada triwulan IV-2019.

Covid-19 telah membuat industri di Indonesia menjadi menurun, terutama sektor industri bangunan yang mengalami penurunan. Pembatasan kontak sosial dan pertemuan manusia di ruang publik telah menghentikan sementara dan memperlambat berbagai operasi, termasuk pembangunan. Mengingat pentingnya industri konstruksi bagi perekonomian negara, sejumlah peraturan dan tindakan harus diterapkan untuk memastikan kelangsungannya. Turunnya mobilitas perdagangan dan jasa memberikan pengaruh paling signifikan terhadap dunia usaha dan industri konstruksi. Pengaruh ekonomi industri konstruksi terutama dirasakan pada persediaan, pengrajin, peralatan, dan transportasi yang digunakan untuk melaksanakan proyek konstruksi. Efek yang dimaksud di sini adalah terhadap waktu dan mobilitas, mengingat selama wabah covid-19 mobilitas transportasi dibatasi sebagai akibat dari kebijakan karantina wilayah yang ditetapkan oleh otoritas daerah. Menurut Indocement (2020), selama Januari dan Februari 2020, curah hujan yang tinggi memperlambat konsumsi dan covid melanda sehingga ekspor dan impor bahan baku menjadi terganggu. Hal ini berdampak pada volume penjualan. Besi dan baja sangat dipengaruhi oleh industri konstruksi dan sektor manufaktur. Menurut BPS, sektor industri menyusut 3,24 persen, sedangkan sektor manufaktur menyusut 2,93 persen. Sektor konstruksi mengalami penurunan PDB 3,26% di tahun 2020,



Gambar. 1 Pertumbuhan Sektor Konstruksi
(Sumber Data: BPS, 2021)

TB. Bina bangunan merupakan salah satu pelaku usaha pada sektor konstruksi yang mengalami penurunan penjualan sebagai dampak pandemi covid -

19. TB. Bina Bangunan sedang mengalami trend pendapatan menurun pada saat awal pandemi memasuki Indonesia, kenaikan harga pemasok yang cukup besar menyebabkan penurunan penjualan bahan bangunan. Market penjualan masih tidak stabil belum sepenuhnya beroperasi dengan benar, dan ini dapat mengakibatkan kerugian penjualan yang tidak terduga ini memiliki dampak pada tujuan perusahaan untuk sisa tahun ini, serta pada penjualan harian. Konsumen mempunyai banyak pilihan ketika ingin membeli produk pada karena produk yang di jual antar toko adalah produk serupa. Akibat kenaikan harga beberapa barang seperti semen roda tiga, semen merah putih, serta besi dan baja, TB. Bina Bangunan menghadapi persaingan ketat dari toko material lain dalam masa Covid-19. Akibatnya, konsumen sekarang memiliki lebih banyak pilihan untuk membeli barang-barang murah, agar dapat keluar dari situasi sulit TB. Bina Bangunan merancang teknik pemasaran yang menarik minat dan perhatian konsumen. Pada tahun 2020 ketika covid-19 melanda TB. Bina bangunan menggunakan strategi promosi dan harga dengan mengeluarkan biaya lebih hemat dalam menentukan *supplier* yang lebih murah di karenakan harga produk diturunkan agar meningkat daya beli masyarakat kembali. TB. Bina Bangunan mendapatkan *merchandise* dan spanduk dari beberapa produk yang di order ke pemasok, TB. Bina Bangunan menggunakan *merchandise* sebagai pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, dengan setiap minimal pembelian tertentu menggunakan strategi promosi yang dibuat diharapkan supaya pelanggan mengetahui keberadaan TB. Bina Bangunan sebagai salah satu usaha penjualan material yang murah dan memiliki kualitas sehingga pelanggan tertarik untuk mengetahui lebih banyak barang apa saja yang dijual dan diharapkan melalui strategi pemasaran tersebut, maka pelanggan berminat untuk membeli barang yang dijual sehingga meningkatkan volume penjualan.

Fenomena ini terjadi hampir pada sebagian besar pelaku usaha tetapi masih minim penelitian yang mengulas pelaku usaha sektor industri. Fenomena di TB. Bina Bangunan terdapat penurunan penjualan secara drastis. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dampak covid -19 yang diterima oleh TB. Bina Bangunan dan bagaimana TB. Bina Bangunan membuat strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT dan 7P Strategi Pemasaran, untuk mengetahui faktor apa yang menjadi kekuatan,

kelemahan, dan peluang yang terjadi di lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan sehingga diharapkan dengan penelitian ini maka membantu untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dapat meningkatkan penjualan TB. Bina Bangunan secara signifikan untuk saat ini dan masa yang akan datang jika terjadi penurunan penjualan secara drastis agar dapat berkaca pada masa pandemi. Penelitian ini perlu dilakukan karena peneliti sebagai penerus dari TB. Bina Bangunan berguna untuk mengulas strategi pemasaran yang diterapkan dan melihat laporan penjualan sebagai analisa perkembangan TB. Bina Bangunan, penelitian ini berdampak baik untuk pengusaha yang akan membuka toko material di ambil dari sudut pandang TB. Bina Bangunan dalam pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah Bagaimana dampak covid-19 pada penjualan, pemasaran, faktor internal dan faktor eksternal yang terjadi di TB. Bina Bangunan sebelum dan setelah Covid-19 dan bagaimana TB. Bina Bangunan menyusun strategi untuk mengantisipasi masalah tersebut.

1.3 Tujuan

1. Mengidentifikasi penjualan di TB. Bina Bangunan sebelum dan sesudah covid -19
2. Mengidentifikasi strategi Pemasaran 7P yang digunakan TB. Bina Bangunan dalam meningkatkan penjualan sebelum dan sesudah covid-19

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian ini berguna untuk mengetahui perkembangan serta strategi dalam meningkatkan penjualan terhadap TB. Bina Bangunan dan memanfaatkan situasi Covid-19 dalam menciptakan peluang baru untuk memenuhi permintaan pasar dengan mengidentifikasi faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya penurunan atau kenaikan penjualan bahan bangunan di Karawang dan menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan TB. Bina Bangunan untuk meningkatkan penjualan.